

Vergaderjaar 2006–2007

**29 842**

**Beleidsnota Biologische Landbouw 2005–2007**

**Nr. 11**

## **BRIEF VAN DE MINISTER VAN LANDBOUW, NATUUR EN VOEDSELKwaliteit**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 2 februari 2007

In 2006 is op verzoek van de Tweede Kamer door het ministerie van LNV het prijsexperiment biologische producten uitgevoerd. Van april tot en met augustus 2006 is in 10 gemeentes met 8 verschillende producten onderzocht wat de effecten op termijn zijn van een prijsverlaging van biologische producten in supermarkten.<sup>1</sup> Met effecten wordt bedoeld de verandering in concreet aankoopgedrag alsmede de mening van consumenten over biologische ten opzichte van gangbare producten.

LNV heeft er veel waarde aan gehecht met een wetenschappelijk goede onderbouwing te komen. Daarom is veel tijd besteed aan het neerzetten van een goede onderzoeksmethode en werden de onderzoekers van het Landbouw-Economisch Instituut (LEI) nauwgezet gevolgd door een wetenschappelijke klankbordgroep.

Uit het onderzoek komt naar voren dat consumenten biologische producten kopen omdat ze lekker, gezond en van goede kwaliteit zijn. Consumenten zijn zich nu veel bewuster van de meerwaarde van biologisch. Biologisch wordt niet meer louter gezien als milieuvriendelijk, maar wordt net als zijn gangbare broer gemeten naar smaak en kwaliteit. Consumenten hebben verder het beeld dat biologisch goed is voor milieu en dieren. Ze zeggen bereid te zijn 20–25% meer te willen betalen dan voor gangbare producten. Niettemin zijn belangrijke concrete aankoopmotieven juist gebruikskennmerken als lekker en gezond. Duurzaam denken leidt dus niet per se tot duurzaam consumeren. Via het onderzoek wilde ik meer inzicht krijgen in de prijselasticiteit van de vraag naar biologische producten. Het is nu duidelijk dat er sprake is van elasticiteit; 10% prijsdaling bij eieren, bijvoorbeeld, leidt tot 10 procent afzetgroei. Bij rundvlees is dat zelfs 20%. Voor veel producten bestaat er wel een omzetplafond. Meer prijsdaling leidt dan tot omzetafname. De resultaten zijn interessant voor de sector, want verlaging van de kostprijs leidt tot relatief extra groei.

<sup>1</sup> Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

Wat is vooral de waarde van dit onderzoek? Het onderzoek levert goede inzichten op over consumentenkoopgedrag ten aanzien van biologisch. Daar kunnen de supermarkten maar ook andere schakels in de keten hun voordeel mee doen. Dat is voor hen waardevol.

Nu de effecten van kostprijsverlaging zijn gekwantificeerd en duidelijk is geworden dat de vraag naar biologische producten elastisch is, kan dit een impuls zijn voor marktpartijen om op deze markt toe te treden. Het blijkt namelijk dat kostprijsverlaging via bijvoorbeeld betere samenwerking in de keten, innovaties en betere inzet van andere marketing-instrumenten (naast «prijs») wordt beloond.

Een kunstmatige prijsverlaging vind ik niet raadzaam. Ik heb daar drie redenen voor:

- 1) Subsidiëren van biologische producten in supermarkten leidt tot marktverstoring. Nederland is een handelsland. Wij importeren veel biologische producten. Prijssteun zal zowel Nederlandse als buitenlandse producenten stimuleren om meer te produceren. Maar door het bereiken van omzetplafonds zal de relatief kleine markt hierdoor sterk ontregeld raken.
- 2) Ofschoon de vraag elastisch is zal voor marktgroei via de weg van kunstmatige prijsverlaging wel betaald moeten worden. Het LEI heeft uitgerekend dat 15% prijsdaling door overheidsinterventie om en nabij € 83 miljoen kost. Hierdoor zal het marktaandeel groeien van 2% naar 2.5%. Door de inzet van forse overheidsmiddelen zijn dus geen kwantsprongen te verwachten.
- 3) De huidige Task force Marktontwikkeling Biologische Landbouw heeft een budget van een kleine € 4 miljoen per jaar. Gekeken naar de impact van de task force lijkt directe prijssteun van overheidswege dan een weinig effectieve, inefficiënte manier van marktstimulering.

Overigens liggen er op grond van EU-staatssteunregels belangrijke hordes ten aanzien van de rechtmatigheid van directe prijssteun. Zo is bijvoorbeeld btw-vrijstelling vanwege de 6e EU btw-richtlijn niet mogelijk. Dit punt is ook tijdens de bespreking van de LNV-begroting, 5 december jl., aan de orde geweest.

De resultaten van de activiteiten van de zogenoemde Task force Marktontwikkeling Biologische Landbouw zijn effectiever en efficiënter voor het bereiken van een hoger marktaandeel voor biologische producten dan een van overheidswege gefaciliteerde prijsverlaging. Inzet van de sector op ketensamenwerking, innovaties en betere inzet van marketinginstrumenten is voor de stimulering van de vraag naar biologische producten dan ook veel kansrijker.

De Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit,  
C. P. Veerman