

# Onderzoek naar prijzen in Caribisch Nederland

Deel II: bijlage A-F

Opdrachtgever: Ministerie van Economische Zaken

Rotterdam, 13 juli 2017





# Onderzoek naar prijzen in Caribisch Nederland

Deel II: bijlage A-F

Opdrachtgever: Ministerie van Economische Zaken

Lars Meindert (Ecorys, projectleider)

Michel Briene (Ecorys)

Erik Merkus (Ecorys)

Rob van den Bergh (Curconsult)

Francis Vierbergen (Curconsult)

Rotterdam, 13 juli 2017



**Curconsult**  
economic advisors & management consultants



# Inhoudsopgave

Introductie deel II	7
<b>Bijlage A: Belangrijkste bronnen</b>	<b>9</b>
A1. Interviews op Bonaire en Curaçao	9
A2. Interviews op Sint Maarten, Saba en Sint Eustatius	10
<b>Bijlage B: Toelichting op de CBS-prijswaarnemingen en microdata</b>	<b>12</b>
B1. Toelichting methodiek CBS-prijswaarnemingen	12
Samenstellingen goederenmand	12
Wijze van dataverzameling -	12
Steekproefomvang	13
B2. Toelichting gebruik CBS-microdata	14
B3. Ontwikkeling Consumentenprijsindex Caribisch Nederland 2010-2016	17
<b>Bijlage C: Toelichting analyse handelsdata</b>	<b>19</b>
Handelsdata analyse	19
Databeperkingen	19
Algemene bevindingen	20
<b>Bijlage D: Toelichting op de analyse van de opbouw van de consumentenprijs</b>	<b>31</b>
D1. Factoren die deze analyse beïnvloeden	31
D2. Opzet en uitwerking rekenschema	32
D3: Ontwikkeling inkooprijzen	38
<b>Bijlage E: Toelichting op het consumentenonderzoek</b>	<b>44</b>
E1. Inleiding en belangrijkste bevindingen	44
E2. Onderzoeksmethode	45
Opzet enquête	45
E3. Het aankoopgedrag op de eilanden van Caribisch Nederland	46
Het aankoopgedrag op Bonaire	46
Het aankoopgedrag op Sint Eustatius	49
Het aankoopgedrag op Saba	51
E4. Aanvullende informatie	54
Aankooppatroon van geselecteerde 17 producten op Bonaire, Sint Eustatius en Saba	54
Gebruikte enquêteformulier voor het consumentenonderzoek	56
<b>Bijlage F: Aanvullende achtergrondinformatie</b>	<b>61</b>
F1. Ontwikkeling energieprijz Saba en Sint Eustatius	61
F2. Ontwikkeling waterprijs Sint Eustatius	62



# Introductie deel II

In dit document hebben wij de bijlages A-F opgenomen die deel uit maken van het **hoofdrapport (deel I)** van dit onderzoek.

De volledige lijst van bijlagen is als volgt:

- Bijlage A: Belangrijkste bronnen (interviews);
- Bijlage B: Toelichting op de CBS-prijswaarnemingen en microdata;
- Bijlage C: Toelichting op de uitgevoerde analyse van handelsdata;
- Bijlage D: Toelichting op de analyse van de opbouw van de consumentenprijs;
- Bijlage E: Toelichting op het uitgevoerde consumentenonderzoek;
- Bijlage F: Aanvullende achtergrondinformatie;
- Bijlage G: Factsheets Bonaire;
- Bijlage H: Factsheets Saba en Sint Eustatius.





# Bijlage A: Belangrijkste bronnen

## A1. Interviews op Bonaire en Curaçao

**Tabel A1 Overzicht interviews Bonaire**

	Bonaire	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
1	Bondigro	Coöperatieve supermarkt	dhr. R. Schalker	Eigenaar/ manager
2	Caribbean Food Group Bonaire	Groothandel	dhr. W. Verhoeven	Agent
3	Van den Tweel Supermarket	Supermarkt	mw. E. van Rassel	Vestigingsmanager
4	Openbaar Lichaam Bonaire	Bestuurscollege	dhr. J. J. Statia	Gedeputeerde
5	Belastingdienst Caribisch Nederland	Overheid	dhr. R. van den Bosch	CFO / Hoofd Bedrijfsvoering
6	Don Andres	Freight & Cargo Transport	dhr. E.N. de Jongh	Directeur
7	Kamer van Koophandel en Nijverheid Bonaire	Instelling	dhr. D. ter Burg	Directeur
8	Openbaar Lichaam Bonaire	Bestuurscollege	mw. N. den Heyer	Gedeputeerde
9	Best Brands Bonaire	Groothandel	dhr. D. Cen	Eigenaar
10	Wing Cheung Supermarket	Buurtsupermarkt	dhr. D. Cen	Eigenaar
11	Top Supermarket	Supermarkt	mw. X. Wu	Manager
12a	CBS (Caribbean Netherlands Office)	Instelling	dhr. Q. Knuf	Statistical Researcher
12b	CBS (Caribbean Netherlands Office)	Instelling	mw. S. Kwieman	Statistical Analyst
13	E-Zone/ DHL	Online Shopping and Shipping Company	dhr. B. Fielmich	Eigenaar
14	Boutique Celine	Kledingwinkel	dhr. N. Khialani	Eigenaar
15	Openbaar Lichaam Bonaire	Directe Samenleving en Zorg	mw. R. G. Bernabela	Senior beleidsadviseur
16	Kardushi Supermarket	Buurtsupermarkt	mw. Y. Yan	Medewerker

**Tabel A2 Overzicht interviews Curaçao**

	Curaçao	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
1a	Dammers Group	Scheepsagent/ cargadoor	dhr. D. Ogenia	Sales Manager
1b	Dammers Group	Scheepsagent/ cargadoor	dhr. V. Levering	Line Manager
2a	Ministry of Economic Development	Overheid	dhr. L. Girigorie	Director
2b	Ministry of Economic Development	Overheid	mw. C. Groenewoud- Kotzebue	Policy Advisor

	Curaçao	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
2c	Ministry of Economic Development	Overheid	mw. J. Fabian	Policy Advisor
3	Centrum Supermarket	Supermarkt	dhr. E. Ribeiro	Eigenaar
4	Gomez Shipping NV	Scheepsagent/ cargadoor	mw. L. Marcelina	Manager
5	Vertegenwoordiging van Nederland in Aruba, Curaçao en Sint Maarten	Vestiging Curaçao	mw. M. Feersma Hoekstra	Senior Beleidsmedewerker
6	Pietersz Import	Groothandel	dhr. J. Pietersz	CEO/ eigenaar
7a	Hector Henriquez B.	Groothandel	mw. M. Ringeling	Sales Manager
7b	Hector Henriquez B.	Groothandel	dhr. W. Nyon	Sales Manager
8a	Central Bureau of Statistics	Instelling	dhr. R. Dreischor	Manager
8b	Central Bureau of Statistics	Instelling	mw. S. Bomberg	Economic statistician
9	Europe West Indies Trading Company (EWT)	Groothandel	dhr. R. Martina	Managing Director
10	Maduro Shipping	Scheepsagent/ cargadoor	dhr. H. Beaujon	Managing Director

## A2. Interviews op Sint Maarten, Saba en Sint Eustatius

**Tabel A3 Overzicht interviews Sint Maarten**

	Sint Maarten	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
1a	Statistics Department Sint Maarten	Instelling	Makini Hickinson	Manager
1b	Ministry of Tourism, Economic Affairs, Traffic & Telecommunication	Instelling	Saskia Thomas-Salomons	Senior Beleidsmedewerker
2	Permanente Vertegenwoordiging NL	Instelling	Chris Johnson	Hoofd Vertegenwoordiging NL in Sint Maarten
3	Sunny Food	Groothandel/ supermarkt	Isabelle Huang	Eigenaar
4	Prime Distributors	Groothandel/ supermarkt	Joseph	Manager
5	Cost U Less	Groothandel/ supermarkt	Erik Vogtlander	Manager
6	Swift Shipping	Scheepsagent Muty's Pride	Natacha Isaac	Manager/gerant

**Tabel A4 Overzicht interviews Saba**

	Saba	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
1	Openbaar Lichaam	Overheid	Tim Muller	Eilandsecretaris

	Saba	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
2a	Saba Electric	Energiebedrijf	Dexter Johnson	Managing Director
2b	Saba Electric	Energiebedrijf	Mark Zagers	Finance & Control Department Head
3	Saba Business Association	Brancheorganisatie	Wolfgang Tooten	Voorzitter
4	My Store	Supermarkt	Kelly Johnson	Eigenaar
5	Big Rock supermarket	Supermarkt	Dean	Eigenaar
6	Kawvaw	Supermarkt	Mr. Kane	Eigenaar
7	Saba Imperial	Supermarkt	Su Zhi Yang	Onbekend
8	Saba Wishes	Supermarkt	Enson Li	Eigenaar
9	Bizzy B	Lunchroom / broodzaak	Rachel Thijssen	Eigenaar
10	Saba C Transport	Scheepsagent Muty's Pride	Jaime Buchanan	Eigenaar
11	Long Haul Grill	Restaurant	Bastiaan Janssen	Eigenaar

**Tabel A5 Overzicht interviews Sint Eustatius**

	Sint Eustatius	Type	Naam gesprekspersoon	Functie
1a	Openbaar Lichaam (sociale zaken)	Overheid	Carol Jack	Directeur
1b	Openbaar Lichaam (economische zaken)	Overheid	Roy Hooker	Directeur
2	Openbaar Lichaam (landbouw)	Overheid	Anthony Reid	Unit manager
3	Rijksdienst CN	Overheid (NL)	Alida Francis	Office manager
4	Stuco	Water en elektriciteitsbedrijf	Fred Cuvalay	Managing Director
5	Norako (business advice)	Adviesbureau	Koos Sneek	Eigenaar
6	Lady Ama's	Supermarkt	Mervin Schmidt	Eigenaar
7	Happy City	Supermarkt	Zen	Medewerker
8	Lynn's Dream	Bakkerij / lunchroom/ restaurant	Lynette Anson-Leerdam	Eigenaar
9	Sint Eustatius Port Services (SEPS)	Scheepsagent	Tina Smith	Medewerker
10	Carlyle Shipping Service	Scheepsagent	Carlyle Schmid	Eigenaar
11	Korte gesprekjes: ➤ Sand Box Tree ➤ Peso's supermarket ➤ High Five ➤ Sunny Day ➤ L'Etoile	Bakkerij Supermarkt Supermarkt Supermarkt General supplies		Onbekend

# Bijlage B: Toelichting op de CBS-prijswaarnemingen en microdata

In deze bijlage geven wij een korte toelichting (B1) op de methodiek die het CBS hanteert voor het doen van de prijsmetingen, wat weer de basis vormt voor de berekening van de consumentenprijsindex (CPI). Tevens lichten wij in deze bijlage kort toe op welke manier wij gebruik gemaakt hebben van de CBS-microdata (B2). Onderdeel B3 geeft een overzicht van de CPI-ontwikkeling op Caribisch Nederland.

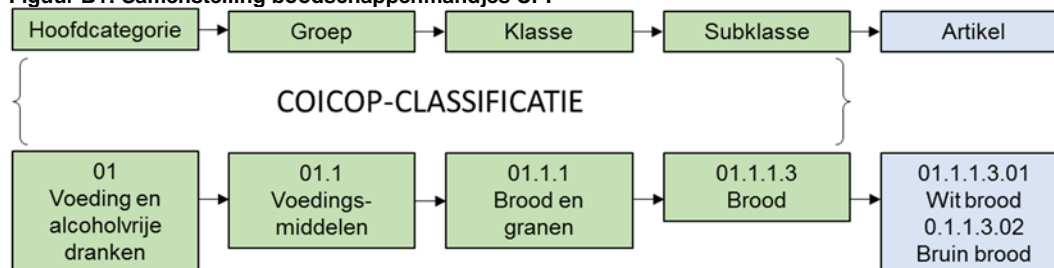
## B1. Toelichting methodiek CBS-prijswaarnemingen

De consumentenprijsindex (CPI) vormt de belangrijkste indicator voor het verloop van de consumentenprijzen op Caribisch Nederland.

### Samenstellingen goederenmand

Om de prijsontwikkeling te kunnen vaststellen worden de totale consumptieve bestedingen van consumenten opgedeeld in een twaalfal hoofdcategorieën. Een van de 12 hoofdcategorieën is bijvoorbeeld 'Voedingsmiddelen en alcoholvrije dranken'. Deze categorieën (oftewel afdelingen) worden vervolgens onderverdeeld in groepen, klassen en subklassen. In onderstaand figuur wordt dit schematisch geïllustreerd voor brood. Waar mogelijk is er bij dit onderzoek uitgegaan van data op artikel niveau, wat een niveau specifieker is dan de officiële (E)COICOP-classificatie. Op artikelniveau wordt het onderscheid gemaakt tussen wit en bruin brood, maar bijvoorbeeld ook tussen zakken witte rijst van 1 kilo en van 2,5 kilo.

**Figuur B1: Samenstelling boodschappenmandjes CPI**



Bron: Ecorys. De groene niveaus behoren tot de officiële (E)COICOP-classificatie.

### Wijze van dataverzameling -

Het door CBS uitgevoerde onderzoek is gebaseerd op een (twee)maandelijke prijswaarneming bij bedrijven en instellingen op de drie eilanden die goederen en diensten leveren aan consumenten. De (twee)maandelijke prijswaarneming wordt gebruikt voor het berekenen van gemiddelde prijzen per kwartaal. Om de prijsontwikkeling te kunnen vaststellen wordt een deel van de prijzen periodiek door interviewers in winkels op de eilanden genoteerd. Naast prijswaarnemingen ter plaatse maakt het CBS ook gebruik van schriftelijke enquêtes, internetwaarneming en externe registraties.

## Steekproefomvang

De steekproefomvang voor het vaststellen van prijsontwikkeling is gebaseerd op ruim 900 goederen en diensten bij ruim 40 berichtgevers op Bonaire en ruim 200 goederen en diensten bij ruim 40 berichtgevers op elk Saba en Sint Eustatius<sup>1</sup>. De combinatie van het aantal goederen/ diensten en het aantal berichtgevers geeft inzicht in het totale aantal waarnemingen waarop het vaststellen van de prijsontwikkeling in een bepaald jaar is gebaseerd. Voor de drie eilanden gezamenlijk gaat het grofweg om circa 52.000 "prijswaarnemingen". Omdat niet alle onderscheiden goederen/ diensten ook altijd op alle waarnemingsplekken worden aangeboden, is het daadwerkelijke aantal prijswaarnemingen in de praktijk wat lager. In onderstaande tabel is dit aantal voor de 3 eilanden uitgesplitst.

Tabel B1: Aantal jaarlijkse prijswaarnemingen uitgesplitst per eiland

	Aantal goederen/ diensten	Aantal berichtgevers	Aantal prijswaarnemingen
Bonaire	900	40	36.000
Saba	200	40	8.000
Sint Eustatius	200	40	8.000
<b>Totaal</b>	-	-	<b>52.000</b>

## Weging

Om de gemiddelde prijsontwikkeling per eiland te kunnen bepalen wordt een weging toegepast. Daar krijgt elk goed of dienst dat is opgenomen in het "goederenmandje" een gewicht dat aangeeft hoe belangrijk dit is in het consumptiepatroon van de bewoners van Caribisch Nederland. Voor het bepalen van de wegingsfactoren van de verschillende goederen en diensten in de CPI is vanaf 2010 gebruik gemaakt van de consumptieve bestedingen uit het budgetonderzoek van de Nederlandse Antillen van 2004/2005. Rond 2013 heeft CBS Nederland echter ook zelf een dergelijk budgetonderzoek uitgevoerd en de wegingen waar nodig aangepast. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van andere externe bronnen. De toegepaste "buitenweging", oftewel de verhouding tussen de 12 hoofdcategorieën, wordt afgeleid uit de beschikbare microdata. De weging per eiland verschilt. Dat heeft onder andere te maken met verschillen in aanbod op de eilanden en de daarmee samenhangende koopkracht oriëntatie. Als er bijvoorbeeld geen of nauwelijks aanbod is op het gebied van kleding, zullen consumenten noodgedwongen moeten omzien naar andere aankoopkanalen. De "binnenweging", oftewel de verhouding tussen de onderscheiden subcategorieën, is daarentegen niet openbaar.

## Mate van nauwkeurigheid

Door het CBS wordt aangegeven dat de nauwkeurigheid en representativiteit van de CPI wordt gewaarborgd door van een groot en divers aantal producten maandelijks de prijs waar te nemen bij verschillende verkoopkanalen op alle drie eilanden. De mate van nauwkeurigheid is echter niet te berekenen, maar neemt toe naarmate een hoger aggregatieniveau in beschouwing wordt genomen. Zelf geeft het CBS de volgende redenen voor het eventuele ontstaan van onnauwkeurigheid:

- bij de steekproef van de berichtgevers;
- bij de keuze van de representatieve artikelen en de raming van kwaliteitsverschillen;
- door fouten tijdens de prijswaarneming;
- bij de vaststelling van de wegingsfactoren;
- door non-respons.

<sup>1</sup> CBS Nederland, zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/onderzoeksomschrijvingen/korte-onderzoeksbeschrijvingen/consumentenprijsindex-bonaire-sint-eustatius-en-saba>.

De analyse van de CBS-microdata voor de zeventien geselecteerde artikelen laat zien dat er (soms) opvallende waarnemingen in de microdata zitten. Hier gaan we onder B2 nader op in.

## B2. Toelichting gebruik CBS-microdata

### Onderzoekstappen

Binnen dit project heeft Ecorys gebruik gemaakt van CBS-microdata.<sup>2</sup> Deze CBS-microdata wordt enkel op verzoek en onder bepaalde voorwaarden ter beschikking gesteld ten behoeve van (beleids)onderzoek. Met behulp van deze microdata is de **prijsontwikkeling** van de zeventien geselecteerde producten in kaart gebracht, wat vervolgens ook gebruikt is voor de analyse van de **prijsofbouw**. De zeventien producten hebben ook gefungeerd als uitgangspunt voor de beschrijving van de waardeketen op en richting de drie BES-eilanden. Rondom het gebruik van de CBS-microdata zijn een aantal stappen doorlopen:

- **Voorselectie** - Bij de start van het project (december 2016) had het ministerie van Economische Zaken reeds zeventien productcategorieën uitgezocht die zouden fungeren als leidraad voor dit onderzoek. Deze selectie van zeventien producten is in samenwerking met het CBS en de eilanden tot stand gekomen en was primair gebaseerd op een selectie van de belangrijkste artikelen binnen de categorie voeding, kleding en lichaamsverzorging/toiletartikelen.
- **Toegang microdata** - Omdat het hier gaat om microdata die alleen onder bepaalde voorwaarden toegankelijk zijn, heeft het CBS een aantal voorbereidingen getroffen zodat Ecorys de microdata kon inzien. De dataset bevatte (per eiland en productartikel) informatie betreffende: het COICOP-artikelnummer, merk en typevariant, de hoeveelheid en eenheid en de rekenprijs. Dit betekent dat Ecorys niet alle data heeft ingezien die beschikbaar is (bijvoorbeeld welke winkel dit betrof).
- **Analyse microdata** – Ecorys heeft op basis van de dataset per eiland en per artikel analyses gemaakt van de waargenomen prijs per maand. Dit betreft een gemiddelde prijs van meerdere waarneemplekken (winkels). De data die Ecorys wilde gebruiken in dit rapport is, alvorens het de beveiligde IT-omgeving verliet, eerst gecontroleerd door het CBS op de mate van betrouwbaarheid. Data mag namelijk niet herleidbaar zijn tot individuele winkels (of personen).
- **Selectie** - Op basis van de analyses is in twee stappen een uiteindelijke selectie gemaakt van de artikelen. Ecorys heeft eerst gekeken naar de beschikbaarheid van data binnen de verschillende categorieën (welke producten zijn waargenomen? zijn er verschillen tussen de eilanden? mist er data?). Op basis hiervan is er aan het ministerie een concreet voorstel gedaan voor de te selecteren artikelen, welke ook) door het ministerie en Ecorys zijn getoetst op de eilanden (zijn het relevante producten?). Op basis van de verschillende reacties en de databeschikbaarheid is daarna een definitieve selectie van de artikelen gemaakt.

Het overzicht van de geselecteerde artikelen is opgenomen in de volgende tabel, waarbij tevens enkele opmerkingen zijn opgenomen over de keuze. Bijlage G en H bevatten per artikel meer detail over de data, alsmede de resultaten van de analyse van de CBS-microdata.

Tabel B4: Overzicht geselecteerde producten

Categorieën	Artikelen (NB: hoeveelheden verschillen per eiland)	Opmerkingen over de keuze
<b>Voeding:</b>		
1. Bloem	Bloem (1 of 2 kg)	Op het meest gedetailleerde niveau is er één artikel code voor bloem.

<sup>2</sup> CBS Nederland, zie: <https://www.cbs.nl/microdata>.

Categorieën	Artikelen (NB: hoeveelheden verschillen per eiland)	Opmerkingen over de keuze
2. Brood en beschuit	Wit brood (1 stuk)	Op SAB/EUX is CBS-data beperkt tot 'bread' en 'crackers'. Keuze voor wit brood.
3. Kaas	Kaas (in plakjes en/of stuk; in prijs per kilo)	CBS-data omvat oud, jong, en belegen kaas, maar 'type kaas' vaak onduidelijk. BON start vanaf 12-2015.
4. Koek, gebak en zoutjes	Biscuits (200-300gr)	In CBS-data diverse soorten beschikbaar, biscuits is goed vergelijkbare keuze.
5. Melk	Halfvolle /magere melk (1 liter, in principe houdbare melk)	Halfvolle of magere melk ( <i>skimmed</i> ) is enige product dat op alle drie de eilanden beschikbaar is.
6. Mineraal en bronwater	Plat mineraalwater (300-1000 ml – volumes wisselen per eiland)	Relatief weinig observaties. Prijzen voor EUX/BON niet beschikbaar voor 12-2015.
7. Pluimvee	Kippenpoot / drumsticks kip in prijs per kilo	Onderscheid kippenpoot/drumstick niet altijd heel duidelijk gemaakt in data.
8. Rijst	Witte rijst (900 gram)	Verschillende gewichtsklassen. Meeste observaties voor zakken van 900 gram/ 32 oz/ 2 lbs.
9. Vers fruit	Sinaasappels (1-6 stuks) Appels (1-4 stuks)	Voor SAB alleen waarnemingen voor appels en sinaasappels. Beide producten gekozen.
10. Verse groenten	Tomaat (1kg) Paprika (1kg)	Voor SAB alleen waarnemingen voor tomaat en paprika. Beide producten gekozen.
11. Vleeswaren en vleesgerechten	Corned beef (250-300 gram)	Beperkte data op SAB/EUX. Corned beef is goed vergelijkbare keuze.
12. Vruchten en groentesappen	Orange juice (1 liter)	Sinaasappelsap heeft de meest volledige tijdsreeks data voor alle eilanden.
<b>Kleding:</b>		
13. Kleding	Jeans (alleen BON; geen observaties op SAB/EUX)	Zeer heterogene productgroep. Gekozen voor <i>jeans</i> , hoewel de CBS-data dit niet goed afdekt.
<b>Overig:</b>		
14. Luiers	Pakken van 25-27 stuks	Op het meest gedetailleerde niveau is er één artikel code voor luiers.
15. Tandpasta	Tubes van 120-200 gram	Eén artikel code voor tandpasta; keuze voor 'basistype' i.v.m. grote variatie
16. Wc-papier	Pakken van 4-6 rollen	Op het meest gedetailleerde niveau is er één artikel code voor wc-papier
17. Zeep	Stuk zeep van (meestal) 100 gram	Op het meest gedetailleerde niveau is er één artikel code voor zeep

### Opvallende observaties

Zoals aangegeven gaat het in de analyse van de microdata voor deze geselecteerde producten om duizenden prijswaarnemingen waar, bij nadere analyse, wel wat opmerkingen bij te plaatsen zijn. Ecorys heeft de aanvankelijke analyse van de prijsontwikkeling besproken in de uitgevoerde interviews op Caribisch Nederland (februari/maart 2017), waaruit bleek dat voor een aantal producten de geconstateerde prijsontwikkeling niet overeenkwam met de ervaringen op de eilanden. Mede op basis van deze gesprekken heeft Ecorys in april 2017 (binnen de afgeschermdde IT-omgeving van het CBS) de microdata van een aantal opvallende producten opnieuw bekeken. Dit heeft geleid tot een aantal aanpassingen in de dataset van Ecorys (ten opzichte van de originele

CBS-microdata). Opvallende observaties zijn samengevat in de volgende tabel en worden ook per product benoemd in bijlage G en H.

*NB: Het is belangrijk op te merken dat deze observaties geen invloed hebben op de CPI-cijfers die het CBS publiceert over prijsontwikkeling. Echter, omdat Ecorys specifiek een analyse heeft gemaakt op het niveau van slechts 17 individuele artikelen kan een afwijkende waarneming de uitkomsten van de analyse aanzienlijk beïnvloeden.*

**Tabel B5: Opvallende observaties CBS-microdata**

Categorieën	Opvallende observaties
<b>Voeding:</b>	
1. Bloem	<p><b>Bonaire:</b> Voor elk van de maanden mei tot en met september 2013 had de microdataset een foutieve observatie die grote impact had op de gemiddelde maand/kwartaalprijs van bloem op Bonaire. Een observatie (steeds uit dezelfde winkel) van \$2,55 voor een verpakking van 216 gram. Dit resulteerde in een kiloprijs (de rekenhoeveelheid voor bloem) van \$11,81. Omdat hetzelfde type bloem in andere maanden wel een 'normale' waarde aannam, zijn deze vijf observaties uit de dataset gehaald.</p> <p><b>Sint Eustatius:</b> Vanaf oktober 2014 is er een nieuwe reeks gestart waarbij de waargenomen hoeveelheid (voor hetzelfde merk + dezelfde omschrijving) van 2500 gram naar 500 gram is veranderd. Hierdoor is de rekenprijs 5x hoger vanaf dat moment. Deze observaties zijn handmatig veranderd naar 2500 gram, zodat er vanaf 2014-Q4 geen disproportionele stijging plaatsvindt.</p>
2. Brood en beschuit	<p><b>Saba / Sint Eustatius:</b> Op Sint Eustatius is gekozen voor de typering 'halfje wit' en op Saba voor 'whole white bread', omdat er in de dataset ook een groot aantal duurdere typen brood zaten, waarvan niet elke maand een observatie is gemaakt. Dit zorgde voor instabiliteit in de kwartaalprijs.</p>
3. Kaas	Geen opvallende observaties
4. Koek, gebak en zoutjes	<p><b>Bonaire :</b> Voor 2010-Q1 is slechts 1 observatie beschikbaar, terwijl de overige kwartalen gebaseerd zijn op 6 tot 30 observaties. Deze observatie heeft ook een opmerkelijk hoge prijs, waardoor er een vertekenend beeld naar voren kwam. Gestart is met 2010-Q2.</p>
5. Melk	Geen opvallende observaties
6. Mineraal en bronwater	Geen opvallende observaties
7. Pluimvee	Geen opvallende observaties
8. Rijst	<p><b>Sint Eustatius:</b> Vanaf januari 2012 zijn er maandelijkse observaties in de microdataset die een foute berekening bevatten. Observaties van hetzelfde product (merk + omschrijving) gaat van 2,27 kg/5 oz. (dan wel 1,36 kg/ 3 oz.) naar 227 gram (resp. 136 gram). Hierdoor wordt de prijs voor dit product 10 keer hoger. Dit is aangepast in de gepresenteerde data.</p>
9. Vers fruit	<p><b>Bonaire - sinaasappels:</b> Voor een drietal maanden (februari tot en met april 2011) zat er een opmerkelijke observatie tussen, waarbij de waargenomen prijs (60 euro) voor 10 sinaasappelen was. De stukprijs van 6 euro per stuk had een dusdanig grote impact op de gemiddelde maandprijs (was 10 keer hoger dan de overige observaties) dat deze uit de berekening zijn gehaald.</p>
10. Verse groenten	<p><b>Bonaire - paprika:</b> data voor paprika's (pas) vanaf 2012 beschikbaar.</p>



Categorieën	Opvallende observaties
11. Vleeswaren en vleesgerechten	Geen opvallende observaties
12. Vruchten en groentesappen	<p><b>Bonaire:</b> Het aantal observaties waarop 2016-Q4 is gebaseerd is 1, terwijl de andere kwartalen tussen de 6 en 23 observaties hebben. Deze ene observatie voor 2016-Q4 is dusdanig lager dan de andere observaties dat dit een (sterk) vertekenend beeld geeft. Deze is daarom weggehaald.</p> <p><b>Sint Eustatius:</b> De gemeten eenheid voor vruchtensap is 1 liter. Op Sint Eustatius zijn er echter een groot aantal observaties gemeten in gram. De omrekening leidt tot vreemde literprijzen voor deze observaties, waardoor er vaak \$8 per liter uit komt. De observaties in gram zijn daarom verwijderd uit de data.</p>
<b>Kleding:</b>	
13. Kleding	Geen opvallende observaties
<b>Overig:</b>	
14. Luiers	Geen opvallende observaties
15. Tandpasta	Geen opvallende observaties
16. Wc-papier	Geen opvallende observaties
17. Zeep	<p><b>Bonaire:</b> De stijging vanaf medio 2012 is terug te leiden tot een aantal veranderingen in de microdata, waar een aantal observaties (verpakkingen met 2 of 3 stukken zeep van 100/110 gram per stuk) niet zijn teruggerekend naar 100 gram. Het bleek <u>niet</u> mogelijk dit zelf aan te passen, wat de stijging in zowel het indexcijfer als in de nominale prijs verklaart.</p>

### B3. Ontwikkeling Consumentenprijsindex Caribisch Nederland 2010-2016

De volgende drie tabellen geven een overzicht van de CPI-ontwikkeling op Caribisch Nederland per eiland. In oranje zijn de categorieën aangegeven die specifiek zijn onderzocht in dit onderzoek.

**Figuur B6 Bonaire - ontwikkeling CPI (2010-2016, 2010-Q1 = 100)**

Saba	2010-Q1	2010-Q4	2011-Q4	2012-Q4	2013-Q4	2014-Q4	2015-Q4	2016-Q4	Vershil
Voeding / alc.vr. dranken	99,65	100,72	111,52	111,98	111,64	114,81	112,29	113,35	13,7
Alc. dranken en tabak	99,3	100,8	117,93	120,89	123,78	124,8	125,36	128,89	29,59
Kleding en schoeisel	98,05	101,29	111,84	109,97	112,64	115,13	151,8	159,11	61,06
Huisvesting, water energie	100,26	98,96	100,83	113,48	114,21	112,79	109,73	107,53	7,27
Stof. en huish. apparaten	100,32	99,04	107,61	108,81	109,84	114,66	111,28	115,09	14,77
Gezondheid	101,06	100,96	103,07	101,8	102,88	110,71	109,01	121,86	20,8
Vervoer	99,76	100,44	107,7	112,91	113,17	112,03	101,59	103,12	3,36
Communicatie	98,48	102,54	102,52	101,43	100,13	98,72	98,7	97,61	-0,87
Recreatie en cultuur	98,69	101,11	102,44	102,66	108,49	108,41	113,03	110,59	11,9
Onderwijs	100	100	100	100	100	100	100	100	0
Hotels, cafés restaurants	99,09	100,71	112,2	114,21	116,4	116,45	122,87	125,51	26,42
Div. goederen en diensten	99	100,78	104,17	104,91	106,98	110,34	110,32	111,65	12,65
<b>Totaal bestedingen</b>	99,46	100,5	106,87	109,77	111,09	112,05	110,7	111,3	11,84

Bron: CBS Nederland.

**Figuur B7 Saba - ontwikkeling CPI (2010-2016, 2010-Q1 = 100)**

Saba	2010-Q1	2010-Q4	2011-Q4	2012-Q4	2013-Q4	2014-Q4	2015-Q4	2016-Q4	Vershil
Voeding / alc.vr. dranken	100,8	99,3	116,0	117,5	119,6	123,0	124,0	123,7	22,9
Alc. dranken en tabak	99,5	100,9	105,5	109,0	112,2	111,9	115,6	113,6	14,2
Kleding en schoeisel	99,7	100,0	104,4	108,6	108,7	109,6	109,5	106,4	6,7
Huisvesting, water energie	99,8	100,3	104,6	105,1	104,1	105,8	113,4	113,2	13,5
Stof. en huish. apparaten	100,4	100,0	102,6	106,8	106,6	108,0	109,7	105,6	5,2
Gezondheid	100,0	100,0	99,6	101,1	101,5	102,7	104,4	101,8	1,8
Vervoer	97,2	102,7	110,7	112,3	114,4	114,9	108,5	110,6	13,4
Communicatie	100,0	100,0	99,7	100,1	100,1	100,2	101,7	101,7	1,7
Recreatie en cultuur	99,3	100,9	105,8	109,3	111,9	111,6	111,8	111,8	12,5
Onderwijs	100,0	100,0	105,0	105,0	105,0	105,0	105,0	105,0	5,0
Hotels, cafés restaurants	100,0	100,0	120,8	130,2	129,6	134,8	134,8	128,8	28,8
Div. goederen en diensten	97,6	102,2	106,0	109,6	113,6	119,0	113,9	115,4	17,8
<b>Totaal bestedingen</b>	<b>99,3</b>	<b>100,7</b>	<b>108,2</b>	<b>110,9</b>	<b>112,2</b>	<b>114,5</b>	<b>114,3</b>	<b>114,0</b>	<b>14,7</b>

Bron: CBS Nederland.

**Figuur B8 Sint Eustatius - ontwikkeling CPI (2010-2016, 2010-Q1 = 100)**

Sint Eustatius	2010-Q1	2010-Q4	2011-Q4	2012-Q4	2013-Q4	2014-Q4	2015-Q4	2016-Q4	Vershil
Voeding / alc.vr. dranken	100,62	99,8	108,29	113,56	113,31	118,67	118,96	117,71	17,09
Alc. dranken en tabak	101,21	99,68	109,82	113,55	117,38	119,53	119,74	121,84	20,63
Kleding en schoeisel	99,72	100,01	104,43	108,73	108,87	109,7	109,68	106,34	6,62
Huisvesting, water energie	99,05	100,59	112,46	119,03	116,44	115,28	116,96	116,35	17,3
Stof. en huish. apparaten	98,98	101,29	103,56	105,6	104,89	106,63	107,62	106,3	7,32
Gezondheid	100,73	99,17	101,28	108,51	109,68	109,86	116,84	116,79	16,06
Vervoer	98,97	101,96	126,81	131,01	145,63	145,96	135,00	138,74	39,77
Communicatie	100,01	99,99	99,88	100,68	100,71	102,26	102,46	102,46	2,45
Recreatie en cultuur	99,7	100,31	105,02	121,39	122,63	123,83	123,49	123,66	23,96
Onderwijs	100	100	101,05	101,05	101,05	97,43	97,43	97,43	-2,57
Hotels, cafés restaurants	97,66	101,64	129,55	133,94	135,47	137,57	139,68	139,81	42,15
Div. goederen en diensten	99,22	100,5	107,75	111,28	114,08	116,23	115,09	120,22	21,00
<b>Totaal bestedingen</b>	<b>99,48</b>	<b>100,64</b>	<b>111,57</b>	<b>117,07</b>	<b>119,52</b>	<b>121,39</b>	<b>120,6</b>	<b>120,9</b>	<b>21,42</b>

Bron: CBS Nederland.

# Bijlage C: Toelichting analyse handelsdata

## Handelsdata analyse

Veel van de producten die worden geconsumeerd op de drie eilanden worden elders geproduceerd. Handelsdata naar de drie eilanden is zeer incompleet, vanwege de juridische status als openbaar lichaam van Nederland. Goederen die worden vervoerd naar de drie eilanden behoren officieel tot de handelsdata van Nederland, en vanwege de geringe omvang van de economie op de drie eilanden ten opzichte van Nederland kan er geen schatting worden gemaakt van de bilaterale handelsstromen. Handelsstromen naar Curaçao en Sint Maarten zijn daarentegen wel beschikbaar in openbare bronnen. Deze bijlage schetst een beeld van de bilaterale importstromen naar deze twee eilanden, op basis van UN Comtrade data. De productgroepen en bijbehorende handelscodes staan in tabel A.1.

Tabel C1 Productgroepdefinities van de handelsanalyse

Productgroep	HS Code	Definitie van UN Comtrade HS codes <sup>3</sup>
Kip	0207	Vlees en eetbare slachtafvallen van pluimvee(vers, gekoeld of bevroren).
Melk	0401	Melk en room, niet ingedikt, zonder toegevoegde suiker of andere zoetstoffen
Kaas	0406	Kaas en wrongel
Rijst	1006	Rijst
Bloem	1101	Meel van tarwe of van mengkoren
Sap	2009	Ongegiste vruchtensappen (druivenmost daaronder begrepen) en ongegiste groentesappen, zonder toegevoegde alcohol, ook indien met toegevoegde suiker of andere zoetstoffen
Kleding <sup>4</sup>	61034*/ 61046*/ 62034*/ 62046*	Lange en korte broeken, voor zowel mannen als vrouwen; al dan niet van brei- of haakwerk
Groente	07 <sup>5</sup>	Groenten, planten, wortels en knollen, voor voedingsdoeleinden.
Fruit	08 <sup>6</sup>	Fruit; schillen van citrusvruchten en van meloenen

Noot: In deze analyse is gekozen voor een hoog aggregatieniveau van de producten, om er zeker van te zijn dat handelsstromen worden meegenomen als ze niet verder gespecificeerd zijn dan het 4-digit niveau.

## Databeperkingen

- Importdata voor Curaçao en Sint Maarten bleek niet beschikbaar, deze analyse is daarom gebaseerd op het spiegelen van export data gerapporteerd door de rest van de wereld. Dat wil zeggen dat de importstromen vanuit bijvoorbeeld Nederland naar Sint Maarten, als exportstroom van Nederland naar Sint Maarten is gerapporteerd in de openbare database.
- In de database zitten bruto handelsstromen. Dat betekent dat de handelsstroom tussen Frankrijk en St Maarten voor 100% uit Nederlandse melk kan bestaan, maar als het schip de douane in Le Havre heeft verlaten, wordt deze bilaterale handelsstroom aangegeven als Frankrijk – St Maarten.

<sup>3</sup> Vertalingen van de HS code descripties komen van de Nederlandse Douane op: <http://tarief.douane.nl/tariff/uc/qry/sbn/search.jsf>

<sup>4</sup> Er bestaat geen directe code voor spijkerbroeken/jeans. Deze codes (waar de \* staat voor een zesde digit) beschrijven korte en lange broeken van verschillende materialen.

<sup>5</sup> Voor groente worden "Aardappelen (0701)" en "Maniokwortel, arrowroot (pijlwortel), salepwortel, etc (0714)" niet meegenomen uit de hoofdcode 07.

<sup>6</sup> Voor fruit worden "Kokosnoten etc. (0801)" en "Andere noten, etc (0802)" niet meegenomen in hoofdcode 08.

- Hetzelfde probleem treedt hierbij op als de geïmporteerde goederen verder worden geëxporteerd naar bijvoorbeeld Aruba en Bonaire vanaf Curaçao. Deze stromen worden in de onderstaande figuren meegenomen, maar de goederen worden niet geconsumeerd op het eiland.

### Algemene bevindingen

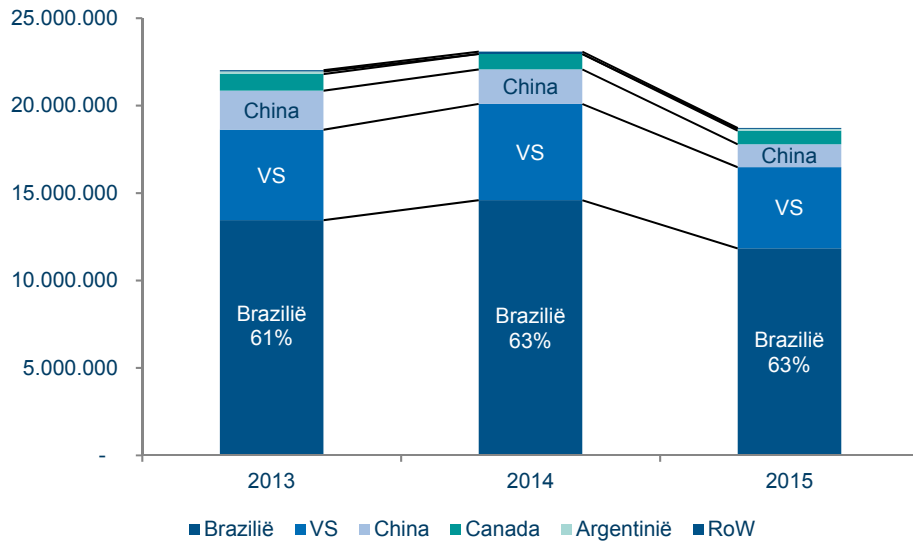
Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat de VS een grotere rol speelt als bron van goederen voor Sint Maarten dan voor Curaçao. Zuid-Amerikaanse landen spelen daarentegen een grotere rol in de importstromen van Curaçao. Dit is in lijn met de verwachting gezien de geografische ligging. Ook is Frankrijk een belangrijke speler voor het importeren van goederen op Sint Maarten door vraag naar deze goederen op Saint Martin. Colombia en Venezuela zijn een belangrijke partner voor vers groente en fruit op Curaçao, hoewel dit niet helemaal naar voren komt in de figuren hieronder voor het laatste land. Handelsdata voor Venezuela voor 2014 en 2015 zijn niet bekend, en gezien de politieke situatie daar op dit moment zal ook in recentere maanden het belang van Venezuela als partner zeer waarschijnlijk verder zijn geslonken. Een verklaring voor sommige opmerkelijke bevindingen (bloem uit Jamaica, vruchtensap uit Cyprus) moet worden gevonden in het fungeren als mogelijke doorvoerhaven door beide landen.

### Kipproducten

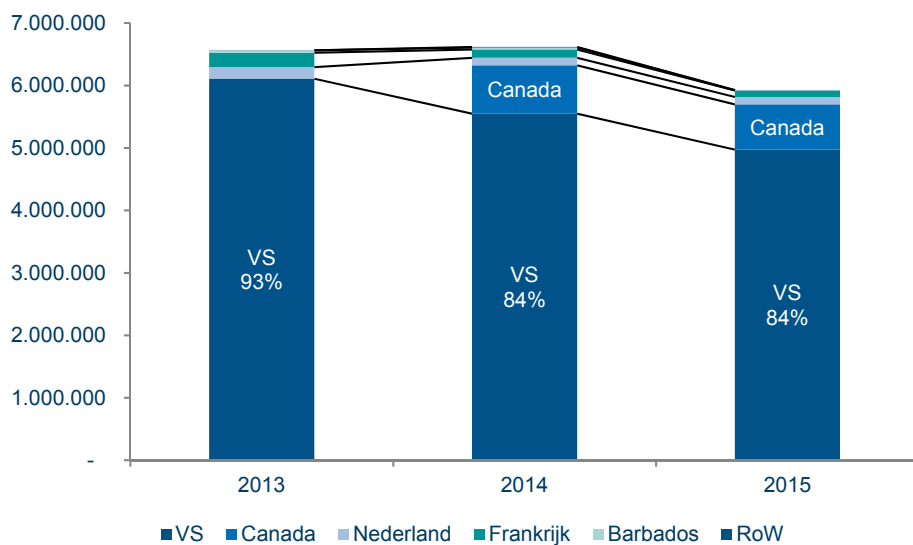
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor kipproducten. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De meerderheid van Curaçaose kipimporten komt uit Brazilië.
- Voor Sint Maarten is een van de havens in de VS mogelijk (ook) een overslaghaven voor kipproducten uit andere landen.

**Figuur C1 Importpartners van Curaçao, kipproducten (in USD)**



**Figuur C2 Importpartners van Sint Maarten, kipproducten (in USD)**

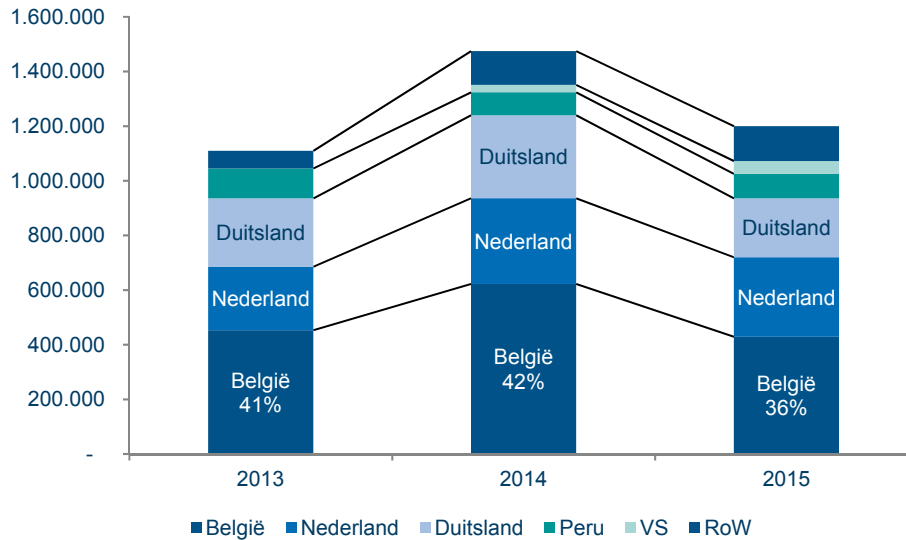


## Melk

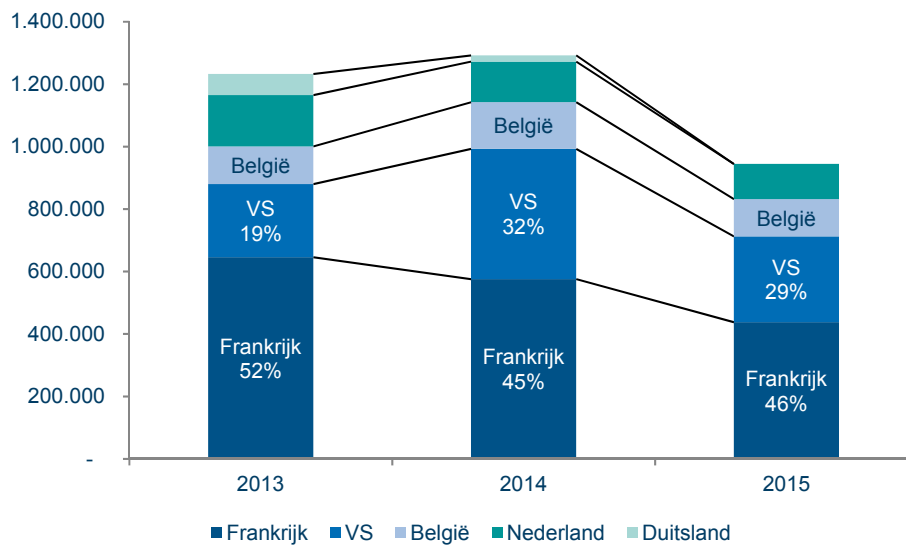
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor melk. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Curaçao importeert vooral melk van het Europese vaste land, terwijl de VS voor Sint Maarten de een-na-grootste leverancier is.

**Figuur C3 Importpartners van Curaçao, melk (in USD)**



**Figuur C4 Importpartners van Sint Maarten, melk (in USD)**

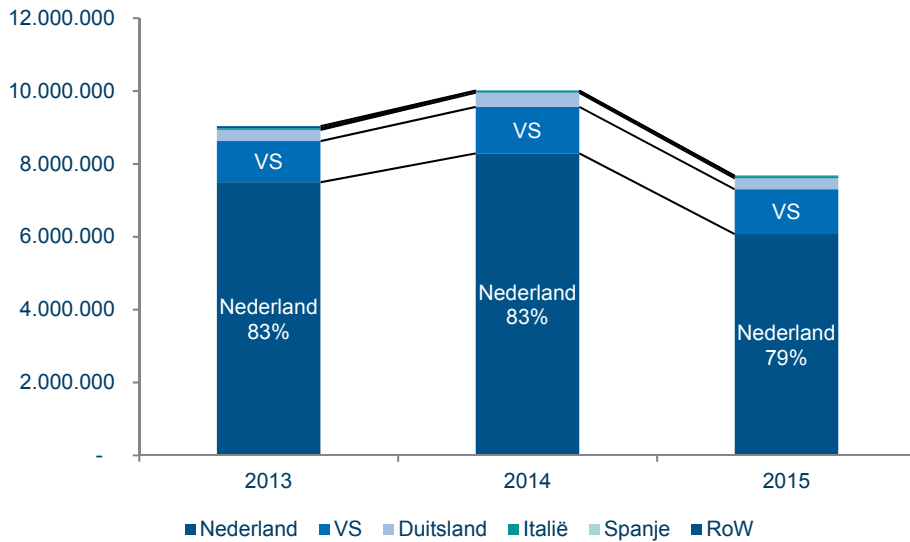


### Kaasproducten

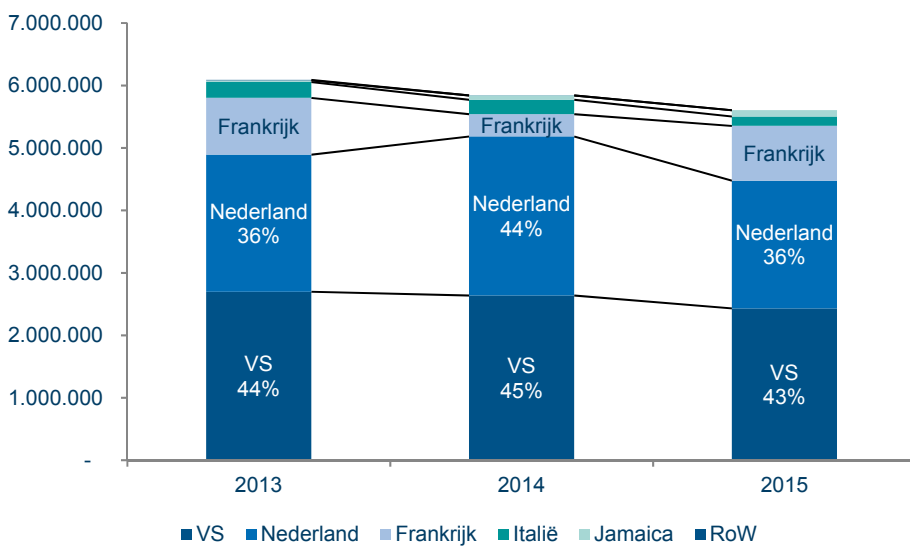
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor kaasproducten. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Op beide eilanden speelt Nederland een grote rol als bron voor kaasproducten. Het is mogelijk dat er kaas geproduceerd in andere landen vanuit Nederland wordt verscheept.

**Figuur C5 Importpartners van Curaçao, kaasproducten (in USD)**



**Figuur C6 Importpartners van Sint Maarten, kaasproducten (in USD)**



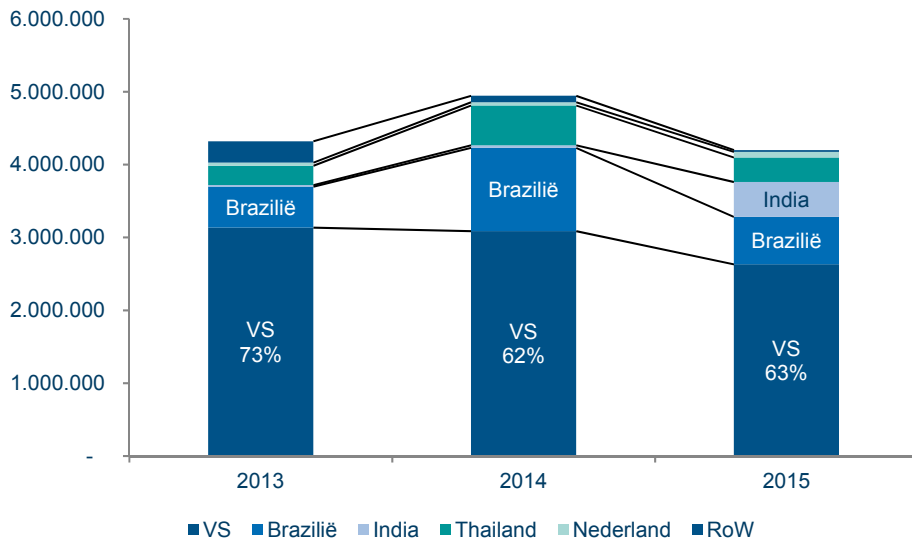
## Rijst

De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor rijst. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

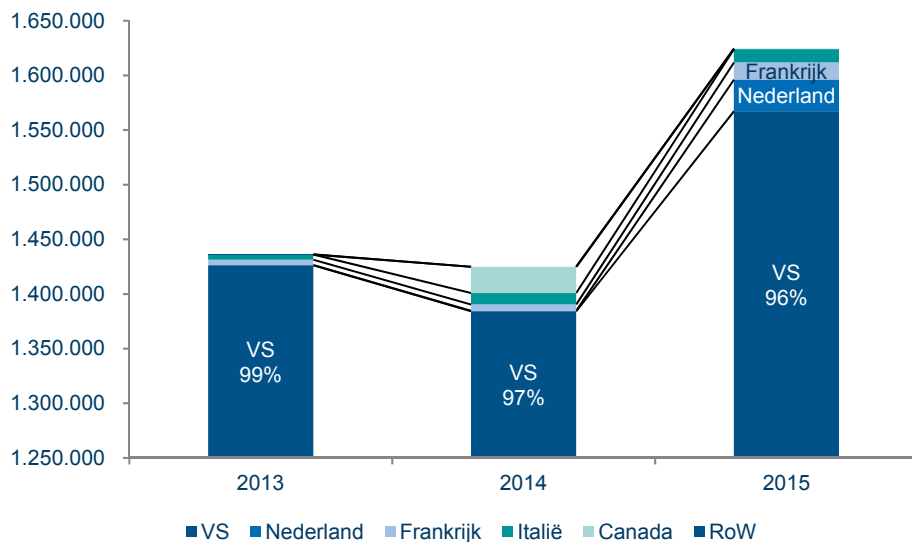
- De VS is voor beide eilanden de grootste importpartner.

NB: het is onduidelijk waarom op Sint Maarten een grote sprong waarneembaar is. Dit kan te maken hebben met een vergroting in de logistieke stroom, maar ook met verbeterde rapportage.

**Figuur C7 Importpartners van Curaçao, rijst (in USD)**



**Figuur C8 Importpartners van Sint Maarten, rijst (in USD)**



NB: het is onduidelijk waarom op Sint Maarten een grote sprong waarneembaar is. Dit kan te maken hebben met een vergroting in de logistieke stroom, maar ook met verbeterde datacollectie en rapportage.

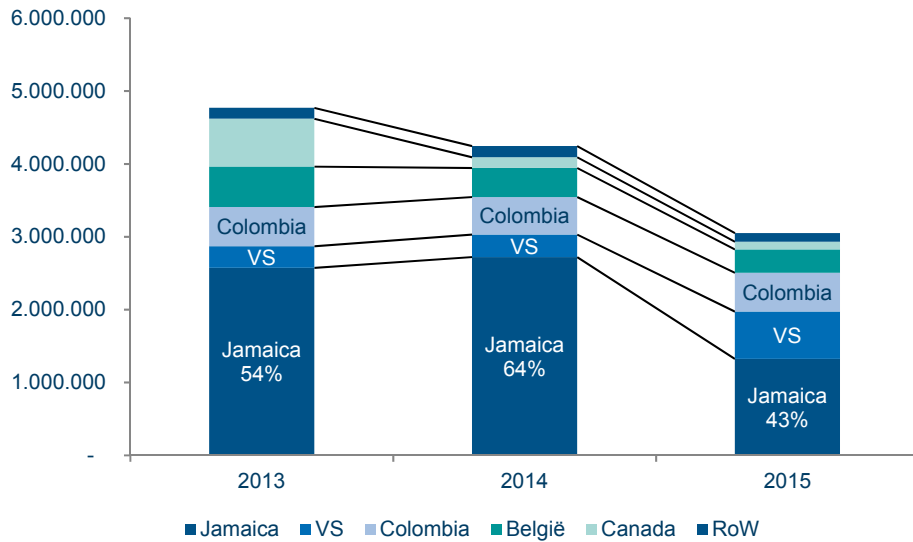


## Bloem

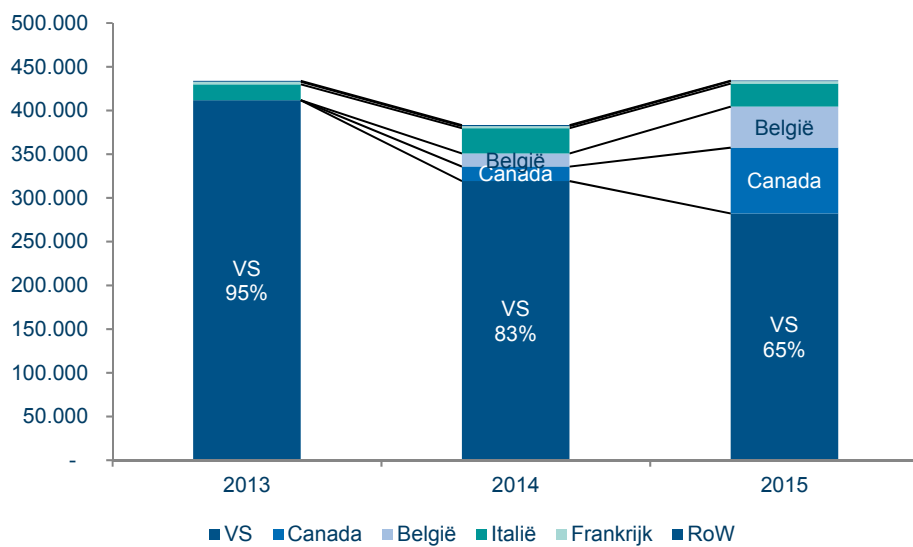
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor bloem. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Jamaica is de belangrijkste bron voor bloem op Curaçao, terwijl de VS het grootste deel van de bloem op Sint Maarten levert.

**Figuur C9 Importpartners van Curaçao, bloem (in USD)**



**Figuur C10 Importpartners van Sint Maarten, bloem (in USD)**

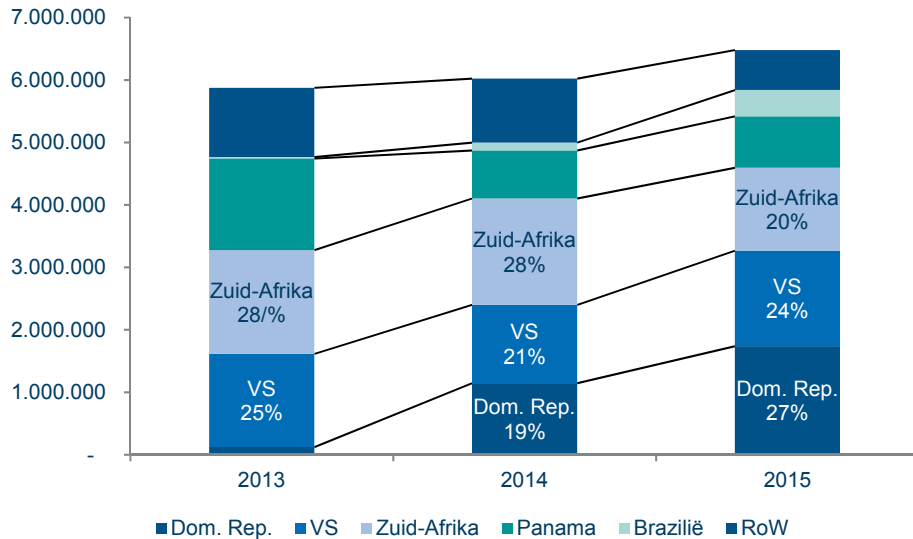


## Sap

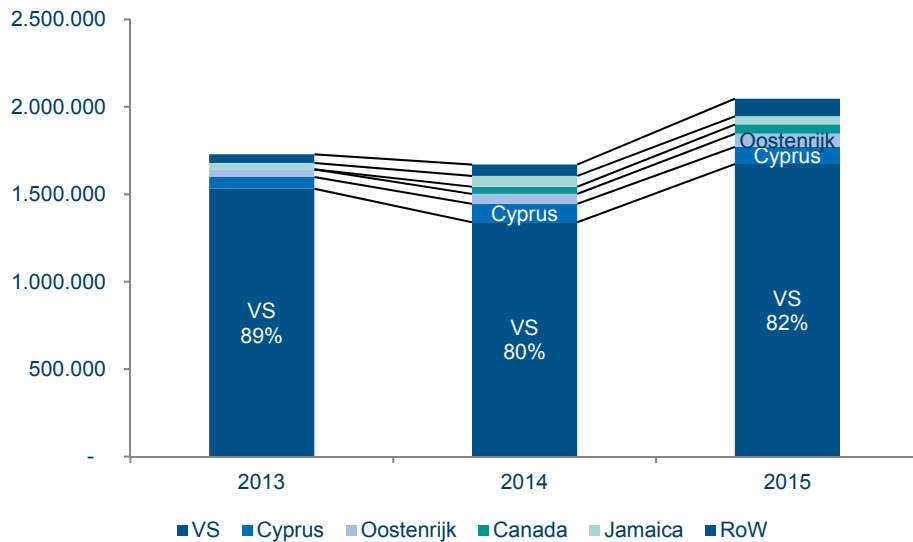
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor sap. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De Dominicaanse Republiek is snel gegroeid als partner en was in 2015 de grootste bron voor sap op Curaçao. Ook Zuid-Afrika is een belangrijke bron.
- Importen op Sint Maarten zien er anders uit, waar de VS het allergrootste deel voor rekening neemt.

**Figuur C11 Importpartners van Curaçao, sap (in USD)**



**Figuur C12 Importpartners van Sint Maarten, sap (in USD)**

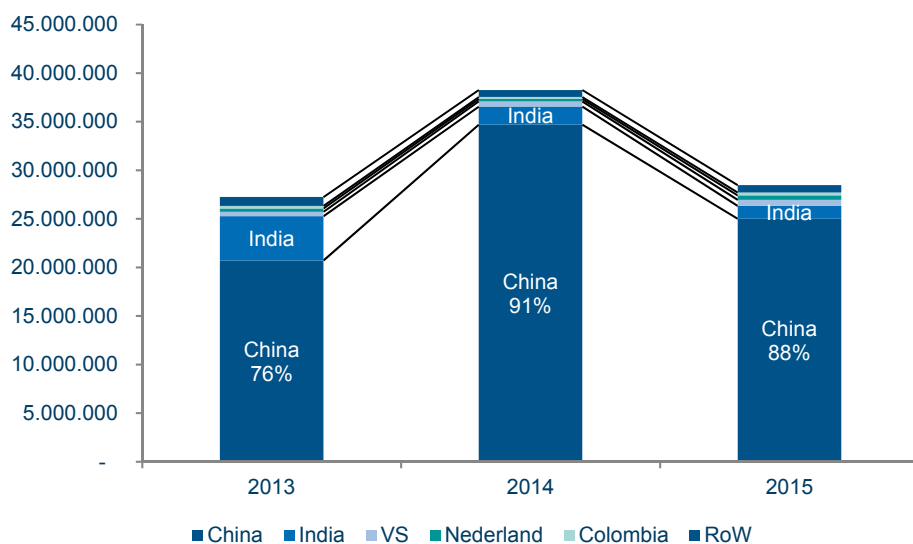


## Kleding

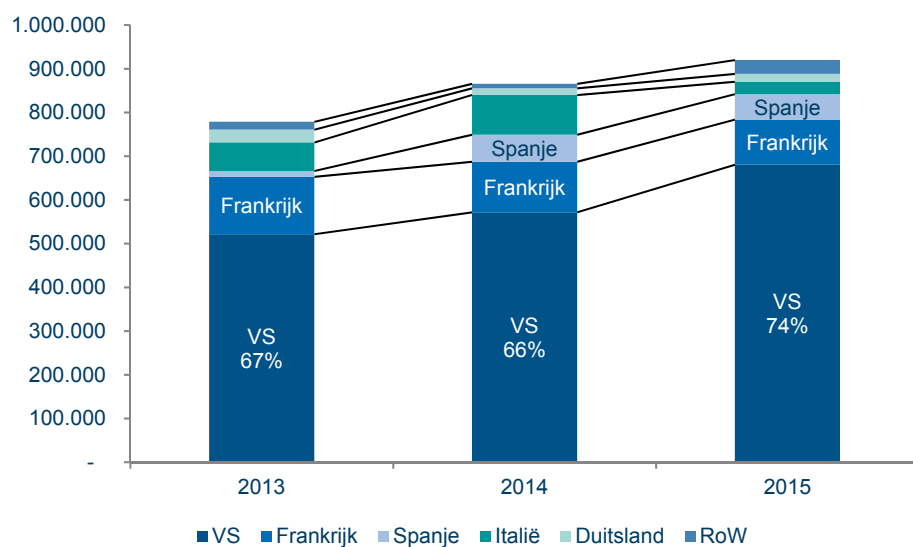
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor kleding. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Kleding (broeken) op Curaçao komen vooral uit China, wat in lijn der verwachting is.
- De import van broeken/kleding op Sint Maarten is dusdanig klein (slechts 1 miljoen) dat hier de VS een relatief grote (overslag-)rol speelt.

**Figuur C13 Importpartners van Curaçao, kleding (in USD)**



**Figuur C14 Importpartners van Sint Maarten, kleding (in USD)**

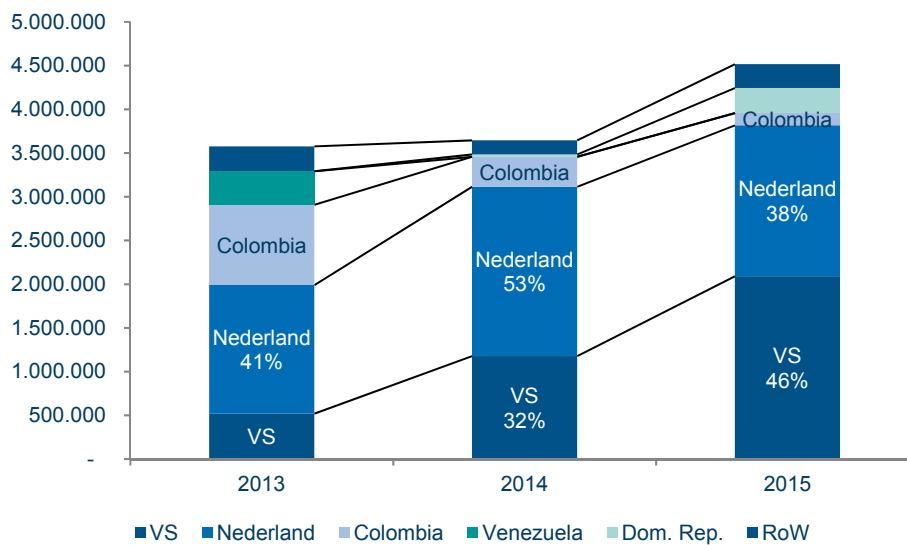


## Groente

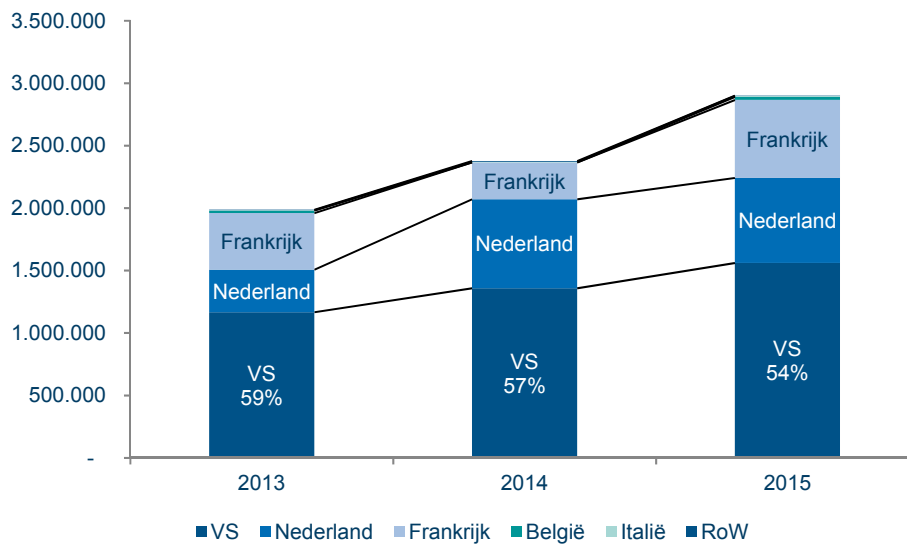
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor groente. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- In de drie jaar tussen 2013 en 2015 is het aandeel van de VS flink gestegen. Colombiaanse groente zijn daarentegen een stuk minder belangrijk geworden in de totale importmix. Data voor importen uit Venezuela zijn alleen voor 2013 beschikbaar.
- De te verwachten drie landen zijn voor Sint Maarten de belangrijkste partners.

**Figuur C15 Importpartners van Curaçao, groente (in USD)**



**Figuur C16 Importpartners van Sint Maarten, groente (in USD)**

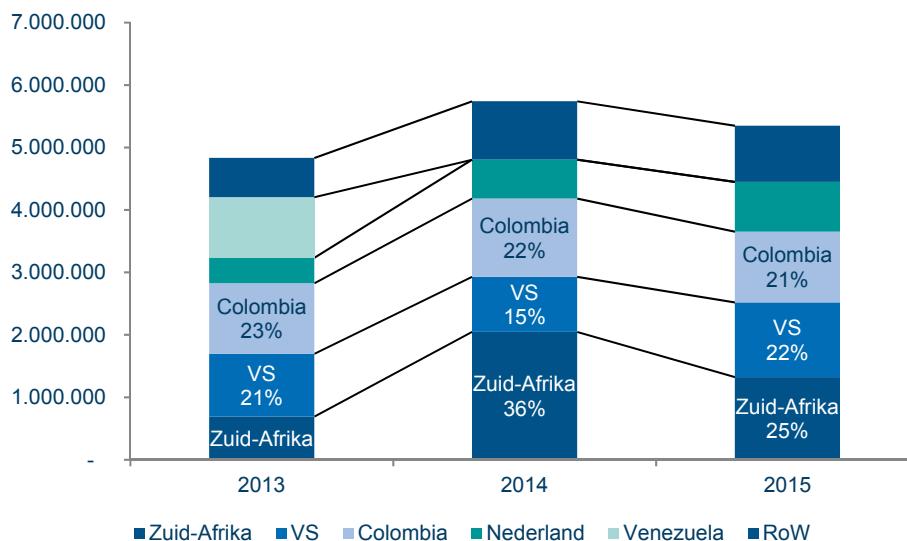


## Fruit

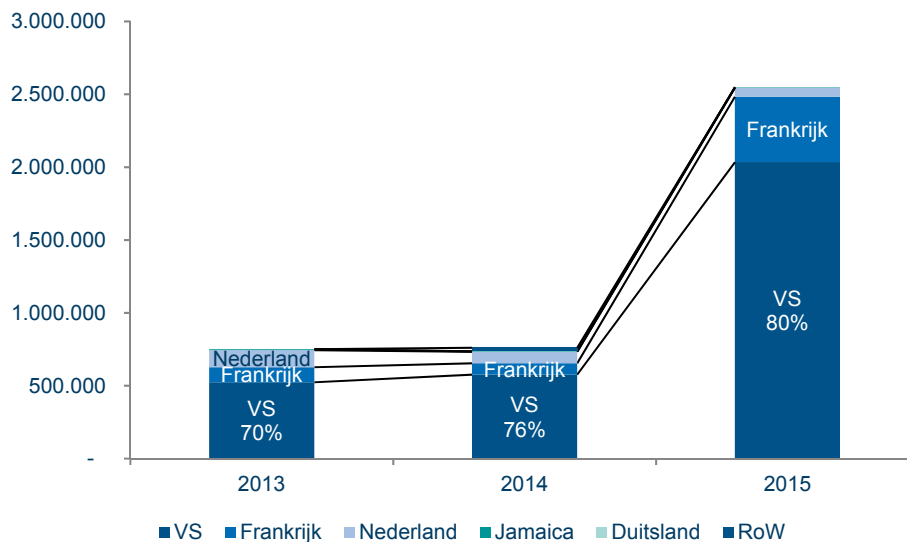
De twee onderstaande figuren geven de importpartners weer van Curaçao en Sint Maarten voor fruit. Op basis van deze gegevens kunnen de volgende bevindingen worden getrokken:

- Op Curaçao zijn Zuid-Afrika/ de VS/ Colombia alle drie ongeveer even belangrijk. De belangrijkste bronnen voor appels (Zuid-Afrika) en sinaasappelen (Chili) zijn ongeveer 20% van de totale fruit import.
- De stijging van importen op Sint Maarten tussen 2014 en 2015 komt voornamelijk door de code 0810, dat "fruit, nergens anders toebedeeld" omvat. De kans is groot dat appels en sinaasappelen hier ook onder vallen. Beide specifieke codes ondergaan namelijk een flinke daling in die jaren.

**Figuur C17 Importpartners van Curaçao, fruit (in USD)**



**Figuur C18 Importpartners van Sint Maarten, fruit (in USD)**



NB: het is onduidelijk waarom op Sint Maarten een grote sprong waarneembaar is. Dit kan te maken hebben met een vergroting in de logistieke stroom, maar ook met verbeterde datacollectie en rapportage. De laatste verklaring achten we waarschijnlijker.



# Bijlage D: Toelichting op de analyse van de opbouw van de consumentenprijs

Een belangrijk onderdeel van dit onderzoek is het achterhalen van de 'opbouw' van de consumentenprijs (*retailprijs*). Hierbij gaat het dan primair om het identificeren van de verschillende componenten waar de prijs uit bestaat, alsmede om het inschatten van de omvang hiervan. In deze bijlage geven wij een toelichting op deze analyse.

## D1. Factoren die deze analyse beïnvloeden

De opbouw van de prijzen per product is een lastig vraagstuk gebleken, waarbij veel factoren een bepaalde invloed op de analyse hebben. De belangrijkste factoren zijn hier opgenomen.

**Retailprijs** – Ondanks dat we gebruik kunnen maken van gedetailleerde CBS-microdata bestaan hier soms beperkingen voor wat betreft databeschikbaarheid en datakwaliteit. Zo is binnen de CBS-dataset niet altijd duidelijk om welk product het gaat (gedetailleerde omschrijving ontbreekt soms) en of over de gehele periode hetzelfde product is gemeten. Ook blijkt dat er enkele opvallende prijswaarnemingen in de CBS-dataset zitten, die voor het specifieke doel van deze studie door Ecorys zijn aangepast. Deze observaties hebben geen invloed op de berekening van de (algemene) prijsontwikkelingen door het CBS (zie bijlage B).

**Bedrijfsvoering** – Hoe bedrijven hun bedrijfsvoering inrichten varieert (sterk). Op productniveau speelt ten eerste mee dat bedrijven hun eigen prijsstrategie voeren. Zo kan (tijdelijk) verlies gemaakt worden op het ene product, terwijl er wel (veel) meer marge op een ander product gemaakt kan worden. Dit kan over de tijd verschillen. Verder variëren de bedrijven in productaanbod en dienstverlening, wat zich uit in verschillen qua kostprijs. Op St Eustatius heeft een grote supermarkt zoals Duggins (breed productaanbod, veel personeel, veel koeling, etc.) een veel hogere kostenbasis dan bijvoorbeeld een relatief eenvoudige supermarkt zoals Sunny Day (nabij Wilhelminapark). De manier waarop deze kosten (energie, huur, personeel, etc.) worden verdisconteerd in de prijzen verschilt. Soms worden gedetailleerde kostenberekeningen gemaakt, maar geregeld hanteert men ook meer algemene vuistregels (bijvoorbeeld: "*ik heb voor product A of B circa 20% marge nodig, zodat ik mijn algemene kosten kan afdekken*"). Andere relevante factoren zijn de betrokkenheid van familie (in plaats van personeel) en eventuele andere bedrijfsactiviteiten (restaurant of bar, waarbij de voorraden uit de supermarkt worden gebruikt).

**Afgeschermd informatie** – De retailprijs is via de microdata van CBS bekend, maar veel andere relevante informatie is niet openbaar en ook geïnterviewde partijen willen hier maar ten dele inzicht in geven. Dit speelt met name voor historische (*wholesale*) kostprijzen en de gehanteerde marges. Dit is gevoelige informatie die marktpartijen liever niet in detail prijsgeven.

**Grote variatie in de waardeketen** - Ondanks dat de waardeketens voor de geselecteerde producten relatief overzichtelijk zijn, bestaat er in de waardeketen een grote variatie in betrokken producenten, aanvoerlanden, productvormen, productkwaliteit, etc., waarbij met name ook veranderingen over de tijd van belang zijn. Wijzigingen over de tijd spelen zeker op het niveau van de groothandels op Sint Maarten en Curaçao die, mede vanwege hun grotere volume, tot op zekere hoogte in staat zijn om hun kostprijs (en aanvoer) te optimaliseren.

**Gebundeld transport** – Richting de eilanden is vaak sprake van ‘mixed’ containers (naar St Maarten) of van zelf samengestelde pallets (naar Saba en St Eustatius). Hierbij varieert de inhoud en de waarde van het transport zeer sterk, wat betekent dat de kostentoerekening bij elk transport in principe anders is. Hierbij is van belang dat het niet alleen hoeft te gaan om voedselproducten, maar ook om producten met heel andere marges zoals drank, hardware, auto-onderdelen, etc. Transportkosten zijn ook niet altijd eenduidig, zoals bijvoorbeeld op de Mutty’s Pride (transport van St Maarten naar Saba en Sint Eustatius). De transportkosten worden bepaald aan de hand van het aantal ‘boxes’. Hoewel het volgens de vervoerder gaat om prijzen per ‘cubic feet’, wordt dat in de praktijk niet zo berekend. In de haven worden simpelweg het aantal ‘boxes’ geteld, waarbij het onduidelijk blijft of en wanneer men rekening houdt met wisselende omvang van de ‘boxes’.

## D2. Opzet en uitwerking rekenschema

Voor het bepalen van de prijsopbouw en de prijsontwikkeling per type product is een rekenschema ontwikkeld waarbij een zestal stappen zijn doorlopen, die hier nader worden toegelicht. De uiteindelijke resultaten van deze analyse zijn (op hoofdlijnen) opgenomen in het hoofdrapport (hoofdstuk 3 en 4) en per product in de factsheets in bijlage G en H. Voor de duidelijkheid vatten we hieronder kort samen wat de reikwijdte is van de onderscheiden kostencomponenten.

**Tabel D1: Omschrijving kostencomponenten**

Component	Toelichting
Consumentenprijs	Dit betreft de gemiddelde prijs zoals deze door het CBS op Caribisch Nederland is waargenomen. Dit was het startpunt van de analyse.
Inkoopwaarde	Dit betreft de geschatte inkoopwaarde zoals ondernemers op Caribisch Nederland deze in bijvoorbeeld de VS (Miami) of Europa (Nederland) kunnen inkopen. Deze inkoopwaarde omvat dus productie- en transportkosten, alsmede de marge van de groothandel in de VS of Europa.
Transportkosten (interregionaal en lokaal)	De interregionale transportkosten betreffen de kosten van het transport per 40ft zeecontainer vanaf de VS (Miami) of Europa naar de ‘hubs’ Sint Maarten en Curaçao. Hier worden de containers (of pallets) op kleinere schepen geplaatst voor ‘lokaal’ transport naar Bonaire, Saba en Sint Eustatius. Er is afgezien van het schatten van de kosten op het eiland (per truck).
Brutomarge groothandel	Hierbij gaat het om de brutomarge die groothandels op Sint Maarten en Curaçao maken, waarbij de marges per product kunnen verschillen. Voor Bonaire neemt de rol van de groothandels op Curaçao af.
Belastingen	Binnen de keten wordt belasting geheven, namelijk Algemene Bestedingsbelasting (op de drie BES-eilanden), Belasting op de Bedrijfsomzetten (op Sint Maarten) en Omzetbelasting (op Curaçao). Van belang is dat sommige producten zijn vrijgesteld en dat niet alle productstromen via het ‘economische verkeer’ van Curaçao of Sint Maarten gaan. <sup>7</sup>
Brutomarge detailhandel & inschatting onderliggende kosten	De brutomarge van de detailhandel (op Caribisch Nederland) is de ‘restpost’ nadat alle kosten van de consumentenprijs zijn afgehaald. Deze marges kunnen per jaar, per ondernemer en per product verschillen. Voor een beter begrip van de opbouw van de brutomarge worden ook de belangrijkste onderliggende kostencomponenten geschat.

<sup>7</sup> Hierbij is van belang dat in sommige situaties ‘cumulatie’ van belastingen kan ontstaan, maar zeker niet in alle situaties. Dit is in meer detail toegelicht in paragraaf 5.2.3 van het hoofdrapport. Zie ook de brief van het ministerie van BZK hierover aan de Kamer (‘dubbele belasting op Sint Maarten’, d.d. 29 september 2015).



### Toelichting stap 1: consumentenprijzen als uitgangspunt

Vertrekpunt van het rekenschema zijn de consumentenprijzen die per type product en per eiland door het CBS periodiek worden geregistreerd. De details zijn gepresenteerd in bijlage G en H.

### Toelichting (tussen) stap 2: bepaling van de inkoopwaarde, inclusief transportkosten

Inkoopwaarde basiskwartaal - In de tweede (tussen)stap is de inkoopwaarde (inclusief transportkosten, belastingen, etc.) bepaald voor de aankoop van producten in bijvoorbeeld de VS of de EU. Voor het bepalen van de inkooprijzen is voor het basiskwartaal (2016-Q4) op basis van beschikbare literatuur voor Nederland een (globale) inschatting gemaakt van de brutomarge die door de supermarkten (detailhandel) wordt gehanteerd. Deze marges liggen voor bijvoorbeeld groente en fruit veel hoger omdat het gaat om versproducten en de kans groter is dat deze te lang in de winkels blijven liggen en niet meer verkocht kunnen worden. Voor zover dat kon worden nagegaan op basis van de gevoerde gesprekken, liggen de gehanteerde marges in lijn met de op de eilanden gehanteerde marges. Natuurlijk kunnen voor individuele ondernemers en producten andere brutomarges gelden.

Ontwikkeling inkoopwaarde 2010-2016 - De ontwikkeling van de inkoopprijs voor de periode 2010-2016 (telkens voor het 4<sup>e</sup> kwartaal) is vervolgens in beeld gebracht op basis van het verloop van de **(wereld)marktprijzen** voor de betreffende producten, voor zover relevant en beschikbaar. De beschrijving van de prijsontwikkelingen en gehanteerde uitgangspunten is opgenomen in onderdeel D3. De onderstaande tabel toont voor Bonaire de factor die gebruikt is om de inkoopwaarde van 2016 (Q4) om te rekenen voor de hele periode. Voor Saba en Sint Eustatius is deze tabel grotendeels gelijk, zij het dat voor groente en fruit de prijsontwikkeling in de VS als uitgangspunt is genomen. Zoals toegelicht in onderdeel D3 hebben wij voor een aantal producten (verzorging, water, koek) verondersteld dat het prijsverloop stabiel is geweest (waarde '1' voor hele periode).

Tabel D2: Uitgangspunten ontwikkeling inkooprijzen Bonaire (2016-Q4 als startpunt)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Graanproducten</b>							
Bloem	1,32	1,63	1,62	1,52	1,33	1,12	1,00
Rijst	1,32	1,63	1,62	1,52	1,33	1,12	1,00
Brood	1,32	1,63	1,62	1,52	1,33	1,12	1,00
Koek, gebak en zoutjes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Groente en fruit</b>							
Vers fruit (sinaasappels)	1,06	1,02	0,97	1,03	0,93	1,00	1,00
Verse groenten (tomaten)	1,10	0,84	0,97	0,93	0,93	1,00	1,00
<b>Zuivelproducten</b>							
Kaas	1,13	1,28	1,21	1,34	1,34	1,05	1,00
Melk	1,07	1,19	1,15	1,28	1,31	1,08	1,00
<b>Vleesproducten</b>							
Pluimvee	1,10	1,17	1,17	1,20	1,29	1,09	1,00
Vleeswaren en vleesgerechten	1,10	1,17	1,17	1,20	1,29	1,09	1,00
<b>Dranken</b>							
Vruchten en groentesappen	0,69	0,82	0,61	0,65	0,82	0,83	1,00
Mineraal en bronwater	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Verzorgingsproducten</b>							

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Luiers	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Tandpasta	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Wc-papier	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Zeep	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Kleding</b>							
Kleding	0,95	1,00	1,02	1,03	1,01	1,00	1,00

Bron: Ecorys, op basis van verschillende prijsindices (zie onderdeel D3). Noot: voor elk jaar is het vierde kwartaal genomen.

Later in het proces zijn hier transportkosten (stap 3), groothandelsmarges (stap 4), belastingen (stap 5) en detailhandelsmarges afgehaald.

### Toelichting stap 3: bepaling transportkosten

Nadat in stap 2 de inkoopwaarden voor de hele periode zijn geschat, zijn vervolgens de kosten van het transport hiervan afgehaald. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen het **interregionaal transport** (bijvoorbeeld vanaf de VS of Europa naar Curaçao) en het **'lokale' transport** (bijvoorbeeld vanaf Curaçao naar Bonaire). Om de transportkosten te kunnen bepalen is voor de onderscheiden producten een inschatting gemaakt van het betreffende volume en de transportkosten. Deze informatie is (deels) ontleend aan de gesprekken met de betreffende verlader/ rederij en geverifieerd bij onder ander de verschillende groothandels en scheepsagenten die gebruik maken van de transportdiensten. Uit gevoerde gesprekken met groothandels en reders komt naar voren dat men de transportkosten vaak inschat op 8-10% van de groothandelsprijs (in Nederland of de VS). In onze analyse is de retailprijs op de eilanden het uitgangspunt.

Volume – Per product is ingeschat hoeveel eenheden er in een 40ft (zee-) container passen.

Maatgevend voor het volume is:

- de gekozen verpakkingseenheid;
- de dichtheid van het betreffende product (voor water is 1 kg bijvoorbeeld gelijk aan 1 dm<sup>3</sup>, maar voor andere producten is deze dichtheid weer anders);
- en een opslag om rekening te houden met de wijze waarop de producten worden verpakt (een tube tandpasta wordt meestal weer verpakt in een doosje waardoor het verpakkingsvolume toeneemt);
- Tevens is verondersteld dat een container (vanwege praktische redenen bij het in- en uitladen) gemiddeld voor 70% gevuld is.

Interregionaal transport - Voor de betreffende producten is vervolgens gekeken naar de herkomst van de producten (EU of VS) en het type container dat wordt gebruikt (droog of vriescontainer) en zijn de transportkosten berekend. Hierbij is verondersteld dat het interregionale containervervoer in de periode 2010-2016 5% goedkoper is geworden. Tevens is voor alle producten verondersteld dat voor de Benedenwinden 50% uit de VS komt en 50% uit Europa, terwijl het aandeel vanuit de VS voor de Bovenwinden op 90% ligt. Voor de Benedenwinden is uiteindelijk gerekend met een gemiddelde containerprijs (40ft, droog) van circa \$5.700. Voor de Bovenwinden ligt dit met circa \$2.600 aanzienlijk lager. In combinatie met de informatie over de volumes is vervolgens een inschatting gemaakt van de interregionale transportkosten per product.

Lokaal transport – Min of meer dezelfde aanpak is gevolgd bij het 'lokale transport', dus vanaf Curaçao naar Bonaire (transport met Don Andres) of vanaf Sint Maarten naar Saba of Sint Eustatius (transport met de Mutty's Pride). Op basis van de gesprekken is verondersteld dat

richting Bonaire de transportprijzen in de periode 2010-2016 met circa 15% zijn gestegen en richting Saba/Sint Eustatius gelijk zijn gebleven. Verder is voor het transport met de Mutty's Pride gerekend met een prijs van \$1,50 per 'box' van een 'cubic feet' (1 feet is ongeveer 30cm). Deze 'boxes' worden middels gesealde pallets in een container geplaatst. Voor Bonaire is gerekend met een gemiddelde containerprijs (40ft, droog) van ruim \$1.400 in 2016. Voor Saba en Sint Eustatius is gerekend met een gemiddelde containerprijs van ruim \$2.100. Er is, mede gezien de bestaande variatie en beperkte omvang, afgezien van het maken van aparte berekeningen voor het verdere transport op het eiland.<sup>8</sup> Deze kosten zijn daarom onderdeel van de bruto marge.

#### **Toelichting stap 4: bepaling bruto marge groothandel (op Sint Maarten en Curaçao)**

Veel van de productenstromen lopen via de groothandels op Sint Maarten en Curaçao. Op basis van de gevoerde interviews en beschikbare literatuur is een inschatting gemaakt van de bruto marge die een groothandel per product rekent. Voor bijvoorbeeld groente, fruit en kleding is er met een hogere marge (40-50%) gerekend dan voor kip (15%). Hierbij is van belang dat voor Saba en Sint Eustatius een zeer groot deel van alle aanvoer via de groothandels op Sint Maarten loopt (gehanteerde aanname: 90% via Sint Maarten). Voor Bonaire neemt de rol van de groothandels op Curaçao af en wordt er meer 'direct' ingekocht in de VS of de EU; de gehanteerde aanname is dat dit aandeel is gedaald van 75% in 2010 naar 50% in 2016.

#### **Toelichting stap 5: bepaling omvang belastingen en heffingen<sup>9</sup>**

Binnen de keten wordt op enkele plaatsen belasting geheven, namelijk op de drie BES-eilanden (Algemene Bestedingsbelasting), maar ook op Sint Maarten (Belasting op de Bedrijfsomzetten) en op Curaçao (Omzetbelasting). Naar schatting valt voor Bonaire inmiddels circa 50% van de aanvoer van de geselecteerde producten onder het 'douaneregime' op Curaçao. Op Sint Maarten gaan vrijwel alle producten (fysiek) via de groothandel. Op basis van de geldende tarieven en vrijstellingen zijn de kosten hiervan in rekening gebracht.

**Belasting op de Bedrijfsomzetten (BBO) op Sint Maarten** - Veel van de producten die op Saba en Sint Eustatius verkocht worden, zijn afkomstig uit de groothandels/supermarkten op Sint Maarten. Op deze producten is een BBO-heffing van 5% van toepassing, die de verkoper op Sint Maarten in zijn prijs verdisconteert. Op deze BBO zijn een aantal uitzonderingen voor primaire levensbehoeften. De volgende producten zijn vrijgesteld.<sup>10</sup>

- Relevant voor dit onderzoek: brood, melk, luiers, toiletpapier, rijst, graan, meel, kip, fruit
- Overig: suiker, zout, eieren, boter, bakolie, babyvoeding, bonen, aardappels

**Omzetbelasting (OB) op Curaçao** - Op Curaçao wordt op de levering van goederen en diensten een omzetbelasting (OB) geheven van 6%. Er bestaat een vrijstelling voor de heffing van de OB voor een aantal goederen en diensten, waaronder ook primaire levensbehoeften. De volgende producten zijn vrijgesteld:<sup>11</sup>

- Relevant voor dit onderzoek: brood, rijst, graan, meel, fruit en groenten (met uitzondering van conserven of ingevroren fruit en groente), verpakt water.
- Overig: eieren, aardappelen, babyvoeding.

**Algemene Bestedingsbelasting (ABB)** - In januari 2011 zijn de Belasting op Bedrijfsomzetten (BBO) op Saba en Sint Eustatius en de omzetbelasting (OB) op Bonaire opgegaan in de Algemene

<sup>8</sup> Op Saba gaat het bijvoorbeeld om \$40-60 voor maximaal drie pallets in een pick-up truck.

<sup>9</sup> Hierbij is van belang dat in sommige situaties 'cumulatie' van belastingen kan ontstaan, maar zeker niet in alle situaties. Dit is in meer detail toegelicht in paragraaf 5.2.3 van het hoofdrapport. Zie ook de brief van het ministerie van BZK hierover aan de Kamer ('dubbele belasting op Sint Maarten', d.d. 29 september 2015).

<sup>10</sup> Sint Maarten, Landsverordening belasting op de bedrijfsomzetten 1997, artikel 8.1 sub 17. Toegankelijk via de volgende link (p. 517): [https://www.pwc.com/an/en/publications/assets/fw2016\\_04april2016.pdf](https://www.pwc.com/an/en/publications/assets/fw2016_04april2016.pdf).

<sup>11</sup> Curaçao, Landsverordening omzetbelasting 1999, artikel 7.1. Toegankelijk via de volgende link (p. 146): [https://www.pwc.com/an/en/publications/assets/fw2016\\_04april2016.pdf](https://www.pwc.com/an/en/publications/assets/fw2016_04april2016.pdf).

Bestedingsbelasting (ABB).<sup>12</sup> Vanaf januari 2011 zijn de basistarieven voor goederen 8% op Bonaire en 6% op Saba en Sint Eustatius. Een aantal 'eerste levensbehoeften' zijn vrijgesteld van de ABB. In 2011 en 2012 was 'de levering van brood, graan, aardappelen en rijst' vrijgesteld. Vanaf belastingjaar 2013 is die lijst uitgebreid, welke is opgenomen in de volgende tabel.

**Tabel D3: Producten vrijgesteld voor ABB (vanaf 2013)**

Vanaf 2013	Vrijgestelde goederen
Relevant voor dit onderzoek	Relevante goederen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melk en zuivelproducten</li> <li>• Granen</li> <li>• Producten van de meelindustrie</li> <li>• Groenten</li> <li>• Fruit (+schillen van citrusvruchten en van meloenen)</li> <li>• Bereidingen van graan, van meel, van zetmeel of van melk en gebak</li> <li>• Water</li> </ul>
Overige goederen	Overig: vogeleieren, natuurhoning en overige eetbare producten van dierlijke oorsprong, planten, wortels, knollen, koffie, thee, maté, specerijen, mout, zetmeel, inuline, tarwegluten, vetten, oliën en dissociatieproducten daarvan, bewerkt spijsvet en was, suiker en suikerwerk.

Bron: Handboek algemene bestedingsbelasting, 2016, paragraaf 10.1.

#### Toelichting stap 6: bepaling brutomarges detailhandel & inschatting onderliggende kosten

Tot slot zijn de brutomarges voor de detailhandel op Caribisch Nederland berekend voor de periode 2010-2016. Deze marges zijn bepaald door op de consumentenprijzen (CBS-data) de geraamde inkooprijzen, transportkosten, groothandelsmarges en belastingen in mindering te brengen.

Voor de drie eilanden van Caribisch Nederland is weinig bekend over de opbouw van de brutomarge van ondernemers<sup>13</sup>, mede vanwege de bedrijfsgevoeligheid van deze informatie en de kleinschaligheid van de eilanden. In de gevoerde gesprekken willen ondernemers vaak wel kwijt dat ze een brutomarge van (bijvoorbeeld) 20-25% hanteren, maar de exacte opbouw hiervan houdt men liever voor zichzelf. In deze sectie wordt een beredeneerde inschatting gemaakt van deze opbouw, waarbij nogmaals onderstreept moet worden (zie ook onder D1) dat de verschillende aanbieders van voedingsmiddelen sterk van elkaar verschillen in de bedrijfsvoering. Soms gaat het om een full-service supermarkt, soms om een grote loods met beperkt aanbod en (bijvoorbeeld) beperkte koelingsmogelijkheden. In sommige gevallen wordt de voorraad in de winkel ook gebruikt voor de aanpalende bar of café. Ook qua personeel bestaan er grote verschillen. Dit varieert van een eenmanszaak waarbij de eigenaar (familie) bij de eigen winkel woont, tot een zaak waar meerdere personeelsleden in loondienst zijn.

**Gekozen uitgangspunt** – Gezien de variëteit tussen de aanbieders is er bij deze inschatting voor gekozen om de *full-service* winkel als uitgangspunt te nemen. Hierbij gaat het om een winkel die meerdere personeelsleden in dienst heeft en een breed aanbod in producten voert. Typische voorbeelden zijn Van den Tweel en Famoso op Bonaire, Duggins op Sint Eustatius en Big Rock, Unique en Mystore op Saba.

<sup>12</sup> De Belastingdienst Caribisch Nederland zegt hierover: "De ABB wordt geheven over de douanewaarde van de goederen. Heel algemeen gesteld is de douanewaarde de prijs van de goederen (aankoopwaarde), vermeerderd met vracht en verzekeringskosten tot de eerste plaats van binnenkomst op het eiland van invoer".

<sup>13</sup> In het Ecorys onderzoek naar de koopkracht op Caribisch Nederland (2012) is apart naar de groep 'ondernemers' gekeken, maar door gebrek aan data waren hier geen duidelijke conclusies te trekken.

**Identificatie belangrijkste kostenposten** – Uit de beperkte informatie die in de interviews is vrijgegeven blijkt dat personeelskosten veruit het belangrijkste zijn, gevolgd door energie. Daarnaast is er een breed scala aan overige kostenposten, zoals belastingen, kapitaalkosten, onderhoudskosten, etc.

Personeelskosten – Gezien het arbeidsintensieve karakter van een supermarkt zijn personeelskosten vaak de grootste kostenpost (kassawerk, schappen bijvullen, etc.). Op basis van de gevoerde gesprekken schatten we de personeelskosten ruwweg op circa 40-50% van de brutomarge, maar dit zal wel verschillen tussen de verschillende aanbieders. Op Saba en Sint Eustatius gaat het (voor de genoemde supermarkten) om circa 12-17 personeelsleden (vol- en deeltijd), voor een grote supermarkt op Bonaire kan het gaan om 50-60 personeelsleden (vol- en deeltijd). Op Caribisch Nederland varieert het doorsnee huishoudinkomen van \$1.500-1.600 op Saba en Sint Eustatius tot \$ 1.700 op Bonaire. Uit eerder onderzoek komt naar voren dat winkelpersoneel vaak minder verdient, naar schatting rond \$1.100 per maand op Saba en Sint Eustatius (Bonaire onbekend).<sup>14</sup> Dit is 20-30% boven het gangbare minimumloon, dat voor Bonaire in 2016 rond de \$815 per maand lag, en voor Saba en Sint Eustatius rond de \$920 - \$930 per maand.<sup>15</sup> Uit onderzoek naar de kosten voor supermarkten in Nederland blijkt dat de personeelskosten gemiddeld (ook) op 50% van de brutomarge liggen.<sup>16</sup>

Energiekosten – Een tweede belangrijke post betreft de kosten voor energie, waarbij het voor Caribisch Nederland vooral gaat om koeling (vriezers, airco's) en verlichting. Voor Bonaire schatten we dit op circa 11-12% van de brutomarge, en voor Saba en Sint Eustatius op circa 17-20% van de bruto marge. Dit is gebaseerd op informatie uit enkele interviews (2-3). De vraag rijst daarom of dit een realistische schatting is. Voor Nederlandse supermarkten is het aandeel energie circa 3% van de bruto marge<sup>17</sup>, maar zowel prijs als verbruik op Caribisch Nederland wijkt hiervan (sterk af). De tarieven voor klein zakelijke gebruikers op Caribisch Nederland lagen in 2016 rond de \$0,35-\$0,36 per Kwh.<sup>18</sup> PwC schat dit tarief voor Nederland rond de \$0,24 per Kwh, dus ruim de helft lager.<sup>19</sup> Het verbruik van de verschillende supermarkten op Caribisch Nederland is onbekend, maar in het rapport 'Duurzame en betaalbare energie in Caribisch Nederland' wordt er op gewezen dat voor reguliere huishoudens het elektriciteitsverbruik rond de 4.400 Kwh per jaar ligt, dit is circa 50% hoger dan in Nederland (in Nederland verbruikt men wel veel meer gas). Uitgaande van deze verschillen in verbruik en prijs lijken de genoemde schattingen voor Bonaire en Saba.Sint Eustatius niet onredelijk, maar ronden we dit wel af naar beneden (10% voor Bonaire en 15% voor Saba en Sint Eustatius).

Nettomarge (winst) – Hier is weinig over bekend, maar in de detailhandel is een nettomarge van 2-4% van de omzet gangbaar.<sup>20</sup> De ondernemers op Caribisch Nederland hebben zich hier verder niet over willen uitlaten. Uitgaande van een brutomarge van 35% (Bonaire) en 33% (Saba en Sint Eustatius) bedraagt de nettomarge circa een tiende van de netto marge.

Overige kosten – Uitgaande van de bovenstaande schattingen bedragen de 'overige kosten' circa 30% op Bonaire en 25% op Saba en Sint Eustatius (als percentage van de bruto marge). Welke

<sup>14</sup> Ecorys, 'Koopkrachtonderzoek Caribisch Nederland', mei 2012, p 72-73 en 78. Op Saba en Sint Eustatius verdient winkelpersoneel vaak 20-30% meer dan het wettelijk minimumloon.

<sup>15</sup> PwC, 'Cost of Doing Business in Bonaire, Saba en Sint Eustatius' (2 aparte rapporten), 2016. N.B. Deze rapporten zijn niet openbaar, maar met oog op dit onderzoek in vertrouwen gedeeld.

<sup>16</sup> Deloitte, 'Bedrijfsvergelijking zelfstandige levensmiddelen detailhandel', 2014.

<sup>17</sup> Deloitte, 'Bedrijfsvergelijking zelfstandige levensmiddelen detailhandel', 2014.

<sup>18</sup> Stuco en SEC gaven in de interviews aan dat de meeste kleine zakelijke gebruikers rond de \$0,14-\$0,15 per Kwh betalen, waar dan nog de fuel clause van \$0.21 bijkomt. Voor Bonaire ligt dit ook rond \$0,35 per Kwh (aldus PwC, 'Cost of Doing Business in Bonaire, 2016).

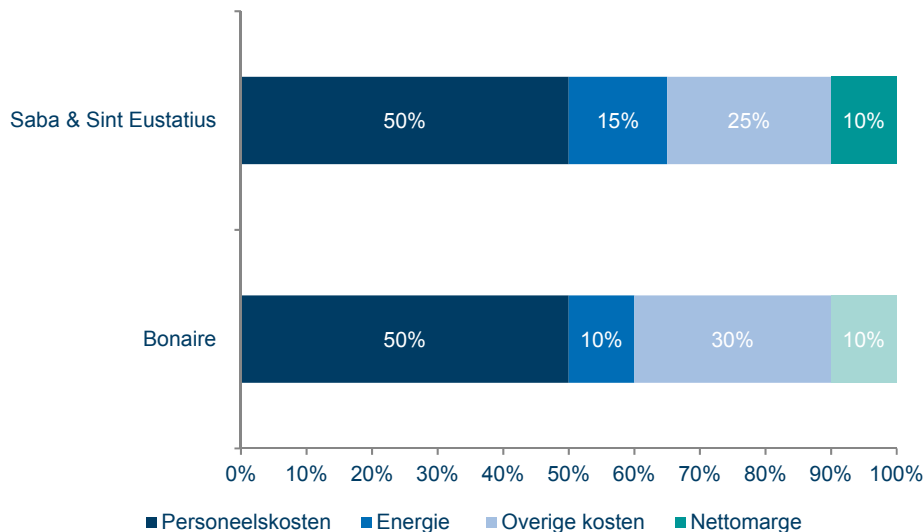
<sup>19</sup> PwC, 'Cost of Doing Business in Bonaire, 2016, p. 41. N.B. Deze rapporten zijn niet openbaar, maar met oog op dit onderzoek in vertrouwen gedeeld.

<sup>20</sup> Deloitte, 'Bedrijfsvergelijking zelfstandige levensmiddelen detailhandel', 2014.

kosten hier onder vallen zal sterk verschillen per winkel en hangt bijvoorbeeld af van de vraag of de grond en het pand nog met een hypotheek zijn belast, of er huur wordt betaald, hoeveel reclame er wordt gemaakt, of er winst wordt gemaakt (winstbelasting), etc. PWC (2016) geeft een breed overzicht van mogelijke structurele en eenmalige kosten waar een ondernemer mee te maken krijgt.<sup>21</sup>

Op basis van de bovenstaande schattingen presenteren we in de volgende figuur de opbouw van de brutomarge voor Bonaire en Saba & Sint Eustatius. Deze opbouw is ook gebruikt voor de weergave in paragraaf 3.4 en 4.4.

**Tabel D4: Schatting opbouw brutomarge detailhandel Caribisch Nederland**



### D3: Ontwikkeling inkooprijzen

Onder stap 2 (zie onderdeel D2) is de geschatte inkooprijzen voor 2016 (Q4), samen met een aantal prijsindices, gebruikt om een inschatting te maken van de ontwikkeling van de inkooprijzen voor de periode 2010-2016. De veronderstelling hierbij is dat de markt waar de producten worden ingekocht (VS, EU) dermate competitief is dat deze de ontwikkeling van de (wereld)marktprijzen volgt. In de onderstaande tabel worden de gebruikte indices kort benoemd, waaronder die van de Food and Agricultural Organisation (FAO)<sup>22</sup>, Eurostat en de Amerikaanse FED (St. Louis). In sommige gevallen betreffen dit consumentenrijzen, maar we veronderstellen dat de inkooprijzen op groothandelniveau hetzelfde patroon volgen.

**Tabel D4: Overzicht gebruikte prijsindices**

Producten	Opmerkingen
1. Graanproducten (bloem en rijst)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gebruikte index: de FAO "Cereals Price Index"; Verondersteld is dat een afgeleid product als brood deze index ook volgt. Voor 'koek' is verondersteld dat de inkooprijzen stabiel is (immers: meer verschillende ingrediënten);</li> </ul>
2. Fruit en groente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gebruikte index voor Bonaire: Eurostat 'price indices of agricultural products', waarbij specifiek gekeken is naar tomaten en sinaasappels.</li> </ul>

<sup>21</sup> PwC, 'Cost of Doing Business in Bonaire, Saba en Sint Eustatius, 2016, p. 41. N.B. Deze rapporten zijn niet openbaar, maar met oog op dit onderzoek in vertrouwen gedeeld.

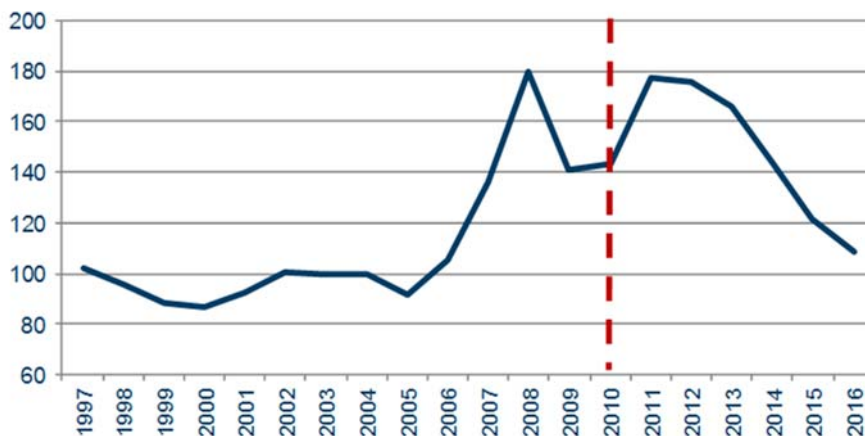
<sup>22</sup> De Food and Agricultural Organisation (FAO) van de Verenigde Naties rapporteert over de ontwikkeling van voedselprijzen ("Food Price Index"), waarbij gekeken wordt naar de prijsontwikkeling voor (producten van) vlees, graan, melk, olie en suiker.

Producten	Opmerkingen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikte index voor Saba en Sint Eustatius: gerapporteerde prijzen vanuit het US Department of Agriculture waarbij specifiek gekeken is naar tomaten en sinaasappels.</li> </ul>
3. Zuivel (melk en kaas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikte index: data uit de EU milk market observatory; de FAO "<i>Dairy Price Index</i>" fungeert ter illustratie.</li> </ul>
4. Vlees (kip en corned beef)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikte index: FAO "<i>Meat Price Index</i>";</li> </ul>
5. Water en sap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikte index voor sinaasappelsap: de "<i>producer price index</i>" in de VS via de FED (St. Louis).</li> <li>• Water: geen duidelijke prijsindex die gebruikt kan worden. Verondersteld is dat deze inkooprijzen constant zijn gebleven over de tijd.</li> </ul>
6. Verzorging	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De geselecteerde verzorgingsproducten bestaan uit verschillende grondstoffen en er is geen duidelijke prijsindex die gebruikt kan worden. Verondersteld is dat deze inkooprijzen constant zijn gebleven over de tijd.</li> </ul>
7. Kleding	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikte index voor kleding: consumentenprijs voor kleding in de VS via de FED (St. Louis).</li> </ul>

## 1. Graanproducten

Voor wat betreft de graanproducten gaat het in onze selectie primair om bloem en rijst, alsmede om afgeleide producten zoals brood en koekjes. De onderstaande figuur toont de ontwikkeling van de FAO "*cereals price index*"<sup>23</sup> waar zowel graan als rijst onder valt. Na een piek in de periode 2011-2012 (rond de 175), zakt de index daarna terug tot onder de 110 in 2016.

**Figuur D1 Ontwikkeling van de Cereals Price Index (2002-2004 = 100)**



Bron: Food and Agricultural Organisation (VN), rapportage Food Price Index. Noot: de index is gecorrigeerd voor de inflatie, op basis van de 'World Bank Manufactures Unit Value Index'. NB: De verticale as start op 60.

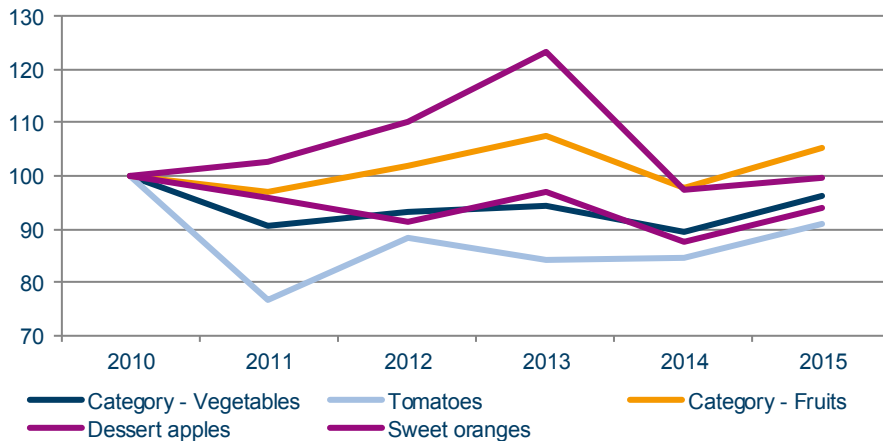
## 2. Groente en fruit

In dit onderzoek richten we op enerzijds sinaasappels en appels en anderzijds op paprika's ('peppers') en tomaten. De algemene prijsontwikkeling van fruit en groente is lastig in kaart te brengen, doordat er (prijs)verschillen bestaan tussen groente- en fruitsoorten, waarbij er ook vaak sprake is van regionale markten van waaruit de Nederlandse eilanden worden bevoorrad. Voor

<sup>23</sup> Deze index omvat de prijsontwikkeling van 10 soorten graan ("*wheat*"), 16 soorten rijst en een type mais ("*maize*").

Bonaire komt, via Curaçao, de aanvoer van fruit en groente grotendeels uit Europa en dan met name Nederland en Frankrijk. Daarnaast komen er producten uit Zuid-Amerika, zoals Venezuela. Eurostat publiceert de “*agricultural price index*”, die hieronder voor een aantal producten/categorieën is weergegeven voor de periode 2010-2015. De categorie ‘fruit’ loopt in 2013 op tot 108, terwijl de categorie ‘groente’ na 2010 daalt tot circa 90. De tomaten, appels en sinaasappels kennen echter weer hun eigen prijsverloop.

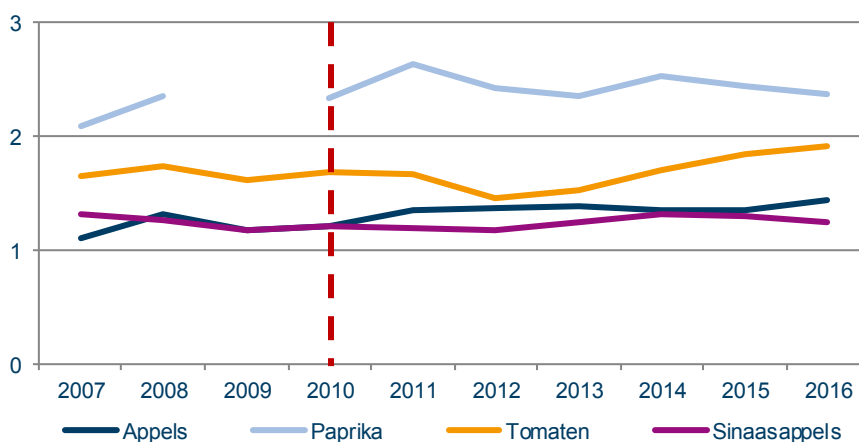
**Figuur D2 EU agricultural price index (2010=100)**



Bron: Eurostat, Price indices of agricultural products. Noot: de data is gecorrigeerd voor inflatie ('real index') NB: De verticale as start op 70.

Voor de Bovenwinden komt vrijwel alles uit de VS<sup>24</sup> (vooral Florida en Californië), maar aanvoer komt ook wel uit Puerto Rico of de Dominicaanse Republiek. De Amerikaanse FED (St. Louis) rapporteert dat voor de Amerikaanse consument de prijs van fruit en groentes (gezamenlijk) de afgelopen jaren is gestegen: begin 2010 lag deze index op 275 en eind 2016 op 291.<sup>25</sup> Deze stijging is zeker niet één op één te vertalen naar de BES-eilanden, maar geeft wel de richting van de prijzen in dit gebied aan. De US Department of Agriculture rapporteert voor individuele soorten de consumentenprijs. Uit de data blijkt dat er op maandbasis grote schommelingen plaatsvinden, soms van 10-20%. In de onderstaande figuren presenteren wij de gemiddelde jaarprijs voor appels, sinaasappels, tomaten en paprika's voor de Amerikaanse consument. De figuur toont dat de prijs van appels (+18%) en tomaten (+14%) sterk is gestegen in de periode 2010-2016, terwijl de prijs voor sinaasappels (+3%) en paprika's (+1%) redelijk gelijk is gebleven.

**Figuur D3 Nominale prijsontwikkeling in de VS voor vier typen fruit/groente (USD per pound (0,45 kg))**



<sup>24</sup> In het geval van sinaasappels komt het grootste deel van de Amerikaanse productie uit Florida (60-70%) en Californië (25-35%).

<sup>25</sup> Federal Reserve Bank of St. Louis, 'Consumer Price Index for All Urban Consumers: Fruits and vegetables', weblink: <https://fred.stlouisfed.org/series/CUSR0000SAF113>.

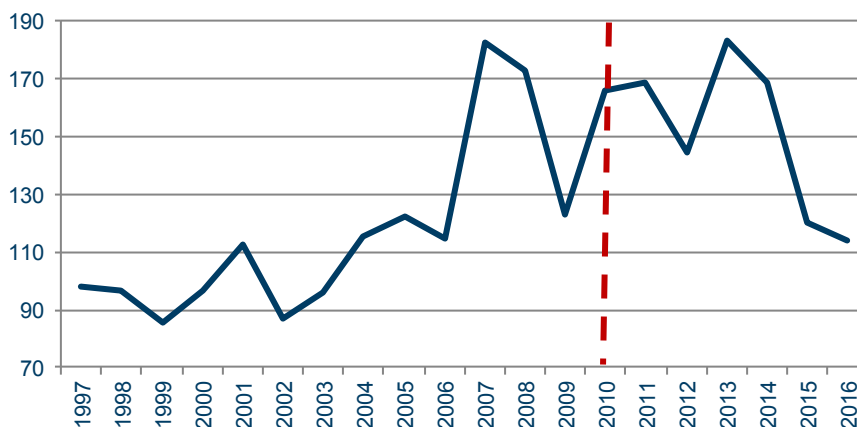


Bron: US Department of Agriculture, zie: <https://www.ers.usda.gov/data-products/vegetables-and-pulses-data/by-category/> en <https://www.ers.usda.gov/topics/crops/fruit-tree-nuts/>. Noot: het gaat hier om gemiddelde retailprijzen in de VS per pound (LB, dit is 0,45 kg). Het gaat om appels (red delicious), paprika's (sweet peppers), tomaten (field grown) en sinaasappels (navel oranges).

### 3. Zuivelproducten

Bij de zuivelproducten gaat het in deze studie om (houdbare) melk en kaas. De *Dairy Price Index*<sup>26</sup> van de FAO laat zien dat er de afgelopen jaren grote schommelingen zijn geweest in de prijs van zuivelproducten. Dit is weergegeven in de onderstaande figuur. De prijs piekte in 2013 (op 183), maar zakte daarna ook weer snel (114 in 2016) en loopt in 2017 weer op.

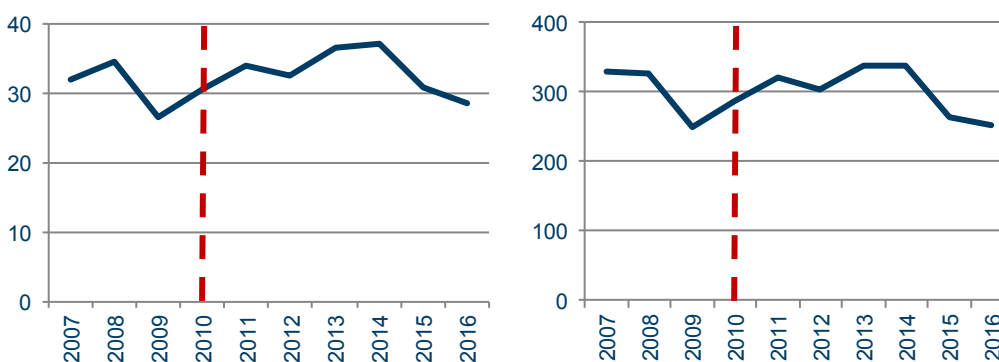
**Figuur D4 Ontwikkeling van de Dairy Price Index (2002-2004 = 100)**



Bron: Food and Agricultural Organisation (VN), rapportage Food Price Index. Noot: de index gecorrigeerd voor de inflatie, op basis van de 'World Bank Manufactures Unit Value Index'. NB: De verticale as start op 60.

Uit de analyse van de waardeketen blijkt dat een belangrijk deel van de zuivelproducten uit Europa komt, vooral uit Nederland en Frankrijk. In de onderstaande figuur presenteren wij de ontwikkeling van de prijs van ruwe melk (links) en Gouda-kaas (rechts). In de periode 2010-2014 zijn de prijzen van ruwe melk opgelopen (+16% ten opzichte van 2007), waarna ze in de periode 2015-2016 weer zijn gedaald (-24% ten opzichte van 2014). De prijs van kaas volgt hetzelfde patroon, met een stijging van 3% in 2010-2014 en een daling van 26% in 2015-2016.

**Figuur D5 Nominale prijs ruwe melk (links) en Gouda-kaas (rechts) in EUR per 100 kg (EU-28)**



Bron: Ecorys op basis van de EU Milk Market Observatory, zie [https://ec.europa.eu/agriculture/market-observatory/milk\\_en](https://ec.europa.eu/agriculture/market-observatory/milk_en).

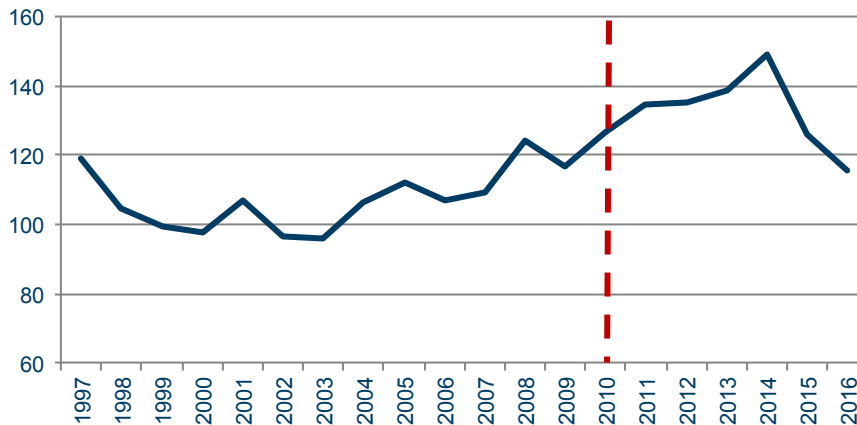
### 4. Vleesproducten

Binnen dit rapport wordt specifiek gekeken naar de prijsontwikkeling van kip (kippenvleugels/drumsticks) en corned beef (rundvlees in blikjes). De ontwikkeling van de "meat

<sup>26</sup> Deze index omvat de prijsontwikkeling van boter, kaas en twee typen melkpoeder (SMP - *skimmed milk powder* en WMP - *whole milk powder*).

price index<sup>27</sup> van de FAO laat zien dat in de periode 2010-2014 de index is gestegen (van 127 naar 149), waarna er weer een daling is ingezet (116 in 2016).

**Figuur D6 Ontwikkeling van de Meat Price Index (2002-2004 = 100)**



Bron: Food and Agricultural Organisation (VN), rapportage Food Price Index. Noot: de index gecorrigeerd voor de inflatie, op basis van de 'World Bank Manufactures Unit Value Index'. NB: De verticale as start op 60.

## 5. Sinaasappelsap en water

Sinaasappelsap komt uit veel verschillende landen (Brazilië, Peru, VS en Europa), maar de VS is hierin wel een belangrijke speler. De FED (St. Louis) rapporteert over de periode 2010-2016 aanzienlijke prijsfluctuaties en een piek in 2016 (vanwege de oogst in Brazilië). Deze ontwikkeling is weergegeven in de onderstaande figuur.

**Figuur D7 Ontwikkeling van de US Producer Price Index voor orange juice (onder, juni 1981=100)**



Bron: Federal Reserve Bank of St. Louis, 'producer price index - Frozen Concentrated Orange Juice', weblink: <https://fred.stlouisfed.org/categories/31>.

Water in flessen (niet-bruisend) komt uit diverse landen (VS, Trinidad & Tobago, Sint Maarten, etc.) dus het is lastig hier een geschikte prijsindex voor te vinden. Wij hebben, bij gebrek aan een geschikte index, verondersteld dat de prijsontwikkeling hiervan stabiel is gebleven. Ter illustratie: de Amerikaanse FED (St. Louis) rapporteert dat de productieprijs van 'bottled water' in de VS over de periode 2010-2016 varieerde van 91 (begin 2010) naar 85 (eind 2016), met een piek in 2012 van circa 92.

## 6. Verzorgingsproducten

De geselecteerde verzorgingsproducten (wc-papier, zeep, luiers, tandpasta) bestaan uit verschillende grondstoffen en er is geen duidelijke prijsindex die gebruikt kan worden. Verondersteld is daarom dat deze inkooprijzen constant zijn gebleven over de tijd.

<sup>27</sup> Deze index omvat de prijsontwikkeling van diverse typen vlees, inclusief kip (*poultry*), rund (*bovine*), varken (*pig*) en schaap (*ovine*).

## 7. Kleding

Voor kleding geldt dat een groot deel van de wereldproductie plaatsvindt in Zuidoost-Azië (China, Bangladesh, India) en daarna verscheept wordt naar bijvoorbeeld de VS en Europa. Uit de gesprekken op Caribisch Nederland blijkt dat veel producten uit de VS komen, maar dat er ook aanvoer is via andere landen zoals Colombia of Panama. De Amerikaanse FED (St. Louis) rapporteert dat de consumentenprijs (index) voor kleding in de periode 2010-2016 is gestegen van circa 120 begin 2010 naar 125 eind 2016. Dit is weergegeven in de onderstaande figuur.

**Figuur D8 Ontwikkeling van de US consumentenprijs voor kleding (1982-1984=100)**



Bron: Federal Reserve Bank of St. Louis, 'Consumer Price Index for All Urban Consumers: Apparel, weblink: <https://fred.stlouisfed.org/series/CPIAPPSL>.

# Bijlage E: Toelichting op het consumentenonderzoek

## E1. Inleiding en belangrijkste bevindingen

**Inleiding** - Om inzicht te verkrijgen in het aankooppatroon van gezinshuishoudens op de drie eilanden van Caribisch Nederland is een consumentenonderzoek gedaan. Het accent in dit onderzoek ligt op (i) het identificeren van de belangrijkste verkoopkanalen waar de consumenten hun inkopen doen alsmede (ii) de belangrijkste keuzefactoren bij deze aankopen. Daartoe zijn op Bonaire, Sint Eustatius en Saba in totaal ruim 200 enquêtes gehouden onder gezinshuishoudens. De onderwerpen die in dit consumentenonderzoek aan de orde komen zijn per eiland gelijk. Echter, vanwege de verschillen in aanbodstructuur en koopgedrag wordt per eiland gerapporteerd. In deze bijlage komt het volgende aan de orde (zie tabel).

**Tabel E1 opbouw van deze bijlage**

Onderdeel	Toelichting
E2 - De onderzoeksmethode	In dit onderdeel wordt in het kort beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd onder de gezinnen op de 3 eilanden
E3 - Het aankoopgedrag op de eilanden van Caribisch Nederland (3.1 Bonaire; 3.2 Sint Eustatius en 3.3. Saba)	Per eiland wordt aangegeven wat het koopgedrag is de voor gezinshuishoudens, waarbij ook wordt ingegaan op het kopen buiten het eiland. Verder zijn er stellingen over het koopgedrag geformuleerd waar het hoofd van het huishouden zijn of haar mening over geeft. Tot slot is gevraagd om aan te geven wat er gedaan moet worden om duurzaam tot redelijke prijzen op het eiland te komen.
E4 - Aanvullende informatie	Aanvullende informatie: <ul style="list-style-type: none"><li>• Aankooppatroon van geselecteerde 17 producten op Bonaire, Sint Eustatius en Saba.</li><li>• Gebruikte enquêteformulier voor het consumentenonderzoek in Caribisch Nederland (Nederlandstalige versie).</li></ul>

**Belangrijkste bevindingen** – *N.B. Belangrijk is om te realiseren dat de uitkomsten van het onderzoek louter indicatief zijn vanwege de beperkte steekproef onder de gezinshuishoudens op de drie eilanden.*

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat de markt voor supermarkten, ondanks het bredere aanbod, vrij geconcentreerd is. Op Bonaire wordt de markt gedomineerd door drie supermarkten, op Sint Eustatius door een en op Saba door drie. Het aankooppatroon voor de dagelijkse goederen bestaat hoofdzakelijk uit inkopen bij de grote supermarkten en een bezoek aan de toko's en minimarkten voor de kleine(re) boodschappen. Op de eilanden is het kopen in het buitenland of op een ander eiland tamelijk gewoon, hoewel circa 30% van de huishoudens dit in het geheel niet doet. Van het huishoudbudget wordt op Bonaire, Sint Eustatius en Saba respectievelijk 16%, 26% en 17% buiten het eiland gepend. Vooral duurzame goederen zoals kleding, elektronica, constructiematerialen, wooninrichting, huishoudelijke apparaten e.d. worden buiten het eiland gekocht.

In het consumentenonderzoek is ook aandacht gegeven aan de perceptie en ervaringen van huishoudens. Hier zijn drie observaties te maken. Ten eerste: huishoudens op de drie eilanden vinden de prijs van de goederen het meest belangrijk bij hun keuzes. Op Sint Eustatius komt daar expliciet het assortiment bij, dat zelfs nog als belangrijker wordt beoordeeld dan de prijs. Ten tweede valt op dat de aanbodstructuur van de winkels op de eilanden lijkt te bepalen of consumenten vinden dat de prijzen 'redelijk' zijn. Zo is de komst van de coöperatieve supermarkt Bondigro op Bonaire goed voor de concurrentie en leidt het tot lagere prijzen op Bonaire, aldus de meeste huishoudens. Op Sint Eustatius lijkt de dominante positie van een supermarkt ertoe te leiden dat men bezorgd is om het assortiment aan goederen dat te koop is op het eiland. Ten derde is gevraagd naar de effecten van bestaande initiatieven. Initiatieven zoals via BonKumpra op Bonaire lijkt tot lagere dan wel redelijke prijzen te leiden, aldus de respondenten. Op Saba bestaat er een convenant om maximum prijzen vast te stellen. Het bestaan hier van is nauwelijks bekend. Er zijn weinig consumenten die stellen dat het een effectief middel is om tot redelijke (of duurzaam lagere) prijzen te komen.

De huishoudens is ook gevraagd naar suggesties rondom prijsontwikkelingen. Huishoudens op alle drie de eilanden zijn van mening dat de prijzen beter beheerst moeten worden. Dat zou vooral moeten gebeuren door de (lokale) overheid, bijvoorbeeld middels prijscontrole, maximum prijzen vaststellen en mogelijk via afschaffen de ABB op importeren van dagelijkse levensmiddelen.

## E2. Onderzoeksmethode

De hoofdvraag voor dit consumentenonderzoek was: *"Hoe ziet het koopgedrag van een gezinshuishouden eruit in Caribisch Nederland?"* Bij de uitvoering van dit consumentenonderzoek waren de volgende elementen van belang:

- **Producten** - Bij de uitwerking van deze vraag is een koppeling gemaakt met het statistisch onderzoek naar 17 producten, voornamelijk levensmiddelen<sup>28</sup>, op de eilanden. Gevraagd is niet alleen waar men op het eiland dat product koopt maar ook of men dat betreffende artikel buiten het eiland koopt. Op basis van eerdere onderzoeken en gesprekken met ondernemers blijkt dat vele gezinshuishoudens goederen kopen buiten het eiland. Voor Sint Eustatius en Saba wordt vaak op Sint Maarten gekocht en voor Bonaire regelmatig op Curaçao. Daarnaast is er ook, meer in het algemeen, onderzocht wat voor goederen men buiten het eiland aanschaft en welk percentage dit van het huishoudbudget uitmaakt.
- **Koopgedrag** - Of het koopgedrag sinds 10-10-10 is gewijzigd en zo ja, wat de reden daarvoor is, vormt ook een onderdeel van de enquête. Voor Bonaire is specifiek gevraagd naar de bekendheid met BonKompra en Bondigro. Op Saba is apart de vraag gesteld of men wist van het convenant waarbij voor 15 goederen maximumprijzen zijn afgesproken.
- **Suggesties** - Huishoudens konden in een open vraag aangeven wat volgens hen dient te gebeuren om de prijs van goederen op het eiland op een duurzaam op een redelijk niveau te houden.
- **Kenmerken respondenten** - Naast de vragen over het aankoopgedrag van de huishoudens is eveneens naar een aantal kenmerken van het huishouden gevraagd waaronder samenstelling, inkomen en hoe lang men op het eiland woont.

### Opzet enquête

Het enquêteformulier dat voor dit onderzoek is gebruikt, treft u aan bij deze rapportage (onderdeel E5). Voor alle eilanden is eenzelfde formulier gebruikt in combinatie met een uitgebreide

<sup>28</sup> Deze 17 goederen komen overeen met de 17 goederen waarnaar statistisch onderzoek is gedaan op de eilanden van Caribisch Nederland.

coderingslijst. Het enquêteformulier is in nauw overleg met Ecorys door Curconsult ontwikkeld en voorgelegd aan de opdrachtgever ter validering. Dit Nederlandstalige formulier is vervolgens vertaald naar het Papiaments en het Engels, de talen die het meest gangbaar zijn op de eilanden.

De enquêtes zijn telefonisch afgenomen door een drietal freelancers onder auspiciën van Curconsult in de periode van 28 maart tot en met 14 april 2017. Gebeld is vanaf Curaçao op basis van eilandelijke bellijsten waaruit aselekt personen zijn benaderd. De geïnterviewde persoon is doorgaans het hoofd van het huishouden dan wel de persoon die de inkopen voor het gezin doet. De enquêtes zijn afgenomen in de taal waar de respondent zich het meest comfortabel in voelt. Vervolgens zijn de enquêtes gecontroleerd en na accordering ingevoerd in een statistisch verwerkingsprogramma (SPSS). Na controle van het bestand zijn uitdraaien gemaakt die basis vormen voor de analyse die uiteindelijk deze rapportage oplevert.

In totaal zijn er op Bonaire 104 en op Sint Eustatius 50 en op Saba 51 enquêtes afgenomen. Door de beperkte grootte van de steekproef kunnen wij geen uitspraken doen over de representativiteit van de resultaten.<sup>29</sup> De bevindingen van dit onderzoek geven daarom louter een indicatie over het koopgedrag op elk van de eilanden.

### E3. Het aankoopgedrag op de eilanden van Caribisch Nederland

De eilanden van Caribisch Nederland verschillen veel van elkaar daar waar het gaat om het aankoopgedrag van gezinshuishoudens. Dit onderdeel gaat over (a) het aanschaffen van onder meer dagelijkse levensmiddelen op de eilanden, (b) het kopen op het eiland zelf of daarbuiten, (c) de opinie over een aantal stellingen betreffende boodschappen doen en (d) een open vraag waar iedere respondent kan aangeven wat er gedaan moet worden om te komen tot redelijke prijzen op het eiland. De onderzoeksresultaten worden per eiland weergegeven.

#### Het aankoopgedrag op Bonaire

##### *Ad a. Aanschaf van dagelijkse boodschappen*

Op Bonaire bestaan er een groot aantal verkooppunten van dagelijkse levensmiddelen. Er bestaan drie grote supermarkten, een aantal kleinere supermarkten (toko's of minimarkets) met daarna nog een flink aantal buurtwinkels. In de volksmond worden toko's, minimarkets en buurtwinkels met een Chinese eigenaar vaak aangeduid met de term "Chinees"<sup>30</sup>. Op het eiland zijn vrijwel alle verkooppunten van dagelijkse levensmiddelen gevestigd in en rond Kralendijk. De tweede kern op het eiland (Rincon) is qua inwonertal veel kleiner dan Kralendijk en kent een veel beperkter aanbod van voorzieningen. Voor dagelijkse levensmiddelen gaan het om slechts een verkooppunt.

**Supermarkt met grootste bestedingen** - In totaal zijn ruim 100 huishoudens gevraagd naar hun aankoopgedrag voor wat betreft hun dagelijkse boodschappen. Aan elke respondent is gevraagd waar, bij welke supermarkt of toko het gezin het meeste besteedt. Daarop kon men meerdere antwoorden geven. De vraagstelling leidt er wel toe dat kleinere of tussendoor boodschappen bij de buurtwinkel of Chinees hierin mogelijk wat onder belicht worden. Op basis van dit beperkte onderzoek blijkt dat Warehouse de supermarkt is waar Bonairiaanse gezinnen het meeste besteden: 2/3 koopt daar. Daarna volgen Van den Tweel Supermarket met 34% en Bondigro

<sup>29</sup> Door de kleine steekproefomvang is de foutmarge groter dan 10%.

<sup>30</sup> Respondenten gebruiken regelmatig de term "Chinees" voor het aangeven waar ze boodschappen doen. Onderzoeksmatig kan dit verwarring opleveren omdat er diverse Chinese winkels zijn op Bonaire, waardoor niet altijd duidelijk is welke "Chinees" de respondent nu precies bedoelt.

Supermarkt met 21%. De overige supermarkten, toko's, minimarkten e.d. worden relatief een stuk minder bezocht voor de grote boodschappen. Dit is weergegeven in de volgende tabel.

**Tabel E2 Supermarkt waar meeste bestedingen worden gedaan (n=104)**

#	Supermarkt, toko, minimarket	%
1	Warehouse Bonaire	65%
2	Van den Tweel Supermarket	34%
3	Bondigro Supermarket	21%
4	More for Less	6%
5	Famoso Supermarket	5%
6	Famoso Supermarket	5%
7	Wing Cheung Supermarket	4%
8	Lucky Supermarket	4%
9	Wing Cheung Supermarket	4%
10	Lianxian supermarketet	3%
11	Lin Coin Supermarket (Rincon)	2%
12	Sunshine Market	2%
13	Top Supermarket	1%
14	Magic City Supermarket (ex Progres0)	1%
15	Zhung Kong Supermarket	1%
16	Maiky Minimarket (groente & fruit)	1%
17	Anders Bonaire	18%

Bron: Curconsult, consumentenonderzoek. Noot: Per huishouden werd gemiddeld 1,76 antwoord gegeven (meerdere antwoorden mogelijk).

**Keuzegedrag en overstappen** – Uit de respons blijkt dat de reden om bij een bepaalde supermarkt te kopen, vooral te maken heeft met de prijs (65%), kwaliteit (41%), en vlak bij huis of werk (24%).<sup>31</sup> De overige redenen om juist daar te kopen zijn van minder belang, zoals een ruim assortiment (13%) en service (7%).<sup>32</sup> Sinds 10-10-10 is het huishouden (ook) bij een andere super- of minimarkt gaan kopen. Op Bonaire geeft 41% aan dat men de afgelopen 5-6 jaar is geswitcht van supermarkt of toko. Belangrijkst argument om elders boodschappen te doen had te maken met de prijs in  $\frac{3}{4}$  van de gevallen. Bij  $\frac{1}{3}$  speelde de locatie een rol (vlak bij huis of werk) en voor  $\frac{1}{3}$  de kwaliteit van de producten.<sup>33</sup>

**BonKompra en Bondigro** - BonKompra is een mandje van 36 veel gekochte basisproducten waarvoor 20 supermarkten die lid zijn van de Vereniging van Bonairiaanse Importeurs en Supermarkten (VBIS) maximum prijzen hebben afgesproken. De helft van de huishoudens weet wat BonKompra inhoudt. Circa 2/3 van deze respondenten vindt dat BonKompra heeft geleid tot lagere prijzen op Bonaire. Bondigro is een coöperatieve supermarkt op Bonaire die in 2013 haar deuren opende. Aan de huishoudens is gevraagd of de komst van deze supermarkt ook geleid heeft tot lagere prijzen. Van de huishoudens is daar 2/3 het mee eens.

#### *Ad b. Het kopen op het eiland zelf of daarbuiten*

**Kopen op en buiten Bonaire** - Ongeveer 4 van de 10 huishoudens blijken (vrijwel) nooit iets buiten Bonaire te kopen; 60% doet dat wel. De afgelopen jaren, na 10-10-10 zijn van degenen die

<sup>31</sup> Het belang van de locatie van de winkel scoort onder de respondenten vrij laag, zeker als bedacht wordt dat veel mensen geen auto hebben en er geen OV is. Hier is geen duidelijke reden voor, mogelijk is het meerijden met familie of burens (voor de 'grote boodschappen') een voldoende alternatief. In de enquête is niet apart gevraagd naar autobezit. Een alternatieve uitleg is dat prijs juist belangrijk is omdat vervoer een probleem is: bij de lokale supermarkt zoekt men dan de goedkoopste producten.

<sup>32</sup> Respondent kon 2 antwoorden geven. Gemiddeld per huishouden 1,58 antwoord.

<sup>33</sup> Men kon meerdere argumenten geven. In totaal werd gemiddeld 1,5 argument gegeven per huishouden.

wel regelmatig buiten het eiland goederen kopen circa 1/3 meer gaan kopen maar ook bijna 1/3 minder. In vrijwel alle gevallen is de prijs de hoofdreden waarom producten buiten Bonaire worden aangeschaft. Soms wordt ook keuze dan wel assortiment genoemd.

Het meeste wat buiten het eiland wordt gekocht is kleding. Dat is het item dat veruit het meeste wordt genoemd (77%). Daarna komen artikelen aan bod zoals elektronica (17%) en huishoudelijke artikelen (12%), goederen voor de woning (hardware, wooninrichting, decoratie en keukenapparaten, 10%), parfum en sierraden (8%) en overige (19%). Aan de huishoudens is verzocht aan te geven welk percentage van het huishoudbudget buiten het eiland wordt besteed. Op basis van 73 waarnemingen is dat gemiddeld 16%. Ruim 1/3 stelt niks buiten Bonaire aan te schaffen. Circa 1 op de 10 besteedt 50% of meer buiten Bonaire.

**Kopen van de 17 producten** - Voor de 17 geselecteerde producten is gevraagd waar men die op Bonaire koopt en of men deze producten ook (wel eens) elders, buiten Bonaire koopt. Het globale beeld van Warehouse als de grootste, gevolgd door Van den Tweel Supermarket en Bondigro zien we voor alle 16 onderzochte producten terugkomen. Per product zien we soms enige nuances. Het gemeten marktaandeel van Warehouse is voor alle producten het hoogste maar relatief nog hoger voor kip, juice en kaas Van den Tweel Supermarket scoort daarentegen relatief wat beter bij de producten brood, verse groeten en vers fruit.

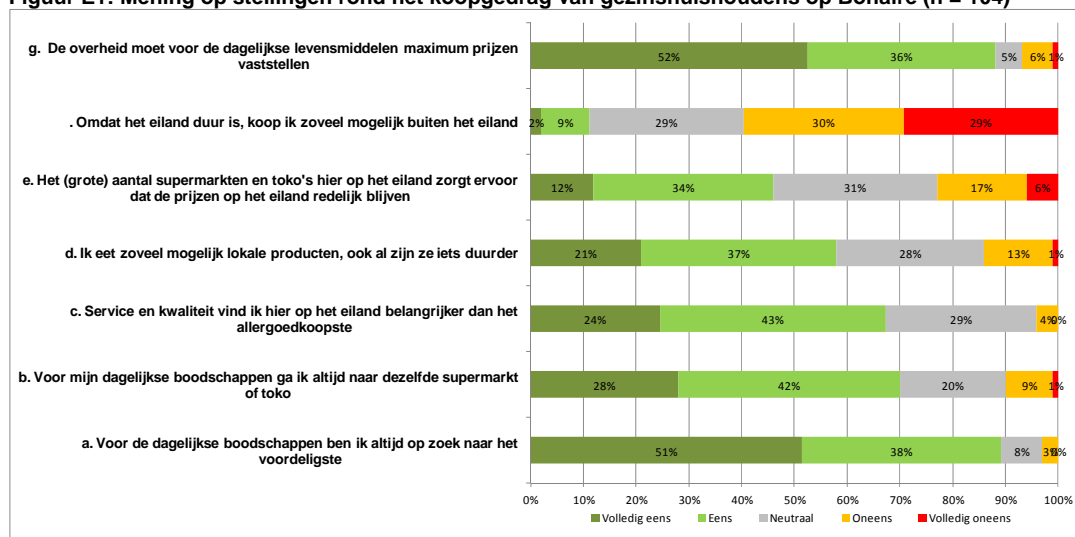
Vrijwel alle geselecteerde producten worden door 90-100% van de gezinshuishoudens (lokaal) gekocht. Voor twee van de onderzochte producten geldt deze meerderheid niet, namelijk voor luiers en water in flessen. Luiers worden uitsluitend door huishoudens met baby's aangeschaft en water in flessen wordt door iets meer dan de helft van de huishoudens aangeschaft. Op enkele uitzonderingen na wordt geen van deze 16 producten buiten het eiland Bonaire gekocht. Voor een product "*blue jeans*" geldt een volstrekt ander aankooppatroon. Circa 75% koopt bluejeans; daarvan heeft iets meer dan de helft deze buiten het eiland gekocht. Waar buiten het eiland is gelijk verdeeld tussen Curaçao en de Verenigde Staten. Europa (incl. Nederland) en Latijns Amerika worden slechts enkele keren genoemd als aankoopplaats. Reden van kopen in het buitenland is de prijs. Circa de helft van de buitenlandse aankopen geschiedt online. De andere helft wordt gekocht tijdens een bezoek aan het eiland/land.

#### *Ad c. Reacties op aantal stellingen*

Op Bonaire zijn zeven stellingen voorgelegd aan de gezinshuishoudens. Al deze stellingen hebben een relatie met het aankoopgedrag van het gezin. De reacties op deze stellingen zijn hieronder grafisch weergegeven. Uit de stellingen blijkt dat de (voordeligste) prijs voor een Bonairiaans gezin een zeer belangrijke reden om te kopen (stelling A). Wellicht dat het een reden vormt om te stellen dat de overheid maximum prijzen voor levensmiddelen moet vaststellen (stelling G); deze stelling wordt door 88% van de respondenten onderschreven. Ongeveer de helft van de huishoudens is van mening dat het grote aantal supermarkten en toko's op het eiland zorgt dat de prijzen redelijk blijven (stelling E), waar overigens ruim 1 op de 5 het niet mee eens is. Stelling F ('Omdat het eiland duur is koop ik buiten Curaçao') wordt door de overgrote meerderheid niet onderschreven.



**Figuur E1: Mening op stellingen rond het koopgedrag van gezinshuishoudens op Bonaire (n = 104)**



Bron: Curconsult, consumentenonderzoek.

#### Ad d. Suggesties voor redelijke prijzen op het eiland

Aan iedere respondent is gevraagd wat er gedaan moet worden om de prijzen duurzaam op een redelijk niveau te houden. De reacties betreffen vooral zaken waar de overheden wat aan zouden moeten doen. Het meest wordt geroepen om meer controle door de overheid. Deze controle is divers en gaat over controle op prijzen, controle op de marges en winsten bij de supermarkten. Regelmatig wordt geopperd om Chinese winkels meer te controleren. Ook is er een roep om (meer) maximumprijzen vast te stellen, en in het bijzonder maximumprijzen voor basisgoederen. Het mandje met goederen waarvoor maximumprijzen gelden zou bijvoorbeeld kunnen worden uitgebreid. Dit zou bijvoorbeeld ook kunnen via het afschaffen van de invoerrechten (ABB) op goederen. Door goedkopere transporttarieven en bijvoorbeeld het rechtstreeks vershippen van containers naar Bonaire zouden de prijzen ook naar beneden kunnen.

### Het aankoopgedrag op Sint Eustatius

#### Ad a. Aanschaf van dagelijkse boodschappen

**Supermarkt met grootste bestedingen** - Op Sint Eustatius zijn er ongeveer 14 supermarkten, toko's, minimarkten en bakery's. De vraag onder 50 huishoudens: waar koopt u uw dagelijkse levensmiddelen levert een eenduidig beeld op: *Duggin's Supermarket* is de marktleider, 96% van de huishoudens doen daar hun boodschappen, of in ieder geval een deel van hun boodschappen. Gemiddeld blijkt de Stataan bij 2 supermarkten boodschappen te doen. Dit betekent in de praktijk dat men bij *Duggin's Supermarket* en nog één of twee andere kleinere winkels koopt. All run supermarkt ontvangt circa een kwart van de Stataanse consumenten en de Chinese supermarkt t/o *Happy City* rond de 20%. Voorts wordt de bakkerijen *Lynn's Dream Bakery* en *Sand Box Tree Bakery* genoemd. De overige supermarkten, minimarkten en toko's hebben beduidend lagere marktaandeelen. Dit is weergegeven in de volgende tabel.

**Tabel E3 Supermarkt waar meeste bestedingen worden gedaan (n=50)**

#	Supermarkt, toko, minimarket	%
1	Duggin's Supermarket	96%
2	All run supermarkt	26%
3	Chinese supermarkt	18%
4	Lynn's Dream bakery	12%
5	Sand Box Tree bakery	10%

#	Supermarkt, toko, minimarket	%
6	Hazel's vegetable shop	10%
7	Peso Supermarket	4%
8	Lady Ama's supermarket	4%
9	Golden Rock minimarket	6%
10	Peso Supermarket	4%
11	Tembo supermarket	2%
12	High Five shopping market	2%
13	Anders: uit eigen tuin	2%

Bron: Curconsult, consumentenonderzoek. Noot: Per huishouden werd gemiddeld 1,96 antwoord gegeven (meerdere antwoorden mogelijk).

**Keuzegedrag en overstappen** - De reden om bij een bepaalde supermarkt te kopen heeft in eerste plaats te maken met assortiment (63%) en in de tweede plaats met prijs (39%). Andere aspecten om juist daar te kopen zijn minder belangrijk (kwaliteit, locatie, gewoonte). Het blijkt dat vooral Duggin's supermarkt goed scoort op assortiment. Ongeveer een kwart van de huishoudens geeft aan dat ze sinds 10-10-10 (ook) bij een andere super- of minimarkt zijn gaan kopen. De reden om te switchen had voor zover bekend vooral te maken met de prijs van de producten.

#### *Ad b. Het kopen op het eiland zelf of daarbuiten*

**Kopen op en buiten Sint Eustatius** - Ten opzichte van 2011 blijkt dat huishoudens op Sint Eustatius nu gemiddeld nog net zoveel buiten het eiland kopen als toen. Voor 2/3 is er niets gewijzigd, circa 1/6 deel is meer en 1/6 deel is minder buiten Sint Eustatius gaan kopen. Gevraagd is wat de afgelopen 6 maanden buiten Sint Eustatius is gekocht. Het blijkt dat circa 1/3 in het laatste half jaar niks elders heeft gekocht. Wat vooral niet op het eiland wordt gekocht is kleding (92% van de huishoudens die buiten Sint Eustatius kopen) en huishoudartikelen (53%). Ook is eten en drinken veel genoemd (47%) en de aanschaf van elektronica (31%). Daarnaast wordt er soms ook geld buiten Sint Eustatius besteed aan wooninrichting, parfum en sierraden.

Aan de huishoudens is verzocht aan te geven welk percentage van het huishoudbudget buiten Sint Eustatius besteed wordt. Uit de antwoorden blijkt dat gemiddeld per huishouden 26% buiten Sint Eustatius gependend wordt. Achter dit gemiddelde zitten grote afwijkingen. Zo besteed één op de tien huishoudens minder dan 10% buiten Sint Eustatius terwijl één op de vier 40% of meer buiten Sint Eustatius besteedt.

**Kopen van de 17 producten** - Voor bijna alle geselecteerde producten geldt dat deze in doorgaans bij Duggin's supermarkt worden gekocht (voor gedetailleerde uitkomsten, zie annex I). De dominante marktpositie die uit het onderzoek blijkt, doet vermoeden dat de andere winkels er vooral zijn voor de kleine of tussendoor boodschappen. Evenwel, er geldt voor een product een uitzondering: brood. Brood wordt doorgaans direct bij de bakker gekocht (Lynn's Dream bakery: 36%; Sand Box Tree bakery 30%) en niet bij Duggin's of een andere super- of minimarkt. Overige observaties zijn:

- Vers fruit en groente wordt gewoon in meerderheid bij de supermarkten gekocht. Direct van de boer of uit eigen tuin wordt niet veel genoemd.
- Water, sinds Sint Eustatius waterleiding kent, is niet meer een product dat elk huishouden aanschaf. Op basis van de enquêtegegevens koopt ongeveer de helft flessen water (bottled water). De dagelijkse levensmiddelen worden in overgrote meerderheid op Sint Eustatius gekocht door de huishoudens.

- Het blijkt dat bepaalde houdbare producten zoals tandpasta en zeep relatief meer buiten het eiland worden gekocht (door gemiddeld 20-30% van de respondenten). Dit geldt trouwens ook voor een minder houdbaar product als kip.
- Een blue jeans wordt doorgaans niet op Sint Eustatius maar op Sint Maarten aangeschaft. Andere plekken zijn op Curaçao of in Nederland.

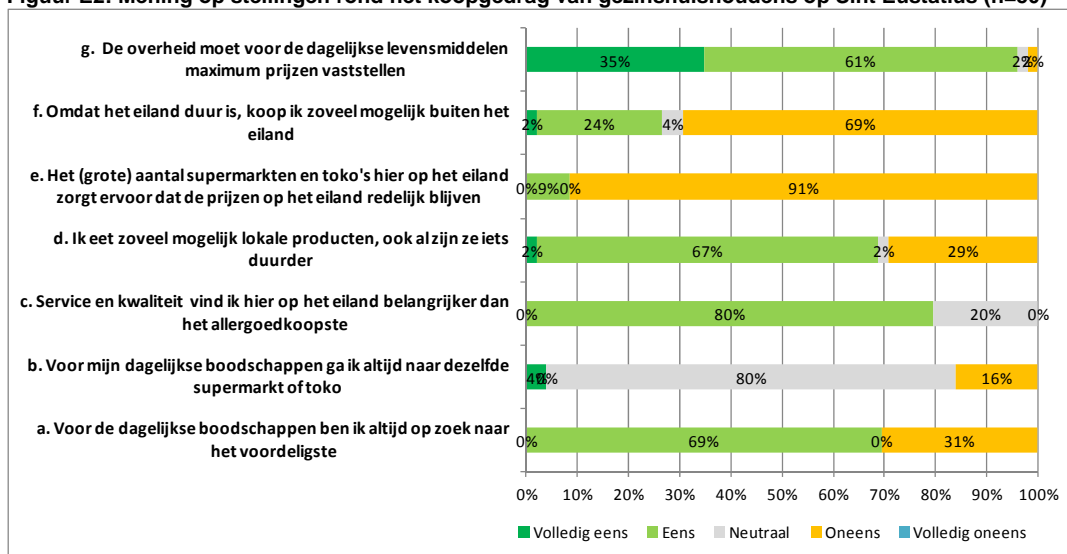
#### Ad c. Reacties op aantal stellingen

Ook op Sint Eustatius zijn dezelfde zeven stellingen voorgelegd als op Bonaire, zie hierna.

Opvallend is dat vrijwel unaniem de huishoudens van Sint Eustatius willen dat de overheid voor levensmiddelen maximum prijzen gaat vaststellen. Overige observaties zijn:

- Op Sint Eustatius is er één grote supermarkt en diverse kleinere. Slechts 9% is van mening dat het grote aantal supermarkten en toko's zorgt dat de prijzen op het eiland redelijk blijven;
- 'Het voordeligste in prijs' is voor 69% een reden om te kopen. Evenwel, aan de andere kant vinden 4 van de 5 respondenten service en kwaliteit belangrijker dan voordeligheid. In de praktijk blijkt dat slechts een klein deel van de respondenten altijd naar dezelfde supermarkt gaat. De meesten nemen een 'neutrale' positie op deze stelling in, wat ruimte laat voor 'shopgedrag'.
- Van de respondenten is 2/3 het eens met het kopen van lokale producten, ook al zijn deze iets duurder;
- Ondanks de perceptie dat producten duur zijn op het eiland zegt maar 27% dat ze daarom zoveel mogelijk buiten het eiland kopen.

Figuur E2: Mening op stellingen rond het koopgedrag van gezinshuishoudens op Sint Eustatius (n=50)



Bron: Curconsult, consumentenonderzoek.

#### Ad d. Suggesties voor redelijke prijzen op het eiland

Aan iedere respondent is gevraagd wat er gedaan moet worden om de prijzen duurzaam op een redelijk niveau te houden. De reacties gaan allemaal (100%) dezelfde richting op, zij het soms met enige verschillen in de nuance. Iedereen wil dat er prijscontrole komt en dat de belastingen op import verminderd worden, dan wel afgeschaft.

### Het aankoopgedrag op Saba

#### Ad a. Aanschaf van dagelijkse boodschappen

**Supermarkt met grootste bestedingen** - Op Saba zijn een 6-7-tal winkels waar levensmiddelen verkocht worden. Het blijkt dat My Store, Big Rock Super market en Unique supermarkt het meest

bezoekt worden voor het doen van de dagelijkse boodschappen. De andere toko's, bakkerijen e.d. worden duidelijk minder frequent bezocht. Dit is weergegeven in de onderstaande tabel.

**Tabel E4 Supermarkt waar meeste bestedingen worden gedaan (n=51)**

#	Supermarkt, toko, minimarket	%
1	My Store	92%
2	Big Rock supermarket	68%
3	Unique supermarket	48%
4	Saba Imperial	10%
5	Saba Wishes	2%
6	Mini market (Windwardside)	2%
7	Overig: Kawvaw, Bizzy B	Niet direct genoemd.

Bron: Curconsult, consumentenonderzoek. Noot: Per huishouden werd gemiddeld 2,2 antwoord gegeven (meerdere antwoorden mogelijk).

**Keuzegedrag en overstappen** - De meest belangrijke reden om bij een bepaalde winkel te komen is de prijs. De tweede reden is de locatie van de supermarkt: dicht gelegen bij werk of huis. Andere argumenten om daar te 'shoppen' zijn de bereikbaarheid en parkeergelegenheid; aangeboden kwaliteit en het kunnen kopen op krediet. Het koopgedrag voor wat betreft de aankoopplaats voor levensmiddelen kent enige dynamiek. Bijna een derde van de geïnterviewde huishoudens zegt dat ze in de laatste 5 jaar naar een andere supermarkt of toko zijn gegaan voor hun dagelijkse boodschappen. De reden om boodschappen bij een andere supermarkt te doen is vooral de prijs. Een ander argument is de kwaliteit. Incidenteel worden genoemd service, locatie/bereikbaarheid en het accepteren van betalen op krediet.

**Convenant maximumprijzen** - Op Saba is in overleg tussen de overheid en de lokale handel een convenant afgesloten. Het convenant houdt in dat er voor een 15-tal producten maximumprijzen worden afgesproken. Het doel hiervan zou moeten zijn dat de huishoudens profiteren van gemiddeld genomen lagere prijzen voor deze producten. Het blijkt dat 2 op de 10 ondervraagden hiervan hebben gehoord. Die personen die er kennis van hebben genomen zijn het er mee eens dat dit convenant in meer of mindere mate leidt tot lagere prijzen op het eiland.

#### *Ad b. Het kopen op het eiland zelf of daarbuiten*

**Kopen op en buiten Saba** - Bijna de helft (45%) van de geïnterviewde huishoudens zegt dat ze de afgelopen jaren meer zijn gaan kopen buiten het eigen eiland; 17% is minder gaan kopen buiten het eiland. De helft van de ondervraagden heeft de afgelopen 6 maanden één of meerdere keren goederen buiten Saba aangeschaft. De twee meest gekochte items betroffen 'eten en drinken' en 'kleding'. Daarna volgen elektronica en een scala aan andere items die meer incidenteel worden aangeschaft zoals keukenapparatuur, huisraad, hardware, cadeau artikelen e.d.

De respondenten is gevraagd een schatting te maken van het percentage van het huishoudbudget dat buiten Saba wordt besteed. Op basis van de respons blijkt dat gemiddeld 18% van het huishoudbudget buiten Saba wordt gepend. 20% van de ondervraagden zegt in het geheel niks buiten Saba uit te geven. Een kwart stelt dat 25% of meer buiten het eiland uitgeven. Er waren 6 van de 51 huishoudens die stelden dat ze 50% of meer besteden buiten Saba.

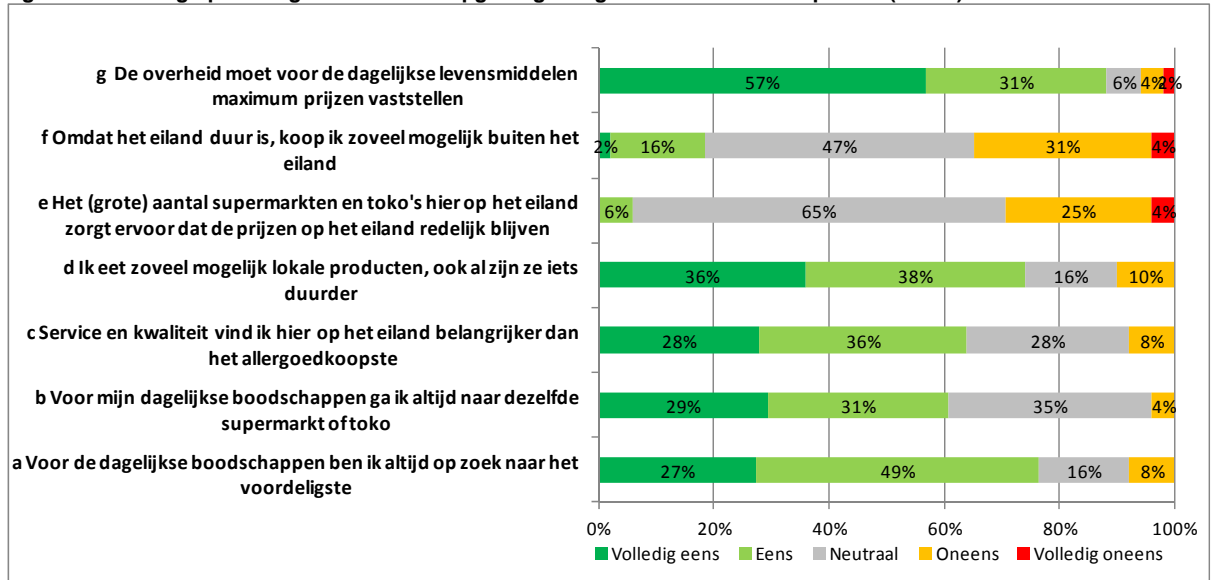
**Kopen van de 17 producten** - Voor de geselecteerde producten geldt dat deze in meerderheid gekocht worden bij My Store of Big Rock Supermarket en in mindere mate bij Unique supermarket

(zie annex II). Voor alle producten geldt dat het marktaandeel van deze supermarkten op Saba ongeveer gelijk is (zie onderdeel E4). Levensmiddelen worden in de meeste gevallen op het eigen eiland gekocht. De onderzoeksresultaten laten zien dat rond de 10-20% van de huishoudens levensmiddelen ook buiten Saba koopt. Het meeste van deze producten wordt op Sint Maarten gekocht, maar soms ook op Aruba en Curaçao. De wijze waarop deze producten Saba binnenkomen verschilt. Soms worden ze opgestuurd op basis van een bestelling, soms worden ze meegenomen door iemand en soms neemt men de goederen zelf mee na een bezoek aan Sint Maarten of een van de andere eilanden.

#### Ad c. Reacties op aantal stellingen

Ook op Saba zijn de 7 stellingen voorgelegd. De meest opvallende uitkomst betreft het gebrekkige vertrouwen in het functioneren van de marktwerking of in andere woorden het gebrek aan concurrentie. De wens de overheid maximum prijzen te laten vaststellen is populair: 88% van de huishoudens is het daarmee eens, slechts een enkeling niet. Een andere opvallende uitkomst gaat over kopen buiten het eiland omdat het zo duur is: 18% doet dat. De rest staat daar neutraal tegenover of doet het niet. Het geloof dat meerdere supermarkten op Saba leiden tot redelijke prijzen wordt door weinigen gedeeld (6%).

Figuur E3: Mening op stellingen rond het koopgedrag van gezinshuishoudens op Saba (n = 51)



Bron: Curconsult, consumentenonderzoek.

#### Ad d. Suggesties voor redelijke prijzen op het eiland

Suggesties om prijzen op het eiland duurzaam op een redelijk niveau te houden komen in overgrote meerderheid erop neer dat de overheid (strikte) prijscontroles dient in te stellen die ertoe leiden dat er niet te hoge prijzen gevraagd kunnen worden in de winkels. Ook andere voorstellen worden gedaan om voordeligere goederen op Saba te hebben. Daarbij gaat voor de respondenten om: verlaging van de transporttarieven en afschaffen van de belasting op geïmporteerde goederen ("er wordt reeds op Sint Maarten omzetbelasting betaald"), Daarnaast wordt er door sommige nog steeds "gemopperd" over de conversie van de 'Guilder to the US Dollar', waardoor de prijzen op het eiland zijn gestegen.

## E4. Aanvullende informatie

### Aankooppatroon van geselecteerde 17 producten op Bonaire, Sint Eustatius en Saba

In dit onderdeel is de volgende aanvullende informatie opgenomen: aankooppatroon van geselecteerde 17 producten op Bonaire, Sint Eustatius en Saba.

Bonaire aankoop van de volgende producten, aantal huishoudens gekocht in supermarkt (in aantal huishoudens)						
#	Product	Warehouse	VanderTweel	Bondigro	totaal op Bonaire gekocht	opmerkingen
1	Bloem (1-2 kg)	34	9	11	92	
2	Brood (wit)	31	25	7	103	ook bij panadria wordt gekocht
3	Kaas (in plakjes of stuk)	44	23	10	102	
4	Biscuits	39	14	11	97	
5	Melk (1liter, houdbaar)	38	14	11	98	
6	Water (flat, in flessen)	25	9	8	56	wordt door helft huishoudens gekocht
7	Kip (poten ,drum stickes)	50	12	8	94	
8	Rijst (wit)	34	17	14	98	
9	Vers fruit (appels en sinaasappels)	38	29	12	104	
10	Verse groente (paprika, tomaat)	37	30	12	103	
11	Vleeswaren (corned beef)	52	14	9	97	
12	Vruchtensap/ juice (sinaasappelsap)	41	19	10	102	
13	Luiers/pampers	5	2	1	15	alleen voor gezinnen met baby's
14	Tandpasta	32	11	16	101	
15	WC Papier	36	14	14	104	
16	Zeepp	35	12	13	102	
17	Jeans (spijkerbroek)	0	0	1	25	wordt voor helft buiten BON gekocht
	<b>aantal waarnemingen=104</b>					

**Sint Eustatius, aankoop van de volgende producten, aantal huishoudens gekocht in supermarkt (in aantal huishou**

#	Product	Duggin's	All run	Chnises	op Statia gekocht	ook elders	waar buiten Statia gekocht waar
1	Bloem (1-2 kg)	34	4	2	45	1	Sint Maarten
2	Brood (wit)	6	1	1	46	1	Sint Maarten
3	Kaas (in plakjes of stuk)	31	6	2	44	5	Sint Maarten
4	Biscuits	26	4	3	38	2	Sint Maarten
5	Melk (1liter, houdbaar)	39	3	1	47	2	Sint Maarten
6	Water (flat, in flessen)	9	6	2	27		Sint Maarten
7	Kip (poten ,drum stickes)	23	9	1	40	11	Sint Maarten
8	Rijst (wit)	36	4	1	47	3	Sint Maarten
9	Vers fruit (appels en sinaasappels)	35	4	3	48	2	Sint Maarten
10	Verse groente (paprika, tomaat)	34	5	2	47	2	Sint Maarten
11	Vleeswaren (corned beef)	9	2	1	13	0	Sint Maarten
12	Vruchtensap/ juice (sinaasappelsap)	32	3	2	44	1	Sint Maarten
13	Luiers/pampers	4	0	0	5	0	Sint Maarten
14	Tandpasta	29	2	1	36	16	Sint Maarten
15	WC Papier	40	2	2	48	4	Sint Maarten
16	Zeep	33	3	1	41	13	Sint Maarten
17	Jeans (spijkerbroek)	4	0	1	6	21	Sint Maarten, Curacao, Nederland
<b>aantal waarnemingen=50</b>							

**Saba aankoop van de volgende producten, aantal huishoudens gekocht in supermarkt (in aantal huishoudens)**

#	Product	My Store	Big Rock	Unique	op Saba gekocht	ook elders	waar buiten Saba gekocht waar
1	Bloem (1-2 kg)	14	16	7	39	8	Sint Maarten
2	Brood (wit)	16	10	6	46	2	Sint Maarten
3	Kaas (in plakjes of stuk)	16	14	9	41	4	Sint Maarten, Aruba, elde
4	Biscuits	16	15	4	37	1	Sint Maarten
5	Melk (1liter, houdbaar)	18	15	7	41	3	Sint Maarten
6	Water (flat, in flessen)	15	14	5	35	1	onb.
7	Kip (poten ,drum stickes)	13	15	6	35	10	Aruba, Sint Maarten
8	Rijst (wit)	15	14	6	37	6	Aruba, Sint Maarten
9	Vers fruit (appels en sinaasappels)	13	14	7	42	4	Aruba, Sint Maarten
10	Verse groente (paprika, tomaat)	10	13	9	41	3	Aruba, Sint Maarten
11	Vleeswaren (corned beef)	7	5	5	18	2	Curacao, Sint Maarten
12	Vruchtensap/ juice (sinaasappelsap)	15	14	8	41	1	Sint Maarten
13	Luiers/pampers	2	1	2	5	2	Aruba, Sint Maarten
14	Tandpasta	15	14	6	40	10	Sint Maarten, Aruba
15	WC Papier	17	14	7	41	8	Sint Maarten, Aruba
16	Zeep	16	14	6	40	8	Sint Maarten, Aruba
17	Jeans (spijkerbroek)	0	0	0	5	14	Sint Maarten, VS, Aruba
<b>aantal waarnemingen=51</b>							

### **Gebruikte enquêteformulier voor het consumentenonderzoek**

In dit onderdeel is de volgende aanvullende informatie opgenomen: gebruikte enquêteformulier voor het consumentenonderzoek in Caribisch Nederland (Nederlandstalige versie).



Naam respondent: \_\_\_\_\_

Eiland: BON / EUX / SAB (omcirkelen)

Telefoonnr. respondent: \_\_\_\_\_ (uitsluitend voor onderzoeksdoeleinden)

1. Waar, bij welke supermarkt of toko op het eiland besteedt u het meeste (zie code) 1<sup>e</sup> |\_\_|\_\_| en waar ook nog 2<sup>e</sup> |\_\_|\_\_| en 3<sup>e</sup> |\_\_|\_\_|

Waar koopt u meestal dit product, bij welke supermarkt of toko?

		A. Op eiland Code invullen of naam winkel opschrijven	B. Koopt of besteld u dit product ook wel eens buiten het eiland			C. Zo ja, waar? (zie code)	D. Zo ja, waarom (zie code):	E. Hoe koopt of bestelt u dit product (zie code)
			JA	NEE	n.a.			
2	Bloem (1-2 kg)		1	2	9			
3	Brood (wit)		1	2	9			
4	Kaas (in plakjes of stuk)		1	2	9			
5	Biscuits		1	2	9			
6	Melk (1liter, houdbaar)		1	2	9			
7	Water (flat, in flessen)		1	2	9			
8	Kip (poten ,drum stickes)		1	2	9			
9	Rijst (wit)		1	2	9			
10	Vers fruit (appels en sinaasappels)		1	2	9			
11	Verse groente (paprika, tomaat)		1	2	9			
12	Vleeswaren (corned beef)		1	2	9			
13	Vruchtensap/ juice (sinaasappelsap)		1	2	9			
14	Luiers/pampers		1	2	9			
15	Tandpasta		1	2	9			
16	WC Papier		1	2	9			
17	Zeep		1	2	9			
18	Jeans (spijkerbroek)		1	2	9			

19. Waarom koopt u juist bij die supermarkt? (zie antwoord vr. 1, coderen, 2 belangrijkste redenen): 1<sup>e</sup> |\_\_|\_\_| 2<sup>e</sup> |\_\_|\_\_|  
of andere redenen op schrijven: .....20. Bent u sinds 2011 (of sinds 10-10-10) bij andere supermarkten, toko's uw dagelijkse boodschappen gaan doen.  
Zo ja, waarom? (zie code, 2 belangrijkste redenen) 1<sup>e</sup> |\_\_|\_\_| 2<sup>e</sup> |\_\_|\_\_| of anders: .....

21. Bent u (veel) meer buiten het eiland gaan kopen of bestellen sinds 2011, of juist (veel) minder dan voorheen?

1	Veel meer	2	Meer	3	Evenveel	4	Minder	5	Veel minder	9	Weet niet/ n.a.
---	-----------	---	------	---	----------	---	--------	---	-------------	---	-----------------

22. Wat voor soort goederen heeft u recentelijk buiten het eiland gekocht (laatste 6 maanden, meerdere antwoorden mogelijk)?

1	Kleding	2	Electronica	3	Hardware- bouwmaterialen	4	Wooninrichting & -decoratie	5	Huishoud- artikelen	6	Keuken- apparatuur
7	Kado-artikelen	8	Parfum, sierraden	9	Eten, drinken	10	Anders:..... noteren	98	Niets buiten het eiland gekocht	99	Weet niet / n.a.

23. Hoeveel procent van uw huishoudbudget besteedt u BUITEN het eiland? (naar schatting) |\_\_|\_\_|%

24. Alleen voor Bonaire

A. Op Bonaire is een systeem van "BonKompra" ingevoerd. Weet u wat dat inhoudt?

B. Zo ja, leidt dat volgens u tot lagere prijzen?

C. Kent u de cooperatieve supermarkt Bon digro (bij NEE, niks invullen).

Zo ja, heeft de komst van deze supermarkt geleid tot lagere prijzen op Bonaire?

Alleen voor Saba

D. Op Saba is een convenant ingevoerd inzake maximum prijzen voor 15 goederen, heeft u hiervan gehoord?

E. Zo ja, leidt dat volgens u tot lagere prijzen?

1	JA	2	Ongeveer	3	NEE	9	Weet niet/n.a.
1	JA	2	Een beetje	3	NEE	9	Weet niet/n.a.
1	JA	2	Een beetje	3	NEE	9	Weet niet/n.a.

1	JA	2	Wel eens	3	NEE	9	Weet niet
1	JA	2	beetje	3	NEE	9	Weet niet

25. STELLINGEN

		Volledig eens	eens	neutraal	oneens	Volledig oneens	n.a.
25-A	Voor dagelijkse boodschappen ben ik altijd op zoek naar het voordeligste	1	2	3	4	5	9
25-B	Voor mijn dagelijkse boodschappen ga ik altijd naar dezelfde supermarkt of toko	1	2	3	4	5	9
25-C	Service, kwaliteit vind ik hier op het eiland belangrijker dan het aller goedkoopste	1	2	3	4	5	9
25-D	Ik eet zoveel mogelijk lokale producten, ook al zijn ze iets duurder	1	2	3	4	5	9
25-E	Het (grote) aantal supermarkten en toko's op het eiland zorgt ervoor dat de prijzen op het eiland redelijk zijn	1	2	3	4	5	9
25-F	Omdat het eiland duur is, koop ik zoveel mogelijk buiten het eiland	1	2	3	4	5	9
25-G	De overheid moet voor dagelijkse levensmiddelen maximum prijzen vaststellen	1	2	3	4	5	9

PERSOONSVRAGEN VOOR HOOFD VAN HET HUISHOUDEN

26. Heeft u altijd op het eiland gewoond?

1	Op Eiland geboren en getogen, altijd gewoond	3	>10 jaar op Eiland	5	2-5 jaar	9	N.a.
2	Geboren Eiland, ook buiten Eiland gewoond	4	5-10 jaar op Eiland	6	Minder dan 2 jaar op Eiland		

27. Mag ik vragen in welke categorie uw leeftijd valt?

1	18 – 29 jaar	3	40-49 jaar	5	60-69 jaar	9	N.a.
2	30 – 39 jaar	4	50-59 jaar	6	70 jaar en ouder		

28. Wat is het hoogste onderwijsdiploma dat u heeft behaald?

1	Basis onderwijs (funderend onderwijs)	3	MBO, HAVO, CXC, VWO	5	Universiteit	9	N.a.
2	MAVO, LBO/LTS, BVO, VSBO	4	HBO, Bachelor	6	anders: ...		

29. Uit hoeveel volwassen en kinderen bestaat uw huishouden?: |\_\_|\_\_| volwassen (v.a. 18 jaar) en |\_\_|\_\_| kinderen

30. Zou u kunnen aangeven in welke klasse uw netto gezinsinkomen per maand ligt?

1	minder US\$ 1000	3	Tussen US\$ 2000-3000	8	Privé
2	Tussen US\$ 1000-2000	4	Meer dan US\$ 3000	9	Onbekend/N.a.

31. Geslacht (niet vragen)

1	man	2	vrouw
---	-----	---	-------

Heeft u suggesties of ideeën hoe op Bonaire de prijzen op een redelijk niveau gehouden kunnen worden?  
(open vraag - antwoord in NL of ENG invullen, **verplicht stellen**)

Hartelijk dank voor uw medewerking

**Coderingen bij vraag 1a**

**BONAIRE**

<b>Supermarkten en toko's op Bonaire</b>	<b>Bakkerijen - panadria</b>	<b>Groente &amp; fruit</b>
1. VanderTweel supermarkt 2. Warehouse Bonaire 3. More for Less 4. Top Supermarkt 5. Famoso supermarkt 6. Magic City Supermarkt (ex Progresso) 7. Sunshine Market 8. Lianxian supermarkt 9. Wing Cheung Supermarkt 10. Zhung Kong supermarkt 11. Bon Edeca Market 12. Lucky Supermarkt 13. Bondigro supermarkt 14. Lin Coin supermarkt (in Rincon) 15. Anders . . . . .	16. Bakker / panadria	17. Maiky Minimarket (groente & fruit) 18. Barkjes (Venezuela, groente & fruit)        97. Eigen tuin / zelf maken of bakken 98. Koop dat product niet 99. Weet niet – koopt dat product niet

**STATIA**

<b>Supermarkten en toko's op Statia</b>	<b>Bakkerijen / broodjeszaken</b>	<b>Fruit / groente</b>
50. Duggins supermarkt 51. Happy City 52. Chinese supermarkt – across Happy City 53. Tembo supermarkt (Oranjestraat) 54. All run supermarkt 55. High Five shopping market (next to Yummy Tummy) 56. Sunny Day supermarkt (Kerkweg) 57. Lady Ama's supermarkt (De Ruyterweg) 58. Golden Rock minimarket 59. Peso supermarkt (Golden Rock area) 60. Chinese supermarkt – Mansionweg, next to Lynn's Bakery	61. Lynn's Dream – Bakery (Golden Rock) 62. Sand Box Tree Bakery (Kerkweg)  <i>NB.</i> <i>Broden van de bakkerijen kunnen ook in supermarkt liggen.</i> <i>Dan code van supermarkt invullen!</i>	63. Hazel's vegetable shop 64. Regular mini-market 65. Directly from a farmer 66. Vlak bij vliegveld is project met 5-6 kleinschalige farmers, ook 1x in 2 weken een minimarkt      97. Eigen tuin / zelf maken of bakken 98. Koop dat product niet 99. Weet niet /n.a.

**SABA**

<b>Supermarkten en toko's Saba</b>	<b>Bakkerijen / broodjeszaken</b>	<b>Fruit / groente</b>
<u>The Bottom:</u> 80. My Store awvaw (close to church) 81. Saba Imperial (close to energy company) 82. Saba Wishes (close to medical school) <u>Windwardside:</u> 83. Big Rock supermarkt 84. Unique supermarkt	85. Bizzy B - Bakery (WWS) 86. Tropical Bakery 87. Aggiez  <i>NB.</i> <i>Broden van de bakkerijen kunnen ook in supermarkt liggen.</i> <i>Dan code van supermarkt invullen!</i>	88. Mini-market in Windwardside (Wednesday) 89. Directly from a farmer      97. Eigen tuin / zelf maken of bakken 98. Koop dat product niet 99. Weet niet /n.a.

**Coderingen bij de vragen 1c, 1d en 1e**

<b>Bij vraag C: Zoja, waarbuiten het eiland</b>	<b>Bij vraag D: Belangrijkste redenen waarom elders gaan kopen (max 2 belangrijkste argumenten):</b>	<b>Bij vraag E: Manier van kopen of bestellen buiten eiland</b>
1. Curaçao 2. Aruba 3. Sint Maarten 4. Venezuela/Colombia 5. Verenigde Staten 6. Nederland 7. Rest Europa, excl. Nederland 8. Elders 9. Weet niet/ n.a.	1. Prijs 2. Kwaliteit 3. Ruim assortiment ('Alles' onder een dak) 4. Service 5. Bereikbaarheid & parkeren 6. Vlak bij werk of huis 7. Krediet / accepteren van "boni" 8. Gewoonte 9. Is familie of bekende van me 10. Anders . . . . <<NOTEREN bij vraag>> 99. Weet niet – Geen argument	1. Bestellen Online 2. Via Facebook 3. Telefonisch of per email bestellen 4. Zelf kopen ter plekke 5. Laten meenemen door familie, vriend of kennis 6. Anders . . . . . 9. Weet niet/n.a.



## Bijlage F: Aanvullende achtergrondinformatie

In deze bijlage presenteren wij kort nog wat relevante achtergrondinformatie bij de beschrijvingen in het hoofdrapport.

### F1. Ontwikkeling energieprijzen Saba en Sint Eustatius

**Context** - In de periode 2010-2016 is er wat betreft de productie en levering van elektriciteit veel veranderd op Saba en Sint Eustatius. Vanuit de situatie onder de Nederlandse Antillen was het bedrijf GEBE verantwoordelijk voor de productie en levering van elektriciteit op de drie Bovenwindse eilanden, dus Sint Maarten, Saba en Sint Eustatius. Na de transitie in oktober 2010 heeft GEBE dit gecontinueerd, maar zijn er ook stappen gezet richting de 'ontvlechting' van de activiteiten op de eilanden. Dit is per (eind) januari 2014 gerealiseerd. Vanaf deze datum wordt de elektriciteitsvoorziening verzorgd door GEBE (Sint Maarten), Saba Electric (Saba) en de Statia Utility Company (STUCO, Sint Eustatius). De Wet elektriciteit en drinkwater BES is per 1 juli 2016 in werking getreden en regelt onder meer de productie en de distributie van elektriciteit. In juni 2017 heeft de Autoriteit Consument en Markt de tarieven vastgesteld die consumenten en ondernemingen voor elektriciteit en water gaan betalen, welke per 1 juli 2017 ingaan.<sup>34</sup>

In februari 2017 heeft het ministerie van Economische Zaken het rapport 'Duurzame en betaalbare energie in Caribisch Nederland' gepubliceerd.<sup>35</sup> Dit rapport vat de huidige situatie kort samen en geeft ook aan welke stappen er op korte en lange termijn moeten worden ondernomen. Deze stappen worden deels hierna besproken.

**Prijzontwikkelingen** - Voor wat betreft de prijzen van voedingsmiddelen op Saba en Sint Eustatius is van belang dat de kosten voor elektriciteit een belangrijk onderdeel uit (kunnen) maken van de kosten die een ondernemer met zijn brutomarge moet afdekken. Met het oog hierop moeten een aantal belangrijke opmerkingen worden gemaakt:

- In de oude situatie onder GEBE was de productie en de distributie van elektriciteit op zowel Saba als Sint Eustatius niet kostendekkend en werd dit 'gesubsidieerd' vanuit de opbrengsten op Sint Maarten. Ook in de nieuwe situatie is (logischerwijs) de productie en de distributie van elektriciteit op Saba en Sint Eustatius niet kostendekkend. Desalniettemin worden er momenteel wel investeringen gedaan zodat de (lopende) kosten en de baten op termijn in balans komen.
- Op Saba wordt momenteel gewerkt aan de uitvoering van plannen om uiteindelijk een efficiëntiewinst van circa 40% te realiseren. Door de plaatsing van een nieuwe installatie is al efficiëntiewinst geboekt in de huidige productie met fossiele brandstoffen (minder brandstof) en er wordt momenteel gewerkt aan de aanleg van een 'solar park' van circa 1 Mw (naast het vliegveld). Echter, om de doelstelling van 40% efficiëntiewinst te behalen zullen nog additionele maatregelen moeten worden genomen. De aanleg van een eventueel tweede 'solar park' is lastig in verband met de beperkte beschikbaarheid van geschikte grond.
- Ook op Sint Eustatius moeten deze efficiëntiewinsten behaald worden om op termijn kostenneutraal te opereren. Sinds 2016 wordt er energie geproduceerd door middel van zonnecellen en eind 2017 zal deze productie verder worden verhoogd (verdere reductie in

<sup>34</sup> ACM, zie: <https://www.acm.nl/nl/onderwerpen/acm-op-bonaire-sint-eustatius-en-saba/regulering-energie-caribisch-nederland/distributietarieven/>.

<sup>35</sup> Ministerie van economische zaken, 'Duurzame en betaalbare energie in Caribisch Nederland', februari 2017.

brandstofgebruik). Daarnaast zijn er plannen om eventueel windenergie op te wekken. Mochten deze plannen tot uitvoering gebracht worden dan is de verwachting dat STUCO in 2018 mogelijk kostenneutraal opereert.

Bovenstaande betekent dat de huidige (hoge) energieprijzen niet de kosten dekt van de productie en de distributie van elektriciteit op beide eilanden. Tot op heden worden de verliezen vanuit Nederland gecompenseerd. Mede daarom zijn sinds 2015 ook de 'oude' tarieven bevroren om deze verliezen niet verder op te laten lopen, waardoor energiegebruikers ook niet hebben 'geprofiteerd' van de lagere oliepijzen. De nieuwe tariefstructuur is nog niet bekend, dus ook de impact op de gebruikers is lastig in te schatten. Echter, als de operationele verliezen in de toekomst niet worden gecompenseerd door subsidiëring of de (geplande) efficiëntiewinsten dan bestaat de kans dat de energieprijzen voor bijvoorbeeld supermarkten gaan stijgen. Dat zal dan ook impact hebben op de marges die gerekend worden voor voedingsmiddelen in de supermarkten.

## F2. Ontwikkeling waterprijs Sint Eustatius

Op Sint Eustatius verzorgt de Statia Utility Company (STUCO) ook de productie en distributie van water, waarbij (ook) gebruik gemaakt wordt van een ontziltingsinstallatie. Dit systeem maakt deel uit van de wet- en regelgeving die in voorbereiding is.<sup>36</sup> In principe zou dit water als drinkwater gebruikt kunnen worden en een alternatief vormen voor het veelgebruikte flessenwater. Hiervoor bestaan echter een drietal barrières. Ten eerste heeft dit STUCO-water een imago-probleem: van oudsher was water uit de kraan (of uit de put) niet echt drinkbaar en moest dit eerst gekookt worden. Hierdoor bestaat er een duidelijke voorkeur voor flessenwater, terwijl STUCO aangeeft dat het prima (direct) drinkwater is. STUCO wil in de komende periode het gebruik van dit water actiever gaan promoten en met name ook wijzen op de kostenvoordelen.<sup>37</sup> Ten tweede zijn niet alle huishoudens aangesloten op het STUCO-netwerk, op dit moment zijn het er circa 550.<sup>38</sup> Dit heeft er mede mee te maken dat veel huishoudens een eigen watersysteem hebben (soms ook voor drinkwater). Dit aantal aansluitingen kan natuurlijk worden verhoogd, maar dan moeten ook additionele investeringen gedaan worden in de (beperkte) productiecapaciteit. Een derde barrière is de mogelijk aanstaande wijziging van de tariefstructuur, die mede verband houdt met de noodzaak het bedrijf (weer) kostenefficiënt te maken. Volgens STUCO bestaat er bij huishoudens veel weerstand tegen een structuur met een (hoog) netwerk-tarief en een lage variabele kostprijs, dat is men zo niet gewend.

<sup>36</sup> Wetsvoorstel 34089 – regels met betrekking tot de productie en de distributie van elektriciteit en drinkwater op Bonaire, Sint Eustatius en Saba (Wet elektriciteit en drinkwater BES).

<sup>37</sup> STUCO geeft hierbij aan dat 18 liter flessenwater circa \$15 kost, terwijl je hier een veelvoud van kan afnemen via STUCO. Bij een minimum afname van \$30 gaat het om 3.000 liter.

<sup>38</sup> In een haalbaarheidsonderzoek van Vitens is geschat dat het maximale aantal aansluitingen rond de 1.250 zou kunnen liggen ("high scenario").





Postbus 4175  
3006 AD Rotterdam  
Nederland

Watermanweg 44  
3067 GG Rotterdam  
Nederland

W [www.ecorys.nl](http://www.ecorys.nl)  
T 010 453 88 00  
F 010 453 07 68  
E [netherlands@ecorys.com](mailto:netherlands@ecorys.com)  
K.v.K. nr. 24316726

***Sound analysis, inspiring ideas***