

# Sitrus se markttendense

Weens die resessie is internasionale markte nog onder druk en daar heers baie onsekerheid met bespiegeling dat die markte weer kan daal.

**Lize Morris**

**BELEGGERS WAT GELD** in Suid-Afrika belê kan dit net so vinnig weer onttrek as daar internasionaal 'n negatiewe sentiment teenoor ontluikende markte ontstaan. Regerings in Europese lande beskerm hul eie produsente deur te verseker dat hul produkte 'n mark het en billike pryse verdien. Dit het 'n effek op Suid-Afrikaanse produsente omdat die regering nie dieselfde sentiment as hul Europese eweknieë deel nie. As netto-invoerder van die meerderheid landbouprodukte, maak die regering skuld om te kan invoer en die swak wissekoers bring mee dat slegs enkele uitvoerders wins maak.

Die sitrusbedryf toon tans goeie groei en grond in swartvlekvrye gebiede is in aanvraag. Buitelandse beleggers en uitvoerders belê in sitrusgrond om hul mandjie uitvoervrugte te vergroot. Plaaslike beleggers bied egter strawwe meedinging om in grond te belê omrede sommige produsente nog grond moet aankoop om uit te brei, terwyl ander meer waterbronne benodig.

## Sitrusmarkte

Wêreldwyd groei die sitrusbedryf, met sagte sitrus wat ongeveer vyf keer vinniger as ander produkte groei. Drie lande produseer 50% van die wêreld se sitrus, naamlik China, Brasilië en die VSA. China produseer ongeveer 30 miljoen ton en hul bedryf groei steeds, terwyl produksie in die VSA na verwagting met ongeveer 15% gaan afneem as gevolg van verstedeliking, bewaring en klimaatstoestande.

Internasionaal word 60% van die vrugte wat in 'n land geproduseer word, plaaslik verbruik. Die teenoorgestelde is in Suid-Afrika van toepassing waar die meeste sitrus uitgevoer word. Die verswakte wisselkoers het die afgelope drie jaar baie opwaartse druk op pryse geplaas, wat produsente in staat stel om uit te brei, vervanging te doen en masjinerie aan te koop. Die risiko is om die regte kultivar te kies en te plant, want vir die eerste 5 tot 7 jaar nadat 'n boom geplant is verdien dit geen inkomste nie. Produsente moet nà so lang wagtyd seker wees dat die vrugte wel 'n mark gaan hê en goeie pryse verdien.

Tans toon sagte sitrus die grootste groei en pomelo's se mark neem regoor die wêreld af. Daar is selfs lande wat op groot skaal hul bome laat uithaal. Plaaslik lyk die seisoen se lewerings van sagte sitrus tot dusver goed, soos met Satsumas (2%), vroeë mandaryne (4%) en veral laat mandaryne (23%). Valencias en navels se lewerings is as gevolg van hael in die Wes-Kaap minder. Weersomstandighede speel nie net in Suid-Afrika 'n groot rol nie. Kalifornië is reeds twee jaar lank in 'n droogte vasgevang en in Australië word bome as gevolg van droogte afgesny. Sulke bome neem gewoonlik twee jaar om

weer te dra, wat groot finansiële implikasies vir 'n sitrusonderneming kan inhou en kan veroorsaak dat sekere gebiede hul markaandeel verloor.

Met die jaarlikse Sitruskwekerskongres is markttendense ontleed en genoem dat uitvoerders ondersoek moet instel na markte waar verstedeliking plaasvind en die per kapita-verbruik besig is om te styg, soos in die Ooste. Nog 'n belangrike faktor is dat ekonomiese groei vir die medium tot lang termyn 'n groeiende tendens toon. In 'n land soos Japan het die resessie veroorsaak dat per kapita-verbruik drasties gedaal het.

## Nuwe tendense

Bemarkers het intussen innoverend begin raak en pas hul strategieë aan wanneer die vraag in sekere markte begin daal. Die "lelike" vrugte-veldtog het ook in Suid-Afrika kop uitgesteek. Misvormde of beskadigde vrugte word goedkoper bemark en klem word daarop gelê dat dié vrugte se smaak nie noodwendig deur voorkoms beïnvloed word nie. Supermarkte in verskillende lande het intussen self met produsente begin onderhandel, soos met tafeldruifprodusente, om te verseker die produk is beskikbaar en om koste te sny, wat die aanbodketting verkort.

Volhoubaarheid raak toenemend belangrik vir verbruikers en daarom loods supermarkte veldtogte waarin die positiese aspekte van hul produkte op ekonomiese, sosiale en omgewingsvlak beklemtoon word. Produkte se lewensiklus, verpakking en herwinningstadium word sodanig uitgebeeld dat dit wesenlike gevolge oor toegang tot markte en vereistes van handelsmerke op produsente kan hê.

## Veranderende markte

Lande is besig om op veranderinge in markte te reageer. Spanje plant nou minder sitrus, maar het heelwat bome wat binnekort in drag gaan kom, hoofsaaklik laat navels. In Egipte gebeur dieselfde waar aanplantings weens die afgelope jare se politieke onrus gedaal het. Turkye fokus meer op kwaliteit en die keuse van kultivars wat geplant word. Presies dieselfde is die geval in Marokko wat heelwat markaandeel in Europa verloor het en dit weer moet herwin. Israel wil produksie oor die volgende paar jaar verdubbel en herwin self hul water om te sorg dat daar genoeg water vir aanplantings sal wees. Aanplantings van bykans 5 000 ha gaan oor 'n paar jaar 'n wesenlike uitwerking op dié land se mark hê.

## Slotsom

Verbruikerstendense veroorsaak dat bemarkers en supermarkte hul strategieë moet aanpas. sagte sitrus toon die grootste groei en wêreldwye aanplantings wys dat hierdie tendens nie van korte duur is nie. Dit gaan moeiliker word om sekere markte te betree en produsente sal nou reeds hul kultivars sô moet kies dat hulle 'n mandjie vrugte kan bied wat deur meer as een mark verkies gaan word. Verhoogde produksie in sekere lande gaan veroorsaak dat markte verskuif en dit sal gepaardgaan met sterk mededinging, daarom is dit belangrik om elke mark te verstaan. <<