



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Thema-update: Zachtfruit

Markt bloeit, maar de lat ligt hoog

De consumptie van zachtfruit zit in de lift. De Rabobank verwacht dat het consumptievolume in de EU van blauwe bessen, frambozen en bramen in de komende vijf jaar met minimaal 7% per jaar toeneemt, terwijl de omzet van aardbeien met circa 2% stijgt. Voor zachtfruitleveranciers aan grote supermarkten en foodserviceketens blijft het een enorme uitdaging om alle weken van het jaar een compleet assortiment aan te bieden dat van constante hoge kwaliteit is. Alleen spelers met voldoende schaalgrootte, efficiency en goede verticale samenwerkingsverbanden slagen hierin. Voor alle ondernemers in de keten is het noodzaak de juiste partners te selecteren en te blijven investeren in nieuwe rassen, duurzame en efficiënte teeltsystemen en slimme logistiek.

Strak georganiseerde ketens profiteren van groei

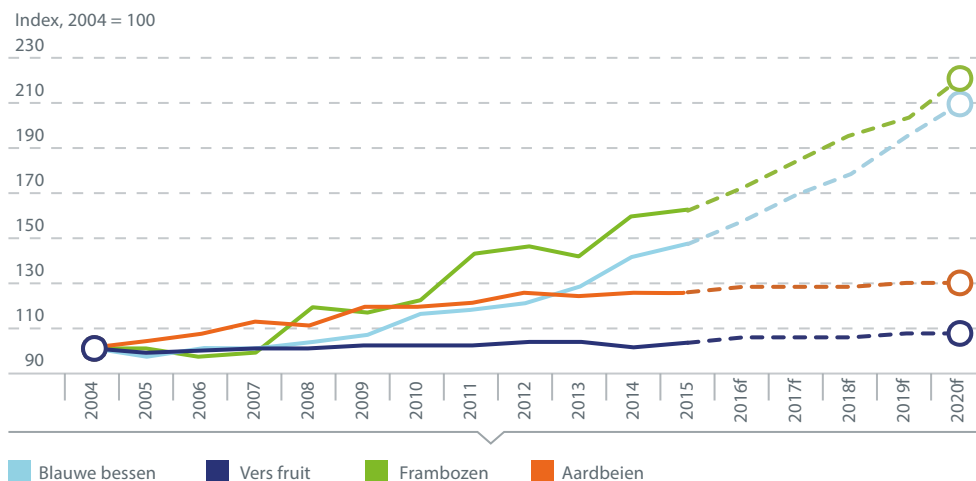
De bomen lijken wel tot de hemel te groeien in de zachtfruitsector (aardbeien, frambozen, bramen en alle soorten bessen voor de versmarkt). De consumptie van vers zachtfruit blijft toenemen, naar verwachting in de komende jaren met minimaal 7%. De consumptiegroei van de totale vers fruitcategorie is daarentegen vrijwel nihil (Figuur 1). Niet iedereen zal kunnen profiteren van de enorme groeipotentie. Voor het leveren van een volledig zachtfruitpakket aan de grotere retailketens zien we het meeste perspectief voor deels geïntegreerde zachtfruitleveranciers/-handelspartijen met voldoende schaalgrootte. Op lange termijn zullen er in de EU ongeveer tien van deze spelers overblijven om grote foodservice- en retailketens te bedienen.

Schaalgrootte is om verschillende redenen belangrijk voor zachtfruitleveranciers met de ambitie om het volledige assortiment rechtstreeks aan grote klanten te leveren.

Dit vanwege:

- de vraag naar grote uniforme partijen fruit;
- efficiënte benutting van logistiek, opslag-, sorteer-, en verpakkingscapaciteit;
- opbouwen internationaal sourcingnetwerk;
- capaciteit om kwaliteitscontroles en -borging te kunnen opzetten en het managen van mvo-issues, marketing en productvernieuwing.

Figuur 1
Consumptiegroei van zachtfruit in de EU overtreft de consumptiegroei van vers fruit als totaal



Bron: Rabobank berekening op basis van Euromonitor, FAOSTAT en Eurostat, 2016.

Ketensamenwerking is noodzakelijk om kwaliteit en jaarrond beschikbaarheid te garanderen. Het 'traditionele handelsmodel' dat in Europa lange tijd gangbaar was in de AGF-handel is hiervoor niet geschikt (Figuur 2). Dit model wordt gekenmerkt door veel tussenschakels in de keten die op transactiebasis met elkaar samenwerken. Hierdoor zijn er relatief grote prijsschommelingen en is het aanbod veelal niet uniform. Telerscoöperaties kunnen een rol spelen in het bij elkaar brengen, vermarkten en eventueel sorteren en verpakken van het aanbod van de vele individuele telers. In Nederland, België, Polen, Spanje en Frankrijk zijn hier vele voorbeelden van. Meestal zijn deze telerscoöperaties actief in het leveren van een beperkt aantal seizoensproducten, zoals aardbeien aan exporteurs, groothandelaren of service providers. In een enkel geval zijn deze coöperaties voorwaarts geïntegreerd en leveren ze een volledig zachtfruitpakket aan supermarkten.

Figuur 2



Bron: Rabobank, 2016.

Steeds vaker zien we zachtfruitleveranciers/-handelaren die een compleet jaarrond assortiment sourcen van telers(coöperaties) waarmee ze nauw samenwerken: het zogeheten 'achterwaarts geïntegreerde model'. Meer en meer zijn deze leveranciers ook nauw betrokken bij teelt en rassenkeuze. Ze werken voor langere tijd samen met telers en veredelaars. Door de hechte samenwerking kan beschikbaarheid en kwaliteit gemanaged worden. Dit in plaats van zelf telen, met alle risico's en kapitaalsbeslag van dien. Sommige zachtfruitleveranciers hebben wel deels eigen teelt of verbinden zich op andere manieren aan telers. Bijvoorbeeld door oogstfinanciering, het leveren van plantmateriaal of het verstrekken van leningen voor het opzetten van nieuwe teelt.



Enkele telers hebben de omvang en marketingcapaciteiten om voorwaarts te integreren en zelf direct aan grote klanten te leveren. Dit 'voorwaarts geïntegreerde model' zien we in Europa nog relatief weinig. In de VS, waar de teeltbedrijven gemiddeld aanzienlijk groter zijn, komt het vrij veel voor. We verwachten dat dit type keten ook in de EU verder zal oprukken, als de schaalvergroting in de teelt doorzet en retailers toenadering blijven zoeken tot telers. In de vollegrondsgroenteteelt zien we al in diverse landen, waaronder het VK, Duitsland en Nederland, zeer grote telers die direct supermarktketens beleveren met bijvoorbeeld een compleet assortiment sla.

Een volledig geïntegreerde keten van veredelaar tot winkelschap is nog zeldzaam. Reden daarvan is dat het veel expertise en aandacht vergt op zeer verschillende gebieden en erg kapitaalsintensief is. Zelfs een bedrijf als Driscoll's, dat vaak wordt gezien als volledig geïntegreerd, is wel sterk betrokken bij de teelt, maar doet de vermeerdering en teelt van het zachtfruit uiteindelijk niet zelf.

Uiteindelijk verwachten we dat het 'deels geïntegreerde model' voor het bedienen van grote klanten het enige succesvolle ketenmodel is. Dit kan zowel een voorwaarts geïntegreerde teler zijn, als een achterwaarts geïntegreerd handelsbedrijf (leverancier). Belangrijk is dat de keten kort en transparant genoeg is om de informatiestroom van consument naar veredelaar en de productenstroom van veredelaar naar consument zo optimaal mogelijk te laten verlopen.

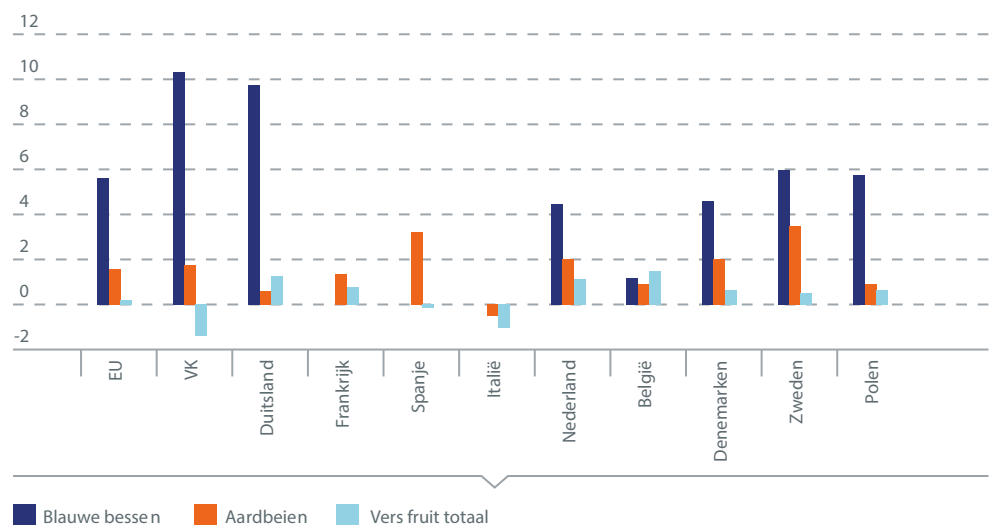
Flinke marktpotentie zachtfruit

Zal de EU in de voetsporen treden van de VS, waar zachtfruit de belangrijkste categorie in het AGF-schap van supermarkten is, nog voor appels en sinaasappels? Waarschijnlijk niet, maar de consumptie is in de afgelopen jaren wel fors gegroeid (Figuur 3).

De lage marktpenetratie van zachtfruit biedt nog veel groeipotentie. De huidige marktpenetratie van aardbeien in de EU ligt op ongeveer 80%, die van blauwe bessen en

Figuur 3
Sterke verschillen in (zacht)fruit consumptie binnen de EU

Gemiddelde jaarlijkse groei 2010-2015, %



Bron: Euromonitor, 2016.

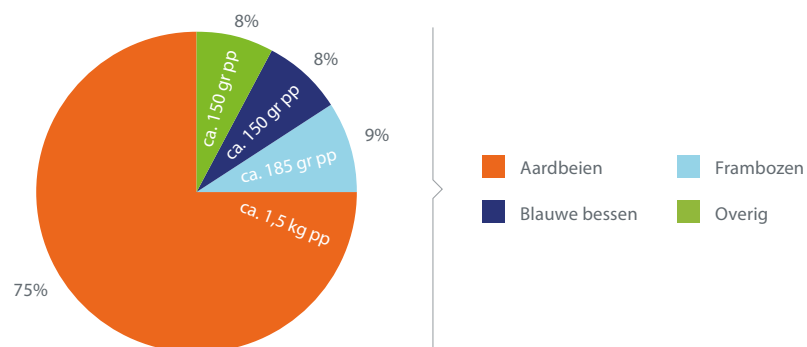


frambozen op 15% en van bramen op 5%¹. Minder dan 1 op de 6 consumenten koopt dus minimaal eens per jaar blauwe bessen.

Het Verenigd Koninkrijk vervult een voortrekkersrol in de consumptiegroei van zachtfruit. Volgens de 'British Summer Fruits Association' is de marktwaarde van de zachtfruitcategorie in het Britse retailkanaal in 2015 de mijlpaal van GBP 1 miljard gepasseerd: een verdubbeling binnen een decennium. Hoewel aardbeien nog steeds de helft van de totale marktwaarde voor hun rekening nemen, zijn blauwe bessen en frambozen de sterkste groeiers in het Britse zachtfruitschap. Blauwe bessen vormen al een kwart van de Britse retailverkopen in zachtfruit. De consumptiegroei is mede te danken aan het gezonde imago van de blauwe bes. De populariteit van biologisch zachtfruit nam in de afgelopen twee jaar eveneens sterk toe. Tesco, de grootste supermarktketen in het VK, meldde dat de verkoop van biologisch zachtfruit in 2015 met 34% was gegroeid. Het totale biologische fruitassortiment groeide met 8%. In Duitsland en andere Noord-Europese landen zoals Nederland, Denemarken, Zweden, Finland, Polen en de Baltische Staten is zachtfruit ook aan een opmars bezig. In Frankrijk, Spanje en Italië zien we echter nog nauwelijks groei.

De aardbei is nog verreweg het meest gegeten zachtfruit (Figuur 4). Naar verwachting neemt het aandeel van de aardbei in de totale zachtfruitconsumptie in de komende jaren gestaag af, zoals ook in het VK is gebeurd. Diverse factoren spelen een rol in de sterke groei en verandering van de zachtfruitconsumptie. Een van die factoren is de 'superfood'-status van zachtfruit die veelvuldig wordt uitgelicht in de media. Naast het gezonde karakter van bessen en aardbeien wordt het fruit ook gezien als lekker, gemakkelijk en veelzijdig. Zachtfruit past perfect binnen de snacktrend. Een ander pluspunt van zachtfruit is dat het in verschillende gerechten op vele eetmomenten gebruikt kan worden, als yoghurttopping, op gebak, gecombineerd met kaas etc. Volgens onderzoek van Kantar World Panel, wordt in het VK het meeste zachtfruit bij het ontbijt en diner genuttigd. Daarnaast laat dit onderzoek zien dat er een sterke positieve samenhang is tussen inkomensniveau en bestedingen aan zachtfruit. Dit maakt het voor supermarkten interessant om een aantrekkelijk zachtfruitassortiment te voeren. Het trekt namelijk klanten met hogere inkomens aan.

Figuur 4
Aardbeien zijn dominant in de EU zachtfruitconsumptie



Bron: Rabobank schatting op basis van verschillende zachtfruitbronnen en officiële nationale statistieken, 2016.

¹ Interpretatie van Driscoll's interview in <http://www.freshfruitportal.com/news/2014/02/26/lets-sell-berries-through-the-lens-of-the-consumer-says-driscolls>



Voor supermarkten kan het zachtfruitschap een onderscheidende factor zijn, mits het goed gemanaged en gepresenteerd wordt. Daarbij spelen diverse facetten een belangrijke rol:

- jaarrond beschikbaarheid;
- kwaliteit (smaak, textuur, bewaarbaarheid), waarbij houdbaarheid (soms tot wel 8 weken) niet ten koste mag gaan van de smaak;
- duurzaamheid: de kritiek omtrent gewasbescherming, transportafstanden, watergebruik, de omgang met arbeid en andere duurzaamheidsissues worden steeds strenger, niet alleen vanuit de overheid maar ook vanuit supermarktketens zelf, onder invloed van NGO's;
- promotie: de juiste verpakkingen en acties.

Een lagere retailprijs van zachtfruit zal een extra boost aan de verkoop geven. Dit vraagt wel om kostenverlaging in de keten. Uitgebreid onderzoek in de VS naar de prijselasticiteit van de vraag naar zachtfruit laat zien dat deze ligt tussen -1,26 en -1,88². Dat betekent dat de vraag vrij sterk reageert op prijsveranderingen: bij een waarde van -1,26 leidt een prijsdaling van 10% tot een vraagstijging van 26%. Dezelfde studie ontdekte ook zogenaamde 'spill over-effecten', wat betekent dat een promotie of actie van de ene zachtfruitsoort kan leiden tot een vraagstijging van andere zachtfruitsoorten.

Aardbeien: beweging naar kwaliteit en intensivering

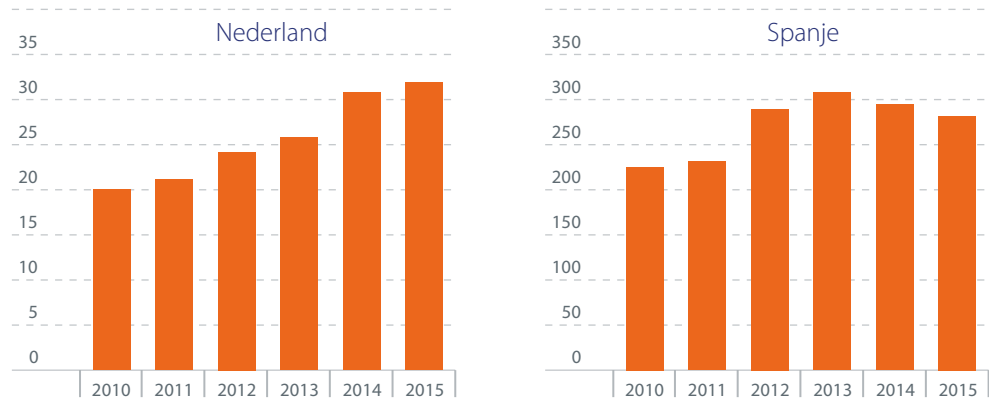
De aardbei is en blijft het grootste product in het zachtfruitpalet. Hoewel de markt relatief volwassen is, betekent dit niet dat de sector stilstaat. De aardbeiensector zit nog midden in de ommezwaai van een relatief gefragmenteerde seizoensmatige teelt naar een meer kapitaalsintensievere teelt met langere teeltseizoenen en kwaliteitsverbetering. Deze ontwikkeling wordt sterk gedreven door de toegenomen vraag naar kwaliteit. De consument wil smaakvolle aardbeien met de textuur van de Noord-Europese rassen.

Hier ligt een uitdaging voor de aardbeiensector. Spanje is in Europa het grootste productie- en exportland van aardbeien. De export van Spaanse aardbeien naar Noord-Europese bestemmingen in de wintermaanden lijkt echter onder druk te staan in de afgelopen jaren. Dat komt vooral doordat deze aardbei in delen van Europa minder lekker gevonden wordt dan wat men in het 'eigen' teeltseizoen in de zomer gewend is. Mede hierdoor is het productieseizoen in Noord-Europa verlengd. Ook zijn de volumes en kwaliteit meer consistent door gebruik van substraat, stellingen en overkappingen. De hogere opbrengsten per ha, het verlaagde oogstrisico, de lagere arbeidskosten en betere arbeidsomstandigheden compenseren de hoge investeringen. Deze relatief dure kasaardbei in de winter verwierf vanwege zijn superieure smaak ten opzichte van geïmporteerde aardbeien een eigen plek in het schap. Ondanks de gestage exportgroei van de Nederlandse aardbei, blijft de Spaanse aardbei dominant (Figuur 5). Het Spaanse areaal aardbeien bedroeg 7.500 ha in 2015 (Magrama, 2016). In Nederland bedroeg het areaal aardbeien in de open grond 1.410 ha, terwijl het areaal aardbeien in plastic en glazen kassen respectievelijk 50 en 280 ha was (CBS, 2016). De glasteelt liet in het afgelopen decennium een gestage toename zien, terwijl de teelt in de open grond schommelde tussen 1.250 en 1.490 ha.

² zie Kristina Sobekova, Michael R. Thomsen & Bruce L. Ahrends "Market trends and consumer demand for fresh berries", Agroiinform Publishing House, Budapest.

De investeringen in teelt hebben niet alleen geleid tot een langer seizoen, maar ook tot een hogere productiviteit. In Nederland nam de productie (open grond + bedekt) met 48% toe bij een areaalstijging van 16%. In het VK steeg de productie van aardbeien in het afgelopen decennium met 99%, terwijl het areaal met 31% groeide.

Figuur 5
Export Nederlandse aardbeien versus Spaanse aardbeien
Export in miljoen kg



Bron: Rabobank op basis van GroentenFruitHuis/KCB en Eurostat, 2016.
Opmerking: export Nederlandse aardbeien is exclusief de re-export van geïmporteerde aardbeien.

Een nog sterkere concurrentiedreiging van de Mediterrane aardbei in de winter is op langere termijn niet uit te sluiten. Het is veredelaars er veel aan gelegen een aardbei voor de grote teeltgebieden in Zuid-Europa te ontwikkelen die qua smaak en textuur kan concurreren met de kasaardbei. Voor Nederlandse aardbeientelers betekent dit dat ze continu uitgedaagd worden verder te investeren in efficiency, jaarrond beschikbaarheid en superieure kwaliteit. Voorzichtigheid is geboden om de markt niet te overvoeren, want door de intensivering van de teelt stijgt de productie ook zonder uitbreiding van het areaal. Telers van een goed product zullen de beste partners in de keten moeten selecteren om deze kwaliteitsaardbeien ook als zodanig te vermarkten.

Blauwe bessen: forse expansie en kwaliteitsverbeteringen

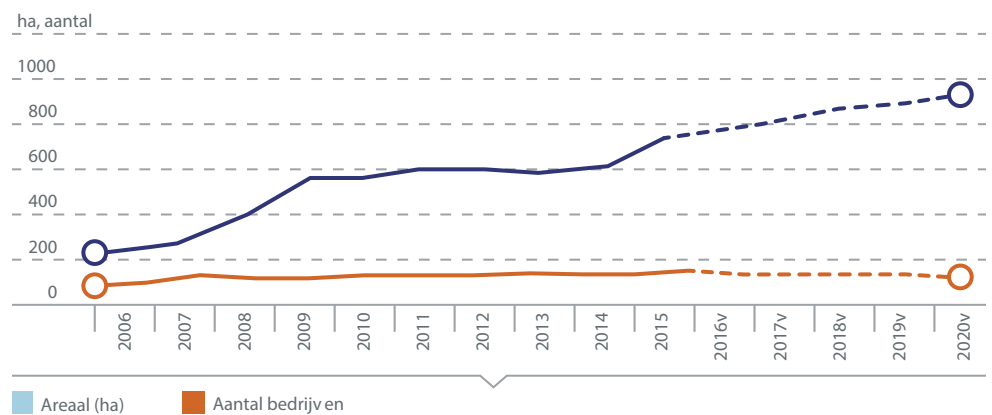
Smaak is ook in de blauwe-bessensector het magische woord. De jaarrond vraag naar kwalitatief goede blauwe bessen neemt vrijwel overal in de wereld snel toe. Dit leidt tot een uitbreiding van de productie binnen en buiten de EU en een ontwikkeling naar grotere en efficiëntere vraaggerichte spelers.

Het in de EU geproduceerde volume blauwe bessen is naar schatting 75 duizend ton op zo'n 11.000 ha. Driekwart daarvan komt uit Polen, Duitsland en Spanje. Ongeveer 95% van de Europese productie wordt vers verkocht, terwijl dat bijvoorbeeld in Noord-Amerika 56% is. De snelle expansie van het blauwe-bessenareaal in de EU met circa 10% per jaar in het afgelopen decennium leidde door de sterke vraagstijging vooralsnog niet tot overaanbod. Om de toekomstige vraagtoename van minimaal 8.000 ton per jaar bij te benen, is minimaal 1.000 ha extra nodig per jaar, waarvan 200-300 buiten de EU. Nederland speelt hierin een beperkte rol met een areaal van 740 ha in 2015 (Figuur 6). Dit areaal is wel fors gegroeid, vooral bij de bestaande telers.



De belangrijkste blauwe-bessenleverancier voor het noordelijk halfrond (Noord-Amerika, Europa, China) in de winter is Chili. Dat land neemt ruim een derde van de totale wereldwijde export voor zijn rekening. Chili blijft een gigant in blauwe bessen, al gaan relatieve nieuwkomers als Peru en Zuid-Afrika in de komende jaren ongetwijfeld een graantje meepikken van de jaarrond sourcing. Voor de EU is behalve de invoer vanuit het zuidelijk halfrond ook de invoer vanuit mediterrane landen in het voorjaar belangrijk om het gehele jaar bessen in het schap te hebben. Spanje, Marokko en Portugal ontwikkelden zich tot belangrijke leveranciers van blauwe bessen op de EU-markt in het voorjaar. Verschillende partijen investeerden in de afgelopen jaren in blauwe bessen in het Middellandse Zeegebied. Het gaat niet alleen om lokale spelers, maar ook om handelspartijen uit Noord-Europa en investeerders (bedrijven uit andere agrarische sectoren, vermogende particulieren, fondsen). In Roemenië worden momenteel eveneens honderden hectares blauwe bessen aangeplant.

Figuur 6
 Areaal blauwe bessen in Nederland neemt toe, veranderingen in aantal bedrijven beperkt



Bron: Rabobank op basis van CBS, 2016. V=voorspelling.

De oostelijke lidstaten van de EU zijn vanwege de relatief lage grond- en arbeidskosten een aantrekkelijke optie voor de teelt van blauwe bessen. In Polen, het grootste productieland in de EU, wordt al een halve eeuw blauwe bessen geteeld. Polen zal ook naar verwachting een belangrijk productieland blijven, ondanks de uitdagingen: de versnippering van de sector, de stijgende arbeidskosten, het klimaat (vooral de soms strenge vorst in de winter en vorst in het voorjaar) en een gebrek aan voldoende kwalitatief aanbod in het vroege en late seizoen. De voorlopers in de sector werken hard aan het managen van deze uitdagingen. Een ander groot teeltgebied met groeipotentie, vooral in het late seizoen, zijn de Baltische staten. Ze concurreren met bessen uit bijvoorbeeld Schotland die in dezelfde periode op de markt zijn, maar tegen veel hogere kosten geteeld worden. De teelt van biologische bessen is eveneens kansrijk in de oostelijke EU-landen (vooral Polen, Baltische Staten), waar momenteel al de meeste biologische blauwe bessen, frambozen en bramen vandaan komen.

Niets lijkt de groei van blauwe-bessenproductie in de EU te kunnen stoppen. Toch zal de sector veel voorwaarden moeten invullen om de groei veilig te stellen:

- kwaliteit (smaak, textuur, versheid en houdbaarheid) is een kritische succesfactor voor het verder tot wasdom komen van de blauwe-bessenmarkt. De juiste rassenkeuze wordt steeds belangrijker. In de afgelopen decennia kwam de veredeling in een stroomversnelling. De veredeling is van oudsher vooral in de VS geconcentreerd bij universiteiten, maar in toenemende mate zijn ook commerciële partijen in de VS, in Australië en EU blauwe bessen gaan veredelen;
- behoud van de concurrentiepositie door efficiency en consistentie in beschikbaarheid en kwaliteit. Dit kan bereikt worden door meer gecontroleerde productie (tunnels, hagelnetten), andere teeltmethoden (bijvoorbeeld in substraat en/of in containers), mechanisering van de oogst en automatisering van de bewaring, sortering en verpakking van bessen. Onderbenutting van bewaar-, sorteer- en verpakkingscapaciteit komt echter veel voor in de EU, vooral buiten het seizoen. Verdere consolidatie van deze activiteiten ligt dan ook voor de hand;
- controle over ziektes en plagen, zoals de Suzukii vlieg, terwijl de beperkingen op het gebruik van gewasbescherming alleen maar toenemen;
- uitsluiten van voedselveiligheidsincidenten, die zich heel beperkt voordoen maar waarvan de impact zeer groot is bij een eventueel incident.

Om deze uitdagingen het hoofd te kunnen bieden, staat de Nederlandse blauwe-bessen-teelt aan de vooravond van verdere efficiëncyslagen en ketensamenwerking. Vooral de bestaande telers groeien verder, omdat de toenemende investeringskosten per hectare een toetredingsdrempel opwerpen voor nieuwkomers. Daarnaast hebben zij voordeel van de al opgebouwde kennis en ervaring. Als telers en ketenpartners op diverse fronten intensiever met elkaar samenwerken, kan er nog meer uit de markt worden gehaald. Telers kunnen meer teeltkennis uitwisselen, samen en met hun ketenpartners de promotie oppakken en het vermarkten en verpakken meer consolideren om ketenkosten te reduceren.

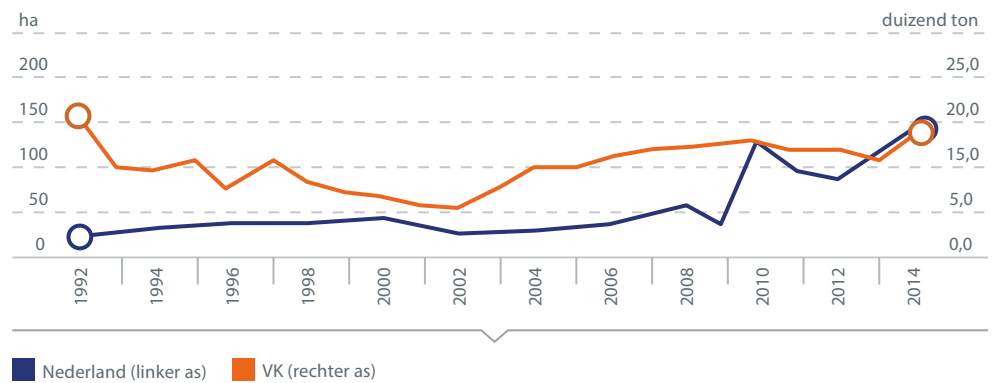


Frambozen en bramen: volop in ontwikkeling

De succesvolle introductie van nieuwe rassen en beter plantmateriaal zorgden in de frambozen- en bramensector voor een grote doorbraak. Dankzij de verbeterde jaarrond beschikbaarheid van zoetere, grotere en stevigere vruchten bloeide de consumptie op en vereenvoudigde de handel. Bedrijven als Driscoll's, Berryworld en Sant Orsola lieten zien dat samenwerking en afstemming in de keten belangrijk is om successen te boeken met delicate nicheproducten als bramen en frambozen.

De opleving van de frambozensector wordt geïllustreerd door de ontwikkelingen in de productie in het VK en in Nederland. Deze zit sinds een jaar of tien weer duidelijk in de lift, na een aantal jaren van stilstand of zelfs achteruitgang. Het VK is na Polen een van de grootste productielanden van frambozen in de EU. In de EU wordt ongeveer 180.000 ton frambozen geteeld op zo'n 39.000 ha. Polen is verantwoordelijk voor 70% van de EU-productie, al is een groot deel daarvan bestemd voor verwerking in jam, diepvriesfruit, sappen etc. Spanje ontwikkelde zich tot een groot exportland van frambozen en bramen. Het is momenteel het derde grootste exportland in de wereld, na de VS en Mexico. Terwijl de wereldwijde export van frambozen en bramen in de afgelopen tien jaar met gemiddeld 4% per jaar toenam, groeide de export vanuit opkomende exportlanden als Spanje, Portugal en Marokko jaarlijks respectievelijk gemiddeld 14%, 48% en 68%.

Figuur 7
Opleving frambozenproductie in VK en Nederland



Bron: Rabobank op basis van DEFRA, 2015 en CBS, 2016.

Productieseizoenen werden steeds langer door overlapping van de productie en door het planten van vroege en late rassen. Dat geldt voor zowel de exportgerichte productie-landen als voor landen die vooral voor de binnenlandse markt produceren, zoals het VK.

Hoewel de frambozenteelt zich in de afgelopen tien jaar sterk ontwikkelde, is ze nog allesbehalve volwassen. In de komende jaren zullen veel telers betere soorten aanplanten en de productie uitbreiden. Diverse bronnen uit de sector bevestigen dat er nog vele nieuwe rassen in de pijplijn zitten bij veredelaars. Dat zijn in toenemende mate private rassen en minder vaak vrije rassen. Plantenkwekers zetten bovendien grote stappen in de opkweek van goed plantmateriaal. Daarnaast wordt nog volop geïnvesteerd in bedekte en belichte teelt. Het is de vraag of de bedekte teelt in Noord-Europa op termijn kan concurreren met goedkopere productie uit zuidelijke teeltgebieden. Zeker als de kwaliteit vanuit die gebieden blijft verbeteren. Nederlandse telers die hierin investeren, zullen dan ook lange termijn commitment moeten zoeken bij partners verderop in de keten. Zo kunnen ze de risico's in afzet (volume, prijs) beperken.



Overig zachtfruit: interessante niches

Naast de vier grootste zachtfruitsoorten zijn er nog vele andere bessensoorten, zoals cranberries, zwarte en rode bessen, kiwibessen, kruisbessen, de ananasaardbei, goji bessen en honingbessen. Dit zijn veelal seizoensmatige aanvullingen in het zachtfruitschap en ze liften mee op de toenemende vraag naar de grotere zachtfruitsoorten. Het is niet te verwachten dat een van deze overige soorten snel een grote categorie in de supermarkt wordt. Voor telers en leveranciers kunnen de kleinere soorten wel interessant zijn als seizoensproduct, als specialisatie, niche, of voor specifieke klanten (bijvoorbeeld in de horeca) of voor de verwerking (broodbeleg, puree, sappen, diepvries, of als ingrediënt voor de zuivel- en bakkerijindustrie). Voor supermarktketens en speciaalzaken kan het aantrekkelijk zijn een (onderscheidend) nicheproduct in het zachtfruitschap te hebben en daarmee publiciteit te genereren. Voor zachtfruitleveranciers kan een nicheproduct deuren openen bij de retail en voor telers kan het interessant zijn om een zachtfruitsoort te telen dat alleen in specifieke klimatologische omstandigheden gedijt. De concurrentie is dan minder hevig dan bij bijvoorbeeld de blauwe bes.

Rabo Kennis App

Speciaal voor ondernemers is de Rabo Kennis App ontwikkeld. Daarmee vergaart u snel en gemakkelijk kennis op macroeconomisch en sectorniveau. Hierdoor blijft u op de hoogte van wat er speelt, zodat u beter kunt anticiperen op economische ontwikkelingen in uw branche. De app is gratis beschikbaar voor iPad, Android en overige iOS.



Meer informatie?

<https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/tuinbouw>

Auteurs

Cindy van Rijswick
analist F&A Research and Advisory
cindy.van.rijswick@rabobank.com

Arne Bac
Sectormanager Tuinbouw
Food & Agri Nederland
arne.bac@rabobank.nl

Conclusies

De EU-markt voor blauwe bessen, frambozen en bramen bloeit. Consumptievolumes zullen in de komende vijf jaar met gemiddeld minimaal 7% per jaar toenemen. De aardbeienmarkt is al wat meer volwassen en zal met een kleine 2% per jaar groeien. Verbeteringen in beschikbaarheid, kwaliteit, betaalbaarheid en promotie van gezondheid, veelzijdigheid en gebruiksmomenten moeten de markt verder aanjagen. De spelers die het best toegerust zijn om dat voor elkaar te krijgen, zijn partijen die waarde toevoegen voor hun partners in de keten. Ongeveer tien zachtfruitleveranciers zullen in de toekomst de grote retail- en foodserviceketens in de EU beleveren. Deze zachtfruitspecialisten van de toekomst werken nauw samen met andere schakels in de keten.

Het sourcen van een compleet zachtfruitpakket blijft complex omdat lokale productie gecombineerd moet worden met importstromen uit diverse productiegebieden binnen en buiten de EU. Voor lokale productie in Nederland blijft perspectief, ook in kassen, ondanks de productiegroei in goedkopere regio's in Oost- en Zuid-Europa. De concurrentie vanuit deze landen zal wel toenemen, vooral in de weken dat seizoenen overlappen. Er wordt in opkomende teeltgebieden door verschillende partijen (telers, zachtfruitleveranciers en investeerders) geïnvesteerd in uitbreiding en verbetering van de productie. Voor bijna alle klimatologische omstandigheden zijn goede rassen beschikbaar.

De lat komt voor alle spelers in de zachtfruitsector hoger te liggen. Telers in Nederland zullen zich nog meer moeten onderscheiden op superieure productkwaliteit (smaak, textuur, verpakkingsconcept) om de concurrentiedreiging te tackelen. Uitbreiding van productie zal voorzichtig en in overleg met ketenpartners moeten gebeuren. Overaanbod ligt op de loer, vooral voor aardbeien. Het kiezen van de juiste rassen en de juiste route naar de consument wordt nog belangrijker. Rassen zullen in de toekomst vaker dan in het verleden vervangen worden. Daarnaast wordt duurzaamheid nog meer een 'license to produce'. Er blijft een reële kans op ziektes en plagen bestaan, terwijl het gewasbeschermingsmiddelenpakket verder ingeperkt wordt.

De snel groeiende zachtfruitmarkt trekt ook nieuwkomers aan. Maar gelukszoekers zullen alleen duurzaam succes boeken als ze samen met de juiste ketenpartners een plan voor de lange termijn hebben. Alleen grote partijen die samenwerken met kundige efficiënte telers en de beste veredelaars en vermeerderders zullen tot de winnaars in deze sector behoren. Prijs zal uiteindelijk niet de onderscheidende factor zijn, kwaliteit (smaak) en beschikbaarheid zijn dat wel.