

11 OKTOBER 2021

Marge-onderzoek Agro-nutrimonitor van de ACM (verse melk, varkensvlees, tomaat, spruitjes, peer, aardappelen en ui) 2021

Analyse door LTO Nederland, POV, Glastuinbouw NL, NFO en Biohuis

LTO reageert op de resultaten van het tweede marge-onderzoek door Wageningen UR in opdracht van de ACM (Agro-nutrimonitor) die vandaag zijn gepubliceerd. Deze reactie is mede namens de Producenten Organisatie Varkenshouderij (POV), Glastuinbouw Nederland, GroentenFruit Huis, de Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO) en Biohuis.

De organisaties hebben waardering voor de inspanningen van LNV en ACM om met de Agro-nutrimonitor land- en tuinbouwmarkten transparanter te maken, met inbegrip van de verdeling van de marges in de keten. Maar de organisaties vinden dat de monitor nog steeds weinig zegt over de mechanismes achter de procentuele marges. Hiervoor bestaan een aantal redenen die hieronder worden uiteengezet.

1. Duurzamer produceren vraagt om zekerheid van meerprijs voor producenten

Nederlandse boeren en tuinders produceren al duurzaam maar de monitor wil antwoord geven op de vraag of nog duurzamer produceren voldoende beloond wordt door de markt. De primaire land- en tuinbouw voert vooral concepten als *'On the Way to Planet Proof'*, Beter Leven en GlobalGAP terwijl de Agro-nutrimonitor vooral aandacht schenkt aan biologisch. Dat is prima, maar er zijn ook andere keurmerken. Zo zijn er ook groente- en fruittelers met het Planetproof keurmerk.

Boeren en tuinders willen zeker nog meer stappen zetten, zoals voor klimaat, biodiversiteit en dierenwelzijn, maar ze worden ook geconfronteerd met sterk stijgende kosten, zoals voor energie, veevoer en kunstmest. Het aanvullende onderzoek door CentERdata in opdracht van de ACM toont dat consumenten onvoldoende bereid zijn meer te betalen voor duurzamer product. Boeren en tuinders weten dat: "prijs" is heel belangrijk voor de inkoop. En als je investeert in duurzaamheid, wil je zekerheid voor langere tijd. Een boer en tuinder heeft één of enkele producten waar alles van af hangt. Voor een retailer is het één van de vele producten. Uit de Agro-nutri monitor 2021 blijkt onder andere dat de melkveehouderij verliesgevend is. In de meeste sectoren is het aandeel biologisch in de productie 2 à 3%. De onderzoekers geven aan dat er bij spruitjes, peren en uien te weinig deelname was van biologische telers, dus het is lastig om betrouwbare conclusies te kunnen trekken. Alleen bij consumptie-aardappelen rapporteren de onderzoekers groei van het aandeel biologisch. In sommige sectoren, zoals melkveehouderij en varkenshouderij, is er een wachtlijst van boeren die willen omschakelen maar dat niet kunnen omdat de markt tekort schiet.

In de sector heerst grote zorg of de gestegen kosten de komende doorberekend kunnen gaan worden. Oktober is voor veel boeren en tuinders de maand dat ze plannen maken voor 2022. Het risico ligt vaak bij de boer en tuinders.

2. Product- en marktkeuze

De invloed van de internationale markten wordt in de monitor nu wel genoemd maar blijft in de dataverzameling nog buiten beschouwing. Daarom biedt de monitor nog een te beperkte blik. De Nederlandse land- en tuinbouw is onderdeel van de Europese en internationale markten. Nederlandse producten worden geëxporteerd (bijvoorbeeld meer dan 90% van de uien, peren en tomaten) en buitenlandse producten worden geïmporteerd. Er liggen nu bijvoorbeeld aardappelen uit Israël op het Nederlandse schap. Retail en /of groothandel bepalen of Nederlandse of

buitenlandse producten worden verkocht aan Nederlandse consumenten. Vaak is de keus prijsgedreven. Daarnaast gaat er ook product naar horeca en specialzaken.

In de varkenshouderij is vierkantsverwaarding belangrijk voor het rendement. In de zuivel heeft de monitor gekeken naar verse producten, maar zeker 55% van de Nederlandse melk wordt verwerkt tot kaas. Bij tomaat is ook maar naar een beperkt deel van het sortiment gekeken.

Voor biologisch geldt EU-wetgeving, maar PlanetProof is buiten Nederland nog nauwelijks gevraagd. Dit is ook de reden dat voor groenten- en fruittelers die gericht zijn op export, PlanetProof minder interessant is.

3. Betekenis van de aangeleverde data

De data zijn afkomstig van bedrijven, maar de berekende marges hangen af van de kosten die deze bedrijven zelf opgeven, zonder accountantsverklaring. Dit hebben wij vorig jaar ook al aangegeven. De onderzoekers kunnen niet instaan voor de onderbouwing. Het gaat bovendien om groepsgemiddelden en niet om kosten per product. De bedrijven geven kennelijk aan kosten niet per product te kunnen toerekenen. In de praktijk is bekend dat 'cross subsidization' vaak aan de orde is op het schap: sommige producten worden tegen verlies aangeboden om consumenten te lokken die dan ook andere producten – met een gezonde marge – meepikken. Supermarkten meldden aan de onderzoekers veel te stunten met vlees, want hier wordt op geconcurrereerd.

Bovendien wordt niet duidelijk hoeveel bedrijven nu rekenen voor bijvoorbeeld koelen of transport. In de tuinbouw vervult de handel steeds vaker de rol van service provider tegen kostprijs aan teler of producentenorganisatie. Bovendien zijn er veel samengestelde producten.

Voorbeeld uit de praktijk: voor consumptie-aardappelen van een bepaald ras krijgt de akkerbouwer op dit moment 17 eurocent per kg geboden. De prijs in Albert Heijn voor datzelfde ras is 2,58 euro per kg. Het verschil is onverklaarbaar groot. Bij uien is er ook sprake van een gat van zeker 50 cent per kg. Dat kan je niet verklaren uit toe te rekenen kosten voor transport, verpakking, koelen en derving.

De cijfers over de primaire productie zijn afkomstig uit het bestaande Bedrijfsinformatie Netwerk (BIN). Ook bij de representativiteit van die cijfers voor de hele sector hebben de organisaties twijfels. Uit het BIN blijkt bijvoorbeeld dat de meerprijs voor 'beter leven' voor varkenshouders uitkwam op 3 cent per kg. In de praktijk blijkt dat het verschil rond de 10 cent ligt.

Procentuele marges zeggen weinig: 4% marge voor een supermarkt met een jaaronzet van 10 miljard euro is 400 miljoen euro. Voor een landbouwbedrijf met een omzet van een half miljoen betekent het een gezinsinkomen van 20.000 euro. De diversiteit tussen bedrijven is groot. Er worden al heel gauw appels en peren vergeleken. Uit wat de monitor toont, kunnen niet zo makkelijk conclusies getrokken worden. Focus van de Agro-nutrimonitor ligt nog steeds op marges, maar in de retail zijn omloopsnelheid en omzet belangrijkere indicatoren.

4. Meetperiode

Per jaar kan de inkomenssituatie in de land- en tuinbouw aanzienlijk verschillen als gevolg van marktontwikkelingen, het weer, ziekten/plagen en andere calamiteiten. De primaire sector heeft vaak te maken met dagprijzen. Risico's wordt vooral afgewenteld op boeren en tuinders en dat laten de onderzoekers buiten beschouwing. In 2020 speelde de coronapandemie, met grote gevolgen voor bedrijven die verkopen aan food service en horeca, terwijl de retail open bleef en prima omzetten

draaide. De onderzoekers geven echter aan dat het jaar 2020 nog niet is meegenomen in de analyses.

De organisaties merken op dat prijzen van veel land- en tuinbouwproducten in de jaren 50, 60, 70 en 80 hoger waren dan nu. De kosten op de land- en tuinbouwbedrijven zijn wel fors gestegen. Er mag ook meer gezegd worden over prijzen in relatie tot inkomen. In 1960 gaf de doorsnee Nederlander 30% van zijn inkomen uit aan voedsel en dranken. Nu is dat zo'n 12%. Dat mag vermeld en nader uitgewerkt zodat de lezer de context van de monitor beter kan begrijpen.

5. Rendement op investeringen wordt niet gemeten

Het is bekend dat land- en tuinbouwbedrijven kapitaalsintensief zijn. Het rendement op investeringen ligt er meestal veel lager dan elders in de keten. Een groot bedrijf toe kan met een veel kleinere marge dan een klein bedrijf. Het alleen weergeven van margeverdeling in de keten zoals de monitor nu doet, geeft een verkeerde beeldvorming. Marges zijn nadrukkelijk niet hetzelfde als rendement.

6. Prijsverschil gangbaar – biologisch winkelvloer veel groter dan bij boer

Bij de vergelijking van winkelprijzen van gangbaar en biologisch, worden verschillen gevonden van 50-100% en zelfs meer. Dit kan niet goed verklaard worden uit meerkosten die de ketenpartijen volgens eigen opgave maken. Zo ondergaan een biologische en gangbare ui na de oogst dezelfde behandeling (drogen, sorteren, verpakken, labelen, vervoer, opslag). Toch is het prijsverschil op de winkelvloer veel groter dan bij de boer/tuinder, zowel in euro's als procenten. De monitor kijkt echter niet naar de realiteit op de winkelvloer en het boerenerf. De monitor zou echter moeten proberen de prijsverschillen die iedereen met eigen ogen iedere dag kan zien, te verklaren met ontvangen kostenopgaven. Zo wordt door retailers aangegeven dat van biologisch meer product onverkocht blijft dan van andere segmenten.

Opgemerkt wordt ook dat de deelname door biologische producenten aan het onderzoek zo beperkt is, dat de waarde van de cijfers vaak maar beperkte waarde hebben, in ieder geval bij peren en uien.

7. Conclusies

De organisaties hebben waardering voor de inzet van LNV en ACM om de markttransparantie te vergroten. Uit de gehouden enquêtes blijkt namelijk dat boeren en tuinders weinig zicht hebben op de marges die hun afnemers maken. Betere informatie kan helpen om markten beter te laten functioneren in het belang van consumenten en producenten. Maar er zijn nog steeds te veel onduidelijkheden en onevenwichtigheden om harde conclusies te kunnen trekken. De onderzoekers hebben begin juni de conceptresultaten gepresenteerd aan sectorvertegenwoordigers. De indruk bestaat dat met de commentaren die toen zijn gegeven, weinig is gedaan.

Nadrukkelijk vragen we om meer samenwerking tussen onderzoek en sectororganisaties zodat er meer tijd is om de cijfers te doorgronden en gerichte vragen te stellen. Dat is nodig om cijfers beter te kunnen duiden, zeker in relatie met meerkosten en afzetprijzen van de verschillende (duurzame) marktconcepten. Een video-sessie van een uur is niet ideaal. De vraag vanuit LTO om ook een sessie te houden mét supermarkten stond gepland voor 17 juni maar werd helaas afgelast; kennelijk omdat de supermarkten zich niet aanmeldden. Een gemiste kans.

Voor de derde ronde van de monitor dringen de organisaties daarom weer aan op eerdere en intensievere interactie met de onderzoekers en andere ketenpartijen inclusief retail. Minister Schouten van LNV geeft aan dat 'stakeholders' betrokken worden, maar dat dit aan het volgende kabinet is. We nemen de uitgestoken hand graag aan. Alleen zo krijgen boeren en tuinders straks een instrument waarmee ze beter inzicht kunnen krijgen in marktwerking en hoe duurzaamheid vanuit de markt beloond kan worden.