

Sectorprognose Food | 4 september 2020

Type afzetkanaal blijkt voor foodsector cruciaal

Nadia Menkveld, sectoreconoom Agrifood

nadia.menkveld@nl.abnamro.com

De impact van de coronacrisis op de sector food is tweeledig: een flinke groei voor bedrijven die leveren aan (online) supermarkten en een behoorlijke daling voor bedrijven die aan de horeca leveren. Ook binnen een bedrijf kunnen de gevolgen van de coronacrisis verschillend uitpakken. Zo verkochten groenteverwerkers bijvoorbeeld meer verspakketten, maar minder kant-en-klare maaltijden. En frisdrankproducenten verkochten meer grote flessen frisdrank en minder kleine flesjes water. ABN AMRO verwacht voor 2020 een volumedaling van 4 procent in de sector food. De tweedeling in de sector blijft ook in de rest van 2020 nog van kracht.

De samenleving is als gevolg van de virusuitbraak enorm veranderd. Anderhalve meter afstand houden is de norm en gelegenheden waar mensen samenkomen, zoals cafés en restaurants, zijn aan strenge regels gebonden. Daarnaast zijn er andere grote maatschappelijke veranderingen die van invloed zijn op de manier waarop mensen nu eten en drinken. Zo wordt er minder gereisd, werkt iedereen zoveel mogelijk thuis en wordt het afgeraden om thuis meer dan zes bezoekers te ontvangen. Mensen zijn dan ook meer thuis en bevinden zich minder op werkplekken of bijvoorbeeld bus- en treinstations.

Macro-economische groeiverwachtingen

In procenten, jaar-op-jaar	2019	2020	2021
Nederlandse economie			
BBP	1,7	-5,2	2,4
Part. consumptie	1,5	-5,2	3,4
Overheidsconsumptie	1,6	-2,0	4,7
Investerings	4,6	-8,5	-2,4
Invoer	3,2	-6,2	4,0
Uitvoer	2,7	-6,3	4,0

Bron: CBS, Refinitiv, prognoses ABN AMRO Economisch Bureau

Prognose volumegroei sector Food

In procenten, jaar-op-jaar	2019	2020	2021
Food	1	-4	2
Vlees	2	-5	3
AGF	2	1	2
Zuivel	4	-2	2
Drank	-1	-8	6

Bron: CBS, ABN AMRO Sector Advisory

Relatief goede zomer, maar beeld voor horeca blijft negatief....

Als gevolg van het mooie weer en het feit dat veel mensen in eigen land bleven, stegen de bestedingen van consumenten aan eten en drinken in juli en augustus. Maar in het vierde kwartaal zullen de bestedingen bij restaurants naar verwachting weer afnemen. Bij slecht weer zal de beperkte capaciteit zorgen voor een lagere omzet. In de tweede helft van het jaar geldt dat door het verplaatsen van activiteiten van buitenshuis naar binnenshuis consumenten op andere plekken eten en drinken; minder in horeca, in de trein of op het werk en meer thuis.

Na coronadip weer stijging in juli en augustus voor horeca



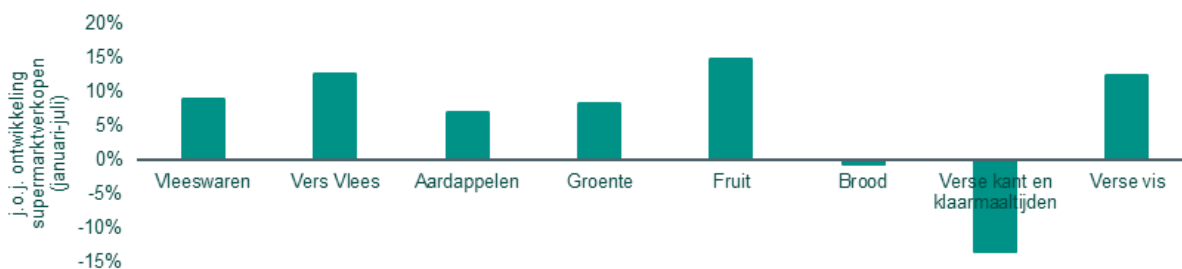
Bron: Pintransactiedata ABN AMRO/CADM/Sector Advisory

De uitgaven van werknemers in bedrijfsrestaurants zijn ook na het opheffen van de lockdown nog laag. Het wegvallen van de consumptie buitenshuis drukt zowel de verkochte volumes van voedselproducten als de prijs. Via het horecakanal worden vaak exclusievere, duurdere producten verkocht die moeilijker via het supermarktkanaal te verkopen zijn, zoals biefstuk, asperges of verse kruiden.

...en beeld (online) supermarkten juist positief

De uitgaven in de supermarkten zijn flink toegenomen en bleven ook in juni, juli en augustus op een hoger niveau dan in dezelfde periode vorig jaar. Consumenten geven aan nagenoeg alle productcategorieën meer uit; zo heeft de supermarkt meer vlees, groente, sauzen, fruit en vis verkocht.

Nagenoeg alle producten meer afgenomen in supermarkt



Bron: IRI

Daarmee wordt duidelijk dat het type kanaal sterk bepaalt hoe een bepaalde productgroep of voedselproducent door de crisis komt. Partijen die direct aan de supermarkten leveren, lijken in ieder geval tot minimaal 2021 te kunnen rekenen op een hogere afzet. Door de hogere volumes dit jaar verwacht [ABN AMRO](#) een stijging van 5 procent voor supermarkten. Terwijl de partijen die aan de horeca leveren het ook de rest van dit jaar en tot de zomer volgend jaar nog met lagere volumes zullen kampen.

Uitvoer in april en mei gedaald, in juni scherp herstel

Niet alleen in Nederland vindt een verschuiving van activiteiten van buitenshuis naar binnenshuis plaats. Ook in de landen om ons heen wordt minder gereisd, werken mensen minder vaak op kantoor en is de horeca aan beperkingen gebonden. Door deze beperkingen daalde de vraag vanuit restaurants, fastfoodketens en kroegen in belangrijke exportlanden en heeft de uitvoer van voedingsmiddelen een knauw gekregen. In april daalde de uitvoer met 5,5 procent en in mei met 11 procent. Met name producten die relatief vaak in horeca worden geconsumeerd, zoals vlees, vis en alcohol, werden door het buitenland minder afgenomen.

Uitvoer daalde in april en mei



Bron: CBS

In juni daalde de uitvoer niet langer en steeg zelfs licht ten opzichte van vorig jaar. Het herstel van de voedingsmiddelenexport werd in juni met name gedreven door een toename van de vraag uit landen buiten Europa. Het herstel is gunstig voor de sector Food. Het betekent dat Nederlandse voedingsmiddelen ook internationaal in trek blijven. De uitvoer van dranken leed in juni nog wel schade en daalde met bijna 20 procent.

Hoewel de uitvoercijfers na de lockdown er weer bovenop lijken te komen verwacht ABN AMRO dat de beperkingen die gelden als gevolg van de coronamaatregelen ook de rest van het jaar en begin 2021 nog druk zetten op de afzet van verschillende voedingsmiddelen naar het buitenland.

Recessie en werkloosheid in 2020 en 2021

ABN AMRO [verwacht](#) dat de Nederlandse economie dit jaar met 5,2 procent krimpt. Het derde kwartaal wordt beter dan het tweede, maar vanaf het vierde kwartaal worden de ontwikkelingen vooral door 'tweederonde-effecten' bepaald. De economie wordt dan afgeremd door een afname van investeringen en consumptie, minder export, een toenemend aantal faillissementen en oplopende werkloosheid. Vanaf medio 2021 zal de economie weer groeien, maar blijft de werkloosheid nog hoog. Een hogere werkloosheid heeft effect op het keuzegedrag van consumenten. In het verleden is

gebleken dat consumenten tijdens een crisis meer letten op prijs. Dit heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat het aandeel huismerken tijdens de kredietcrisis flink is toegenomen. Het heeft ook tot gevolg dat discountsupermarkten meer bezocht worden en dat consumenten duurdere gemakproducten inruilen voor goedkopere varianten.

De veranderingen als gevolg van de coronacrisis hebben grote invloed op de sector Food. ABN AMRO verwacht dat de volumes in de sector dit jaar met 4 procent dalen en dat die daling in 2021 slechts ten dele goedge maakt wordt.

Vanwege de recessie, de blijvende angst voor het virus onder de bevolking en de maatregelen die de horeca ook in de loop van 2021 nog in capaciteit beperken, vindt het volledige herstel van de sector pas na 2021 plaats.

Hieronder wordt verder ingegaan op de subsectoren vlees, groente en fruit, zuivel, drank en brood.

Volumes vlees dalen door zwakke horeca

De vleesconsumptie staat al een aantal jaar onder druk, al steeg de consumptie in 2018 volgens de Wageningen University & Research (WUR) weer licht. Volgens de universiteit kwam dit onder meer doordat er in de horeca meer vlees werd gegeten, wat onder meer gestimuleerd werd door het grote aantal toeristen in steden als Amsterdam. Onderzoeksbureau IRI stelde bovendien vast dat de supermarkten in 2019 juist minder vlees verkochten, daarmee lijkt horeca de groeiemarkt voor vlees. Nu de horeca hard geraakt is door de beperkingen en de afname van toeristen valt die groeiemarkt weg. Ook fastfoodketens, belangrijke afnemers van pluimveevlees en rundvlees, hebben onder de crisis te lijden gehad en bieden bovendien steeds vaker vegetarische producten aan. Hoewel de bestedingen van consumenten bij veel restaurants ook na de lockdown nog achter bleven, zijn inmiddels de uitgaven bij fastfoodketens weer stevig hersteld.

Verder is een belangrijk deel van de vleesproductie bestemd voor de export. Ook in de belangrijke exportlanden viel de vraag door sluiting van de horeca weg. In zowel april als mei daalde de uitvoer met 17 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. De vraaguitval als gevolg van de coronacrisis wordt dit jaar niet meer goedge maakt. Bovendien zijn ook de komende periode als gevolg van een stijging van het aantal besmettingen nog strenge maatregelen van kracht, waardoor de consumptie buitenshuis onder druk blijft staan. Daar komt nog bij dat de vleesconsumptie in Nederland en een aantal andere landen in Noord Europa aan populariteit inboet. Uit onderzoek van ABN AMRO blijkt dat Nederlandse consumenten overwegen om dit jaar en volgend jaar minder vlees te eten. Dierenwelzijn en het klimaat worden hiervoor vaak als motief genoemd. ABN AMRO verwacht voor 2020 een daling van de volumes van 5 procent. De verwachte stijging van 3 procent in 2021 maakt het verlies van 2020 slechts deels goed.

Minder kant-en-klare salades, meer verspakketten

De handel en verwerking van groente en fruit verliepen relatief goed. Veel bedrijven in deze subsector profiteerden van de toename van supermarktverkoop. Wel zijn er grote verschillen tussen de diverse groentes. Zo stegen de afzet en prijzen van sommige glasgroente zoals paprika's en aubergine. Dalingen deden zich voor bij typische horecaproducten, zoals friet en asperges.

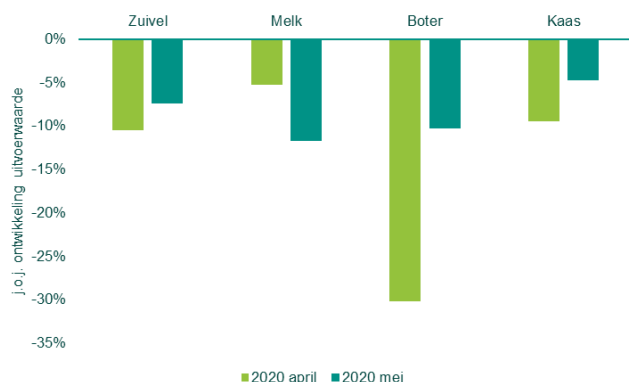
Sinds de crisis is het consumptiegedrag sterk gewijzigd; minder voeding onderweg en meer thuis. Hierdoor worden bijvoorbeeld minder kant-en-klare lunches of belegde broodjes afgenomen. Volgens cijfers van onderzoeksbureau IRI daalde de verkoop van kant-en-klare maaltijden in de eerste zeven maanden van dit jaar met 14 procent jaar op jaar. Gemakproducten waarbij de consument zelf de maaltijd klaarmaakt, zoals verspakketten of maaltijdboxen, vinden juist wel gretig aftrek. Uit transactiedata van ABN AMRO blijkt dat de uitgaven aan maaltijdboxen sinds mei zijn verdubbeld. Nu thuiswerken voorlopig de norm blijft, zal dit soort producten bovengemiddeld verkocht worden.

De uitvoer van groente en fruit daalde in april en mei, maar de schade bleef beperkt. Ook in het buitenland waren Nederlandse groente en fruit tijdens de coronacrisis nog redelijk in trek. Voor 2020 verwacht ABN AMRO dat de verkoopvolumes voor groente- en fruitproducenten en handelaren met 1 procent stijgen en in 2021 met 2 procent.

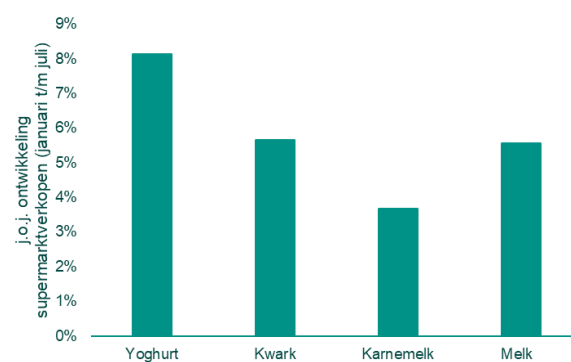
Meer zuivel via supermarkten maakt daling uitvoer niet goed

Zuivelverwerkers zijn minder afhankelijk van consumptie buiten de deur dan de drankenindustrie of de vleesindustrie, al behalen zij wel degelijk omzet uit kleinere verpakkingen die al dan niet worden gecombineerd met kant-en-klare ontbijten voor consumptie in de trein of de auto. Verder is een belangrijk deel van de zuivelindustrie afhankelijk van de uitvoer. Door de lockdown in belangrijke afzetlanden, [gebrek aan koelcontainers](#) en congestie in belangrijke havens in China, kreeg de uitvoerwaarde van zuivelproducten een knauw. De uitvoer van melkpoeder naar China nam bijvoorbeeld flink af.

Stijging verkoop zuivelproducten supermarkt, maakt daling uitvoer niet goed



Bron: CBS



Bron: IRI

De daling van de uitvoerwaarde is deels te wijten aan een lagere zuivelprijs. In april en mei daalden de afzetprijzen voor de zuivelindustrie met 2 procent. De prijs van rauwe melk daalde harder, terwijl de consumentenprijs van verschillende zuivelproducten steeg juist.

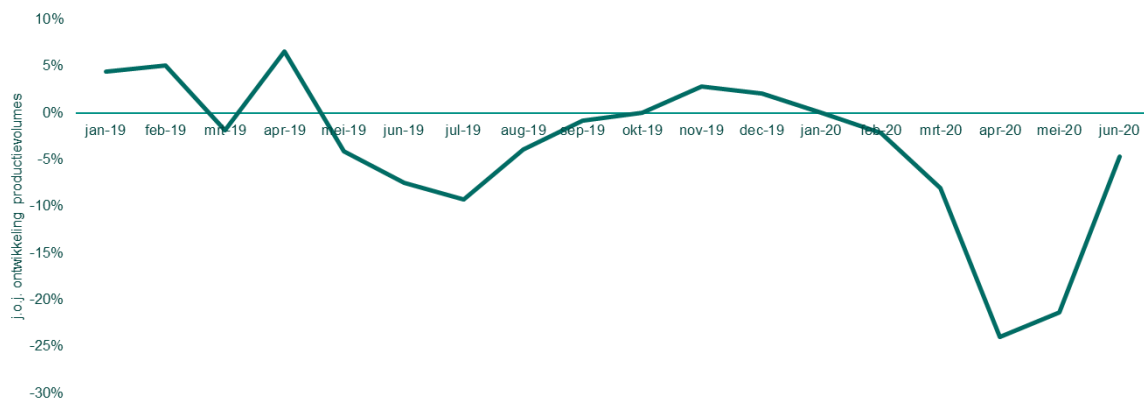
Net als groente, fruit en vlees stegen in de eerste zeven maanden van dit jaar ook de verkopen van zuivelproducten sterk. Zo werd er 8 procent meer yoghurt verkocht en 6 procent melk. Zuivelspecialiteiten zoals toetjes stegen met 12 procent het snelst. Het feit dat zuivel met name verkocht wordt in de supermarkten heeft ervoor gezorgd dat de productie van zuivelproducten nog wel enigszins op peil bleef. De zuivelproductie bleef in de eerste zes maanden van 2020 stabiel, maar zette in juni de daling in. ABN AMRO verwacht dat de volumes voor zuivelproducten in 2020 met 2 procent zullen dalen en door een hogere vraag in onder andere China in 2021 met 2 procent weer zullen stijgen.

Drankenindustrie het hardst geraakt

De drankensector wordt hard geraakt door de coronacrisis. De afname van het aantal verjaardagsfeestjes, huwelijken, festivals en kroeg- en restaurantbezoeken leidt tot een terugval in de verkoop van alcoholhoudende dranken. De

bestedingen via slijterijen zijn weliswaar in het eerste half jaar met bijna 25 procent toegenomen, maar dat maakt het verlies niet goed.

Productie drankenindustrie herstelt wel, maar maakt dit jaar niet meer goed



Bron: CBS

Ook nam de uitvoer van alcoholhoudende dranken zoals bier en wijn in april en mei flink af. Zo exporteerden Nederlandse bedrijven in mei 50 procent minder alcoholhoudende dranken naar de Verenigde Staten dan in dezelfde maand een jaar eerder. Tevens daalde de uitvoer van alcohol naar landen binnen de Europese Unie.

Ook de verkoop van frisdranken lijdt onder de coronacrisis. Net als voor alcohol geldt voor frisdranken dat een belangrijk deel van de verkopen afhankelijk is van sociale activiteiten thuis, in de kroeg of op festivals. Daar komt nog bij dat een groot deel van het assortiment van frisdrankproducenten specifiek is gericht op producten die onderweg gedronken worden. Flesjes water en blikjes cola zijn hier voorbeelden van. Doordat mensen minder onderweg zijn, worden deze producten minder afgezet. De maatregelen om het virus in te dammen blijven voorlopig in stand. De vooruitzichten voor de drankenindustrie voor 2020 en 2021 zijn daardoor niet positief. ABN AMRO verwacht een daling van de volumes van 8 procent in 2020. De verwachte stijging van 6 procent in 2021 maakt dit verval slechts deels goed.

TRANSACTIE DATA ABN AMRO

Het coronavirus is een nieuw fenomeen voor economen en aangezien de meeste officiële data over consumptie weken, soms maanden, achterlopen is het moeilijk een inschatting te maken van de directe impact van de verspreiding van het virus op de Nederlandse economie. Daarom hebben wij op basis van transactiedata realtime-indicatoren ontwikkeld om consumptie te meten. De data bestaat uit fysieke pintransacties en online betalingen (iDEAL) van ABN AMRO klanten. Per dag gaan er miljoenen transacties door betalingssystemen van banken heen en op basis van deze transacties berekenen wij de geaggregeerde consumptie en de consumptie opgesplitst in verschillende dienst- en productgroepen. Zo kunnen wij onze klanten beter informeren over de staat van de Nederlandse economie en beleidsmakers helpen om goede keuzes te maken op basis van kwantitatieve analyses.

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Door de onzekerheid over het verloop van het coronavirus zijn deze verwachtingen met meer onzekerheid omgeven dan gebruikelijk. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Het gebruik van tekst of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Teksten zijn afgesloten op 1 september 2020.