

# Monitoring en observatoria van voedselprijzen

Een verkenning van kosten en effecten



LEI

WAGENINGEN UR

# Monitoring en observatoria van voedselprijzen

Een verkenning van kosten en effecten

Elsje Oosterkamp

Katja Logatcheva

Michiel van Galen

Emil Georgiev

LEI-rapport 2013-027

April 2013

Projectcode 2273000397

LEI Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de volgende onderzoeksvelden:



**Sector & Ondernemerschap**



**Regionale Economie & Ruimtegebruik**



**Markt & Ketens**



**Internationaal Beleid**



**Natuurlijke Hulpbronnen**



**Consument & Gedrag**

**Monitoring en observatoria van voedselprijzen; Een verkenning van kosten en effecten**

Oosterkamp, E., K. Logatcheva, M. van Galen en E. Georgiev

LEI-rapport 2013-027

ISBN/EAN: 978-90-8615-628-3

116 p., fig., tab., bijl.

Project BO 12.06-002-026, 'Mededinging en transparantie 2012'

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het programma  
Beleidsondersteunend Onderzoek; Programma ondernemerschap en  
innovatie van het Ministerie van Economische Zaken.

Foto omslag: Shutterstock.com

**Bestellingen**

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

Deze publicatie is beschikbaar op [www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei)

© LEI, onderdeel van Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2013

Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

# Inhoud

	<b>Woord vooraf</b>	<b>7</b>
	<b>Samenvatting</b>	<b>8</b>
	S.1 Belangrijkste uitkomsten	8
	S.2 Overige uitkomsten	10
	S.3 Methode	11
	<b>Summary</b>	<b>12</b>
	S.1 Key findings	12
	S.2 Complementary findings	14
	S.3 Methodology	15
<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>16</b>
	1.1 Achtergrond	16
	1.2 Aanleiding onderzoek	17
	1.3 Voedselprijzen, monitoring en observatorium: nadere definiëring	18
	1.4 Onderzoeksvragen en doelstelling van de studie	19
	1.5 Aanpak	20
	1.6 Overheid, prijzenmonitoring en de Mededingingswet	22
	1.7 Opbouw van het rapport	24
<b>2</b>	<b>Literatuuronderzoek</b>	<b>26</b>
	2.1 Effecten van prijs transparantie	26
	2.2 Kosten en effecten van de verplichte prijsrapportages van vee (VS)	30
	2.3 Determinanten van voedselprijzen en prijs transmissie	33
<b>3</b>	<b>Fransen Observatorium van Voedselprijzen en Marges</b>	<b>43</b>
	3.1 Aanleiding en doelstellingen	43
	3.2 Activiteiten en output	45
	3.3 Kosten	50
	3.4 Effecten	50

<b>4</b>	<b>Spaanse Voedselprijzenobservatorium</b>	<b>58</b>
	4.1 Aanleiding en doelstellingen	58
	4.2 Activiteiten	59
	4.3 Kosten	64
	4.4 Effecten	65
<b>5</b>	<b>Voedselprijzenmonitoring: in Europa en onze buurlanden</b>	<b>73</b>
	5.1 Europese voedselprijzenmonitor	73
	5.2 Belgische Prijzenobservatorium	76
	5.3 Prijzenmonitoring in Duitsland	79
<b>6</b>	<b>Prijzenmonitoring in Nederland</b>	<b>82</b>
	6.1 Achtergrond en doelen	82
	6.2 Activiteiten	83
	6.3 Gebruik	89
<b>7</b>	<b>Slotbeschouwing</b>	<b>91</b>
	7.1 Conclusie	91
	7.2 Reflectie	93
	7.3 Kosten van vormen van intensievere prijzenmonitoring	94
	<b>Literatuur</b>	<b>99</b>
	<b>Bijlage</b>	
	1 Interviews Frankrijk en Spanje (8-9 november)	108
	2 Publiek beschikbare voedselprijzen of prijsindices (niet consumentenprijzen) in Nederland	113

# Woord vooraf

De toegenomen volatiliteit van agrarische prijzen, de vraag naar de oorzaken daarvan en de behoefte aan transparantie over de prijsopbouw in de verschillende schakels van de voedselproductieketens, waren voor een aantal Europese overheden aanleiding om voedselprijzenobservatoria in te richten. De bekendste voorbeelden zijn de observatoria in Spanje en Frankrijk. Ook hebben de Europese lidstaten in 2009 een Europese prijzenmonitor in het leven geroepen om de prijsontwikkelingen tussen de landen en tussen bedrijfstakken te kunnen vergelijken. Het Europese Parlement wil een uitbreiding van de activiteiten.

Geconfronteerd met de discussies over deze intensievere vormen van prijzenmonitoring door overheden heeft het ministerie van Economische Zaken aan LEI Wageningen UR gevraagd om na te gaan wat kosten en effecten van intensievere prijzenmonitoring zijn. Nederland kent geen voedselprijzenobservatorium. Wel publiceren CBS en LEI Wageningen UR nominale prijzen en prijsindices van een groot aantal producten op verschillende niveaus in de voedselproductieketen. In Nederland worden daarnaast ad-hocstudies uitgevoerd naar prijsvorming in de keten.

De onderzoekers zijn begeleid door een commissie, bestaande uit Jaap van Driel en Jan Klink (beide EZ), Murk Boerstra (FNLI), Marc Jansen (CBL), Klaas Johan Osinga (LTO), Leo Welschen (FrugiVenta), Marius Reitsema (CBS) en Krijn Poppe (LEI Wageningen UR). De auteurs zijn de leden dankbaar voor hun commentaar en discussie. Ook bedanken zij Paul Benner (NMa) en Jan Bolhuis (LEI Wageningen UR) voor hun commentaar.

Tenslotte zijn de auteurs de Landbouwraden in Madrid en Parijs, Tineke Zwitser en Nico van Opstal en hun assistenten María Sarazá en Alexandra Feekes zeer erkentelijk voor de ondersteuning die zij voor dit onderzoek hebben geboden.

Ir. L.C. van Staalduinen  
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR



# Samenvatting

---

## S.1 Belangrijkste uitkomsten

**Prijzenobservatoria, zoals ze in Spanje en Frankrijk zijn opgericht, zijn zeer kostbaar. Dit komt vooral door de continue, aanvullende primaire dataverzameling door overheid en bedrijfsleven.**

1. De additionele prijzen die het Spaanse observatorium verzamelt en publiceert, worden door ketenpartijen nauwelijks gebruikt. De ketenstudies van het observatorium hebben in Spanje echter in belangrijke mate bijgedragen aan het creëren van vertrouwen tussen actoren in de keten. [Zie hoofdstuk 4](#)
2. Het Franse observatorium is nog jong en het draagvlak ervoor moet nog groeien. Hoofddoel is spanningen in de keten te verlagen. Praktisch doel is het opstellen van referentieprijzen voor een groot aantal versproducten. Het is nog niet duidelijk wat deze benadering oplevert. De methodologie heeft beperkingen om de complexe werkelijkheid te benaderen en vraagt tijdovende (en kostbare) inspanningen van het bedrijfsleven. [Zie hoofdstuk 3](#)
3. Onder voedselprijzenmonitoring wordt hier het vastleggen en analyseren van prijzen en of prijsindices door de voedselketen heen verstaan. Dit onderzoek betreft prijzenmonitoring van of voor de overheid. Die is veelal gebaseerd op historische data op een hoog aggregatieniveau. Daarbij kan ook het analyseren van de ontwikkelingen van brutomarges horen. Prijzenobservatoria hebben vaak meer en verstrekkender activiteiten [Zie paragraaf 1.3](#)
4. Het Belgische Prijzenobservatorium rapporteert per kwartaal onder andere over voedselprijzen. Net zoals de Europese Food Prices Monitoring Tool (FPMT) van Eurostat, maakt het gebruik van bestaande prijzenstatistiek. Voordeel is dat de kosten beperkt zijn en dat deze instrumenten toch het inzicht in de prijsvorming bij beleidsmakers en belangengroepen kunnen verbeteren. Dit type prijzenmonitoring kan het vertrekpunt zijn voor meer gedetailleerde wetenschappelijke analyses. [Zie hoofdstuk 5](#)

5. De Duitse overheid vindt de bestaande prijsstatistiek om de agrarische markten te monitoren voldoende en is er geen speciale aandacht in de vorm van een prijzenobservatorium.
6. In Nederland zijn ten opzichte van Frankrijk, Spanje en onze buurlanden minder officiële, representatieve en geaggregeerde prijzen beschikbaar en dreigen die zelfs geheel te verdwijnen. Het betreft prijzen op groothandelsniveau of af-verwerking, maar ook prijzen af-boerderij. Dit komt niet doordat Nederland geen observatorium heeft. Allereerst kunnen onderliggende prijsgegevens ontbreken in de markt, maar ook kan het verzamelen van deze prijsinformatie te duur gevonden worden of overgelaten worden aan private partijen. Als het vanwege crises of conflicten noodzakelijk is om prijsstudies uit te voeren, zullen deze prijzen aanvullend verzameld moeten worden. [Zie hoofdstuk 6](#)
7. Het effect van meer transparantie op prijzen is afhankelijk van de marktcontext. In markten met veel aanbieders en afnemers, waarin weinig bekend is over prijzen, zal meer transparantie leiden tot lagere zoekkosten en meer transacties. Lagere eindprijzen voor consumenten kunnen het gevolg zijn. De verdeling van effecten tussen ketenpartijen is vooraf niet te bepalen. In geconcentreerde markten kan een teveel aan transparantie ontstaan: wanneer te actuele en bedrijfsspecifieke prijzen bekend worden gemaakt kunnen actoren prijzen op elkaar gaan afstemmen. [Zie paragraaf 2.1](#)
8. Prijstransparantie biedt dus geen oplossing voor ongelijke machtsverhoudingen in de keten.
9. Figuur S.1 geeft een overzicht van opties voor intensievere prijzenmonitoring in Nederland en de kosten.

<b>Figuur S.1</b>	<b>Kosten van intensievere prijzenmonitoring en onderzoek in Nederland a)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Een voedselprijzenbarometer naar model van de Europese Food Prices Monitoring Tool (FPMT) (circa 80.000 euro per jaar)</li> <li>- Jaarlijkse studies naar prijsvorming of prijstransmissie in de keten (met ad hoc additionele prijzenverzameling: circa 150.000 euro per studie)</li> <li>- Observatorium naar Franse snit (circa 1 miljoen euro per jaar)</li> <li>- Aanvullende primaire dataverzameling (af te stemmen door markt en overheid; kosten afhankelijk van pakket extra data)               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Groenten- en fruitsector: af-boerderij</li> <li>o alle sectoren: handel en verwerking</li> </ul> </li> </ul>
	<p>a) Met uitzondering van de eerste optie zijn er in alle gevallen additionele compliance kosten voor het bedrijfsleven, die in bovenstaande kosten voor de overheid niet zijn inbegrepen.</p> <p>Bron: dit onderzoek.</p>

## S.2 Overige uitkomsten

1. Wetenschappelijke inzichten in prijsvorming verdiepen zich, maar de exacte aard van prijstransmissie is lastig vast te stellen. De kosten van studies naar prijstransmissie zijn vaak hoog, omdat gedisaggregeerde data nodig zijn. Dit pleit voor ad-hocdataverzameling voor specifieke ketens. [Zie paragraaf 2.3](#)
  
2. Het LEI verzamelt, berekent en publiceert representatieve opbrengstprijzen af-boerderij (en prijzen van inputs). CBS verzamelt en berekent prijzen op groothandelniveau en van verwerking en publiceert hierover prijsindexcijfers. Op basis van scannerdata berekent het CBS consumentenprijsindexen en publiceert die. [Zie hoofdstuk 6](#)
  
3. Tien jaar observatorium heeft in Spanje gezorgd voor vertrouwen tussen ketenpartijen en een gedeelde analyse bij de actoren in de voedselsector. Daarmee heeft het de belangrijkste doelstelling bereikt. De gedeelde visie is dat de Spaanse voedselsector een structuurprobleem heeft: er zijn veel kleine producenten tegenover een geconcentreerde retailsector. [Zie hoofdstuk 4](#)
  - De voedselketenstudies van het observatorium die bruto- en nettomarges in beeld brengen, zijn kosten-effectiever dan de extra primaire prijzenverzameling, omdat ze algemeen gewaardeerd worden, in belangrijke mate hebben bijgedragen aan de het halen van de doelstelling én de studies veel lagere additionele kosten vergen.

- Overheid en ketenpartijen hebben gezamenlijk geconcludeerd dat er 'fine-tuning' nodig is. Daarom zijn twee wetten ontworpen. De eerste legt een basis voor het opstellen van vrijwillige 'codes of practices' tussen afnemer en leverancier. Het observatorium wordt ook voedsel*keten* observatorium dat goede handelspraktijken wil bevorderen. De tweede moet de samenwerking tussen voedselproducenten bevorderen.

### S.3 Methode

Het ministerie van EZ heeft gevraagd wat de kosten en effecten zijn van een voedselprijzenobservatorium en intensievere prijzenmonitoring voor Nederland. Daarbij is in de eerste plaats gedacht aan prijzenobservatoria zoals ze in Spanje en Frankrijk bestaan. In deze landen zijn face-to-face interviews uitgevoerd met betrokkenen van het observatorium, maar ook met ketenpartijen om kosten en effecten in kaart te brengen. Het Belgische Prijzenobservatorium, het Europese 'Food Prices Monitoring Tool' en de prijzenmonitoring in Duitsland worden globaler behandeld op grond van literatuur, internet en presentaties in het 'High Level Forum for a better functioning Food Supply Chain'. Om goed te kunnen vergelijken wordt ook de Nederlandse prijzenmonitoring beschreven.

In een literatuurstudie is op basis van de economische theorie nagegaan wat transparantie betekent voor de prijsvorming en welke nieuwe benaderingen er - aanvullend op de meer 'standaardanalyses' - gebruikt worden om prijstransmissie te onderzoeken.

# Summary

---

## Food price monitoring and observatories; an exploration of costs and effects

### S.1 Key findings

**Price observatories, as set up in Spain and France, are very expensive to run. This is mainly due to the continuous, supplementary primary data collection by government and business.**

1. The additional prices collected and published by the Spanish observatory are barely used by chain parties. However, in Spain the chain studies by the observatory have to a significant extent contributed towards the establishment of trust between actors in the chain.
2. The French observatory is still young and support for it has yet to grow. The main aim is to reduce tensions within the chain. The practical goal is to set reference prices for a large number of fresh products. It is not yet clear what this approach method will yield. The methodology has limitations in terms of approximating the complex reality, and demands time-consuming (and costly) efforts from businesses.
3. Food price monitoring is defined here as the recording and analysis of prices and/or price indices throughout the food chain. This study relates to price monitoring by or on behalf of government. This is generally based on historic data at a high level of aggregation. That may also involve analysing changes in gross margins. Price observatories often have additional and further-reaching activities.
4. The Belgian Price Observatory reports on food prices, among other things, every quarter. Like Eurostat's European Food Prices Monitoring Tool (FPMT), it makes use of existing price statistics. The advantage is that the costs are limited and that these instruments can nevertheless improve the understanding of pricing among policy-makers and interest groups. This type of price monitoring can be the point of departure for more detailed scientific analysis.

5. The German government considers the existing price statistics to be adequate for monitoring the agrarian markets and there is no special attention in the form of a price observatory.
6. In the Netherlands, less official, representative and aggregated price information is available compared with France, Spain and our neighbouring countries; indeed such information is in danger of disappearing completely. This relates to prices at wholesale level or ex-processing as well as ex-farm prices. This is not because the Netherlands does not have an observatory of its own. First of all, underlying price data may be lacking within the market; however it may also be that the collection of this price information is considered to be too expensive, or is left to private parties. If it is necessary to perform price studies due to crises or conflicts, these prices will need to be collected as supplementary information
7. The effect of greater transparency on prices is dependent on the market context. In markets with many suppliers and customers in which little is known about prices, greater transparency will lead to lower search costs and more transactions. This may result in lower end prices for consumers. The distribution of effects between chain parties cannot be known in advance. In concentrated markets, the result may be an excess of transparency: if prices are published which are too up-to-date and company-specific, actors will be able to start coordinating prices with each other.
8. Price transparency therefore does not offer a solution for unequal power relationships in the chain.
9. Figure S.1 presents an overview of options for more intensive price monitoring in the Netherlands as well as the costs.

**Figure S.1****Costs of more intensive price monitoring and research in the Netherlands a)**

- A food price barometer based on the model of the European Food Prices Monitoring Tool (FPMT) (approximately 80,000 euros per year)
- Annual studies into pricing or price transmission in the chain (with ad hoc additional price gathering: approximately 150,000 euros per study)
- An observatory on the French model (approximately one million euros per year)
- Supplementary primary data collection (to be coordinated by market and government; costs dependent on package of extra data)
  - o fruit and vegetables sector: ex-farm
  - o all sectors: trade and processing

a) With the exception of the first option, in all cases there are additional compliance costs for business, which have not been included in the above costs for the government.

Source: this study.

## S.2 Complementary findings

1. Scientific understanding of pricing will deepen, but the exact nature of price transmission is hard to establish. The costs of studies into price transmission are often high because disaggregated data are required. This calls for ad hoc data gathering for specific chains.
2. LEI collects, calculates, and publishes representative sale prices ex-farm (and prices of inputs). Statistic Netherlands (the CBS) gathers and calculates prices at wholesale level and processing prices and publishes price index figures. Based on scanner data, Statistic Netherlands calculates consumer price indexes and publishes them.
3. Over a period of ten years in Spain, the observatory there has resulted in mutual trust between the parties and a shared analysis among the actors in the trust sector. As such, the most important objective has been achieved. The shared vision is that the Spanish food sector has a structural problem: there are too many small producers compared to a concentrated retail sector.
  - The food chain studies of the observatory which portray gross and net margins are more cost-effective than the additional primary price collection, because they are generally valued, have contributed to the achievement of the objectives to a significant extent and the studies require much lower additional costs.

- The government and chain parties have jointly concluded that 'fine-tuning' is required. For this reason, two laws have been drafted. The first provides a basis the foundations for drawing up voluntary 'codes of practice' between buyer and supplier. The observatory will also become a food *chain* observatory which seeks to promote good trade practices. It is expected that the latter will promote cooperation between food producers.

### **S.3 Methodology**

The Ministry of Economic Affairs asked what the costs and effects of a food price observatory and more intensive price monitoring would be for the Netherlands. In the first instance, price observatories such as those which exist in Spain and France were considered. Face-to-face interviews were conducted in these countries with individuals involved in the observatories, but also with chain parties, in order to catalogue costs and effects. The Belgian Prices Observatory, the European 'Food Prices Monitoring Tool' and the price monitoring in Germany were examined in more general terms using the literature, the internet and presentations to the 'High Level Forum for a better functioning Food Supply Chain'. In order to be able to compare properly, Dutch price monitoring was also described.

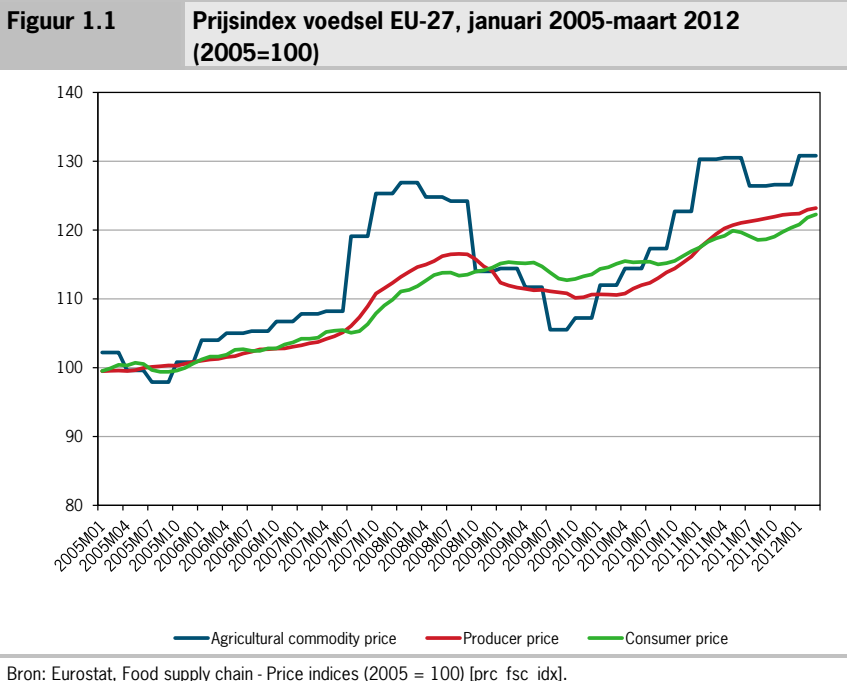
In a literature study, it was ascertained on the basis of economic theory what transparency means for pricing and which new approaches - in addition to the more 'standard analyses' - are used to study price transmission.



# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond

De wereldvoedselprijzen zijn in 2007 en 2008 sterk gestegen. Dat heeft mondiaal tot grote problemen geleid. Vooral in ontwikkelingslanden leidden voedselprijsstijgingen tot hongersnood en opstand. Maar ook in de EU zijn deze prijsstijgingen reden voor zorg bij beleidsmakers, te meer omdat in de discussies ook op mogelijke speculatie wordt gewezen. Verschillende onderzoeken zijn verricht naar de oorzaken voor deze prijsstijgingen (zie bijvoorbeeld Banse et al., 2008; OECD, 2008). Oorzaken worden gevonden in slechte oogsten door weersomstandigheden, een stijgende vraag naar biomassa voor biobrandstoffen, en een geleidelijke toename van de vraag door een stijgende wereldbevolking en welvaart. Uit figuur 1.1 blijkt dat de prijsindex voor agrarische producten (agricultural commodity price) in 2007 met ruim 25% toenam, en de prijsindex op consumentenniveau en op verwerking (producer price) met ruim 15%.



De prijzen van agrarische producten zijn eerder hoog geweest: in de periode na de eerste en tweede oliecrises in de jaren zeventig en begin jaren tachtig. Vanaf augustus 2009 is een nieuwe stijging van de agrarische producten ingezet. Op dit moment liggen de gemiddelde prijzen in de EU ruim 20 tot 30% boven het niveau van 2005. De prijsvolatiliteit van agrarische producten is al sinds het begin van de jaren zeventig veel hoger dan in de periode daarvoor.

De toegenomen volatiliteit van agrarische prijzen roept de vraag op hoe fluctuerende prijzen uitwerken op de verschillende schakels in de voedselproductieketen, vanaf de agrarische productie tot en met de consument. Die agrarische productie gebruikt deels ook agrarische grondstoffen, bijvoorbeeld granen of soja voor dierlijke productieketens. Ook zijn er vragen naar de oorzaken van de prijsfluctuaties. Hier doorheen speelt nog een andere kwestie, namelijk de vraag naar het kleiner wordend aandeel van de agrarische prijs in de eindprijs voor de consument - een trend die zich al lang voordoet. Een en ander heeft de discussie over de machtsverhoudingen in de keten verscherpt.

## 1.2 Aanleiding onderzoek

Voor een groot aantal landen in de EU vormden de bovengeschetste prijsontwikkelingen een (hernieuwde) aanleiding om voedselprijzen intensiever te monitoren of daar zelfs een apart instituut voor in te richten. Een dergelijk instituut, ook wel een 'prijzenobservatorium' genoemd, voert naast het inzichtelijk maken van prijsontwikkelingen in de voedselproductieketen (prijzenmonitoring) veelal aanvullende studies, bijvoorbeeld naar de aard van prijsstransmissie of naar prijsvorming in voedselketens, en kent een vaste staf. Het bekendste voorbeeld is het Franse 'Observatoire des Prix et des Marges des Produits Alimentaires', dat sinds 2010 referentieprijzen opstelt voor een groot aantal versproducten, aan de hand van berekeningen van de bruto- en nettomarges in de keten. Ook op EU-niveau hebben de lidstaten in 2009 een Europese prijzenmonitor in het leven geroepen om de prijsontwikkelingen tussen de landen binnen en tussen de bedrijfstakken te kunnen vergelijken. Het Europese Parlement wil een uitbreiding naar 36 producten en naar het meten van marges.

Het ministerie van EZ heeft, geconfronteerd met deze Europese ontwikkelingen, met het voorliggende onderzoek gevraagd om een oriëntatie op kosten en effecten van intensievere vormen van prijzenmonitoring en van observatoria voor voedselprijzen. Nederland kent geen prijzenobservatorium voor de voedselketens. Wel publiceren CBS en het LEI prijsontwikkelingen van een aantal producten en productgroepen op af-boerderijniveau, op industriële niveau (PPI), en

consumentenniveau (CPI). Daarnaast zijn ad-hocstudies uitgevoerd, zoals de studie van de NMa (*Prijsvorming van voedingsproducten*, Bunte et al., 2009).

### 1.3 Voedselprijzen, monitoring en observatorium: nadere definiëring

Als we in deze rapportage spreken van 'voedselprijzen' kunnen die betrekking hebben op prijzen in de hele voedselketen, dus vanaf het niveau van de boerderij tot en met de consument. Waar specifiek consumentenprijzen bedoeld worden, zal dat expliciet aangegeven worden.

In dit onderzoek gaat het vooral om prijzenmonitoring door of op initiatief van de overheid. Het onderzoek wil vooral achterhalen wat de resultaten zijn in landen die voedselprijzen intensiever zijn gaan monitoren. Zijn dit dan de landen met een observatorium? In de loop van het onderzoek is duidelijk geworden dat dit niet altijd het geval is. Een aantal landen met een observatorium blijkt de reguliere activiteiten op het gebied van (prijz)dataverzameling onder die naam gebundeld te hebben en geen extra activiteiten te ondernemen. Probleem is dus dat er sprake is van een voedselprijzenobservatorium als een land aangeeft het te hebben (of dat Eurostat denkt dat het bestaat)<sup>1</sup>, terwijl de doelstelling van dit onderzoek nu juist is de effecten van intensiever monitoren in beeld te brengen.

Waar we spreken van voedselprijzenmonitoring in dit rapport, gaan we uit van een enge definitie. Het gaat om:

- primaire dataverzameling door overheid of op verzoek van de overheid, van opbrengstprijzen van landbouwproducten en bewerkte producten en van belangrijke inputs, bijvoorbeeld energie, en consumentenprijzen;
- publicaties in de vorm van prijzenindices, bijvoorbeeld op drie niveaus in keten;
- eventuele data-analyses op basis van (overheids)statistieken en beperkt aanvullend onderzoek, zoals de brutomargeontwikkelingen door de keten heen.

Twee landen waarvan uit de OECD-rapportages<sup>2</sup> bekend is dat zij een voedselprijzenobservatorium met een groot aantal extra activiteiten hebben, zijn Frankrijk en Spanje. Het gaat hier om de volgende activiteiten:

---

<sup>1</sup> Dit blijkt uit de inventarisatie *Mapping of national price observatories*, door Eurostat gemaakt voor het expert platform on the European Food Prices Monitoring Tool, d.d. 20 september 2012. Anderzijds heeft Duitsland volgens Eurostat een observatorium (Barcellan, 2012), terwijl men het in Duitsland zelf zo niet noemt (Bohlen, persoonlijke mededeling).

<sup>2</sup> [www.oecd.org/site/agrfcn](http://www.oecd.org/site/agrfcn)

- aanvullende primaire dataverzameling (bijvoorbeeld: hogere frequentie, meer niveaus in de keten, meer producten, van kosten van bedrijven voor het bepalen van nettomarges);
- analyse van data op basis van verschillende statistieken bijvoorbeeld trendanalyse, indexering, ontwikkeling van referentieprijzen;
- aanvullend onderzoek, bijvoorbeeld sector- of marktonderzoek door al dan niet vaste staf;
- methodiekontwikkeling ten behoeve van de analyse en/of het onderzoek;
- ronde tafels met ketenpartijen om resultaten van analyses te bespreken;
- extra staf om deze activiteiten te realiseren.

De activiteiten die hier geschetst zijn gaan dus veel verder dan het monitoren van prijzen (en brutomarges). Spanje en Frankrijk vormen interessante cases die afgezet kunnen worden tegen landen met minder breed opgezette observatoria.

#### **1.4 Onderzoeksvragen en doelstelling van de studie**

De volgende vragen zijn uitgangspunt voor het in kaart brengen van de kosten en effecten van de voedselprijzenobservatoria, die extra activiteiten zijn gestart:

##### *Beschrijving van een observatorium*

1. Wat zijn de doelstellingen van het observatorium? Welke partijen zijn erbij gebaat? Bijvoorbeeld: primaire producenten, andere ketenpartijen, consumenten, serviceverleners (zoals banken), beleidsmakers.
2. Welke informatie/welke indicatoren en welke data zijn daarbij theoretisch gezien relevant zijn? Op welk niveau in de keten?
3. Welke data en aanvullende informatie worden verzameld voor deze monitoring? Bijvoorbeeld productieketens, prijzen, kosten, kwaliteit, gedateerdheid. Op welk niveau in de keten? Is het openbare informatie? Of en hoe wordt samengewerkt met private partijen (zoals bureaus die marktinformatie verzamelen)? Welke bijdrage leveren private partijen?
4. Welke data en informatie blijkt moeilijk te achterhalen of heeft beperkingen?

##### *Kosten van een observatorium*

5. Wat zijn de kosten van de realisatie van het observatorium?

### *Effecten van het observatorium*

6. Wat is het directe resultaat van de monitoring van het observatorium, welke gegevens worden gepubliceerd? In welke vorm? Wat is de mate van aggregatie per indicator?
7. Wat zijn de effecten van de prijzenmonitoring? Hoe, waartoe en door wie worden de resultaten van de prijzenmonitoring gebruikt? (Denk aan primaire producenten, andere ketenpartijen, consumenten, beleidsmakers.) Wat is het resultaat hiervan?

Ook is er een vraag naar alternatieve benaderingen die worden toegepast om prijzen te verklaren. De vraag hierbij luidt:

8. Welke nieuwe benaderingen zijn er, die aanvullend op de meer 'standaard'-analyses worden gebruikt? Wat leveren bijvoorbeeld casestudies met gedesaggregeerde data op, zoals die plaatsvinden in het Europese Transfop project, dat onder leiding staat van prof. McCorrison (University of Exeter)?

De doelstelling van deze studie is een kosten-effectenanalyse te maken van een aantal prijzenobservatoria in de EU en inzicht te geven in de bijdragen en kosten van de bedoelde alternatieve benaderingen om prijsontwikkelingen te verklaren.

## **1.5 Aanpak**

De studie is gebaseerd op een deskstudie en interviews. De oriëntatiefase van het project heeft uitgewezen dat er in de Europese Unie naast in Frankrijk en Spanje prijzenobservatoria zouden zijn in België, Duitsland, Ierland, Griekenland, Italië, Cyprus, Luxemburg, Malta, Portugal en Slovenië (eurolanden) en Litouwen, Letland en Hongarije (Barcellan, 2012). Zoals hierboven duidelijk is gemaakt is, kan een voedselprijzenobservatorium verwijzen naar zeer verschillende activiteiten. In overleg met de opdrachtgever en de begeleidingscommissie is ervoor gekozen de twee observatoria in Frankrijk en Spanje uitvoerig te beschrijven en daarbij niet alleen met de uitvoerders in gesprek aan te gaan, maar ook met ketenpartijen en consumentenorganisaties over wat zij vinden van de effecten van het observatorium en de verschillende activiteiten.

Daarnaast is besloten de situatie in de buurlanden België en Duitsland in kaart te brengen. In België bestaat een Prijzenobservatorium, maar in Duitsland niet. Hier ontbreekt het natuurlijk niet aan prijzenmonitoring. Ook geven we een

update van de ontwikkelingen bij de Euromonitor. Deze situaties worden meer globaal beschreven. De prijzenmonitoring in Nederland is benchmark om meer kosten van additionele activiteiten in kaart te brengen.

De deskstudie bestaat uit:

1. een studie van wetenschappelijke literatuur over:
  - a. de effecten van prijstransparantie zoals ze in de economische theorie worden beschreven;
  - b. de kosten en effecten van prijzenmonitoring, aan de hand van de case van de Amerikaanse veemarkt, waarvoor een verplichte prijsrapportage is ingevoerd in 2001. Via deze case proberen we ook inzicht te verwerven in de kosteneffectiviteit van prijzenmonitoring;
  - c. de nieuwe benaderingen voor het achterhalen van determinanten van voedselprijzen en prijstransmissie. Dit gebeurt aan de hand van de voorlopige resultaten van het Transfopproject, dat onder leiding staat van prof. McCorrison (University of Exeter). Aanvullend komt een inschatting van de benodigde data en kosten aan de orde.
2. een studie van materiaal over prijzenmonitoring in de EU en de lidstaten onder andere via:
  - a. de stukken van de High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain van 20 september en 5 december 2012;
  - b. het Food Chain Network van de OECD en
  - c. de websites van de verschillende nationale observatoria.

Alleen in Spanje en Frankrijk zijn gestructureerde, face-to-face-interviews uitgevoerd in november 2012.

De kosten van deze observatoria worden beschreven volgens de methodiek van 'partial budgeting'. Hiervoor brengen we eerst de activiteiten van het observatorium in kaart en benoemen we vervolgens de additionele activiteiten ten opzichte van de gangbare prijzenmonitoring in die landen. Van deze aanvullende activiteiten worden de kosten ingeschat.

Voor een indicatie van de kosten van additionele activiteiten in Nederland, bijvoorbeeld een Frans observatorium, wordt eerst de Franse variant gedefinieerd. Vervolgens worden eerst de additionele activiteiten ten opzichte van de benchmark in kaart gebracht en hiervan worden de meerkosten berekend. De additionele activiteiten in die Franse variant zijn niet noodzakelijkerwijs gelijk aan die van het Franse observatorium. Dit komt omdat, zo blijkt, in Nederland minder prijzen bekend zijn en voor een aantal prijzen eerst primaire dataverzameling zal moeten plaatsvinden.

In de afrondende fase van het project is het ISMEA seminar 'Information on Agri-Food Market in de EU: sharing tools, methods and benefits of data exchange' (Rome, 19 december 2012) bezocht. Op verzoek van de begeleidingscommissie zijn ook een aantal mededingingsrechtelijke kanttekeningen geplaatst, te beginnen met de volgende paragraaf.

## 1.6 Overheid, prijzenmonitoring en de Mededingingswet

Prijzenmonitoring en in het bijzonder het publiceren van prijzen, kan onder bepaalde omstandigheden leiden tot afstemming van gedrag tussen concurrenten en is dan mogelijk in strijd met de Mededingingswet (Mw). De Mw is grotendeels een één-op-éénvertaling van de Europese mededingingsregels. Het mededingingstoezicht is onder andere gericht op het tegengaan van kartels, zoals verwoord in artikel 6 van de Mw, dat overeenkomt met artikel 101 van het Verdrag betreffende de Werking van de EU (VWEU). Dit artikel houdt het verbod in op prijsafspraken, productie-, afzet-, technische ontwikkelingen en investeringsafstemmingen tussen ondernemingen. In artikel 102 van het VWEU is vastgelegd dat ondernemingen geen misbruik mogen maken van hun economische machtspositie (in de Mw correspondeert artikel 24 hiermee).

De NMa<sup>1</sup> onderschrijft dat naast de zogenaamde 'white areas', dat wil zeggen informatie-uitwisselingen waarbij relatief eenvoudig vastgesteld kan worden dat er geen sprake is van een mededingingsbeperking en 'black areas', informatie-uitwisselingen tussen de concurrenten die strikt verboden zijn volgens artikel 6 Mw, ook 'grey areas'. Dit zijn vormen van informatie-uitwisseling waarvan de beoordeling of er sprake is van wel of geen concurrentiebeperking lastig is.

Een voorbeeld van zo'n 'grey area' kunnen we duidelijk maken aan de hand van het onderzoek van het Bundeskartellamt (2012) naar de Duitse zuivelsector. Het Bundeskartellamt komt tot de conclusie dat actuele informatie van één afnemer in deze sector prijszettende effecten kan hebben. Dit komt doordat contracten tussen primaire producenten en afnemers voor langere termijn worden afgesloten en de relaties tussen hen vrij stabiel zijn. Het Bundeskartellamt (2012) stelt daarom dat in deze markt bedrijfsspecifieke prijsdata een halfjaar oud moeten zijn om voor historisch door te gaan. Bedrijfsspecifieke prijsinformatie die per maand gepubliceerd wordt geldt dus als te frequent.

Meer in het algemeen geldt dat in markten met een sterke concentratie bedrijfsspecifieke en zeer actuele prijsinformatie van één partij voor de concurren-

---

<sup>1</sup> Per 1 april 2013 de ACM (Autoriteit Consument en Markt).

ten aanleiding kan zijn om er toekomstig gedrag op af te stemmen, in plaats van dit af te stemmen op zijn afnemers of aanbieders. Dit is vooral in markten met homogene producten mogelijk. Dit gedrag gaat in tegen de bedoeling van het VWEU, ook zonder de intentie van degene die de prijzen bekend maakt en zonder concrete afspraken tussen marktpartijen (kartelvorming), (Bundeskartellamt, 2012).

Bij het beoordelen van (het risico van) afgestemd gedrag bij het uitwisselen van gegevens tussen bedrijven let de NMa op de volgende aspecten en hun onderlinge relatie:

- marktstructuur (de mate van concentratie aan aanbod en vraagzijde);
- type markt (homogene producten of gedifferentieerd);
- aggregatiegraad van de informatie (heeft de informatie betrekking op een bedrijfsspecifieke situatie of is de informatie gebaseerd op geaggregeerde data);
- regionale of wereldmarkt;
- actualiteit (zijn de gegevens recent of historisch);
- frequentie van de uitwisseling van informatie en het doel van de uitwisseling van de informatie en
- oorsprong van de informatie (publiek of privaat).

Prijzenmonitoring door de overheid die in dit onderzoek centraal staat, is veelal gebaseerd op historische data op een hoog aggregatieniveau. Deze prijsinformatie zal in het algemeen minder mogelijkheden bieden voor afstemming. Anders zou het zijn, wanneer overheden intensiever en meer gedetailleerd prijzen monitoren en ronde tafels organiseren waarin marktpartijen bij elkaar gebracht worden. De vraag is: wat zegt de Mw en het VWEU over de rol van de overheid in relatie tot mededinging?

De overheid kan de mededinging beperken door direct in te grijpen in de verhoudingen tussen de marktpartijen. Zo kan de overheid een kartelafpraak algemeen verbindend verklaren, een onderneming een uitsluitend recht geven of aan een brancheorganisatie de bevoegdheid geven om tarieven af te spreken. Aangezien dit overheidsacties zijn, zijn artikelen 101 en 102 van het VWEU niet van toepassing.<sup>1</sup> Deze leemte in het VWEU is door het Hof opgevuld met de zogenaamde 'nuttig effect regel' (ook 'nieuwe norm' genoemd) die zegt dat het overheden niet is toegestaan het nuttig effect aan de mededingingsregels te ontnemen of met artikel 101 VWEU strijdige mededingingsregelingen op te leggen. Dit betekent in de praktijk dat het overheden niet verboden is om een eco-

---

<sup>1</sup> <http://www.minbuza.nl/ecer/dossiers/mededinging/diensten-van-algemeen-belang.html>.



nomische machtspositie te creëren door het verlenen van een exclusief recht. Dit recht kan worden verleend omdat de activiteiten van een bedrijf onmisbaar zijn voor het behalen van overheidsdoelstellingen. Een voorbeeld hiervan is het institutionele monopolie dat Rendac heeft om in Nederland kadavers op te halen en te verwerken.

Een lidstaat handelt echter wel in strijd met het artikel 102 VWEU indien die onderneming door het verlenen van het uitsluitend recht ertoe wordt gebracht om misbruik te maken van zijn economische machtspositie.<sup>1</sup> Ook mag de overheid bij de uitvoering van haar publieke taken marktpartijen niet stimuleren om het verbod op kartelvorming of machtsmisbruik te overtreden. Dit zou bijvoorbeeld het geval kunnen zijn, wanneer een overheid rondetafels organiseert tussen ketenpartijen waarin actuele prijzen over tafel gaan en het risico op afstemming van gedrag bestaat. Op het gebied van prijzenmonitoring mag de overheid het verzamelen en uitwisselen van prijsinformatie die mededinging tussen bedrijven beperkt dus niet stimuleren. Hierbij is het interessant te vermelden dat de Spaanse mededingingsautoriteit de studies naar nettomarges in de voedselketen van het Spaanse voedselprijzenobservatorium heeft getoetst. De conclusie was dat de mate van aggregatie voldoende was (paragraaf 4.4.7).

Een mogelijke oplossing om toch prijsinformatie te bieden is een onafhankelijk orgaan aan te stellen dat onafhankelijke en objectieve gegevens verzamelt en verwerkt (aggregeert) en publiek maakt; in Nederland bijvoorbeeld het LEI of het CBS. Een ander voorbeeld is het systeem van verplichte prijsrapportages voor vee in de VS (paragraaf 2.2). Ten opzichte de cijfers van het LEI en CBS wil dit systeem actuele prijsinformatie voor marktpartijen bieden. Het gaat ook om representatieve en geaggregeerde informatie.

## 1.7 Opbouw van het rapport

Hoofdstuk 2 is een weerslag van de wetenschappelijke literatuur en geeft een overzicht van bevindingen over de effecten van prijstransparantie die op grond van de theorie verwacht kunnen worden, en een case over kosten van prijzenmonitoring. De derde paragraaf introduceert onderzoek naar prijstransmissie toe en geeft in het kort de (voorlopige) resultaten van het Transfopproject.

Hoofdstukken 3 en 4 zijn een weerslag van de literatuur en interviews over de observatoria in Frankrijk en Spanje. De informatie over marktpartijen in de paragrafen 'Effecten' (3.4 en 4.4) zijn volledig gebaseerd op de interviews. De

---

<sup>1</sup> <http://www.minbuza.nl/ecer/dossiers/mededinging/diensten-van-algemeen-belang.html>.

gesprekspartners staan - met een toelichting op hun organisaties - in bijlage 1 vermeld. Deze hoofdstukken worden afgesloten met een samenvattende paragraaf.

Hoofdstuk 5 beschrijft het Europese Food Price Monitoring Tool, het Prijzenobservatorium in België en de prijzenmonitoring in Duitsland.

Hoofdstuk 6 schetst een beknopt overzicht van de prijsmonitoring die in Nederland plaatsvindt voor voedselketens.

Hoofdstuk 7 is een beschouwing en integreert de bevindingen van voorgaande hoofdstukken en werpt een blik op de wenselijkheid van mogelijke varianten van additionele activiteiten die in Nederland plaats zouden kunnen vinden.

Veel gebruikte afkortingen en termen in dit rapport zijn:

- ACP (Agricultural Commodity Price Index, Landbouwgrondstoffenprijsindex). Dit indexcijfer geeft het prijsverloop weer van opbrengstprijzen van agrarische producten of van prijzen van grondstoffen voor de agrarische sectoren. In dit rapport verwijst het, tenzij anders vermeld, naar de agrarische opbrengstprijzen.
- CPI (Consumer Price Index, Consumentenprijsindex). Dit indexcijfer geeft het prijsverloop weer van een pakket goederen en diensten zoals dit gemiddeld wordt aangeschaft door alle huishoudens in een land.
- HICP (Harmonised Index of Consumer Prices, Geharmoniseerde Consumentenprijsindex). Deze index geeft het prijsverloop weer van een pakket goederen en diensten dat is samengesteld volgens Europese richtlijnen. Het indexcijfer is goed te vergelijken met andere lidstaten in de Europese Unie.
- PPI (Producer Price Index, Producentenprijsindex) is een indexcijfer dat de gemiddelde prijsontwikkeling weergeeft van industrieproducten.

## 2 Literatuuronderzoek

---

### 2.1 Effecten van prijstransparantie

#### 2.1.1 Inleiding

De focus van dit rapport is prijzenmonitoring op initiatief van de overheid. Prijzenmonitoring geeft prijs- en/of kosteninformatie en dus marktinformatie. Informatie over prijzen is in de regel maar een deel van de marktinformatie, die ook betrekking heeft op de kwaliteit van het product, waar of wanneer het te verkrijgen is, en de kenmerken van het productieproces (duurzaamheid) (Mollgaard en Overgaard, 2000, 2001).

Het type marktinformatie waarover partijen willen beschikken, hangt af van de doelstellingen van de verschillende actoren. Belangrijke actoren *binnen* de waardeketen zijn agrarische producenten, voedselverwerkers, groot- en detailhandel en consumenten. Zij zullen in de eerste plaats geïnteresseerd zijn in actuele marktinformatie of prognoses over prijzen of productievolumes. De overheid kan ook interveniëren om die actuele marktprijzen te verschaffen, omdat representatieve prijzen in de markt ontbreken (er is sprake van marktfalen). Dit laatste is het geval bij de verplichte prijsrapportages van vee in de VS, die in paragraaf 2.2 worden besproken.

Belangrijke andere actoren *buiten* de waardeketen zijn de overheid, burgers en serviceverleners. Beleidsmakers kunnen door prijzenmonitoring inzicht krijgen in trends en ontwikkelingen op bepaalde markten. Deze monitoring zal veelal gebaseerd zijn op historische data op een hoog aggregatieniveau door de eigen statistische bureaus gepubliceerd.

We kijken hieronder naar effecten van transparantie in de markt, binnen de waardeketen, en daarbuiten, zoals ze in de theorie naar voren komen. De literatuur spitst zich toe op de bilaterale relaties tussen leverancier en afnemer. We onderscheiden daarbij geen bronnen van transparantie. Waar markten weinig transparant zijn, kunnen ook geaggregeerde, historische prijsdata een referentie vormen.

## 2.1.2 Effecten voor actoren binnen de waardeketen

Actoren binnen de waardeketen kunnen (gelijktijdig) actief zijn als:

- leverancier: een leverende partij levert goederen aan een partner uit de volgende schakel in de keten in ruil voor geld.
- afnemer: een afnemende partij neemt goederen of diensten tegen betaling af van een partner uit een vorige schakel uit de keten.
- concurrent: deze heeft hetzelfde doel voor ogen als andere actoren in de keten hetzij in de hoedanigheid van leverancier, hetzij in die van afnemer.

De consument is eindafnemer van producten en neemt geen positie van leverancier in. Partijen in de keten zullen vóór het beschikbaar komen van (meer) marktinformatie pleiten wanneer het in hun positie als leverancier, afnemer of concurrent tot een economisch voordeel kan leiden. Dit voordeel is een verwachte positieve bate van het beschikbaar maken van marktinformatie. Daarbij kunnen partijen tegengestelde belangen hebben. We onderscheiden drie situaties.

*Situatie I: informatie over de prijs die de leverancier bereid is te accepteren wordt bekend (prijs transparantie van leveranciers)*

Een positieve bate voor leveranciers kan zijn dat hogere prijzen voor leveranciers ontstaan door kartelvorming. Beschikbaarheid van prijsinformatie van concurrenten maakt kartelvorming mogelijk (OECD, 2001). Een positieve bate voor afnemers kan zijn dat lagere inkooprijzen met leveranciers kunnen worden overeengekomen (Stiglitz, 1989).

*Situatie II: informatie over de prijs die de afnemer bereid is te betalen wordt bekend (prijs transparantie van afnemers)*

Een positieve bate voor de leverancier kan zijn dat hogere verkoopprijzen met afnemers kunnen worden overeengekomen (Stiglitz, 1989). Een positieve bate voor de afnemer kan zijn dat lagere prijzen worden door kartelvorming van kopers. Kopers zullen hierdoor in staat zijn gunstiger inkooprijzen te voeren (Tollisson, 1982, Stiglitz, 1989).

*Situatie III: Informatie over de kosten van de leverancier wordt bekend (kosten transparantie).*

Doordat kosten van het te kopen product bekend worden, ontstaat een 'rechtvaardigheidsbenchmark', zoals Sinha (2000) formuleert, omdat bij prijsonderhandelingen de nettomarges van de leverancier bekend zijn. Doordat

gemiddelde productiekosten in de primaire sector vaak publiek bekend zijn, komt deze situatie veelal overeen met die van primaire producten.

Positieve baten voor een leverancier/producent kunnen zijn dat:

- een vermindering van totale kosten tot stand komt, omdat deze producenten als afnemer lagere inkoopprijzen kunnen overeenkomen met hun toeleveranciers;
- prijsonderhandelingen gefaciliteerd worden, omdat een rechtvaardiging van de prijs en een eventuele prijsstijging bestaat (Carr en Ng, 1995);
- een verbetering van de klantrelatie ontstaat. Open boekhouding van de leverancier creëert vertrouwen tussen de afnemer en leverancier<sup>1</sup>, mits de prijszetting rechtvaardig wordt gevonden door de afnemer (Seal et al. 1999; Carr and Ng, 1995);
- een daling van de prijs wordt tegengegaan door meer innovatie en productdifferentiatie. Afnemers zijn 'bereid' voor innovatie te betalen.

Een positieve bate voor de afnemer kan zijn dat prijsonderhandelingen gefaciliteerd worden. In de hoogte van de nettomarge van de leverancier zou een afnemer een rechtvaardiging kunnen zien voor het verlagen van de prijs. Daarnaast zouden afnemers wijzigingen in de productieprocessen kunnen afdwingen met kostenreductie als gevolg.<sup>2</sup>

Omgekeerd geldt ook dat informatie over de totale kosten van de afnemers in combinatie met informatie over hun eindprijs en dus hun nettomarge, signalerend zal zijn voor de minimale prijs die deze afnemers bereid zijn te betalen aan hun leveranciers (zie situatie II). De nettomarge van de afnemer zou eveneens gebruikt worden als rechtvaardigheidsbenchmark voor de aan de leveranciers betaalde prijzen.

Alle bovengenoemde mogelijke effecten zijn samengevat in tabel 2.1. De marktcontext is bepalend voor het effect van prijstransparantie. In markten met veel aanbieders en afnemers, waarin weinig bekend is over prijzen, zal het opheffen van dit informatietekort leiden tot lagere zoekkosten en meer transacties. Dit kan leiden tot lagere eindprijzen voor consumenten. De verdeling van de effecten tussen afnemer en toeleverancier zijn niet vooraf te bepalen, want die

---

<sup>1</sup> Zie in dit kader ook het 'open book accounting'-principe: volledige transparantie in boekhouding zal leiden tot inter- en intra-organisatieel vertrouwen. (J. Smith, 2007. *Handbook of Management Accounting*. 4de editie. Elsevier, Oxford, VK.)

<sup>2</sup> Zie bijvoorbeeld: 'Aldi seeks cost transparency from suppliers': <http://www.storebrandsdecisions.com/news/2011/11/22/aldi-seeks-cost-transparency-from-suppliers>

hangen af van de onderlinge concurrentieverhoudingen (Stiglitz, 1989; OECD, 2010).

In markten die een sterke concentratie kennen, is een teveel aan transparantie mogelijk, wat kan leiden tot kartelvorming of niet-gecoördineerd niet-competitief gedrag. Dit hangt ook samen met de aard van het product en de manier waarop prijzen gepubliceerd worden. In het inleidende hoofdstuk is zo'n situatie toegelicht. Ook het rapport van de OECD (2010) wijst daarop.

<b>Tabel 2.1. Geaggregeerde effecten van prijstransparantie in de markt</b>		
	<b>Baten van leveranciers prevaleren</b>	<b>Baten van afnemers prevaleren</b>
Prijsinformatie is bekend (situatie I en II)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Er kunnen nieuwe wederzijds voordelige transacties ontstaan</li> <li>- De gemiddelde prijs voor vergelijkbare producten in de markt stijgt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Er kunnen nieuwe wederzijds voordelige transacties ontstaan</li> <li>- De gemiddelde prijs voor vergelijkbare producten in de markt zal dalen</li> </ul>
Kosteninformatie is bekend (situatie III)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De gemiddelde prijs voor vergelijkbare producten in de markt blijft gelijk of stijgt</li> <li>- Margebehoud door productdifferentiatie of procesinnovatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De gemiddelde prijs voor vergelijkbare producten in de markt daalt</li> <li>- Afnemer dwingt kostenreductie af (procesinnovatie gericht op kostenreductie)</li> </ul>

### 2.1.3 Effecten buiten de waardeketen

Voor burgers kan marktinformatie inzicht geven in de werking van de markt en dit zorgt voor een beter begrip van het functioneren van markten. Dit is een leereffect.

De overheid kan inzicht verwerven uit verschillende typen van al dan niet zelf geïnitieerde monitoring. Deze informatie kan gekoppeld worden aan stimulerend beleid. Marktimperfecties kunnen bijvoorbeeld worden gesignaleerd, waardoor de overheid zo nodig sneller en effectiever kan ingrijpen.

Serviceverleners kunnen het verzamelen en verwerken van informatie op zich nemen en aanbieden aan ketenpartijen. Deze informatie is niet publiek beschikbaar, maar afgeschermd (privaat eigendom) en dan ook verhandelbaar. Deze marktinformatie heeft het karakter van een clubgoed (dat wil zeggen niet

rivaliserend en uitsluitbaar, Bunte et al., 2011). In het verzamelen en verwerken van zulke informatie dienen marktpartijen tijd en middelen te stoppen, maar er kunnen betalende afnemers voor worden gevonden en er kan een markt voor worden gecreëerd.

Wanneer marktinformatie publiekelijk beschikbaar wordt, bijvoorbeeld door prijzenmonitoring van de overheid, krijgt deze het karakter van echt publiek goed. Alle ketenpartijen hebben dan vrije toegang tot deze informatie waardoor de informatie niet meer verhandelbaar is. Serviceverleners kunnen met die informatie geen waarde meer toevoegen voor de eigen onderneming door het verzamelen, maar adviseren en analyseren kan wel.

Overigens maken de ontwikkelingen op ICT-gebied het steeds beter mogelijk om de werkelijke kosten van het te kopen product te achterhalen (Sinha, 2000) of de werkelijke prijzen (Lamming et al., 2006).

## **2.2 Kosten en effecten van de verplichte prijsrapportages van vee (VS)**

### 2.2.1 Livestock Mandatory Price Reporting

In de VS bestaat sinds 2001 een systeem van verplichte prijsrapportages voor vee. Het doel van deze Livestock Mandatory Price Reporting (LMPR) is representatieve, actuele marktprijzen en verhandelde hoeveelheden van vee te verschaffen op nationaal niveau. De LMPR werd door de overheid ingevoerd, omdat er vragen gesteld werden bij de representativiteit van het bestaande, vrijwillige systeem. Dat systeem zou geen accurate en tijdige informatie meer opleveren als gevolg van de toegenomen concentratie in de vleesindustrie.

Bij de LMPR, onderdeel van USDA, werkt een staf van ongeveer 50 mensen en zij ontvangen bijna 500.000 gegevens per dag van 116 vee-importeurs en vleesverwerkers. De staf is gerechtigd audits bij deze bedrijven uit te voeren om de door hen geleverde gegevens te controleren. De LMPR publiceert wekelijks samengestelde prijzen ('grid prices') voor vee. Dit zijn de premium-, standaard- en discountprijzen die voor karkassen worden betaald, verder uitgesplitst naar 'yield grade'<sup>1</sup> en slachtgewicht. De prijzen worden weergegeven als gemiddelden met hun statistische spreiding.

---

<sup>1</sup> 'Yield grade' verwijst naar de uitsnijbaarheid van het karkas. De kwaliteitsbeoordeling is een optelsom van een beoordeling op een aantal factoren waaronder malsheid van het vlees: <http://www.thebeefsite.com/articles/1961/beef-grades-and-carcass-information>.

Uit tabel 2.2 blijkt dat de dekking van het verplichte systeem beduidend hoger is dan in de vrijwillige situatie; vooral meer transacties in de varkenssector zitten in het verplichte systeem.

<b>Tabel 2.2      Dekking van de transacties onder de twee prijssystemen</b>		
<b>Markt</b>	<b>Dekking van het vrijwillige systeem (% in 2000)</b>	<b>Dekking LMPR (% in 2005)</b>
Runderen	60-65	85-90
Varkens	25	95
Lammeren	60	75
Transacties van slachterijen	60	90
Bron: Perry et al. (2005); Becker (2006).		

### 2.2.2 Kosten

Tabel 2.3 geeft een overzicht van de administratieve lasten van de LMPR uitgesplitst naar de overheid en het bedrijfsleven. De overheid kent directe uitvoeringskosten (USDA) en kosten die op het conto komen van lagere overheden. De compliancekosten voor het bedrijfsleven blijken veel groter dan die van de overheid. Het is niet duidelijk of een deel van de compliancekosten tot de transactiekosten gerekend kunnen worden. Over de periode 2001-2015 zijn de kosten voor het bedrijfsleven sterker gestegen dan de uitvoeringskosten van de overheid. De meerkosten ten opzichte van het vrijwillige systeem zijn niet bekend.

### 2.2.3 Effecten

Wachenheim en de Vuyst (2001) en Schroeder et al. (2002) concluderen dat met het LMPR veel minder gegevens op regionaal niveau beschikbaar komen dan in het vrijwillige systeem. Dit heeft te maken met de bescherming van de privacy van ondernemers.

Schroeder et al. (2002) suggereren dat het verschaffen van veel prijsinformatie, kartelvorming tussen marktdeelnemers kan vergemakkelijken. Njoroge et al. (2007) voegen daar op hun beurt aan toe dat zelfs wanneer er een dergelijke kartelvorming zou bestaan, de sociale baten van de meer betrouwbare markt-informatie groter zullen zijn.



<b>Tabel 2.3</b>		<b>Kosten van verplichte prijsrapportage voor vee in de VS, 2001-2015 (in mln. USD)</b>		
	<b>Per jaar</b>			<b>Totaal</b>
<b>Type kosten</b>	<b>2001-2005</b>	<b>2005-2010</b>	<b>2010-2015</b>	<b>2001-2015</b>
Uitvoeringskosten voor de overheid	7,5	8,6	10	<b>123</b>
Compliance-kosten voor de overheid	Geen kosten geschat	62	70	<b>660</b>
Compliance-kosten voor het bedrijfsleven	100	123	141	<b>1.720</b>

Bron: Becker (2006); CBO (1999, 2005 en 2010).

Perry et al. (2005) hebben de LMPR geëvalueerd om te bepalen of het programma een verbetering gebracht heeft in de kwaliteit van de beschikbare informatie. In een enquête gaven veel veehouders aan dat zij teleurgesteld waren in de LMPR en dat ze meer van het programma hadden verwacht. Maar de eindconclusie is toch dat sinds de implementatie van de LMPR (i) de marktprijzen beter worden weergegeven en (ii) de hoeveelheid verhandeld vee gestabiliseerd en zelfs toegenomen was en dat daarbij (iii) de volatiliteit van de prijzen was toegenomen. Dit laatste punt wordt onderzocht door Fausti et al. (2010). Zij komen tot de conclusie dat de grotere volatiliteit van de samengestelde premium- en discountprijzen en ook de grotere dispersie (spreiding binnen één week) waarschijnlijk het gevolg zijn van het feit dat het vrijwillige systeem niet representatief was. De toegenomen volatiliteit is dus schijn en het gevolg van een betere weergave.

Ook Ward (2005) noemt dat door de LMPR de transparantie is toegenomen in de markt; de dekkingsgraad van het systeem is hoger en de prijzen zijn nauwkeuriger. Tegelijkertijd concludeert hij dat het vrijwillige systeem niet zo slecht was als de oorspronkelijke kritiek deed geloven.

#### 2.2.4 Conclusie

De Amerikaanse overheid heeft kennelijk geconcludeerd dat sprake was van gebrek aan transparantie, dat de actuele marktinformatie noodzakelijk is en niet

door de markt gegeneerd kan worden (marktfalen). Daarom is de LMPR in het leven geroepen.

Evaluaties lijken aan te tonen dat een betrouwbaarder beeld van de prijzen is ontstaan door de LMPR. Juist daardoor zijn de prijsdispersie en de volatiliteit van prijzen hoger dan voorheen. Er zijn waarschijnlijk meer transacties tot stand gekomen. De gerapporteerde regionale prijzen zijn anders samengesteld, zodat de prijstransparantie op regionaal niveau is afgenomen. De prijzenmonitoring brengt aanzienlijke kosten met zich mee, maar de meerkosten ten opzichte van het oorspronkelijke systeem, zijn onbekend. Ook zijn deze kosten (deels) te beschouwen als noodzakelijke zoekkosten. Er zijn geen uitspraken gevonden over de kosteneffectiviteit van de LMPR.

## **2.3 Determinanten van voedselprijzen en prijstransmissie**

### **2.3.1 Onderzoek naar prijstransmissie**

De voedselkolom bestaat uit een groot aantal schakels en partijen, en verschillende producten kennen verschillende marktomstandigheden. De prijzen van graan bijvoorbeeld worden gedreven door wereldmarkten, terwijl de prijzen van melk meer regionaal bepaald worden. De oorzaken van prijsstijgingen zijn per product verschillend. Een belangrijke vraag is hoe stijgende grondstof- en voedselprijzen uitwerken op de verschillende schakels in de keten en op consumentenniveau. In de economische literatuur wordt dit vraagstuk aangeduid als 'prijstransmissie'. De doorwerking van prijsveranderingen in de keten wordt verticale prijstransmissie genoemd.

In de afgelopen 20 jaar zijn verschillende onderzoeken verricht naar prijstransmissie in de ketens voor voedingsmiddelen. De Europese Unie heeft diverse ketens laten onderzoeken in 2009 (EC, 2009). Lopend onderzoek richt zich onder andere op de suikersector (EC, tender document AGRI-2011-EVAL-03), en het verderop in dit hoofdstuk beschreven Transfopproject kijkt onder andere naar de EU-zuivelsector, de Italiaanse vleessector en prijsstijgingen van de Britse voedselprijzen. Het voormalige Nederlandse ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit liet in 2003 door het LEI onderzoek doen naar marktmacht en prijstransmissie in agrofoodketens (Bunte et al., 2003). De NMa heeft in 2009 door het LEI de prijstransmissie in verschillende agroketens laten onderzoeken (Bunte et al., 2009). De OECD heeft de prijstransmissie in voedingsmiddelenketens onderzocht (Vavra en Goodwin, 2005; OECD, 2006). Daarnaast zijn er vele studies verricht over prijstransmissie in verschillende voedingsmiddelen-

ketens in diverse Europese en andere landen, waaronder voor de EU (Palaskas, 1995), de Verenigde Staten (onder andere Chavas en Mehta, 2004; Goodwin en Holt, 1999), Spanje (onder andere Ben Kaabia en Gil., 2007; Hassouneh et al., 2010), Duitsland (onder andere Von Cramon-Taubadel, 1998), Zweden (Persson, 2011), en Nederland (onder andere Bettendorf en Verboven, 2000; Bunte et al., 2003; Bunte et al., 2009).

De onderzoeken naar prijstransmissie zijn doorgaans gebaseerd op econometrische modellen die de relaties tussen prijzen op verschillende niveaus in de keten proberen te schatten. Het gaat daarbij vooral om drie aspecten van prijstransmissie (EC, 2009; Bunte et al., 2003):

- de omvang van de prijsaanpassing; hoeveel van de prijsverandering in de ene schakel wordt doorgegeven aan de andere schakels;
- de snelheid van de prijsaanpassing; de tijd die nodig is voor een prijsverandering om zijn uiteindelijke doorwerking op de andere schakels te bereiken;
- de asymmetrie van de prijsaanpassing; de mate waarin er verschillen bestaan in de aanpassingen van positieve en negatieve prijsveranderingen.

Het onderzoek naar prijstransmissie zoals dat nu meestal gebeurt, is vooral mogelijk gemaakt door verbeteringen in de econometrische toetsen door onder andere Dickey en Fuller (augmented Dickey-Fuller test, 1979), Engle en Granger (two-step co-integration test, 1987) en Kwiatkowski et al. (KPSS-toets, 1992), waarmee de relaties tussen verschillende prijzen in de tijd kunnen worden gemodelleerd. Onderzoek naar de transmissie van prijsaanpassingen in de keten heeft al geruime tijd aandacht van economen. Desondanks blijkt het vooralsnog heel lastig om eenduidige antwoorden en verklaringen voor de afwezigheid van (perfecte) prijstransmissie te vinden.

### 2.3.2 Transfopproject

Het Transfopproject is een EU KP7-project van 1 miljoen euro dat loopt van 1 januari 2011 tot en met 31 december 2013.<sup>1</sup> Het project wordt geleid door Prof. Dr. Steve McCorrison van het Department of Economics, van de University of Exeter Business School. Er zijn 13 universiteiten en onderzoeksinstituten betrokken uit 10 EU-lidstaten. De directe aanleiding voor het project waren de genoemde grote stijgingen van wereldvoedselprijzen in de periode 2007-2010, en de constatering dat deze prijsstijgingen op consumentenniveau in de verschillende EU-lidstaten heel verschillend doorwerken.

---

<sup>1</sup> Grant Agreement No. KBBE-265601-4-TRANSFOP [http://www.transfood.eu/init\\_transfop.html](http://www.transfood.eu/init_transfop.html)

Het doel van het project is om determinanten van de voedselprijzen in de lidstaten te onderzoeken en de manier waarop factoren als mededinging, de relatie tussen producenten en detailhandel, imperfecties op verschillende markten, en de rol van kleinere bedrijven voedselprijzen beïnvloeden. Prijstransmissie vormt een belangrijk onderdeel van het project. Het project kent de volgende thema's:

- voedselprijzinflatie in verschillende landen in de EU;
- theoretische en empirische benaderingen;
- relaties tussen verwerking en detailhandel;
- imperfecties in de factormarkten en afdwingen van contracten in de voedselketen;
- de rol van het mkb in de Europese voedselsector;
- fusies en overnames in de voedselsector.

Tot oktober 2012 heeft het project zeven papers<sup>1</sup> opgeleverd en een aantal congrespapers over de verschillende onderwerpen. Hieronder volgen kort enkele resultaten van een zestal die wij relevant achten in het kader van prijsmonitoring.<sup>2</sup>

### *1. Explaining UK Food Price Inflation (Davidson et al., 2009?)*

In de eerste Transfop working paper werd gekeken naar de oorzaken van de sterk gestegen voedselprijzen in 2008, in het bijzonder voor het Verenigd Koninkrijk. Met behulp van een econometrisch model worden verschillende oorzaken van stijgende prijzen in onderlinge samenhang onderzocht.

De conclusie van het onderzoek is dat de prijzen met name gestegen zijn door stijgende prijzen van ruwe grondstoffen en veranderingen in de wisselkoers van het Britse Pond. Stijgende olieprijsen werken indirect door op de prijzen. Hoe langer de stijging van de agrarische grondstofprijzen aanhoudt, hoe groter het uiteindelijke effect op voedselprijzinflatie is. Dat duidt op een vertraagde prijstransmissie.

Wij merken hierbij op dat de prijzen in 2009 ook weer heel snel gedaald zijn en de reële prijzen van granen in de jaren 1970 nog hoger waren.

---

<sup>1</sup> [http://www.transfop.eu/media/universityofexeter/businessschool/documents/research/Transparency\\_of\\_Food\\_Pricing\\_24th\\_June\\_final.pdf](http://www.transfop.eu/media/universityofexeter/businessschool/documents/research/Transparency_of_Food_Pricing_24th_June_final.pdf)

<sup>2</sup> Een beschrijving van de zeven papers inclusief de beschrijving van modellen is verkrijgbaar bij de auteurs.

## *2. Estimating market power in a dynamic framework: the case of Italian PDO cheese market (Sckokai et al., 2012)*

Ongeveer een derde van de rauwe melk productie in Italië wordt verwerkt in één van de twee grote 'grana kazen': Grana Padano (GP) en Parmigiano Reggiano (PR). De auteurs vragen zich af of de structuur van de keten voor deze kazen invloed heeft op de prijstransmissie. De concentratie van de supermarkten die sinds de jaren negentig is ontstaan en de relatief hoge marges die ze lijken te behalen op deze kazen, zijn de aanleiding voor dit onderzoek. Het onderzoek is een van de weinige pogingen om marktmacht te modelleren in een dynamische context in de voedingsmiddelenindustrie; bedrijven maken hierin strategische keuzes op basis van hun verwachtingen over de reacties van de andere marktpartijen. De aanbieders van de gerijpte kazen worden verondersteld prijsnemers te zijn. Hun probleem is om de voorraden te managen en winsten te maximaliseren. De retailer maximaliseert zijn eigen winst, door rekening te houden met de prijzen, de kosten en de verkochte hoeveelheden.

Er wordt geen bewijs gevonden voor marktmacht van de supermarkten richting de rijpers. Er zijn echter ook belangrijke tekortkomingen in het model. De onderzoekers geven aan dat het model en met name met betrekking tot het gedrag van de rijpers verder moet worden verbeterd, maar dat daarvoor veel data ontbreekt en de complexiteit van het model een eenduidige interpretatie lastig maakt. Hoewel men wel in staat is om afwijkingen van perfecte competitie te detecteren, zijn de verklaringen daarvoor - zoals vaak met dit type onderzoek - niet gemakkelijk te geven.

## *3. Sugar Policy Reform, Tax Policy and Price Transmission in the Soft Drink Industry (Bonnet en Réquillart, 2012)*

Door veranderingen in het EU-suikerbeleid zijn de prijzen van suiker in de EU sterk gedaald. Dit paper onderzoekt de impact van deze beleidswijzigingen op de soft drink industrie. Met gebruik van een structureel econometrisch model worden de reacties van producenten en retailers van frisdrank onderzocht als gevolg van de (gesimuleerde) prijsverlaging. Voor de aanbodkant wordt een andere aanpak gekozen. Door verschillende supply-modellen te schatten komen de onderzoekers tot een 'most likely supply model'. Daarin hebben de producenten van frisdrank een sterke marktpositie en spelen huismerken van supermarkten nauwelijks een rol. Er worden data gebruikt uit Frankrijk over de periode 2003-2005.

De resultaten van modelsimulaties voor deze Franse casus laten zien dat de Franse frisdrankindustrie en retailers de prijsverlaging (van suiker) in meer dan proportionele mate doorgeven aan de consumenten.

#### *4. The experience of Food Price Inflation Across the EU (Lloyd et al., 2012)*

In dit paper gebruiken de auteurs beschikbare prijsstatistieken van Eurostat, OECD en IMF om te laten zien hoe verschillend de voedselprijzen zich in de EU landen hebben ontwikkeld.

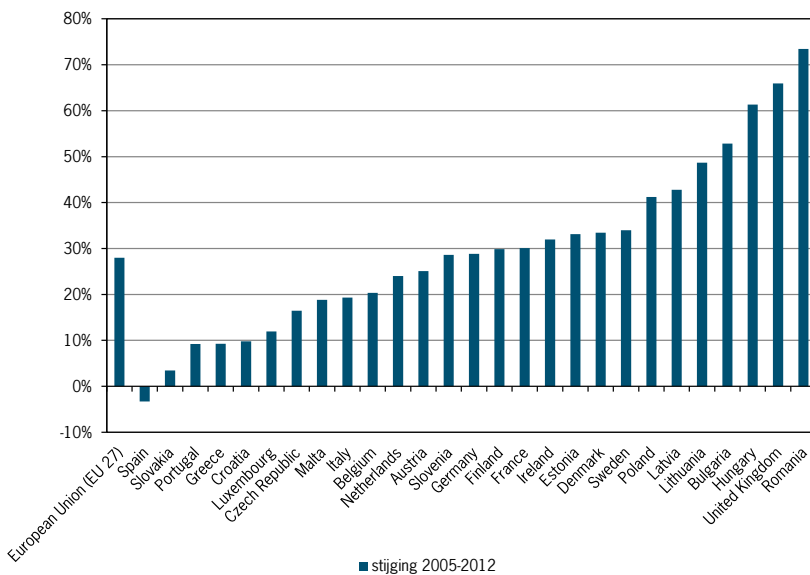
De onderzoekers constateren dat de voedselconsumptieprijzen in de 'oude' lidstaten in de periode 1990-2011 zich min of meer hetzelfde hebben ontwikkeld. Dat is een indicatie van een gemeenschappelijke markt. Er zijn echter wel verschillen. In de zuidelijke EU-landen lagen de prijsstijgingen gemiddeld iets hoger (circa 2,9% per jaar in Spanje, Portugal en Italië, 5% in Griekenland) en in Denemarken en het Verenigd Koninkrijk, met hun eigen munteenheid, waren de gemiddelde jaarlijkse prijsstijgingen ook relatief hoog. Voor de nieuwe EU-lidstaten geldt dat de periode van transitie naar het lidmaatschap heeft gezorgd voor stijgende voedselprijzen. Uit de gegevens kan geen algemeen geldende verklaring worden gevonden voor deze verschillen - als die er al is.

In het Eurogebied stegen de agrarische grondstoffenprijzen met ongeveer 20-25% in 7 jaar tijd, maar ook de prijsstijgingen van deze grondstoffen verschillen aanzienlijk per land (figuur 2.1). Oorzaken kunnen ook gelegen zijn in verschillen in wet- en regelgeving en het gebruik van (tijdelijke) maatregelen om prijsstijgingen te voorkomen.

Prijzen van voedingsmiddelen en hun grondstoffen fluctueren veel meer dan veel andere prijzen (zie figuur 2.2). Deze prijsvolatiliteit is bovendien toegenomen vanaf 2007, onder andere door veranderingen in het EU-handbouwbeleid. De onderzoekers noemen een aantal onderwerpen die verder moeten worden onderzocht, waaronder het verband tussen globalisering en inflatie en de invloed van wisselkoersontwikkelingen op voedselprijsstijgingen.

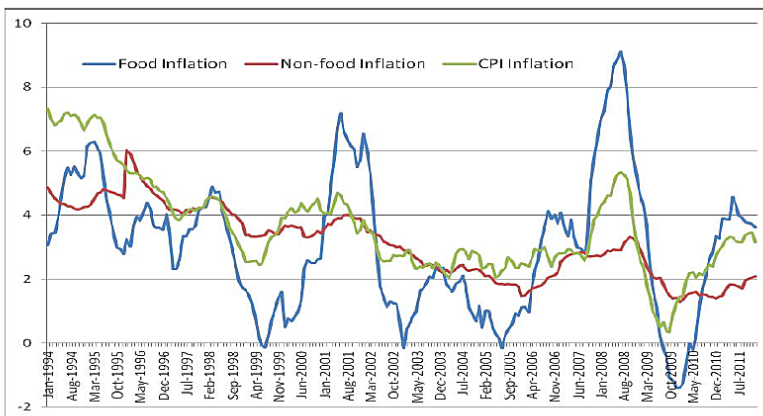
De onderzoekers wijzen er ten slotte op dat voor macro-economisch beleid vaak alleen wordt gekeken naar het algemene inflatiecijfer (CPI). Het aandeel dat voedsel heeft in de totale consumentenbestedingen is per land verschillend. Dat betekent dat ook de impact van veranderingen in de voedselprijzen per land anders is.

**Figuur 2.1** Gemiddelde prijsstijging van de agrarische grondstoffen per land, januari 2012 ten opzichte van januari 2005



Bron: Eurostat, Food supply chain - Price indices (2005 = 100) [prc\_fsc\_idx]

**Figuur 2.2** Verschil tussen Food inflatie en CPI



Source: OECD

Bron: OECD / In Lloyd et al. (2012).

*5. Cost Pass Through in differentiated product markets: a disaggregated study for milk and butter (Holm et al., 2012)*

Dit paper behandelt de invloed van merken op de prijsvorming. Voor de Duitse ketens van melk en boter wordt een model geschat waarin de prijsstelling van verschillende merken in verschillende outlets (winkelformules) centraal staat in een dynamische context. In dit model kunnen de prijzen van verschillende merken korter of langer afwijken van het evenwicht op de lange termijn (of volledige mededinging). De veronderstelling is dat hoe meer marktmacht een partij heeft, hoe groter de afwijking en hoe langer die kan blijven bestaan. Men onderscheidt vier soorten outlets: super- en hypermarkten en kleine en grote speciaalzaken.

De resultaten geven aan dat een prijschok (af-verwerker) van boter vrijwel direct door de supermarkten wordt gevolgd in de prijs van huiskamerboter, en binnen afzienbare tijd ook voor A-merk boter. De reactie op een prijschok is licht asymmetrisch, wat betekent dat hogere inkooprijzen sneller en langer worden doorgerekend aan de consument dan lagere inkooprijzen. De asymmetrie is bij huiskamermerken minder dan bij A-merken. Tegelijkertijd vinden zij dat A-merken met hogere prijsmarges minder asymmetrische prijsstransmissie kennen, wat erop duidt dat zij hun sterke positie niet gebruiken om hun marges verder te vergroten.

De onderzoekers geven zelf aan dat één van de tekortkomingen is dat zij geen rekening kunnen houden met inkoopcontracten van supermarkten die voor langere tijd kunnen gelden. Ook is geen rekening gehouden met tijdelijke promoties.

*6. Multi-stage Market Power in the Italian Fresh Meat Industry (Moro et al., 2012)*

Deze studie onderzoekt de mate waarin marktmacht wordt uitgeoefend tussen de verschillende schakels van de Italiaanse ketens voor rundvlees, varkensvlees en pluimveevlees. Het gaat daarbij om een model waarin afwijkingen van volkomen mededinging (met marginal cost pricing) worden opgespoord.

De conclusies van het onderzoek zijn dat de supermarkten enige mate van marktmacht uitoefenen op consumenten. Voor marktmacht van supermarkten op verwerkers of van verwerkers op boeren wordt geen bewijs gevonden.

Bij een aantal aannames van het theoretische model kunnen echter vraagtekens worden gezet. Ten eerste, de aanname dat supermarkten en verwerkers een 'constant returns to scale'-technologie gebruiken. Het is bekend dat concentratie bij verwerkers en detailhandel voortkomt uit schaalopbrengsten. Ten tweede, de aanname dat de technologie van de supermarkten te toe te wijzen is aan een bepaald product. Het is bekend dat een groot deel van de kosten van de supermarkten bestaat uit personeelskosten, koeling en gebouwen. Die kos-



ten zijn haast per definitie niet goed te alloceren. Ten derde, de aanname van constante hoeveelheden in de opvolgende schakels van de keten. Die aanname wordt gerechtvaardigd door de stelling dat vers vlees vrij snel van de boerderij via slacht en verwerking bij de consument terecht komt. Maar met name voor rundvlees is bekend dat er geruime tijd tussen slacht en consumptie kan zitten. Voorraden (bevroren vlees) komen in alle vleesproducten voor. Ten vierde, de aanname dat slachterijen en verwerkers in alle typen vleesketens actief zijn. Dit zal in de praktijk ten dele het geval zijn. Ten slotte is niet duidelijk uit het artikel of rekening gehouden is met import en export, en met verwerking van vlees in andere producten.

### 2.3.3 Conclusie over de resultaten en kosten van prijsdata

De onderzoeken in het Transfopproject maken ofwel gebruik van openbare databronnen of van consumentenpaneldata. Data van consumentenpanels zoals gebruikt in onderzoek 2, 3, 5 en 6 zijn in Nederland ook beschikbaar bij marktonderzoeksbureaus zoals GfK, Symphony IRI, en ACNielsen. Aankoop van deze gegevens is in de regel niet goedkoop, en onder andere afhankelijk van het aantal datapunten: de aggregatie van de prijsseries/producten, het aantal aankoopkanalen of winkelformules, de lengte van de tijdperiode en de frequentie. Tabel 2.4 geeft inschattingen van de kosten van de gebruikte datasets. Voor onderzoek naar prijstransmissie in de voedselketen zijn juist sterk gedisaggregeerde prijsdata nodig.

Uit de beschreven papers blijkt dat prijstransmissie steeds beter in beeld te brengen is, maar de exacte aard van prijstransmissie lastig is vast te stellen - ook in complexe modellen.

<b>Tabel 2.4 Data voor prijstransmissie onderzoek (Transfop)</b>			
<b>Onderzoek</b>	<b>Vraag</b>	<b>Data</b>	<b>Kosten data</b>
1. Explaining UK Food Price Inflation (Davidson et al., 2011)	Wat is de oorzaak van prijsverhogingen van voedingsmiddelen in retail VK in de periode 1990-2010?	Indices world food prices en inflatie (IMF, ONS en DEFRA); Exchange rate (IMF); manufacturing input costs (ONS) Agricultural producer price index (DEFRA)	Geen
2. Estimating market power in a dynamic framework: the case of the Italian PDO cheese market (Sckokai et al., 2012)	Wat is de rol van marktmacht in de supply chain van Parmigiano Reggiano en Grano Padano?	Maandelijks data jan-2002-dec 2008; survey van consumenten aankopen (CRPA-SIPR); groothandelsprijzen verzameld door lokale Kamers van Koophandel; loonkosten retail en industrie van ISTAT; voorraden (werden bijgehouden voor CAP doeleinden)	Schatting LEI: circa 10-20k euro voor consumentenprijsdata. Rest van data is voor andere doeleinden al verzameld en openbaar.
3. Sugar Policy Reform, Tax Policy and Price Transmission in the Soft Drink Industry (Bonnet and Réquillart, 2012)	Model om effect van prijsverlaging van suiker in de keten te onderzoeken.	Consumenten paneldata van TNS WorldPanel, van 19 duizend Franse huishoudens, 2003-2005	Afhankelijk van frequentie van data: schatting LEI: 20-30k euro.
4. The Experience of Food Price Inflation Across the EU (Lloyd et al., 2012)	Hoe (verschillend) hebben de voedselprijzen zich in de EU landen ontwikkeld?	Openbare beschikbare prijsstatistieken van Eurostat, OECD en IMF	Geen

**Tabel 2.4 Data voor prijstransmissie onderzoek (Transfop) (vervolg)**

Onderzoek	Vraag	Data	Kosten data
5. Cost Pass Through in differentiated product markets: a disaggregated study for milk and butter (Holm et al., 2012)	In welke mate en waarom verschilt het dynamische prijszettingsgedrag voor melk en boter in Duitsland tussen verschillende merken en retail outlets? Analyse van variaties in kostentransmissie in zuivelketens in Duitse markt tussen 2005 en 2008.	Wekelijkse prijzen van zuivel producten van Symphony IRI (SIG). 919 (1724) individuele winkels, 71 (90) merken voor melk (boter), periode 2005-2008. Melkprijzen uit Ministerieel rapport; i.e. quoteringen van zuivelondernemingen, en SBKB exchange boter quoteringen	Schatting LEI: circa 20-40k euro voor Symphony IRI data
6. Multi-stage Market Power in the Italian Fresh Meat Industry (Moro et al., 2012)	In welke mate oefenen partijen in de Italiaanse vleesketen marktmacht uit op leveranciers of kopers?	Maandelijke gegevens van prijzen en hoeveelheden in verschillende ketenschakels, en kosten van productie inputs in schakels, 2002-2010; bronnen zijn de Italiaanse kamers van koophandel, ACNielsen paneldata van consumentenaankopen	Schatting LEI: 20-30k euro ACNielsen data over consumenten aankopen en prijzen van drie soorten vlees

Bron: Transfop working papers; inschattingen LEI.

# 3 Franse Observatorium van Voedselprijzen en Marges

---

## 3.1 Aanleiding en doelstellingen

Het Observatorium van Voedselprijzen en Marges<sup>1</sup> is een adviesorgaan dat functioneert onder het overheidsgezag en is ondergebracht bij het FranceAgriMer. FranceAgriMer is een uitvoerende overheidsinstantie die verantwoordelijk is voor het implementeren van beleid in de agrofoodsector en valt onder het Franse Ministerie van Landbouw, Voedsel en Bosbouw (Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Forêt). Het opzetten van het observatorium is geregeld door de wet op de modernisering van landbouw en visserij van 27 juli 2010, waarin de wettelijke verplichting 'van het informeren van keten-stakeholders, consumenten en beleidsmakers over de prijs- en margevorming bij commerciële transacties in de voedselketen'<sup>2</sup> uitdrukkelijk staat aangegeven. Philippe Boyer, de secretaris-generaal van het observatorium, geeft aan dat in Frankrijk twee ontwikkelingen aanleiding waren voor het opzetten van het observatorium (Boyer et al., 2012):<sup>3</sup>

- In de eerste plaats is het aandeel van het budget binnen de huishoudens dat besteed wordt aan voedsel dalend. Dat laat zich deels verklaren doordat agrarische producten vaker verwerkt worden voordat zij de consument bereiken. Mede hierdoor is het aandeel van de consumentenprijs dat aan de boer toekomt, kleiner geworden.
- Voorts is er een toegenomen volatiliteit van wereldprijzen voor voedsel en van hervormingen in het gemeenschappelijke landbouwbeleid. Dalende opbrengstprijzen bij boeren (na eerdere prijsstijgingen) zouden niet opgevolgd worden door prijsdalingen in de rest van de keten.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Voor meer informatie, zie:

<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/observatoire/Pages/default.aspx>

<sup>2</sup> Zie: LOI n°2010-874 du 27 juillet 2010 op

<<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000022521587&categorieLien=id>>

<sup>3</sup> The French Observatory on formation of food products' prices and margins. Presentatie bij 2<sup>nd</sup> OECD Food Chain Network Meeting, 12-13 september 2011.

<sup>4</sup> Er is sprake van asymmetrische prijstransmissie; Fransen spreken kortweg van: asymmetrieën.

Deze ontwikkelingen zorgen voor spanningen in de relatie tussen verschillende ketenpartijen. Sommige ketenpartijen zijn het niet eens met de verdeling van productiekosten en marges in de verschillende stadia van de waardeketen en wijten die aan oneerlijke machtsverdeling en afhankelijkheidsrelaties.

In 2012 kent het observatorium een groot aantal betrokkenen:

- de stuurgroep, met als voorzitter: Philippe Chalmin, expert in wereldgrondstoffenmarkten aan de Universiteit van Paris-Dauphine, en met 30 vertegenwoordigers van belangenorganisaties, agrarische boerenorganisaties (FNSEA, Jeunes Agriculteurs, Confédération Paysanne, Coordination Rurale), consumentenbonden, landbouworganisatie APCA en koepelorganisatie van de 'Chambres d'Agriculture' (een ministerieel adviesorgaan);
- product-specifieke werkgroepen bestaande uit vertegenwoordigers uit agrarische bedrijven, verwerkende industrie, groothandel, detailhandel (voor nu alleen supermarkten) en consumenten;
- 100 stakeholders uit voedselverwerkende industrie;
- het Ministerie van Landbouw, het Nationaal Instituut voor Statistiek en Economische studies (INSEE), het Instituut voor Landbouwkundig onderzoek (INRA) en verschillende particuliere technische services.

### *Doelstellingen*

FranceAgriMer:

'De doelstellingen van het observatorium zijn meer politiek dan technisch. Het observatorium is een politieke keuze van de overheid en is een uiting van betrokkenheid van de overheid bij de agrofoodsector.'

De doelstellingen van het observatorium zoals aangegeven door Boyer (2011)<sup>1</sup> en Boyer et al. (2012) zijn:

1. Verschaffen van transparantie. Facilitering van inzicht in prijsvormingsmechanismen in de voedselketen. Verbeterde transparantie in de markt moet ervoor zorgen dat de markten goed functioneren.
2. Verschaffen van kennis. Alle verschaffing van informatie over agroketens zou helpen deze ketens beter te begrijpen. Gedeelde informatie zou de interprofessionele dialoog verbeteren.
3. Verschaffen van referenties. Het Observatorium kan bijdragen aan de verzameling van betrouwbare economische informatie die als 'learning

---

<sup>1</sup> 'The French observatory on formation of Food Products' Prices and Margins. Objectives, methods, first results'. Presentatie bij Eurostat conferentie van 7 oktober 2011.

tool' zou kunnen dienen voor ketenpartijen, consumenten en beleidsmakers. De verwachting is dat informatie over elkaars kosten en opbrengsten het vertrouwen tussen de ketenpartners versterkt.

4. Bijdragen aan ontwikkeling. Het verzamelen van economische informatie kan bijdragen aan de duurzame ontwikkeling op de lange termijn van de agrofoodsector die niet tegen de belangen van de (Franse) consument ingaat.

## 3.2 Activiteiten en output

Er vindt een reconstructie van prijzen in de detailhandel plaats. Deze reconstructie wordt nader toegelicht in box 3.1. Voorts is er reconstructie van de brutomarge (aandeel in de toegevoegde waarde) in elk stadium van de waardeketen. Daarnaast worden de kosten van productie in elk stadium van de waardeketen geïdentificeerd om nettomarges te kunnen berekenen. Dit laatste gebeurt eens per kwartaal of eens per jaar.

De volgende informatie wordt verzameld:

- prijzen op verschillende niveaus van waardeketen (maandelijks);
- brutomarges op verschillende niveaus van waardeketen (maandelijks);
- productiekosten (jaarlijks of per kwartaal) van:
  - de industrie;
  - de supermarkt;
  - de landbouw of operationele uitgaven in gespecialiseerde boerderijen.

Zie tabel 3.1 voor de een overzicht van de verzamelde data.

Het observatorium maakt reconstructies van de prijzen van:

- rundvlees: vers en bevroren, in stukken en gehakt;
- varkensvlees: lende producten, delen van het karkas, filet en geroosterd vlees,
- ham;
- pluimveevlees: kip, hele en in stukken, en kalkoen, hele en in stukken;
- zuivel: vier producten: halfvolle melk, boter, yoghurt, emmentaler kaas;
- vers fruit en groente: abrikozen, aardbeien, appels, perziken, kersen, bananen; wortelen, bloemkool, sla, tomaten.

Het observatorium heeft voorafgaand aan de dataverzameling en analyse aan het volgende moeten voldoen (Boyer et al., 2012):

- het ontwikkelen van een waardeketenmodel;

- het maken van een inventarisatie van bestaande statistische data en databronnen voor de data die aanvullend verzameld dienen te worden;
- het kiezen van de meest passende rekenmethode afhankelijk van het product of doelstelling van de studie. Productwerkgroepen beslissen over de methodologie.

Het observatorium gebruikt openbare statistieken en data die verstrekt wordt door de voedingsindustrie, distributeurs en handel:

- prijzen af-boerderij en in de groothandel, verzameld en bewerkt door het Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM; voorheen SNM<sup>1</sup>). Het RNM valt onder FranceAgrimer, en is een netwerk van regionale dataverzamelingen;
- prijzen van verwerking uit openbare statistieken (officiële statistieken (SSP) en informatie van INSEE<sup>2</sup>) leveren prijzen van verwerking;
- hoeveelheid en waarde van aankopen in de detailhandel uit systematische enquêtes en consumentenpanels, aangekocht van onderzoeksbureaus, waaronder KANTAR World Panel en TNS SOFRES/Nielsen;
- officiële noteringen verzameld door FranceAgriMer en
- gegevens via brancheorganisaties.

Zie tabel 3.1 voor een overzicht van de gebruikte bronnen per product en fase in de keten.

---

<sup>1</sup> [www.rnm.franceagrimer.fr](http://www.rnm.franceagrimer.fr)

<sup>2</sup> Service de la Statistique et de la Prospective, een ministeriële dienst voor de statistiek ([www.agreste.agriculture.gouv.fr/](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/)) en het Nationaal Instituut voor statistiek en economische studies ([www.insee.fr/](http://www.insee.fr/)).

Ketenfase		Prijzen en bronnen in verschillende fasen in de keten. In rood de extra activiteiten van het observatorium						
		Productgroep						
Type, bron en verzamelende instantie	Groenten en Fruit	Varkensvlees (vers)	Ham	Rundvlees (vers)	Pluimveevlees (vers)	Tafeleieren		
Primaire sector	Type: Exportnoteringen	Noteringen karkas franco slachterij	Noteringen karkas franco slachterij	Noteringen karkas franco slachterij	Notering levend gewicht franco slachterij	Eiernoteringen		
	Bron: Exporteurs	Slachthuis	Slachthuis	Slachthuis	Slachthuis	Verzamelaars		
	Verzamelende instantie:	FranceAgriMer RNM	FranceAgriMer RNM	FranceAgriMer RNM	Ministerie van Landbouw (SSP)	Ministerie van Landbouw (SSP) uit berichten vakpers		
Groothandel (groenten en fruit) Slachtfase	Type: Handelsnoteringen	Noteringen karkasdelen	Noteringen karkasdelen	Prijs indices	Prijs indices			
	Bron: Groothandel MIN-market	MIN-market	MIN-market	Industrie	Industrie			
	Verzamelende instantie:	FranceAgriMer RNM	FranceAgriMer RNM	INSEE	INSEE			
Uitsnijdfase	Type:	<i>Prijs uitsnijdfase consumenten eenheid</i>	<i>Prijs uitsnijdfase consumenten eenheid</i>	<i>Prijs uitsnijdfase consumenten eenheid</i>	<i>Prijs uitsnijdfase consumenten eenheid</i>			
	Bron:	<i>Af-industrie</i>	<i>Af-industrie</i>	<i>Af-industrie</i>	<i>Af-industrie</i>			
	Verzamelende instantie:	<i>FranceAgriMer</i>	<i>FranceAgriMer</i>	<i>FranceAgriMer</i>	<i>INSEE</i>			
Vleeswaren	Type:	Gemiddelde prijs per jaar af - industrie	Gemiddelde prijs per jaar af - industrie					
	Bron:	Industrie	Industrie					
	Verzamelende instantie:	FICT in opdracht van INSEE	FICT in opdracht van INSEE					



**Tabel 3.1 Prijzen en bronnen in verschillende fasen in de keten. In rood de extra activiteiten van het observatorium**

Ketenfase	Type, bron en verzamelende instantie	Productgroep					
		Groenten en Fruit	Varkensvlees (vers)	Ham	Rundvlees (vers)	Pluimveevlees (vers)	Tafeleieren
<b>Retail</b>	Type:	Surveys	Survey panels	Survey panels	Survey panels	Survey panels	Survey panels
	Bron:	Warenhuizen, super- en hypermarkten	Huishoudens	Huishoudens	Huishoudens	Huishoudens	Huishoudens
	Verzamelande instantie:	FranceAgriMer RNM	Kantar Worldpanel	Kantar Worldpanel	Kantar Worldpanel	Kantar Worldpanel	Kantar Worldpanel

Bron: <https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr>. Toelichting: MIN-market: Marché d'Intérêt National (Rungis), groothandel onder toezicht van het Ministerie van Landbouw; FICT: Franse federatie van industriële verwerkers van varkensvlees; overige instanties: zie hoofdtekst.

**Box 3.1****Hoe gaat de prijsreconstructie te werk?**

De reconstructie volgt twee stappen:

1. Het kiezen van de meest passende reconstructiemethode is afhankelijk van het product. Alle stakeholders van de stuurgroep beslissen samen over de (nieuwe) producten en de methodiek die opgenomen worden in het observatorium. Beginpunten van de prijsreconstructie zijn: (i) het consumentenniveau (in de supermarkt, vooral hypermarkets, maar geen discounters) en het herleiden tot hun onbewerkt product ; of (ii) het onbewerkt product wordt als uitgangspunt genomen (bijvoorbeeld karkassen) en die worden herleid tot eindproducten (bijvoorbeeld stukken vlees in de winkel).
2. De berekening van de reconstructieprijs uit de prijs- en kostengegevens.

Als producten een bewerkingsstap ondergaan, zoals de meeste producten buiten groenten en fruit, worden productiekosten en marges in elk stadium van de waardeketen herleid. Voor de verwerkende fase heeft FranceAgriMer inmiddels voor verschillende verse vleesproducten modellen ontwikkeld. Een voorbeeld daarvan is het model voor rundvlees. Buiten de beschikbare prijsdata vraagt FranceAgriMer data over inkoop- en verkoopprijzen van de vleesverwerkende industrie en verzamelt FranceAgriMer gegevens over de kosten van verwerking. Een panel van bedrijven uit de vleesverwerkende industrie (FNICGV, zie 2.4.6 ) levert deze gegevens. *Dit is extra dataverzameling ten behoeve van het observatorium.* Uit deze gegevens worden één keer per maand de gemiddelde kosten voor de verwerking van vlees uitgerekend door FranceAgriMer. Voor de publicatie van deze kosten vindt er overleg plaats met de stakeholders in de vleesverwerkende industrie. Let op: bijproducten in het vleesverwerkingsproces worden op dit moment uitgesloten in het model. De intentie is deze in een later stadium toe te voegen.

Aparte rekenmethodes zijn ontwikkeld voor zuivelproducten.

Op retail-niveau worden prijsdata uit twee bronnen gebruikt: (i) via surveillanten, en (ii) scannerdata (die twee zijn onderdeel van de reguliere statistieken). Zo beschikt het observatorium over informatie over winkels, hoeveelheden en waarden van de aankopen. Over kosten van de detailhandel (nettomarge) is in 2012 voor het eerst gerapporteerd. De gegevens zijn aangedragen door de bedrijven. Dit is *extra dataverzameling ten behoeve van het observatorium. Het zijn geen kosten voor de overheid, wél voor de detailhandel, zie 2.4.7.*

Bron: interview.

### *Output*

Openbaar zijn:

- een website. Deze wordt continu in de lucht gehouden voor nieuwe informatie. Maandelijks update van prijzen, brutomarges en eens per kwartaal of per jaar een update van de nettomarges.
- de jaarlijkse rapportage aan het nationaal Parlement.

### 3.3 Kosten

De extra kosten voor het observatorium zijn voor:

- de secretaris-generaal van het observatorium (1 fte);
- 5 fte gestationeerd bij FranceAgriMer, als gevolg van additionele activiteiten met betrekking tot het observatorium (direct betrokken bij de aanvullende primaire dataverzameling). Er wordt ook een beroep gedaan op de capaciteit van andere instanties (onder andere INSEE). Hoewel deze capaciteit aan de activiteiten van het observatorium bijdraagt, staat deze niet op de payroll van het observatorium en wordt deze dus ook niet verdisconteerd in het budget;
- een aanvullende primaire dataverzameling op verwerkings- en detailhandelniveau komt voor rekening van die bedrijven zelf - geen kosten dus voor de overheid, wel voor het bedrijfsleven op deze twee niveaus;
- een eerste versie van de website in 2011 (16.000 euro) en structurele actualisering resultaten op de website (1,5 fte);
- vergaderkosten (p.m.)

De totale additionele kosten - waar bij de kosten van het aantal fte zijn ingeschat op basis van het Nederlands prijsniveau - bedragen ongeveer 700.000 € per jaar, exclusief de bijdragen die van de verwerkende industrie en de retailorganisaties en alle data die reeds beschikbaar is.

### 3.4 Effecten

#### 3.4.1 Overheid

Boyer et al. (2012) constateren dat de activiteiten van het observatorium tot meer inzicht in sommige markten heeft geleid, overeenkomstig met doelstelling 2. Voorbeelden zijn:

- Prijzen op detailhandelniveau zijn niet direct te relateren aan de inkooprijzen;
- Zelfs voor verse, niet verwerkte producten geldt dat detailhandelsprijzen geen lineair verband hebben met producentenprijzen of een constante marge kennen;
- De werkelijkheid is complex door de grote verscheidenheid aan producten.

Ook heeft, volgens Boyer et al. (2012), de prijsopbouw van het observatorium een referentie in de onderhandelingen tussen de ketenpartijen in de vleesindustrie. Dit is ook in overeenstemming met doelstellingen 1- 4.

FranceAgriMer (interview): Er is nu meer bekend over de opbouw van brutomarge in de retail. Doordat uit de aangeleverde gegevens blijkt dat kapitaalkosten in de retail hoog uitvallen, zijn de nettomarges op verse producten niet zo hoog als men had verwacht. Sommige grote Franse retail ondernemingen zijn echter opgesplitst in verschillende bv's met verschillende primaire taken (verkoop, marketing, enzovoort), die diensten aan elkaar leveren. Er zou een mogelijkheid kunnen bestaan dat winsten voor verse producten 'weglekken' naar andere activiteiten dan retail. Met de huidige methodologie is hier echter geen bewijs voor te vinden.

Een aantal punten zal altijd problematisch blijven, aldus FranceAgriMer:

- Omdat de politieke doelstellingen van het observatorium groter zijn dan de technische doelstellingen, is geen sprake van draagvlak voor het observatorium bij alle (individuele) stakeholders.
- Sommige individuele stakeholders zouden geen transparantie willen, omdat ze bang zijn dat de gemiddelde kosten en prijzen die door het observatorium berekend worden niet hun individuele marktsituatie weergeven, waardoor dit nadelig kan zijn voor hun individuele marktpositie.
- Kosteninformatie is zeer lastig te verkrijgen. De enquêtes voor de retail worden door een steekproef aan bedrijven ingevuld. Sommige retailbedrijven zouden het zeer lastig vinden de werkelijke kosten die te alloceren zijn aan een bepaalde productgroep, uit te rekenen.

De ambitie van het observatorium is de methodologie verder te ontwikkelen en de datacollectie voor additionele relevante productgroepen (bijvoorbeeld wijn en vis) uit te breiden. Ook wil men differentiëren naar de A-merk- en huismerkproducten (bijvoorbeeld bij zuivel).

### 3.4.2 ATLA - Koepelorganisatie van twee zuivelfederaties

ATLA-leden hebben geen grote interesse in het observatorium, omdat de referentieprijzen (gemiddelden) niet matchen met hun individuele realiteit. De veelheid aan eindproducten in de zuivelsector maakt het signaleren van marktimperfecties bovendien lastig, terwijl leden van ATLA ze wel ervaren. De uitkomsten van het observatorium zouden voor de eigen lobby gebruikt zou kunnen worden, nu gebleken is dat de zuivelsector weinig winstgevend is, maar ATLA denkt dat het observatorium vooral voor de consumentenorganisaties wat

oplevert. Zij kunnen de resultaten gebruiken om te kunnen concluderen wie of wat prijschommelingen in de keten veroorzaakt.

ATLA ziet geen directe effecten van het observatorium voor haar leden. Het observatorium moet meer gezien worden als een poging van de overheid om weer rust op de markt te creëren na 2009. De melkprijzen daalden in dat jaar en verwerkers en de retail werden door de boeren ervan verdacht hierdoor grotere nettomarge te kunnen behalen ten koste van hun welvaart. Dit resulteerde in veel stakingen onder de boeren. Ondanks die lage melkprijzen gingen echter verschillende verwerkers failliet.

Ook melkveehouders hebben dit jaar (2012) minder interesse in het werk van het observatorium denkt ATLA, omdat men samen met de boerenorganisaties een eigen marktmonitoring systeem heeft opgezet. Als daaruit blijkt dat het prijsverschil met de gemiddelde melkprijs in Duitsland hoger dan 10 euro per 1.000 liter melk uitvalt, gaat er onderhandeld worden over het aanpassen van de melkprijs. Het observatorium kijkt naar prijsvorming op de nationale markt, maar de zuivelmarkt is gemondialiseerd met het oog op het afschaffen van de quota in 2015. De coöperaties bereiden zich ook voor om geleidelijk een tweeprijzensysteem in te voeren: A-melk die onderhevig is aan de binnenlandse prijsvorming en B-melk die onderhevig is aan de prijsvorming in de wereldmarkt.

### 3.4.3 UFC Que Choisir - Consumentenorganisatie

In de loop van de voedselcrisis in 2007-2009 was er in Frankrijk een ongewoon trage doorberekening van dalingen in grondstofprijzen van voedsel aan de consument bij de industrie en detailhandel. Dit gold voor zowel verwerkte producten als producten zoals groenten en fruit. Dat was aanleiding voor UFC om te pleiten voor officiële en continue prijzenmonitoring en de oprichting van een observatorium. Dankzij UFC hebben productgroepen die wat breder geconsumeerd worden in Frankrijk, zoals zuivel, rund-, varkens- en kippenvlees prioriteit gekregen in de analyses van observatorium.

Er zijn zowel directe als indirecte effecten van het observatorium. Het is voor UFC duidelijker geworden dat de brutomarges bij de retailers relatief hoog zijn (direct effect). UFC wijt dit aan de onvolledige concurrentie op de voedselmarkt in Frankrijk: er zijn 5 grote retailerorganisaties (van hyper- of supermarkten) tegenover de rest van de keten. Die retailers voeren vaak multi-brandstrategieën in verschillende regio's in Frankrijk. Een indirect effect is volgens UFC dat na de oprichting van het observatorium de volatiliteit van prijzen in de voedselketen verminderd is.

UFC waarschuwt ervoor om het observatorium te groot te maken. Gerichte studies zijn beter dan het 'wild' kiezen van producten die geobserveerd moeten worden. Boodschap aan Nederland: een observatorium is duur; er zijn veel fte nodig om het werk goed en tijdig te doen. Juridische kwesties moeten ook goed afgebakend zijn (bijvoorbeeld dataverzameling en het al dan niet openbaar maken van gegevens en resultaten).

#### 3.4.4 FNSEA - Nationale boerenorganisatie

FNSEA had problemen met asymmetriën in de prijsvorming van voedselproducten en wilde meer transparantie op de Franse markt creëren. Op dit laatste punt moet het observatorium een bijdrage leveren. Er is wel een patroon te herkennen: juist sectoren die met problemen zitten, vragen uitdrukkelijker om meer transparantie.

FNSEA vindt de informatie van het observatorium nuttig voor de leden. De berekende referentieprijzen en marges zijn een representatieve afspiegeling van de markt. Wel plaatst FNSEA vraagtekens bij de officiële prijsstatistieken voor het niveau af-boerderij. Die houden te weinig rekening met de veel lagere contractprijzen die boeren ontvangen. Leden van FNSEA zeggen de referentieprijzen van het observatorium te gebruiken bij onderhandelingen. Indien het observatorium significante prijsbewegingen laat zien, worden prijsonderhandeling gestart. Vóór de tijd van het observatorium gebruikte FNSEA-leden alleen resultaten uit private marktmonitoring.

De overheid is er met het opzetten van prijsobservatorium in geslaagd een platform te creëren om de verdeling van de marge in de keten te bediscussieren. De referentieprijzen worden immers, nadat ze door het observatorium zijn berekend, besproken in een stakeholdermeeting. Door met elkaar in gesprek te zijn, kunnen onderlinge relaties verbeteren.

Volgens FNSEA hebben de resultaten van het observatorium er bij veel boeren toe geleid dat zij zich afvragen in hoeverre hun productie efficiënt genoeg is (bijvoorbeeld zijn kosten te reduceren?). Maar dit zou boeren ook in een nadelige marktpositie kunnen brengen. De volgende schakels in de keten zouden boeren onder druk kunnen zetten om onder de referentieprijs te gaan verkopen als er een positieve nettomarge wordt gesignaleerd.

Volgens FNSEA biedt het observatorium de overheid de mogelijkheid om 'evidence based' in te grijpen.

### 3.4.5 ANIA - koepel van belangenorganisaties in de voedingsindustrie

Al in 2004 zaten vertegenwoordigers uit de voedingsindustrie en distributeurs samen aan tafel op verzoek van de Franse overheid, vanwege de zogenaamde 'onder de kostprijs verkopen'-problematiek. Volgens ANIA verkochten grote retailers producten tegen een prijs die 20-30% lager was dan de aankoopprijs (bijvoorbeeld in promotieactiviteiten). Om een einde te maken aan dit soort praktijken zijn er in 2008 twee wetten ingevoerd: (1) de wet 'Chatel'<sup>1</sup> ter bevordering van de concurrentie ten behoeve van de consumenten en de hervorming van de relatie tussen leveranciers en detailhandelaren en (2) de LME Act<sup>2</sup> die leveranciers en detailhandelaren toestaat om over aankoopprijzen te onderhandelen. De verwachting was dat consumentenprijzen zouden dalen, wat niet het geval is gebleken.

Een positief effect van het observatorium is dat stakeholders uit de voedselketen aan tafel zitten en problemen samen bespreken. ANIA zegt echter (2012) nog 2 tot 3 jaar tijd nodig te hebben om de resultaten van het observatorium goed te kunnen beoordelen. Het observatorium geeft beter inzicht in de markt, maar dit is informatief voor andere partijen, vooral consumenten. Voor hen is het observatorium volgens ANIA hoofdzakelijk opgericht. Eigenlijk zou de doelstelling moeten zijn hoe iedereen in de keten maximaal profijt kan krijgen. Het observatorium draagt evenmin bij aan het verminderen van de prijsvolatiliteit.

ANIA zegt de resultaten nooit te hebben gebruikt als referentie(prijs). Daarvoor is de 'mismatch' tussen de huidige resultaten en de praktijk te groot. Die wordt onder andere veroorzaakt door de manier van werken van INSEE. Het instituut let te veel op de Franse situatie, terwijl grondstoffen op de wereldmarkt worden verhandeld. Ook de machtsverhoudingen tussen spelers in de keten (bijvoorbeeld 4.000 verwerkers tegenover 5 grote retailers) zijn niet goed verdisconteerd in de resultaten.

Punt van zorg voor ANIA is de politieke onafhankelijkheid van het observatorium. Leden van de stuurgroep zouden geen politieke druk moeten uitoefenen. Verder zou de scope van het aantal producten onder studie moeten verbreden voor een volledig beeld, moet meer rekening gehouden worden met de verschillende businessmodellen van bedrijven en zou ten slotte de toegankelijkheid van de resultaten vergroot kunnen worden door resultaten op één openbare website te publiceren.

---

<sup>1</sup> LOI no 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (JOFR, 2008a).

<sup>2</sup> LOI no 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (JORF, 2008b).

### 3.4.6 FNICGV - Beroepsorganisatie van verwerkende bedrijven en groothandel van vlees- en slachtbijproducten

Volgens FNICGV zijn de referenties van prijzen en netto marges van het observatorium geschikt voor informatieve doeleinden, maar voor de bedrijven die aangesloten zijn aan FNICGV hebben ze geen betekenis. Bij onderhandelingen spelen ze geen rol. Simpelweg omdat ze die als niet-realistisch zien. Dit komt omdat de acht grote bedrijven die nu data aan het observatorium leveren, niet representatief zijn voor de sector als geheel. Die acht zijn beter in staat te onderhandelen dan kleinere bedrijven. Voor de kleinere partijen vergde de medewerking te veel tijd/extra kosten. FNICGV wil dat in te toekomst voor haar dataverzameling betaald gaat worden (in geld of lastenverlichting), want deze kosten kunnen niet worden gevaloriseerd in de markt. Of de overheid zou al bestaande databases efficiënter kunnen gebruiken voor een analyse van de nettomarge, bijvoorbeeld door inkomsten en belastinggegevens te gebruiken.

Overigens vindt FNICGV dat het observatorium niet de taak heeft om prijsadviezen uit te brengen.

Ondanks het feit dat FNICGV de referenties van het observatorium 'no real world situation' noemt, heeft het observatorium rust op de markt gebracht. Ook hebben de rapportages van het observatorium laten zien dat slachthuizen in Frankrijk kleinere nettomarges kennen dan gedacht. De oorzaak hiervan is dat leden van de FNICGV niet in de positie zijn om goed te kunnen onderhandelen, omdat ze een schakel vormen tussen boeren en retail. Men zou hogere prijzen bij retailers moeten kunnen afdwingen.<sup>1</sup> FNICGV is daarentegen kritisch over het laatste rapport van het observatorium, waarin uitgelegd wordt dat de retailers lage marges hebben door de hoge kapitaalkosten van de winkels.

De studies van het observatorium hebben inzicht gegeven in de structuur van de vleesketens. Dit heeft de Franse regering ertoe aangezet om vleesverwerkers te stimuleren om zich te bundelen en te focussen op nieuwe marktkansen (bijvoorbeeld buitenlandse markten). Daarbij moeten volgens FNICGV alle schakels in de keten meer samenwerken als ze maximaal profijt van de markt willen behalen. Retailers zijn goed op de hoogte zijn van wat de consument precies wil. Als deze kennis goed afgestemd wordt door de hele voedselketen heen, dan valt er voor iedereen in de keten meer te verdienen.

---

<sup>1</sup> Deze resultaten tonen ook aan dat de zogenaamde LME Act niet voldoende toegepast wordt bij de onderhandelingen tussen leveranciers en detailhandelaren.



### 3.4.7 FCD - Belangenorganisatie van supermarktketens

Het nieuwste rapport van het observatorium (medio 2012) behandelt voor het eerst de nettomarge van retailers. FCD-leden zijn tevreden met de resultaten. De marges in de detailhandel blijken lang niet zo hoog als andere ketenpartijen dachten. Het observatorium verklaart dit door de hoge kapitaalkosten gerelateerd aan de winkellocaties. FCD gebruikt die resultaten om aan te tonen dat de supermarkten niet over de rug van de andere partijen in de keten verdienen.<sup>1</sup> Het is FCD bekend dat UFC en ATLA zich al uiterst kritisch uitgelaten hadden over de uitkomsten van het rapport. Op haar beurt zegt FCD geen enkele interesse te hebben om valse data te leveren over kapitaal- en marketingkosten.

Sommige leden vergelijken de nettomarges uit het rapport met hun eigen data. Ook gebruiken ze de resultaten over intermediaire kosten als een indicatie, maar niet als een referentie.

FCD levert een bedrag door gegevens te leveren over de kosten van aankoop (als percentage van de omzet) en verkoopprijzen. Deze gegevens worden verzameld uit: (1) een steekproef van 30 winkels (door het observatorium) en een steekproef van 5 winkels (door FCD). Vanwege die extra kosten wil FCD in de toekomst niet meer dan één keer per jaar data aanleveren.

FCD wil aan goede relaties met de andere ketenspelers werken en daarom zal FCD weer meedoen aan de berekeningen van nettomarges.

## 3.5 Samenvatting van kosten en effecten

Het observatorium in zijn huidige vorm is nog 'jong'. Vanuit de staf is aangegeven dat *draagvlak van het observatorium nog beperkt is*. Dat lijkt bevestigd te worden door de reacties van de geïnterviewde stakeholders. Vooral vanuit de industrie is er kritiek dat het observatorium veel werk vraagt omdat prijs- en kostengegevens moeten worden aangedragen, maar voor hen niets oplevert, want de *resultaten in de vorm van gemiddelde prijzen, brutomarges en nettomarges staan voor hen te ver van de realiteit*. Ook bij de staf zelf is bekend dat de gekozen benadering beperkingen kent, gezien de complexiteit in de markten. Men constateert dat het zicht op de werkelijk nettomarges beperkt zal blijven, door de insteek per product te kiezen. Op retailniveau kunnen kosten immers

---

<sup>1</sup> Dit is in overeenstemming met de zogenaamde wet 'Chatel' ter bevordering van de concurrentie ten behoeve van de consumenten en de hervorming van de relatie tussen leveranciers en detailhandelaars.

aan een veelheid van producten toegerekend worden en er kan geschoven worden tussen bedrijfsonderdelen. De referentieprijzen wordt door consumentenorganisaties en boerenorganisaties wel gebruikt om trends te volgen.

Hier staat aan de positieve kant tegenover dat de industrie en de retailorganisaties het werk van het observatorium en de stuurgroep *als plaats van samenkomst* waarderen. Sommigen noemen ook dat de activiteiten daadwerkelijk rust hebben gebracht. De retailorganisaties spreken hun hoop uit dat in het kader van het observatorium relaties met de ketenpartijen en consumenten kunnen verbeteren. Zij zijn in de gelegenheid gesteld openheid van zaken te geven. Boerenorganisaties zijn ook hoopvol dat het observatorium kan bijdragen aan het verbeteren van de relaties. Het werk van het observatorium heeft de achterdocht tegenover de supermarktorganisaties bij consumentenorganisaties en toeleverende industrie echter nog niet weggenomen.

De resultaten van het observatorium hebben tot nu toe het globale *inzicht opgeleverd* dat er ook gewerkt moet worden aan *inefficiënties bij de industrie en de landbouwsector*. Het werk van het observatorium heeft hen als het ware een spiegel voorgehouden. Dit vindt men enerzijds positief, maar anderzijds zou dit een neerwaartse ontwikkeling van prijzen in gang kunnen zetten.

De extra inzet vanuit de overheid in termen van fte zijn beperkt. De totale additionele kosten (kosten fte ingeschat op basis van Nederlandse personeelskosten) bedragen ongeveer 700.000 euro. De overheid verzamelt extra data (prijzen en productiekosten), maar de lasten daarvan zijn voor rekening van de ketenpartijen. Deze lasten zijn niet verder in kaart gebracht.

# 4 Spaanse Voedselprijzenobservatorium

---

## 4.1 Aanleiding en doelstellingen

Het Spaanse Voedselprijzenobservatorium<sup>1</sup> bestaat sinds 2000 en valt onder de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Voedsel en Milieu (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, kortweg MAGRAMA) en het Ministerie van Economie en Concurrentie (Ministerio de Economía y Competitividad, kortweg MINECO).

'Aanleiding waren de gespannen verhoudingen tussen ketenpartijen en veronderstelde grote marges bij sommige ketenpartijen. Het voedselprijzen observatorium moest daarom transparantie in de keten vergroten, van boer tot en met consument en daarnaast een dialoog op gang brengen. Transparantie en dialoog worden gezien als voorwaarden om meer vertrouwen te creëren. Er is toen gekozen voedselprijzen in drie fasen van de voedselketen te monitoren. Aanvullende analyses moeten een licht werpen op de belangrijkste factoren die de prijzen beïnvloeden' (interview).

De informatie in deze en de volgende paragraaf is gebaseerd op OECD (2011) en MARM (2011), tenzij anders vermeld.

Naast de centrale overheid zijn regionale overheden bij het observatorium betrokken, en alle partijen in de voedselproductieketen evenals niet-gouvernementele organisaties.

### *Doelstellingen*

De hoofddoelstellingen van het huidige observatorium zijn als volgt:

1. Het analyseren van de prijsopbouw in de voedselketen en de factoren die hierop van invloed zijn
2. Studies entameren die de ongelijke marktmacht<sup>2</sup> verklaren;
3. Het bevorderen van een dialoog, beter begrip en samenwerking tussen verschillende belanghebbenden in de keten;
4. Beleidsvoorstellen doen aan de bevoegde overheidsdiensten, evenals aanbevelingen aan alle andere betrokken belanghebbenden.

<sup>1</sup> <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/>

<sup>2</sup> In Spanje wordt hiervoor de term 'onbalans' gebruikt.

'Tot de nieuwe taken van het observatorium gaat het signaleren van slechte handelspraktijken behoren. Het prijsobservatorium wordt daarmee een "Food Supply Chain Observatory". De Mededingingsautoriteit kan zo nodig ingeschakeld worden voor handhaving. Deze nieuwe taak is vastgelegd in een wet, nu nog een concept. Een tweede conceptwet bevordert de samenwerking van producenten, met name boeren. Het observatorium heeft hier geen speciale rol' (interview).

'De eerste concept wet - in Spanje spreekt men van "draft bill" - is een moderne mix van voorschriften en van het scheppen van voorwaarden voor zelfregulering van bedrijven. Het observatorium gaat er een belangrijke rol in spelen. Eind 2013 zou die wet van kracht moeten worden. De overheid wil er oneerlijke praktijken in de voedselketen mee terugdringen. De voorschriften betreffen bijvoorbeeld de verplichting tot geschreven tweezijdige contracten bij transacties en het gedurende twee jaar bewaren van informatie over deze transacties. Verwacht wordt dat hierdoor bijvoorbeeld een eind komt aan de praktijk dat boeren toeleveren en dat ze achteraf een te lage prijs uitbetaald krijgen. Bedrijven in de keten kunnen "codes of practices" afspreken. De overheid legt een register aan van deze afspraken.'

## 4.2 Activiteiten

Het huidige observatorium voert de volgende activiteiten uit:

1. Een wekelijkse rapportage over de prijsontwikkeling van 36 versproducten op drie punten in de voedselketen (boerderij, groothandel en retail). Een groot aantal producten betreft verse vis;
2. Uitgebreide analyses over de prijsopbouw en de prijsvorming in de keten en de belangrijkste factoren die daarop van invloed zijn (zoals trends in de consumptie ontwikkeling, machtsonevenwichtigheden binnen de keten);
3. Het organiseren van een plenaire vergadering met alle betrokkenen;
4. Informatie verstrekken over de activiteiten, via de website van het observatorium en de nieuwsbrieven.

### 4.2.1 Wekelijkse rapportages

Het observatorium rapporteert op weekbasis de prijzen van 36 versproducten op drie niveaus van de keten: primaire producent, groothandel en detailhandel.

Vijftien van deze producten zijn vis en schaaldieren. De prijzen zijn naar volume gewogen gemiddelde prijzen gebaseerd op marktobservaties op verschillende geografische locaties. Bronnen voor de prijzen af-boerderij zijn MAGRAMA en het Departement voor de Statistiek. Voor de detailhandelsprijzen is de bron MINECO. De prijsverzameling op groothandelniveau gebeurt via Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (een netwerk van groothandelsmarkten en logistieke diensten, kortweg: Mercasa). Mercasa is een staatsonderneming. Tabel 4.1 geeft een overzicht van de prijsverzamelingsactiviteiten, waaronder die van Mercasa. De gegevens zijn via de openbare website beschikbaar.

De prijzen van MINECO worden verzameld door 336 surveillanten (ongeveer zes per stad in 56 steden). Er zijn 28 coördinatoren die deze surveillanten aansturen. Deze 56 steden zijn de provinciale hoofdsteden plus Vigo, Gijón, Talavera de la Reina en Jerez de la Frontera. De steden vertegenwoordigen 36% van de Spaanse bevolking. Daarnaast wordt ook scannerdata van Nielsen of IRI gebruikt. Van deze 336 surveillanten zijn er 32 die specifieke informatie leveren voor het observatorium.

#### 4.2.2 Analyses

Naast de wekelijkse rapportages voert het observatorium studies uit naar de prijsstructuur en de prijsvorming van de 36 geobserveerde producten en andere producten, zoals melk, olijfolie en brood.

'De studies geven een beeld van de belangrijkste ketens in de sector<sup>1</sup>, de productiefasen en processen per fase. Ze beschrijven ook de productiekosten per fase. De kosten liggen per bedrijf verschillend. Een minimum en een maximum wordt geformuleerd. De nettomarges kennen dus ook een minimum en maximum. Bijvoorbeeld in de olijfolieketen zijn de nettomarges af-boerderij -2 tot 7%' (interview).

Elke studie levert een plaatje van de prijsopbouw in de vorm van een consumenteneuro opgesplitst in (gewogen gemiddelde) kosten en nettomarges per schakel. Van kosten op detail-niveau wordt een spreiding weergegeven, zie figuur 4.1.

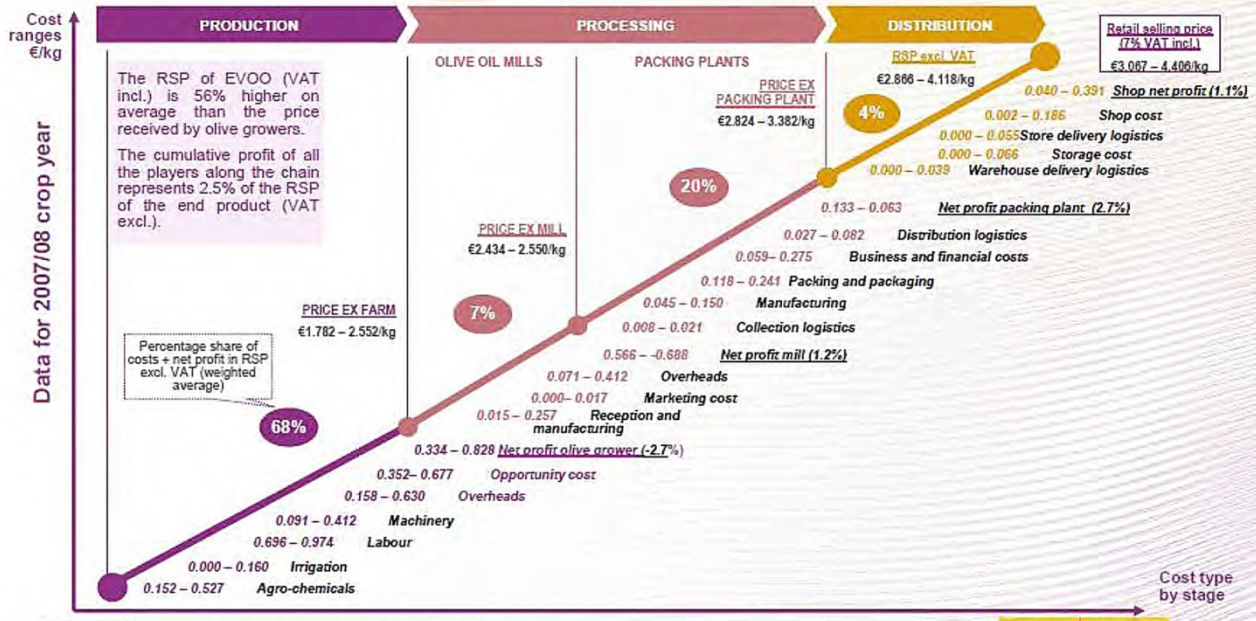
---

<sup>1</sup> Soms zijn er per product twee studies omdat er bijvoorbeeld twee typen productieketens zijn, zoals er bij olijfolie een keten is voor extra virgin olie en een bulkproduct.

Figuur 4.1

Prijsopbouw in de keten van olijfolie (bulk)

Processes, agents, costs & margins identification



Bron: MARM (2011).

<b>Tabel 4.1 Prijzen en bronnen in verschillende fasen van de keten</b>					
<b>Fase</b>	<b>Beschikbaarheid</b>	<b>36 vers producten</b>			
		<b>Vlees, fruit en groenten</b>	<b>Verse vis</b>	<b>Zwaardvis en diepvriesproducten</b>	<b>Zalm</b>
<b>Primaire productie</b>	Vorm:	Nationaal gewogen gemiddelde prijzen in €/ kg, €/doos of €/eenheid, exclusief btw	Nationaal gewogen gemiddelde prijzen in €/kg	Nationaal gewogen gemiddelde prijzen in €/kg	Nationaal gewogen gemiddelde prijzen in €/ kg
	Waar:	Prijsnoteringen af-boerderijprijzen door producenten of -organisaties, veilingen, handelaars en slachthuizen.	Gate price (prijsnoteringen) door verantwoordelijke staf verzameld op 27 locaties langs de Spaanse kust (met uitzondering van de Balearen en de Canarische Eilanden).	Gate price gegeven door producentenorganisaties.	Gate price, importprijzen, voornamelijk uit Noorwegen.
	Data collectie door:	Het Department voor de Statistiek, MAGRAMA			
<b>Groothandel</b>	Vorm:	Nationaal gewogen gemiddelde groothandelsprijs in €/ kg of €/eenheid, exclusief BTW. Deze prijs omvat verliezen, transport en overige kosten gerelateerd aan distributie.			
	Waar:	Prijsnoteringen in het netwerk van groothandelaren van Mercasa.			
	Data collectie door:	Mercasa.			
<b>Retail</b>	Vorm:	Nationaal gewogen gemiddelde detailhandelsprijs in €/ kg, €/doos of €/eenheid, exclusief BTW.			
	Waar:	Veldwerk uitgevoerd door waarnemers, bij speciaalzaken, supermarkten, hypermarkten en discounters in de provinciehoofdsteden. Standaard CPI methodologie wordt toegepast.			
	Data collectie door:	MINECO.			

Bron: [http://www.observatorioprecios.es/Informacion/Mostrar/1#1\\_1](http://www.observatorioprecios.es/Informacion/Mostrar/1#1_1)

Aan de hand van dit type plaatjes kunnen conclusies getrokken worden over:

- het aandeel van de totale kosten in detailhandelsprijs;
- de totale winst die gedeeld wordt tussen alle spelers in de keten;
- de belangrijkste kostencomponenten op elk niveau in de keten en de spreiding ervan;
- de verschillen in de distributiekanaalen: traditionele tegenover niet-traditionele;
- kwaliteitssegmentatie en de betekenis voor de toegevoegde waarde;

De werkmethode van deze studies bestaat uit: (i) een verzamelingsfase, waarin gegevens (kosten en marges) via interviews met de belangrijkste spelers in de keten verzameld worden (gebeurt op vrijwillige basis). Via de interviews worden de belangrijkste activiteiten en processen, evenals de belangrijkste gegevens over kosten en marges geïdentificeerd; (ii) een calibratiefase, waarin de bevindingen worden getoetst aan andere beschikbare data en studies, officiële secundaire en openbare bronnen en (iii) een validatie- en rapportfase, waarin de voorlopige resultaten worden voorgelegd aan de plenaire vergadering van het observatorium, samen met de belangrijkste spelers in de keten die meededen aan de interviews.

'De studies zijn geen statische survey, zo kun je ze niet zien. Het verschaffen van statistiek is geen doelstelling van het observatorium. Ze geven een beeld van de belangrijkste kostencomponenten en de prijsvorming in de keten'. Het doel van deze studies is spelers in de voedselketen aan te moedigen en te betrekken bij de verbetering van hun prestaties door mee te doen aan een gezamenlijke analyse van hun kosten langs/in de keten, die grote invloed op de consumentenprijs kunnen hebben' (interview).

#### 4.2.3 Plenaire vergadering

'Deze vergadering komt drie keer per jaar bij elkaar. Hierin zijn de overheid (centrale en regionale), de producenten (boeren, voedselverwerkende industrie, de retail) en ook de consumentenorganisaties vertegenwoordigd. In de eerste vergadering van het jaar wordt afgesproken wat in de komende periode aan de orde zal komen. De resultaten van de studies worden in de plenaire vergadering besproken. Buiten deze vergadering organiseert het observatorium ook werkgroepen die zich richten op een bepaald product of een issue, of heeft men bilateraal contact als men informatie nodig heeft' (interview).



#### 4.2.4 Output en informatieverstrekking

Op basis van de verzamelde gegevens produceert het observatorium:

- een website met de volledige wekelijkse tijdreeksen en verslagen en de uitgebreide analyses.<sup>1</sup>
- uitgebreide analyses naar de prijsopbouw en de prijsvorming van de 36 geobserveerde producten. Er zijn sinds de oprichting van het prijsobservatorium 33 studies uitgevoerd (Estudio Base) en in de plenaire vergadering is afgesproken om 8 nieuwe studies en 11 updates uit te voeren.
- korte bijgewerkte verslagen: sinds 2000 zijn er 31 updates (Actualización) uitgevoerd over:
  - de belangrijkste trends van prijzen, productie en consumptie;
  - veranderingen in de belangrijkste keten processen;
  - nieuwe import/export ratios;
- voor de leden van het observatorium een speciale webdialoog voor informatie over seminars, conferences en netwerken.
- adviezen aan de minister.

### 4.3 Kosten

De volgende kosten zijn gerelateerd aan het observatorium:

- een staf van 10 fte voor het observatorium, 4 fte op MAGRAMA zelf en 6 fte bij Tragsatec (interview). Deze organisatie is een staatsonderneming die technische assistentie verleent aan het ministerie;
- materiële kosten voor een uitgebreide ketenanalyse door de staf: 10.000 euro per studie. In geval van een update worden alleen kosten en prijzen bijgesteld. De kosten liggen dan lager (interview);
- 32 surveillanten die voor het observatorium werken. Deze prijzenverzameling behoort tot de statistische reeksen die Spanje periodiek verzamelt.
- de website 1,5 fte;
- vergaderkosten (p.m.).

De totale personele lasten (op basis van Nederlandse kostenniveau) bedragen alleen al ruim 2,8 miljoen euro per jaar. Daarvan is 1,8 miljoen nodig voor additionele prijzenverzameling.

---

<sup>1</sup> Zie: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/>

## 4.4 Effecten

### 4.4.1 Overheid

'De resultaten van de analyses worden door MAGRAMA gebruikt: discussies over prijsvorming vinden meer gedocumenteerd plaats. Ook komt aan het licht waar de inefficiënties zitten in de keten, en dit levert aangrijpingspunten op voor beleid. Ook bij de stakeholders (ketenpartijen en consumenten) is er door de activiteiten van het observatorium meer bewustwording over het belang van transparantie.'

Bij het ministerie bestaat de indruk dat de stakeholders het werk van het observatorium waarderen:

'Dat geldt ook voor consumentenorganisaties, hoewel de resultaten moeilijk zijn uit te leggen aan consumenten. Maar op de openbare website wordt zoveel mogelijk uitgelegd in niet technische bewoordingen.'

'Er is veel discussie over de verdeling van opbrengsten in de keten. Voorheen kon iedereen roepen dat er een probleem was, maar nu is er goede informatie. De studies laten zien waar de winst en het verlies liggen, wat niet altijd overeen komt met wat men verwacht. Je kunt toch wel concluderen dat er een groot probleem ligt bij de Spaanse primaire sector, omdat die voor een groot deel uit zeer kleine bedrijven bestaat. Daar staat een zeer geconcentreerde distributiesector tegenover. De vijf grootste retailbedrijven hebben 41,5% van de Spaanse omzet in levensmiddelen. Mercadona alleen al heeft een aandeel van 19,5%. Wat de versproducten aangaat, wordt overigens nog 53% van de omzet gerealiseerd in de speciaalzaken of traditionele buurtwinkels.'

Het gaat steeds om drie problemen in de discussies:

- het gebrek aan transparantie: dit is opgelost door het observatorium.
- de onbalans tussen de retail en de rest van de keten. Dit probleem bestaat nog. Het (eerste) nieuwe wetsvoorstel probeert aan slechte handelspraktijken een eind te maken.
- het structuurprobleem, zoals bij de primaire sector geconstateerd is. Het tweede wetsvoorstel probeert hier op in te spelen.

De ambitie van het voedselprijzen observatorium is enerzijds, in de lijn met de huidige opdracht, nieuwe studies opzetten (bijvoorbeeld over wijn en over korte distributieketens en updates maken van de bestaande studies) en anderzijds de nieuwe functie realiseren, zoals die in de eerste wetvoorstel is omschreven.

#### 4.4.2 FUCI - Federatie van Onafhankelijke Consumenten

Door de plenaire vergadering is dialoog met de ketenpartijen mogelijk. Zonder het observatorium was die mogelijkheid er niet. Consumenten willen een betrouwbare bron van informatie over de voedselketen. Lage prijzen is niet het doel ten koste van alles. Ze willen ook een 'logische verdeling' (eerlijke verdeling) in de keten. Als te veel producenten uittreden, dan zal er op den duur te weinig competitie zijn. Dit is niet in het belang van consumenten. Consumenten willen ook kwaliteit, ondanks de crisis. De belangstelling voor voedsel is groter dan ooit.

Eigenlijk is de (wekelijkse) prijsinformatie niet zo nieuw, het zijn vooral de studies van het observatorium die van belang zijn. Die zijn zonder het observatorium ook niet mogelijk. Consumenten horen dat supermarkten de prijzen laag houden ten koste van boeren en willen weten hoe dit zit. Op basis van de informatie van het observatorium kan FUCI uitleg geven over prijzen. Ze leggen daarbij uit dat er een onbalans in de keten is. Door de bewustwording over kosten en prijzen in de keten is er ook bewustwording op andere terreinen ontstaan. Consumenten willen meer weten over de producten bijvoorbeeld over oorsprong en samenstelling. Dit kun je een indirect effect van het observatorium noemen.

De 36 producten waarvan het observatorium de prijzen bijhoudt, hebben hun instemming. De prijsbewegingen worden echter nog onvoldoende verklaard; de oorzaken zijn divers, prijzen kunnen ook omhooggaan door droogtes. Het is lastig aan te geven of de prijsmonitoring een direct effect heeft in de markt. Prijzen zijn nu vooral laag door de crisis.

Over het geheel is men tevreden met het observatorium, en zeker straks in de nieuwe situatie. Het huidige observatorium heeft als tekortkoming dat het oneerlijke handelspraktijken niet kan aanpakken. De nieuwe situatie ontstaat als de nieuwe wet over de *codes of practices* wordt ingevoerd. Ook al zijn dit geen wetten, zodra consumenten weten dat deze *codes* bestaan zullen ze erop letten dat bedrijven zich eraan houden.

#### 4.4.3 FIAB - Spaanse federatie van voedings- en drankindustrie

Er waren aanvankelijk gemengde gevoelens over een observatorium dat transparantie moest brengen. Transparantie kan ook verkeerd uitpakken en groepen kunnen er 'demagogisch' mee omgaan, maar zo heeft het niet uitgepakt.

De studies van het observatorium zijn statische analyses; de werkelijkheid is dat de markt elke minuut verandert. Op zijn minst zouden ze elk jaar moeten worden vernieuwd. Positief is dat de analyse van de melksector heeft laten zien dat de A-merken de huismerken subsidiëren. De nationale mededingingsautoriteit heeft deze zaak opgepakt. Dus de plenaire vergadering van het observatorium is een goede plaats om dit te constateren.

Toch vindt FIAB de plenaire vergadering geen forum voor dialoog; daarvoor is het onderwerp te gevoelig. Bovendien zitten daar te veel partijen aan tafel die er niet direct toe doen (onder andere regionale regeringen en ngo's). Het zou beperkt moeten blijven tot de ketenpartijen: boeren, voedselverwerkers, handel en consumenten.

Als je de keten analyseert, dan zie je een groot aantal kleine boeren en weinig supermarkten. In Spanje zijn er 10 supermarktorganisaties die een gezamenlijk aandeel hebben van 71%. Daar zit de verwerkende industrie tussen. Er is een onbalans in de voedselproductieketen. Als de kosten hoog zijn, komt het vaak doordat de efficiëntie te laag is, maar je kunt niet van de overheid verlangen dat ze dit oplossen. Het is vaak ook een kwestie van het ontbreken van ondernemerschap bij de bedrijven. Je kunt als overheid bedrijven wel ondersteunen om competitiever te worden, op voorwaarde dat bedrijven voor kwaliteit gaan en samenwerken om effectievere eenheden te creëren. Ook moet je kijken of je die 10 supermarktorganisaties moet openbreken; als supermarkten te groot worden ontbreekt het ook aan concurrentie, verwijst daarbij naar een rapport van Consumer International.<sup>1</sup>

FIAB ziet geen effecten in de markt van het observatorium:

'Nee, noch van het monitoren van prijzen, noch van de studies. En waarom zou het ministerie prijzen verzamelen? Er zijn via private serviceverleners genoeg data beschikbaar.'

Daarom is het eerste wetsvoorstel over 'code of practices' erg interessant. Het is belangrijk dat de 'codes' zijn toegesneden op de markt, er is 'fine-tuning'

---

<sup>1</sup> The relationship between supermarkets and suppliers: what are the implications for consumers, juli 2012.

vereist en daarin voorziet het eerste wetsvoorstel en de nieuwe rol van het observatorium. Als de focus op de hele keten komt te liggen is dat juist goed. De mogelijkheid van boetes moet worden ingebouwd als stok achter de deur.

#### 4.4.4 ASEDAS - Spaanse Associatie van Distributeurs, Supermarkten en Kruidenierszaken

De plenaire vergadering van het observatorium is een plaats waar iedereen bij elkaar komt. ASEDAS vindt dat het observatorium een betere dialoog heeft opgeleverd. We hebben kunnen laten zien open te zijn en inzicht te geven in de kosten. De relaties met ketenpartijen zijn goed. Het is goed voor ASEDAS, maar de overheid moet nu stappen ondernemen. Het observatorium heeft immers laten zien waar de knelpunten liggen.

De knelpunten liggen in de structuur van de van de Spaanse voedselsector. Want uit de studies van het observatorium blijkt steeds dat de voedselkolom bestaat uit veel kleine boeren zijn en vijf grote supermarkten die een gezamenlijk aandeel in de markt hebben van 50%. Die concentratie is niet goed, maar toeleveranciers van ASEDAS-leden kennen overigens geen problemen. Bij ASEDAS-leden worden vaak langere levercontracten afgesloten. Bijvoorbeeld door Mercadona: voor twee jaar of langer.<sup>1</sup> Overigens is niet alleen de primaire sector versnipperd. In zekere zin geldt het ook voor de verwerkende industrie.

Het is daarom van betekenis dat de twee wetten in ontwikkeling zijn (die voor het voedselketen observatorium en die gericht op samenwerking). ASEDAS denkt dat de tweede wet van grotere betekenis is. Die is voor ons allemaal, want de keten heeft belang bij een efficiënte productie. De markt is wat hij nu is. Het heeft geen zin om meer te produceren, tenzij je kunt exporteren. Dat geldt voor de markt in Spanje, maar ook voor de EU als geheel. Voor de ASEDAS-leden is het van belang om Spaanse toeleveranciers te hebben, want ze willen dichtbij sourcen vanuit milieuoverwegingen en omdat consumenten producten uit het eigen land willen.

De overheid doet het goed, maar wanneer ze zich gaan bemoeien met de huismerken dan gaan ze te ver.<sup>2</sup> Dat is niet iets wat de overheid zou moeten doen. Dan bemoeien ze zich met details.

---

<sup>1</sup> In Spanje spreekt men van de Mercadona-paradox: de supermarkt is goedkoop én heeft goede relaties met de toeleveranciers en werknemers hebben kennen goede arbeidsvoorwaarden.

<sup>2</sup> Dit verwijst naar de opdracht aan de nationale mededingingsautoriteit die onderzoekt of A-merken de huismerken subsidiëren. Dit naar aanleiding van een studie van het observatorium over de zuivelsector.

De prijsinformatie van het observatorium is meer van nut voor het ministerie, en misschien ook voor de consument. Voor prijsinformatie beschikken supermarktorganisatie allereerst over de eigen informatie en die bijvoorbeeld via Nielsen of Katar beschikbaar is. ASEDAS gebruikt de prijsdata van het observatorium niet. Daar komt bij: één gemiddelde prijs voor een product is gewoon een te grove maat. Eigenlijk zou je ook een product door de keten heen moeten volgen, in plaats de gemiddelde prijs in drie fasen van de keten bekendmaken. Het monitoren van prijzen heeft ook geen effect op de markt: Prijzen zijn laag en worden nog lager, want de consumenten willen lagere prijzen - ook al zijn er verbeteringen op dat punt: dat is de markt, en daar heeft het observatorium niets mee te maken.

#### 4.4.5 ACES - Associatie van Spaanse Supermarkketens

ACES heeft mogelijk een andere visie dan ASEDAS, omdat de leden meer internationaal georiënteerd zijn. ACES signaleert dat het grootste probleem is om voldoende aanvoer van kwalitatief goede producten geregeld te krijgen vanuit sectoren die op kleinere schaal opereren. Dit wordt bevestigd door de ketenstudies van het observatorium. De studies zijn goed werk. Het observatorium biedt een plaats om over de zaken te praten. Dit is prima.

In de plenaire vergaderingen zijn er echter ook groepen die niet luisteren, die starten steeds met dezelfde discussie. Ze hebben een meer politieke benadering, terwijl de supermarkten een meer technisch-rationele benadering hebben om het systeem te verbeteren.

In de structuur van de voedselketens is niet veel veranderd. Je zou kunnen zeggen dat het observatorium in die zin niet veel heeft opgeleverd. Maar het is ook niet gemakkelijk om verbeteringen in de structuur tot stand te brengen. Producenten (in de primaire sector en in de verwerkende industrie) weten vaak ook niet hoe de markt werkt. Je moet consumenten steeds overtuigen, het gaat niet vanzelf. Zij moeten ook veranderen, aldus ACES.

#### 4.4.6 CAAE - Spaanse organisatie van landbouwcoöperaties

De plenaire vergadering is het enige forum om samen te komen. De retailorganisaties zullen dat anders niet doen. Dat samenkomen heeft ervoor gezorgd dat je elkaar beter begrijpt. Het is politiek belangrijk dat dit forum bestaat, vindt CAAE. Een tekortkoming van het observatorium is dat het problemen signaleert en dat het niet tot actie kan overgaan. Daarom is de nieuwe functie van voedselketen observatorium belangrijk, maar ook de andere wet voor samenwerking

en coöperaties. Er zijn nu een aantal obstakels om samen te werken. Die liggen soms in regionale regels (die maken dat over de provincie grenzen geen coöperaties kunnen ontstaan) of soms bij boeren zelf (het is lastig ze te overtuigen dat ze samen moeten werken).

Door de analyses van het observatorium weten we meer over de voedselproductieketen; we hebben nu een wetenschappelijke basis voor de discussie. Dat lost op zich geen problemen op, maar we weten nu wat de marges op verschillende niveaus in de keten zijn. Dat wisten we in het begin niet of alleen van één bedrijf. Bijvoorbeeld kosten tomaten 25 eurocent/kg af-boerderij en 3 euro in de winkel; we weten nu meer over de marges van alle tussenschakels. Die zijn soms logisch (gerechtvaardigd), maar soms ook niet te verklaren. Als gevolg van een studie heeft de Spaanse mededingingsautoriteit een studie uitgevoerd naar de retailsector. Als het observatorium niet bestond was deze studie nooit van de grond gekomen.

CAAE staat tussen de partijen in: we willen betere prijzen voor boeren, maar dit betekent hogere kosten voor de verwerker. Voor zover hogere prijzen staan voor inefficiënties, moeten ze naar beneden. We zijn niet voor minimumprijzen, want als je die gaat instellen, halen toeleveranciers of producten van elders. Coöperaties maken gebruik van 'economics of scale', we verdedigen het model van een coöperatie. Maar in het algemeen is geen geschikte schaalgrootte aan te geven. Het hangt af van het businessmodel. Omdat CAAE veel verschillende coöperaties vertegenwoordigt, is er veel discussie over deze issues in de achterban.

Al met al hebben de activiteiten van het observatorium geen directe effecten in de markt, maar dus wel indirect. Doordat de onbalans in de keten is geconstateerd, gaat er misschien iets veranderen. Dat vraagt tijd.

#### 4.4.7 Mededinging

De OECD rapportage (2010) beschrijft de bevindingen van de Spaanse Mededingingsautoriteit over informatie-uitwisselingen tussen bedrijven.<sup>11</sup> De mededingingssautoriteit constateert dat er een transparantie tekort bestaat in een groot aantal voedselketens. Om dit tekort op te lossen luidt de conclusie:

'Thus it is preferable that the statistics used to increase transparency in the market come from public institutions, mainly through the implementation of Public Price Observatories that meet the above requirements.'

Ook de ketenstudies van de het Spaanse Voedselprijzen observatorium zijn getoetst en wel bevonden: de studies focussen op de (netto)marges in de keten, maar de mate van aggregatie in de publicaties is voldoende.

### 4.5 Samenvatting van kosten en effecten

Alle gesproken stakeholders hebben aangegeven *tevreden te zijn met het observatorium*.

De *plenaire vergadering* van het observatorium komt drie keer per jaar bijeen en wordt *als plaats van samenkomst door alle ketenpartijen gewaardeerd*. Die plenaire vergadering wordt zelfs een plaats voor dialoog genoemd door de consumenten- en retailorganisaties. De vertegenwoordiging van de verwerkende industrie echter zit niet te wachten op een dialoog in die vergadering. Een van de redenen is dat men vindt dat er te veel organisaties aan tafel zitten die geen ketenpartijen zijn; een andere is dat de verhoudingen te delicaat zijn om die daar aan de orde te stellen.

Ook wordt breed de *waardering uitgesproken over de studies* die het observatorium heeft uitgevoerd al wordt er de kritische opmerking geplaatst dat ze statisch zijn.

De *prijsobservaties* die het observatorium wekelijks publiceert *worden echter nauwelijks gebruikt*. Ze geven een beeld van de prijsbewegingen, maar de bewegingen worden niet verklaard.

Door de jaren heen is er bij alle betrokkenen *consensus gekomen dat er 'onbalans is in de keten'*. De interpretatie is verschillend. Sommigen bedoelen al-

---

<sup>1</sup> Report on Competition and the AgrifoodSector (2010), beschikbaar via <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Informes/ Informes/tabid/166/Default.aspx>



leen het structuurprobleem (gefragmenteerde producenten tegenover een geconcentreerde retail) anderen duiden bovendien op onevenwichtige machtsrelaties en oneerlijke handelsrelaties. De supermarktorganisaties verwijzen met name naar de gefragmenteerde Spaanse landbouwsector en een deel van de verwerkende industrie. De verwerkende industrie verwijst naar de ontoereikende structuur van de agrarische sector en de oneerlijke handelspraktijken. Boeren- en consumentenorganisaties denken ook meer aan de oneerlijke handelsrelaties. Bij de boerenorganisaties is echter doorgedrongen dat er wel degelijk ook een structuurprobleem is in de eigen gelederen, namelijk dat er veel (te) kleine boeren zijn.

De grote bijdrage van het observatorium bestaat uit de studies die zijn uitgevoerd en de consensus die is gecreëerd. Gezamenlijk is geconcludeerd dat er *verdergaande stappen nodig zijn, maar dat fine-tuning nodig* is. Daarom zijn twee wetten ontworpen. Deze wetten hebben draagvlak bij alle partijen die we gesproken hebben. Eén wet maakt van het prijzenobservatorium een voedselketen observatorium en stimuleert de ontwikkeling van *codes of practices* voor B2B-relaties. De andere wet wil de samenwerking in de keten bevorderen om tot grotere, efficiëntere, eenheden te komen.

Totale personele lasten (op basis van Nederlandse kostenniveau) bedragen ruim 2,8 miljoen euro per jaar. Daarvan is 1,8 miljoen nodig voor additionele prijzenverzameling, waarvan stakeholders hebben aangegeven dat zij die weinig gebruiken.

# 5 Voedselprijzenmonitoring: in Europa en onze buurlanden

---

## 5.1 Europese voedselprijzenmonitor

### 5.1.1 Aanleiding en doelstellingen

In 2008 en 2009 heeft de Europese Commissie (EC) geconcludeerd dat prijzen van landbouwgrondstoffen volatiel zijn en dat prijs transparantie in de Europese voedselvoorzieningsketen niet voldoende aanwezig was (EC, 2008; EC, 2009). Om die redenen heeft Eurostat, in samenwerking met de Directoraten Generaal AGRI, ECFIN en SANCO de European Food Prices Monitoring Tool (FPMT of Europese voedselprijzenmonitor) ontwikkeld. In opdracht van de EC rapporteert Eurostat sinds de zomer van 2010 de prijsontwikkeling van 17 voedingsproducten op drie niveaus in de keten (af-boerderij, af-industrie en af-detailhandel) voor alle EU-lidstaten.

#### *Doelstellingen*

Het nieuwe instrument heeft de volgende twee doelstellingen (EC, 2009):

- monitoren van de consumentenprijzen van vergelijkbare voedselproducten in alle lidstaten om de prijsspreiding en de integratie van de interne markt voor voedingsmiddelen te beoordelen;
- monitoren van de prijsontwikkeling in alle schakels van de keten (landbouw, industrie en detailhandel) voor een beperkt aantal producten zoals melk, kaas of varkensvlees.

De FPMT is gericht op het vergelijken van prijsontwikkelingen tussen de landen.

Gedetailleerde analyses op nationaal niveau worden door Eurostat beschouwd als nationale verantwoordelijkheid.

### 5.1.2 Activiteiten en output

De FPMT vergelijkt op dit moment de prijzen van de 17 categorieën voedselproducten. Eurostat maakt gebruik van bestaande nationale gegevens en Euro-

statpublicaties (sinds 2005) voor alle EU lidstaten. De FPMT publiceert per land de volgende prijsgegevens:

- de consumentenprijsindex (HICP) van een productgroep (COICOP-groepen);<sup>1</sup>
- de producentenprijsindex (PPI) van een of twee NACE-groepen;<sup>2</sup>
- de Landbouwgrondstoffenprijsindex (ACP) van een of twee landbouwproducten die gerelateerd zijn aan de productketen.

De drie indices brengen samen op een vereenvoudigde manier de keten in beeld. Ze geven per definitie geen informatie over absolute prijsverschillen tussen landen of binnen ketens. Basis voor deze indices vormen de prijsindices of koopkrachtpariteiten zoals ze door de nationale statistische bureaus worden verzameld. De Verordening (EG) nr. 2494/95 bepaalt dat ondernemingen die consumentenproducten verkopen, verplicht zijn prijsinformatie te verstrekken aan de nationale statistische instituten en regelt de harmonisatie van de consumentenprijsindices. Het doorgeven van meer gedetailleerde ten behoeve van de FPMT gebeurt echter op vrijwillige grondslag. Daardoor komt het voor dat de FPMT voor 8 producten incompleet is op het niveau de consument (Eurostat, 2012). Ook het doorgeven van gedetailleerde PPIs is niet verplicht en daarom mist de FPMT nog 75% van deze cijfers, waaronder ook cijfers voor Nederland.

Eurostat voorziet de volgende uitbreidingen voor de FPMT (Eurostat, 2012):

- het opnemen van import prijsindexen als representanten van het niveau van grondstoffen (vanaf het tweede kwartaal 2013),
- uitbreiding van de lijst met 19 voedselcategorieën en/of een gedetailleerde reportage op het niveau van de consumenten prijsindexen,
- kwantitatieve indicatoren zoals de correlatie tussen de ontwikkeling in de ACP en de HICP.

### *Output*

Eurostat publiceert de prijsindices maandelijks. De FPMT is direct toegankelijk via de website van Eurostat.<sup>3</sup> Ook is de FPMT via Google Public Data Explorer op een toegankelijke wijze beschikbaar gemaakt.<sup>4</sup> Het gaat om de volgende 17 productcategorieën:

---

<sup>1</sup> COICOP is Classification of Individual Consumption According to Purpose (Classificatie van Individuele Verbruiksfuncties).

<sup>2</sup> NACE is Statistische Nomenclatuur van de Economische Activiteiten in de Europese Gemeenschap.

<sup>3</sup> [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/methodology/prices\\_data\\_for\\_market\\_monitoring](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/methodology/prices_data_for_market_monitoring)

<sup>4</sup> <http://www.google.com/publicdata>, kies: Eurostat, kies: Food supply chain monitor, index value of Food supply chain monitor, year-over-year.

- Voedsel
- Brood en granen
- Vlees
  - Rundvlees
  - Varkensvlees
  - Pluimveevlees
- Vis, schaal- en schelpdieren
- Melk, kaas en eieren
  - Melk
  - Kaas
  - Eieren
- Oliën en vetten
- Fruit
  - Appels
- Groenten
  - Aardappels
- Suiker, jam, honing en zoetwaren

### 5.1.3 Kosten en effecten

Europese Commissie, beleidsmakers en andere belanghebbenden kunnen met de FPMT de prijsontwikkelingen en het prijsverloop in verschillende stadia van de voedselketens beter te begrijpen (zoals in het vierde paper in paragraaf 2.3). Daarnaast zijn voedselprijzen van primair belang voor de inflatie en ECB gebruikt de prijsstatistiek onder andere voor het handhaven van de prijsstabiliteit in het eurogebied. In die zin is de Europese voedselprijzenmonitor een belangrijke maatstaf in het beoordelen van de Europese economie, zoals het vaststellen van de hoogte van de inflatie in de verschillende EU landen.

Europese Federatie van de levensmiddelenindustrie (FoodDrinkEurope) gebruikt bijvoorbeeld de FMPT bij het opstellen van haar jaarlijkse data en trends rapporten. Deze rapporten hebben betrekking tot de meest recente statistische inzichten en trends op de Europese levensmiddelenindustrie. Ook levert FoodDrinkEurope een actieve bijdrage aan de verbetering van het instrument (FoodDrinkEurope, 2011).

Bunte et al. (2011) wijzen er wel op dat het vergelijken van de prijsontwikkelingen tussen de landen met de nodige voorzichtigheid moet gebeuren, omdat

---

Ook via:

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/prices\\_monitoring\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/prices_monitoring_en.htm)

er onder andere kwaliteitsverschillen in de producten zijn, verschillen in stromen van verwerking bestaan of verschillende productdefinities gehanteerd worden. Verder is het lastig om de prijsstransmissie in de keten te beoordelen aan de hand van indices, omdat het aandeel van de af-boerderijprijs in de consumenten prijs van product tot product en van land tot land kan verschillen.

Bunte et al. (2011) komen al met al tot de conclusie dat de FPMT het bedrijfsleven niet direct iets oplevert, omdat de data te gedateerd en te geaggregeerd zijn en geen rol spelen in arbitrage tussen nationale markten of tussen schakels in de keten. Aan de andere kant zijn de additionele kosten voor de FPMT niet hoog, omdat gebruik wordt gemaakt van bestaande statistiek. Dit laatste was ook de opzet.

## **5.2 Belgische Prijzenobservatorium**

### **5.2.1 Aanleiding en doelstelling**

In België is een Prijzenobservatorium opgericht, nadat de consumentenprijzen in België in de eerste helft van 2008 sterk gestegen waren. De vraag rees wat de oorzaken waren van de inflatie. Begin 2009 werd daarom het takenpakket van het Instituut voor Nationale Rekeningen (INR) uitgebreid met prijsobservatie en prijsanalyse. Dit is per wet geregeld. In het Staatsblad van 9 juli 2009 werd het bestek gepubliceerd. Dit bestek werd in 2010 en 2011 aangepast om ook de analyse van marges te kunnen onderzoeken en om de link met de mededingingsautoriteiten te beklemtonen. Intussen functioneert het prijzenobservatorium vier jaar (INR, 2013).

Het observatorium beschrijft het prijsverloop van vijf grote productgroepen: energie, bewerkte en niet-bewerkte levensmiddelen, diensten en niet-energetische industriële goederen. Vast onderdeel is het vergelijken van Belgische consumptieprijzen met die in de buurlanden, met een focus op aardgas en elektriciteit (INR, 2010).

De Federale overheidsdienst (FOD) Economie voert de prijsobservaties en prijsanalyses uit voor van het INR. Beide organisaties verzamelen en verwerken gegevens over consumentenprijzen. Verder zijn betrokken bij het observatorium: de Nationale Bank van België (waakt over de inflatie) en het Federaal Planbureau (stelt economische vooruitzichten op). Naast de overheidsinstellingen opereren er nog een paar Belgische universiteiten als onafhankelijke raadgevers.

### *Doelstelling*

Het prijzenobservatorium is in 2009 van start gegaan met als hoofddoel het waarnemen en doorlichten van de verschillende componenten van de eindprijzen en de impact ervan op de inflatie te ontdekken.

Ook kan het prijzenobservatorium aanstippen dat de marktwerking voor een bepaald goed of dienst nader moet worden onderzocht (INR, 2013).

Elk jaar verslag biedt de mogelijkheid thema's uit te diepen. Het prijsverloop van bewerkte levensmiddelen door de keten heen is min of meer tot vast thema geworden.

## 5.2.2 Activiteiten en output

Het observatorium volgt een micro-economische aanpak, die uit de volgende twee fasen bestaat (FOD Economie, 2011). We beschrijven hier de voedselketen:

- het weergeven van het prijsverloop in drie schakels van de voedselketen. Per productgroep zijn dit: het niveau van grondstoffen (op basis van de landbouwgrondstoffenprijsindexen (ACP) en de grondstoffenprijzen van het IMF), het niveau van de producentenprijs aan de hand van de PPI en de consumentenprijs (gebaseerd op de geharmoniseerde consumptieprijsindex, HICP). Voor de buurlanden maakt men gebruik van de PPIs van Eurostat.<sup>1</sup> De productgroepen komen overeen met de groepen in de Europese FPMT. Daarnaast worden tabak, alcoholische en alcoholvrije dranken gevolgd. Voor groenten en fruit beschikt het prijzenobservatorium over meer gedetailleerdere gegevens. Het prijzenobservatorium heeft een eigen database ontwikkeld voor het volgen van de prijzen van bewerkte voedingsmiddelen.
- het analyseren van de prijsvorming op detailhandelniveau per product of productgroep. Per product (of productgroep) wordt onderzocht of prijsverloopveranderingen het resultaat zijn van prijsaanpassingen in de distributie, of toe te schrijven zijn aan wijzigingen in de gemiddelde omvang van de prijsveranderingen (of beide). Hiertoe worden ook veldstudies uitgevoerd.

De analyses van het prijzenobservatorium worden, conform de wet, enkel gepubliceerd na de goedkeuring van de Raad van Bestuur van het INR en de validering door het Wetenschappelijk Comité voor Analyse van de Prijzen (INR, 2013).

---

<sup>1</sup> Voor Nederland worden producentenprijzen volgens de goederennomenclatuur Prodcom gebruikt, beschikbaar via de website van CBS (INR, 2013).

### *Output*

Het observatorium heeft de verplichting om de volgende nieuwe publicaties uit te brengen:

- drie kwartaalverslagen op het gebied van prijsontwikkelingen van consumentenproducten;
- een jaarverslag, waarin de analyse van de prijzen van het laatste kwartaal wordt geïntegreerd. Indien mogelijk, worden de resultaten vergeleken met de prijsontwikkelingen in Frankrijk, Nederland en Duitsland;

Via de website van het prijzenobservatorium zijn deze verslagen te downloaden.<sup>1</sup> De rapportages hebben laten zien dat de inflatie in België in de regel hoger is dan in de buurlanden.

In de rapportage over 2012 komen de prijsvorming van verse groenten en fruit en de prijsstransmissie in de zuivelkolom aan bod. Hoge consumentenprijzen waren de aanleiding voor het onderzoek naar verse groenten en fruit. De ontwikkeling van de consumentenprijzen en veilingprijzen van tomaten, kropsla, prei en appels in België worden vergeleken met die in de buurlanden Frankrijk en Duitsland. INR (2013) komt tot de conclusie dat het verloop van de Belgische consumptieprijzen voor tomaten, prei, kropsla en jonagold-appelen worden bepaald door de veilingprijzen, die op hun beurt bepaald worden door vraag- en aanbodfactoren. Wel constateert de INR dat de schommelingen in België groter zijn dan in de buurlanden. Voor wat betreft de zuivelkolom is de bevinding dat de reactie van de gemiddelde producentenprijzen van de zuivelindustrie op de turbulente grondstofnoteringen in de afgelopen vijf jaar symmetrisch is.

### 5.2.3 Kosten en effecten

Bij de oprichting was het uitgangspunt dat het observatorium weinig additionele middelen zou vragen, omdat de belangrijkste gegevens geput worden uit bestaande institutionele gegevensbronnen.

De analyses die het INR uitvoert zijn relatief eenvoudig en bestaan uit het vergelijken van de indexen van de geaggregeerde prijzen. In een aantal gevallen bleek het verloop van consumentenprijzen in België afwijkend ten opzichte van de buurlanden, zonder dat daar op basis van onderliggende cijfers een afdoende verklaring voor was (INR, 2013). Zo werden in de productgroep zoetwaren geen neerwaartse correcties geconstateerd in België. Daarom heeft onder meer het federale parlement gevraagd het om het uitbreiden van het onderzoeksdomein van het prijzenobservatorium. INR (2013) denkt

---

<sup>1</sup> <http://economie.fgov.be/nl/fod/structuur/Observatoria/Prijzenobservatorium/>

dat een uitgebreidere set aan prijs- én kostenstatistieken het onderzoek zal vergemakkelijken, en dat aanvullend veldonderzoek noodzakelijk is.

### 5.3 Prijzenmonitoring in Duitsland

Duitsland kent geen voedselprijzenobservatorium. We beschrijven voedselprijzenmonitoring door of op het initiatief van de overheid en de belangrijkste instellingen die daarbij betrokken zijn. Agrarmarkt Informations-GmbH (AMI) is een private partij die op verzoek van sommige deelstaten de prijzenstatistiek verzorgt.

#### 5.3.1 Activiteiten en output van het BMELV

Het BMELV staat voor het Ministerie van Voedsel, Landbouw en Consumentenbescherming (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz). Het BMELV coördineert het verzamelen van agrarische- en voedselmarktinformatie op federaal niveau en dat van de Länder. Het BLE<sup>1</sup> (Federale Agentschap voor Landbouw en Voedsel/ Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) valt onder de directe verantwoordelijkheid van het BMELV en voert het verzamelen en bewerken van de informatie uit.

##### *Output*

De statistieken van BLE worden onder 'www.bmelv-statistik.de' op internet aangeboden. Een belangrijke uitgave van BMELV is het Statistischer Monatsbericht, waarin maandelijks actuele prijsontwikkelingen van landbouwproducten worden gepubliceerd naast productievolumes. De uitgave geeft prijsindexcijfers en geaggregeerde, representatieve prijzen.

Van de volgende groepen voedselproducten worden indexcijfers van landbouwopbrengstprijzen gegeven:

- Granen
- Koolzaad
- Suikerbiet
- Tafelaardappelen
- Groenten (tomaten, champignons, asperges, sla)
- Fruit (consumptieappelen, aardbeien)
- Slachtdieren

---

<sup>1</sup> [http://www.ble.de/DE/01\\_Markt/10\\_Statistik/statistik\\_node.html](http://www.ble.de/DE/01_Markt/10_Statistik/statistik_node.html)



- Melk
- Eieren

In euro's/kg vindt men opbrengstprijzen van :

- Granen
- Melk (per Land, naar locatie van productie en naar verwerking)
- Ook prijzen voor geitenmelk en biologische melk

### 5.3.2 Activiteiten en output van DESTATIS

DESTATIS is het Federaal Bureau van de Statistiek: een onafhankelijk orgaan dat tracht objectieve en onafhankelijke informatie van hoge kwaliteit beschikbaar te stellen aan de overheid, zakenleven en burger. DESTATIS verzamelt de prijzen van verwerkte producten. Op de website<sup>1</sup> publiceert het maandelijks de opbrengstprijzen en prijsindices van agrarische producten, producentenprijsindices voor een groot aantal bewerkte voedselproducten en de consumentenprijsindices. Dit gebeurt in afstemming met de Bureaus van de Statistiek van de Länder.

### 5.3.3 AMI

De Duitse Boerenorganisatie (Deutscher Bauernverband, DBV<sup>2</sup>) en de aangesloten boerenorganisaties van de Länder zijn belangenbehartigers van diegenen die werkzaam zijn in de Duitse land- en bosbouwsectoren. De DBV publiceert onder andere studies over markttrends voor bepaalde productgroepen. Nauw gelieerd aan DBV is AMI, Agrarmarkt Informations-GmbH.<sup>3</sup> Dit is een private partij die werkt vanuit een commercieel oogpunt. Gegevens over de agrarische markten, waaronder prijsgegevens, worden verzameld en geanalyseerd. AMI rapporteert over de actuele marktinformatie, achtergronden, analyse en prognoses met betrekking tot korte termijn en lange termijn marktontwikkelingen (voor prijzen en volumes). Het betreft de volgende markten: vee en vlees, groenten en fruit, zuivel, bloemeteelt, eieren en gevogelte en de biologische landbouw. AMI noemt het beschikbaar maken van objectieve informatie voor alle partijen op de agrarische markt als doelstelling. In de praktijk zullen alleen diegenen alle informatie ontvangen als ze ook bereid zijn ervoor te betalen.

---

<sup>1</sup> <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>

<sup>2</sup> <http://www.bauernverband.de/>

<sup>3</sup> <http://www.ami-informiert.de/>. AMI kan gezien worden als de opvolger van ZMP (Zentrale Markt und Preisstelle) dat gefinancierd werd uit productheffingen, tot dat die regeling na juridische toetsing is afgeschaft.

Op verzoek van een aantal Länder levert AMI de aanvullende statistiek. Zie in dit kader de uitspraak van het Ministerie van Infrastructuur en Landbouw van Land Brandenburg:

'Door Land Brandenburg worden geen afzonderlijke marktgegevens, statistieken of marktinformatie verzameld of gepubliceerd. AMI verzamelt, analyseert en publiceert specifieke markt gegevens ten behoeve van de Land Brandenburg. Aanvullend verzamelt het Federale Agentschap voor Landbouw en Voedselvoorziening (BLE) marktgegevens voor statutaire rapportering.<sup>1</sup>

#### 5.3.4 Kosten en effecten

De Duitse overheid staat op het standpunt dat de huidige markt en prijsinformatievoorziening voor voedsel en landbouw bestaande uit combinatie van private en publieke initiatieven de behoefte voldoende afdekt. Bohlen (2011): de huidige statistiekverzameling en analyse werkt prima en is voldoende in staat de ontwikkelingen in de agrarische markten te monitoren. Aan de ene kant zal statistiek noodzakelijk blijven bij het optreden van meer veranderingen in prijzen, maar het verzameling van statistieken wordt ook ervaren als bureaucratisch en als een kostenpost. Er is daarom geen aanvullende of nieuwe statistiekverzameling nodig.

In het voorgaande zijn de conclusies van het Bundeskartellamt (2012) over prijsinformatie in de zuivelmarkt besproken die mogelijk nadelige effecten heeft. Het Bundeskartellamt (2012) beschrijft daarnaast verschillende informatiesystemen in de zuivelsector die niet problematisch zijn in het kader van de VMEU: de prijsinformatie is laag frequent en sterk geaggregeerd. Als voorbeeld worden genoemd de prijsinformatie van:

- BLE/BMELV (overheid)
- de Kieler Rohstoffindex, private partij die prijzen voor boter, magere melkpoeder, en de waarde van vet- en niet-vetcomponenten van melk en de prijzen van melk (af-zuivelfabriek) en onbewerkte melk af-boerderij maandelijks gepubliceerd.
- AMI, die het Bundeskartellamt geconsulteerd heeft over de activiteiten in relatie tot de VWEU.
- In het algemeen zijn handelsberichten die spotprijzen weergeven van voor tussen de zuivel verwerkende bedrijven verhandelde melk mogelijk wanneer deze berichten niet terug te voeren zijn op individuele bedrijven.

---

<sup>1</sup> <http://www.mil.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.259861.de>

# 6 Prijzenmonitoring in Nederland

---

## 6.1 Achtergrond en doelen

Deze beschrijving richt zich op de prijsmonitoring, zoals die door of namens de overheid wordt onderhouden en gebruikt. Prijsinformatiesystemen van particuliere en of commerciële partijen, zoals coöperaties, vakbladen en gespecialiseerde bureaus blijven buiten beschouwing. Dit hoofdstuk is gebaseerd op onderzoek van de Bont en Kamphuis (2011), tenzij anders vermeld wordt.

Gegevens over prijzen van voedingsproducten in Nederland worden voornamelijk verzameld door LEI Wageningen UR (opbrengstprijzen van landbouwproducten en de prijzen van productiemiddelen) en het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, prijzen uit de verwerkende industrie en consumentenprijzen, die in de vorm van PPI's en de CPI worden gepubliceerd). Activiteiten van het CBS maken deel uit van de officiële prijsstatistiek in Nederland. Daarnaast verzamelen de Productschappen (nog) enkele prijzen (van verwerkte producten en export). Ad hoc vindt prijsverzameling plaats door de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa).

Prijsverzameling door het LEI is een onderdeel van de wettelijke taken.<sup>1</sup> Productschappen zijn publiekrechtelijke organen en binnen hun takkenpakket valt onder andere het verzorgen van marktinformatie over de producten binnen hun werkingsgebied. Het LEI en de productschappen zijn in Nederland de belangrijkste bronnen van marktinformatie voor de sector en beleid. Beide instellingen hebben een omvangrijk netwerk van informanten. Meestal zijn dit bedrijven en prijsnoteringscommissies. De informatie wordt via verschillende kanalen onder andere het CBS geleverd aan EZ, DG-Agri, Eurostat, OECD en andere internationale organisaties op basis van langlopende afspraken. Ad hoc worden onderzoeken uitgevoerd naar de ontwikkeling van voedselprijzen, prijsvorming in de voedselketen, of naar prijsafspraken tussen bedrijven (NMa). Voor de dataverzameling van deze studies maken deze instellingen onder meer vaak gebruik van het CBS, het LEI en andere onderzoeksbureaus. De NMa is verantwoordelijk in Nederland voor de uitvoering van de Mededingingswet.

Doelen van prijzenmonitoring zijn:

- van de statistieken van het CBS:

---

<sup>1</sup> van zowel de Nederlandse overheid (EZ) als de Europese Commissie (Wettelijke Onderzoek Taken Economische Informatievoorziening met betrekking tot de informatievoorziening over bedrijven uit de land- en tuinbouw en visserij) (LEI, 2012).

- het vastleggen van statistieken;
  - het verstrekken van prijsindexcijfers aan het Europese statistische bureau (Eurostat);
  - de beoordeling van de Nederlandse economie;
  - een basis voor overheidsbeleid.
- van de statistieken van wettelijke taken bij het LEI:
    - het verstrekken van statistieken aan het CBS en Eurostat;
    - het bedrijfseconomisch onderzoek in de primaire sectoren;
    - het verbeteren van de transparantie van de markt;
    - een basis voor overheidsbeleid.
- van de prijsinformatie van de productschappen:
    - het vergroten van markttransparantie voor de bedrijven in de sector;
    - inbreng bij de uitvoering van het GLB;
    - een basis voor overheidsbeleid.
- van ad hoc prijzen verzamelen in opdracht van ministeries/NMa:
    - hulpmiddel bij de handhaving van de Mededingingswet;
    - niet structurele, aanvullende prijzenverzameling;
    - onderzoek naar prijsafspraken tussen bedrijven en de ontwikkeling van voedselprijzen;

Aan elk van deze doelen zijn doelgroepen verbonden, zoals boeren, bedrijven in de toelevering, verwerking, retail en dienstverlening, beleidsmakers, onderzoeksinstituten, statistische bureaus en consumenten.

## 6.2 Activiteiten

De beschikbare voedselprijsinformatie van het LEI, CBS en de productschappen is in een overzicht bij elkaar gebracht in bijlage 2 en wordt hieronder verder toegelicht.

### 6.2.1 Activiteiten LEI en output

Richtinggevend voor de activiteiten van het LEI met betrekking tot de prijsinformatie zijn de eerder aangegeven doelen. In de LEI-databank is een groot aantal opbrengstprijzen van landbouwproducten en de kosten van productiemiddelen

van de afgelopen decennia opgenomen.<sup>1</sup> De lijst van producten is afgestemd op de behoefte van de huidige afnemers (en financiers) van informatie, met name CBS en Eurostat. Het LEI verzamelt de prijzen wekelijks maar publiceert alleen gemiddelde maand- en jaarprijzen (gewogen).

De gegevens komen bij het LEI binnen in de vorm van prijscouranten, mail- en faxberichten van de berichtgevers. Ook worden er door een aantal berichtgevers op verzoek van het LEI maandelijks antwoordformulieren ingevuld. De Bont en Kamphuis (2011) vermelden dat er 112 informatiebronnen zijn voor opbrengstprijzen en 65 voor de prijzen van productiemiddelen. De belangrijkste verstrekkers van prijsinformatie zijn: handelshuizen, handelaren en toeleverende en verwerkende bedrijven. Het aantal prijsleveranciers is in de loop der jaren sterk teruggelopen vanwege de toegenomen concentratie door fusies en overnames in de verschillende sectoren (Bolhuis, mondelinge mededeling). De verzamelde prijzen worden veelal bewerkt door het LEI om van week- naar representatieve maandprijzen te komen en worden gecorrigeerd voor kwaliteits- toeslagen en kosten van vracht- en provisie om de (netto)prijs op het niveau van het landbouwbedrijf goed vast te stellen.

Uit efficiencyoogpunt (kosten voor het LEI en transparantie voor de gebruikers van informatie) benut het LEI waar mogelijk de openbare prijsinformatie van derden. Uitgangspunt hierbij is dat voldaan wordt aan de voorwaarden van representativiteit en definitie van het product (De Bont en Bolhuis, 2006). Juist die representativiteit vormt in toenemende mate een probleem, vooral voor de opbrengstprijzen af-boerderij. Voor groenten en fruit, bijvoorbeeld, zijn alleen de veilingprijzen en volumes van ZON (Venlo) te achterhalen, maar het aandeel van de veiling is klein ten opzichte van het totaal verhandelde volume.<sup>2</sup> Door één informatiebron worden nog prijzen van een aantal soorten fruit verstrekt. Ook worden van enkele Belgische veilingen maandprijzen ontvangen (Bolhuis, mondelinge mededeling). Het LEI berekent en publiceert in deze gevallen alleen een prijsindex.

Op basis van de verzamelde prijsinformatie worden representatieve maand- en jaarprijzen berekend. Vervolgens worden de prijzen via de website van het LEI beschikbaar gesteld aan de media (vakbladen en dagbladen) en overige ge-

---

<sup>1</sup> Een complete lijst van goederen (inputs en outputs) waarvan prijzen worden verzameld is te vinden in De Bont en Bolhuis (2006).

<sup>2</sup> Veilingen kozen ervoor prijsinformatie niet meer publiek te maken, omdat daarin onvoldoende rekening gehouden kon worden met het verschil in kwaliteit tussen producten. Vooral de prijs van de hogere kwaliteiten kwam daardoor onder druk te staan. Daarnaast werden de openbare middenprijzen van coöperatieve afzetorganisaties ook gebruikt voor prijsonderhandelingen tussen telers en handelaren zonder tussenkomst van de coöperaties (Leo Welschen, mondelinge mededeling).

interesseerden. Naast het verstrekken van prijsinformatie aan het CBS en Eurostat ontvangen deze instanties ook maandindices die door het LEI worden berekend van agrarische producten en productiemiddelen.

### *Output*

De prijsinformatie van het LEI wordt op verschillende manieren gepubliceerd en beschikbaar gesteld aan belangstellenden buiten het instituut. Naast de al genoemde verstrekking van informatie aan het CBS en Eurostat gaat het om:

- prijsinformatie per maand op de website van het LEI<sup>1</sup>
- prijsinformatie per jaar die onder andere wordt opgenomen in *Land- en Tuinbouwcijfers*, een gezamenlijke jaarlijks verschijnende publicatie van het CBS en het LEI. Ook verschillende door het LEI jaarlijks gepresenteerde rapporten, zoals het *Landbouw-Economisch Bericht* en de *Actuele ontwikkeling van bedrijfsresultaten en inkomen*, gaan in op de ontwikkelingen in agrarische markten en het verloop van prijzen van producten.

In het verlengde van de maandelijksse prijsinformatie is de barometer agrarische sectoren ontwikkeld, met actuele productie- en markt ontwikkelingen in verschillende sectoren.<sup>2</sup> De opbrengstprijzen van de volgende producten worden toegelicht:

- Slachtzeugen
- Scharreleieren
- Melk
- Slachtkoeien
- Slachtkuikens
- Vleesvarkens
- Sierteelt: exportwaarde

## 6.2.2 Activiteiten CBS en output

Het CBS berekent en publiceert voor Nederland maandelijks de consumenten- en producentenprijsindices, onder andere de CPI, HICP en PPI. Deze indices geven de prijsontwikkeling weer van goederen en diensten die: (i) huishoudens aanschaffen voor consumptie; en (ii) die zijn geproduceerd en ingevoerd door de Nederlandse industrie (bedrijven in de nijverheid en in de handel). Op grond

---

<sup>1</sup> <http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/lei/Sector-cijfers.htm>

<sup>2</sup> <http://www.barometer-agrarische-sectoren.nl/>

van de Wet op het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS-Wet) zijn bedrijven en instellingen in Nederland *verplicht* om de gevraagde gegevens volledig en tijdig te verstrekken (CBS, 2010).

De CPI is gebaseerd op een boodschappenmandje voor de dagelijkse boodschappen, duurzame consumptiegoederen, huur, school- en collegegeld en consumptie gebonden belastingen. Voedingsmiddelen en alcoholvrije dranken bijvoorbeeld tellen voor ongeveer 11% mee in de consumentenprijsindex (CBS, 2007). Iedere maand bezoeken ongeveer 250 interviewers van het CBS verschillende winkels, verspreid over het hele land, en noteren ruim 65.000 prijzen van de 1.400 verschillende artikelen in het boodschappen mandje. De prijzen worden gedurende drie weken per maand verzameld. Een deel van de prijzen wordt verzameld door een schriftelijke of telefonische enquête. Waar mogelijk worden prijzen via internet verkregen.

Voor de meting van de prijsontwikkeling bij supermarkten maakt het CBS onder meer gebruik van scannerdata. Deze gegevensbestanden bevatten informatie over verkochte hoeveelheden en omzetten van alle artikelen in die supermarkten. Hieruit worden de gemiddelde prijzen berekend. Zeven supermarktketens verstrekken op reguliere basis scannerdata aan het CBS. Deze supermarktketens hebben een gezamenlijk marktaandeel van ongeveer 50% en hebben een belang van iets meer dan 5% in de totale CPI (CBS, 2010a). Er zijn twee potentiële voordelen aan het gebruik van scannerdata verbonden:

1. een verbetering van de kwaliteit van de CPI, omdat op een zeer gedetailleerd niveau voor alle transacties zowel prijzen als hoeveelheden beschikbaar zijn;
2. een efficiëntere werkwijze, omdat het bezoeken van supermarkten een belangrijke kostenpost is bij het op de traditionele manier produceren van de CPI. Het gebruik van scannerdata heeft geleid tot een reductie van circa 15.000 prijswaarnemingen per maand voor alle ketens samen (CBS, 2010a).

De PPI is een maandstatistiek, maar in bepaalde gevallen vindt de waarneming echter niet maandelijks plaats. Bij de bedrijven waarvan het bekend is dat zij de prijzen voor langere tijd ongewijzigd laten, wordt er met een afwijkende frequentie waargenomen (CBS, 2009). In totaal worden er ongeveer 25.000 prijzen van producten verzameld die worden waargenomen bij circa 4.300 bedrijven. Het overgrote deel van de waarneming vindt plaats met behulp van papieren en elektronische vragenlijsten. Dit zijn zogenaamde unieke vragenlijsten waarop uitsluitend de goederen staan vermeld die relevant zijn voor het te enquêteren bedrijf. Verder worden er op beperkte schaal ook prijzen verzameld

door middel van telefonische navraag en vindt er waarneming plaats op basis van prijslijsten die door berichtgevers ter beschikking worden gesteld.

Producentenindexcijfers zijn beschikbaar op basis van:

- Totaal afzetprijzen
- Afzetprijzen binnenland
- Afzetprijzen buitenland
- Invoerprijzen
- Verbruiksprijzen (invoer en afzet).

De PPI is daarnaast beschikbaar per productgroep (volgens goederenomenclatuur Prodcom) of per bedrijfstak (volgens activiteitenindeling SBI). Hier volgend de hoofdgroepen volgens Prodcomcoderingen:

- 101 Verduurzaamd vlees en vleesproducten
- 102 Vis, schaaldieren en weekdieren verwerkt en verduurzaamd
- 103 Groenten en fruit; verwerkt en verduurzaamd
- 104 Plantaardige en dierlijke oliën en vetten
- 105 Zuivelproducten
- 106 Maalderijproducten, zetmeel en zetmeel producten.
- 107 Bakkerijproducten en deegwaren
- 108 Andere voedingsmiddelen

Binnen deze groepen is de PPI nog te verfijnen. Maar omdat het aantal handels- of verwerkende partijen beperkt is, zijn verschillende noteringscommissies in het verleden door de NMa verboden uit angst voor marktbeïnvloeding door de grote partijen. Om die reden is bijvoorbeeld geen PPI voor technische delen van varkensvlees beschikbaar, maar wel een PPI voor varkensvlees (Bolhuis, mondelinge mededeling). De PPI-statistiek geeft dus alleen op hoofdlijnen inzicht in de prijsontwikkelingen.

Wellicht ten overvloede zij vermeld dat er dus geen absolute groothandelsprijzen van groepen voedingsproducten gepubliceerd worden.

### *Output*

Het CBS publiceert zelf via verschillende kanalen de uitkomsten uit de CPI en PPI:

- StatLine is de centrale outputdatabase op de website van het CBS<sup>1</sup>
- Kerncijfers (PPI), Industriemonitor (PPI), staan ook op de website van het CBS.

---

<sup>1</sup> <http://statline.cbs.nl>



Maandelijks wordt ook van een groep voedingsmiddelen de CPI en de bijbehorende de kostprijsindex bekend gemaakt. Deze kostprijsindex is een aangepast mandje producten gebaseerd op de PPI binnenlands verbruik.<sup>1</sup> CPB bericht af en toe ook over de ontwikkelingen aan het eind van de keten, zoals in het artikel 'Consument merkt niet meteen de kostprijsstijging van melk, kaas en eieren'.<sup>2</sup>

### 6.2.3 Activiteiten Productschappen en output

Productschappen verzamelen in- en uitvoercijfers en het volumes van verwerking, bijvoorbeeld het aantal slachtingen en de aanvoer bij Eierpakstations. Er worden markt- en sectoranalyses opgesteld. We beperken ons tot de prijzenstatistiek.

De Productschappen voor Vee, Vlees en Eieren (PVE) verzamelen wekelijks de prijzen van slachtrunderen, varkens en schapen, franco slachterij (medebewindstaak). Deze prijsinformatie wordt door de slachterijen verstrekt. PVE publiceren onder andere wekelijkse prijsinformatie over opbrengstprijzen van varkens en biggen, pluimveevlees, eieren, runderen, kalveren, en schapen op basis van verschillende noteringen.

Voor eieren worden exportprijzen verzameld die als schatting kunnen dienen voor de binnenlandse opbrengstprijzen voor boeren.

Het Productschap Zuivel (PZ) verzamelt wekelijks de prijzen van boter, mager en vol melkpoeder en weipoeder (medebewindstaak) en publiceert wekelijks de officiële noteringen van deze zuivelproducten. Er is geen notering voor geen kaas, omdat de industrie dat niet wenselijk acht. Het PZ verzamelt daarnaast in opdracht van LTO melkprijzen en publiceert de melkprijsvergelijking.

Het Hoofdproductschap Akkerbouw (HPA) ondersteunt prijzenverzameling door derden en publiceert openbare prijsinformatie (noteringen) van (regionale) beurzen over de telersprijzen van consumptieaardappelen, granen (ook groot-handelsprijzen), van hooi, stro en ruwvoerders, peen, peulvruchten, uien en zaden. Aanvullend hierop wordt door het PA ook voor aardappelen en granen extra informatie gegeven over prijzen in andere landen.

Het Productschap Tuinbouw verzamelt telersprijzen van tomaten en komkommers als medebewindstaak, maar publiceert deze niet.

---

<sup>1</sup> <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=81460NED&D1=0,3&D2=0-9&D3=132-155&HD=130313-1403&HDR=T,G1&STB=G2>

<sup>2</sup> <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/prijzen/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-consumenten-kostprijsstijging-pub.htm>

Omdat Productschappen worden opgeheven, staat dataverzameling en publicatie van onder andere een aantal prijzen op de tocht. Dit geldt bijvoorbeeld voor de melkprijsvergelijking door het PZ, de exportprijzen voor pluimveevlees en slachterijnoteringen van het PVE. Het verzamelen van prijzen als medebe-windstaak zal blijven, maar elders moeten worden onder gebracht. Gepubliceerd worden overigens hieruit alleen de prijzen van boter, mager en vol melkpoeder en weipoeder.

### 6.3 Gebruik

Verschillende instanties maken gebruik van de prijsinformatie in Nederland.

CPI en PPI zijn belangrijke maatstaven voor de beoordeling van de Nederlandse economie, zoals het vaststellen van de hoogte van de inflatie, en worden veel gebruikt door het bedrijfsleven en de overheid, onder andere bij loononder-handelingen, de indexering van huren en lijfrenten en voor de aanpassing van be-lastingtabellen.

Ook worden deze cijfers gebruikt bij de ontbinding van waardeontwikkelingen in een prijs- en een volumecomponent, onder meer in de Nationale rekeningen (CBS, 2010). Prijsgegevens van het LEI worden gebruikt bij het voorbereiden van de jaarlijkse sectorrekening voor de land- en tuinbouw. Deze rekening wordt, als onderdeel van de Nationale Rekening voor de totale Nederlandse economie, door het CBS opgesteld in nauw overleg met het LEI. De sectorreke-ning geeft een beeld van onder meer de productiewaarde en de toegevoegde waarde van de agrarische sector (De Bont en Bolhuis, 2006).

De prijsindexcijfers worden aan Eurostat verstrekt die ze vervolgens aan de Europese Centrale Bank (ECB) rapporteert. ECB gebruikt de prijsstatistiek onder andere voor het handhaven van de prijsstabiliteit in het eurogebied.

Omdat het LEI van een aantal agrarische producten en productiemiddelen beschikt over databestanden met de maand- en jaarprijzen van de afgelopen tientallen jaren is het mogelijk analyses uit te voeren voor onderzoeks- of be-leidsdoeleinden. Daaronder vallen de inkomensramingen voor de agrarische be-drijven die aan het eind van het jaar worden opgesteld. Op basis van de cijfers wordt KWIN geproduceerd. KWIN geeft Kwantitatieve informatie over de sector met vele kengetallen over prijzen, productie, kosten en arbeidsbehoefte. De KWIN is een hulpmiddel voor bedrijfseconomische berekeningen voor agrarische ondernemers. Andere analyses zijn bijvoorbeeld: de toekomstige prijzenontwik-keling van producten en inputs in te schatten; en voor het vaststellen van de waarde van vee die vergoed wordt na een uitbraak van een dierziekte.

Specifiek vermelden we onderzoek naar prijsvorming in de keten, zoals het in 2009 verschenen rapport van de NMa (2009) naar de ontwikkeling van verkoopprijzen, kosten en marges voor acht basisvoedingsmiddelen in de periode 2005-2008. Voor het schetsen van prijsontwikkelingen zijn de CBS-cijfers gebruikt (CPI, PPI). Voor een analyse van de prijstransmissie heeft het LEI de prijzen af-boerderij geleverd, maar zijn via een onderzoeksbureau scannerdata verkregen en was aanvullende dataverzameling nodig voor de inkoop- en verkoopprijzen van coöperaties in groenten en fruit, de groothandel, de brood- en meelindustrie en bij supermarkten. NMa heeft deze ad-hocdataverzameling uitgevoerd. Het rapport werd uitgevoerd door het LEI (Bunte et al., 2009).

In 2010 kwam nog een rapport van het LEI uit, *Bedrijfskolom en marktstructuur van tomaten*, dat een addendum was bij het rapport uit 2009 (Van Galen et al., 2010). Dit onderzoek is ook uitgevoerd in opdracht van de NMa. Deze rapporten staan in een reeks van onderzoeken naar prijsvorming in de keten vanaf 2003 (Nederlandse ketens voor rundvlees, kalfsvlees, varkensvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patat (Bunte et al., 2003).

Ten slotte wordt vermeld dat instanties buiten het CBS, het LEI en de Productschappen prijsgegevens afnemen op basis van langlopende afspraken: bijvoorbeeld Eurostat, OESO, De Nederlandse Bank, ECB, Centraal Planbureau, ministeries, werkgevers- en werknemersorganisaties, onderzoeksinstituten, het bedrijfsleven en andere gebruikers publiceren (afgeleide) gegevens voor hun eigen gebruikers (CBS, 2010).

# 7 Slotbeschouwing

---

## 7.1 Conclusie

### *Prijzenmonitoring in Nederland (hoofdstuk 6)*

- In vergelijking met de buurlanden, Frankrijk en Spanje valt op dat in Nederland publieke officiële, representatieve (historische) prijsgegevens van verwerking en groothandel van verschillende producten ontbreken. Voor groenten en fruit geldt dit ook voor het niveau af-boerderij. Dit komt niet doordat Nederland geen observatorium heeft, maar dit heeft andere oorzaken. Allereerst kan de prijsinformatie in de markt ontbreken, omdat in een aantal markten spelers groot geworden zijn of omdat partijen publicatie van prijzen commercieel te gevoelig vinden. Daarnaast speelt een rol dat het verzamelen van data duur geworden is (bijvoorbeeld na het wegvallen van het veilingstelsel en door sterke productdifferentiatie) of overgelaten kan worden aan particuliere partijen, zoals de agrarische pers. Gevolg hiervan is dat als naar aanleiding van crisis of conflicten onderzoek naar prijstransmissie in voedselketens noodzakelijk is, aanvullende dataverzameling moet plaatsvinden.
- Omdat Productschappen worden opgeheven, staat dataverzameling en publicatie van onder andere een aantal prijzen op de tocht. Dit geldt bijvoorbeeld voor de melkprijsvergelijking door het PZ, de exportprijzen voor pluimveevlees en slachterijnoteringen van het PVE. Ook ondersteunen productschappen een aantal noteringen. Het verzamelen van prijzen als medebewindstaak zal blijven, maar moet elders worden ondergebracht. Uit deze taak worden overigens alleen de prijzen van boter, magere en volle melkpoeder en weipoeder gepubliceerd.
- Tegelijkertijd moet ook geconstateerd dat voor een aantal voedselketens in Nederland prijsgegevens op verschillende niveaus wél beschikbaar zijn (de consumenten prijsindices, de producentenindices bij het CBS en de prijsinformatie af-boerderij bij het LEI). Deze gegevens zouden beter benut kunnen worden om een globaal beeld van de prijstransmissie in deze ketens te schetsen.

*Lessen uit de Voedselprijzen observatoria in Spanje en Frankrijk (hoofdstukken 3 en 4)*

- Prijzenobservatoria zijn om verschillende redenen in het leven geroepen. Het monitoren van prijzen vormt een belangrijke onderdeel van het werk, maar daarnaast worden ronde tafels tussen ketenpartijen georganiseerd en aanvullende studies verricht. De meerkosten van een observatorium kunnen aanzienlijk zijn, vooral vanwege de additionele primaire dataverzameling.
- In Spanje bestaat het Voedselprijzenobservatorium al sinds 2000. Fricities tussen ketenpartijen waren aanleiding voor de oprichting. Stakeholders zeggen tevreden te zijn met het functioneren van observatorium. Dat is vooral te danken aan de jaarlijkse ketenstudies die het verricht en in de plenaire vergadering bespreekt. De studies geven een beeld van de structuur in de keten, een indicatie van nettomarges en de kosten ervan zijn beperkt. Dit geldt ook voor de compliance kosten bij de bedrijven. De studies kunnen dus gezien worden als een kosteneffectieve activiteit van het observatorium. De vergadering wordt als plaats van samenkomst door alle ketenpartijen gewaardeerd. De prijsobservaties die het observatorium wekelijks publiceert worden echter nauwelijks gebruikt. De grote bijdrage van dit observatorium is dat consensus is gecreëerd voor de vervolgstap die van het prijzenobservatorium een 'voedselketenobservatorium' maakt, gericht op de ontwikkeling van 'codes of practices' in de keten.
- Ook in Frankrijk zijn spanningen tussen boeren en de rest van de voedselproductieketen aanleiding om het observatorium op te richten. Het draagvlak van het nog jonge observatorium is vooralsnog beperkt. Hoofddoel van het observatorium is om de spanningen te verlagen en het praktisch doel is het opstellen van referentieprijzen voor een groot aantal vers producten. Ook verzamelt het observatorium maandelijks kosten van verwerking en handel, om de ontwikkelingen in de nettomarges weer te geven. Vooral de hoge compliance kosten bij bedrijven die informatie over prijzen en kosten moeten geven, zijn punt van kritiek van de bedrijven. Tegelijkertijd namelijk vinden stakeholders dat de resultaten in de vorm van referentieprijzen en nettomarges te ver van de realiteit staan, niet representatief zijn. Ook is de vraag of de methodologie toereikend is om de nettomarges (per product) in kaart te brengen. Wél wordt de mogelijkheid tot samenkomen door de ketenpartijen gewaardeerd.

*Prijstransmissie (paragraaf 2.3)*

- Voor onderzoek naar prijstransmissie in de voedingsmiddelenketen zijn juist sterk gedisaggregeerde prijsdata nodig (Transfop onderzoek, paragraaf

2.3). Deze data zijn kostbaar. Uit dit onderzoek komt naar voren het nog steeds erg lastig is om de exacte aard van prijstransmissie vast te stellen. Zoals Londero (hoofd van het statistisch bureau van DG Agri) het formuleert: 'no smoking gun' is nog gevonden. Verschillen tussen landen en ketens zijn groot. De studies dragen wel bij aan een beter inzicht.

#### *Effecten van prijstransparantie (paragraaf 2.1 en 2.2)*

- Het effect van meer transparantie op prijzen is afhankelijk van de marktcontext.
- In markten met veel aanbieders en afnemers, waarin weinig bekend is over prijzen, zal het opheffen van een tekort leiden tot lagere zoekkosten en meer transacties. Dit kan leiden tot lagere eindprijzen voor consumenten. De verdeling van de effecten tussen afnemer en toeleverancier zijn niet vooraf te bepalen, want die hangen af van de onderlinge concurrentieverhoudingen.
- Een teveel aan transparantie is mogelijk: In een geconcentreerde markt kunnen actoren het bekendmaken van prijzen gebruiken door prijzen te beïnvloeden. Hoe actueler de cijfers, hoe groter dit effect kan zijn.
- In het algemeen is prijstransparantie dus geen oplossing voor ongelijke machtsverhoudingen in de keten. De situatie moet per markt beoordeeld worden.

## **7.2 Reflectie**

Zou een voedselprijzen observatorium naar Frans en Spaans model in Nederland toegevoegde waarde hebben? Wat zou het doel van dit observatorium in Nederland moeten zijn?

In Frankrijk en Spanje waren spanningen in de keten aanleiding. Bij conflicten in Nederland bestaat de neiging tot overleg, zowel tussen actoren binnen de keten als met de overheid. Los van ad-hocoverleg bestaan verschillende gremia waar dit overleg plaatsvindt. Zo zijn er de Productschappen, de SER en het regulier overleg tussen ketenpartners als FNLI en CBL, waar in toenemende mate ook LTO bij betrokken is. Hoewel de Productschappen worden opgeheven, bestaat vooralsnog het idee dat er genoeg poldermechanismen in werking zijn om spanningen op te lossen. Ook is er meer samenwerking en overleg door toedoen van het topsectorenbeleid, waarin overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven samenwerken voor onderzoek. Voor het type activiteiten als ronde tafels en plenaire vergaderingen lijkt in Nederland geen behoefte.

Is meer dataverzameling noodzakelijk? Of meer studies en/of continue monitoring van voedselprijzen?

In het voorafgaande is aangetoond dat er in Nederland - in tegenstelling tot Frankrijk en Spanje en onze buurlanden - voor de meeste voedselproducten geen publieke en representatieve prijzen op groothandelniveau en verwerking beschikbaar zijn. Met het oog op het opheffen van de Productschappen dreigt nog meer sector- en marktinformatie niet meer verzameld en gepubliceerd te worden. Er zouden marktsituaties kunnen ontstaan waarin met name boeren onvoldoende zicht hebben op marktinformatie en prijzen. Dit pleit er voor na te gaan wat behouden dient te blijven en dit af te wegen tegen de kosten. In de eerste plaats is het voor private partijen zelf aan te geven welke prijsinformatie voor het functioneren van de markt noodzakelijk is. (Compliance)kosten van primaire dataverzameling zijn hoog, maar zijn ook te zien als transactiekosten. In feite hebben marktpartijen al op dit probleem voorgesorteerd door publiek-private samenwerkingsprojecten op het gebied van Market Intelligence in het topsectorenbeleid.

Een breed pakket aan prijs- en kostendata over alle sectoren heen te verzamelen als in de observatoria in Frankrijk en Spanje gebeurt, is kostbaar (zie paragraaf 7.3.3). We pleiten niet voor het opzetten van een dergelijk pakket. Of het ontwikkelen van referentieprijzen. Daarvoor lijken de gemiddelde prijzen te ver van de werkelijkheid en houden geen rekening met kwaliteitsverschillen. Voor de ad-hocstudies die in Nederland zijn uitgevoerd naar prijsvorming in de voedselketens was met medewerking van de NMa een groot deel van de benodigde trendgegevens te achterhalen. Wel pleiten we hier voor het in stand houden van modellen en expertise om deze studies uit te kunnen voeren en dus voor iets frequenter uitvoeren van deze studies (zie verder paragraaf 7.3.2). Daarnaast pleiten we voor het opzetten van een eenvoudig instrument waarin beschikbare prijsstatistiek gebruikt wordt om een beeld te schetsen van de prijsontwikkelingen in de keten (zie verder paragraaf 7.3.1). De kosten hiervan zijn relatief laag en leveren wel inzicht.

Hieronder geven we een beeld van de van de kosten van de opties die hierboven genoemd zijn en geven een indicatie van de kosten van een observatorium naar Frans model, vertaald naar Nederland.

## **7.3 Kosten van vormen van intensievere prijzenmonitoring**

### **7.3.1 Light versie voedselprijzenobservatorium: de voedselprijzenbarometer**

Uitgangspunt voor deze barometer is dat bestaande prijsgegevens bij LEI en CBS beter benut worden zoals de Europese voedselprijzenmonitor (FPMT) doet

of in België gebeurt. De kwartaalrapportages van het observatorium in België zouden als voorbeeld kunnen dienen. Deze rapportages geven een globaal beeld van prijsstransmissie in geselecteerde ketens aan de hand van geaggregeerde cijfers in drie fasen in de keten (zie paragraaf 5.2). Een geavanceerder voorbeeld is het online beschikbare Europese FPMT (via google public data), zie paragraaf 5.1. Om iets dergelijks te realiseren is tussen het LEI, die de online beschikbare barometer agrarische sectoren verzorgt, en het CBS die maandelijks de CPI en de kostenprijsindex publiceert, afstemming noodzakelijk. Ook prijsinformatie over inputs in de landbouw zouden als vierde niveau toegevoegd kunnen worden. Eenmalige kosten zijn verbonden aan het ontwikkelen van een website en deze methodologie (geschatte kosten ongeveer 40.000 euro). De jaarlijkse kosten staan in tabel 7.1. Ze betreffen het onderhoud van de website en het toelichten en analyseren van de prijsbewegingen.

<b>Tabel 7.1</b>		<b>Kosten (indicatief) van een Nederlandse voedselprijzen barometer (in euro per jaar)</b>
Website		20.000
Vaste staf voor analyse cijfers ( 6 ketens)		60.000
	Totaal	80.000

### 7.3.2 Ketenstudies

In Nederland zijn ad hoc verschillende studies uitgevoerd over prijsvorming in de keten naar aanleiding van specifieke vragen. Uit het oogpunt van het in standhouden van modellen en expertise, zou meer continuïteit wenselijk zijn. Hier is uitgegaan van twee studies per jaar. Aanvullende prijsgegevens op groothandelniveau of niveau van verwerking moeten ad hoc verzameld worden. Ze variëren met de mate van detail die vereist is. Studies nettomarges vereisen gegevens over kosten, studies naar prijsstransmissie wekelijkse prijsgegevens. Als ad-hocprijzen verzameling moet plaatsvinden of kostengegevens beschikbaar moeten komen, zijn ook inspanningen van het bedrijfsleven nodig. Ketenrendementsstudie kunnen gebaseerd worden op cijfers van de Kamer van Koophandel, deze studie zijn minder kostbaar en geven meer inzicht in de winstgevendheid van een bedrijfstak. De tijdsinzet van het bedrijfsleven is niet in de tabel verdisconteerd. Voor consumentenprijzen kunnen scannerdata worden aangekocht/gepubliceerd. Deze kosten zijn als p.m. post opgenomen, omdat het CBS al over deze data beschikt.





<b>Tabel 7.2. Kosten (indicatief) van een Nederlands observatorium voor studie naar marges (in euro per jaar)</b>	
Staf ministerie	p.m.
2 Analyses van de prijsopbouw in de keten per jaar	150.000
Verzameling groothandelsprijzen en verwerking (1-2 fte)	135.000
Scannerdata (mogelijk al beschikbaar)	p.m.
Vergaderkosten	p.m.
Totaal	285.000

### 7.3.3 Observatorium van prijzen en marges

Het Franse voedselprijzenobservatorium is hier uitgangspunt. Dit is een observatorium dat actuele referentieprijzen produceert voor een aantal rundvlees-, varkensvlees-, kip- en zuivelproducten en verse groenten en fruit, op basis van kosten en opbrengstprijzen op verschillende niveaus in de keten.

Omdat in de Nederlandse variant geen ronde tafels worden georganiseerd, is in dit kosten overzicht geen directeur (aanspreekpunt) opgenomen.

Aanvullend moeten gegevens verzameld worden. In de Nederlandse situatie zijn de opbrengstprijzen voor boeren in de vleessectoren wel beschikbaar, maar niet precies in beeld, omdat toegepaste variërende toeslagen en kortingen een versluierd beeld geven. Voor de groente- en fruitsectoren zijn nauwelijks opbrengstprijzen beschikbaar. In deze laatste sector moet, naast het verzamelen van actuele informatie, rekening gehouden worden met een eenmalige ontwikkeling van een systematiek om representatieve prijzen te kunnen weergeven voor verschillende kwaliteitsklassen.

Op groothandelniveau en het niveau van verwerking zijn er voor zuivel een aantal PPI's in beeld die redelijk specifiek zijn (voor bijvoorbeeld melkpoeder, room, boter en weipoeder), maar in de varkensvlees- en rundvleesketen ontbreken prijzen op groothandelniveau (af-slachterij) en af-uitsnijderij. De prijzen af-uitsnijderij zijn overigens ook in Frankrijk aanvullend verzameld. Ook groothandelsprijzen voor groente en fruit (bijvoorbeeld opbrengstprijzen van The Greenery of Fruitmasters) zijn niet in beeld. Deze prijzen zouden aanvullend verzameld moeten worden. In tabel 7.3 zijn aanvullend het aantal fte ingeschat dat nodig is om de hiaten te vullen. De kosten van een fte zijn gebaseerd op schaal 12 en kantoorkosten en dergelijke in begrepen.

<b>Tabel 7.3. Kosten (indicatief) van een Nederlands observatorium van prijzen en marges (in euro per jaar)</b>	
Staf ministerie	p.m.
Staf (5 fte a 95.000)	475.000
Inzet capaciteit derden	p.m.
Website (1,5 fte)	105.000
Vergaderkosten	p.m.
Primaire verzameling opbrengstprijzen prijzen af-boerderij vleessectoren (1 fte)	95.000
Primaire verzameling opbrengstprijzen groenten en fruit af-boerderij (1 fte)	95.000
Primaire verzameling opbrengstprijzen af -slachterij en af- snijderij vleessectoren (2 fte)	190.000
Primaire verzameling opbrengstprijzen groothandels prijzen groente en fruit (1 fte)	95.000
Totaal	1.055.000

De kosten van een observatorium naar Frans model zouden jaarlijks bijna 1,2 miljoen euro per jaar kosten. Hierbij komen de compliance kosten van de industrie en de retailorganisaties om hun kosten in kaart te brengen. Ook buiten beschouwing is gelaten de eenmalige ontwikkeling van de prijzensystematiek voor groente en fruit. Hierbij moet worden opgemerkt dat een sterk beroep moet worden gedaan op de medewerking van de bedrijven. In Frankrijk is deze medewerking bij wet vereist.

# Literatuur

---

Allain, M.L. en C. Chambolle, 2005a. 'Loss-leaders banning laws as vertical restraints. In: *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization* 3 (1), article 5.

Allain, M.L. en C. Chambolle, 2005b. *Anti-competitive effects of resale-below-cost laws*. Ecole Polytechnique-INRA, mimeo.

Banse, M., P. Nowicki en H. van Meijl, May 2008. *Why are current food prices so high; A memo*. Den Haag: LEI. <http://edepot.wur.nl/28538>

Barcellan, R., 2012. *Food Prices Monitoring Tool*. Powerpoint presentatie High level Forum, 5 december 2012.

Becker, G., 2006. *Livestock price reporting: Background*. Congressional Research Service Report for US Congress. Order Code RS21994.

Belgische Senaat, 2009. *Wetsontwerp tot wijziging van de wet van 21 december 1994 houdende sociale en diverse bepalingen*. Wetgevingsstuk nr. 4-1097/3, Brussel.

Ben Kaabia, M. en J.M. Gil, 2007. 'Asymmetric price transmission in the Spanish lamb sector.' In: *Europ. Rev. Agr. Econ.* 34, 53-80.

Biscourp, P., X. Boutin en T. Vergé, 2008. *The effects of retail regulation on prices: evidence from French data*. ENSAE-CREST mimeo. 32 p.

BOE, 2000. *REAL DECRETO 509/2000, de 14 de abril, por el que se crea el Observatorio de Precios de los Alimentos, Diario oficial Boletín Oficial del Estado (BOE)*, Madrid.

Bonnet, C., P. Dubois en M. Simioni, 2004. *Two-part tariffs versus linear pricing between manufacturers and retailers: empirical tests on differentiated products markets*. INRA ESR Toulouse Document de travail 2006/04, 46 p.  
<http://www.toulouse.inra.fr/centre/esr/wpRePEc/bon200604.pdf>

Bonnet, C. en P. Dubois, september, 2006. 'Non-linear contracting and endogenous market power between manufacturers and retailers: identification and estimation on differentiated products.' In: *Advances in the empirical analysis of re-retailing*. Berlin.

Bonnet, C. and V. Réquillart, January 2012. *Sugar policy reform, tax policy and price transmission in the soft drink industry*. TRANSFOP Working Paper No. 4.

Bont, C.J.A.M. de. en B. Kamphuis, 2011., *Marktinformatie voor Landbouwbeleid*. Rapport 2011-034. Den Haag: LEI.

Bont, C.J.A.M. de en J. Bolhuis, 2006, *Zicht op agrarische prijzen*. Rapport 30465. Den Haag: LEI.

Bohlen, Dr. P., 7 oktober 2011. *Agriculture prices in Germany*. Presentatie op de workshop price monitoring tool, HLF, Brussel.

Bontemps, C., E. Maignéyet en V. Réquillart, Février 2010. *La productivité de l'agro-alimentaire français de 1996 à 2006*.

Bundeskartellamt, January 2012. Milk sector inquiry - final report. English version containing selected chapters of the German publication. Bundeskartellamt, Bonn.

Bunte, F., E. Kuiper, M. van Galen en S. Goddijn, 2003. *Macht en prijsvorming in agrofoodketens*. Den Haag: LEI. 5.03.01.

Bunte, F., 2009. *Prijsvorming glastuinbouw*. Nota 09-02. Den Haag: LEI.

Bunte, F., J. Bolhuis, C. de Bont, G. Jukema en E. Kuiper, 2009. *Prijsvorming van voedingsproducten*. Nota 09-074. Den Haag: LEI.

Bunte, F., B. van der Meulen, K. Logatcheva en E. Georgiev, 2011. *Mededinging en transparantie. Randvoorwaarden voor concurrentie en duurzaamheid*. LEI 2011- 050. Den Haag: LEI.

Butault, J.P., 2008. 'La relation entre prix agricoles et prix alimentaires.' In: *Revue Française d'Economie* 23 (2), pp. 215-241.

Caprice S., 2006. 'Multilateral vertical contracting with an alternative supply: the welfare effects of a ban on price discrimination.' In: *Review of Industrial Organization* 28(1): pp. 63-80.

Carr, C. en J. Ng., 1995. 'Total cost control: Nissan and its UK supplier partnerships.' In: *Management Accounting Research* 7 (2), pp. 219-246.

Chavas, J.P. en A. Mehta, 2004. Price dynamics in a vertical sector: the case of butter. In: *Amer. Agr. Econ. Assoc.* 86, pp. 1078-1093.

CEI, 2012. *Prijzenstatistiek*. Centrum voor Economische Informatievoorziening (CEI). Den Haag: LEI. <http://www.cei.wur.nl/NL/Prijzenstatistiek/>

CBS, 2012. *Begrippen*. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Den Haag: LEI. <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm>

CBS, 2010, *Onderzoeksbeschrijving. Statistiek Consumentenprijsindices 2010*. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Den Haag.

CBS, 2010a, *Het gebruik van supermarkt scannerdata in de Nederlandse CPI*. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Den Haag.

CBS, 2009. *Statistiek Producentenprijzen, basis 2005=100*. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Den Haag.

CBS, 2007. *Consumentenprijsindex*. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Den Haag.

CBO, 1999. Cost estimate of Livestock Mandatory Reporting Act of 1999. Congressional Budget Office (CBO), Washington, DC.

CBO, 2005. *Cost estimate of H.R. 3408 A bill to reauthorize the livestock mandatory reporting act of 1999 and to amend the swine reporting provisions of that act*. Congressional Budget Office (CBO), Washington, DC.

Chambolle, C., 2005. 'Stratégies de revente à perte et réglementation.' In: *Annales d'Economie et Statistiques*, 77: pp. 1-21.

Chantrel, E. en P.E. Lecocq, 2009. 'Les marges dans la filière agro-alimentaire en France.' In: *Economie & prévision*, 2009/3 - n° 189, pp. 141-149.

Davidson, J., A. Halunga, T.A. Lloyd, S. McCorrison en C.W. Morgan, 2011. Explaining UK food price inflation. TRANSFOP Working paper No. 1.

Dickey, D.A. en W.A. Fuller, 1979. 'Distribution of the estimators for auto-regressive time series with a unit root.' In: *J. Americ. Statistical Assoc.* 74, pp. 427-431.

EC, 2008. *Food prices in Europe*. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions COM(2008) 821 final, European Commission, Brussels.

EC, 2009. *A better functioning food supply chain in Europe*. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions COM 591 final. European Commission, Brussels.

EIM, 2009. *De aard en omvang van inkoopmacht: Onderzoek naar de perceptie van leveranciers*. EIM, Zoetermeer.

Elliot, G., 1999. 'Efficient tests for a unit root when the initial observation is drawn from its unconditional distribution.' In: *Int. Econ. Rev.* 40, pp. 767-783.

Engle, R.F. en C.W.J. Granger, 1987. 'Co-integration and error correction: representation, estimation and testing.' In: *Econometrica* 55, pp. 251-276.

European Commission, 28.10.2009. *Analysis of price transmission along the food supply chain in the EU*. Accompanying document to the communication from the Commission to the Parliament, the Council, the European economic and social committee and the committee of the regions. A better functioning food supply chain in Europe; COM(2009)591. SEC(2009) 1450, Brussels.

European Commission, 5.12.2012. *High level forum for a better functioning food supply chain*. Report 2012. DG Enterprise and Industry, Brussels.

Eurostat, 2009. *A European food prices monitoring tool: A first design*. Eurostat, The Statistical Office of the European Union, Luxembourg.

Eurostat, 20.12.2012. *Food price monitoring tool - Progress report*. Preparation for the expert platform on the European food prices monitoring tool, Brussels.

Fausti, S., B. Qasmi, J. Li en M. Diersen, 2010. 'The effect of the Livestock Mandatory Reporting Act on market transparency and grid price dispersion.' In: *Agricultural and Resource Economics Review* 39(3): pp. 457-467.

FOD, Economie, 2010. *Overzicht 2010: de interne markt*. Federale Overheidsdienst Economie, Brussel.

FOD, Economie, 2011. *Analyse van de prijzen: 2010*. INR Jaarverslag, Federale Overheidsdienst Economie, Brussel.

FoodDrinkEurope, 2011. *Annual Report*. Brussels.

Galen, M. van, M. Ruijs, Y. Dijkxhoorn en P. Smit, 2010. *Bedrijfskolom en marktstructuur van tomaten; Addendum bij 'Prijsvorming van voedingsproducten'*. Nota 11-056. Den Haag: LEI.

Goodwin, B.K. en M.T. Holt, 1999. 'Asymmetric adjustment and price transmission in the US beef sector.' In: *Amer. J. Agr. Econ.* 81, pp. 630-637.

Hassan, D. en M. Simioni, 2001, *Filière fruits et légumes : comment la grande distribution transmet-elle aux consommateurs les variations de prix à la production*.

Hassan, D. en M. Simioni, 2004. 'Transmission des prix dans la filière fruits et légumes : une application des tests de cointégration avec seuils.' In: *Economie Rurale* n°283-284, pages 27-46.

Hassouneh, I., S. von Cramon-Taubadel, T. Serra and J.M. Gil, January 2012. *Recent developments in the econometric analysis of price transmission*. TRANSFOP Working Paper No. 2.



Holm, T., J.P. Loy and C. Steinhagen, June 2012. *Cost pass through in differentiated product markets: A disaggregated study for milk and butter*. TRANSFOP Working Paper No.6.

INR, 2010. *Jaarverslag 2009*. Prijzenobservatorium INR, Federale Overheidsdienst Economie, Brussel.

INR, 2013. *Jaarverslag 2012*. Prijzenobservatorium INR, Federale Overheidsdienst Economie, Brussel.

INRA - *Sciences Sociales*, n°4/00.

Johansen, S., 1988. Statistical analysis of cointegration vectors. In: *J. Econ. Dynam. Control* 12, pp. 231-254.

Kwiatkowski, D., C.B. Phillips, P. Schmidt and Y. Shin, 1992. 'Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root: How sure are we that economic time series have a unit root?' In: *Journal of Econometrics* 54, pp. 159-178.

Lamming, R., N.D. Caldwell, D.A. Harrison en W. Philips, 2001. 'Transparency in Supply Relationships: Concept and Practice.' In: *Journal of Supply Chain Management* 37: pp. 4-10.

LEI, 2012. *Sector in cijfers: Agrarische prijzen*. Den Haag: LEI.  
<http://www.lei.wur.nl/NL/statistieken/>

Lloyd, T., S. McCorriston, W. Morgan and E. Zgovu, May 2012. *The experience of food price inflation across the EU*. TRANSFOP Working Paper No. 5.

MARM, 2011. *Spanish food price observatory*. Presentation presented during the 2nd OECD Food Chain Network Meeting, 12-13 September 2011 in Paris, Spanish Ministry of Environment, Rural and Marine Affairs (MARM).

Møllgaard, H. P. en P.B. Overgaard, 2001. *Market transparency and competition policy*. Copenhagen: Institut for Nationaløkonomi. Handelshøjskolen i København.

Møllgaard, H.P. en P.B. Overgaard, 2000. *Market transparency: A mixed blessing?* Copenhagen Business School.

- Moro, D., P. Sckokai en M. Veneziani, July 2012. *Multi-stage market power in the Italian fresh meat industry*. TRANSFOP Working Paper No. 7.
- Njoroge, K., A. Yiannaka, K. Giannakas en A. Azzam, 2007. 'Market and welfare effects of the U.S. Livestock mandatory reporting act.' In: *Southern Economic Journal* 74(1): pp. 290-311.
- NMa, 2009. *Pijsvorming in de agri-food sector*. Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa), Den Haag.
- OECD, 2001. *Directorate for financial, fiscal and enterprise affairs; Committee on competition, law and policy. Price transparency*.
- OECD, 2006. *Supermarkets and the meat supply chain: the economic impact of food retail on farmers, processors and consumers*. Paris: OECD, joint work of Frank Bunte and Pavel Vavra.
- OECD, 2008. *Rising food prices; causes and consequences*. OECD, Paris.
- OECD, 2010. *Information exchanges between competitors under competition law*. 2010 DAF/COMP(2010)37, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Paris.
- OECD, 2011. *Summary report of the food chain network meeting*. 12-13 September 2011, OECD Food Chain Network, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Paris.
- Palaskas, T. B., January 1995. 'Statistical analysis of price transmission in the European Union.' In: *Journal of Agricultural Economics*, volume 46, issue 1, pages 61-69.
- Perloff, J.M., L.S. Karp en A. Golan, 2007. *Estimating market power and strategies*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Perry, J., J. MacDonald, K. Nelson, W. Hahn, C. Arnade en G. Plato, 2005. *Did the mandatory requirement aid the Market? Impact of the Livestock Mandatory Reporting Act*. Electronic Outlook Report No: LDP-M-135-01, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service.

- Persson, M., 2011. Price transmission in the Swedish food supply chain. Agri-Food-Report 2011: 4.
- Randel, M., 2002. *Planning for monitoring and evaluation*. Durban: Olive Publishing.
- Réquillart, V., M. Simioni en X.L. Varela-Irimia, 2009. *Imperfect competition in the fresh tomato industry*. IDEI. Working Paper n°498, Toulouse.
- Schroeder, T.C., S. Grunwald en C.E. Ward, 2002. *Mandatory price reporting in fed cattle marketing: Motivations and implications*. Paper presented at the 2002 C-FARE annual symposium on Public Information and the Food Agricultural System, Washington, DC, November 6.
- Sckokai, P., C. Soregaroli en D. Moro, Februari 2012. Estimating market power in a dynamic framework: the case of the Italian PDO cheese market. TRANSFOP Working Paper No. 3.
- Seal, W., J. Cullen, A. Dunlop, T. Berry en M. Ahmed, 1999. 'Enacting a European supply chain: a case study on the role of management accounting.' In: *Management Accounting Research*, pp. 303-322.
- Sinha, I., *Cost Transparency: The NET's Real Threat to Prices and Brands*. In: Harvard Business Review, 2000: pp. 3-8.
- Smith, J., 2007. Handbook of Management Accounting. 4de editie. Oxford: Elsevier.
- Stiglitz, J.E. 1989. 'Imperfect information in the product market.' In: Handbook of Industrial Organization, door R. Schmalensee en R.D. Willig, Vol. 1, 769-847. Elsevier Science Publishers B.V.
- Tollison, R.D., 1982. 'Rent Seeking: A survey.' In: *Kyklos*, Wiley Blackwell, vol. 35(4), pp. 575-602.
- Transparent\_Food, 2011. *D 6.2: Analysis of selected experiences of 'best practice transparency solutions' in enterprises and food chains*. FP7-KBBE-2009-245003, Gent, Belgium.

Vavra, P. en B.K. Goodwin, 2005. *Analysis of price transmission along the food chain*. OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 3, OECD Publishing.

Von Cramon-Taubadel, S., 1998. 'Estimating asymmetric price transmission with the error correction model representation: An application to the German pork market.' In: *Europ. Rev. Agr. Econ.* 25, pp. 1-18.

Wachenheim, C. en E. de Vuyst, 2001. 'Strategic response to mandatory reporting legislation in the U.S. Livestock and meat industries: Are collusive opportunities enhanced?' In: *Agribusiness* 17( 2): pp. 177-95.

Ward, C., 2005. Beef Packers' Captive Supplies: An Upward Trend? A Pricing Edge? In: *Choices* 20(2): 167-172.

### **Informanten**

Paul Benner (NMa)

Dr. P Bohlen (BMELV - Duitsland)

Jan Bolhuis (LEI)

# Bijlage 1

## Interviews Frankrijk en Spanje (8-9 november)

FranceAgriMer - Franse Observatorium van Prijzen en Marges.

Contactpersonen: Philippe Boyer, Secretaris Generaal, Julie Blanchot, Beleidsmedewerker Industrie en Retail belast met taak Internationale Betrekkingen.

ATLA - l'Association de la Transformation Latière Vereniging voor France Zuivelindustrie, Koepelorganisatie van twee federaties in de Franse zuivelsector.

Contactpersoon: Gérard Calbrix, hoofd dep. Economie

ATLA is een koepelorganisatie van twee federaties in de Franse zuivelsector: FNCL, een federatie van coöperatieve zuivelindustrie, en FNIL, een federatie van de particuliere zuivelindustrie. In die hoedanigheid houdt ATLA zich bezig met vraagstukken die te maken hebben met industriële verwerking en afzet van zuivelproducten. FNIL vertegenwoordigt 130 particuliere bedrijven in de zuivelverwerkende industrie. FNCL vertegenwoordigt 140 coöperaties en 200 zeer kleine (voornamelijk kaas) coöperaties, die jaarlijks 11 miljard liter melk en 200 miljoen liter geitenmelk produceren en verwerken.

UFC Que Choisir - Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir, Franse consumentenorganisatie.

Contactpersoon: Olivier Andrault, Hoofd dep. Food

UFC - Que Choisir is de grootste consumentenorganisatie in Frankrijk die opkomt voor de belangen van alle consumenten. UCF richt zich op verbetering van de kwaliteit en veiligheid van producten, diensten en accommodaties voor consumenten. Daarnaast geeft UFC via zijn lokale associaties (170 lokale consumentenverenigingen) voorlichting en bijstand aan consumenten. De organisatie telt 147 718 leden en vele vrijwilligers. In het kader van de Europese samenwerking tussen de consumentenorganisaties, is UFC-Que Choisir betrokken geweest bij de oprichting van het Europees Bureau van consumentenorganisaties, BEUC, die belangen van meer dan 40 consumentenorganisaties in Europa vertegenwoordigt. UFC-Que Choisir is ook een van de oprichters van Consumers International, een wereldwijde consumentenorganisatie die zich richt op de bescherming van consumentenrechten. Door zijn nauw

samenwerking met verschillende Europese en Franse organisaties probeert UFC ook invloed uit te oefenen op de Franse politiek. Met betrekking tot voedselproducten brengt UFC verschillende bladen en periodieke nieuwsberichten uit, waarin vergelijkende tests en prijzenvergelijkingen gepubliceerd worden.

FNSEA - Federation Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles, Nationale Federatie van landbouworganisaties.

Contactpersonen: Bernard Esnault, Hoofd dep. Veehouderij; Claude Soudé, beleidsmedewerker dep. Internationaal.

FNSEA is Frankrijks grootste nationale boerenorganisatie, een paraplu-organisatie van 428 algemene en regionale boerenorganisaties en 38 op product gespecialiseerde sub-organisaties van producenten per productgroep op nationaal niveau. Via FNSEA zijn meer dan 10.000 boeren aangesloten. De FNSEA richt zich op het behartigen van belangen van boeren op nationaal niveau uitgaand van hun drie speerfuncties: het produceren van veilige en kwalitatief goede producten voor de consument; het beheren van ruimte, landschap en natuurlijke bronnen; bijdrage leveren aan de werkgelegenheid in rurale gebieden. De FNSEA is nauw betrokken bij de organisatie van markten in het kader van gemeenschappelijk landbouwbeleid. De FNSEA is lid van het Europees comité van landbouworganisaties (COPA).

ANIA - Association Nationale des Industries Alimentaires, Organisatie nationale voedingsmiddelenindustrie

Contactpersoon: Alexander Law, Directeur dep. Economie; Vanessa Quere, Beleidsmedewerker Dep. Economie

ANIA is een overkoepelende belangenorganisatie die 26 sectorale federaties en 12 regionale verenigingen uit de voedingsindustrie vertegenwoordigt (alle voeding, van wijn tot vlees). Prioritaire thema's zijn de relatie tussen industrie en handel, voedselkwaliteit, milieu, buitenlandse handel, economie, landbouw, de sociale dialoog, onderwijs en promotie. ANIA is lid van FoodandDrinkEurope.

FNICGV - La Fédération des Industriels et des Commerçants de la Viande, Belangenorganisatie van vleesindustrie en vleeshandel.

Contactpersonen: Hervé des Deserts, Directeur; François Frette, Hoofd Economie.

FNICGV is een beroepsorganisatie van bedrijven in de industrie en de groothandel van vlees- en slachtbijproducten. Activiteiten van aangesloten bedrijven zijn: slachten, uitbenen, snijden, productverwerking, (groot-)handel in vlees en worsten, import en export, distributie. FNICGV heeft circa 400 leden in heel Frankrijk van verschillende schaal. Gezamenlijk genereren die 75% van de omzet van de sector. FNICGV is lid van UECBV (Europese brancheorganisatie voor slachterijen, vleesverwerking en handel voor vee en vlees).

FCD - Federation des Entreprises du Commerce et la Distribution, Federatie van supermarkten en distributiebedrijven.

Contactpersoon: Mathieu Pecqueur, Directeur dep. Landbouw en Kwaliteit.

FCD is en distributiebedrijven die gezamenlijk circa 70% van de omzet in de sector genereren. FCD vertegenwoordigt en verdedigt de gemeenschappelijke belangen van haar leden op thema's gezondheid en (voedsel)veiligheid, duurzame ontwikkeling, economische en sociale relaties.

FCD is lid van EuroCommerce (vertegenwoordigende organisatie voor retail, groothandel en internationale handel in de EU).

### *Interviews Spanje (12-13 november)*

#### *Voedselprijzenobservatorium*

Contactpersonen: José Miguel Herrero, Directeur. Laura Guisado Martines en Laura Guisado, verantwoordelijken Landbouwdienstprojecten namens Transagec, een staatsbedrijf dat belast is met uitvoering van taken op het gebied van plattelandontwikkeling, milieu, en land- en bosbouw.

FUCI - Federación de Usuarios Consumidores Independientes, Federatie van Onafhankelijke Consumenten en gebruikers.

Contactpersonen: Gustavo Samayoa, President. Alvaro Rivera, beleidsmedewerker.

FUCI is de Federatie van Onafhankelijke Consumenten. Er zijn 54 consumentenorganisaties lid. FUCI richt zich op het bevorderen, ontwikkelen, naleven en verdedigen van consumentenrechten, het toezien op de naleving van de Algemene Wet voor Consumentenbeschermingen het bevorderen van duurzame en verantwoorde consumptie en ecologische verantwoordelijkheid in de samenleving en het tegengaan van misleidende reclame. FUCI is één van de 5 belangrijkste in Spanje actieve consu-

mentenorganisaties. FUCI is onder andere lid van Consumers International en participeert in het EU-comité van consumenten.

Naast FUCI zijn nog 4 consumentenorganisaties lid van de plenaire vergadering. Die 5 vormen 12% van de leden. Die andere organisaties zijn alleen op enkele terreinen actief, terwijl FUCI breed georiënteerd is.

FIAB - Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, Spaanse federatie van voeding- en drankindustrie.

Contactpersoon: Horacio Gonzales Aleman, Algemeen Directeur.

FIAB is de Spaanse federatie van voeding- en drankindustrie. Men behartigt de belangen van bedrijven die opereren in voeding- en drankindustrie. FIAB bestaat uit een koepel van 50 associaties met in totaal meer dan 5000 leden die gezamenlijk 90% van de omzet in de voedselsector genereren. Er werken 28 medewerkers bij FIAB. Naast het behartigen van belangen bij de overheid en de samenleving, richt FIAB zich op het informeren over de ontwikkelingen binnen de sector en de werking ervan. FIAB is aangesloten bij FoodDrinkEurope.

ASEDAS - Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, Spaanse Associatie van Distributeurs, Supermarkten en Kruidenierszaken. Contactpersonen: Ignacio Garcia-Magarzo, Algemeen Directeur (was afwezig wegens ziekte). Maria Martinez-Herrera Hernandez, beleidsmedewerker Communicatie.

ASEDAS heeft 17 leden en verdedigt de belangen van bedrijven in de detailhandel met voornamelijk een 'supermarkt'-profiel. Haar leden bezitten 20 000 verkooppunten in Spanje met een jaarlijkse omzet van circa 40 miljard euro en hebben 220 000 mensen in dienst. ASEDAS heeft vertegenwoordigingen in de Spaanse regio's en is onder andere aangesloten bij UGAL, een onafhankelijke EU retailorganisatie. De supermarktorganisatie Mercadona<sup>1</sup> is een van hun leden. Verder doen zij de communicatie met de media en behartigen de relaties met SOPA en FIAB.

ACES - Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados. Associatie van Spaanse Supermarktketens

Contactpersoon: Lola Ulecia Zaldívar - coördinatie arbeid en organisatie

ACES behartigt de belangen van bedrijven in de detailhandelsector met 'supermarkt'- en 'hypermarkt'- profiel. Bij ACES aangesloten bedrijven



hebben in Spanje 5.370 vestigingen, waarvan 1.459 franchise. Hier wordt circa 30% van alle voedsel in Spanje verkocht. Onder andere Carrefour, Lidl en Eroski zijn lid.

CAAE - Cooperativas Agro-Alimentarias España, Spaanse organisatie van landbouwcoöperaties.

Contactpersonen: Agustin Herrero, Algemeen Directeur. Gabriel Trenzado, Directeur Internationale Aangelegenheden.

CAAE is de Spaanse organisatie van landbouwcoöperaties en behartigt de economische en sociale belangen van de Spaanse agrarische coöperatieve beweging. Bij de organisatie zijn 2.849 coöperaties aangesloten (73%) met een omzet van 13.504 miljoen euro (78% van alle omzet via coöperaties). CAAE is een koepel van 16 regionale federaties en territoriale vakbonden van landbouwcoöperaties. Op EU-niveau is CAAE aangesloten bij COGECA, het Algemeen Comité van Landbouwcoöperaties.

## Bijlage 2

### Publiek beschikbare voedselprijzen of prijsindices (niet consumentenprijzen) in Nederland

Sector	LEI	Productschappen	CBS	Privaat publiek beschikbaar	Opmerking
Groenten en fruit primair	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verzamelt en legt wekelijks uitbetalingsprijzen vast van verschillende soorten groenten. Berekent uit deze prijzen de gemiddelde maandprijzen. Prijzen vertegenwoordigen slechts een beperkt deel van de verhandelde hoeveelheden en worden daarom niet gepubliceerd maar uitsluitend voor indexatie gebruikt.</li> <li>Verzamelt en legt wekelijks de uitbetalingsprijzen vast van diverse soorten fruit. Berekent uit deze prijzen de gemiddelde maandprijzen. Vanwege de beperkte dekking worden de prijzen niet gepubliceerd maar uitsluitend gebruikt voor indexatie.</li> </ul>	PT <ul style="list-style-type: none"> <li>Verzamelt telersprijzen (onder andere tomaten, komkommer) bij leden DPA publiceert deze niet. Medebewindstaak</li> </ul>		www.gfactual.nl Dag- en weekprijzen van een beperkt aantal soorten groenten en fruit van onder meer: ZON, The Greenery.	Dus geen Nidse (representatieve) telersprijzen van fruit, groente (glas en volle grond) beschikbaar. Prijsinformatie is op verzoek van marktpartijen beperkt vanwege prijs eroderend effect voor hogere kwaliteit producten
handel/verwerking			- Verzamelt prijzen groothandel en verwerking en berekent		Groothandelsprijzen groente en fruit ontbreken

<p><b>Zuivel</b> primair</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berekent en publiceert de gemiddeld uitbetaalde melkprijs aan de melkveehouders.</li> </ul>	<p>PZ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt melkrijzen en berekent uitbetalingsprijs voor standaard melk* in samenwerking met EU Dairy Farmers van een aantal grote zuivelverwerkers in EU in opdracht van LTO. Publiceert maandelijks melkrijzenvergelijking.</li> </ul> <p>*inclusief toeslagen en nabetalingen</p>	<p>en publiceert 5 PPI's voor verwerkte groenten en fruit (w.o. aardappelen)</p>	<p>onder andere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorschotrijzen melk van diverse zuivelfabrieken</li> <li>- Melkrijzenvergelijking</li> </ul>	<p>Wat gebeurt met melkprijs vergelijking?</p>
<p>handel/ verwerking</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt wekelijks de notering van boerenkaas en berekent en publiceert de gemiddelde maandprijs.</li> <li>- Verzamelt en legt wekelijks de noteringen vast van boter, mager, vol melkpoeder en weipoeder. Berekent en publiceert van deze noteringen de gemiddelde maandrijzen.</li> </ul>	<p>PZ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt wekelijks prijzen van boter, mager- en vol melkpoeder en weipoeder. Medebewindstaak. Publiceert deze prijzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt kaasrijzen per maand en publiceert PPI kaas (binnen en buitenland)</li> <li>- Noteert prijzen boter, melkpoeders en weipoeders en publiceert PPI's voor deze producten.</li> <li>- Ten behoeve van nog 3 PPI's (waaronder PPI melk en room) worden prijzen verzameld.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wekelijkse noteringen boerenkaas: Gezamenlijke notering van Gemzu (Gemeenschappelijk zuivembureau) en BBZ (Bond van boerenzuivelvaarders)</li> </ul>	<p>Er is geen officiële prijs van Nederlandse fabriekskaas beschikbaar.</p> <p>Prijzen boter, melkpoeders en weipoeders zo mogelijk ter herleiden uit PPI</p>

<p><b>Vlees</b> primair</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt en legt wekelijks de noteringen vast van slachtvee van veemarkten, slachterijen, beurzen en noteringscommissies. Berekent de gemiddelde maandprijzen afboerderij. Van de volgende diercategorïeën worden maandprijzen gepubliceerd: Slachtrunderen, slachtvarkens, slachtschapen en slachtpluimvee.</li> </ul>	<p>PW</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt slachtprijzen. Medebewindstaak. Publiceert deze niet.</li> <li>- Verzamelt en publiceert wekelijks slachterijenoteringen van slachtrunderen, vleeskalveren, vleesvarkens, en slachtschapen.</li> </ul>	<p>onder andere</p> <p>Veemarktnoteringen (Leeuwarden, Purmerend, Bunnik en Barneveld) van: runderen, kalveren, schapen en paarden.</p> <p>COV (Centrale organisatie voor de Vleessector) Wekelijkse noteringen van blanke vleeskalveren.</p> <p>Wekelijkse varkensnoteringen van slachterijen, Beurs(handel) en NWV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wekelijkse noteringen van contractkuikens van slachterijem(2)</li> <li>- VHP: Wekelijkse noteringen van gecontracteerde(BCP) en vrije kuikens.</li> <li>- NOP Wekelijkse noteringen van vleeskuikens en van diverse categorieën slachtkippen</li> </ul>	<p>Wisselende toelagen op de weeknoteringen zorgen voor minder transparantie.</p>
<p>hande/ verwerking</p>	<p>PVE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt en publiceert wekelijks exportprijzen van diepvieskuikens, kuikententen en kuikenbouten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt prijzen afslachterij per maand publiceert 6 PPI's voor de vleessectoren.</li> </ul>	<p>Er zijn geen groot handelsprijzen voor vlees (af-slachterij of afsnijderij) beschikbaar.</p>	
<p><b>Eieren</b> primair</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt en legt wekelijks de noteringen vast van consumptie-</li> </ul>	<p>onder andere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NOP-eiernoteringen.</li> </ul>		

handel/ verwerking	<p>eieren. Berekent en publiceert van deze noteringen de gemiddelde maandprijzen afboerderij.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzamelt en legt wekelijks de noteringen vast van groothandel en exportprijzen van consumptie-eieren. Berekent en publiceert van deze noteringen de gemiddelde maandprijzen.</li> <li>- Verzamelt en legt wekelijks de noteringen vast van beurzen en noteringscommissies van granen, zaden, aardappelen, uien en peen. Verzamelt bij de collecterende handel de aankooprijzen per maand van granen en zaden. Berekent en publiceert van deze noteringen en de verkregen prijsinformatie bij de collecterende handel de gemiddelde maandprijzen welke de producent ontvangt.</li> </ul>	<p>PVE</p> <p>Verzamelt en publiceert wekelijks exportprijzen van consumptie-eieren.</p> <p>HPA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteunt de regionale (aardappel)beurzen.</li> </ul>	<p>onder andere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amsterdamse grossiersnotering van diverse categorieën consumptie-eieren.</li> </ul> <p>onder andere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noteringscommissies van regionale graan- en aardappelbeurzen(Groningen, Leeuwarden, Emmeloord, Middenmeer en Goes) stellen wekelijks noteringen vast van granen, zaden, aardappelen, peen, uien en ruwvoerders.</li> </ul>			<p>Geen prijzen beschikbaar in verwerking</p>	
<b>Granen, zaden, peulvruchten (g.z.p.) en hakvruchten (aardappelen, uien, winterpeen)</b> primair		<p>HPA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stelt wekelijks de noteringen(groothandel) vast van granen, zaden en peulvruchten.</li> </ul>	<p>Verzamelt prijzen verwerende industrie en publiceert 7 PPI's maalderij producten en 4 PPI's bakkerij producten en deegwaren.</p> <p>PPI aardappelproducten</p>				
handel/ verwerking							

LEI Wageningen UR ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

LEI Wageningen UR vormt samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR, Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

Meer informatie: [www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei)

