



FEED^{the}
FUTURE

MARKTOMSTANDIGHEDEN

MARKTINFORMATIE, TRANSPARANTIE, TERMIJNMARKTEN

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

- Bedrijf = Bedrijfsleider + Partner + Visie + Passie + Talent +
Bedrijfsplan + Financiering + Winst + Omgeving +
Geluk + Doorzetting + Buffer...
- We beperken ons in deze Workshop tot het strikt
economische

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

■ Bedrijf = Passie + Talent + **Winst** + Omgeving + Geluk + ...

■ We beperken ons in deze Workshop tot het strikt economische

■ $Winst = Opbrengst - Kosten$

■ $Opbrengst = Productie \times Prijs$

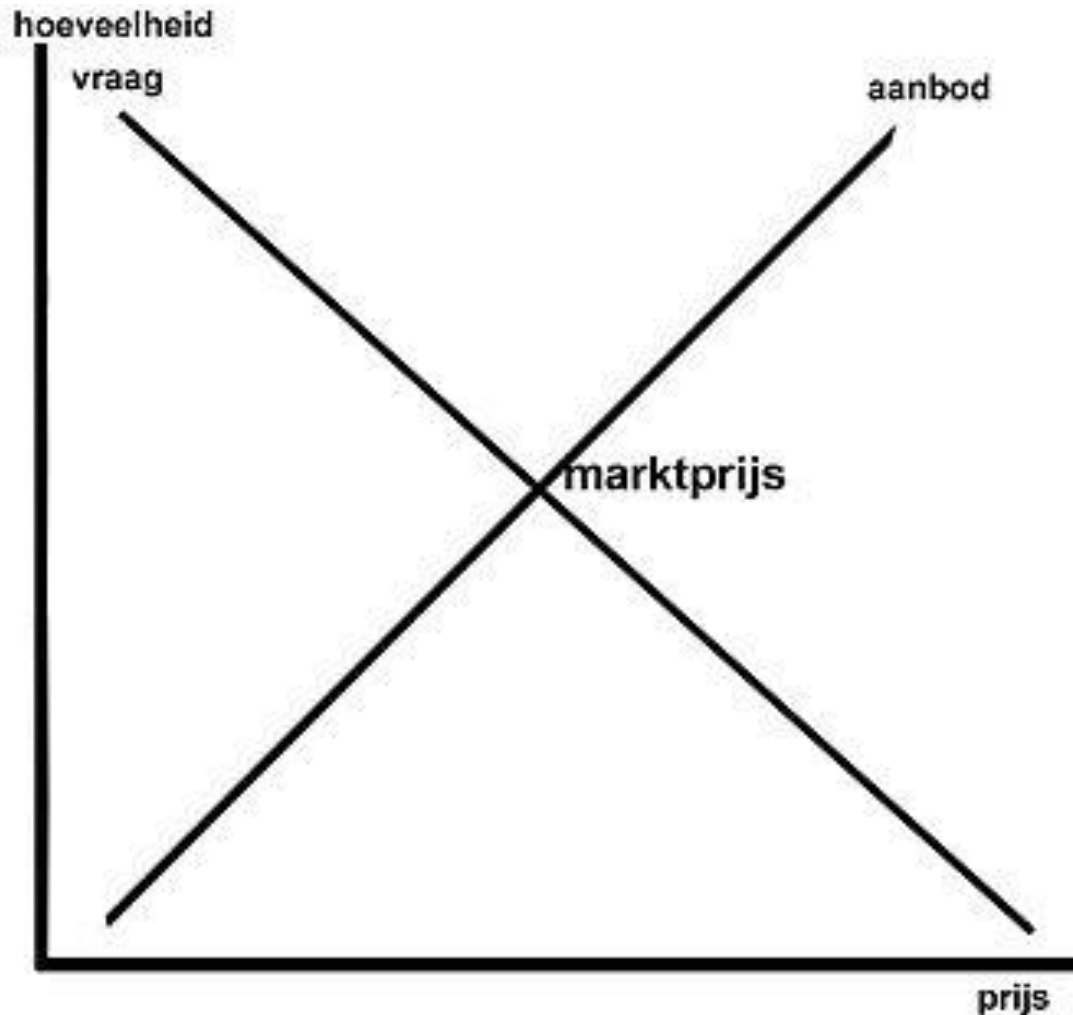
WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

- Prijs = Resultante van Aanbod en Vraag
- Aanbod = Productie + afbouw voorraden
- Vraag = Consumptie + opbouw voorraden

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)



WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

- Marktinformatie Poogt een Accurate en Objectieve Prognose te geven over Aanbod en Vraag in de Toekomst, waarmee je Jezelf een idee kan vormen over het te verwachten Prijsniveau

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

■ Hiermee kan je:

- Je productiecapaciteit managen
- Liquiditeitsplanning opmaken
- Bedrijfsstrategie bepalen/bijsturen
- Je marketingstrategie uittekenen
 - Spotmarkt
 - Voorwaartse markt
 - Termijnmarkt
- Je risicomanagementstrategie uittekenen
 - Spotmarkt
 - Voorwaartse markt
 - Termijnmarkt

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

- Huil niet mee met de wolven (of andere papegaaien en naäpers) maar vorm je eigen idee over de markt

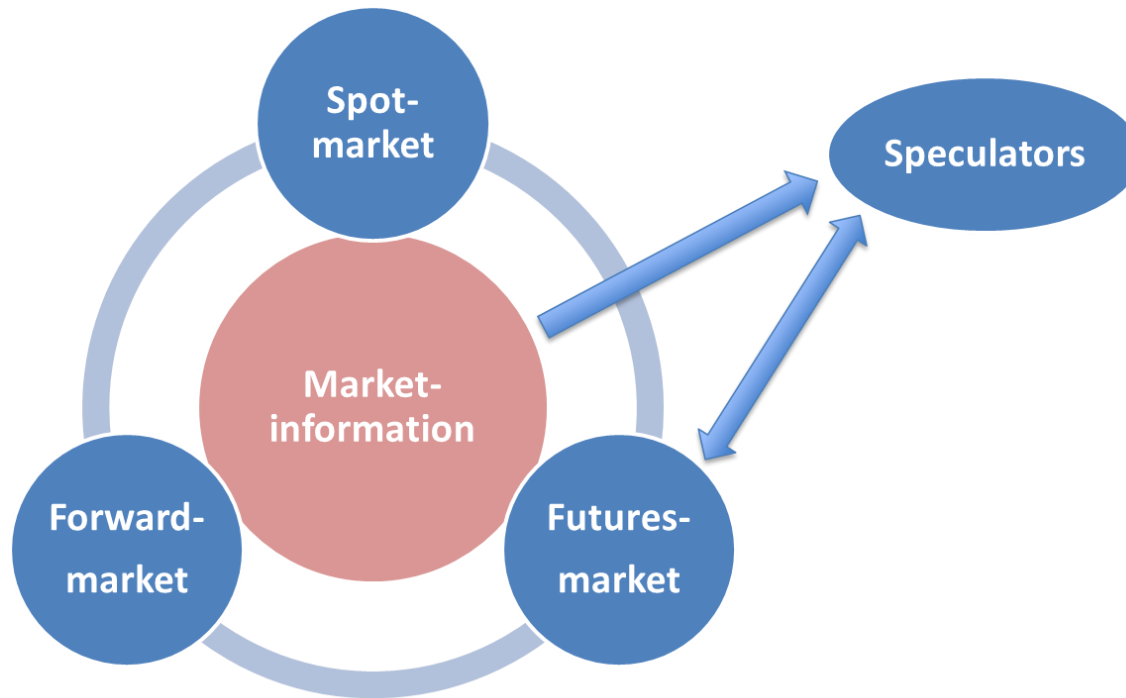
WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag;aanbod;voorraden)

- Marketingstrategie: inspelen op kansen
- Risicomanagement: inspelen op bedreigingen

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Prijs = f (vraag ; aanbod ; voorraden)



WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Transparantie

■ Informatie-assymetrie

- ene partij beschikt over meer en/of betere informatie dan de andere
- dit creëert een onbalans in macht
- en dit creëert een suboptimale uitkomst

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Transparantie

- Informatie-assymetrie
- In de landbouw- en voedingsketen zitten we met heel veel Kleine bedrijven en enkele grote internationale mastodonten
- Hoe meer onevenwicht, hoe meer transparantie noodzakelijk is om een optimaal functioneren van de keten te garanderen

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Transparantie

- Primaire productie is vandaag al zeer transparent
- Het zijn vaak toeleveranciers en afnemers die minder transparent zijn over hoeveelheden en prijzen
- Toch is dit noodzakelijk om te komen tot een efficiënte en mature marktwerking

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Transparantie

- 1970: “The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism” (Nobelprijs 2001)
- Vertaald op landbouwsector:
 - Indien een goede producent slechts een gemiddelde prijs krijgt, zal deze goede producent de markt verlaten
 - en neemt het aandeel gemiddelde en slechte producenten toe
 - Na verloop van tijd enkel slechte producenten
 - Dit marktfalen staat bekend als het “lemons problem”

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Transparantie

- Om de markt optimaal te laten functioneren is goede en up-to-date informatie nodig over:
 - Productiehoeveelheden
 - Kwaliteit
 - Prijs (en toeslagen)

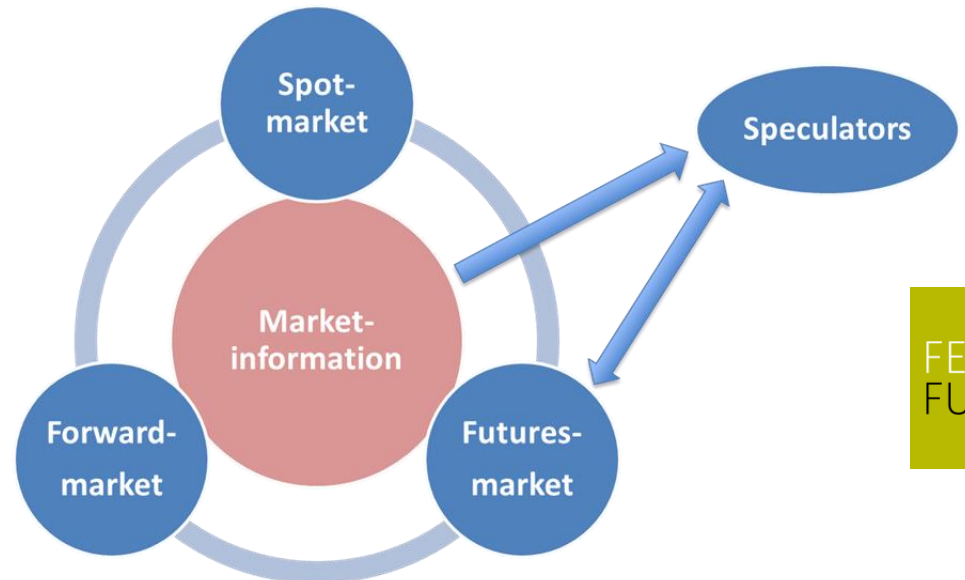
- Dit is in het belang van de ganse keten !

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

■ Risicomanagementstrategie

- Spotmarkt
- Voorwaartse markt
- Termijnmarkt



WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

■ Risicomanagementstrategie

- Een mature marktwerking beschikt over zowel een spotmarkt als een voorwaartse markt als een termijnmarkt
- Voorbeelden:
 - EU: tarwe, maïs, koolzaad, aardappelen, ...
 - USA: granen & oliezaden, varkens, melk, zuivelproducten, rundvlees, ...

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

- Enkel spotmarkt is niet wenselijk
 - Voor vele landbouwproducten bestaat er enkel een spotmarkt
 - In een aanbodmarkt geeft dit een voordeel aan de verwerking (kopers): Zij kunnen altijd afwachten in de veronderstelling dat er wellicht voldoende product zal zijn. Waardoor de prijs systematisch laag wordt gehouden.

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

- Door verkoop te spreiden over 3 markten (spot, voorwaarts, termijn) leg je niet al je eieren in 1 mandje
- Het is dus ook niet de bedoeling om volledig van de spotmarkt te verhuizen naar de voorwaartse markt
 - Voorbeeld: soja/voeder vastleggen
 - Indekken in stapjes

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

- Enkel wanneer je een idee hebt over:
 - Voor grondstoffen
 - Opwaarts prijsrisico
 - Neerwaarts prijspotentieel
 - Voor producten
 - Neerwaarts prijsrisico
 - Opwaart prijspotentieel

- Kan je een beslissing nemen over je risicomanagementstrategie

WAAROM MARKTINFORMATIE ?

Risicomanagement

- Als je eigenlijk géén idee hebt over de markt is elke beslissing in wezen louter speculatief
- Enkel met goede marktinformatie kan je hierin een beslissing nemen

MARKTINFORMATIE

Hoe ?

- Beter elke dag 2 minuten dan elke maand 1 uur

- Volhouden:
 - verschillen en patronen zie je pas na een tijdje
 - 9 van de 10 keren gebeurt er niets, maar je wil natuurlijk weten wannéér die éné keer is

- Is géén kwestie van momenten
 - Is een kwestie van strategie
 - Is een kwestie van enkele weken

MARKTINFORMATIE

Hoe ?

- Niet emotioneel reageren:
 - Als prijzen stijgen wordt niet verkocht (want prijzen zullen blijven stijgen). Als de prijzen kelderen wordt wél verkocht (want prijzen zullen blijven dalen)
 - Bij indekken wordt altijd gekeken welk voordeel je ermee gedaan hebt. Indien je beslist om gewoon op de spotmarkt te blijven maak je deze evaluatie niet
 - Van zodra je begint te spreken over “winst/verlies op de voorwaartse markt of de termijnmarkt” hou je er best mee op. Indekken heeft NIETS te maken met winnen of verliezen.

MARKTINFORMATIE

Hoe ?

■ Beslis !

- Beslissen om (voorlopig) niets te doen is ook goed
- Niet nadenken of niet beslissen is uit den boze
- Ervan uitgaan dat de spotmarkt je altijd een betere prijs oplevert is enkel waar indien een andere partij jouw risico overneemt in ruil voor een risicopremie - op de voorwaartse markt of de termijnmarkt zijn er geen risicopremies
- Vorm jezelf een eigen mening/gevoel, en toets deze mening/gevoel af in de praktijk

MARKTINFORMATIE

Waar ?

- Internet:
 - Weliswaar verspreid
 - Algemeen (niet toegespitst)

- Leveranciers/afnemers:
 - Echter neutraal/objectief ?

- Media:
 - Boerderij, Boerenbusiness
 - Publiceren echter vooral véél

- Brokers / handelaars (DCA, De Vries & Westermann, Leleux)
 - Hebben andere insteek (transacties verkopen)

MARKTINFORMATIE

Waar ?

- Overheid:
 - Marktinformatie Vlaamse overheid
 - Milk / Meat Market Observatory EU
 - USDA
 - ...

MARKTINFORMATIE

Wat

- Niemand heeft een glazen bol !
- Niemand kan de toekomst voorspellen !
- Verwacht dan ook geen waarheden – je zal enkel meningen vinden
 - Zélf informatie én bron bekijken
 - Zélf jezelf een mening vormen
 - Op je eigen manier op reageren
- Anderen zullen informatie anders interpreteren (andere mening) en/of anders reageren

MARKTINFORMATIE

Waar ?

- Belangrijkste is een zekere systematiek aanhouden
- Bekijk ook zelf de noteringen op de termijnmarkt
- Vorm jezelf een mening / gevoel
- Combineer een beperkt aantal bronnen
- Eventueel betalende marktadviesdienst