



De toekomst van Food & Geitenhouderij

En hoe daar op in te spelen....

Martijn Rol, Sectorspecialist Food
Jeroen van den Hurk, Sectorspecialist Veehouderij
Januari 2020

StudieClub



Geitenhouderij
Zuid-Nederland



Rabobank

Programma voor vanavond



- De komende sessie
 - Even kort voorstellen
 - Trends van boer tot bord, hoe te onderscheiden in food?
 - Ontwikkelingen in de geitenhouderij, kansen benutten!



Even voorstellen



toscan van Google Foto's



Even voorstellen



Martijn Rol

Sectorspecialist Food at Rabobank

Contact en info

www.rabobank.nl/food



Rabobank Foodzone



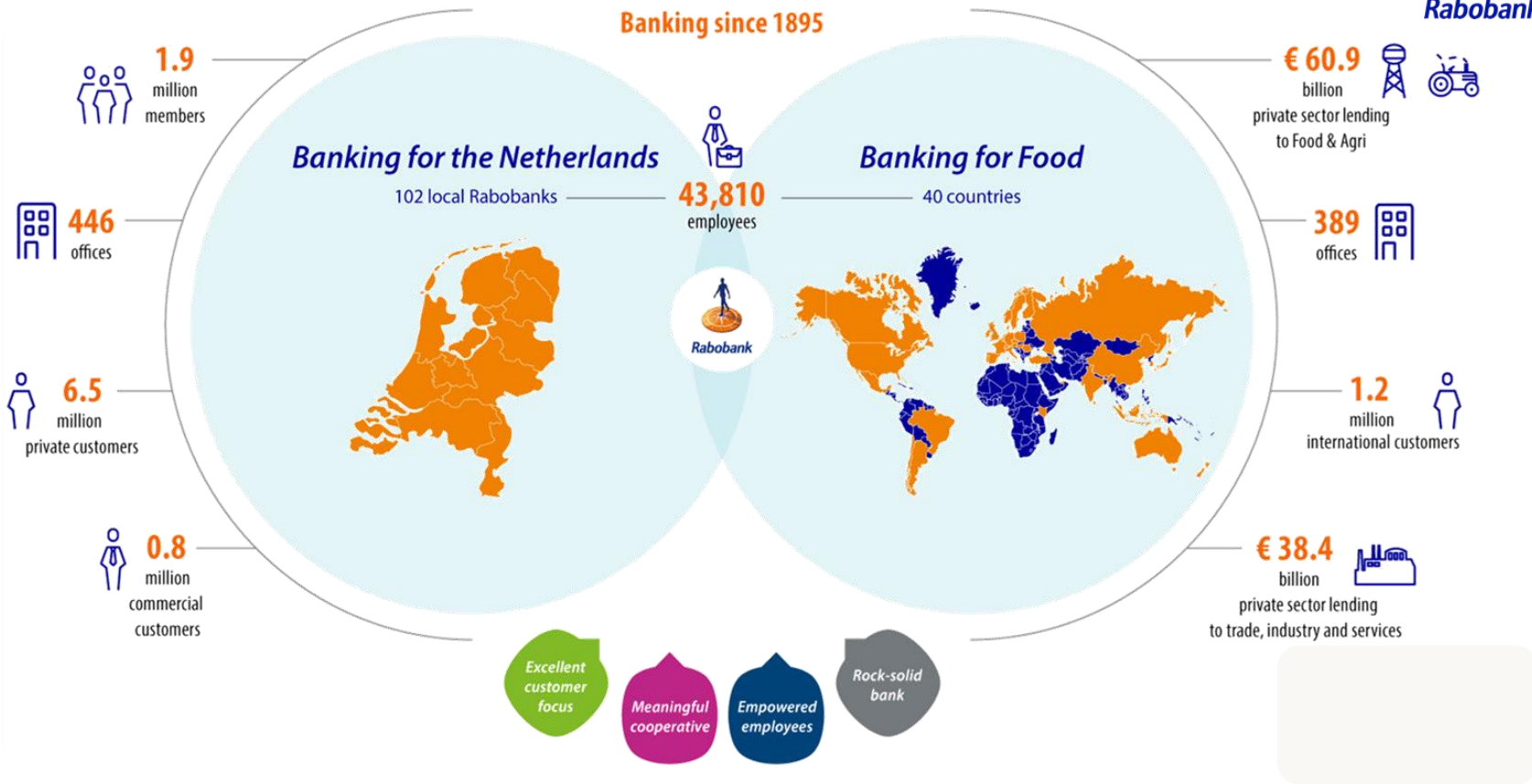
@MWMRol

Even voorstellen

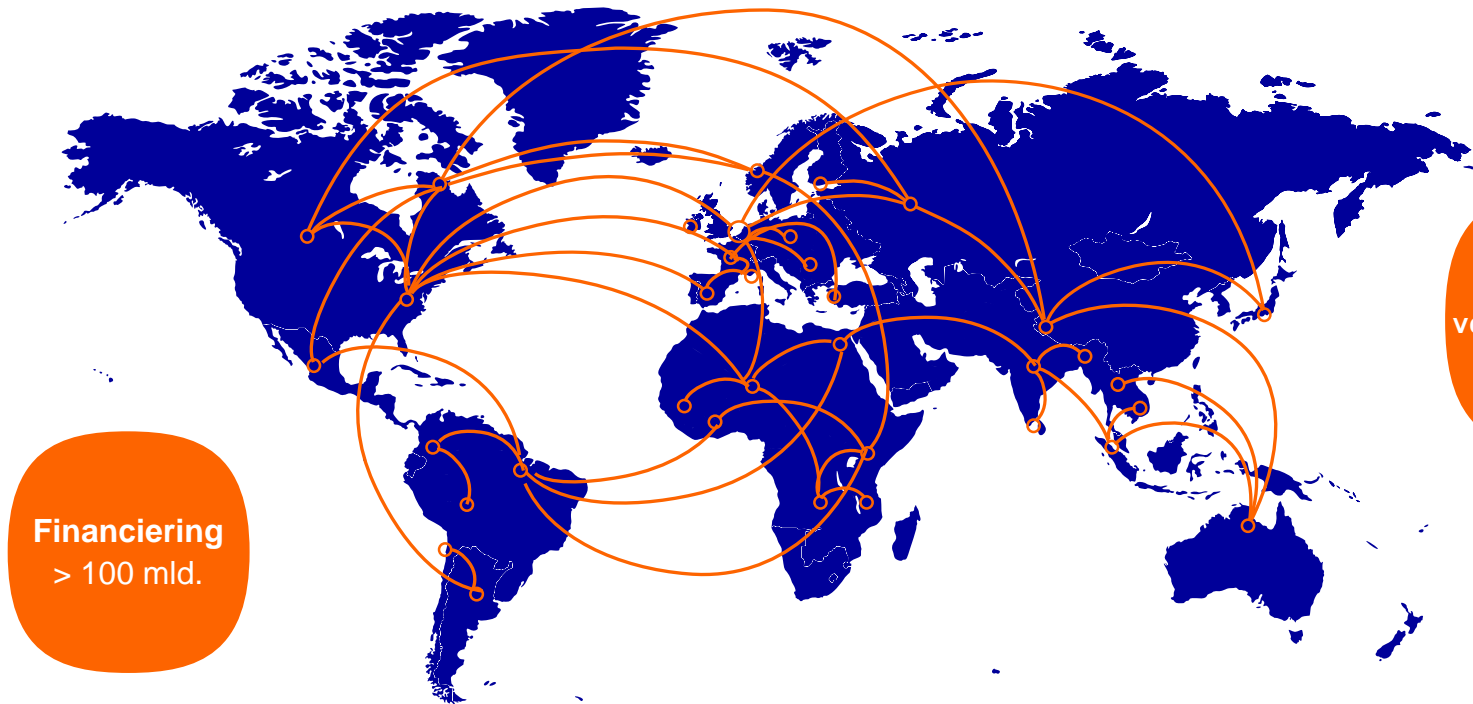


Rabobank

Banking since 1895



Wereldwijd actief in food & agri



Financiering
> 100 mld.

Rabobank is
vertegenwoordigd
in 40+ landen

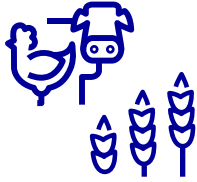
Bediening alle schakels in de keten



Veevoer,
veredeling en
genetica



Primaire
sector



Handel &
export



Verwerkende
industrie



Retail
Horeca

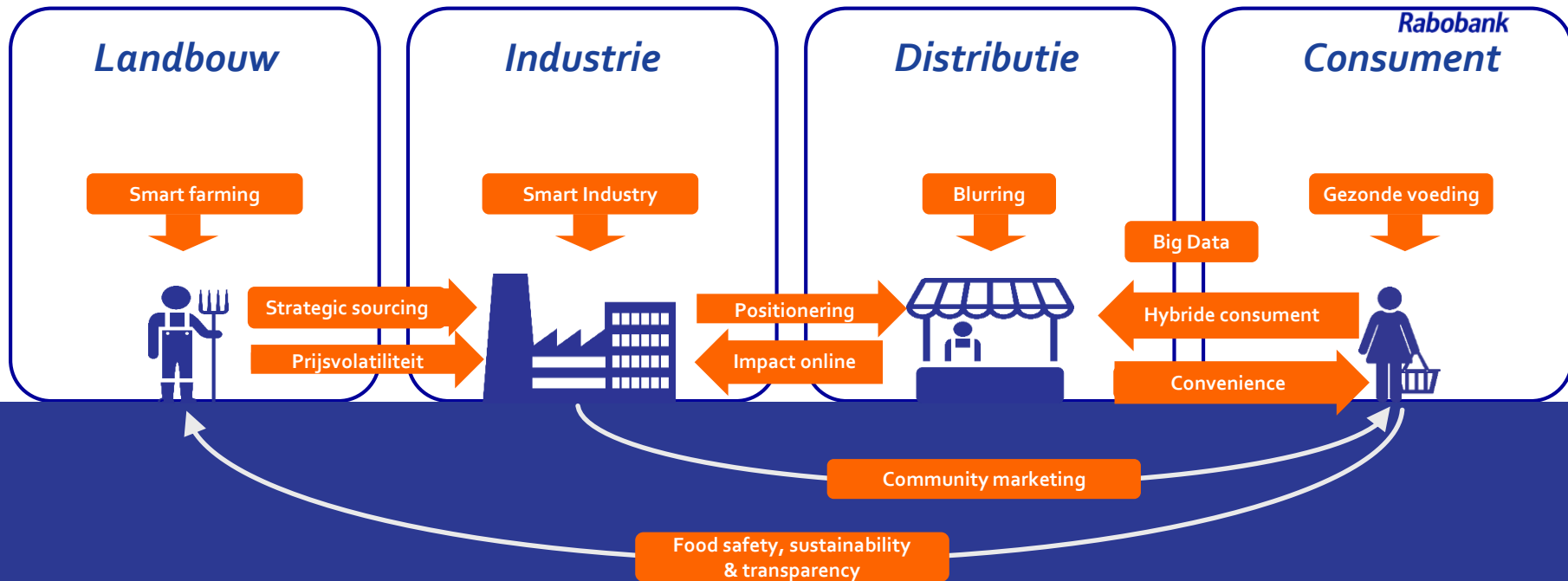


Consument



Financiële producten, kennis en netwerken

Kennis: de hele keten in beeld



Ambities Rabobank

Onze klanten helpen in de transitie naar een duurzamere, gezondere en eerlijkere voedselketen

1. Ondernemerschap & innovatie stimuleren
2. Versterken kringlooplandbouw
3. Verbeteren biodiversiteit
4. CO₂ emissies reduceren
5. Voedselverspilling verminderen





cr'sp



Thuisbezorgd.nl



Trends van boer tot bord

Hoe te onderscheiden in food?

Martijn Rol, Sectorspecialist Food



Rabobank

Disruptie: het woord van de 21^e eeuw

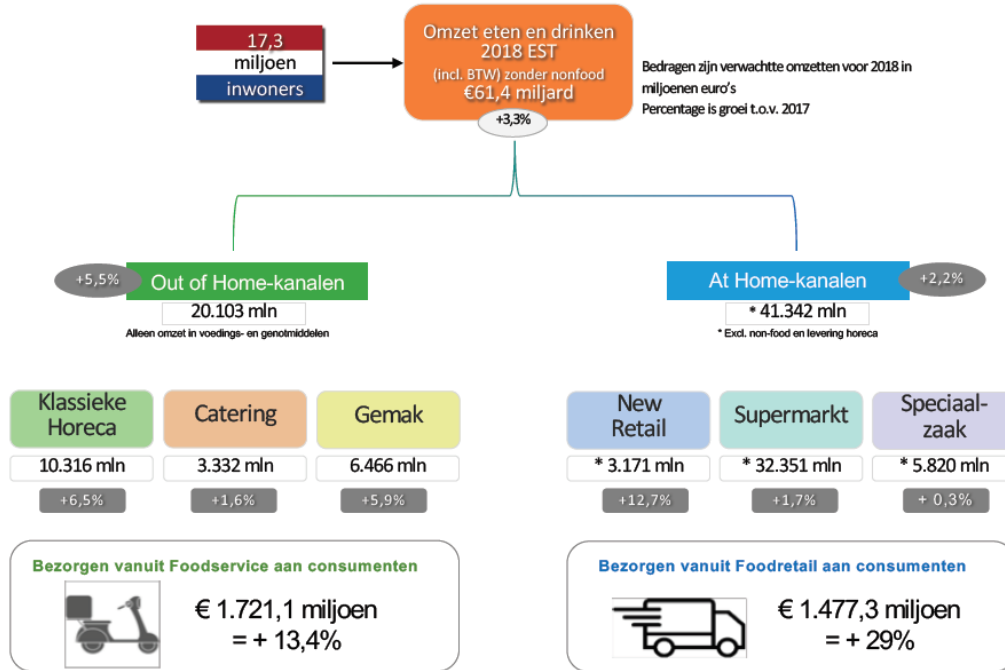


Maar wat vind jij? In 2030...



- ... gaan > 30% van onze boodschappen via online kanalen
- ... is de voedselketen 'local 2 local' in een omtrek van max 800km
- ... is de supermarkt meer horeca dan retail
- ... eten we $\frac{1}{3}^e$ minder vlees per persoon
- ... is geitenmelk populairder dan koeienmelk

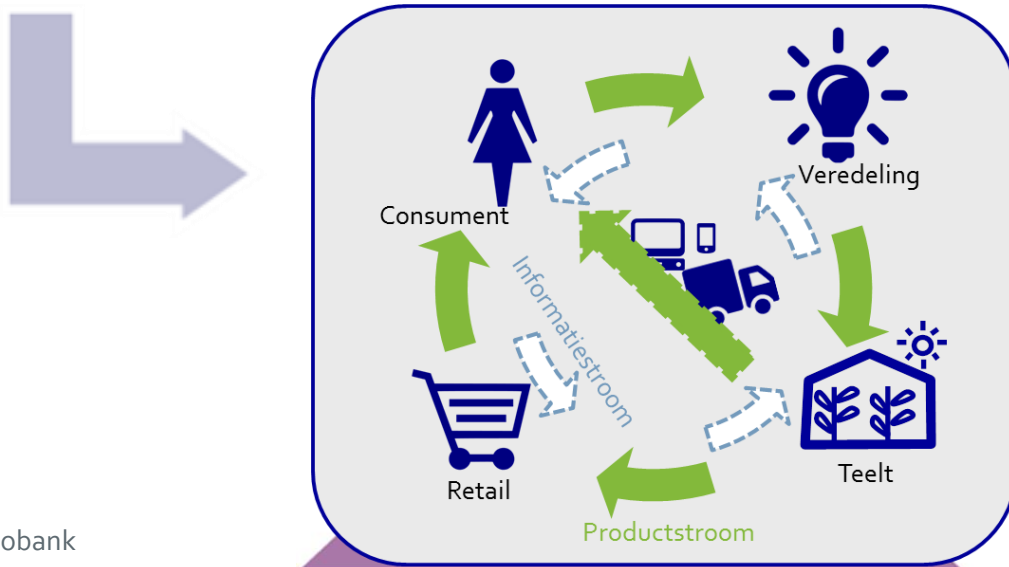
We gaan niet meer eten, wel anders...



■ Verzadigde markt

- Beperkte groei van de vraag
 - Foodretail belangrijkste afzetkanaal
 - Horeca groeit sterk, branchevervaging
- Anders eten
 - Meer buitenshuis en onderweg
 - Meerdere momenten op de dag
 - Meer voorbereid, -gekookt, -gesneden
 - Hybride consument: premium v/s standaard
- Duurzamer
 - Transparantie
 - Dierenwelzijn
 - Impact milieu, leefomgeving, klimaat

De traditionele keten verandert...



Wie heeft er verbinding met de consument?

Verbinding met de consument...



Radicale
Transparantie



Gezondheid

Hybride consument



Verduurzaming

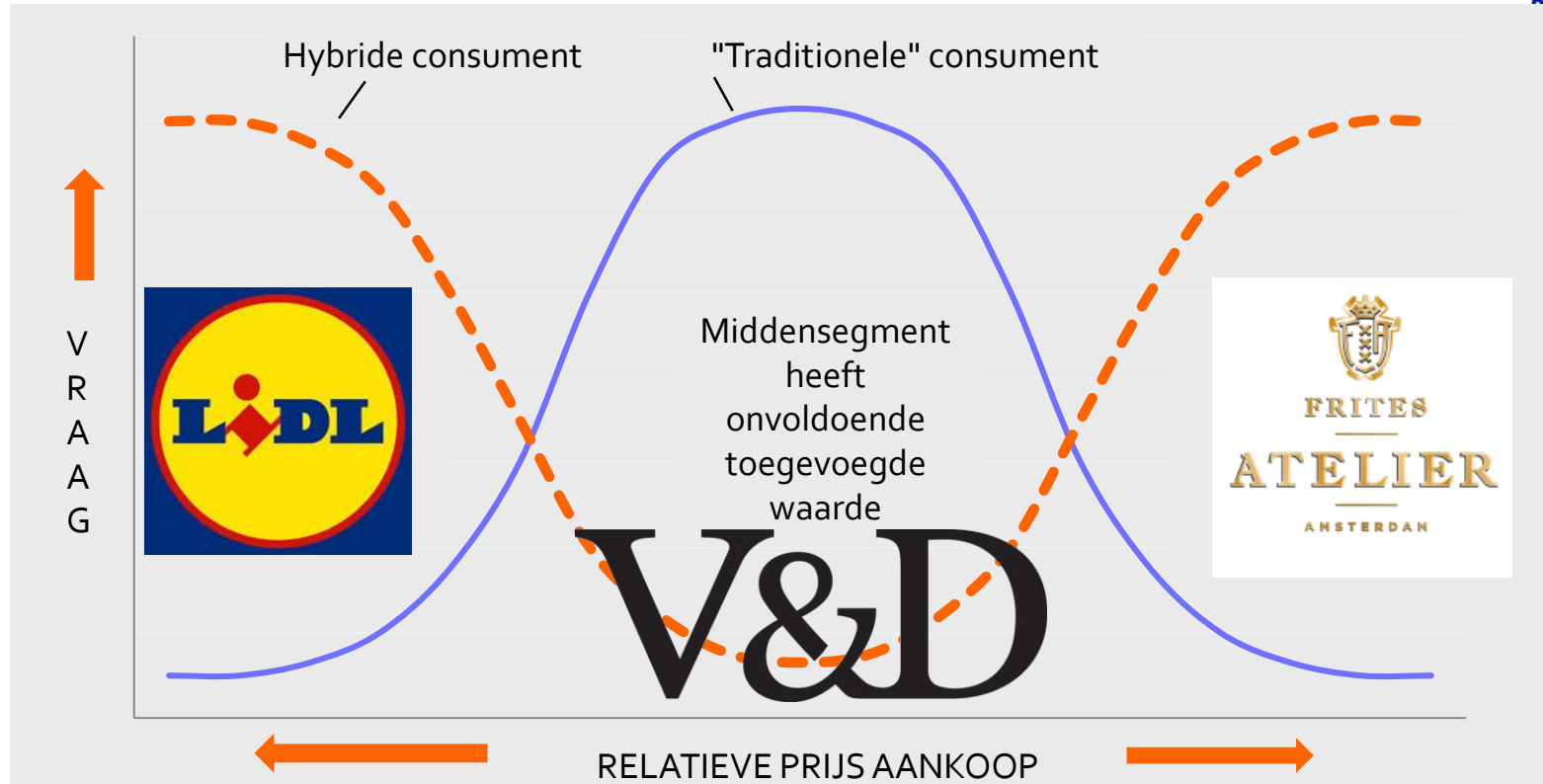


Gemakmaximalisatie

Hybride consument: groei in niches



Rabobank



Verbinding met de consument: online



Rabobank

Meer retailer controle: 24/7 delivery, 100% quality

Andere marketing:
online community
directe verbinding



Ander schap: unlimited SKU's



Complexiteit:
consistentie, verpakking,
rijpheid, flexibiliteit, kleine
drops

Ketenverkorting

Meer concurrentie

Traditionele keten



Online keten



Verbinding met de consument: blurring



Food landschap wordt steeds diverser



Branchevervaging: stelt andere eisen aan product, afhankelijk van wanneer het gekocht, bereid en gegeten wordt

Vershof



Ambulant



Horecaplein



Superspecialist



To go



Supermarkt



E-Commerce



FoodTrucks



Markthal



FoodExperience



Verbinding met de consument: 'beleving'



Rabobank



YOGHURT BARN



TM



Beleving:

- Unieke smaken: exotischer, krachtiger, puur, meer mixen
- Uniek verhaal: duurzaam, ambacht, transparant
- Belevingselementen in verpakking, product, marketing

Verbinding consument: personalisatie



Rabobank

Lifestyle



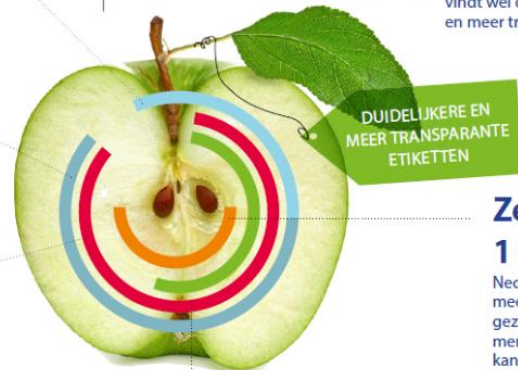
94% van de Nederlanders kijkt naar de bijdrage van voedsel aan diens gezondheid.

2/3 -toch geeft maar tweederde van deze mensen aan voldoende kennis te hebben om te bepalen of een product echt gezond is.

van de mensen die gezonder zijn gaan eten heeft 86% bewust minder 'ongezonde' voeding gekocht.

86%

72% Het etiket is voor 72% van deze consumenten de belangrijkste bron van informatie. Maar men vindt wel dat het etiket duidelijker en meer transparant moet.



Zeker 1 OP de 2

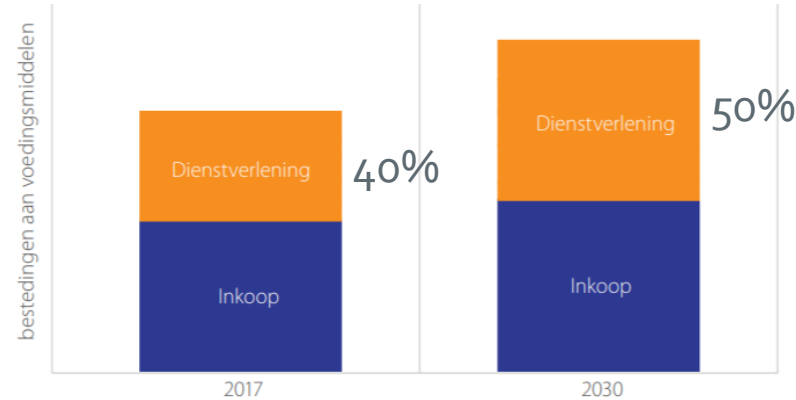
Nederlanders is bereid meer te betalen voor gezonde voeding als men daarmee ziektes kan voorkomen.

55% ...is het afgelopen jaar gezonder gaan eten

in: GfK, Rabobank, 2016

Voeding als lifestyle: personalisatie, meer differentiatie, bewuster, experimenteren, meer delen, gezonder

Food wordt meer Dienstverlening

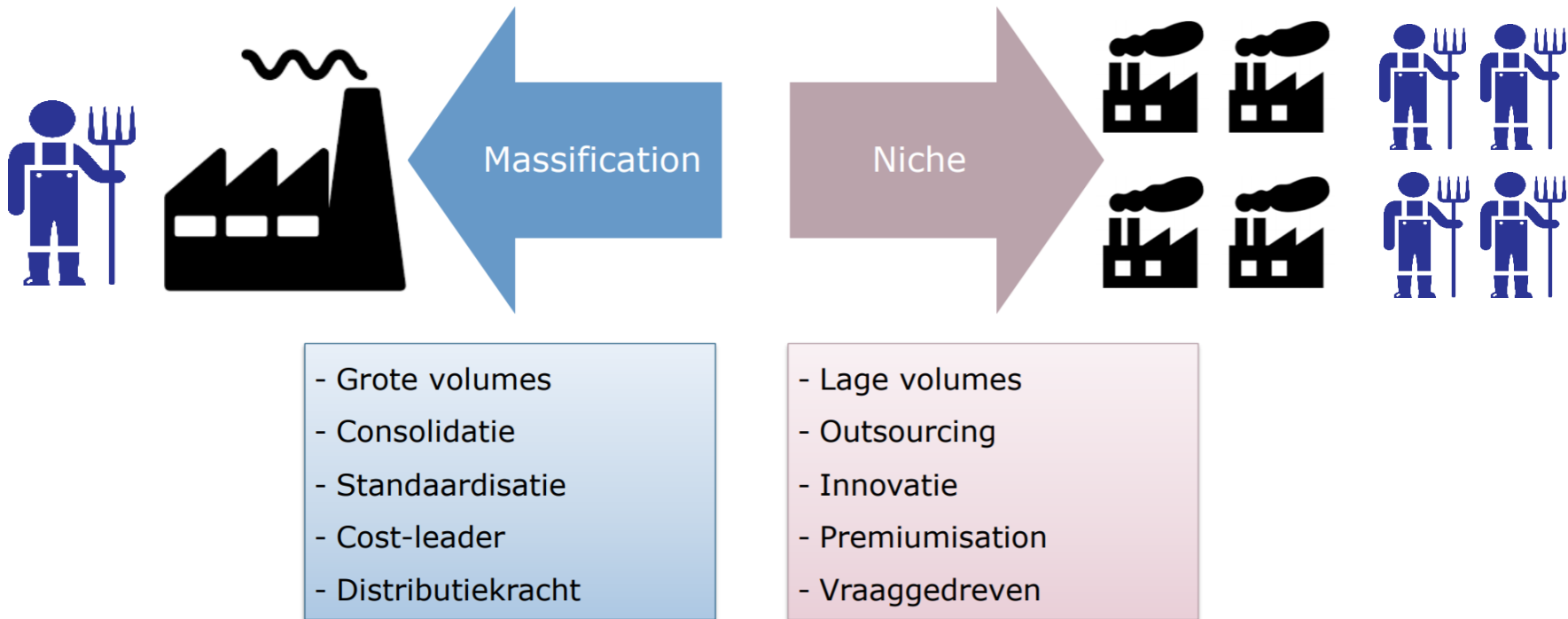


Bron: FSIN, CBS, Euromonitor, Rabobank 2018

Bron: FSIN, Amadeus, Rabobank 2017

We gaan niet meer voor het product betalen, maar wel voor de dienstverlening er om heen:
meer service, meer gemak, meer beleving, meer thuisbezorgd

Strategische keuzes producent

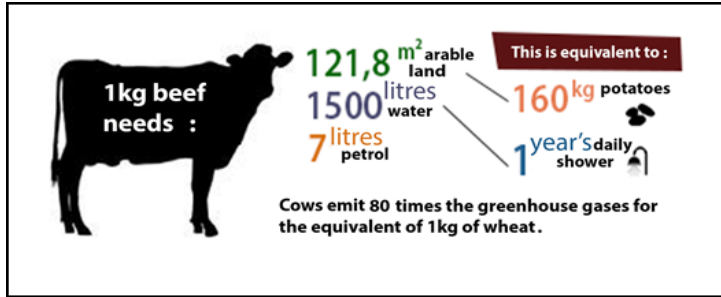


Duurzamer wordt basisvoorwaarde

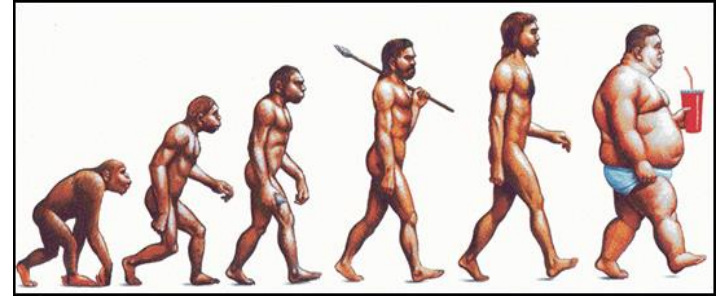


Rabobank

1



3

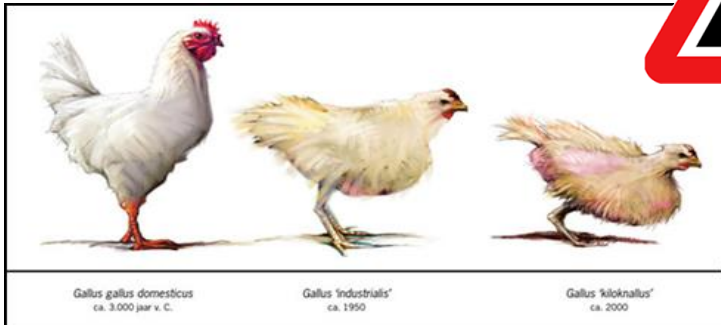


Milieu, klimaat & leefomgeving

Gezonder



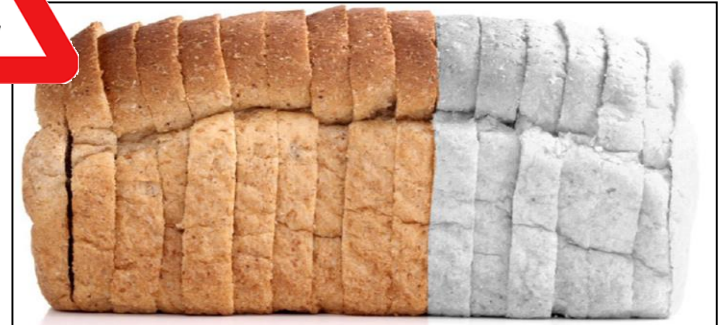
2



5

4

Dierenwelzijn



Voedselverspilling

Duurzame kansen in food



eerlijk over eten
Voedingscentrum

Eten op Maat

Box 1: 68% van de Nederlanders heeft de afgelopen zes maanden biologische producten gekocht



Nederlanders kiezen vooral voor biologische voeding omdat het **gezonder en beter voor het milieu** zou zijn.



Bron: GfK consumentenonderzoek in opdracht van Rabobank, september 2016

Groei Biologisch

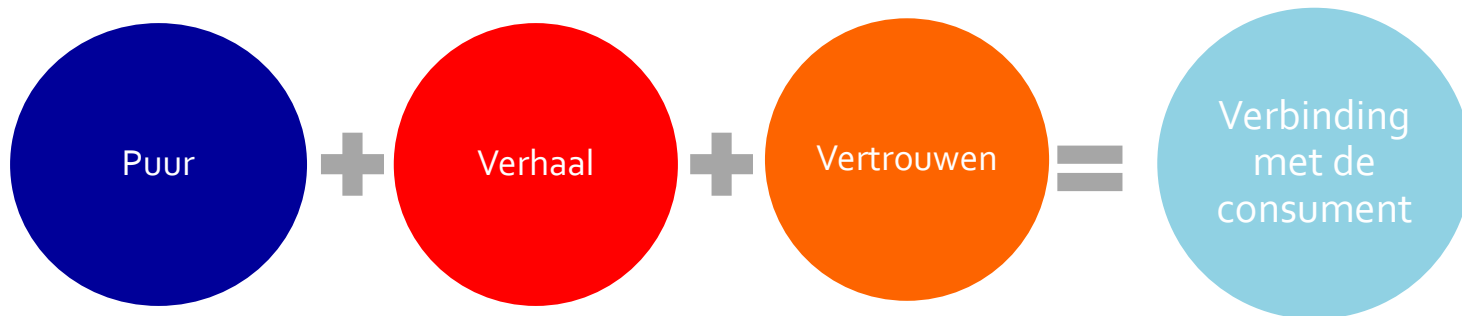


Flexitariërs



Local 2 Local

Duurzame kansen in agri-food



Minder bewerkt en geen:

- *Gluten, lactose, suikers*
- *GM ingrediënten*
- *Kunstmatige kleur- en smaakstoffen of toevoegingen*
- *Hormonen, antibiotica*

Eerlijk & Natuurlijk:

- *Biologisch & Buiten*
- *Lokaal, Korte Ketens*
- *Vers & ambacht*
- *Dierenwelzijn*
- *Duurzame inkoop*
- *Het juiste verhaal*

Transparant:

- *Gecertificeerd*
- *Duurzaam*
- *Fairtrade/Keurmerken*
- *Herkomst in beeld*
- *Gezond(er)*
- *Merk / Concept*

Groeikansen!

- *Groeiende vraag; 'Big food' groeit 1%, v/s >5% voor kleinere disruptieve bedrijven in niches en premium*
- *Met name hoger inkomens, millennials en ouderen*

Welke strategische keuzes kan je maken?



Vijf strategieën

1. *Kostenbesparing*
2. *Opschalen, overnemen of specialiseren*
3. *Samenwerken en ketenintegratie*
4. *Groeikanalen: gemak, duurzamer, gezond*
5. *Innovatie: nieuwe producten & technieken*



Ontwikkelingen in de sector

Kansen benutten

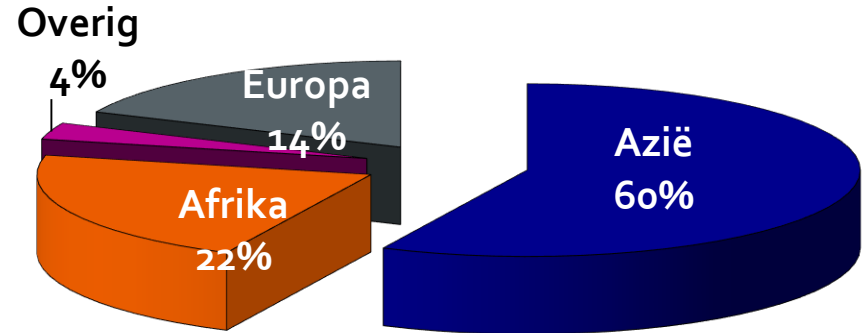
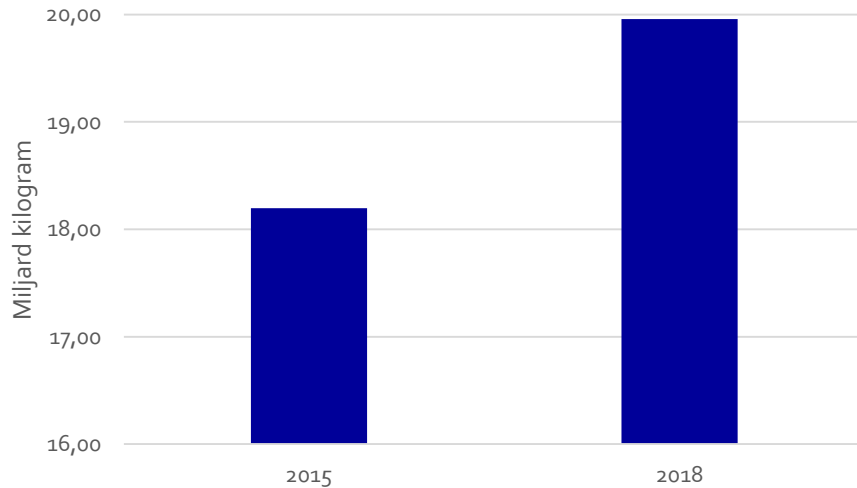


Rabobank

Wereldwijd: 20 miljard kg geitenmelk



Wereldwijde productie geitenmelk

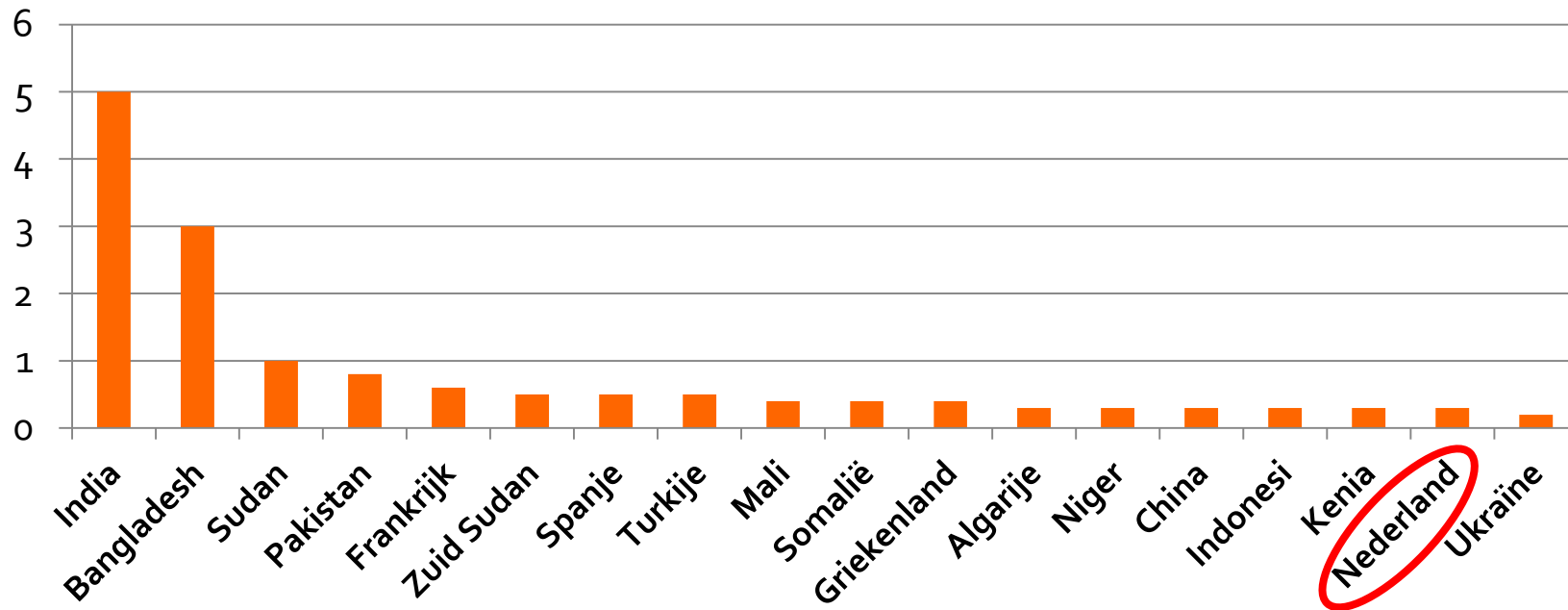


Bron: ZuivelNL, Rabobank, 2017

Top 20 productielanden geitenmelk



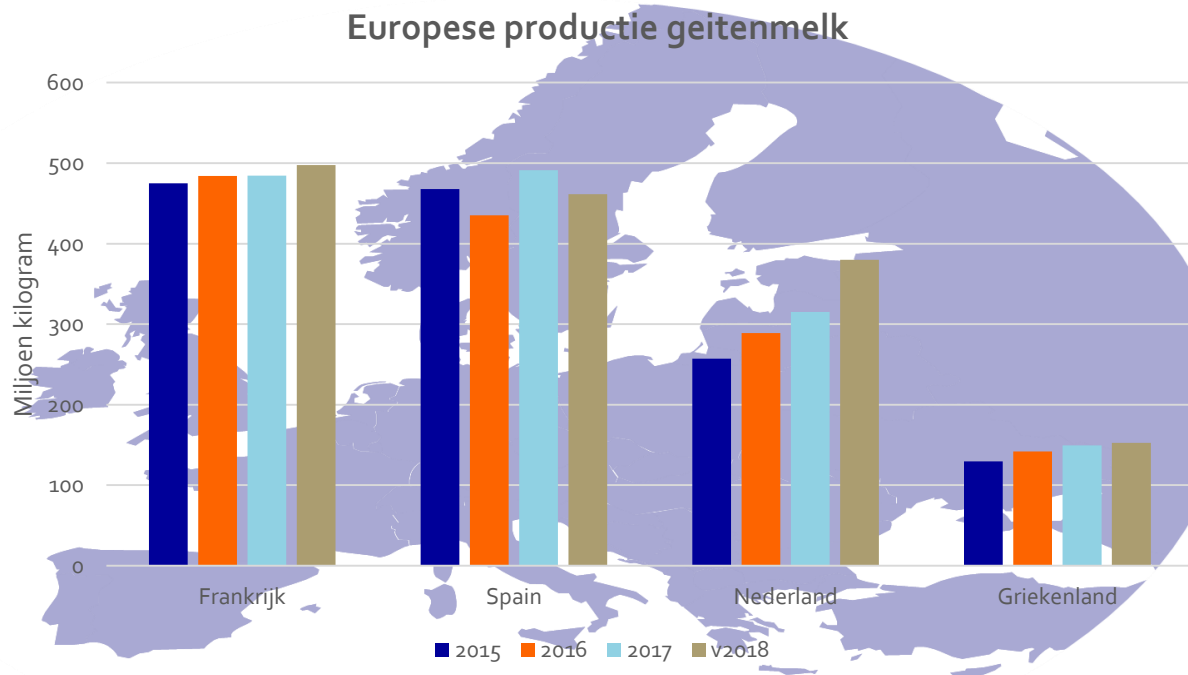
Miljard kg



EU: 2,3 miljard kg geitenmelk

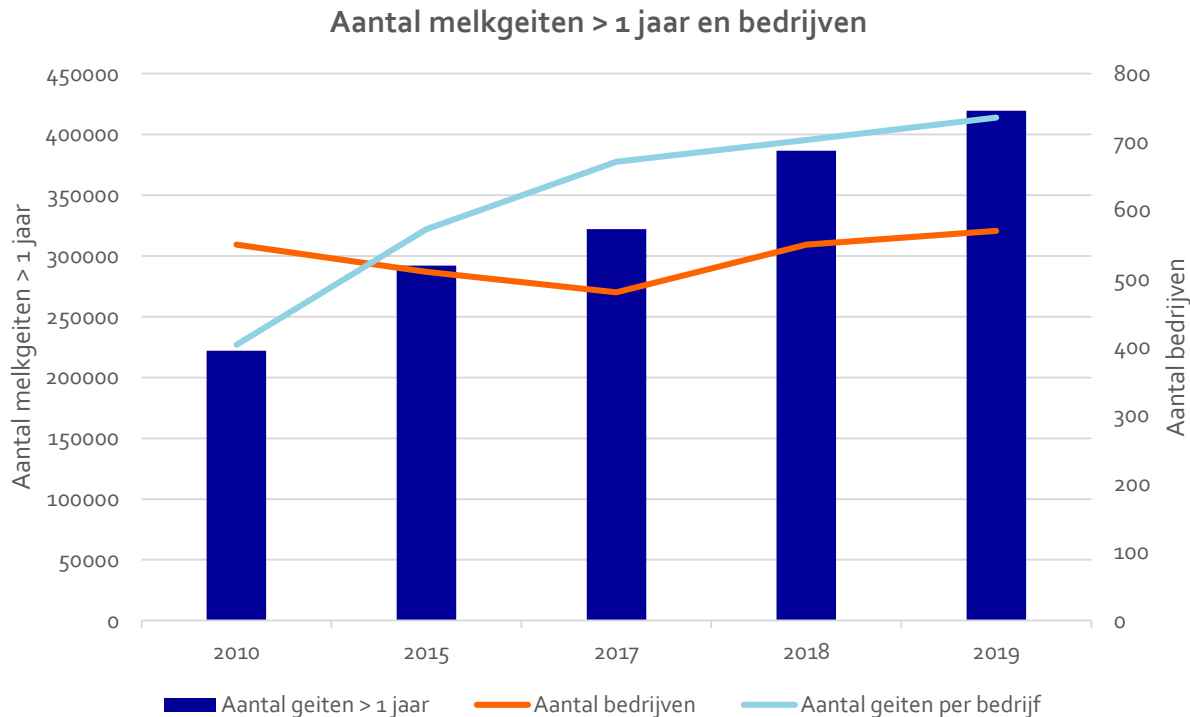


Rabobank

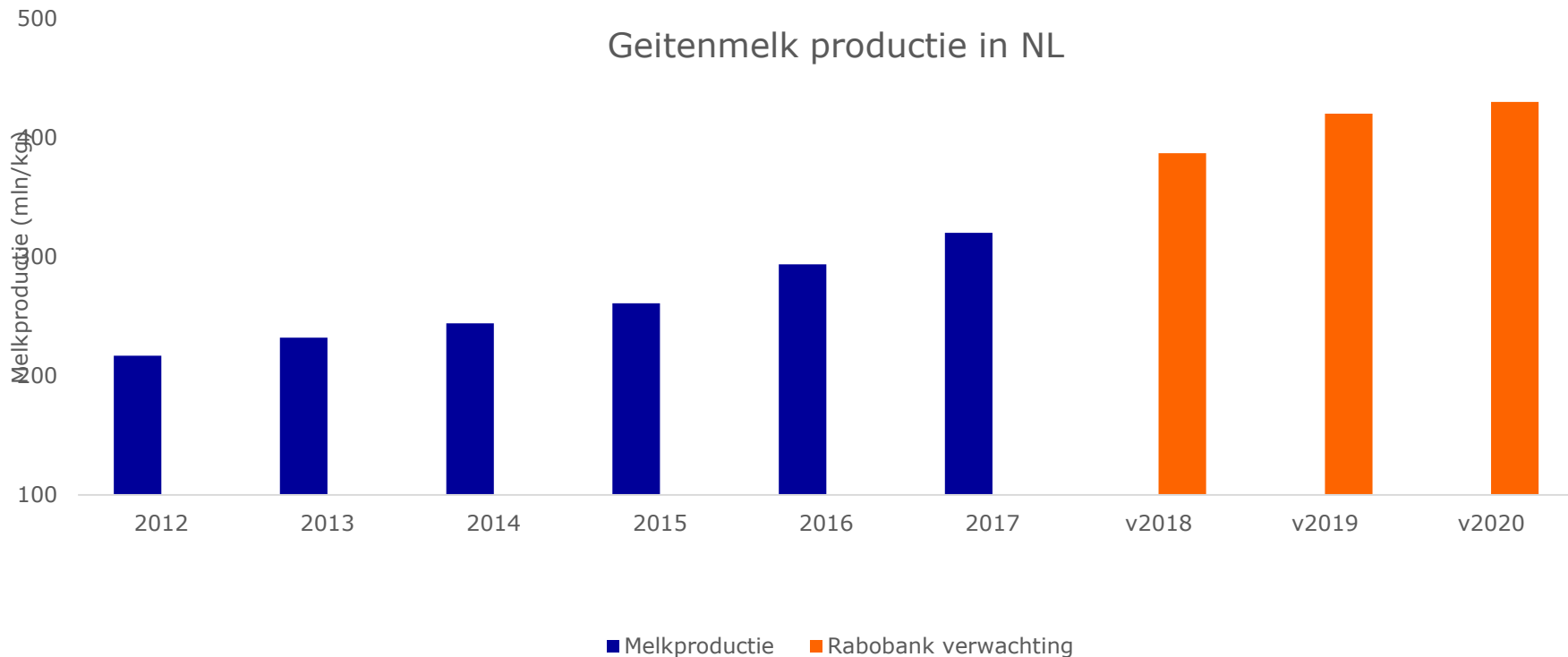


4 landen produceren 65% van het Europese volume

In ruim 15 jaar een professionele sector

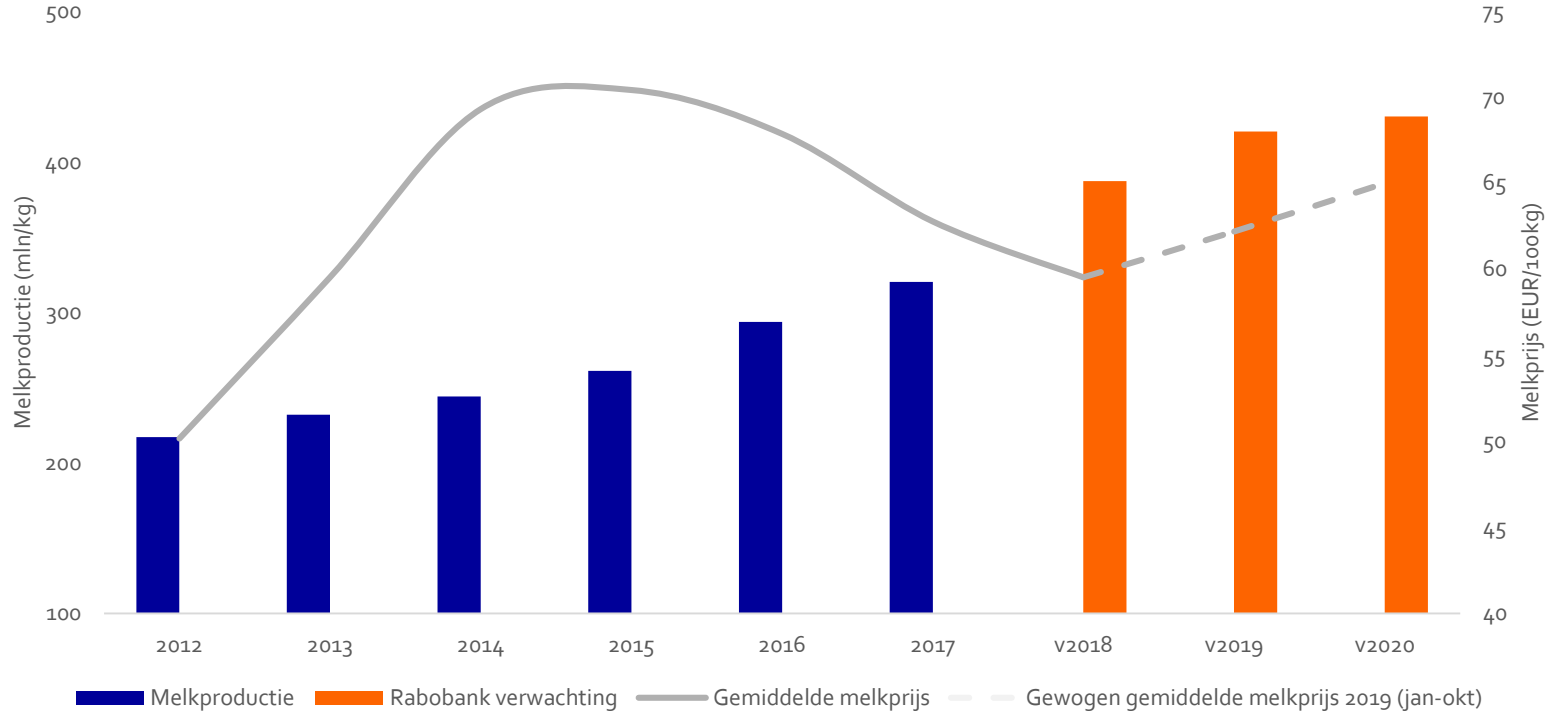


Productie geitenmelk in NL hard gestegen, vanaf 2020 vlakt deze af



Geitenzuivel heeft een stevige marktpositie

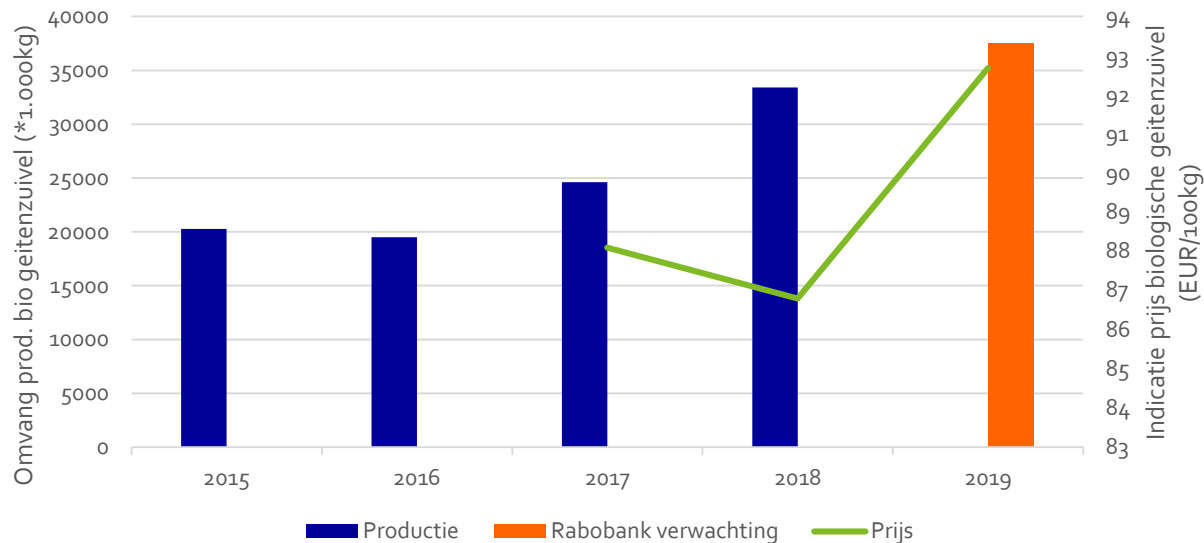
De bodem in de markt lijkt gevonden



Bron: Vakblad Geitenhouderij, ZuivelNL, CBS, Rabobank, 2020

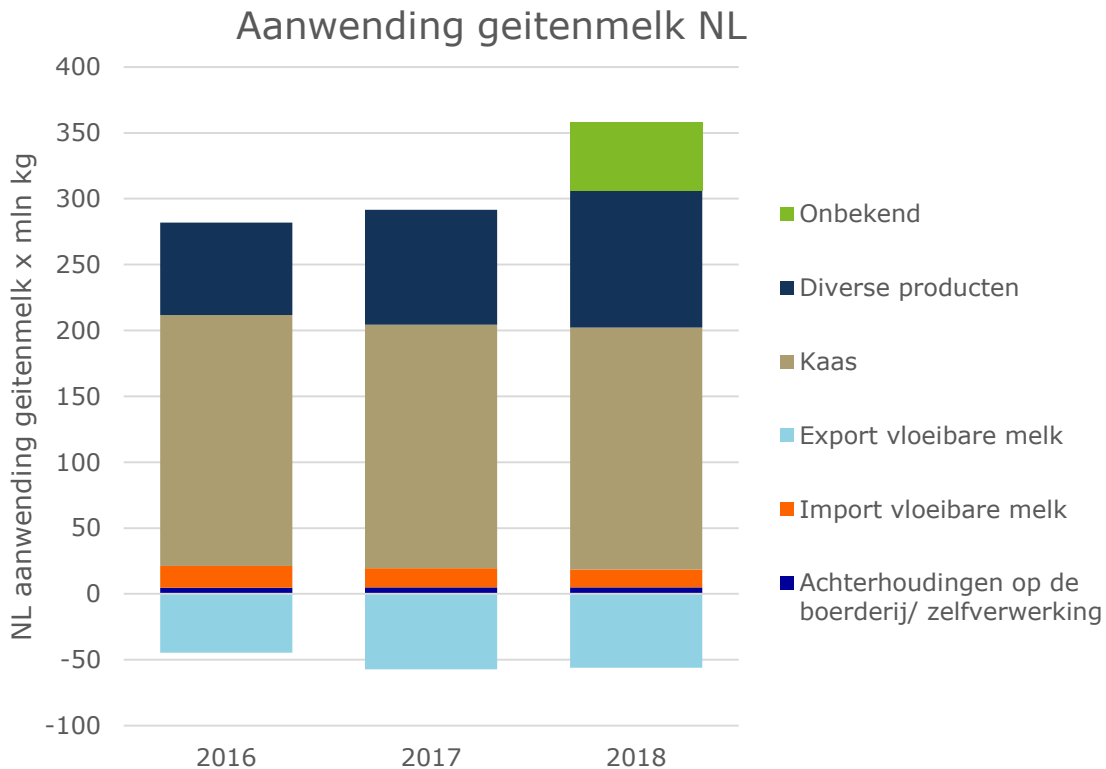
Bio volgt groei

Productie biologische geitenzuivel



Bron: CBS, marktinformatie, bewerking Rabobank, 2020

Waar gaat de geitenzuivel naar toe?



Ontwikkeling in geitenzuivel; diversiteit aanbod neemt toe





De sector voorop

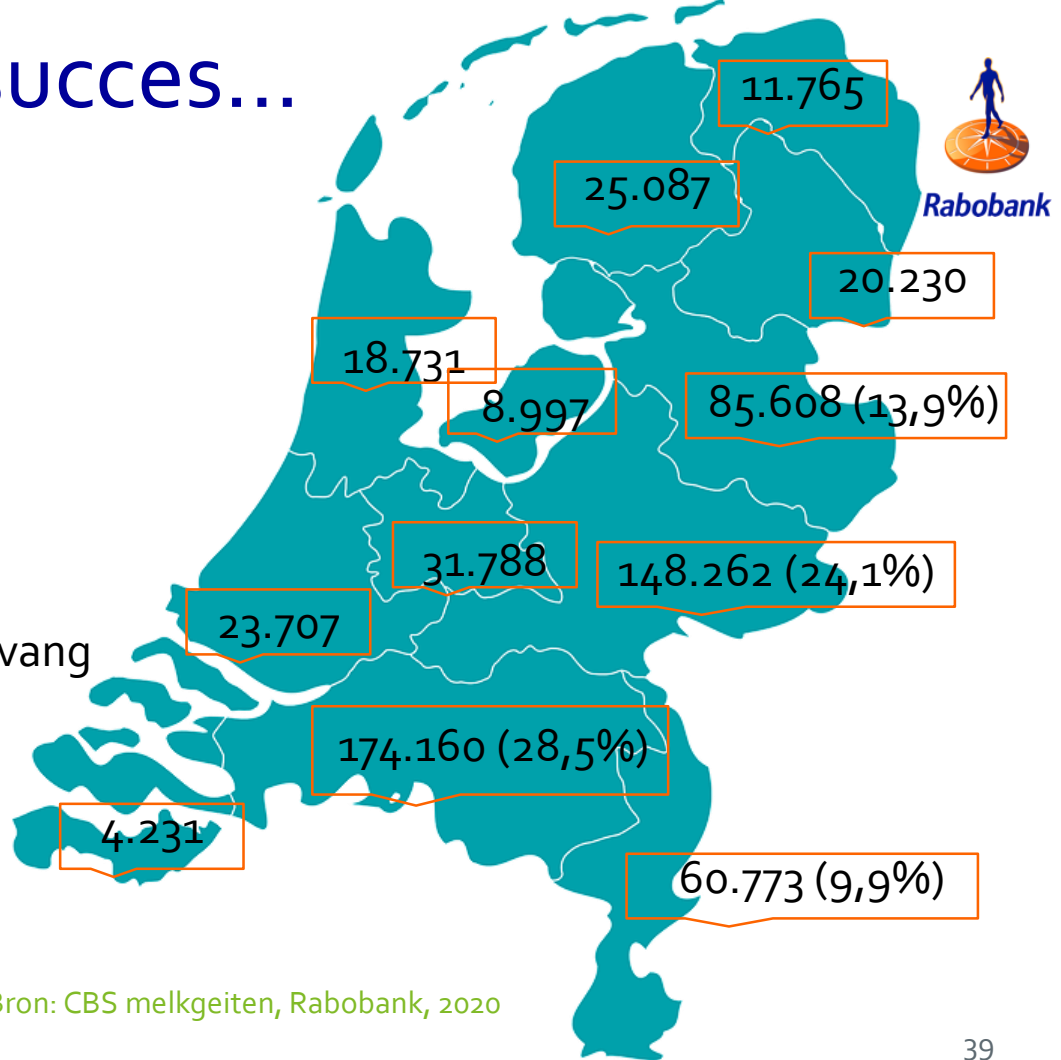
Op naar een duurzame toekomst



Rabobank

De keerzijde van succes...

- 2/3e sector in drie provincies
- In 2019 t.o.v. 2018: 5% groei
- VGO onderzoek 3^e fase
- Geitenstop voor >90% sectoromvang
- Ontwikkelingsruimte na 2022?



Bron: CBS melkgeiten, Rabobank, 2020

Nieuwe kaders verduurzaming!



- Van kostprijs denken naar efficiënt grondstofgebruik
 - Kringloopgedachte
 - Regionale grondstoffen
 - Integraal Duurzame Stallen (Emissie arm)
 - Ruimte voor natuurlijk gedrag/specifieke behoeftes
 - Energie arm
- Verantwoorde Consumptie en Productie



Provincie Noord-Brabant



Landbouw, natuur en voedsel: waardevol en verbonden
Nederland als koploper in kringlooplandbouw

Uitdaging samenleving en overheid



Wet- en regelgeving:

- Dierenwelzijn (uitval)
- Mest (nog geen fosfaatplafond voor geiten)
 - Keurmest; heeft u zich al geregistreerd?
- Maximum bedrijfsomvang?

<i>Kwartaal</i>	<i>Signaleringsgebied</i>	<i>Actiegebied</i>
<i>2018 kw 4 t/m 2020 kw 3</i>	<i>> 12,3% - 19,6%</i>	<i>> 19,6%</i>
<i>Vanaf 2020 kw 4</i>	<i>> 9,3% - 12,3%</i>	<i>> 12,3%</i>




Imago:

- Q-koorts en andere ziekten (Gezondheidsstatus)
 - Cl en CAE vrij
- Aaibaarheidsfactor geit
- Plan van aanpak Welzijn Geitenbokjes



Instrumenten van de sector voor verduurzaming; basis voor succes!



- **Kwaliteit** The logo for "Kwaliteit" (Quality), consisting of a blue square frame containing a stylized white goat head, with the word "KWALITEIT" in blue capital letters below it.
- **Duurzame Geitenzuivel Keten** (100% deelname in 2022)
 - Diergezondheid en Dierenwelzijn
 - Welzijn
 - Geitenbokjes (duurmelken, I&R systeem, Geitenvlees)
 - Antibioticagebruik
 - Zoönose
 - Energie en klimaat
 - Kringlooplandbouw
 - Biodiversiteit
 - Volksgezondheid
 - Imago/landschappelijke inbedding



Innovatie



- **Houderij systemen**
 - Automatisering
 - Aanpak bij de bron
- **Smart farming**
 - Robotisering
 - Sensortechnology
- **Big Data**
 - Legitimatie
 - Efficiëntieverbetering
- **Blockchaintechnology**
 - Productpaspoort





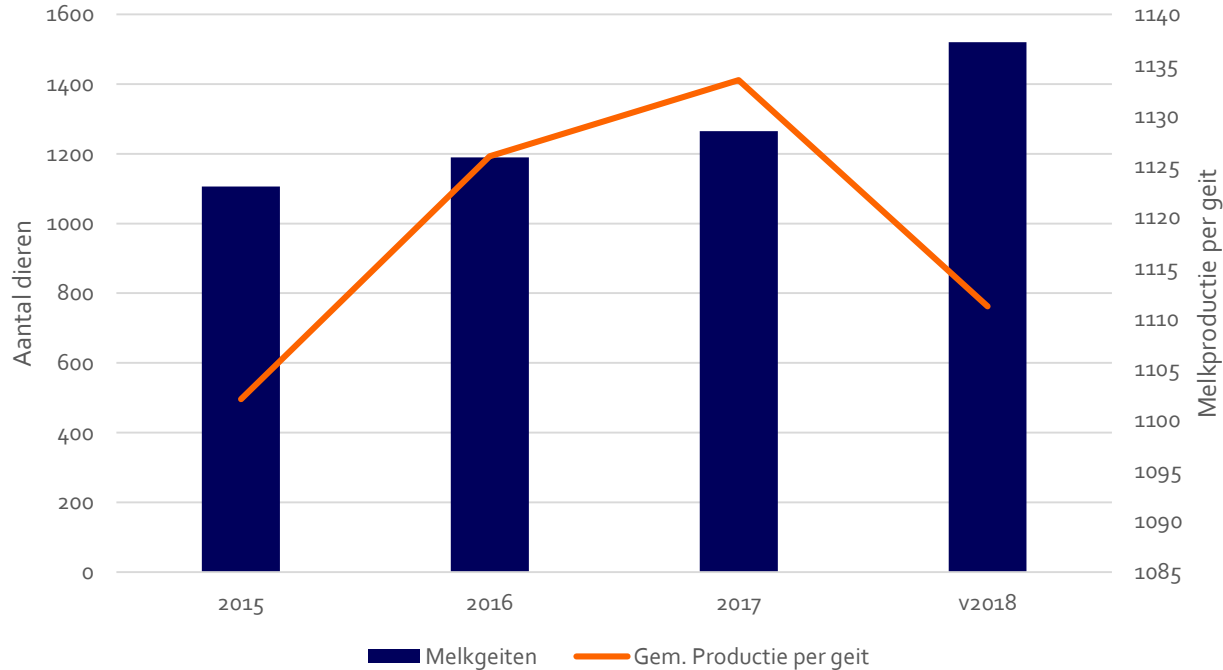
Resultaatanalyse

Ruimte voor groei

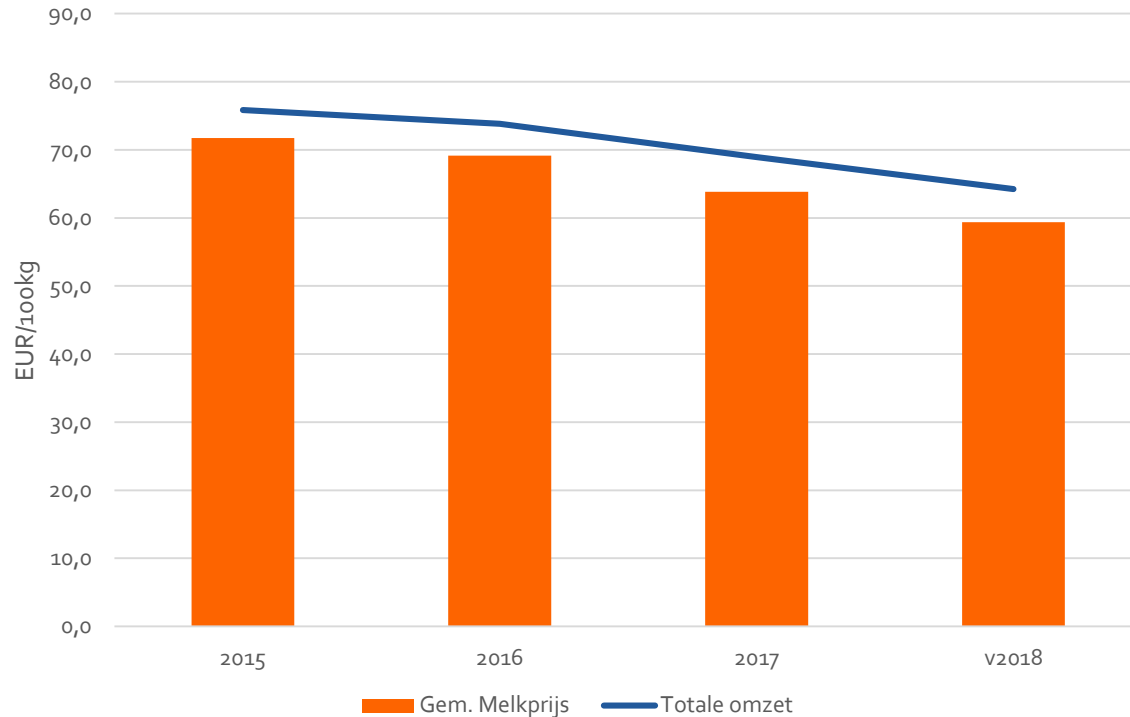


Rabobank

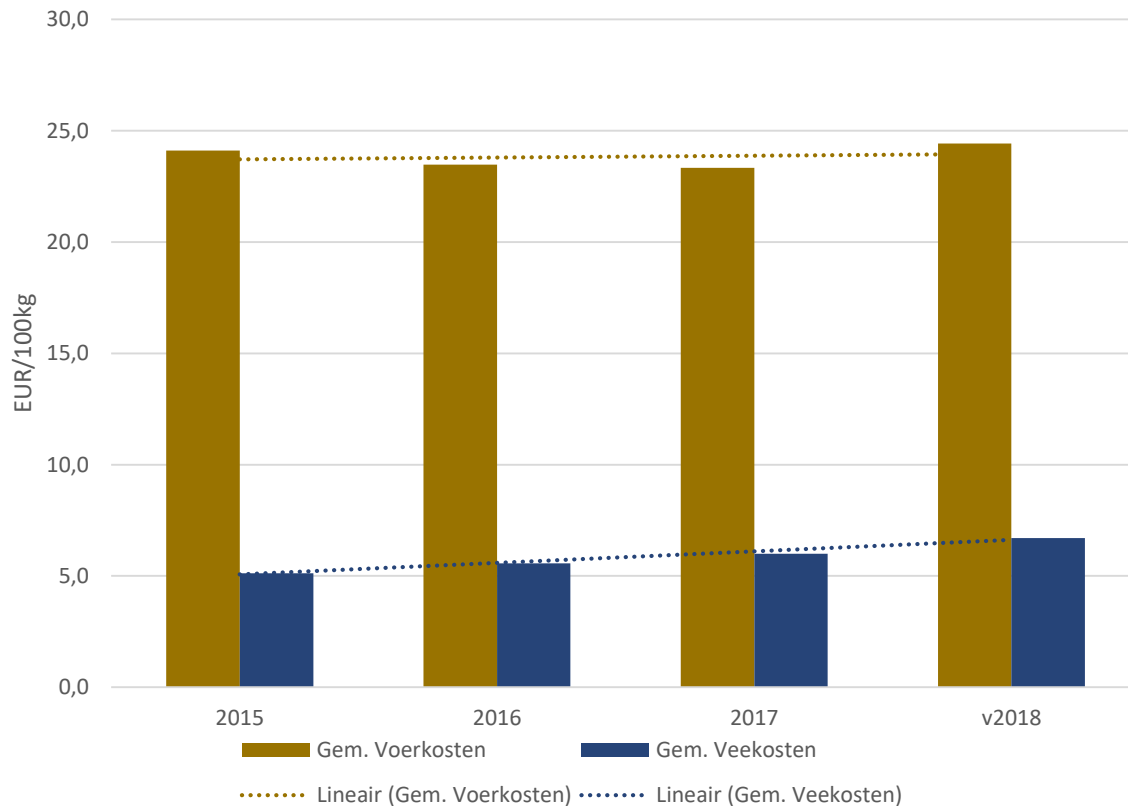
Omvang van de bedrijven in de financiële analyse neemt verder toe.



Omzet met ruim 10 cent per kg melk afgenomen in vier jaar tijd

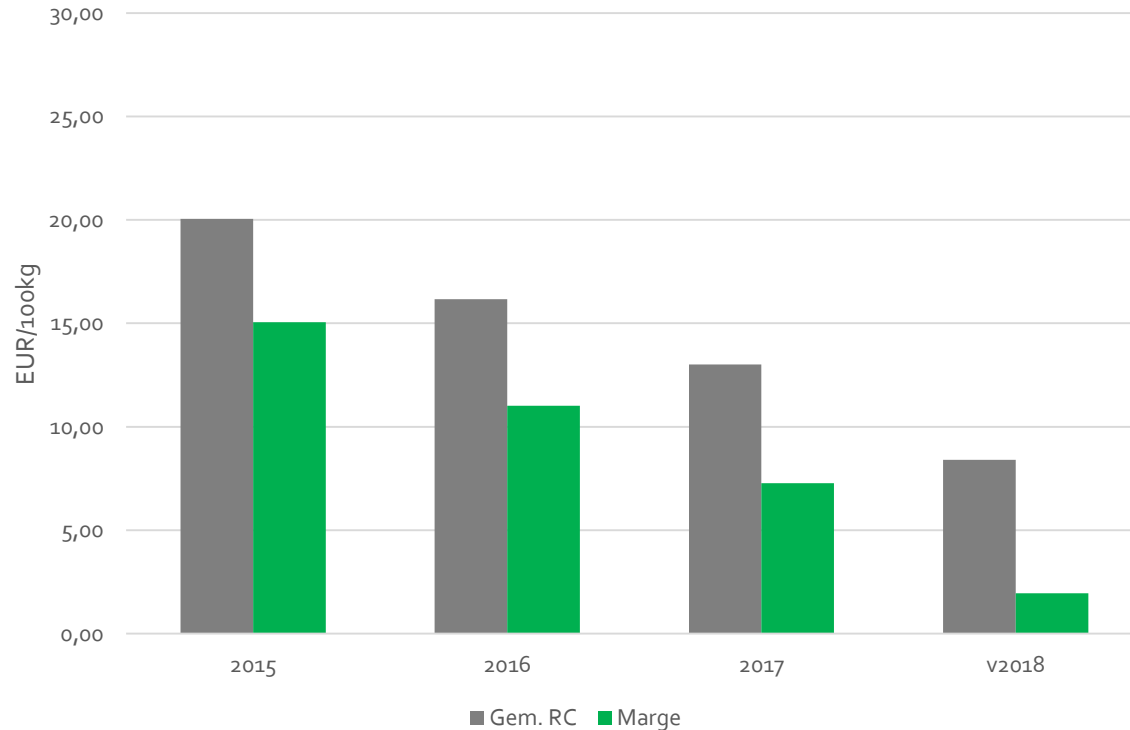


De toegerekende kosten lopen licht op



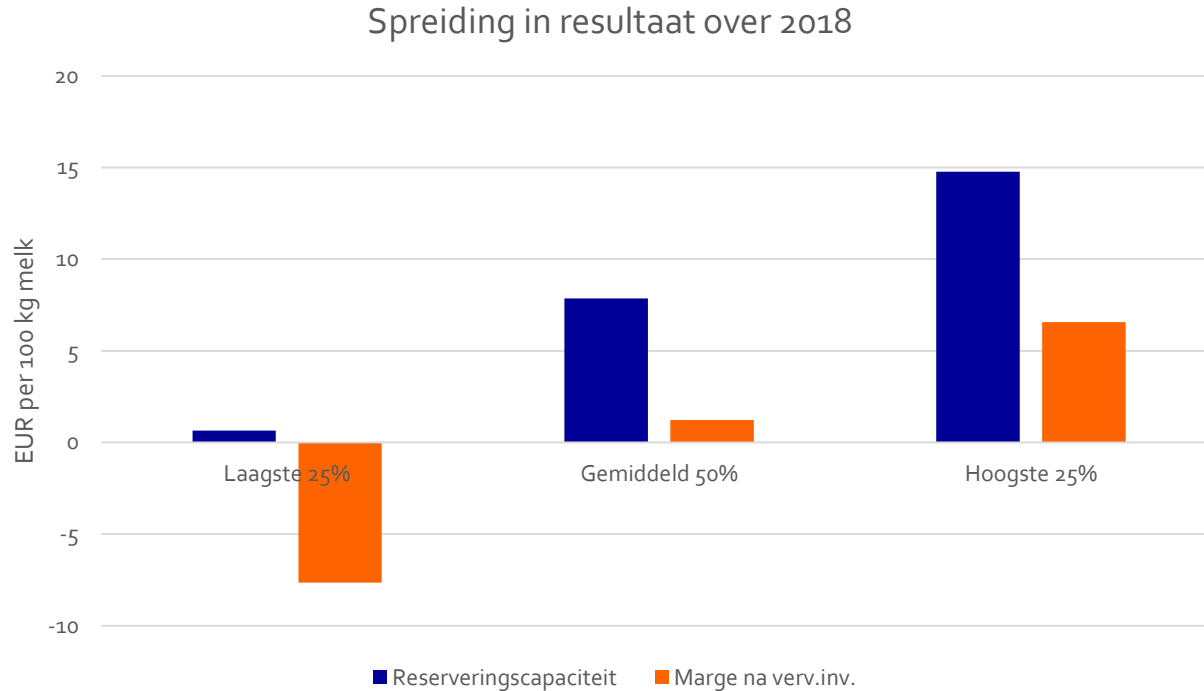
Source: Rabobank, 2020

Marge komt onder druk bij een gemiddelde melkprijs van ruim 59 cent!



Source: Rabobank, 2020

Spreading in resultaat is groot!



De sector heeft de sleutel zelf in handen



- Vraag naar geitenmelk blijf toenemen
- Realiseer de 100% deelname in DGZK
- Certificering en transparantie zijn key voor behoud succes
- Benut de gezamenlijke kracht om ontwikkeling van emissie arme systemen te realiseren
- Blijf doorgaan in de transitie naar duurzaamheid
- Blijf scherp op het resultaat
- Groei door te optimaliseren



Succes!



Jeroen van den Hurk
Sectorspecialist Veehouderij
Rabobank Nederland
Jeroen.van.den.Hurk@rabobank.nl
+31 (0)6 22 73 48 73

