

# Q: Foodservice-markt: Concurrentie- en omgevingskrachten

## Politiek:

- EU werkt aan harmonisatie van levensmiddelenwetgeving – onder meer op het gebied van voedselkwaliteit/voedselveiligheid
- Milieuwetgeving (oa. geluidsnormen)
- Hygiëne normen (HACCP)
- Toenemende regelgeving leidt tot stijgende kosten, die nauwelijks zijn door te belasten
- Ingrijpende overheid heeft impact op 'balance of power' en leidt tot schaalvergroting

## Potentiële toetreders:

- Reeds een verzadigde markt
- Groot deel van de huidige foodservicegroothandels zullen verdwijnen
- Groot kapitaal benodigd voor opslagplaatsen en logistiek
- Toenemende internationale concurrentie

## Technologie:

- Realtime inzicht in voorraadniveau
- Optimaliseren van de supplychain
- Realtime managementinformatie
- Steeds grotere investeringen nodig voor baanbrekende innovatie
- Product- en proces innovaties blijven uit door hoge concurrentiegraad

## Leveranciers:

- Verschil in koopkracht tussen type leveranciers; samenwerking neemt toe
- Meer aandacht voor partnerships binnen de keten
- Volatiliteit is en blijft troef: toegang tot voldoende grondstof in juiste kwaliteit en prijs meer en meer een issue; samenwerking biedt uitweg
- Verharding van onderhandelingen
- Private label aandeel groeit

## Afnemers:

- Toenemende vraag van de consument naar gezond en veilig voedsel
- Toenemende vraag consument naar gemakproducten.
- Hogere marge bij foodservice in relatie tot foodretail staat onder druk
- Catering, enkele spelers domineren de markt
- Horeca, relatief weinig macht
- Groei in convenience winkels, detailhandel (warenhuizen, tuin-, meubel, speciaalzaken)

## Economie:

- Huidige economische neergang heeft effect op Nederlandse en internationale concurrentiepositie
- Economisch klimaat heeft gevolgen voor totale uitgaven aan food
- Duidelijke verschuiving binnen de food-uitgaven; supermarkt versterkt haar positie
- 'Share of wallet' van de consument is aan verandering onderhevig

## Substituten:

- Foodretail
- Online-foodretail
- Voedingsmiddelenproducenten starten met retailpoints
- Nieuwe inkoopcombinaties; foodservice volgt foodretail

## Maatschappij:

- Voedselveiligheid en traceerbaarheid zijn van groot belang
- Toenemende aandacht voor duurzaamheid
- Ongrijpbare consument door polarisering/individualisering
- Gemak, gezondheid, genieten, MVO, maar juiste prijs
- Creëren van pull bij consument belangrijke sleutel tot succes; huidige markt bemoeilijkt dit

