

Macht en Prijsvorming in Agrofoodketens

Dr. F.H.J. Bunte
Dr. W.E. Kuiper
Drs. M.A. van Galen
Drs. S.T. Goddijn

Projectcode 64522

Februari 2003

Rapport 5.03.01

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgedeeld. Dit rapport valt binnen het domein:

- Wettelijke en dienstverlenende taken
- Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- Ruimte en Economie
- Ketens
- Beleid
- Gamma, instituties, mens en beleving
- Modellen en Data

Macht en Prijsvorming in Agrofoodketens

Bunte, dr. F.H.J., dr. W.E. Kuiper, drs. M.A. van Galen en Silvia Goddijn

Den Haag, LEI, 2003

Rapport 5.03.01; ISBN 90-5242-793-3; Prijs €16,50 (inclusief 6% BTW)

73 p., fig., tab., bijl.

Deze studie onderzoekt de prijstransmissie in de Nederlandse ketens voor rundvlees, kalfsvlees, varkensvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patates frites. Er wordt een connectie gemaakt met de empirie en bestaande literatuur over prijstransmissie, marktmacht en mededingingsbeleid. Modelmatig wordt de prijsoverdracht in de diverse ketens vastgesteld.

Bestellingen:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: publicatie@lei.wag-ur.nl

Informatie:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: informatie@lei.wag-ur.nl

© LEI, 2003

Vermenigvuldiging of overname van gegevens:

- toegestaan mits met duidelijke bronvermelding
- niet toegestaan



Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.

Inhoud

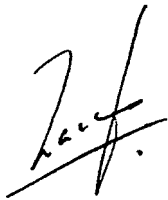
	Blz.
Woord vooraf	7
Samenvatting	9
1. Inleiding	13
2. Literatuursamenvatting	15
2.1 Definities	15
2.2 Verklaringen voor imperfecte prijstransmissie	18
2.3 Empirisch onderzoek	24
2.4 Conclusie	26
3. De Nederlandse vlees- en aardappelketens	27
3.1 Inleiding	27
3.2 Mengvoederindustrie	27
3.3 Varkensvlees	28
3.4 Rundvlees	30
3.5 Kalfsvlees	31
3.6 Pluimveevlees	32
3.7 Aardappelen	33
3.8 Finale afzet	35
4. Marktmacht in vlees en aardappelen	42
4.1 Asymmetrie	42
4.2 Marktmacht	46
4.3 BSE-kosten en rundvleesprijzen	47
4.4 Conclusie	48
5. Beleidsevaluatie	50
5.1 Europese Unie	50
5.2 Lidstaten van de EU	53
5.3 Verenigde Staten	57
5.4 Evaluatie	58
6. Bevindingen	60
Literatuur	63
Bijlagen	
1 Afwenteling BSE-kosten	69
2 Historische relatie tussen ketenprijzen	72

Woord vooraf

Onderzoek en beleid ten aanzien van mededinging en prijsoverdracht zijn in het afgelopen decennium (1990-2000) sterk in ontwikkeling geweest. In Europa, de VS en Nederland wordt aandacht besteed aan de toenemende concentratie bij het grootwinkelbedrijf en de betekenis hiervan voor de prijsvorming. Deze aandacht strekt zich ook in belangrijke mate uit tot agrofoodketens. De prijsvorming valt in potentie in het nadeel uit van zowel boer als consument. Om inzicht te ontwikkelen in de relatie tussen prijsoverdracht en marktmacht wordt in deze studie zowel de theorie, de empirie als het beleid aan analyse onderworpen. Door prijsoverdracht in de keten te modelleren middels een tijdreeks model wordt een bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van methodieken om prijstransmissie te meten. Tevens worden vanuit de theorie mogelijke verklaringen van onvolkomen prijstransmissie uiteengezet. Hierbij speelt ook steeds het complexe onderscheid tussen normale winstmarges en het uitoefenen van marktmacht, hetgeen leidt tot bovennormale marges.

De analyse in hoofdstuk 4 is een voorbeeld van de vruchtbare samenwerking tussen Wageningen Universiteit en LEI. Het onderzoek is in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij uitgevoerd door Erno Kuiper (WU), Frank Bunte (LEI), Michiel van Galen (LEI) en Sylvia Goddijn (LEI). Daarnaast zijn bijdragen geleverd door Koos de Vlieger (LEI). De onderzoekers zijn het CBS en PVE dankbaar voor het beschikbaar stellen van data. Een speciaal woord van dank gaat uit naar de leden van de begeleidingscommissie voor hun commentaar tijdens de totstandkoming van het rapport. De begeleidingscommissie bestond uit Gerrit Meester, Doekele Haagsma (beide MLNV, afdeling IZ), Eelco Klein (MLNV, I&H), Sicco Beukema (MLNV, VVA), Teun Klumpers (MLNV, DL) en Gita Mahabir (MLNV, Vis). Verder danken wij Gabriëlle ten Broeke (NMa) voor commentaar.

Prof.dr.ir. L.C. Zachariasse
Algemeen directeur LEI B.V.



Samenvatting

De afgelopen jaren komt de kwestie van imperfecte prijsoverdracht zeer regelmatig aan de orde in het publieke debat. Ook de wetenschappelijke en beleidsliteratuur heeft de nodige aandacht besteed aan het onderwerp. Een recent voorbeeld betreft de prijsdaling van slachtrunderen tussen oktober 2000 en april 2001, die niet gevolgd is door een daling van de rundvleesprijzen van slachterijen en detailhandel (CBS 2002). In deze studie worden de Nederlandse ketens voor vlees en aardappelen als casus genomen om imperfecties in de prijsoverdracht vast te stellen en te onderzoeken in hoeverre eventuele imperfecties terug te voeren zijn op marktmacht.

In hoofdstuk 2 wordt een overzicht gegeven van de economische literatuur over prijstransmissie, ook wel prijsoverdracht genoemd. Prijstransmissie betreft de relatie tussen prijsveranderingen op de diverse niveaus in de keten. Er is sprake van onvolkomen prijs-overdracht wanneer deze relatie niet één-op-één verloopt. Er zijn drie vormen van onvolkomen prijsoverdracht:

1. prijsveranderingen worden niet volledig doorgegeven;
2. er zit tijd tussen de prijsveranderingen op de verschillende niveaus in de keten;
3. er is een asymmetrie tussen positieve en negatieve prijsschokken, i.e. de reactie op positieve schokken (stijging inkoopprijs) verschilt van de reactie op negatieve schokken (daling inkoopprijs).

Marktmacht wordt in de literatuur gedefinieerd als 'overwinst' en wordt dus gezien als resultaat. Men spreekt van overwinst wanneer de winstmarge hoger is dan de marge die nodig is om productie en investeringen mogelijk te maken. Productie en investeringen zijn mogelijk, indien er een 'redelijke' vergoeding van eigen vermogen en risico tegenover staat. In de literatuur wordt de verhouding tussen prijs en (marginale) kosten gebruikt om marktmacht te meten (Lerner-index).

Er zijn twee typen marktmacht: verkoopmacht en inkoopmacht. Verkoopmacht betreft het vermogen om de verkoopprijs (duurzaam) te verhogen zonder concurrentie van andere aanbieders uit te lokken. Inkoopmacht betreft het vermogen om de inkoopprijs (duurzaam) te verlagen zonder concurrentie van andere vragers uit te lokken. Marktmacht kan ook gebruikt worden om anderszins gunstige inkoop- of verkoopvoorwaarden te be-dingen.

De economische theorie geeft een aantal mogelijke verklaringen voor onvolledige dan wel vertraagde prijsoverdracht:

- *Marktmacht en prijsspel tussen aanbieders* Marktmacht verklaart dat prijsveranderingen niet volledig doorberekend worden, maar verklaart als zodanig geen vertragingen of asymmetrieën in de prijsoverdracht. Het basisprobleem van marktmacht is het bestaan van overtollige winstmarges. Het prijsspel tussen een klein aantal producenten of aanbieders vormt wel een verklaring voor prijsasymmetrieën

in het nadeel van boer en tuinder. Prijsdalingen worden in tegenstelling tot prijsstijgingen niet doorgevoerd om toch vooral geen prijsoorlog te beginnen.

- *Aanpassingskosten* Indien de kosten van prijsverandering (etikettering, reclame) hoog zijn, passen grootwinkelbedrijven hun consumentenprijzen slechts op een beperkt aantal tijdstippen aan. Vanwege het optreden van inflatie komen aanpassingen naar boven vaker voor dan aanpassingen naar beneden.
- *Inkoopsubstitutie en schaalvoordelen* Prijsveranderingen verlopen ook niet één-op-één, indien de onderliggende kosten- en vraagstructuur niet-lineair is. Dit is onder andere het gevolg van schaalvoordelen (dalende gemiddelde kosten als functie van de productie) en inkoopsubstitutie.

Aanpassingskosten en een niet-lineair verloop van vraag en kosten vormen geen bron voor maatschappelijke zorg, marktmacht wel.

Er bestaat een omvangrijke empirische literatuur op het terrein van prijsasymmetrie, in het bijzonder voor agrarische markten en producten. In dit onderzoek wordt veelvuldig prijsasymmetrie in het nadeel van boer en consument aangetroffen. Dit fenomeen wordt veelvuldig geweten aan marktmacht, maar kan ook op aanpassingskosten berusten. In de empirische literatuur is geen eenduidig beeld van de oorzaak van positieve prijsasymmetrie.

In hoofdstuk 3 worden de agrofoodketens, die in ons onderzoek als casus genomen zijn, nader beschreven: varkensvlees, rundvlees, kalfsvlees, pluimveevlees, consumptie- en industrieaardappelen. De Nederlandse ketens voor vlees en aardappelen zijn inmiddels in sterke mate geconcentreerd op het niveau van verwerking en detailhandel. Concurrentie blijft voor een belangrijk deel bewaard door het open karakter van de Nederlandse ketens voor beide producten. De export van de betrokken producten bedraagt vaak meer dan de helft van de productie. Bovendien zijn de productie en de verwerking niet alleen afhankelijk van de detailhandel en is de detailhandel niet alleen afhankelijk van de Nederlandse productie. De ketens voor kalfsvlees en pluimveevlees zijn sterk geïntegreerd. De afhankelijkheid van boeren van de schakels mengvoederindustrie en slachterij kan groot zijn.

In hoofdstuk 4 wordt middels een tijdreeksmodel de aard van de prijstransmissie in de diverse ketens onderzocht. De resultaten worden gegeven als de reactie in de prijs in de diverse schakels in de keten op een prijsstijging en prijsdaling bij de boer van één standaarddeviatie. De reactie is verder opgesplitst in het effect na 6 maanden, na 1 jaar en het lange termijn effect.

In het algemeen geldt dat prijsveranderingen af-boerderij in beperkte mate vertaald worden in de consumentenprijzen. De detailhandel hanteert de door haar gewenste vaste prijzen. Voor varkens- en pluimveevlees hebben wij een prijsasymmetrie waargenomen, in het nadeel van de boer. De prijsasymmetrie bij varkensvlees is in het voordeel van de detailhandel. De prijsasymmetrie bij pluimveevlees is met name in het voordeel van de groothandel en verwerking. Voor rundvlees, kalfsvlees en patates frites is er sprake van prijsafvlakking ('levelling'). Voor consumptieaardappelen constateren wij een prijsasymmetrie in het voordeel van de boer. Middels een test is onderzocht of er significante onafhankelijkheid is tussen de prijzen op de verschillende niveaus in de keten, hetgeen kan duiden op marktmacht. De groothandelsprijzen van varkensvlees en patates

frites blijken zich onafhankelijk te ontwikkelen van de prijsontwikkelingen in de andere schakels in de Nederlandse ketens. Een deel van de verklaring hiervoor moet echter gezocht worden in een afhankelijkheid van internationale markten. Voor de detailhandel kan geen onafhankelijkheid van de andere schakels worden aangetoond. De introductie van de verplichte BSE-test heeft (tezamen met de MKZ-crisis) de wig tussen de af-boerderijprijs van rundvlees en de groothandelsprijs van rundvlees vergroot.

Vervolgens wordt in hoofdstuk 5 ingegaan op het beleid om misbruik van (en ontstaan van) marktmacht tegen te gaan. Hiertoe is een analyse gemaakt van het concurrentiebeleid van de Europese Unie, Nederland, Frankrijk, Duitsland en de Verenigde Staten. De (vermeende) marktmacht van het grootwinkelbedrijf is recentelijk aangepakt in Frankrijk en Duitsland met een reeks maatregelen, waaronder een verbod beneden de inkoopprijs te verkopen. De wetgeving is primair gericht op het klein- en middenbedrijf in de detailhandel en heeft slechts indirect effecten voor de land- en tuinbouw.

Samengevat komt het rapport tot de volgende bevindingen:

1. Er zijn geen sterke aanwijzingen dat het grootwinkelbedrijf marktmacht uitoefent in de vorm van een positieve prijsasymmetrie. Er is sprake van een positieve prijsasymmetrie, indien het grootwinkelbedrijf prijsdalingen af-boerderij niet doorrekent in de consumentenprijs en prijsstijgingen af-boerderij wel. Het grootwinkelbedrijf doet dit echter alleen bij varkensvlees en niet bij de overige vijf productcategorieën. Het onderzoek geeft geen uitsluitsel over de vraag of de prijsasymmetrie bij varkensvlees het gevolg is van marktmacht of andere oorzaken, in het bijzonder aanpassingskosten. Er is ook sprake van een prijsasymmetrie in het nadeel van de boer en in het voordeel van groothandel en verwerking bij pluimveevlees.
2. Het grootwinkelbedrijf vertaalt zowel positieve als negatieve prijsveranderingen af-boerderij in beperkte mate door in de consumentenprijs. De detailhandel vlakkt de prijsontwikkeling op consumentenniveau af. Dit geldt het sterkst voor rundvlees, kalfsvlees en patates frites. Dit wil niet zeggen dat de detailhandel op lange termijn ongevoelig is voor prijsveranderingen elders in de keten. Integendeel, consumentenprijzen zijn duidelijk gerelateerd aan de prijzen af-boerderij en op groothandelniveau.
3. De kosten van de wettelijk verplichte BSE-test zijn in het geheel op de producent afgewenteld. Deze afgewenteling is conform de economische theorie over belastingafwenteling (belastingincidentie). Gegeven de consumentenvraag wordt een kostenstijging op slachterijniveau vertaald in een daling van de vraag naar rundvlees door slachterijen. De daling van de vraag naar rundvlees door slachterijen komt in de inkooprijzen van de slachterijen tot uitdrukking. De kostenafwenteling heeft als zodanig niets met marktmacht van slachterij en detailhandel te maken. Voor de uiteindelijke prijzen maakt het niet uit bij welke partij(en) in de keten de kosten neergelegd worden. Subsidiëring door de overheid beperkt de stijging van de consumentenprijzen en de daling van de af-boerderijprijzen ten gevolge van de introductie van de BSE-test.
4. In Frankrijk, Duitsland en de VS wordt inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf tegengegaan met een reeks bepalingen in het mededingingsrecht, onder andere de bepaling dat de verkoopprijs niet beneden de inkoopprijs mag liggen. Dit beleid

wordt in alle drie de landen actief ten uitvoer gelegd. De wetgeving ter zake is bedoeld om de positie van het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel te beschermen. In zoverre de wetgeving misbruik van inkoopmacht tegengaat, is zij gewenst. In zoverre de wetgeving de positie van het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel anderszins beschermt, belet zij de groei van meer efficiënte vormen van distributie (grootwinkelbedrijf). Om deze reden is de wetgeving ter zake scherp bekritiseerd door economen. Het verbod kan bovendien omzeild worden met behulp van ketenafspraken. Verder beperkt het verbod eventuele kruissubsidies op voedingsproducten.

5. Het Franse grootwinkelbedrijf past kruissubsidies op voedingsmiddelen toe. Dit betekent dat het Franse grootwinkelbedrijf de afzet van agrarische producten bevordert in Frankrijk en in landen die naar Frankrijk exporteren. Uitgaande van een stijgende aanbodcurve leidt kruissubsidiëring ook tot een verbetering van de de prijzen afboerderij in Frankrijk en in landen die naar Frankrijk exporteren. Een verbod voor het grootwinkelbedrijf op verkoop beneden de inkoopprijs reduceert kruissubsidies op voedingsproducten en schaadt dus de afzet en prijsvorming van agrarische producten. Indien het grootwinkelbedrijf een excessieve marge op een voedingsproduct zet, dan schaadt het afzet en prijsvorming van agrarische producten.
6. Het Franse, Duitse en Spaanse grootwinkelbedrijf bepaalt de consumentenprijzen (catalogusprijzen) enige weken (3-7 weken) van tevoren. Dit belemmert de mogelijkheden om de effecten van een korte termijn overaanbod op te vangen via een groei van de consumentenvraag. Indien de consumentenprijs immers vastligt, kan de consumentenvraag niet uit hoofde van een prijsdaling stijgen.
7. Gelet op het feit dat er geen sterke aanwijzingen zijn voor misbruik van marktmacht door het grootwinkelbedrijf, althans bij vlees en aardappelen, is er geen reden het mededingingsbeleid aan te scherpen. Een verbod voor het grootwinkelbedrijf van verkoop beneden de inkoopprijs beperkt de mogelijkheid van kruissubsidiëring ten gunste van de land- en tuinbouw. Het belet eventueel de groei van meer efficiënte distributievormen. Het verbod kan bovendien omzeild worden door ketenafspraken aan te gaan met leveranciers.
8. Het onderzoek geeft inzicht in prijsoverdracht in Nederlandse ketens, maar verklaart de geconstateerde patronen in beperkte mate. Vervolgonderzoek kan nader licht werpen op de oorzaken achter de geconstateerde prijspatronen. In het bijzonder kan nagegaan worden of de prijsasymmetrie bij varkensvlees voortvloeit uit marktmacht. Er zijn in de economische literatuur enige voorbeeldstudies op dit terrein. Dit onderzoek wordt nog niet breed toegepast en verkeert nog in een experimentele fase. Het is in theorie ook mogelijk door middel van bedrijfseconomisch onderzoek kosten en marges in kaart te brengen. Dit is echter allerm minst een sinecure. Het onderzoek geeft ook geen inzicht in de betekenis van concentratie en inkoop samenwerking in het Europese grootwinkelbedrijf. Gelet op de grote mate van concentratie die in Europa reeds bereikt is, valt studie van internationale inkoop samenwerking door het grootwinkelbedrijf aan te bevelen. In deze studie kan ook nagegaan worden of nadere internationale afstemming van mededingingsbeleid binnen EU en WTO noodzakelijk is.

1. Inleiding

In de periode oktober 2000 tot en met april 2001 is de prijs van slachtrunderen in Nederland met 35% gedaald. Deze prijsdaling is niet gevolgd door een daling van de rundvleesprijzen van slachterijen en detailhandel (CBS 2002). Integendeel, de verkoopprijs van slachterijen is gelijk gebleven, terwijl die van de detailhandel zelfs met 4% is gestegen.¹ Deze verschillen in prijsontwikkeling geven aanleiding voor publiek debat in diverse fora als krant en Tweede Kamer. Prijsveranderingen op één niveau in de keten worden klaarblijkelijk niet vertaald in prijsveranderingen op andere niveaus in de keten. Boeren en consumentenorganisaties wijzen hierbij met de beschuldigende vinger naar slachterijen en in toenemende mate naar het grootwinkelbedrijf. Deze partijen zouden misbruik maken van hun (vermeende) economische macht om de winst te vergroten. De boer ontvangt dienengevolge te weinig voor het vlees en/of de consument betaalt teveel.

Voorbeelden van gebrekkige prijstransmissie zijn er volop. Dit geeft aanleiding tot publiek debat over een gebrek aan marktwerking in vele sectoren en in vele landen, maar ook tot wetenschappelijk- en beleidsonderzoek. In de Verenigde Staten en in diverse Europese landen zijn en worden vele studies uitgevoerd naar de vraag of (1) ketenpartijen overwinst maken en (2) ketenpartijen prijsveranderingen volledig doorrekenen en hoe snel. Dit gebeurt niet alleen voor agrarische markten (Meyer en Von Cramon-Taubadel, 2002, McCorriston, 2002), maar ook voor benzinemarkten (Borenstein et al., 1997) en markten in het algemeen (Peltzman, 2000). Deze studies worden voor een belangrijk deel door overheden geëntameerd. De EU laat een studie naar prijstransmissie in de suikermarkt uitvoeren ter voorbereiding van een evaluatie van het beleid ten aanzien van de gemeenschappelijke suikermarkt (Official Journal, 30/01/2001). In een voorgaande studie heeft de EU het belang van inkoopmacht laten onderzoeken (Dobson, 1999). De NMa heeft een studie naar de prijsopbouw van benzine gedaan. Het Britse Ministerie van Landbouw heeft de Britse vleesketens laten onderzoeken (MAFF, 1999). Het Franse Ministerie van Economische Zaken laat dit momenteel voor de Franse markten doen.

In deze studie zullen wij de Nederlandse ketens voor vlees en aardappelen als casus nemen om imperfecties in de prijstransmissie vast te stellen en te onderzoeken in hoeverre eventuele imperfecties terug te voeren zijn op marktmacht. De studie heeft de volgende probleemstellingen:

1. identificatie van indicatoren die marktmacht meten en van indicatoren die boven-normale marges vaststellen;
2. identificatie van de wijze waarop de relatie tussen marktstructuur en marges empirisch bepaald kan worden.

Doel van de studie is om methodieken aan te dragen waarmee misbruik van marktmacht vastgesteld kan worden alsmede beleidsopties om eventuele marktmacht tegen te

¹ Dit geldt ook, indien een langere periode in beschouwing genomen wordt.

gaan. De analyse wordt uitgevoerd voor zes ketens: varkensvlees, rundvlees, kalfsvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patates frites. Deze ketens zijn gekozen, omdat marktmacht zich in deze ketens mogelijkerwijs voordoet, zowel op het niveau van de industrie als het grootwinkelbedrijf. Verder betreft het economisch belangrijke sectoren met doorgaans vrije prijsvorming (met uitzondering van rundvlees).

De analyse bestaat uit de volgende onderdelen. Hoofdstuk 2 betreft een literatuursamenvatting. In dit hoofdstuk worden de gebruikte begrippen gedefinieerd. Verder wordt uitgebreid ingegaan op mogelijke oorzaken van marktmacht en andere imperfecties in de prijstransmissie. Het hoofdstuk geeft ook een kort overzicht van de empirische studies die uitgevoerd zijn. Hoofdstuk 3 schetst de zes ketens. Het hoofdstuk gaat met name in op de marktstructuur in de onderscheiden markten, de wijze waarop transacties tot stand komen en het belang van import en export. In hoofdstuk 4 stellen wij vast, in hoeverre zich imperfecties in de prijsvorming voordoen en in hoeverre deze imperfecties samenhangen met eventueel misbruik van marktmacht. Hoofdstuk 5 beschouwt, in hoeverre er beleidsmatige oplossingen zijn voor misbruik van marktmacht in het onderhavige vraagstuk. Hiertoe wordt geanalyseerd welk beleid in de VS, de EU en enige Europese landen geëntameerd is om imperfecties in de prijstransmissie tegen te gaan. De beleidsanalyse bevat ook een evaluatie van dit beleid.

2. Literatuursamenvatting

In de laatste jaren is er (weer) volop maatschappelijke discussie over prijsvorming in agrofoodketens. De discussie wordt platweg samengevat in de stelling dat de boer te weinig terugziet van zijn inspanningen, omdat andere ketenpartijen zich een te groot deel van de koek toe-eigenen. Deze stelling is allerminst nieuw. In het verleden is met name de vermeende marktmacht van de verwerkende industrie ter discussie gesteld (Connor en Schiek, 1997). Recentelijk wordt ook met de beschuldigende vinger naar het grootwinkelbedrijf gewezen, met name in West-Europa. De discussie over prijsvorming rond de keukentafel van boerenhuishoudens vindt inmiddels weerklank in kamervragen, onderzoek en beleid. Deze studie draagt een steentje bij aan deze discussie door te onderzoeken hoe de prijsvorming verloopt en welke invloed concentratie in verwerking en grootwinkelbedrijf hierop heeft. In dit hoofdstuk gaan wij na welke redenen er vanuit de theorie aangegeven worden voor onvolkomenheden in de prijsoverdracht tussen boer en consument. Dit doen wij als volgt. In paragraaf 2.1 definiëren wij de belangrijkste begrippen. In paragraaf 2.2 behandelen wij de theoretische literatuur en in paragraaf 2.3 de empirische literatuur.

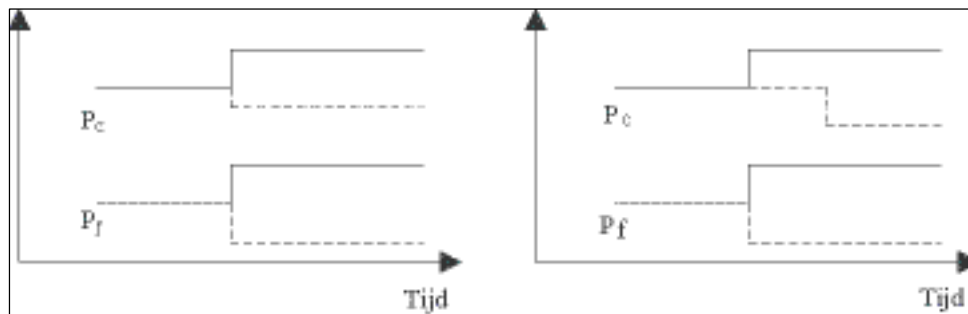
2.1 Definities

Prijstransmissie

Deze studie behandelt prijsoverdracht in agrofoodketens. Prijsoverdracht betreft de relatie tussen prijzen op af-boerderijniveau en de consumentenprijzen (alsmede de prijzen op tussenliggende niveaus in de keten). De studie onderzoekt of er onvolkomenheden in de prijsoverdracht zijn. Er is sprake van een onvolkomenheid indien prijsveranderingen niet één op één plaatsvinden. Er zijn drie redenen aan te geven, waarom de prijstransmissie niet één op één plaatsvindt.

- (1) Prijsveranderingen worden niet volledig doorgegeven. Dit probleem kan zich zowel op korte als op lange termijn voordoen. Als dit probleem zich op lange termijn voordoet, wordt er in een bepaalde schakel (waarschijnlijk) duurzaam overwinst gemaakt. In dat geval behoeven niet alleen de prijsveranderingen, maar ook de prijsniveaus aandacht.
- (2) Er zit tijd tussen de prijsveranderingen op af-boerderijniveau en die op detailhandelniveau. Dit probleem betreft de korte termijn.
- (3) Er is een asymmetrie tussen positieve en negatieve prijsschokken. Asymmetrische prijstransmissie duidt op het fenomeen dat de reactie op een prijsdaling verschilt van de reactie op een prijsstijging. De asymmetrie kan zowel betrekking hebben op de omvang als de snelheid. Figuur 2.1A geeft een voorbeeld van een asymmetrie in omvang. Een positieve prijsschok heeft een groter effect op de consumentenprijs P_c dan een negatieve prijsschok. Figuur 2.1B geeft een voorbeeld van een asymmetrie in

snelheid. De consumentenprijs P_c verandert bij een positieve verandering in af-boerderijprijs P_f sneller dan bij een negatieve verandering. In het vervolg van deze studie spreken wij van een *positieve asymmetrie*, indien de consumentenprijs sneller en sterker reageert op stijgingen in de af-boerderijprijs dan op dalingen. Er is sprake van *negatieve asymmetrie*, indien de prijs sneller en sterker reageert op dalingen in de af-boerderijprijs dan op stijgingen. Asymmetrie in de prijsoverdracht is eveneens een korte termijn probleem, zij het dat de korte termijn 'lang' kan duren.



Figuur 2.1 Asymmetrie in omvang (A) en snelheid (B)

Marktmacht

Onvolledige prijsoverdracht en prijsasymmetrie wordt in de publieke discussie over prijsvorming in agrofoodketens toegedicht aan marktmacht. In de economische literatuur wordt marktmacht gedefinieerd als resultaat (Scherer en Ross, 1990). Als zodanig geeft marktmacht informatie over de prijsniveaus in de keten. Marktmacht betreft de 'overwinst' van bedrijven¹. Een winstmarge is noodzakelijk om bedrijven tot productie en investeringen in het productieapparaat aan te zetten. Voor zover de winstmarge hoger is dan de marge om productie en investeringen mogelijk te maken, is er sprake van 'overwinst'. De verhouding tussen prijs en (marginale) kosten wordt in de literatuur gehanteerd om de marktmacht te meten. De optimale verhouding tussen prijs P en marginale kosten MC volgt uit winstmaximalisatie.

$$L = \frac{P - MC}{P} = \frac{qHHI}{e}$$

Deze verhouding wordt wel aangeduid als de Lerner-index. De prijs-kostenverhouding is afhankelijk van de prijselasticiteit van de vraag ϵ , de concentratie in de bedrijfstak (HHI) en de mate van expliciete of impliciete afstemming θ . Als de ondernemingen in de bedrijfstak prijsnemer zijn, is de prijselasticiteit van de vraag groot. De

¹ In de mededingingswetgeving is marktmacht anders gedefinieerd. Marktmacht betreft het vermogen van ondernemingen zich te kunnen gedragen zonder rekening te houden met afnemers, concurrenten en leveranciers. Dit betreft in het bijzonder het vermogen (potentiële) concurrentie uit te kunnen schakelen. Dit kan tot 'overwinst' leiden, maar dit is niet noodzakelijkerwijs het geval.

prijs-kostenverhouding is navenant laag. De mogelijkheden om de prijsvorming te beïnvloeden hangen af van de concentratie in de bedrijfstak en van de mate van afstemming. De prijs-kostenverhouding is een stijgende functie van de concentratiemaatstaf HHI en van de mate van afstemming θ . Voor een monopolist zijn HHI en θ gelijk aan 1. HHI en θ zijn nul ingeval van perfecte concurrentie. Met de relatering van de prijs-kostenverhouding aan vraag en prijsgedrag lopen wij vooruit op de verklaring van de prijs-kostenverhouding.

Er zijn twee type marktmacht: verkoopmacht en inkoopmacht. Verkoopmacht richt zich op de afnemers. Voor de verwerkende industrie is dit het grootwinkelbedrijf en voor het grootwinkelbedrijf is dit de consument. Inkoopmacht richt zich op de leveranciers. Voor de verwerkende industrie zijn dit boeren en tuinders en voor het grootwinkelbedrijf is dit de verwerkende industrie. Bedrijven hebben verkoopmacht, indien zij de verkoopprijs (kunnen) laten stijgen zonder concurrentie op te roepen. Bedrijven hebben inkoopmacht, indien zij de inkoopprijs (kunnen) laten dalen zonder concurrentie op te roepen (Scherer en Ross, 1990). Verkoop- en inkoopmacht berusten op een gebrek aan alternatieven voor afnemer respectievelijk leverancier.

In de praktijk zijn er meerdere inkopende partijen (Dobson, 1999). Dit gegeven kunnen wij gebruiken om marktmacht empirisch te identificeren. Een partij heeft inkoopmacht, indien hij gunstige voorwaarden kan bedingen die andere partijen niet kunnen bedingen. Gunstige voorwaarden betreffen prijskortingen en andere leveringsvoorwaarden (overige betalingen, risicoverdeling) die niet op kostenbesparingen gebaseerd zijn. Inkoopmacht is gerelateerd aan onderhandelingsmacht. Gunstige inkoopvoorwaarden kunnen bedongen worden door met een koopweigering te dreigen. Deze dreiging is effectief, indien het effect op de brutowinst voor de inkopende partij kleiner is dan die voor de verkopende partij. Dit is bijvoorbeeld het geval, indien de verkopende partij winst derft ter grootte van 10% en de inkopende partij van 0,1% (ibid.). Dit geeft een verschil in economische afhankelijkheid aan.

Marktstructuur

De marktstructuur bestaat uit de factoren die het aanbod van een product bepalen. Dit betreft het aantal aanbieders en de verdeling van de marktaandelen over deze aanbieders, de toetredingsbelemmeringen tot de markt, de diversiteit van het productaanbod en de technologische en economische integratie met voor- en achterliggende schakels. Deze factoren hangen op hun beurt van een reeks basisdeterminanten af, zoals technologie, producteigenschappen, consumentenvoorkeuren, wettelijk kader en eigendomsverhoudingen. De aandacht in de literatuur en de probleemstelling richten zich op de concentratie in de markt: het aantal aanbieders en de verdeling van de marktaandelen over de aanbieders. De concentratie wordt veelal gemeten aan de hand van de concentratiegraad en de Hirschmann-Herfindahl Index (HHI). De concentratiegraad C_1 geeft het marktaandeel aan van de I grootste bedrijven in de markt.

$$C_1 = \sum_{i=1}^I s_i$$

De HHI wordt gemeten door het kwadraat van het marktaandeel van alle bedrijven te sommeren.

$$HHI = \sum_{i=1}^{\infty} s_i^2$$

De concentratiegraad is eenvoudiger te meten dan de HHI, omdat alleen het marktaandeel van de grootste bedrijven gewogen hoeft te worden. De HHI geeft meer verfijnde informatie, omdat de maatstaf afhangt van de marktaandelen van alle bedrijven alsmede van de verdeling van de marktaandelen over de bedrijven. In het algemeen geldt dat de HHI toeneemt, naarmate er minder aanbieders zijn en naarmate de omzetverdeling onevenwichtiger verloopt. Afgezien van de huidige marktsituatie dient ook de eventuele dynamiek beschouwd te worden. Marktmacht kan alleen uitgeoefend worden, indien er geen (snelle) toetreding (op grote schaal) mogelijk is. Zo heeft The Greenery in de eerste jaren na haar oprichting pijnlijk mogen ervaren dat concentratie niet volstaat om een hogere prijs af te dwingen. Alternatieve verkooporganisaties kunnen op zeer korte termijn alternatieve distributiekanaalen inrichten. Om deze reden dienen de toetredingsbelemmeringen zorgvuldig bestudeerd te worden. In empirische studies wordt hiertoe onder andere de 'minimaal efficiënte schaalgrootte' van ondernemingen gemeten.

Of marktmacht uitgeoefend wordt, is afhankelijk van het gedrag van ondernemingen. Dominante ondernemingen kunnen op individuele basis marktmacht uitoefenen. Bedrijven kunnen hun gedrag ook op elkaar afstemmen, bijvoorbeeld door onderling afspraken te maken. In de volgende paragraaf gaan wij na welke gedragingen onvolkomenheden in de prijstransmissie veroorzaken en in hoeverre marktmacht hierbij een argument is.

2.2 Verklaringen voor imperfecte prijstransmissie

In de economische theorie worden een aantal mogelijke verklaringen gegeven voor onvolledige dan wel vertraagde prijsoverdracht:

1. marktmacht en het 'prijsspel' tussen een klein aantal aanbieders;
2. aanpassingskosten;
3. schaalvoordelen en inkoopsubstitutie.

In het vervolg van deze paragraaf gaan wij na, of bovenstaande verklaringen imperfecties in de prijsoverdracht kunnen verklaren. Wat betreft de asymmetrie tussen positieve en negatieve prijsschokken, concentreren wij onze aandacht op imperfecties ten nadele van boer of tuinder. (In beginsel kan de asymmetrie ook andersom verlopen. In dat geval worden negatieve schokken sneller en vollediger doorgerekend dan positieve schokken.)

Marktmacht en oligopolistische interactie

Marktmacht wordt als eerste reden genoemd voor imperfecties in de prijstransmissie in productketens (zie onder andere Kinnucan en Forker, 1987, Punyawadee, Boyd en Faminow, 1991, Von Cramon-Taubadel, 1998). Marktmacht vormt een mogelijke verklaring voor onvolledige prijstransmissie en voor een (positieve) prijsasymmetrie.

Een onderneming heeft marktmacht, indien zij de inkoopprijs kan laten dalen of de verkoopprijs kan laten stijgen zonder concurrentie uit te lokken. De onderneming is dus geen prijznemer, maar prijszetter. Indien er geen afdoende concurrentie uitgelokt wordt,

kan de onderneming duurzaam een winstmarge behalen. Marktmacht heeft twee empirische implicaties. (1) Marktmacht maakt duurzame, positieve winstmarges mogelijk; (2) Marktmacht verklaart dat prijsveranderingen op af-boerderij niveau slechts ten dele in de consumentenprijs doorberekend worden. Een monopolistische verwerker of detaillist maakt bij de prijsbepaling een afweging tussen het effect van de prijsverandering op de winstmarge en het effect op de afzet. Indien er afdoende concurrentie is, hebben ondernemingen geen invloed op de prijs en kunnen zij de afweging tussen winstmarge en afzet niet maken. Marktmacht als zodanig verklaart alleen dat prijsveranderingen op af-boerderij niveau onvolledig doorberekend worden. Marktmacht verklaart als zodanig geen vertraging in de prijsoverdracht of een asymmetrie tussen positieve en negatieve schokken (Borenstein et al., 1997).

Marktmacht kan bij verschillende partijen liggen. In de onderliggende casus zijn de verwerkende industrie en het grootwinkelbedrijf de meest voor de hand liggende partijen. Marktmacht kan zich aan inkoop en aan verkoopzijde voordoen of aan beide zijden tegelijkertijd. Dobson (1999) gaat voor leverancier en grootwinkelbedrijf van de volgende mogelijkheden uit:

1. leverancier heeft verkoopmacht;
2. grootwinkelbedrijf heeft inkoopmacht;
3. grootwinkelbedrijf heeft verkoopmacht.

Al met al zijn er acht combinaties van deze drie mogelijkheden. Voor al deze situaties kan de betekenis van (eventuele) marktmacht geanalyseerd worden. Op basis van deze analyse kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

1. inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf leidt niet noodzakelijkerwijs via lage inkooprijzen tot lage consumentenrijzen. Indien de leverancier geen marktmacht heeft, kan het grootwinkelbedrijf zijn inkoopmacht gebruiken om minder producten af te zetten tegen een lagere inkooprijzen en een hogere consumentenrijzen. Dit resultaat wordt nog versterkt, indien het grootwinkelbedrijf ook nog verkoopmacht heeft;
2. indien inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf een tegenwicht vormt tegen verkoopmacht van de leverancier, resulteert inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf in een lagere consumentenrijzen en een grotere afzet. Het grootwinkelbedrijf gebruikt zijn macht om lage inkooprijzen te bedingen (ter bevordering van marge en marktaandeel). Concurrentie aan verkoopzijde dwingt het grootwinkelbedrijf prijskorting (geheel) door te geven;¹
3. meerledige prijsafspraken zijn afspraken waarbij behalve een prijs per product andere vergoedingen overeengekomen worden, zoals een vergoeding voor opname in het schap of een bijdrage in de promotiekosten. Deze afspraken vergroten in het algemeen de efficiëntie door zaken als productkwaliteit en promotie te bevorderen. Zij maken ook een daling van de consumentenrijzen en een stijging van de producentenrijzen mogelijk. Meerledige prijsafspraken kunnen in beginsel ook gebruikt worden om marktmacht uit te oefenen.

¹ Indien beide partijen verkoopmacht bezitten, versterkt inkoopmacht bij het grootwinkelbedrijf de onderlinge afhankelijkheid. Dit stelt de partijen in staat prijsvorming in de keten te optimaliseren. Dubbele marginalisering kan uitgebannen worden (Tirole, 1989). Dit gaat gepaard met een daling van de consumentenrijzen.

Inkoopmacht dient met de nodige scepsis bekeken te worden. Inkoopmacht stelt het grootwinkelbedrijf in potentie in staat lage inkooprijzen te combineren met hoge consumentenprijzen (Dobson, 1999). Inkoopmacht kan wel een nuttig tegenwicht vormen voor verkoopmacht van leveranciers. Dit is met name het geval, indien er sterke concurrentie is aan de verkoopzijde.

De oorzaak van een eventuele asymmetrie in de prijstransmissie ligt in het prijsspel tussen oligopolistische (en oligopsonistische) concurrenten. Oligopolisten kunnen een duurzame winstmarge behalen, indien zij hun prijsgedrag enigszins op elkaar afstemmen. Prijsveranderingen doorbreken het marktevenwicht, omdat prijsveranderingen gevolgen hebben voor de verdeling van de marktaandelen. Indien de verdeling van de marktaandelen verstoord wordt, kan een prijsoorlog uitgelokt worden. Dit maakt oligopolisten in tegenstelling tot monopolisten enigszins kopschuw voor prijsveranderingen. Het is dus zaak dat ondernemingen gecoördineerd op prijsveranderingen reageren. Coördinatie verloopt moeilijker bij dalingen van de inkoopprijs dan bij stijgingen. Bij een stijging van de inkoopprijs verdampt de winstmarge. De afweging tussen winstmarge en afzet (marktaandeel) verliest hierdoor aan betekenis. Aanpassing van de verkoopprijs is de enige voor de hand liggende strategie. Bij een daling van de inkoopprijs stijgt de winstmarge en wordt de afweging tussen winstmarge en afzet (marktaandeel) juist pregnant. Aanpassing van de verkoopprijs tast de winstmarge aan en verstoort mogelijk het marktevenwicht. Uitsluiting van de aanpassing van de verkoopprijs vergroot daarentegen (tijdelijk) de gezamenlijke winst (Von Cramon-Taubadel, 1998). Ward (1982) argumenteert overigens dat er sprake is van een negatieve prijsasymmetrie, prijsdalingen worden sneller en vollediger doorgegeven dan prijsstijgingen. Vanwege de bederfelijkheid van producten willen ondernemingen voorkomen met onverkoopbare voorraden achter te blijven. Om deze reden is het zaak prijsdalingen zo snel mogelijk door te berekenen en prijsstijgingen zo laat mogelijk.

Aanpassingskosten

Een tweede verklaring voor imperfecties in de prijsoverdracht zijn aanpassingskosten. De bekendste vorm van aanpassingskosten zijn menukosten. Menukosten verklaren prijsrigiditeit en onder bepaalde voorwaarden ook een positieve prijsasymmetrie. Menukosten (herprijzingskosten) beslaan alle kosten die volgen uit het veranderen van de prijs, zoals de directe kosten voor catalogi, prijskaartjes en reclame, maar ook de transactiekosten verbonden aan (her)onderhandelingen. Slade et al. (1998) geven aan dat de directe kosten voor catalogi, prijskaartjes en reclame alleen al oplopen tot 2-3% van de omzet. Naast deze directe kosten zijn er ook indirecte kosten. Reclame wordt minder effectief. Prijsinformatie verliest haar signaalfunctie bij frequente wijzigingen van de prijs. Dit geldt met name voor consumentenmarkten. Menukosten creëren een prijsinterval waarbinnen prijsaanpassingen niet-lonend zijn (Azzam, 1999). Menukosten verklaren dus in eerste instantie prijsrigiditeit. Hiermee is nog geen prijsasymmetrie verklaard.

Een positieve prijsasymmetrie kan verklaard worden door inflatie. Inflatie leidt tot een reële prijsdaling, dat wil zeggen een daling van de prijs van het betrokken product ten opzichte van andere producten. Voor een reële prijsdaling hoeft dus geen nominale prijsdaling doorgevoerd te worden. Voor een reële prijsstijging dient daarentegen wel deze moeite gedaan te worden (Ball en Mankiw, 1994). Omdat aan prijsaanpassingen menukosten ver-

bonden zijn, worden nominale prijsdalingen vaak nagelaten, terwijl nominale prijsstijgingen wel doorgevoerd worden. Menukosten en inflatie verklaren op deze wijze gezamenlijk een positieve prijsasymmetrie. Madsen en Yang (1998) relateren menukosten aan de prijselasticiteit van de vraag. De resultaten van Madsen en Yang geven aan dat consumentenprijzen opwaarts enigszins flexibel zijn, maar neerwaarts volledig inert.

Menukosten vormen de belangrijkste vorm van aanpassingskosten. Veranderingen in prijs en afzet hebben ook impact op andere kosten, waaronder productie- en voorraadkosten. Blinder (1982) maakt een onderscheid tussen tijdelijke en permanente veranderingen in vraag (en aanbod). Ondernemingen vangen naar verwachting tijdelijke veranderingen in vraag en aanbod op door hun voorraden aan te passen, indien althans de voorraadkosten laag zijn in verhouding tot de kosten die gemoeid zijn met aanpassing van de productie. Productie en prijzen blijven ongewijzigd. Pas indien de veranderingen in vraag en aanbod naar verwachting permanent zijn, worden productie en prijzen aangepast. Kinnucan en Forker (1987) wijzen erop dat prijsverwachtingen mede bepaald worden door overheidsbeleid. Permanente veranderingen in de inkoopprijs worden doorberekend, tijdelijke aanpassingen niet. Indien het (gemeenschappelijk) landbouwbeleid een prijsbodem in de markt legt, gelden prijsdalingen als tijdelijk en worden deze niet gevolgd. Prijsstijgingen kunnen daarentegen een permanent karakter hebben. Om deze reden ontstaat de positieve prijsasymmetrie. Deze asymmetrie ontstaat mede, omdat aanpassingskosten tijdelijke prijsaanpassingen niet-lonend maken.

Indien prijsaanpassingen kosteloos plaats zouden kunnen vinden, zijn vertragingen en asymmetrieën in de prijsoverdracht inefficiënt. De literatuur geeft echter aan dat er kosten verbonden zijn aan prijsaanpassingen. Voor zover vertragingen en asymmetrieën in de prijsoverdracht voortvloeien uit aanpassingskosten, zijn zij efficiënt. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat er een onderscheid kan zijn tussen een private afweging in deze en een publieke afweging (Bunte, 2002).

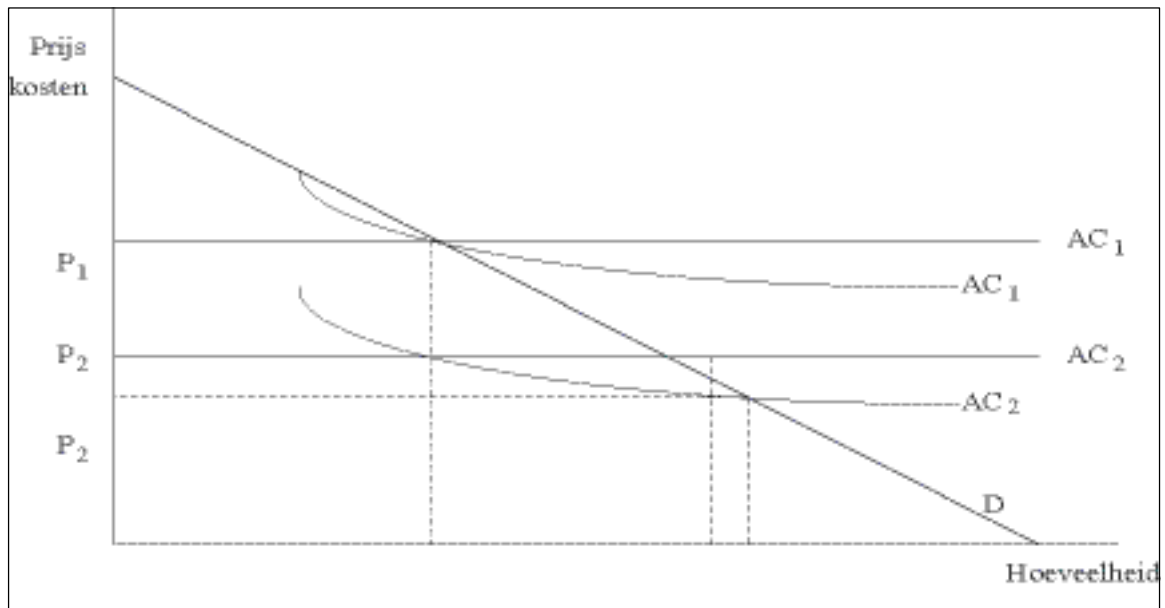
Schaalvoordelen en inkoopsubstitutie

Schaalvoordelen en inkoopsubstitutie worden in de literatuur ook gerelateerd aan imperfecte prijsoverdracht. Schaalvoordelen duiden op dalende gemiddelde kosten bij een toename van de productie. Inkoopsubstitutie duidt op de (gedeeltelijke) vervanging in het productieproces van de ene input voor een andere input. Schaalvoordelen en inputsubstitutie kunnen beide ertoe leiden dat de prijsoverdracht juist groter is dan een simpele één-op-één relatie suggereert.

Schaalvoordelen leiden tot meer dan volledige prijsoverdracht (McCorriston, Morgan en Rayner, 2001). Bij constante schaalopbrengsten leidt een daling van de inkoopprijs op lange termijn tot een navenante daling van de verkoopprijs.¹ De daling van de verkoopprijs gaat gepaard met een stijging van afzet en productie. Omdat de totale gemiddelde kosten ten gevolge van de daling van de inkoopprijs dalen van AC_1 naar AC_2 , daalt de verkoopprijs van P_1 naar P_2 (figuur 2.2). Ingeval van schaalvoordelen nemen bij een toename van de productie ook de gemiddelde productie- en distributiekosten af. De gemiddelde kosten verlopen in dat geval zoals weergegeven door AC_1' en AC_2' . Dit betekent dat er ruimte is

¹ Wij gaan in de grafische analyse gemakshalve uit van de nul-winst-voorwaarde. Deze voorwaarde wordt alom voor analyse van de lange termijn verdedigbaar geacht. Echter, ook indien de nul-winst-voorwaarde niet opgaat, blijft de argumentatie overeind.

om de verkoopprijs verder te doen dalen tot P_2' . Bij een stijging van de inkooprijs stijgt de verkoopprijs juist meer dan volledig.



Figuur 2.2 Schaalvoordelen

Tabel 2.1 Inkoopsubstitutie

	Beginsituatie	Prijsstijging 10%		Prijsdaling 10%	
		benchmark	substitutie	benchmark	substitutie
Varkensvlees	50 x 1€	50 x 1,1€	40 x 1,1€	50 x 0,9€	60 x 0,9€
Rundvlees	50 x 1€	50 x 1€	60 x 1€	50 x 1€	40 x 1€
Totaal	100€	105€	104€	95€	94€

Inkoopsubstitutie leidt bij een daling van de inkooprijs tot een meer dan volledige prijsoverdracht. Bij een stijging van de inkooprijs is de prijsoverdracht minder dan volledig (Wohlgenant, 1989). Dit kan eenvoudig geïllustreerd worden aan de hand van de twee getallenvoorbeeldjes in Tabel 2.1. De getallenvoorbeeldjes betreffen de productie van worst met behulp van rund- en varkensvlees. In de uitgangssituatie worden 100 eenheden worst geproduceerd met 50 eenheden rundvlees en 50 eenheden varkensvlees. Stijging van de prijs van varkensvlees leidt tot verandering van de inputverhouding tussen rund- en varkensvlees van 50-50 tot 60-40. Dankzij de substitutie stijgt de prijs van worst niet naar 105 euro per 100 eenheden, maar tot 104 euro. Daling van de prijs van varkensvlees leidt tot een inputverhouding tussen rund- en varkensvlees van 40-60. Dankzij de substitutie daalt

de prijs van worst tot 94 euro in plaats van 95 euro. Inkoopsubstitutie versterkt dus het effect van een daling van de inkoopprijs op de daling van de verkoopprijs. Daarentegen beperkt inkoopsubstitutie het effect van een stijging van de inkoopprijs op de stijging van de verkoopprijs. Inkoopsubstitutie is belangrijker dan veelal verondersteld wordt. Zelfs tussen agrarische inputs en marketing inputs komt beduidende substitutie voor (Wohlgenant, 1989).

Schaalvoordelen en inkoopsubstitutie veroorzaken 'imperfecties' in de prijsoverdracht. Schaalvoordelen en inkoopsubstitutie vergen aanpassing van het productieproces. Beide fenomenen laten hun invloed met name gelden op de lange termijn. Voor korte termijn asymmetrieën bieden zij doorgaans geen verklaring (Bunte, 2002). De prijsoverdracht ingeval van schaalvoordelen en inkoopsubstitutie is niet één-op-één, omdat de onderliggende verbanden tussen kosten, productie en prijzen niet uit eenvoudige lineariteiten bestaan. Dit kan nader veralgemeniseerd worden. Prijspatronen verlopen deels asymmetrisch, omdat de onderliggende vraag- en aanbodpatronen niet-lineair verlopen en omdat er asymmetrieën zijn in het patroon van vraag- en aanbodschokken (Gardner, 1975). Voor zover prijsasymmetrieën samenhangen met de onderliggende vraag- en aanbodpatronen, geven zij geen reden tot maatschappelijke zorg. Dit bemoeilijkt analyses naar de oorzaak van eventuele prijsasymmetrieën, aangezien eventuele onderliggende asymmetrieën in vraag- en aanbodpatronen als oorzaak uitgesloten dienen te worden.

Samenvatting

Tabel 2.2 vat de bevindingen samen. Marktmacht vormt de belangrijkste verklaring voor onvolledige prijsoverdracht, zij het dat de prijsoverdracht ook afhankelijk is van de onderliggende vraag- en aanbodverhoudingen. Het effect van marktmacht geldt zowel prijsaanpassingen beneden- en bovenwaarts. Het probleem van marktmacht heeft ook niet zozeer betrekking op onevenheden in de prijsoverdracht, maar op de (overtollige) winstmarge tussen consumenten- en af-boerderijprijs.

Tabel 2.2 Overzicht onvolkomenheden in prijsoverdracht en mogelijke verklaringen

Mogelijke verklaring	Onvolledige Prijsoverdracht	Vertraagde Prijsoverdracht	Asymmetrie in tijd tussen positieve en negatieve schokken
Marktmacht	Ja	Nee	Nee
Afstemming prijzen GWB	Ja, t.g.v. marktmacht	Ja	Ja
Schaalvoordelen	Meer dan volledig	Nee	Nee
Inkoopsubstitutie	Daling: meer dan volledig Stijging: minder dan volledig	Nee	Nee
Menukosten	Nee	Ja	Nee

Er zijn twee belangrijke verklaringen voor de mogelijkheid dat tijdelijke prijsaanpassingen niet doorberekend worden en dat prijsaanpassingen met een beduidende vertraging gepaard gaan. De eerste verklaring ligt in de afstemmingsproblematiek van grootwinkelbedrijven ten aanzien van het prijsbeleid. De tweede verklaring ligt in het bestaan van aanpassingskosten. Voor zover aanpassingskosten de verklaring vormen, is er maatschappelijk gezien geen probleem, vooropgesteld dat de private afweging tussen de kosten en

baten van prijsaanpassing overeenkomen met de publieke afweging. Indien de afstemingsproblematiek tussen de grootwinkelbedrijven een verklaring vormt, is er in potentie wel een maatschappelijk probleem. Dit duidt op een tekort aan concurrentiedruk.

2.3 Empirisch onderzoek

Er is veel empirisch onderzoek gedaan naar het bestaan van prijsasymmetrie in agrofoodketens. Er zijn daarnaast ook studies naar prijsasymmetrie in andere ketens, in het bijzonder de benzineketen. De prijzen op de te onderscheiden niveaus in de keten reageren veelvuldig asymmetrisch in omvang of snelheid. Prijsasymmetrie wordt onderzocht aan de hand van tijdreeksanalyses. De resultaten van de empirische analyses lijken mede afhankelijk van het gebruikte type tijdreeksanalyse. Twee recente overzichtsartikelen zijn in het bijzonder nuttig om de huidige stand van het empirisch onderzoek te beschrijven. Ten eerste, het artikel van Peltzman (2000), waarin prijstransmissie voor 77 consumptiegoederen en 165 productiegoederen worden onderzocht. Daarnaast geeft een artikel van Meyer en Von Cramon-Taubadel (2002) een interessant overzicht van de resultaten van de meeste studies tot op heden. Er zijn ook veel beleidsstudies naar prijstransmissie en inkoopmacht in het algemeen uitgevoerd. Aan het slot van deze paragraaf staan wij hier kort bij stil.

Peltzman (2000) onderzoekt een groot aantal productketens en concludeert dat in tweederde van de gevallen de consumentenprijs sneller reageert na een stijging van de inkoopprijs dan na een daling. De consumentenprijs reageert (in deze gevallen) in omvang twee keer zo sterk op een stijging van de inkoopprijs als op een daling. De asymmetrie blijft ten minste vijf tot acht maanden bestaan. Zowel in markten voor consumenten goederen als producenten goederen blijkt in veel gevallen een langdurige asymmetrie in de prijsoverdracht te bestaan.

Meyer en Von Cramon-Taubadel (2002) presenteren de resultaten van 38 studies naar prijsasymmetrie. De studies zijn ingedeeld op basis van de methode die gebruikt is om de asymmetrie vast te stellen. Van de 38 studies hebben er 25 betrekking op agrarische producten, waarvan 12 op vleesproducten. In deze studies zijn in totaal 197 schattingen uitgevoerd. Er zijn verschillende methoden om prijsasymmetrie vast te stellen. Meyer en Von Cramon-Taubadel onderscheiden vier methoden:

1. methoden gebaseerd op eerste verschillen;
2. methoden gebaseerd op sommatie van eerste verschillen;
3. methoden die corrigeren voor schattingsfouten;
4. methoden die drempels in de prijsaanpassingen incorporeren.

Deze methoden zijn achtereenvolgens in de tijd ontwikkeld. Qua methodiek verdienen de laatste twee methoden de voorkeur boven de eerste twee. De laatste twee methoden corrigeren voor systematische schattingsfouten in de eerste twee methoden. Desalniettemin blijven de eerste twee methoden geschikt om snel en eenvoudig een eerste indruk te krijgen van de samenhang tussen de prijzen op verschillende niveaus in de keten.

De resultaten zijn overgenomen in tabel 2.3.¹ Prijsasymmetrie wordt veelvuldig aangetoond. De tabel laat wel zien dat de resultaten afhankelijk lijken van de methodiek die gebruikt is. Enige voorzichtigheid is dan ook op zijn plaats. Desalniettemin durven wij de stelling aan dat (positieve) prijsasymmetrie veelvuldig voorkomt. Een goede verklaring voor het bestaan van positieve prijsasymmetrie heeft de literatuur nog niet (Peltzman, 2000, Meyer en Von Cramon-Taubadel, 2002). Potentiële verklaringen zijn in de vorige paragraaf gegeven. Aangetoond zijn zij echter nog lang niet. Er is sporadisch enige literatuur die een relatie legt tussen prijsasymmetrie en verklarende factoren. Buckle en Carlson (1998) vinden bewijs voor de hypothese dat inflatie een positieve prijsasymmetrie veroorzaakt. Bettendorf en Verboven (2001) vinden geen bewijs voor marktmacht in de Nederlandse koffieketen. De prijspatronen worden primair door de inputverhoudingen bepaald. Een meer systematische analyse tussen prijsvorming en verklarende factoren is nodig om oorzaak en gevolg aan te kunnen wijzen. Dit is van belang om eventueel overheidsbeleid te rechtvaardigen, in het bijzonder ter bestrijding van marktmacht.

Tabel 2.3 Resultaten van studies naar prijsasymmetrie

	Test methode					
	alle methoden	eerste verschillen	sommatie eerste verschillen	fouten correctie methoden	drempel methoden	overig methoden
Aantal tests	197	93	47	31	10	18
Symmetrie	102	30	36	17	2	17
Asymmetrie	95	63	11	14	8	1
Asymmetrie (%)	48	68	23	45	80	6

Bron: Meyer en Von Cramon-Taubadel, 2002.

McCorrison et al. (1999) hebben voor het Britse Ministerie van Landbouw, Visserij en Voeding een onderzoek uitgevoerd naar prijsoverdracht in de Britse ketens voor rundvlees, lamsvlees en varkensvlees. Simioni en Hassan (2001) hebben een vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd voor de Franse ketens voor verse tomaten en witlof. McCorrison et al. (1999) onderzoeken de relatie tussen producenten-, groothandels- en detailhandelsprijzen. Op lange termijn is sprake van volledige prijsoverdracht. Dit is een indicatie doch geen bewijs voor de competitiviteit van de gehele keten. Op korte termijn echter bestaat er een prijsasymmetrie. Bij rund- en varkensvlees worden prijsstijgingen door de detailhandel sneller doorgegeven dan prijsdalingen. In beide ketens worden prijsschokken bovendien sneller doorgegeven van producent naar groothandel dan van groothandel naar detailhandel. De resultaten geven derhalve aan dat de detailhandel in staat is tijdelijk de marges op varkensvlees te verhogen, ten koste van de consument. Simioni en Hassan (2001) vinden geen bewijs voor prijsasymmetrie bij verse tomaten en witlof. Dit heeft te maken met het

¹ De resultaten van Peltzman (2000) zijn niet meegenomen in deze tabel, zij zouden vallen in de categorie 'Methods using first differences'.

verse karakter van deze producten. De detailhandel wil niet met onverkoopbare producten blijven zitten en concurreert daarom hevig op prijs. De marge voor deze producten is min of meer vast en varieert slechts met de vraag.

Er zijn ook meer algemene studies naar de vermeende inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf uitgevoerd. Dobson (1999) schetst in opdracht van de Europese Unie een kader om inkoopmacht te beoordelen. Dobson (1999) constateert dat de concentratie in de Europese detailhandel toegenomen is. Dit kan hij niet relateren aan een toename van eventueel misbruik. Hij geeft op theoretische gronden wel aan dat inkoopmacht in potentie een groter probleem vormt dan tot voor kort aangenomen werd. Inkoopmacht resulteert niet zondermeer in lagere consumentenprijzen. De OECD (1999) en Borghesani et al. (1997) komen met vergelijkbare resultaten voor de OECD landen respectievelijk de VS.

2.4 Conclusie

In de empirie wordt veelvuldig een vorm van imperfectie in de prijstransmissie van (agrarische) producten geconstateerd. Dit geldt in het bijzonder prijsasymmetrie in het nadeel van de boer. Prijsdalingen af-boerderij worden niet (of vertraagd) doorgegeven aan de consument, terwijl prijsstijgingen wel (of sneller) doorgegeven worden. Theoretische verklaringen voor deze imperfecties zijn er volop. Marktmacht speelt in deze verklaringen een prominente rol, maar er zijn ook andere verklaringen zoals aanpassingskosten. De empirische wetenschappelijke en beleidsliteratuur heeft vooralsnog geen eenduidige verklaringen voor de waargenomen imperfecties kunnen vinden.

3. De Nederlandse vlees- en aardappelketens

In dit hoofdstuk geven wij een korte kenschets van de zes onderzochte Nederlandse vlees- en aardappelketens. Wij staan met name stil bij die factoren die een eventueel misbruik van marktmacht mogelijk maken: concentratie, marktafbakening, verticale integratie en verticale binding. Dit doen wij als volgt. Na een korte inleiding beschrijven wij achtereenvolgens de Nederlandse ketens voor varkensvlees, rundvlees, kalfsvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patates frites in paragraaf 3.2 tot en met paragraaf 3.8. In paragraaf 3.8 staan wij stil bij de detailhandel, de laatste schakel in alle ketens. De kenschets van de detailhandel verschilt niet veel voor de vier voornoemde ketens.

3.1 Inleiding

De vleesketens hebben alle een vergelijkbare opbouw. Zij bestaan achtereenvolgens uit de schakels: mengvoederindustrie, vleesproductie, slachterij en vleesverwerking en detailhandel en consumptie. De verbinding tussen deze schakels wordt gevormd door de groothandel op de onderscheiden niveaus. De mengvoederindustrie, de slachterijen en de vleesverwerkers voeren de groothandelsfuncties echter ook voor een (belangrijk) deel zelf uit. De voornoemde schakels zijn voor een deel nader onderverdeeld in deelschakels. Mede vanwege de grote onderlinge afhankelijkheid komt in alle ketens een vorm van verticale integratie of binding voor. Export en import vinden op alle onderscheiden niveaus in de keten plaats. In alle ketens ligt de export van vlees ruim boven de 50% (figuur 3.1-3.4). De import is eveneens aanzienlijk. De concurrentie binnen Nederland wordt dan ook in belangrijke mate door ontwikkelingen op de Europese markt bepaald. Al deze niveaus vormen deelmarkten van de respectievelijke ketens.

3.2 Mengvoederindustrie

De concentratie in de totale Nederlandse mengvoederindustrie is groot. Er waren in 1999 79 bedrijven in de sector. Het marktaandeel van de 3 grootste bedrijven (Nutreco, Cebeco en Cehave) bedraagt 67%.¹ Kleine en middelgrote bedrijven vullen veelal marktniches op of worden gecombineerd met een productiebedrijf. Mengvoederbedrijven produceren veevoeder voor meerdere diersoorten. Het productieproces is eenvoudig. Het is eenvoudig om de samenstelling van het veevoeder te veranderen en dus om van markt (varken, rund, pluimvee) te veranderen. De toetredingsbelemmeringen zijn laag. De voederindustrie voor de kalverenmarkt vormt een uitzondering. Kalveren consumeren melk. De voederindustrie is bij kalfsvlees onderdeel van sterk verticaal geïntegreerde ketens. In deze ketens hebben

¹ www.losnet.nl

de drie grootste bedrijven een marktaandeel van 92%. De kalverhouderijen betrekken de melk in belangrijke mate van melkproducenten die tot de integraties behoren. Er zijn daarnaast onafhankelijke melkproducenten die ook melk produceren voor kalveren op melkveehouderijen. Mengvoederbedrijven hebben een langdurige relatie met de productiebedrijven. De productiebedrijven wisselen niet vaak van leverancier en *vice versa*. Productiebedrijven veranderen onder andere niet graag van leverancier, omdat de samenstelling van het voer enigszins verschilt. Productiebedrijven hebben enige tijd nodig om een nieuwe voersamenstelling te leren doseren. De mengvoederindustrie onderhoudt mede een langdurige relatie met de productiebedrijven door aanvullende diensten te verlenen, zoals allerlei vormen van voorlichting. Deze aanvullende diensten werden vroeger om niet verstrekt, maar worden tegenwoordig in rekening gebracht.

Tabel 3.1 *Structuuroverzicht varkensvleesketen 2000 a)*

	Aantal bedrijven	C _n	Productie (stuks)	Omzet (mln euro)
Productie				
- fok	6.100	-	25.849.000	2.600
- mest	12.900	-	22.693.000	2.678
Slachterijen	10	C ₃ = 75%	18.564.000	2.410

a) Door een recente fusie is de concentratie op slachterijniveau toegenomen. In 2000 vormden Dumeco, Hendrix Meat Group en Sturko de drie grootste slachterijen. Dumeco heeft in 2002 MeatPoint van Sturko overgenomen.

Bron: CBS, LEI, PVE. Bewerking: LEI.

3.3 Varkensvlees

Vleesproductie

De concentratie in de productie is mede gezien het grote aantal productiebedrijven zeer laag. In de vleesproductie is sprake van specialisatie tussen fokkerijen en mesterijen. In het buitenland zijn beide activiteiten veelal op een bedrijf geïntegreerd. Er bestaan in zekere zin vaste relaties tussen fokkerijen en mesterijen. Fokkerijen leveren biggen aan een beperkt aantal mesterijen. Mesterijen betrekken biggen van een beperkt aantal fokkerijen, mede vanwege wettelijke maatregelen ten dien aanzien. De leveringsrelaties zijn mede 'vast' vanwege de voorkeur voor een bepaald ras of merk varken. Lange termijnafspraken over aantallen, prijzen en tijdstippen worden niet gemaakt. De leveringsrelaties zijn eind jaren negentig vaster geworden vanwege de wettelijke beperkingen, de veranderingen in risicoperceptie en de kortingsregelingen die op de varkenspest volgden. Dit proces is verder versterkt door het feit dat grote slachterijen vaak het transport tussen de diverse schakels op zich nemen.

Slachterij

De concentratie op slachterijniveau is in tegenstelling tot de productiefase groot (tabel 3.1). De twee grootste slachtbedrijven (Dumeco en Hendrix Meat Group) nemen anno 2002

75% van het totale aantal slachtingen voor hun rekening. Dumeco is goed voor ruim 55% van het totale aantal slachtingen. In de literatuur wordt doorgaans een gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven van meer dan 60% als hoog aangemerkt (Shepherd, 1997). Deze concentratie is bereikt na enige overnames in de jaren negentig. De afzetmarkt van slachtvarkens is echter groter dan de Nederlandse markt. Twintig procent van de Nederlandse slachtbiggen worden geëxporteerd naar met name EU-partners. Er is sterke concurrentie tussen de slachterijen bij de inkoop van levende varkens. De slachterijen hebben er belang bij de verwerkingscapaciteit (aantal haken) zo goed mogelijk te vullen. De concurrentie tussen Nederlandse en buitenlandse slachterijen wordt anno 2002 versterkt door de overcapaciteit die bij de slachterijen bestaat. De slachterijen stellen wekelijks inkooprijzen vast. Deze worden door de mestrijzen vergeleken met de prijsvoorspellingen voor de Duitse markt. Grote prijsverschillen kunnen leiden tot een grote reductie van het aantal leveringen aan Nederlandse slachterijen (AD: mei 2002). De slachterijen verzekeren zich van een basisaanvoer door de jaarlijkse uitbetaling aan de leveranciers te koppelen aan het aantal leveringen. Dit sluit korte termijnvariaties in de leveringen niet uit. Lange termijnafspraken waarbij aantallen, prijzen en leveringstijdstippen vastgesteld worden, komen tussen slachterijen en leveranciers in beperkte mate voor.

Vleesveredeling

Na de slachtfase wordt het vlees uitgesneden en verpakt of verwerkt tot vleeswaren. Dit gebeurt traditioneel door de vleesveredelingsbedrijven die behalve traditionele groothandelstaken (logistiek, assortimentsamenstelling, opslag en voorraadvorming) ook verwerkingstaken uitvoeren. Slachterijen voeren tegenwoordig meer en meer veredelings- en groothandelstaken uit. Het uitgebeende vlees wordt voor een belangrijk deel (65%) in het buitenland afgezet, met name in Noordwest-Europa. De invoer van geslachte varkens, varkensvlees en vleesbereidingen is daarentegen zeer beperkt.

Dierziekte en beleid

De varkenssector heeft in de periode 1990-2002 enige schokken te verwerken gehad die een grote impact op de prijsvorming in de gehele keten hebben gehad. Er hebben zich belangrijke epidemieën voorgedaan (varkenspest in 1997/98 en de MKZ-crisis in 2001). Deze epidemieën zijn aanleiding voor stringent overheidsbeleid geweest. De epidemieën hebben ook afnemers, in het bijzonder het grootwinkelbedrijf, aanleiding gegeven stringenter productspecificaties op te stellen. Daarnaast heeft met name de mestproblematiek aanleiding tot overheidsbeleid gegeven. De belangrijkste beleidsmaatregelen die genomen zijn in de periode 1990-2002 zijn:

- wet Herstructurering Varkenshouderij (1 september 1998). De wet behelst een reductie van het aantal varkens met 25%, eisen ten behoeve van het dierenwelzijn (vergroting van het oppervlak per dier) en eisen ten aanzien van concentratiegebieden;
- MINAS. De MINAS-wetgeving bepaalt de hoeveelheid uit te rijden mest per hectare. De MINAS-wetgeving werkt kostenverhogend en vormt een min of meer directe restrictie op het aantal te houden varkens;
- regeling inzake hygiënevoorschriften besmettelijke dierziekten. Vanaf 1 juli 1998 is deze nieuwe landbouwregeling van kracht. De regeling moet zorgen voor een zo

groot mogelijke hygiëne in alle schakels van de ketens van de agrarische varkensvleessector: vanaf de productie, via het transport tot en met de slacht. De regeling richt zich op twee zaken: de overheid stelt nog strengere regels dan tot nu toe aan transporten van varkens en aan de reiniging en ontsmetting van de hierbij gebruikte veevoermiddelen. Daarnaast moeten varkenshouders extra hygiënemaatregelen nemen op hun bedrijven, vooral om daar de insleep van ziekten te voorkomen.

Tabel 3.2 *Structuuroverzicht rundvleesketen 2000*

	Aantal bedrijven	C _n	Productie (stuks)	Omzet (mln euro)
Productie	42.400	-	820.000	614,4
Slachterijen	8			
- melkvee		C ₄ = 56%	647.000	462,4
- stieren en vaarzen			214.000	247,3

Bron: CBS, LEI, PVE. Bewerking: LEI.

3.4 Rundvlees

Productie

Er is een belangrijk verschil tussen de Nederlandse rundvleesproductie en de Nederlandse productie van varkens-, kalfs- en pluimveevlees. Nederlands rundvlees is voor een belangrijk deel (65%) een bijproduct van de Nederlandse melkveehouderij (Info: vee, vlees en eieren, PVE, 2001). Het betreft koeien die uit de melkproductie genomen worden. Dit heeft als gevolg dat de kwaliteit van het Nederlandse rundvlees laag is. Om deze reden is de import van rundvlees groot en de export laag in vergelijking met de andere ketens. Dit heeft tevens als consequentie dat de producenten geen koppels levend vee verkopen, maar incidenteel één of een beperkt aantal runderen. De verkoop verliep traditioneel via commissionairs die op veemarkten de runderen verkochten aan slachterijen. De positie van veemarkten staat echter onder druk vanwege de sanitaire eisen die MLNV aan de veemarkten stelt als antwoord op de MKZ-crisis in 2001. De verkoop vindt nu voor een deel plaats via dezelfde commissionairs buiten fysieke marktlocaties om. De melkveehouderij levert ook uitgangsmateriaal voor de kalfsvleesproductie (paragraaf 4.3) en voor de Nederlandse rundvleesproductie (stiermesterijen). Kalveren voor de stiermesterij worden ook uit het buitenland betrokken, met name Frankrijk en België. De rundvleesproductie is sterk teruggelopen door de MacSharry hervormingen van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid.

Slachterij

De concentratie op slachterijniveau is in tegenstelling tot de primaire productie groot (tabel 3.2). De drie grootste slachterijen (Dumeco-Kroot, Weyl en Brada) hebben anno 2002 een gezamenlijk marktaandeel van 56%. Dumeco heeft in 2001 Kroot overgenomen. Net als bij de varkensslachterijen is er anno 2002 sprake van overcapaciteit, ondanks de sanering van de slachtcapaciteit door de sluiting van slachterijen. De Nederlandse slachterijen zijn af-

hankelijk van incidentele leveringen van afzonderlijke melkveehouders. De leveringen zijn en blijven gefragmenteerd. Er zijn wel 'vaste' relaties tussen vleesstierhouderijen en slachterijen. De vleesstieren worden in koppels direct aan de slachterijen geleverd. Directe levering is gezien het karakter van stieren ook wel vereist.

Dierziektes en beleid

De rundvleessector is in de periode 1990-2002 geplaagd door twee grote crises: de BSE-crisis eind 2000 en de MKZ-crisis in 2001. Beide crises zijn aanleiding geweest voor overheidsbeleid. Om de distributie van met BSE besmet vlees te voorkomen, wordt rundvlees getest en gedurende de testfase in het slachthuis aangehouden. Verder worden risicogevoelige onderdelen van runderen (SRM-materiaal) verwijderd in plaats van verkocht. De risicogevoelige onderdelen brengen tegenwoordig dus kosten met zich mee en leveren dus niet langer inkomsten op. De kosten van BSE-testen worden op verschillende wijzen doorberekend. In Frankrijk is een consumentenheffing ingesteld. In Nederland en de overige EU-landen draagt de rundvleessector de kosten. De MKZ-crisis heeft tot aanscherping van de sanitaire eisen aan veemarkten geleid. Dientengevolge is de betekenis van veemarkten teruggelopen.

Rundvlees valt onder het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid van de Europese Unie. Voor rundvlees gelden minimum garantieprijzen. Deze zijn in de jaren negentig in het kader van de MacSharry hervormingen verminderd en vervangen door grondgebonden dierpremies. De dierpremies hebben de daling van de prijsondersteuning in Nederland niet volledig gecompenseerd. In het kader van Agenda 2000 en de WTO-onderhandelingen komen de rundvleesprijzen naar verwachting verder onder druk te staan.

Tabel 3.3 *Structuuroverzicht kalfsvleesketen 2000*

	Aantal bedrijven	C _n	Productie (stuks)	Omzet (mln euro)
Productie	2.900	-	839.000	524,3
Slachterijen	7	C ₃ = 92%	1.386.000	952,7

Bron: CBS, LEI, PVE. Bewerking: LEI.

3.5 Kalfsvlees

Productie

De kalfsvleesketen is van alle behandelde ketens het meest exportgeoriënteerd (figuur 3.3). De Nederlandse melkveehouderij produceert een groot aantal kalveren, die afgezien van reproductie van de melkveestapel alleen voor vleesproductie geschikt zijn. Voor de productie van rundvlees zijn melkrunderen minder geschikt. De kwaliteit is te laag en de kosten zijn te hoog, zeker in vergelijking met het ruime alternatieve aanbod op de Europese en wereldmarkt. Om deze reden komen de kalveren met name in de kalfsvleesketen terecht. De kalveren worden net als de runderen incidenteel en in kleine getale door de melkveehouderij aan de kalfsvleeshouderij geleverd. Dit gebeurt via commissairs die de

kalveren op de veemarkten verhandelen aan de kalverintegraties. Vanwege het teruggelopen belang van veemarkten vindt deze handel tegenwoordig grotendeels buiten de fysieke marktlocaties om plaats. De terugloop van het belang van veemarkten is voor een belangrijk deel het gevolg van het beleid dat de verspreiding van veeziekten beoogt tegen te gaan. De distributie van kalveren van melkveehouderij naar kalverhouderij vindt tegenwoordig voornamelijk via verzamelcentra plaats. De slachterijen brengen de kalveren onder bij de kalfsvleeshouderij. Deze mesten de kalveren vet. De kalfsvleeshouderij heeft de kalveren niet in eigendom, maar ontvangt van de slachterijen een beloning voor de verrichte arbeid en de gebouwen.

Slachterij

De concentratie van slachterijen is bij het kalfsvlees zeer groot. De drie grootste spelers (Van Drie, Alpuro en Vitelco) hebben een marktaandeel van 92% (tabel 3.3). De keten is volledig geïntegreerd. De bedrijven regelen de kalvereninkoop, produceren kalverenmelk en slachten en verwerken het vlees. De kalveren blijven in eigendom van de slachterijen gedurende de mestfase. De slachterijen bepalen in detail de wijze waarop de kalveren gehouden worden: aantal kalveren, voeding, medicijnen en duur afmestperiode. De slachterijen sluiten met de kalverhouderijen leveringscontracten af voor de periode van één jaar. De slachterijen hebben inzicht in de boekhouding van de kalverhouderijen. De kalveren worden na de slacht meestal in Nederland uitgebeend. Negentig procent van het kalfsvlees wordt in het buitenland afgezet, met name in Italië, Frankrijk en Duitsland.

Tabel 3.4 *Structuuroverzicht pluimveevleesketen 2000*

	Aantal bedrijven	C _n	Productie (ton)	Omzet (mln euro)
Productie				850
- vermeerdering	551	-		
- broederij	31	-	-	
- mesterij	1.100	-	875.000	
- eend en kalkoen	250	-	75.000	
Slachterijen	36	C ₄ = 41%	975.000	1.400

Bron: CBS, LEI, PVE. Bewerking: LEI.

3.6 Pluimveevlees

Productie

De concentratie in de productie is mede gezien het grote aantal productiebedrijven zeer laag. De productie van pluimveevlees gebeurt in verschillende fases en vindt bovendien volkomen gescheiden plaats van de productie van consumptie-eieren. Vermeerderaars produceren eieren. Op de broederijen worden deze eieren uitgebroed. De kuikens worden vervolgens in de mesterijen afgemest. De hennen die vermeerderaars houden, worden betrokken van zogeheten grootmoederbedrijven. Op primair niveau vindt in beperkte mate import en export plaats. Vijftien procent van de in Nederland geslachte vleeskuikens is in

het buitenland geproduceerd, met name in België en Duitsland. Acht procent van het Nederlandse pluimvee wordt levend naar het buitenland getransporteerd.

Slachterij

In de pluimveevleesketen is sprake van een sterke mate van verticale integratie. De slachterijen hebben ook broederijen en veevoederbedrijven in hun bezit en sluiten leveringscontracten met vermeerderaars en mesterijen. In deze contracten wordt de prijs vastgelegd aan de hand van prijslijsten evenals omvang en tijdstip van levering. Van de prijslijsten wordt overigens afgeweken, indien de marktverhoudingen hiertoe roepen. De concentratie op slachterijniveau is hoog. De grootste vier bedrijven hebben een marktaandeel van 40% (tabel 3.4). De productie is in belangrijke mate op de export gericht: twee derde van het beschikbare product aan kippenvlees (Nederlands product en import) wordt geëxporteerd. De import van kippenvlees bedraagt ongeveer een derde van de Nederlandse productie. De internationale concurrentie is groot en vindt op mondiale schaal plaats. De invoer van gepekelde kipfilet vanaf 2001 heeft de prijzen onder druk gezet. De verwerking van pluimveevlees is zeer gefragmenteerd. Er zijn ruim 300 uitsnijderijen.

Beleid

De BSE-crisis heeft implicaties voor de pluimveevleesketen gehad. Het heeft de vraag naar pluimveevlees gestimuleerd, maar ook de voederkosten doen stijgen. Er worden meer en meer private initiatieven genomen om de besmetting met salmonella terug te dringen. De grootste beleidsrestrictie gaat van de mestwetgeving uit.

3.7 Aardappelen

Aardappelproductie

De concentratie in de aardappelproductie is, net als in de vleessectoren, zeer laag. In de landbouwtellingen komen in 2001 13.103 bedrijven voor met productie van aardappelen (tabel 3.5). Akkerbouwers produceren consumptieaardappelen, pootaardappelen en fabrieksaardappelen. Fabrieksaardappelen worden gebruikt voor de productie van zetmeel en zetmeelderivaten. Pootaardappelen vormen het uitgangsmateriaal voor de teelt van consumptie- en zetmeelaardappelen. Consumptieaardappelen kunnen geconsumeerd worden als tafelaardappel of verwerkt worden tot o.a. patates frites en chips. Voor onze analyse beschouwen wij alleen de keten voor consumptieaardappelen. De aardappeloogst vindt voornamelijk plaats in de periode juli-augustus voor de vroege tafelaardappel, en september-oktober voor de late tafelaardappel. De productie is al enkele jaren stabiel, alhoewel soms een deel van de oogst door met name wateroverlast wordt vernietigd.

Een klein deel van de productie wordt op de boerderij rechtstreeks aan de consument verkocht. Wanneer de prijs van aardappelen erg laag is, worden consumptieaardappelen wel als veevoer gebruikt. Dit betreft echter slechts een reststroom. In Figuur 3.5 is ook de productie van krielaardappelen en beschadigde en zieke aardappelen inbegrepen. Deze stroom komt voornamelijk terecht in de verwerkende industrie.

Tabel 3.5 Structuuroverzicht aardappelen 2000

	Aantal bedrijven	C _n	Productie (ton)	Omzet (mln euro)
Productie	13.100		3.600.000	
Groothandel	480			
- import			1.720.000	
- export			4.600.000	
- binnenland			720.000	
Verwerking	21	C ₆ = 80%	3.100.000	1.300

Bron: CBS, LEI. Bewerking: LEI.

De aardappelhandel en de groothandel

De aardappelhandel fungeert als intermediair tussen de producent van consumptie- en industrieaardappelen en de verwerkende industrieën, schillers/wassers en detailhandel. De handelaren verzorgen tevens de import en export van aardappelen. Voor consumptieaardappelen is de export van groot belang. De handelondernemingen zorgen niet alleen voor transport. Zij houden zich ook bezig met teeltontwikkeling, wassen, verpakken en opslag.

De groothandel is niet sterk geconcentreerd, in 2000 rapporteert het 'bedrijfschap voor groothandel en tussenpersonen in aardappelen' een totaal van 481 bedrijven die zich bezighouden met de groothandel in consumptieaardappelen en/of voeraardappelen. Het aantal groothandelsbedrijven is wel afgenomen in de afgelopen jaren.

Belangrijke handelaren in Nederland zijn C. Meijer B.V., Van Rijn, Van de Noord, Verhagen en Nedato. De verticale integratie in de keten neemt toe. Grote aardappelverwerkende bedrijven nemen deelnemingen in handelaren om over een vaste aanvoer van aardappelen te kunnen beschikken. De handelaren hebben stevige relaties met telers, veelal via coöperaties. De groothandel verhandelt ongeveer 60% van de geproduceerde en geïmporteerde consumptieaardappelen (Rabobank, 2000). De rest wordt door de verwerkende industrie rechtstreeks afgenomen bij de producenten. Ongeveer 60% van de in Nederland geproduceerde consumptieaardappelen wordt in Nederland verwerkt tot aardappelproducten (figuur 3.5). De verwerkende industrie wordt aangeleverd vanuit de voorraden, die de handelaren opbouwen na de oogst, en vanuit de import. Naar verwachting zal de uitvoer in 2002 lager zijn door de lagere oogst in 2001.

Verwerkende industrie

We noemen een aardappel verwerkt op het moment dat deze is geschild. In de verwerkende industrie worden een aantal producten onderscheiden: vorgebakken producten (frites, blokjes, schijfjes) en chips, gedroogde producten (granulaat) en 'specialities' (geschilde, geconserveerde aardappelen, salades, kroketten, of kant-en-klare maaltijden)¹. Grootste spelers op deze (wereld)markt zijn LambWeston/Meijer, McCain, Farm Frites en Aviko B.V., die met name frites produceren. Celavita, Asn Dronten en C&N zijn bedrijven die zich specialiseren in schillen, wassen en kant-en-klaarmaaltijden. Vaak wordt ook een onderscheid gemaakt tussen de gekoelde en de ingevroren verwerkte producten. Het

¹ Vereniging van Aardappelverwerkende industrie, Jaarverslag, 1996.

overgrote deel van de productie (90%) van de verwerkende industrie wordt geëxporteerd. Een andere grote stroom betreft afval (stoomschillen, persvezel), die met name in de varkenssector als veevoer wordt gebruikt.

De verwerkende industrie is de meest geconcentreerde schakel in de keten. Gegevens uit 1999 (MLNV website) laten zien dat zes bedrijven 80 procent van de productie in handen hebben (tabel 3.5). De Rabobank (2001) rapporteert dat de markt wordt gedomineerd door de vier grootste bedrijven. De verwachting is dat de concentratie alleen maar is toegenomen. De samenwerking tussen de verwerkende industrie en de telers gaat verder dan vaste levering. Telers maken prijsafspraken met de industrie. Op deze manier worden telers verzekerd van inkomen. De markt voor consumptieaardappelen is vrij van Europese marktordening. Bovendien neemt de dominante positie van de industrie in de keten toe. Dit komt door een verschuiving van de vraag in de richting van verwerkte producten.

3.8 Finale afzet

In deze paragraaf gaan wij in op de finale afzet van vlees en aardappelen in Nederland. Hierbij dient wel in het achterhoofd gehouden te worden dat beide producten op de Europese markt afgezet wordt. Vlees wordt bij vier typen partijen afgezet: detailhandel, horeca en instellingen en de huisdiervoederindustrie. Verder wordt de vleeswarenindustrie als aparte tussenschakel tussen de vleesketens en de detailhandel, horeca en instellingen beschouwd. Aardappelen worden bij de detailhandel en horeca en instellingen afgezet en in geval van overproductie bij veehouderijen. De afzetkanalen voor vlees en aardappelen zijn dus beduidend 'ruimer' dan het grootwinkelbedrijf. Hierbij moet wel aangetekend worden dat de vraag naar vlees verschilt per afnemer. De huisdiervoederindustrie gebruikt met name de 'mindere' onderdelen van het karkas die niet gebruikt worden voor het versaanbod en vleeswaren.

Tabel 3.6 Structuuroverzicht Nederlandse afzetkanalen voor vlees en aardappelen 2000

	Aantal bedrijven	C ₄	Inkoop (mln euro)	Omzet (mln euro)
Detailhandel vlees				4.500
- grootwinkelbedrijf	3.600	90%	-	3.000
- speciaalzaken	3.700		-	1.500
Detailhandel aardappel				
- grootwinkelbedrijf	3.600	90%	-	275
- speciaalzaken	2.425		-	55
- overig				100
Horeca en instellingen a)	46.101			14.500
Vleeswaren- en snacksindustrie	295		1.150	2.075
Huisdiervoederindustrie	30		100	215

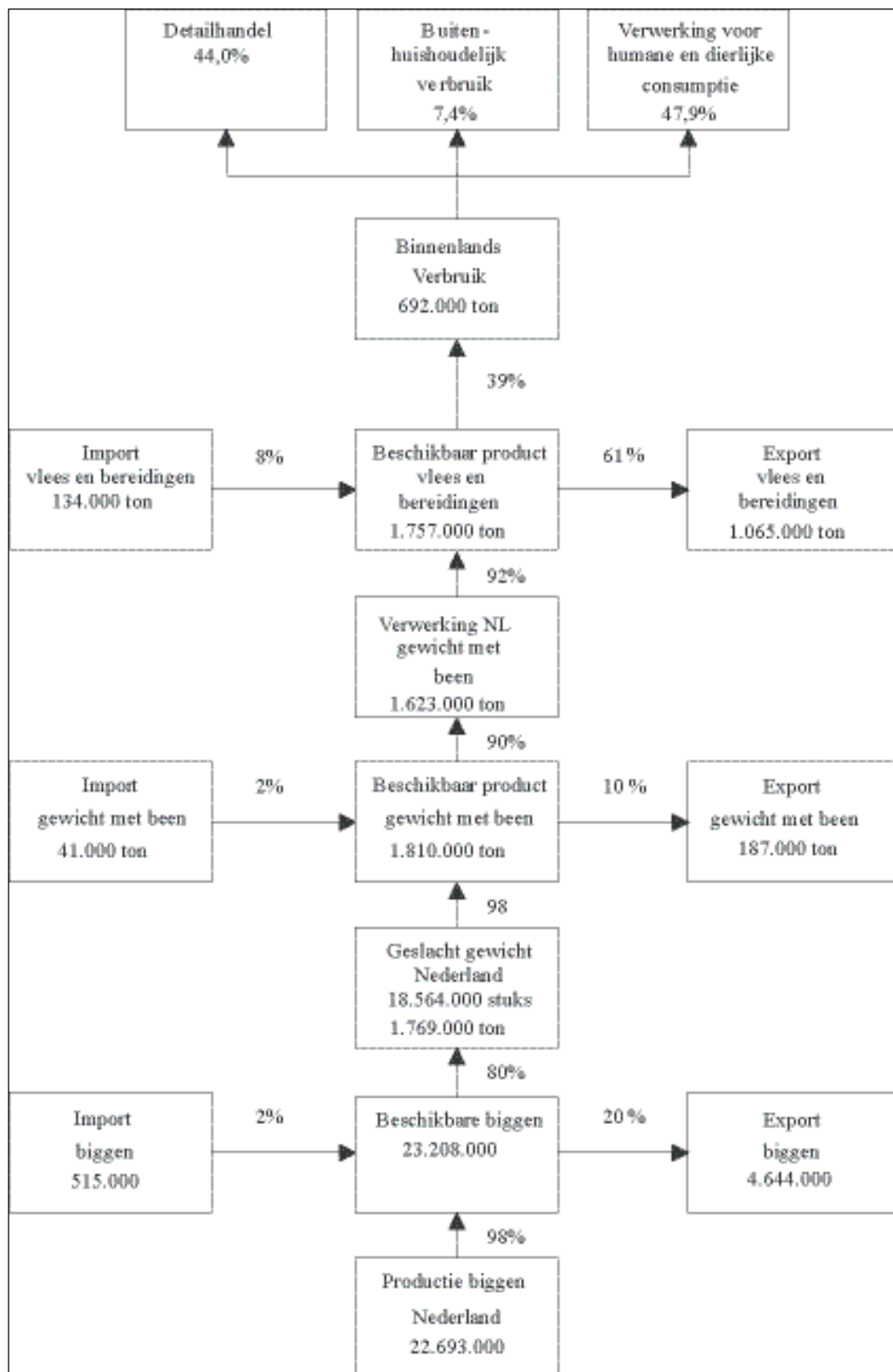
a) Voor horeca en instellingen: totale omzet waarde.

Bron: CBS.

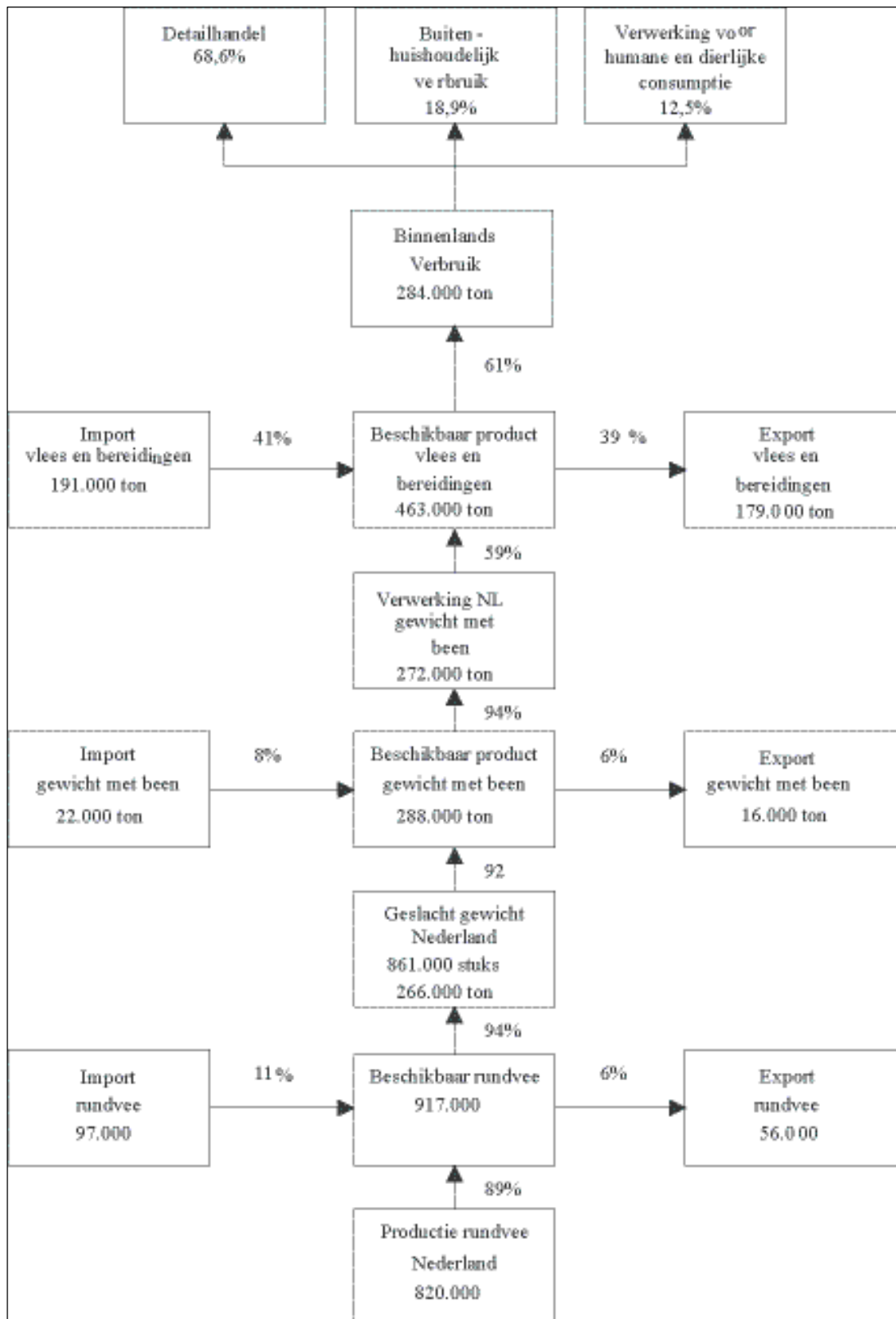
De concentratie in het Nederlandse grootwinkelbedrijf is groot. Het gezamenlijk aandeel van de vier grootste inkoopcombinaties (Albert Heijn, Laurus, TSN en Superunie) in de grootwinkeldomzet bedraagt 89%. Hierbij dient wel aangetekend te worden dat de inkoop van de inkoopcombinaties (nog) niet volledig gebundeld is. Voor de verkoop geldt dat het aanbod verder verdeeld is, omdat de inkoopcombinaties vele supermarktformules (Albert Heijn, Laurus¹, C1000 en Aldi) vertegenwoordigen die zelfstandig de verkoop regelen. De grootste vier supermarktformules hebben een gezamenlijk marktaandeel van 71% (tabel 3.6). De concentratie in de inkoop bedraagt daarentegen slechts 59% en die in de verkoop 47%, indien de omzet van detaillisten meegewogen wordt. De inkoop is dus meer geconcentreerd dan de verkoop. Hier staat tegenover dat de markt voor institutionele inkopers als het grootwinkelbedrijf en de detailhandel in het algemeen geografisch gezien ruimer is dan voor consumenten. Het grootwinkelbedrijf doet voor een belangrijk deel een beroep op buitenlandse leveranciers. Voor consumenten is de relevante markt eerder lokaal dan nationaal, laat staan internationaal. Omdat het prijsbeleid van het grootwinkelbedrijf voor geheel Nederland min of meer uniform is, zijn er geen grote regionale verschillen in de consumentenprijzen.

Het grootwinkelbedrijf betreft vlees en aardappelen van een beperkt aantal 'vaste' leveranciers. Lange termijnafspraken over omvang, prijs en levertijdstop worden in beperkte mate gemaakt. Er worden wel steeds meer productspecificaties afgegeven voor de te leveren producten. Deze hebben betrekking op verpakking, kwaliteit, gebruik hormonen en medicijnen, gewasbeschermingsmiddelen en in toenemende mate diervriendelijkheid. Dit betekent dat leveranciers en grootwinkelbedrijf belangrijke investeringen doen in relatie-specifieke transacties.

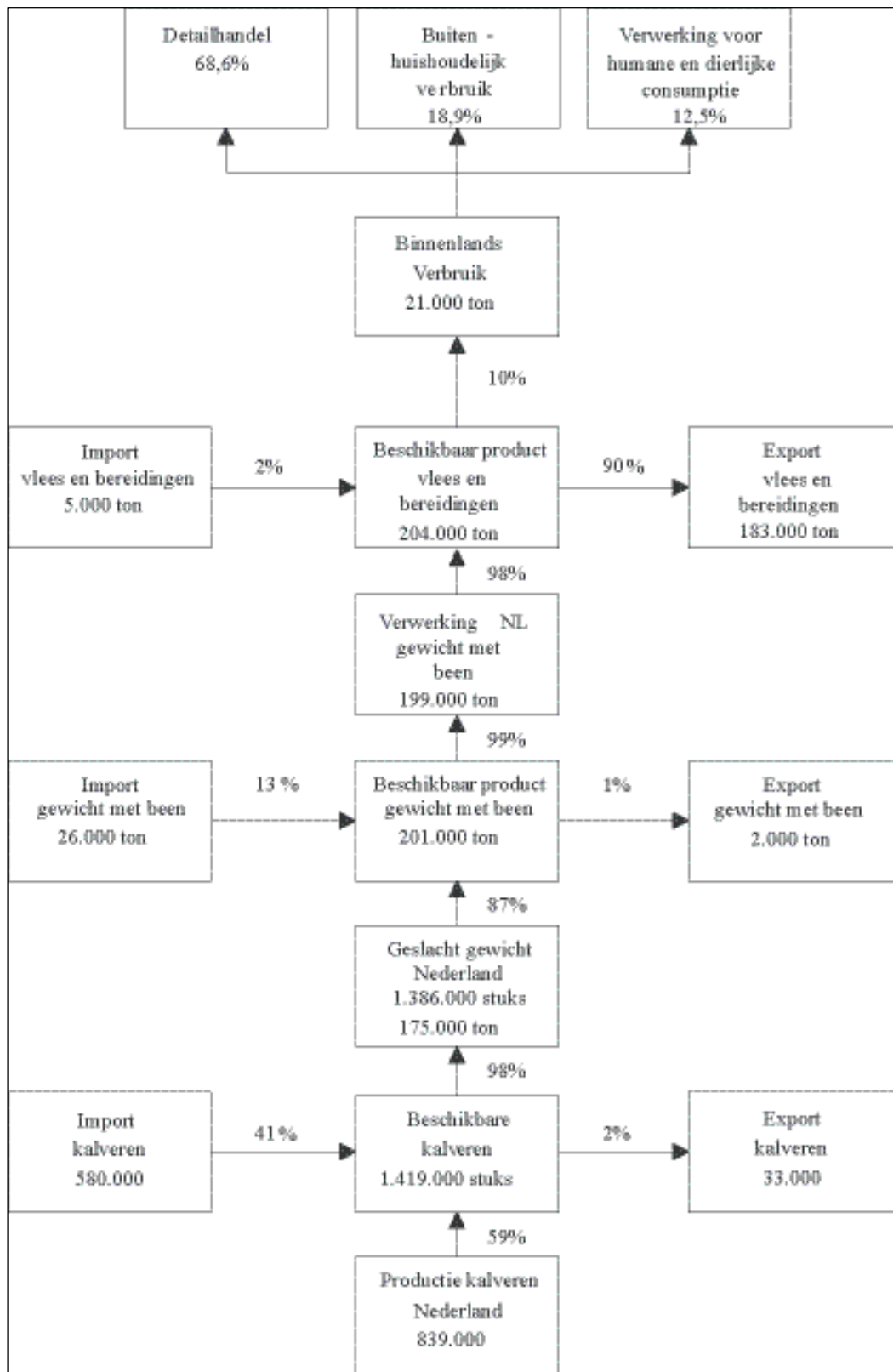
¹ Laurus is als een supermarktformule beschouwd. Dit is (nog) niet het geval.



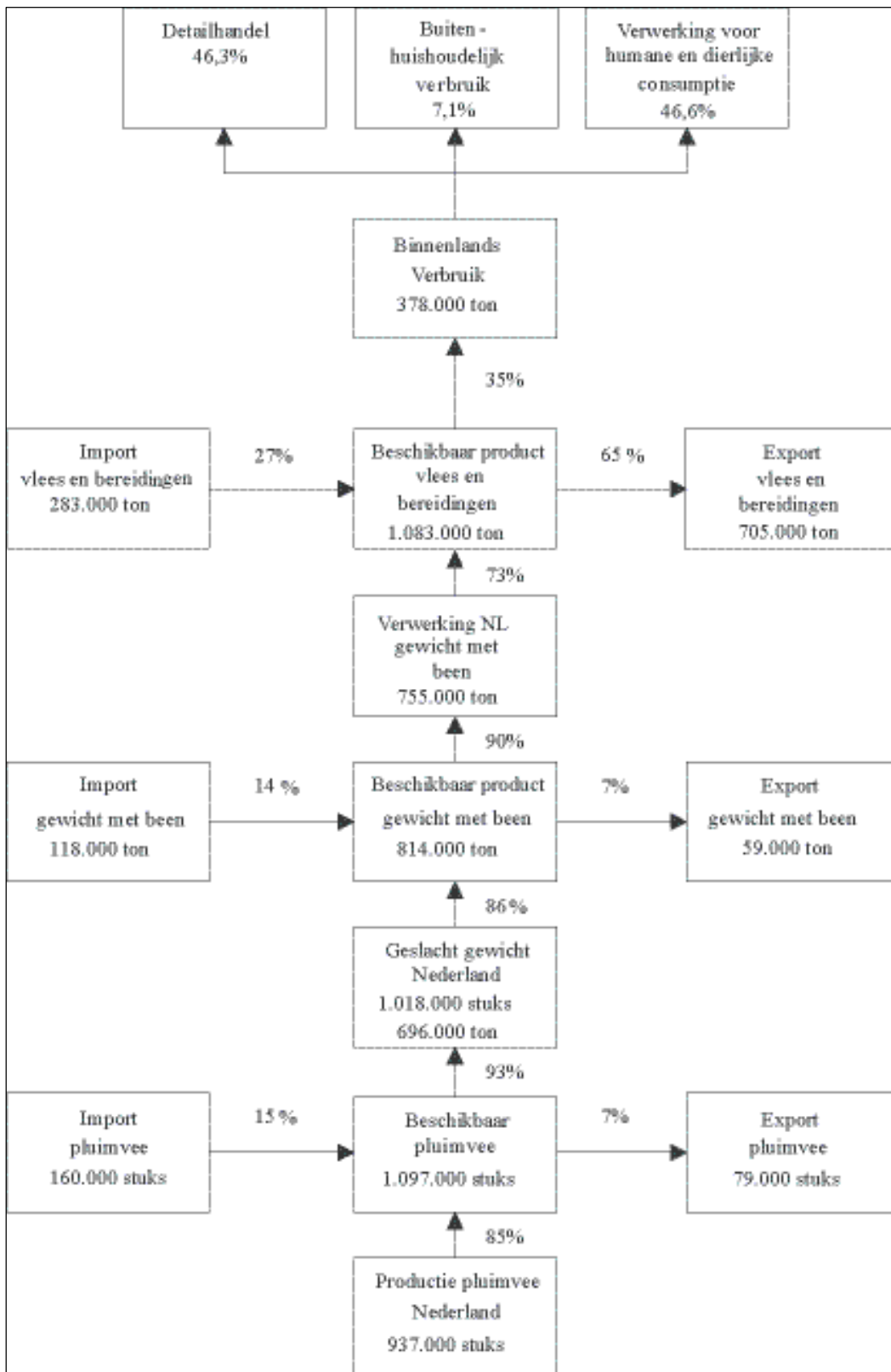
Figuur 3.1 Varkensvleesketen in Nederland (2001)



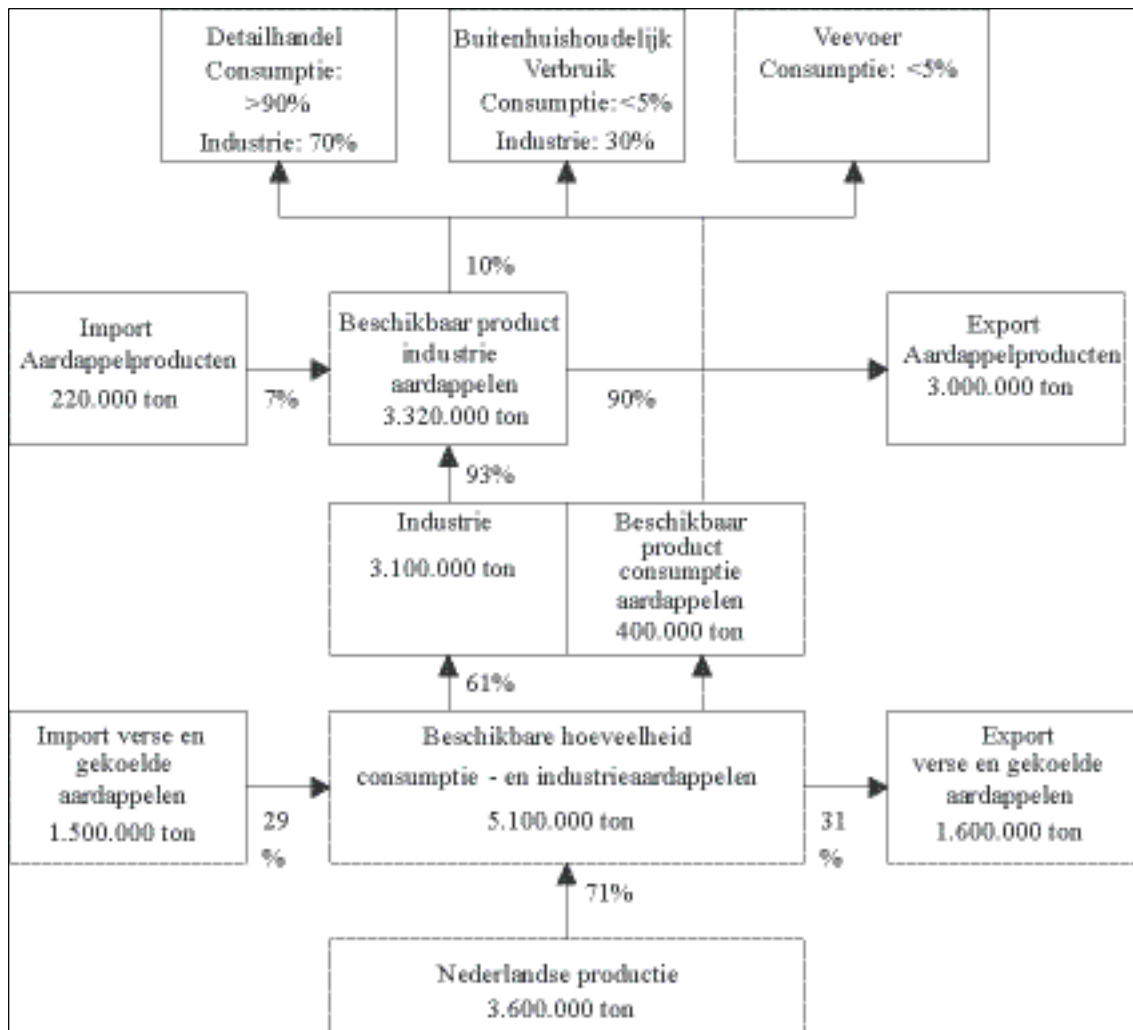
Figuur 3.2 Rundvleesketen in Nederland (2001)



Figuur 3.3 Kalfsvleesketen in Nederland (2001)



Figuur 3.4 Pluimveevleesketen in Nederland (2001)



Figuur 3.5 Nederlandse keten voor consumptie- en industrieaardappelen (2001)

Bron: CBS, *Statline*; Bedrijfsschap voor de Groothandel en de Tussenpersonen in Aardappelen, *Jaarverslag 2000*; Rabobank, *Perspectief op de aardappelteelt Nederland, 2000*; VAVI, internet pagina.

4. Marktmacht in vlees en aardappelen

Na de uitwerking van de probleemdefinitie in hoofdstuk 2 en een korte beschrijving van de Nederlandse vlees- en aardappelketens in hoofdstuk 3 pakken wij in dit hoofdstuk onze probleemstelling empirisch op. In dit hoofdstuk stellen wij vast, in hoeverre zich imperfecties voordoen in de prijstransmissie in zes grote Nederlandse agrofoodketens. Dit betreft de ketens van varkensvlees, rundvlees, kalfsvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patates frites. Meer in concreto bestuderen wij of (1) bepaalde ketenpartijen marktmacht hebben en (2) of prijsveranderingen op af-boerderij niveau doorgegeven worden door slachterij en grootwinkelbedrijf. Dit doen wij als volgt. In paragraaf 4.1 onderzoeken wij de relatie tussen de prijzen op drie niveaus in de keten: af-boerderij, groothandelsniveau (af-verwerking) en consumentenniveau (af-detailhandel). Meer in het bijzonder gaan wij het volgende na:

1. worden prijsveranderingen volledig doorgegeven?
2. hoe snel worden prijsveranderingen doorgegeven?
3. is er een verschil in reactie (qua omvang of tijd) tussen positieve en negatieve schokken?

In paragraaf 4.2 gaan wij na of één van de ketenpartijen marktmacht heeft.

4.1 Asymmetrie

In deze paragraaf relateren wij voor varkensvlees, rundvlees, kalfsvlees, pluimveevlees, consumptieaardappelen en patates frites de prijzen op drie onderscheiden niveaus in de keten: af-boerderijprijzen, groothandelsprijzen en consumentenprijzen. Deze prijzen hangen met elkaar samen. De vraag daarbij is of deze prijzen dusdanig aan elkaar gerelateerd zijn, dat op lange termijn een schok in de af-boerderijprijs volledig wordt doorgegeven aan de groothandels- en consumentenprijzen. Om deze vraag te onderzoeken, hebben we een recursief tijdreeksmodel voor deze drie prijzen geconstrueerd dat er in ongespecificeerde vorm als volgt uitziet:

$$\begin{aligned} \text{groeiwoet}^1 \text{ consumentenprijs in maand } t = & \\ & f(\text{groeiwoet groothandelsprijs in maand } t, \\ & \text{groeiwoet af-boerderijprijs in maand } t, \\ & \text{groeiwoet consumentenprijs in maand } t-1, \\ & \text{groeiwoet groothandelsprijs in maand } t-1, \\ & \text{groeiwoet af-boerderijprijs in maand } t-1, \\ & \dots) \text{ ? restterm} \end{aligned}$$

¹ De groeiwoet is gedefinieerd als $(\text{prijs in maand } t - \text{prijs in maand } t-1) / \text{prijs in maand } t-1 \approx \ln(\text{prijs in maand } t) - \ln(\text{prijs in maand } t-1)$.

$$\begin{aligned}
&\text{groeivoet groothandelsprijs in maand } t = \\
&\quad f(\text{groeivoet af-boerderijprijs in maand } t, \\
&\quad \text{groeivoet consumentenprijs in maand } t-1, \\
&\quad \text{groeivoet groothandelsprijs in maand } t-1, \\
&\quad \text{groeivoet af-boerderijprijs in maand } t-1, \\
&\quad \dots) \mp \text{ restterm} \\
&\text{groeivoet af-boerderijprijs in maand } t = \\
&\quad f(\text{groeivoet consumentenprijs in maand } t-1, \\
&\quad \text{groeivoet groothandelsprijs in maand } t-1, \\
&\quad \text{groeivoet af-boerderijprijs in maand } t-1, \\
&\quad \dots) + \text{ restterm}
\end{aligned}$$

Het model is lineair in de parameters, maar laat wel toe dat de parameter van een negatieve groeivoet afwijkt van de parameter van een positieve groeivoet. Ook wordt in het model rekening gehouden met een mogelijk seizoenpatroon in de data via opname van seizoendummies. De parameters in het model zijn geschat op basis van de steekproef lopend van januari 1995 tot en met december 2000. In het model zijn de variabelen opgenomen tot en met drie maanden terug, vooropgesteld dat de parameters een absolute t -waarde kleiner dan 1 hebben. Met het op deze wijze geselecteerde model zijn één tot en met 12 maanden vooruit voorspellingen berekend voor het jaar 2001. Deze voorspellingen bleken de lange termijn trend in de data goed te volgen. Derhalve hebben we het model vervolgens gebruikt om te kijken hoe een schok van één standaarddeviatie in de groeivoet van de af-boerderijprijs doorwerkt in alle drie de prijsniveaus (in guldens).

Tabel 4.1 geeft de middellange en lange termijn effecten weer van positieve en negatieve prijsschokken ter grootte van de standaarddeviatie in de prijsvariatie. De tabel laat zien dat prijsveranderingen in de ketens voor varkens- en rundvlees na 6 maanden geheel verwerkt zijn. Bij pluimveevlees werken prijsschokken lang door, in het bijzonder positieve prijsschokken. Bij varkensvlees leidt een prijsstijging van 30 cent op af-boerderij niveau uiteindelijk tot een prijsstijging van 41-43 cent op alle drie de niveaus. Een prijsdaling op af-boerderij niveau van 27 cent leidt uiteindelijk tot een prijsdaling van 27-33 cent op af-boerderij en groothandelniveau, maar lokt geen enkele prijsreactie bij de detailhandel uit. Prijsdalingen worden - ook op lange termijn - niet doorgegeven.

Op basis van de resultaten van Tabel 4.1 kunnen wij de volgende conclusies trekken voor de onderzochte ketens.

- Varkensvlees
Er is een prijsasymmetrie in het voordeel van de detailhandel. Een daling van de producentenprijs (prijs van vleesvarkens) wordt wel gevolgd door de groothandel, maar niet door de detailhandel. Een stijging van de producentenprijs wordt daarentegen niet alleen door de groothandel, maar ook door de detailhandel gevolgd.
- Pluimveevlees
Ook bij pluimveevlees is er sprake van een prijsasymmetrie in het nadeel van de boer. Prijsdalingen af-boerderij worden niet gevolgd door groothandel (of slachterij) en detailhandel, maar prijsstijgingen af-boerderij daarentegen wel. Bij een stijging van de prijs van slachtkuikens verbetert de marge van de groothandel (of de slachte-

- rij). Deze verruiming gaat ten koste van zowel de boer als de detailhandel. Er lijkt dus met name prijsmacht bij de verwerkers van pluimveevlees te zijn.
- Rundvlees
Bij rundvlees is de detailhandelsprijs ongevoelig voor prijsveranderingen in de voorgaande schakels van de keten. De detailhandelsprijs reageert niet op een prijsdaling en verwerkt slechts in beperkte mate een prijsstijging. Er is geen sprake van een prijsasymmetrie in het nadeel van de boer. Marktmacht bij de detailhandel dient echter geenszins uitgesloten te worden. Zowel de verruiming van de marge bij een daling van de inkooprijzen als het opvangen van een stijging van inkooprijzen met een daling van de marge kan duiden op marktmacht. De groothandel volgt daarentegen wel de prijsdalingen op af-boerderij niveau, maar is niet in staat prijsstijgingen door te voeren. Er lijkt dus sprake van een prijsasymmetrie in het nadeel van de groothandel. De relatie tussen de ketenrijzen is bij rundvlees wellicht imperfect vanwege het relatief grote aandeel van importen in de Nederlandse consumptie.
 - Kalfsvlees
Bij kalfsvlees werken de prijsreacties na een prijsschok lang door. Dit betekent of dat de werkelijke prijsrelaties complex zijn of dat de geschatte relaties de werkelijke relaties slecht duiden. De consumentenrijzen lijken ongevoelig voor veranderingen in de rijzen af-boerderij. Er is geen sprake van asymmetrie, maar van prijsafvlakking ('levelling') door de detailhandel. Prijsafvlakking hangt waarschijnlijk samen met het relatief grote verschil tussen de prijs af-boerderij en de consumentenrijzen - er wordt zo wie zo goed aan verdiend.
 - Consumptieaardappelen
Bij consumptieaardappelen is er sprake van een prijsasymmetrie in het voordeel van de boer. De detailhandel volgt prijsdalingen af-boerderij, maar kan of wil prijsstijgingen af-boerderij niet in de rijzen verwerken.¹
 - Patates frites
Bij patates frites doen groothandel (en verwerking) en detailhandel aan prijsafvlakking. Zowel prijsstijgingen als -dalingen worden niet gevolgd. De af-boerderijrijzen betreffen hier zowel contract- als spotmarktprijzen.

¹ Kuiper, Kuwornu en Pennings (2002) hebben onderzoek gedaan naar de verdeling van prijsrisico's tussen boer en handel in de periode 1946-1996. Uit dit onderzoek blijkt dat prijsrisico's steeds meer bij de boer gelegd worden. Deze verschuiving wordt niet verklaard door een vermindering van de houding van boeren ten aanzien van risico, maar door de verschuiving van de onderhandelingsmacht van boer naar handel.

Tabel 4.1 Effecten van positieve en negatieve prijsschokken op ketenprijzen (gulden per kg)

Product	Schok	na zes maanden	na 1 jaar	∞
<i>Varkensvlees</i>				
boer	0,30	0,41	0,42	0,42
groothandel		0,42	0,43	0,43
detailhandel		0,40	0,41	0,41
boer	-0,27	-0,27	-0,27	-0,27
groothandel		-0,33	-0,33	-0,33
detailhandel		0,00	0,00	0,00
<i>Rundvlees</i>				
boer	0,20	0,20	0,20	0,20
groothandel		0,00	0,00	0,00
detailhandel		0,07	0,08	0,08
boer	-0,19	-0,33	-0,33	-0,33
groothandel		-0,33	-0,34	-0,34
detailhandel		0,01	0,02	0,02
<i>Pluimveevlees</i>				
boer	0,05	0,15	0,22	0,32
groothandel		0,19	0,34	0,52
detailhandel		0,15	0,28	0,45
boer	-0,05	-0,05	-0,04	-0,04
groothandel		0,00	0,00	0,01
detailhandel		0,02	0,03	0,03
<i>Kalfsvlees</i>				
boer	0,82	0,95	1,48	1,72
detailhandel		0,12	0,17	0,21
boer	-0,76	-0,89	0,58	1,43
detailhandel		-0,02	0,28	0,35
<i>Consumptieaardappelen</i>				
boer	0,10	0,10	0,10	0,10
detailhandel		0,01	0,01	0,01
boer	-0,08	-0,09	-0,09	-0,09
detailhandel		-0,07	-0,07	-0,07
<i>Patates frites</i>				
boer	0,10	0,10	0,10	0,10
groothandel		-0,00	-0,00	0,00
detailhandel		0,00	0,00	0,00
boer	-0,07	-0,08	-0,08	-0,08
groothandel		-0,01	-0,00	-0,01
detailhandel		-0,00	-0,00	-0,00

4.2 Marktmacht

In deze paragraaf gaan wij na, in hoeverre bepaalde schakels marktmacht hebben. Dit toetsen wij door na te gaan of de prijsontwikkeling in een bepaalde schakel al dan niet onafhankelijk plaatsvindt van de prijsontwikkeling in de andere schakels. Dit kunnen wij toetsen door na te gaan of prijzen in andere schakels dan de onderzochte schakel informatie bevatten die helpt bij de voorspelling van toekomstige prijsbewegingen.

Tabel 4.2 *Onafhankelijkheidstoets*

	Varkensvlees	Pluimveevlees	Patates frites
Consumentenprijs	0,00	0,14	0,05
Groothandelsprijs	0,84	0,03	0,58
Producentenprijs	0,09	0,28	0,00

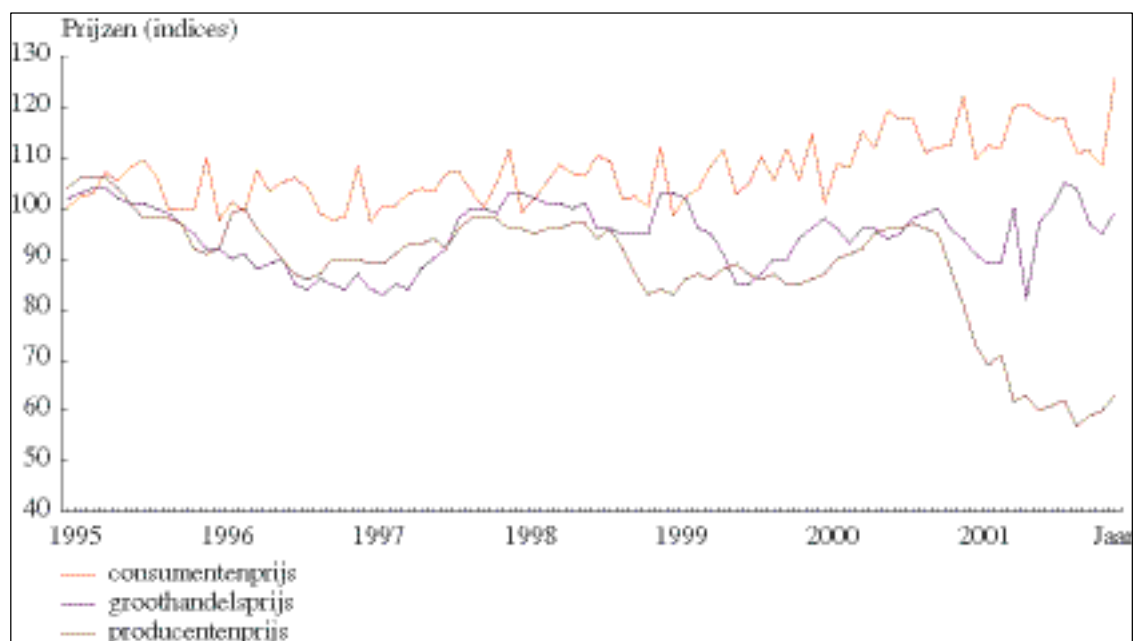
Hiertoe is een dynamisch prijsmodel geschat zoals besproken in paragraaf 4.1, maar nu met groeivoeten tot en met twee maanden terug en zonder weglating van deze onafhankelijke variabelen. Dit model gebruiken wij om statistisch te toetsen of bijvoorbeeld de consumentenprijs een significante relatie heeft met producentenprijzen en groothandelsprijzen uit het verleden. Aan de hand van de F-toets¹ is getoetst of de prijs op een bepaald niveau in de keten - bijvoorbeeld af-boerderij - voorspeld kan worden aan de hand van informatie over de prijzen op de andere twee niveaus - bijvoorbeeld groothandel en detailhandel - in het verleden. Een hoge waarde duidt op onafhankelijkheid. De producten waarvoor we deze analyse hebben uitgevoerd zijn varkensvlees, pluimveevlees en patates frites. Uit tabel 4.2 blijkt dat in de productieketen voor varkensvlees de groothandelsprijs zich niets gelegen laat aan de producenten- en consumentenprijzen uit de voorgaande maanden. Dit is ook het geval bij patates frites. Bij pluimveevlees is deze rol met name weggelegd voor de producentenprijs. Dit kan duiden op marktmacht bij groothandel (of verwerking) bij varkensvlees en patates frites, maar ook op afhankelijkheid van de prijsontwikkeling op internationale markten. Bij pluimveevlees hangt de onafhankelijkheid van de producentenprijs waarschijnlijk samen met de versheid en bederfelijkheid van het product.

De resultaten in deze paragraaf kunnen niet zonder meer naast de resultaten in de vorige paragraaf gelegd worden. Paragraaf 4.1 toetst op asymmetrie, paragraaf 4.2 op onafhankelijkheid. Paragraaf 4.1 geeft geen uitsluitsel over de vraag, welke schakel prijschokken entameert; paragraaf 4.2 daarentegen wel. Bij varkensvlees zijn de prijzen af-boerderij en op groothandelniveau nauw aan elkaar gerelateerd (paragraaf 4.1). Prijschokken worden direct doorgegeven. De resultaten in deze paragraaf geven aan dat groothandelsprijzen (internationale markten) de prijzen af-boerderij dicteren in plaats van andersom. Prijzen uit het verleden op af-boerderijniveau geven geen informatie over de ontwikkeling van groothandelsprijzen. Andersom geven prijzen uit het verleden op groothandelniveau wel informatie over de ontwikkeling van de prijzen op af-boerderijniveau.

¹ De F-toets toetst de verklarende waarde van alle onafhankelijke variabelen in de regressievergelijking.

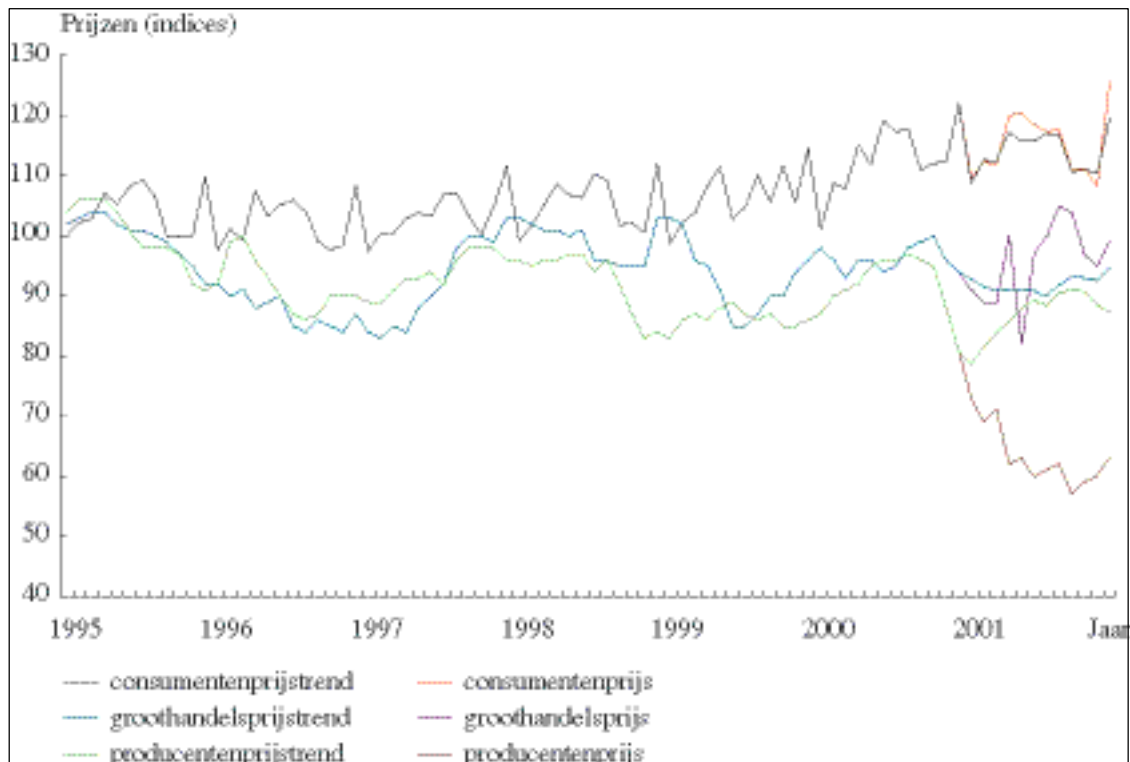
4.3 BSE-kosten en rundvleesprijzen

Figuur 4.1 geeft het verloop van de rundvleesprijzen weer over de periode 1995-2001. Het meest opvallende aan het prijsverloop is het gegeven dat de producentenprijs in oktober 2000 scherp daalt zonder gevolgd te worden door de groothandels- en consumentenprijzen. Aan de hand van een trendanalyse hebben wij getoetst of de introductie van de wettelijk verplichte BSE-test in januari 2001 invloed op het prijsverloop op de drie onderscheiden prijsniveaus gehad heeft. Hiertoe hebben wij de stochastische trend en univariate korte termijn dynamiek in elk van de onderscheiden prijzen geschat over de periode 1995-2000 en op basis van deze schattingen voorspellingen gedaan voor 2001. Figuur 4.2 geeft een wig aan tussen het voorspelde en het werkelijke verloop van de producentenprijs. Dit duidt op een trendbreuk in de ontwikkeling van de producentenprijs. Voor de groothandels- en consumentenprijs doet zich geen trendbreuk voor. Berekeningen laten zien dat de werkelijke productenprijzen in 2001 gemiddeld 27 procent lager liggen dan de voorspelde prijzen. Voor de groothandels- en consumentenprijzen vinden we dat de werkelijke prijzen respectievelijk 4 en 1% hoger liggen dan de trendmatige prijzen. Deze resultaten laten zien dat de introductie van de BSE-test voor rekening van de veehouders is gekomen. Dit strookt met de theorie van belastingincidentie (Bijlage 1) en wijst als zodanig niet naar het voorkomen van marktmacht. Probleem bij de analyse is wel dat in het voorjaar van 2001 in Nederland zich ook MKZ voordeed. Het is niet uitgesloten dat de daling van de producentenprijzen deels voor rekening van MKZ komt.



Figuur 4.1 Rundvleesprijzen (indices)

Bron: CBS Maandcijfers en PVE



Figuur 4.2 Trendmatig en werkelijk verloop rundvleesrijzen

4.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn wij nagegaan of er tekenen voor marktmacht zijn in de Nederlandse vlees- en aardappelketens. Wij hebben hiertoe ten eerste onderzocht of er een asymmetrie in de transmissie van prijzen door de keten heen waargenomen kan worden. In het algemeen geldt dat prijsveranderingen af-boerderij in beperkte mate vertaald worden in de consumentenprijzen. De detailhandel hanteert de door haar gewenste vaste prijzen. Voor varkens- en pluimveevlees hebben wij een prijsasymmetrie in het nadeel van de boer waargenomen. De prijsasymmetrie bij varkensvlees is in het voordeel van de detailhandel. De prijsasymmetrie bij pluimveevlees is met name in het voordeel van groothandel en verwerking. Voor rundvlees, kalfsvlees en patates frites is er sprake van prijsafvlakking ('levelling'). Voor consumptieaardappelen is er sprake van een prijsasymmetrie in het voordeel van de boer. Al met al valt de vermeende marktmacht bij de detailhandel mee. De prijsinertie wordt met name door prijsafvlakking ingegeven en niet door marktmacht. Grootwinkelbedrijven passen prijzen en marges onder andere niet dagelijks aan veranderingen in de inkooprijzen van afzonderlijke producten aan, omdat zij een gemiddelde winstmarge over producten en productgroepen nastreven ('averaging').

De groothandelsprijs van varkensvlees en patates frites ontwikkelt zich onafhankelijk van de prijsontwikkeling in andere schakels in de Nederlandse ketens. Dit kan duiden op marktmacht bij de verwerkende industrie, maar ook op afhankelijkheid van internationale markten. Gelet op de uitkomsten van het eerste deel van de empirische analyse is de afhan-

kelijkheid van internationale markten een plausibeler verklaring. De detailhandel baseert zijn prijsbeslissingen op de prijsontwikkelingen in de voorgaande schakels.

Uit trendanalyse blijkt dat de kosten van de wettelijk verplichte BSE-test alleen op de producenten is afgewenteld. Dit strookt met de theorie van belastingincidentie en wijst als zodanig niet naar misbruik van marktmacht. De afwenteling van de kosten van de BSE-test valt wel samen met het optreden van de MKZ-crisis.

5. Beleidsevaluatie

In het vorige hoofdstuk hebben wij geconstateerd dat de prijsvorming in de vleesketens enige imperfecties vertoont. Imperfecties kunnen samenhangen met misbruik van marktmacht. Marktmacht is onderwerp van overheidsbeleid, omdat het tot een inefficiënte allocatie leidt. Een inefficiënte allocatie komt tot uitdrukking in hoge consumentenprijzen, een beperkte variatie in het productaanbod en een tekort aan innovaties. In de onderliggende casus zijn er in potentie ook belangrijke nevengevolgen. De landbouwproductie en de af-boerderij prijzen zijn te laag. In dat geval staat marktmacht van de zijde van de verwerkende industrie en het grootwinkelbedrijf het landbouwbeleid van de Europese Unie in de weg.

Misbruik van marktmacht wordt primair aangepakt middels het mededingingsbeleid. Het mededingingsbeleid richt zich op coördinatie tussen concurrerende ondernemingen (horizontale afspraken) of tussen leverancier en afnemer (verticale afspraken) en op het gedrag van dominante ondernemingen. Het mededingingsbeleid pakt coördinatie tussen en gedrag van ondernemingen aan, indien zij tot vermindering van de concurrentie leiden. Coördinatie tussen ondernemingen kan echter ook de efficiëntie van de allocatie bevorderen. Dit geldt met name verticale coördinatie (ketensamenwerking). In deze gevallen maakt het mededingingsbeleid een afweging tussen verlies aan concurrentie en efficiëntiewinst.

In dit hoofdstuk gaan wij allereerst in op het Europese en het Amerikaanse mededingingsbeleid in het algemeen en vervolgens op het beleid dat gericht is op prijstransmissie in agrofoodketens, maar ook andere ketens, zoals de benzinekolom.

5.1 Europese Unie

Het mededingingsbeleid wordt in de Europese Unie voor een belangrijk deel op Europees niveau bepaald. Het mededingingsbeleid dient mede te waarborgen dat er één gemeenschappelijke markt binnen de Europese Unie tot stand komt en blijft. Het beleid richt zich dan ook niet alleen op de bewaking van de concurrentie, maar ook op de bewaking van vrije interstatelijke handel. Het Europese mededingingsbeleid is maatgevend voor het nationale mededingingsbeleid in de lidstaten, onder andere omdat het beleid op Europees niveau sterk ontwikkeld is.

Wetgeving van de Europese Unie is erop gericht afspraken tussen marktpartijen, die concurrentiebeperkend werken, te verhinderen. De mededingingswet staat beschreven in Artikel 81 en 82 van het EC-verdrag¹. Artikel 81 richt zich op overeenkomsten tussen ondernemingen, besluiten van ondernemersverenigingen en anderszins onderling afgestemde gedragingen. Artikel 81 verbiedt in het bijzonder a. prijsafspraken, b. beperking of controle van productie, de markt, technische ontwikkeling of investeringen, c. marktverdeling, d.

¹ Voorheen artikel 85 en 86.

(prijs)discriminatie, e. verbindende voorwaarden aan contracten die losstaan van het onderwerp van het contract. Artikel 82 richt zich op misbruik van economische macht door dominante ondernemingen. Het artikel richt zich niet zozeer op de marktstructuur, maar op de gedragingen van dominante ondernemingen. Om de vorming van economische machtsposities tegen te gaan ziet de Europese Commissie toe op concentraties. Wanneer een fusie of overname gevolgen heeft voor de Europese handel en ten minste twee van de bedrijven in kwestie binnen de EU een voldoende grote omzet hebben,¹ dan moet de Europese Commissie zich daarover uitspreken. De controle van deze concentraties valt onder Verordening (EEC) no. 4064/89 van 21 December 1989.

Kartelafspraken

Artikel 81, lid 1, van het EC-verdrag behandelt het kartelverbod. 'Onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt en verboden zijn ... 'alle overeenkomsten tussen ondernemingen, besluiten van ondernemingsverenigingen en onderling afgestemde feitelijke gedragingen, welke de handel tussen Lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt (verstoord) wordt'.² De Europese Commissie vat het criterium 'ongunstige beïnvloeding van de Europese handel' ruim op en past het zowel toe op horizontale als verticale afspraken tussen bedrijven. Voor bepaalde landbouwproducten geldt echter de uitzondering dat het gemeenschappelijke landbouwbeleid voorrang heeft boven het mededingingsbeleid *en dat marktorganisatie binnen een lidstaat uitzondering van artikel 81, lid 1, kan rechtvaardigen*.

Horizontale en verticale afspraken zijn echter onder bepaalde voorwaarden uitgezonderd van artikel 81(1)3. Horizontale en verticale overeenkomsten zijn toegestaan, indien zij:

2. de productie of distributie dan wel de technische of economische vooruitgang bevorderen;
3. de gebruikers laten delen in de voordelen gegenereerd onder punt 1;
4. enkel restricties op de mededinging bevatten die noodzakelijk zijn om de voordelen genoemd onder punt 1 te realiseren;
5. ruimte laten voor restconcurrentie.

Restricties die de concurrentie teveel beperken, zoals collectieve verticale prijsbinding en horizontale afspraken over prijs, productie of marktverdeling, zijn niet toegestaan. De Europese Commissie is zeer gevoelig, als het gaat om regelingen die de interstatelijke handel ongunstig kunnen beïnvloeden. Dit raakt de totstandkoming van de gemeenschappelijke markt direct. Voor dergelijke concurrentiebeperkingen moet een ontheffing bij de Commissie aangevraagd worden. Voor concurrentiebeperkingen die geen ongunstige invloed hebben op de interstatelijke handel, moet een ontheffing worden aangevraagd bij de nationale mededingingsautoriteit.

¹ Dit betreft een wereldwijde omzet van meer dan 5 miljard euro, een omzet van meer dan 250 mln. euro binnen de EU, waarvan niet meer dan tweederde binnen één lidstaat.

² Van Gerven, et al., 1997, p 127.

³ De ontheffing vindt plaats op basis van artikel 81(3), waarin de genoemde criteria zijn opgenomen.

Op basis van bovenstaande criteria zijn groepsvrijstellingen ingesteld, onder andere om de administratieve werkdruk van de Europese Commissie te verminderen. In de vorige eeuw zijn vrijstellingen ingesteld voor onder andere franchising, alleenverkoop, bevoorrading in het algemeen en bevoorrading van bier (en benzine) in het bijzonder. Deze vrijstellingen zijn in 2000 herzien. Er is sinds 2000 een algemene vrijstelling voor verticale overeenkomsten.¹ De vrijstelling betreft overeenkomsten tussen twee of meer bedrijven. De vrijstelling geldt ook voor overeenkomsten tussen ondernemersverenigingen van detailhandelaren en de aangesloten bedrijven en voor overeenkomsten tussen de vereniging en leveranciers van deze bedrijven. De aangesloten leden mogen geen omzet hebben die groter is dan 50 mln. euro. Verticale overeenkomsten tussen bedrijven en tussen verenigingen van detailhandelaren en bedrijven mogen aangegaan worden, indien de gezamenlijke omzet van de betrokken bedrijven hooguit 30% van de markt bedraagt. Concurrentiebeperkingen mogen voor hooguit 5 jaar aangegaan worden duren. Zware vormen van concurrentiebeperking (minimumprijzen) mogen niet of alleen onder bepaalde voorwaarden (territoriale restricties en verbod op wederverkoop) in de overeenkomst opgenomen worden. De vrijstelling voor verticale overeenkomsten komt met name kleine bedrijven ten goede. De Europese Commissie kan echter te allen tijde een vrijstelling intrekken, indien zij van mening is dat de concurrentie te zeer aangetast wordt. De voormalige groepsvrijstelling voor bierleveringscontracten valt sinds 2000 onder de algemene vrijstelling voor verticale overeenkomsten. Er zijn ook groepsvrijstellingen voor horizontale regelingen in zake licenties, onderzoek en ontwikkeling, standaardisatie en specialisatie. Horizontale afspraken over prijs, productie en marktverdeling zijn *per se* verboden.

De Europese Commissie heeft de taak aan te tonen dat verticale restricties onder artikel 81(1) vallen. Zij gaat hierbij als volgt te werk: 1. De EC gaat na of een 'hard' verbod overtreden wordt, zoals collectieve verticale prijsbinding. Overeenkomsten met 'harde' verboden zijn ongeldig. 2. De EC stelt de relevante markt en het marktaandeel van de betrokken partijen vast. 3. Indien het marktaandeel onder de drempelwaarde (30%) blijft, geldt de groepsvrijstelling. 4. Indien het marktaandeel boven de drempelwaarde uitkomt, wordt een nader onderzoek ingesteld onder artikel 81(1). 5. De commissie bepaalt of op basis van artikel 81(3) ontheffing kan worden verleend.

Machtsmisbruik door dominante ondernemingen

In artikel 82 wordt het misbruik van een machtspositie verboden. Het begrip misbruik wordt niet omschreven. Voorbeelden worden wel gegeven: opleggen van prijzen of andere onbillijke contractuele voorwaarden; beperken van de productie, de afzet of de technische ontwikkeling ten nadele van de verbruikers; het toepassen ten opzichte van handelspartners van ongelijke voorwaarden bij gelijkwaardige prestaties; het opleggen van bijkomende prestaties zonder verband met het onderwerp van de overeenkomst. Een voorbeeld van een uitspraak van de Europese Commissie inzake misbruik van een machtspositie, in zake *United Brands*. Hierin wordt het begrip 'machtspositie' omschreven als 'een economische machtspositie van een onderneming, die deze in staat stelt de instandhouding van een daadwerkelijke mededinging in de betrokken markt te verhinderen doordat zij sterk genoeg

¹ Official Journal L 336 , 29/12/1999 p. 0021 – 0025.

is om zich in belangrijke mate onafhankelijk van haar concurrenten, afnemers en uiteindelijk de consumenten te gedragen' (Hof van Justitie, 27/76 van 14 februari 1978)).

United Brands (Chiquita-bananen) zou zich schuldig hebben gemaakt aan prijsdiscriminatie en ongeoorloofde verkoopvoorwaarden. Daarnaast heeft zij te hoge prijzen berekend aan de consument en de verkoop aan een afnemer onterecht gestaakt. Het arrest laat zien hoe de Europese Commissie tot zijn vonnis komt. Allereerst wordt de relevante productmarkt bepaald, zowel geografisch als met betrekking tot substitutiemogelijkheden. Vervolgens wordt de marktpositie van United Brands bepaald. Als indicatoren van een ontoelaatbare machtspositie gelden: een groot marktaandeel, economische zwakte van concurrenten, de afwezigheid van latente concurrentie en de macht over de toegang tot hulpbronnen en technologie.¹ Tot slot behandelt het arrest het misbruik van deze machtspositie aan de hand van concrete gedragingen. United Brands verbood afnemers de bananen in onrijpe staat door te verkopen, weigerde te leveren aan een afvallige afnemer, berekende verschillende prijzen voor een zelfde product, en berekende onbillijke prijzen. De commissie bepaalde dat deze gedragingen in strijd zijn met artikel 82 van het EC-verdrag (toenmalig artikel 86, EEG) en gelastte United Brands de praktijken stop te zetten.

Raadsverordening 26/62

Voor de land- en tuinbouw geldt een sectorale, generieke vrijstelling van artikel 81 (Van Gerven *et al.*, 1997: 34n). Raadsverordening 26/62 stelt de productie en handel in landbouwproducten vrij van artikel 81(1), althans in zoverre de vrijstelling nodig is om de doeleinden vermeld in artikel 33 van het EC-Verdrag met betrekking tot het gemeenschappelijk landbouwbeleid te realiseren. Nationale landbouworganisaties, waaronder coöperaties, mogen de productie en verkoop van agrarische producten regelen - behalve de prijs - alsmede de verwerking van deze producten en het gebruik van gemeenschappelijke installaties. Exclusieve relaties mogen niet gebruikt worden ten voordele van andere partijen in de kolom (*Bloemenveiling Aalsmeer*; Van Gerven *et al.*, 1997: 38). Exclusieve relaties tussen boer en coöperaties zijn toegestaan, tenzij zij de concurrentie te zeer aantasten. Voorwaarden die uittreding uit een coöperatie in feite beletten, zijn niet toegestaan (*Dijkstra e.a. vs. FricoDomo e.a.*; *Oude Luttikhuis e.a. vs. Coberco*; *Campina*; Van Gerven *et al.*, 1997: 40-41). Deze voorwaarden schaden niet alleen de concurrentie, maar ook de doelstellingen van het gemeenschappelijk landbouwbeleid, aangezien boeren ervan weerhouden worden naar een coöperatie over te stappen die een hogere prijs betaalt. Merk op dat de vrijstelling niet artikel 82 betreft. Misbruik door bijvoorbeeld de grote zuivelcoöperaties is niet toegestaan.²

5.2 Lidstaten van de EU

Afspraken tussen bedrijven van kleinere omvang, zonder invloed op de communautaire handel, vallen onder de nationale wetgeving. In Nederland is de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) verantwoordelijk voor de uitvoering van de Mededingingswet van

¹ Bron: internet site: http://www.europarl.eu.int/factsheets/default_nl.htm.

² Zie: Bunte en Wolters, *Contract: Ratio en Wet*, een economische en juridische analyse van verticale overeenkomsten, LEI, april 1999.

1998. In Duitsland is dat het Bundeskartellamt, in Engeland de Office of Fair Trading en in Frankrijk 'La direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes' (DGCCRF) en de 'Conseil de la Concurrence'. De nationale wetgeving in nagenoeg alle Europese lidstaten is in de afgelopen jaren afgestemd op de wetgeving en het beleid van de Europese Unie. Het beleid valt uiteen in een kartelverbod, een verbod op misbruik van economische macht en het concentratietoezicht. De generieke verboden en vrijstellingen uit de Europese wetgeving zijn vaak onveranderd overgenomen in de nationale wetgeving. In deze paragraaf staan wij kort stil bij de Nederlandse wetgeving alsmede nationale wetgeving die aanvullende bepalingen betreft ten opzichte van de Europese wetgeving.

Nederland

De Nederlandse mededingingswetgeving is in 1998 met de inwerkingtreding van de nieuwe Mededingingswet verder aangepast aan de Europese verdragen. Van een misbruikstelsel is overgegaan op een verbodstelsel. Het kartelverbod is in de Nederlandse wet gevat in artikel 6, lid 1, van de Mededingingswet. *'Verboden zijn overeenkomsten tussen ondernemingen, besluiten van ondernemersverenigingen en onderling afgestemde feitelijke gedragingen van ondernemingen, die ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan wordt verhinderd, beperkt of vervalst.'* De verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de wet ligt bij de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa). Beroep is mogelijk bij de rechter.

Dit verbod geldt niet voor afspraken of gedragingen die vrijstelling hebben gekregen in het kader van de Europese groepsvrijstellingen of ontheffing is verleend onder artikel 81(3) van het EC-verdrag. In de Mededingingswet is artikel 81(3) overgenomen in artikel 17, op grond waarvan door de NMa een ontheffing kan verlenen. De groepsvrijstellingen die de EU ingesteld heeft, worden door de Nederlandse wet automatisch overgenomen. Er zijn ook nog groepsvrijstellingen voor winkelcentra en samenwerkingsvormen in de detailhandel.

Het verbod op misbruik van een dominante marktpositie staat in artikel 24, lid 1, van de Mededingingswet. Het tot stand brengen van een concentratie als omschreven in de wet wordt niet aangemerkt als misbruik van een machtspositie. Hierop is het concentratietoezicht van toepassing. Voorgenomen concentraties dienen gemeld te worden bij de NMa, indien de gezamenlijke omzet in het voorafgaande kalenderjaar meer bedraagt dan 250 miljoen gulden, waarvan door ten minste twee van de betrokken ondernemingen ieder ten minste 30 miljoen euro in Nederland is behaald.¹ Tijdens de meldingsfase wordt nagegaan of er een vergunning vereist is. Indien een vergunning vereist is, wordt een onderzoek ingesteld. Na onderzoek kan een vergunning worden afgegeven. *'Een vergunning wordt geweigerd, indien als gevolg van de voorgenomen concentratie een economische machtspositie zal ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd'*, artikel 41, lid 2, Mw.

¹ artikel 29, Mw. De genoemde bedragen kunnen worden verhoogd bij algemene maatregel van bestuur.

Frankrijk

De Franse wetgever tracht via twee wetten de inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf verder te beperken dan de reguliere Europese wetgeving doet. De wet Galland legt beperkingen op aan de contractvoorwaarden van het grootwinkelbedrijf. De wet Raffarin legt beperkingen op aan het openen van nieuwe vestigingen. De wet Galland (1996) heeft als doel om de inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf te beperken ten gunste van onafhankelijke detaillisten en leveranciers. De wet bevat de volgende generieke verboden:

- leveranciers mogen weigeren aan bepaalde detaillisten te leveren;
- grootwinkelbedrijven mogen geen 'listing fees' instellen zonder tegenprestatie;
- grootwinkelbedrijven mogen producten niet beneden de inkoopprijs verkopen;
- staking van afname van een product door het grootwinkelbedrijf dient met schriftelijke kennisgeving te gebeuren;
- er mogen geen 'excessief lage prijzen' ingesteld worden.

Volgens de wet Raffarin (1996) dienen winkelketens aan strenge eisen voldoen, voordat een vestiging van meer dan 300 m² geopend kan worden. Op deze manier probeert men te voorkomen dat de grote winkelketens de kleinere lokale supermarkten en detailhandel verder verdringen en een nog groter marktaandeel (en machtspositie) verwerven.

De Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) ziet actief toe op de naleving van de mededingingswetgeving inclusief de aanscherpingen in de wet Galland en Raffarin. De dienst heeft ruim 3.500 medewerkers in dienst die jaarlijks 50.000 tot 70.000 controles uitvoeren die betrekking hebben op concurrentie.¹ Van de 57.346 zaken in 1998 betroffen er 20.337 transparantie en restrictieve praktijken (titel 4), waaronder wederverkoop beneden de aankoopprijs, en 4.239 anti-concurrentiële praktijken, waaronder (gedwongen) verkoop tegen te lage prijzen (titel 3).

De wetsherziening van 1 juli 1996 is geëvalueerd in 2000 (Assemblée Nationale, Rapport d'Information 2072). Volgens de evaluatie bemoeilijkt de wetsherziening verkoop beneden de inkoopprijs aanzienlijk. Het prijsverschil tussen de hypermarkten in de periferie en de supermarkten in de stedelijke centra is naar schatting van experts teruggelopen van 12% tot 6%. De wet Galland beperkt hiermee de mogelijkheid tot kruissubsidiëring. Kruissubsidiëring speelt een grote rol in het prijsbeleid van het grootwinkelbedrijf. Het grootwinkelbedrijf lokt consumenten met lage prijzen (kruissubsidies) op een beperkt aantal producten naar de winkel en behaalt op de rest van het assortiment zijn winst. Voor de wetswijziging kon het grootwinkelbedrijf een deel van zijn assortiment beneden de inkoopprijs verkopen. Dit laatste is nu niet meer of minder goed mogelijk. Met name voedingsproducten worden zonder prijsopslag wederverkocht om consumenten naar de winkel te lokken. Vijftien à twintig procent van de voedingsproducten worden zonder prijsopslag wederverkocht. Deze producten betreffen de helft in de voedingsomzet. De wet Galland heeft ook (ongewenste) consequenties voor verticale samenwerking gehad. Binnen verticale samenwerkingsovereenkomsten blijven volgens de wet Galland bijdragen van leveranciers aan prijskortingen mogelijk. Dit heeft ertoe geleid dat er sinds de wetswijziging

¹ Het merendeel van het totaal aantal zaken die de DGCCRF controleert (650.000-750.000), heeft betrekking op de Franse warenwet.

meer samenwerkingsovereenkomsten gesloten zijn tussen grootwinkelbedrijf en leveranciers.

De wet Galland voorziet met name in de concurrentieverhouding tussen grootwinkelbedrijf en het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel. De evaluatie van de wetgeving (Rapport d'Information 2072) gaat in op de implicaties voor de land- en tuinbouw. De landbouw lijdt onder andere aan het vooraf vastleggen van catalogusprijzen (zie discussie over menukosten in Hoofdstuk 2). Deze prijzen worden in Frankrijk reeds zeven à acht weken voor de daadwerkelijke verkoopweek vastgelegd. Deze praktijk leidt ertoe dat de lasten van negatieve schokken geheel bij de land- en tuinbouw gelegd worden. Prijsdalingen af-boerderij door een (tijdelijk) overaanbod kunnen in principe opgevangen worden door een daling van de consumentenprijs en een stijging van de consumentenvraag. Indien de consumentenprijs echter vastligt, kan de consumentenvraag de prijsdaling af-boerderij niet opvangen.

Het rapport doet verder de volgende twee aanbevelingen om de positie van de land- en tuinbouw te verbeteren: (1) overheidsingrijpen in de prijsvorming om (tijdelijke) prijsdalingen teniet te doen; (2) herevaluatie van het mededingingsbeleid ten aanzien van verkoopsamenwerking in de land- en tuinbouw enerzijds en het inkoop- en verkoopbeleid van detaillisten anderzijds. Vanwege het vermeende gebrek aan verkoopmacht van agrarische bedrijven kunnen mededingingsautoriteiten lankmoediger zijn ten aanzien van verkoopsamenwerking in de land- en tuinbouw. Vanwege de vermeende inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf dient op het inkoopbeleid van het grootwinkelbedrijf scherper toegezien te worden (ibid., p. 111n).

Duitsland

De Duitse mededingingswet (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen) kent sinds 1999 bepalingen die overeenkomen met de bepalingen in de wet Galland (Dobson, 1999).

- Dominante ondernemingen mogen geen preferentiële voorwaarden van hun leveranciers afdwingen die niet berusten op 'objectieve' redenen, zoals een kostenbesparing.
- Verkoopprijzen mogen niet permanent beneden de inkooprijzen vastgesteld worden.
- Bedrijven mogen naar de rechter stappen, voordat de mededingingsautoriteiten actie ondernemen.
- Leveranciers mogen bij de mededingingsautoriteiten (maar niet bij de rechter) anoniem blijven bij de indiening en behandeling van klachten tegen machtsmisbruik.

Deze bepalingen zijn vervat in Artikel 20 van de Duitse mededingingswet.

Net als hun Franse collegae, pakken de Duitse mededingingsautoriteiten misbruik tegen voornoemde bepalingen actief aan. Het Bundeskartellamt heeft in 1999 39 nieuwe zaken in behandeling genomen die betrekking hebben op Artikel 20 en 37 nieuwe zaken in 2000. Daarnaast hebben de Landeskartellämter in 1999 nog 55 nieuwe zaken in behandeling genomen op basis van Artikel 20 en 92 nieuwe zaken in 2000. In een zeer beperkt aantal gevallen wordt er een verbod door een kartelautoriteit uitgesproken. Er zijn in 2000 twee verboden uitgesproken die betrekking hebben op enigerlei vorm van discriminatie van afnemers. Het Bundeskartellamt heeft in drie van de drie zaken een verbod op verkoop beneden de inkooprijzen ingesteld. In de meeste zaken passen de bedrijven zonder beschikking hun gedrag aan. Artikel 20 speelt bovendien een grote rol in het civielrecht.

Tweederde van de zaken die betrekking hebben op Artikel 20 vinden binnen het civielrecht plaats.

Tabel 5.1 Aantal zaken Bundeskartellamt op basis van Artikel 20

		Aantal zaken		Boete	Verbod	Stopzetting	Naar andere autoriteit
		oud	nieuw				
Discriminatie	1999		39			25	1
	2000	13	34		1	18	
Bevoordeling	1999						
	2000						
Verkoop beneden de inkoopprijs	1999						
	2000		3		3		
Totaal	1999		39			25	1
	2000	13	37		4	18	

Tabel 5.2 Aantal zaken Landeskartellämter op basis van Artikel 20

		Aantal zaken		Boete	Verbod	Stopzetting	Naar andere autoriteit
		oud	nieuw				
Discriminatie	1999	18	45			38	4
	2000	21	61		1	41	4
Bevoordeling	1999		2			2	
	2000						
Verkoop beneden de inkoopprijs	1999	2	8			9	1
	2000		31			19	4
Totaal	1999	20	55			49	5
	2000	21	92		1	62	8

5.3 Verenigde Staten

Het Amerikaanse mededingingsbeleid is gebaseerd op drie federale wetten: de Sherman Antitrust Act, de Federal Trade Commission Act en de Clayton Act. De Sherman Act is vergelijkbaar met de Europese artikelen 81 en 82. De wet verbiedt afspraken tussen ondernemingen die de concurrentie belemmeren alsmede misbruik van economische machtsposities door dominante ondernemingen. Bij de beoordeling van een horizontale of verticale restrictie geldt de zogenaamde 'rule of reason'. Onderzoek moet uitwijzen of de nadelige gevolgen voor de concurrentie groter zijn dan de positieve gevolgen voor de efficiëntie in productie of distributie. *Per se* verboden gelden voor 'zware'

concurrentiebeperkingen, zoals horizontale en verticale prijsafspraken, marktverdeling en een groepsboycot.

De Clayton Act heeft betrekking op specifieke praktijken en is een aanvulling op de Sherman Act. In deze wet worden ook verticale restricties behandeld, zoals exclusiviteitsbedingen en andere bindende voorwaarden. De Robinson-Patman Act regelt prijsvorming in verticale relaties. De Act is in de jaren dertig van de vorige eeuw opgesteld als reactie op de groeiende inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf. Het betreft een wijziging van de Clayton Act, waardoor discriminatie in prijs en service tussen afnemers verboden wordt. Discriminatie is wel geoorloofd, indien zij voortvloeit uit concurrentie of kostenverschillen. Deze wet zou de onderhandelingsmacht van het grootwinkelbedrijf in het afdwingen van kortingen en het uitbuiten van marktmacht moeten beperken. Critici stellen daarentegen dat de Act bedoeld was en gebruikt is om het klein- en middenbedrijf tegen concurrentie van het grootbedrijf te beschermen (Scherer en Ross, 1990, p.509). Tussen 1936 en 1966 heeft de FTC in meer dan 1.100 zaken stopzetting van (vermeende) prijsdiscriminatie afgedwongen. In de periode 1975-1986 behandelde de FTC slechts 7 zaken onder de Robinson-Patman Act. Voor de FTC heeft de Act sindsdien het karakter van een dode letter gekregen. De Act speelt echter nog steeds een rol in het privaatrecht. In de periode 1973-1983 is jaarlijks gemiddeld in 233 zaken inbreuk op de Robinson Patman Act als aanklacht naar voren gebracht (ibid.: 516). Een deel van deze zaken haalt nog steeds het Supreme Court (Clark, 1998).

Het concentratietoezicht valt in de VS onder artikel 7 van de Clayton Act. Fusies en overnames zijn verboden als zij leiden tot een substantiële vermindering van de concurrentie of tot monopolisering van de markt. Net als in de EU moeten concentraties gemeld worden. In de VS bij de FTC en het ministerie van Justitie, onder de Hart-Scott-Rodino Act (artikel 7a van de Clayton Act).

5.4 Evaluatie

Het mededingingsbeleid kan in beginsel aangescherpt worden om de inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf te beperken. Hiertoe is in het verleden de wetgeving in onder andere Frankrijk, Duitsland en de VS aangescherpt. Deze restricties beperken onder andere de mogelijkheid van het grootwinkelbedrijf prijskortingen te bedingen. De wetgeving wordt in voornoemde landen ondersteund door een actief uitvoeringsbeleid. De wetgeving is er met name op gericht de positie van het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel te verbeteren.

In hoeverre de wetgeving bijdraagt aan de versterking van de positie van het midden- en kleinbedrijf, is in de literatuur onderwerp van debat. De Franse ervaring tot nu toe suggereert dat de positie van hypermarkten door de nieuwe wetgeving ondergraven is. De prijsverschillen met supermarkten in de binnenstad zouden zijn teruggelopen. Economen van de Chicago school (en aanverwante scholen) voeren tegen dit beleid aan dat een inefficiënte vorm van distributie (midden- en kleinbedrijf) bevoordeeld wordt ten opzichte van een efficiënte vorm van distributie (grootwinkelbedrijf). De prijsverschillen vloeien volgens deze economen voor een belangrijk deel uit efficiëntieverschillen voort. Wetgeving ter zake is bovendien niet effectief, omdat het grootwinkelbedrijf via omwegen prijskortingen

tot stand weet te brengen, bijvoorbeeld via verticale samenwerkingsovereenkomsten of ordinare prijsdruk. De Franse ervaring wijst er verder op dat het grootwinkelbedrijf kruissubsidies op voedingsmiddelen zet. Dit impliceert dat het grootwinkelbedrijf de vraag naar voedingsmiddelen juist stimuleert (vgl. Dobson, 1999). Indien het aanbod een stijgende functie van de prijs is, betekent een grote vraag niet alleen een groot aanbod, maar ook een hoge prijs.

Voor Nederland hebben wij in het vorige hoofdstuk geconstateerd dat het grootwinkelbedrijf aan prijsafvlakking doet. Het Franse en Duitse grootwinkelbedrijf legt voor langere tijd catalogusprijzen vast. Dit impliceert dat tijdelijke vraag- en aanbodschokken af-boerderij niet door veranderingen in de consumentenprijs en -vraag opgevangen en afgezwakt kunnen worden. Dit vormt met name een probleem voor producten die van seizoensverkoop afhankelijk zijn, zoals verse groente en (klein)fruit.

De mededingingswetgeving gaat niet direct in op de positie van de land- en tuinbouw. Indien het grootwinkelbedrijf teveel marktmacht heeft, kan overwogen worden samenwerking in de inkoop en verkoop binnen het grootwinkelbedrijf minder coulant tegemoet te treden en samenwerking binnen de land- en tuinbouw ten aanzien van de verkoop juist met meer clementie. Hiertoe wordt de wetgeving in Europa ook aangescherpt.

6. Bevindingen

1. In de wetenschappelijke en beleidsliteratuur wordt veelvuldig een positieve prijsasymmetrie geconstateerd. Een stijging van de inkoopprijs wordt sneller en vollediger in de verkoopprijs doorberekend dan een daling van de inkoopprijs. Dit fenomeen wordt veelvuldig geweten aan marktmacht, maar kan ook op aanpassingskosten berusten. In de empirische literatuur is geen eenduidig beeld van de oorzaak van positieve prijsasymmetrie.
2. De Nederlandse ketens voor vlees en aardappelen zijn inmiddels in sterke mate geconcentreerd op het niveau van verwerking en detailhandel. Concurrentie blijft bewaard door het open karakter van de Nederlandse ketens voor vlees en aardappelen, maar ook andere agrofood producten. De export van de betrokken producten bedraagt vaak meer dan de helft van de productie. Bovendien zijn de productie en de verwerking niet alleen afhankelijk van de detailhandel en is de detailhandel niet alleen afhankelijk van de Nederlandse productie. De ketens voor kalfsvlees en pluimveevlees zijn sterk geïntegreerd. De afhankelijkheid van producenten van de schakels mengvoederindustrie en slachterij kan groot zijn.
3. Er zijn geen sterke aanwijzingen dat het grootwinkelbedrijf marktmacht uitoefent in de vorm van een positieve prijsasymmetrie. Er is sprake van een positieve prijsasymmetrie, indien het grootwinkelbedrijf prijsdalingen af-boerderij niet doorrekent in de consumentenprijs en prijsstijgingen af-boerderij wel. Het grootwinkelbedrijf doet dit echter alleen bij varkensvlees en niet bij de overige vijf productcategorieën. Het onderzoek geeft geen uitsluitsel over de vraag of de prijsasymmetrie bij varkensvlees het gevolg is van marktmacht of andere redenen, in het bijzonder aanpassingskosten. Er is ook sprake van een prijsasymmetrie in het nadeel van de boer en in het voordeel van groothandel en verwerking bij pluimveevlees.
4. Het grootwinkelbedrijf vertaalt zowel positieve als negatieve prijsveranderingen af-boerderij in beperkte mate door in de consumentenprijs. De detailhandel vlagt de prijsontwikkeling op consumentenniveau af. Dit geldt het sterkst voor rundvlees, kalfsvlees en patates frites. Dit wil niet zeggen dat de detailhandel op lange termijn ongevoelig is voor prijsveranderingen elders in de keten. Integendeel, consumentenprijzen zijn duidelijk gerelateerd aan de prijzen af-boerderij en op groothandelniveau.
5. De kosten van de wettelijk verplichte BSE-test zijn in het geheel op de producent afgewenteld. Deze afgwenteling is conform de economische theorie over belastingafwenteling (belastingincidentie). Gegeven de consumentenvraag wordt een kostenstijging op slachterijniveau vertaald in een daling van de vraag naar rundvlees door slachterijen. De daling van de vraag naar rundvlees door slachterijen komt in de inkooprijzen van de slachterijen tot uitdrukking. De kostenafwenteling heeft als zodanig niets met marktmacht van slachterij en detailhandel te maken. Voor de uiteindelijke prijzen maakt het niet uit bij welke partij(en) in de keten de kosten

neergelegd worden. Subsidiëring door de overheid beperkt de stijging van de consumentenprijzen en de daling van de af-boerderijprijzen ten gevolge van de introductie van de BSE-test.

6. In Frankrijk, Duitsland en de VS wordt inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf tegengegaan met een reeks bepalingen in het mededingingsrecht, onder andere de bepaling dat de verkoopprijs niet beneden de inkoopprijs mag liggen. Dit beleid wordt in alle drie de landen actief ten uitvoer gelegd. De wetgeving ter zake is bedoeld om de positie van het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel te beschermen. In zoverre de wetgeving misbruik van inkoopmacht tegengaat, is zij gewenst. In zoverre de wetgeving de positie van het midden- en kleinbedrijf in de detailhandel anderszins beschermt, belet zij de groei van meer efficiënte vormen van distributie (grootwinkelbedrijf). Om deze reden is de wetgeving ter zake scherp bekritiseerd door economen. Het verbod kan bovendien omzeild worden met behulp van ketenafspraken. Verder beperkt het verbod eventuele kruissubsidies op voedingsproducten.
7. Het Franse grootwinkelbedrijf past kruissubsidies op voedingsmiddelen toe. Dit betekent dat het Franse grootwinkelbedrijf de afzet van agrarische producten bevordert in Frankrijk en in landen die naar Frankrijk exporteren. Uitgaande van een stijgende aanbodcurve leidt kruissubsidiëring ook tot een verbetering van de de prijzen afboerderij in Frankrijk en in landen die naar Frankrijk exporteren. Een verbod voor het grootwinkelbedrijf op verkoop beneden de inkoopprijs reduceert kruissubsidies op voedingsproducten en schaadt dus de afzet en prijsvorming van agrarische producten. Indien het grootwinkelbedrijf een excessieve marge op een voedingsproduct zet, dan schaadt het afzet en prijsvorming van agrarische producten.
8. Het Franse, Duitse en Spaanse grootwinkelbedrijf bepaalt de consumentenprijzen (catalogusprijzen) enige weken (3-7 weken) van tevoren. Dit belemmert de mogelijkheden om de effecten van een korte termijn overaanbod op te vangen via een groei van de consumentenvraag. Indien de consumentenprijs immers vastligt, kan de consumentenvraag niet uit hoofde van een prijsdaling stijgen.
9. Gelet op het feit dat er geen sterke aanwijzingen zijn voor misbruik van marktmacht door het grootwinkelbedrijf, althans bij vlees en aardappelen, is er geen reden het mededingingsbeleid aan te scherpen. Een verbod voor het grootwinkelbedrijf van verkoop beneden de inkoopprijs beperkt de mogelijkheid van kruissubsidiëring ten gunste van de land- en tuinbouw. Het belet eventueel de groei van meer efficiënte distributievormen. Het verbod kan bovendien omzeild worden door ketenafspraken aan te gaan met leveranciers.
10. Het onderzoek geeft inzicht in prijsoverdracht in Nederlandse ketens, maar verklaart de geconstateerde patronen in beperkte mate. Vervolgonderzoek kan nader licht werpen op de oorzaken achter de geconstateerde prijspatronen. In het bijzonder kan nagegaan worden of de prijsasymmetrie bij varkensvlees voortvloeit uit marktmacht. Er zijn in de economische literatuur enige voorbeeldstudies op dit terrein. Dit onderzoek wordt nog niet breed toegepast en verkeert nog in een experimentele fase. Het is in theorie ook mogelijk door middel van bedrijfseconomisch onderzoek kosten en marges in kaart te brengen. Dit is echter allerminst een sine cure. Het onderzoek geeft ook geen inzicht in de betekenis van concentratie en inkoop samenwerking in

het Europese grootwinkelbedrijf. Gelet op de grote mate van concentratie die in Europa reeds bereikt is, valt studie van internationale inkoopsamenwerking door het grootwinkelbedrijf aan te bevelen. In deze studie kan ook nagegaan worden of nadere internationale afstemming van mededingingsbeleid binnen EU en WTO noodzakelijk is.

Literatuur

Assemblée Nationale, Rapport d'Information, No 2072, www.assemblee-nationale.fr.

Azzam, A.M., 'Asymmetry and Rigidity in Farm-Retail Price Transmission'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 81 (August 1999), pp. 525-533.

Azzam, A.M. en J.R. Schroeter, 'The Tradeoff Between Oligopsony Power and Cost Efficiency in Horizontal Consolidation: An Example from Beef Packing'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 77 (November 1995), pp. 825-836.

Balke, N.S., S.P.A. Brown en M.K. Yücel, 'Crude Oil and Gasoline prices: An Asymmetric Relationship?'. *Federal Reserve Bank of Dallas, Economic Review*, first quarter 1998.

Balke, N.S. en T.B. Fomby, 'Threshold cointegration'. In: *International Economic Review*, Vol. 38 (August 1997) 3.

Ball, L. en N.G. Mankiw, 'Asymmetric price adjustment and economic fluctuations' In: *Economic Journal* 104 (1994), pp. 247-261.

Berenschot, *Syntheserapport Evaluatie Mededingingswet*, Den Haag, mei 2002.

Bernard, J.C. en L. Shertz Willett, 'Broiler price transmission results and data periodicity'. In: *Applied Economic Letters*, (1998) 5, pp. 221-224.

Bettendorf, L. en F. Verboven, 'Incomplete transmission of coffee bean prices: evidence from the Netherlands'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 27 (2000) 1, pp. 1-16.

Blinder, A.S., 'Inventories and Sticky Prices: More on Microfoundations of Macroeconomics'. In: *American Economic Review*, Vol. 72 (June 1982) 3, pp.334-348.

Borenstein, S., A.C. Cameron, en R. Gilbert, 'Do Gasoline Prices respond asymmetrically to Crude Oil Price Changes?'. In: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112 (1997), pp. 305-339.

Borghesani, W.H., P.L. de la Cruz en D.B. Berry, *Food for thought: The Emergence of power buyers and its challenge to competition analysis*. Keller and Heckman, Washington DC, 1997.

- Buccirossi, P., S. Marette en A. Schiavina, 'Competition policy and the agribusiness sector in the European Union'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 29 (2002) 3, pp. 373-397.
- Buckle, R.A. en J.A. Carlson, 'Inflation and Asymmetric Output Adjustments by Firms'. In: *Economic Inquiry*, Vol. 36 (April 1998), pp. 215-228.
- Bunte, F., 'Onvolkomenheden in de prijsoverdracht in agrofoodketens'. In: *Agri-monitor*, LEI, april 2002.
- Bunte, F. en A.M. Wolters, *Contract: Ratio en Wet, een economische en juridische analyse van verticale overeenkomsten*. LEI, Den Haag, april 1999.
- Cabral, L.M.B., *Introduction to Industrial Organization*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2000.
- Clark, D.S., The Robinson-Patman Act: Annual Update, FTC, Washington, D.C., April 2, 1998.
- Connor, J.M. en W.A. Schiek, *Food processing: An industrial powerhouse in transition*, Wiley, Wiley-Interscience, New York, second edition, 1997.
- Dobson Consulting, *Buyer Power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union*. prepared for the European Commission, Mei 1999.
- Dobson, P., M. Waterson, 'Retailer power: recent developments and policy implications'. In: *Economic Policy: A European Forum*, 0 (April 1999) 28, pp. 133-156.
- Dobson, P., M. Waterson, en A. Chu, *The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power*, prepared for the Office of Fair Trading, Research paper 16, September 1998.
- Gardner, B., 'The farm-Retail price spread in a competitive food industry'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57 (August 1975) 3, pp. 399-409.
- Gerven, W. van, et al., *Kartelrecht II, Europese Gemeenschap*. W.E.J. Tjeenk Willink, 1997.
- Granger, C.W.J. en T.H. Lee, 'Investigation of production, sales and inventory relationships using multicointegration and non-symmetric error-correction models'. In: *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 4 (1989), pp. 145-159.
- Hamilton, S.F. en D.L. Sunding, 'The Effect of Farm Supply Shifts on Concentration and Market power in the Food Processing Sector'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 79 (May 1997), pp. 524-531.

Hassan, D. en M. Simioni, *Price Linkage and transmission between shippers and retailers in the French fresh vegetable channel*, INRA, 2001.

Hyde, C.E. en J.M. Perloff, 'Can Monopsony Power be Estimated?'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 76 (December 1994), pp. 1151-1155.

Kinnucan, H.W. en O.D. Forker, 'Asymmetry in Farm-Retail Price Transmission for Major Dairy Products'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 69 (May 1987), pp. 285-292.

Kuiper, W.E., J.K.M. Kuwornu en J.M.E. Pennings, *Time Series Analysis of a Principal-Agent Model to Assess Risk Shifting and Bargaining Power in Commodity Marketing Channels*, Wageningen: WUR, mimeo, 2002.

Kuiper, W.E. en M.T.G. Meulenbergh, 'Vertical Price Leadership: a cointegration analysis'. In: *Agribusiness*, 18 (2002) 3.

Kuiper, W.E. en Peerlings, J.H.M., *Asymmetric farm-retail price transmission: a new test*, Wageningen UR Paper, 2002.

Madsen, J.B. en B.Z. Yang, 'Asymmetric Price Adjustment in a Menu-cost model'. In: *Journal of Economics* (Zeitschrift für Nationalökonomie), vol 68(1998) 3, pp. 295-309.

Maff, McCorriston, S., et al., *Report of an investigation into the relationship between producer, wholesale and retail prices of beef, lamb and pork*. Maff, London, 1999.

McCorriston, S., 'Why should imperfect competition matter to agricultural economists?'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 29 (2002) 3, pp. 349-371.

McCorriston, S., C.W. Morgan en A.J. Rayner, 'Price transmission: the interaction between market power and returns to scale'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 28 (2001) 2, pp. 143-159.

McCorriston, S., C.W. Morgan en A.J. Rayner, 'Processing Technology, Market Power and Price Transmission'. In: *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 49 (spring 1998) 2, pp. 185-201.

McCorriston, S.M. en I.M. Sheldon, *Agricultural policy reform in successive-oligopolistic markets: a general framework*, december 1995.

Meyer, J. en S. von Cramon-Taubadel, *Asymmetric Price Transmission: A Survey*. Bijdrage aan EAAE-congres, Zaragoza, 2002.

Miller, D.J. en M.L. Hayenga, 'Price Cycles and Asymmetric Price Transmission in the U.S. Pork Market'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 83 (August 2001) 3, pp. 551-562.

Mohanty, S., E.W.F. Peterson, en N. Cottrell Kruse, 'Price Asymmetry in the International Wheat Market'. In: *Canadian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 43 (1995), pp. 355-366.

OECD, Directorate for financial, fiscal and enterprise affairs, committee on competition law and policy, *Buyer Power of multiproduct retailers*, July 1999.

Official Journal EC, diverse uitgaven.

Paarlberg, P.L. en M.M. Haley, 'Market Concentration and Vertical Coordination in the Pork Industry: Implications for Public Policy Analysis'. In: *Agribusiness*, Vol. 17 (2001) 2, pp. 197-212.

Palaskas, T.B. en T.J. Crowe, 'Testing for price transmission with seasonally integrated producer and consumer price series from agriculture'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 23 (1996), pp. 473-486.

Palaskas, T.B., 'Statistical Analysis of Price Transmission in the European Union'. In: *Journal of Agricultural Economics*, 46 (1995) 1, pp. 61-69.

Peltzman, S., 'Prices rise faster than the fall'. In: *Journal of Political Economy*, Vol. 108 (2000) 3, pp. 466-502.

Punyawadee, V., M.S. Boyd en M.D. Faminow, 'Testing for asymmetric pricing in the Alberta Pork Market'. In: *Canadian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 39 (1991), pp. 493-501.

Reed, A.J. en J.S. Clark, 'The transmission of trends in retail food and farm prices'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 80 (1998) 5, pp. 1139-1143.

Rogers, R.T. en R.J. Sexton, 'Assessing the Importance of Oligopsony Power in Agricultural Markets'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 76 (December 1994), pp. 1143-1150.

Sanjuán, A.I. en J.M.Gil, 'A note on Tests for Market Integration in a Multivariate Non-Stationary Framework'. In: *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 52 (May 2001) 2, pp. 113-121.

Scherer, F.M. en D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin Company, Boston, third edition, 1990.

Schluter, G., C. Lee en M. LeBlanc, 'The Weakening Relationship between Farm and Food Prices'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 80 (1998) 5, pp. 1134-1138.

Shepherd, W.G., *The Economics of Industrial Organization*, Waveland Press Inc., Prospect Heights, Illinois, fourth edition, 1999.

Slade, M.E. en G.R.E.Q.A.M., 'Optimal Pricing with Costly Adjustment: Evidence from Retail-Grocery Prices'. In: *Review of Economic Studies*, Vol. 65 (1998), pp. 87-107.

Stiglitz, J. E., *Economics of the public sector*, W.W. Norton & Company, New York, second edition, 1988.

Von Cramon-Taubadel, S., 'Estimating asymmetric price transmission with the error correction representation: An application to the German pork market'. In: *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 25 (1998), pp. 1-18.

Ward, R.W., 'Asymmetry in Retail, Wholesale, and Shipping Point Pricing for Fresh Vegetables'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 64 (May 1982), pp. 205-212.

Wohlgenant, M.K., 'Demand for farm output in a complete system of demand functions'. In: *American Journal of Agricultural Economics*, (May 1989), pp. 241-252.

Bijlage 1 Afwenteling BSE-kosten

In deze bijlage geven wij aan dat de wijze waarop de BSE kosten in de keten doorberekend worden, geen invloed heeft op de prijzen die de onderscheiden partijen ontvangen, vooropgesteld dat er sprake is van afdoende concurrentie in alle schakels van de keten. Dit resultaat is gebaseerd op een klassieke stelling in de economische theorie over belastingincidentie (Stiglitz, 1988). In Frankrijk en België heeft de overheid een consumentenheffing ingesteld op rundvlees. In Nederland en de overige EU-landen worden de kosten van het testen van vee en de extra hygiënemaatregelen betaald door de agrarische sector.

Uitgaande van de veronderstelling van volkomen (afdoende) concurrentie hanteren wij de nulwinstvoorwaarde in de onderliggende analyse. Verder veronderstellen wij dat de wijze waarop de BSE kosten worden doorberekend, geen impact op de consumentenvraag heeft.¹ Figuur B1.1 geeft een overzicht van de effecten van een consumentenheffing. De lijn CD geeft de consumentenvraag weer. De afgeleide vraag van het grootwinkelbedrijf DD volgt uit de consumentenvraag. De afgeleide vraag van het grootwinkelbedrijf is gelijk aan het verschil tussen de consumentenvraag en de marginale distributiekosten. Gemakshalve is in Figuur B1.1 verondersteld dat de marginale distributiekosten constant zijn. Dit is echter geen cruciale aanname.² De lijn SS geeft het aanbod van de agrarische sector weer.



Figuur B1.1 Consumentenheffing

¹ Dit laat onverlet dat BSE als zodanig wel impact op de consumentenvraag, de relatie tussen de gevraagde hoeveelheid en prijs, kan hebben.

² Voor volgende schakels (groothandel en slachterij) kan vervolgens op dezelfde wijze de afgeleide vraag bepaald worden. Aangezien dit geen invloed heeft op de uitkomst van de analyse, laten wij dit achterwege.

In de uitgangssituatie komt het marktevenwicht tot stand in het snijpunt van de afgeleide vraag van de detailhandel (DD) en het aanbod van de agrarische sector (SS). Dit evenwicht is aangegeven door de dubbel onderbroken lijnen en de punten Q^1 en P_f^1 . De consumentenheffing heeft geen invloed op de consumentenvraag CD, omdat zij geen invloed heeft op de consumentenvoorkeuren. De heffing vormt echter een wig tussen de prijs die de consument betaalt en het grootwinkelbedrijf ontvangt. Deze wig heeft tot gevolg dat de afgeleide vraag afneemt met de heffing. De afgeleide vraag van het grootwinkelbedrijf neemt af van DD tot DD' door de BSE-heffing van de afgeleide vraag af te trekken. Gevolg is een daling van de prijs die de boer ontvangt naar P_f^2 , een stijging van de prijs die de consument betaalt naar P_c^2 en een daling van de productie naar Q^2 .



Figuur B1.2 Kosten voor de sector

Figuur B1.2 geeft de situatie weer, waarin de kosten betaald worden door de agrarische sector. Omdat de sector extra kosten maakt, verschuift de aanbodcurve van SS naar SS'. De nieuwe aanbodcurve SS' wordt verkregen door de BSE-kosten bij de oude aanbodcurve op te tellen. Het nieuwe evenwicht komt tot stand bij consumentenprijs P_c^2 , een producentenprijs P_f^2 en een geproduceerde hoeveelheid Q^2 . Het evenwicht in Figuur B1.1 en B1.2 is volkomen identiek. De 'nieuwe' inverse vraagcurve in Figuur B1.1 is bepaald door de BSE-kosten (in de vorm van een heffing) van de 'oude' inverse vraagcurve af te trekken. De 'nieuwe' aanbodkromme in Figuur B1.2 is bepaald door de BSE-kosten bij de 'oude' aanbodkromme op te tellen. Het nieuwe evenwicht wordt in beide figuren bepaald door de wig die de BSE-kosten slaan tussen de inverse vraag en het aanbod. Omdat die kosten in beide figuren gelijk zijn, zijn beide evenwichten ook gelijk.

In competitieve markten maakt het niet uit of de overheid additionele kosten neerlegt bij consument of producent. De consumentenprijs verandert uiteindelijk in beide scenario's in dezelfde mate en de producentenprijs eveneens. Consumenten en producenten zijn

dankzij marktwerking in staat extra kosten op andere partijen af te wentelen. Wie de prijs uiteindelijk betaalt: consument of producent, is afhankelijk van de vraag- en aanbodelasticiteiten.

Consument en producent betalen de rekening van de BSE-test niet (of niet in het geheel), indien de overheid (de belastingbetaler) de rekening van de test (voor een deel) op zich neemt. Indien de overheid de BSE-test volledig betaalt, verschuiven vraag- en aanbodcurven niet. Indien de overheid de BSE-test voor een deel betaalt, verschuiven de vraag- en aanbodcurven minder sterk. Subsidiering beperkt de stijging van de consumentenprijs, de daling van de producentenprijs en de vergroting van de wig tussen beide.

Voor oligopolistische markten kan op voorhand op basis van de theorie geen uitspraak gedaan worden over de vraag, bij welke partijen additionele kosten neergelegd worden (Stiglitz, 1988). Er bestaat geen eenduidig model voor oligopolistische markten.

Bijlage 2 Historische relatie tussen ketenprijzen

Tabel B2.1 Afwezigheid van voorspelbaarheid van de prijzen per schakel van de keten voor varkensvlees m.b.v. historische prijzen uit de andere schakels a)

Afhankelijke variabele	Onafhankelijke variabelen			
	consumentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	groothandelsprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	producentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	totaal
Consumentenprijs		0,00	0,59	0,00
Groothandelsprijs	0,45		0,88	0,84
Producentenprijs	0,20	0,34		0,09

a) 'Totaal' in de laatste kolom geeft de overschrijdingkans aan van de hypothese dat de historische prijzen uit beide andere schakels geen info bevatten ter voorspelling van de afhankelijke variabele.

Tabel B2.2 Afwezigheid van voorspelbaarheid van de prijzen per schakel van de keten voor pluimveevlees m.b.v. historische prijzen uit de andere schakels a)

Afhankelijke variabele	Onafhankelijke variabelen			
	consumentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	groothandelsprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	producentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	totaal
Consumentenprijs		0,16	0,36	0,14
Groothandelsprijs	0,21		0,03	0,03
Producentenprijs	0,76	0,10		0,28

a) 'Totaal' in de laatste kolom geeft aan de overschrijdingkans van de hypothese dat de historische prijzen uit beide andere schakels geen info bevatten ter voorspelling van de afhankelijke variabele.

Tabel B2.3 Afwezigheid van voorspelbaarheid van de prijzen per schakel van de keten voor patates frites m.b.v. historische prijzen uit de andere schakels a)

Afhankelijke variabele	Onafhankelijke variabelen			totaal
	consumentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	groothandelsprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	producentenprijzen bevatten geen info ter voorspelling van de afhankelijke variabele	
Consumentenprijs		0,08	0,45	0,05
Groothandelsprijs	0,72		0,41	0,58
Producentenprijs	0,38	0,00		0,00

a) 'Totaal' in de laatste kolom geeft aan de overschrijdingkans van de hypothese dat de historische prijzen uit beide andere schakels geen info bevatten ter voorspelling van de afhankelijke variabele.