



Samenvatting en conclusies

Focus op de paddenstoelensector

Een volwassen sector die toe is aan een verjongingskuur

Nederland heeft een vooraanstaande positie in de wereldwijde productie van en handel in eetbare paddenstoelen. Nederland is mondiaal de derde producent en de tweede exporteur van champignons. Op de Europese markt voor verwerkte champignons domineert Nederland, maar wereldwijd is China de grootste exporteur. Op de Europese versmarkt zijn Nederland en Polen de belangrijkste exportlanden. De concurrentie is zeer fel en consumptievolumes groeien nauwelijks in West-Europa, de belangrijkste markt voor Nederlandse paddenstoelen. Om een vooraanstaande positie te behouden heeft de sector derhalve behoefte aan een verjongingskuur.

Prima kansen mits consument centraal staat

Rabobank ziet prima kansen voor een gezonde Nederlandse paddenstoelensector, mits de consument centraal wordt gesteld. Ontwikkeling van nieuwe producten en markten, samenwerking binnen en buiten de keten, en aandacht voor duurzaamheid zijn hierbij noodzakelijk.

Meer aandacht nodig voor marktgroei, maatwerk en consumententrends

West-Europa is de belangrijkste afzetmarkt voor Nederland. Er zit echter weinig groei in. Mede daardoor is de Nederlandse sector erg intern gericht, legt de nadruk op de kostprijs en vecht voor het behoud van marktaandeel. Groei van de markt zou meer aandacht moeten krijgen. Daartoe moeten producten en diensten meer dan nu worden gericht op behoeftes van specifieke afnemers in de retail, foodservice en voedingsmiddelenindustrie. Die hebben ieder hun eigen wensen ten aanzien van volume, kwaliteit en logistiek. De trends in gemak, genieten, gezondheid en geweten bieden kansen bij de consument, mits goed gecommuniceerd.

Kostprijs- versus attractiestrategie

Er moet meer nadruk komen te liggen op het creëren van meerwaarde. Met de beschikbare kennis en technologie kan de Nederlandse paddenstoelensector zich met meer dan alleen de kostprijs onderscheiden van de buitenlandse concurrentie. Kwaliteit en veiligheid van de producten moeten voorop staan. Ook met een betrouwbare tracking en tracing kunnen Nederlandse bedrijven zich onderscheiden.

Voor compostbedrijven zijn internationalisatie en kwaliteitsverbetering belangrijke uitdagingen

Compostbedrijven blijven voorlopig in een gunstige positie verkeren. Voor de Nederlandse markt is weinig uitbreiding van de compostproductie nodig maar er liggen kansen in het buitenland. In Nederland ligt de uitdaging vooral in het

verhogen van de kwaliteit, het optimaliseren van de productie, en in de verwerking van gebruikte compost.

Naar 100 champignontelers voor versmarkt

De uitstekende teeltkennis, de innovaties, het afnemend gebruik van chemische middelen en de goede relaties met afnemers bieden de Nederlandse telers een prima uitgangspositie. De kostprijs van Nederlandse champignons komt dichterbij die van de grootste concurrenten uit Polen te liggen. Om grote supermarktketens te kunnen bedienen is schaalgrootte van belang. Naar verwachting zijn er over vijf tot tien jaar nog circa 100 telers, met gemiddeld meer dan 5.000 m² teelt. Daarnaast is er plaats voor (kleinschalige) telers van nicheproducten.

Industriebehoefte ingevuld door 25 telers

Over tien jaar is er bestaansrecht voor ongeveer 25 Nederlandse industrietelers met elk 15.000 tot 20.000 m² teelt. Internationale concurrentie komt voornamelijk uit China en in mindere mate uit Frankrijk, Spanje en Polen. Het is niet te verwachten dat in de komende jaren de Chinese paddenstoelen massaal de Europese markt gaan veroveren. Nederland blijft in Europa marktleider en kan nog diverse groeimarkten, zowel qua product als geografisch, aanboren.

Groothandel zonder toegevoegde waarde verliest bestaansrecht

De Nederlandse verse paddenstoelensector vervult de rol van handelshub in Europa. Het aantal groothandelaren krimpt, als gevolg van concentratie bij telers en bij afnemers. Handelaren moeten toegevoegde waarde bieden naast de huidige collecterende functie. Kansen liggen in het bedienen van nieuwe afzetkanalen (foodservice), het dichterbij elkaar brengen van teler en retailer, productinnovatie en verpakken. Ook het vergroten van het aandeel op internationale markten waar nu nog relatief weinig vers wordt geconsumeerd biedt kansen. Dat geldt tevens voor het leveren van logistieke diensten en het vormen van allianties met andere AGF-handelaren.

Alle bedrijven hebben maatschappelijke verantwoordelijkheid

Voor alle bedrijven in de keten geldt dat ze moeten investeren in Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) zoals milieu, arbeid en voedselveiligheid. De Nederlandse paddenstoelensector kan hiermee in de EU voorop lopen.

Wilt u meer weten over de visie van de Rabobank op de paddenstoelensector?

Neem contact op met uw accountmanager bij de lokale Rabobank en bestel de publicatie 'Focus op de Nederlandse paddenstoelensector – Een volwassen sector die toe is aan een verjongingskuur'.