

Berichten

Buitenland

Sectorspecial Pluimveevlees

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 33, nummer 3, maart 2007

Colofon

Berichten Buitenland is een uitgave van de directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Deze publicatie is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven, met als doel informatie te verstrekken over ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, kwaliteiten etiketteringvoorschriften, wetgeving, landbouwprojecten, handelsbemiddeling, enz.

De berichtgeving van dit blad komt mede tot stand met medewerking van de landbouwraden die zijn verbonden aan de Nederlandse ambassades in het buitenland en de beleidsmedewerkers van de directie Industrie en Handel.

Uitgever:

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit
Directie Industrie en Handel
Bezuidenhoutseweg 73
Postbus 20401
2500 EK Den Haag
www.minInv.nl/agribusiness

Informatie en abonnementen:

Voor informatie over artikelen of een (gratis) abonnement op Berichten Buitenland kunt u contact opnemen met de heer J.J.M. Verbeek,
Tel.: +31 (0)70 – 378 40 64
Fax: +31 (0)70 – 378 61 23
E-mail: j.j.m.verbeek@minInv.nl

Productie:

Exxion Communicatie

ISSN 0920 - 0975

Het overnemen of vermenigvuldigen van artikelen uit Berichten Buitenland is alleen toegestaan met bronvermelding.

N.B. Zoals gebruikelijk bij handelsbemiddeling, wordt alle informatie verstrekt buiten de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Inhoudsopgave

Sectorspecial Pluimveevlees	3
“Nieuw marktsegment tussen biologisch en regulier is een grote uitdaging”	4
Frankrijk: gedifferentieerd aanbod, moeilijke conjunctuur	7
De Egyptische pluimveesector	10
“Als kip echt naar kip smaakt, dan heb je export”	12
Braziliaanse kip veroverd de wereld	14
Brinky en Storteboom	16
China: enorme markt, grote exporteur	19
Separatorvlees: een onbekend product	22
De Thaise pluimvee-industrie	24
Pluimvee in Turkije, een wereld met twee gezichten	27

Sectorspecial Pluimveevlees

De Nederlandse pluimvee(vlees)sector maakt al flink wat jaren een moeilijke tijd door. Belangrijkste oorzaak is uiteraard de wereldwijde opeenvolging van uitbraken van de hoog-pathogene vogelgriep, met de daarop volgende importbeperkingen. Ook Nederland ondervindt daarvan hinder.

In Nederland wordt bewijs van de flexibiliteit van deze sector geleverd door alle aanpassingen die men heeft gerealiseerd om in de gegeven omstandigheden overeind te blijven. Niet alleen op het gebied van diergezondheid en dierwelzijn, maar bijvoorbeeld ook op het vlak van productinnovatie.

Het aantal uitdagingen voor de toekomst is aanzienlijk. Opkomende concurrentie vanuit Brazilië en Thailand, wellicht straks ook op de Europese versmarkt. Midden- en Oost-Europa, is dat een markt of ook een potentiële concurrent? Om er een paar te noemen.

Maar de hoeveelheid kansen is eveneens groot. Locale productie, export van kennis en technologie, het marktsegment tussen biologische kip en reguliere kip enzovoort.

Ook in deze special hebben wij opnieuw gemeend u ideeën en inspiratie te bieden, met een combinatie van marktrapporten door de LNV-bureaus en verhalen met innoverende of pionierende agribusinessondernemers.

Martin Olde Monnikhof,
plv. directeur Industrie & Handel

Ben Dellaert (sectordirecteur Pluimvee(vlees) en Eieren PVE)

“Nieuw marktsegment tussen biologisch en regulier is een grote uitdaging”

Sectordirecteur Ben Dellaert van PVE ziet de toekomst van de Nederlandse sector pluimveevlees met vertrouwen tegemoet. Volgens hem is er sprake van een continu vernieuwingsproces, een aantal positieve elementen in ons voordeel, en een groeiend besef van maatschappelijke verantwoordelijkheid bij ondernemers. Maar het kan nog beter: “Laten zien wat je doet, getuigt van een moderne bedrijfstak die goed bezig is. Wees er trots op dat je dit allemaal doet.”

Sinds 1999 is Ben Dellaert (41) sectordirecteur Pluimvee(vlees) en Eieren bij de PVE (Productschappen Vee, Vlees en Eieren). Daarvoor was hij er al drie jaar hoofd van de afdeling Markt en Structuur. Na zijn studie zoötechniek aan de Landbouwuniversiteit Wageningen werkte hij kort in het veevoedkundig onderzoek en zes jaar bij het Landbouwschap, voordat hij in dienst trad van PVE. Een gesprek over de toekomst van een sector die voortdurend uitgedaagd wordt.

Wie naar de risico's en bedreigingen van Nederlandse sector pluimveevlees kijkt, komt snel uit op vragen als: 'Is er nog wel perspectief voor deze sector in ons land? Overleven we nóg een vogelgriep? Of is er een grondige heroriëntatie vereist?' "De pluimveesector is bij uitstek een sector waar eigenlijk sprake is van een continu proces van heroriëntatie en vernieuwing. Van het inspelen dus op externe ontwikkelingen. Ik denk zelfs dat het de belangrijkste reden is dat de sector er in zijn huidige omvang nog is", aldus Ben Dellaert.

De concurrentie vanuit Brazilië en Thailand komt op. Hoe zit het in dat verband met onze concurrentiepositie en export? Moet Nederland zich uiteindelijk op andere markten richten? Dellaert: "Europa en de Verenigde Staten zijn vooral een markt voor verse kipfilet. Daarbuiten gaat het meestal om de andere delen van de kip. De markt in de VS zit voor ons op slot, door importbeperkingen in het kader van Amerikaanse controle op diergezondheid. In Nederland is er overproductie van pluimveevlees, in de Europese Unie als geheel is er een tekort aan filet. Onze export van dit verse product vindt daarom grotendeels plaats naar de zogenoemde 'Europese versmarkt' binnen de driehoek Londen-Berlijn-Parijs. Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn onze grootste afzetmarkten."

Vertrouwen

Voor de toekomst ziet Ben Dellaert een aantal positieve elementen: "Er is namelijk geen enkele religie die kip verbiedt. En het is een product dat in het moderne Westerse eetpatroon past. Ik bedoel trends op het gebied van gemak, gezondheid en variatie. Kip is wereldwijd één van de grootste vleessoorten en groeit nog steeds. Voor wat betreft de afzetmarkt klopt het toekomstplaatje dus wel. Maar wie produceert er straks voor deze afzetmarkten, daar gaat het uiteindelijk om! Brazilië en Thailand hebben immers veel lagere kostprijzen dan Nederland."

Er is natuurlijk een dubbele situatie. Enerzijds is er deze toenemende concurrentie, anderzijds biedt de expansie van de pluimveesector elders óók grote kansen aan de Nederlandse agribusiness, daar waar het aankomt op de export van kennis en technologie. Dellaert: "Stork en Meijn – dat zijn de twee grootste Nederlandse producenten van slachtlijnen voor deze sector – deden en doen hier al veel aan. Over de gehele wereld, dus ook in Brazilië en Thailand. Dat dubbele klopt dus wel."

Brazilië en Thailand

"Als we de concurrentieposities bekijken, dan zie je dat Brazilië lage productiekosten heeft om een aantal redenen. Zoals bekend, is het arbeidsloon buiten het Westen veel lager. Maar hier speelt ook mee dat soja – in Brazilië de belangrijkste voedingsbron voor kippen – bij wijze van spreken overal 'om de hoek' groeit. Wat nog heel sterk in ontwikkeling is, en

wat gewoon een must is, willen ze ooit een belangrijke speler worden op de EU-afzetmarkt, is productkwaliteit. In het bijzonder heb ik het dan over diergezondheid en voedselveiligheid.

Brazilië is nu de grootste exporteur van kip geworden. Hun exportmarkten zijn weliswaar het Midden-Oosten én Europa, maar het gaat dan grotendeels om diepgevroren gezouten kipfilets die bestemd zijn voor de catering en de verwerkende industrie. In dat laatste geval wordt het verwerkt tot nuggets, schnitzels en alles daartussenin. Ook de Chinese- en Indiase-restaurantsector is binnen de EU een afnemer van betekenis."

Dellaert schetst vervolgens de situatie van 'concurrent' Thailand. "Daar is het exportproduct gekookte kip. Als gevolg van de aviaire influenza is dat het enige dat vanuit Azië nog de Europese Unie binnenkamt. Deze nieuwe exportkans heeft geleid tot het vestigen van grote aantallen nieuwe kokerijen."

Voor de korte termijn heeft Dellaert geen zorgen over de Nederlandse concurrentiepositie op het versproduct. "Die markt weten wij als geen ander te bedienen, gezien de structuur van onze sector en de deskundigheid van de ondernemers die erin werkzaam zijn. Toch vindt PVE het van belang om een onderscheid te gaan maken tussen Europese en niet-Europese producenten. Het gaat dan natuurlijk om zaken als kwaliteit, diergezondheid en dierwelzijn. Het middel is etikettering van herkomst uit de EU."

Groei door innovatie

Voor Nederland ligt een grote uitdaging volgens Dellaert in het zoeken naar een marktsegment dat tussen dat voor de biologische kip én dat voor de reguliere kip in ligt. Bijvoorbeeld door het ontwikkelen van het traag groeiend vleeskuiken ofwel de Volwaardkip. Die bereikt zijn eindgewicht in 56 dagen (regulier 42 dagen, biologisch 81 dagen). "De toegevoegde waarde van dit product zit hem in het grotere dierwelzijn, bijvoorbeeld een uitloop naar buiten en minder dieren in de stal. Stel dat deze kip maar 10 tot 15% duurder is, in plaats van het veel grotere prijsverschil tussen biologisch en regulier. Dan is daar zeker een markt voor, die er nu helaas voor biologisch onvoldoende is."

De Stichting Fonds voor Pluimveebelangen, die wordt geadmistreerd door PVE (als secretaris van het fonds), heeft 7 miljoen euro beschikbaar voor innovatie in de pluimveesector. Er komen dus wel voldoende ideeën naar boven? Dellaert: "Deze sector staat al 20 jaar lang in het teken van productinnovatie. Zeker als we het hebben over kip. Daardoor is er nu een enorm assortiment. De braadzakkip, kant-en-klaar (verwerkt in stoommaaltijden) enzovoort. Het is te veel om op te noemen. In het kader van dit Fonds zijn we in gesprek over een innovatienetwerk. Allereerst proberen we samen met de directie Landbouw van LNV een gezamenlijke agenda voor de komende vijf tot tien jaar vast te stellen."

'Brussel'

PVE heeft het op dit punt verder druk met het werk bij de Europese Unie in Brussel. "Vanuit onze organisatie zijn er permanent twee mensen gestationeerd. Die brengen onze standpunten – vaak afgestemd met de NOP, NVP en Nepluvi – in bij Europese Commissie en Parlement. Vaak ook in samenwerking met de koepelorganisaties van de primaire sector (COPA) en de slachterijen (AVEC). We zijn bezig met genoemde Europese herkomst-etikettering voor kip."

Hartekreet

Heeft Dellaert tot slot nog een speciale boodschap voor de ondernemers in de sector? "Blijf erop letten dat we bezig zijn met het in de markt zetten van een voedingsproduct voor consumenten. Pas je gedrag daarop aan en houd je aan de regels die daarvoor gelden. En laten we verder als sector nog verder de deur openen voor en in gesprek gaan met de maatschappelijke organisaties op ons terrein. Laten zien wat je doet, getuigt van een moderne bedrijfstak die goed bezig is. Wees er trots op dat je dit allemaal doet."

Hans van der Lee

Pluimveevleesconsumptie (gemiddeld per persoon per jaar)

<u>Verenigde Staten (2004)</u>	<u>52,3 kg</u>
<u>Europese Unie</u>	<u>22,6 kg</u>
<u>Ierland</u>	<u>33,6 kg</u>
<u>Portugal</u>	<u>30,0 kg</u>
<u>Verenigd Koninkrijk</u>	<u>30,0 kg</u>
<u>Nederland</u>	<u>22,6 kg</u>

Toeleverende industrie kansrijk door herstructurering

Frankrijk: gedifferentieerd aanbod, moeilijke conjunctuur

Frankrijk is op het gebied van pluimveevlees één van de grote spelers: het land neemt met een jaarproductie van 1,9 miljoen ton op wereldniveau de vijfde plaats in. Binnen de Europese Unie is dat de eerste plaats! De sector verkeert in crisis, maar is na zelfanalyse bezig met het uitvoeren van nieuwe bedrijfsstrategieën, die kansen bieden voor de toeleverende Nederlandse agribusiness.

Frankrijk produceerde in 2005 naast 983.000 ton kippenvlees ook 536.000 ton kalkoenvlees, 234.000 ton eendenvlees en 37.000 ton parelhoenvlees. Behalve standaard pluimveevlees wordt er ook een grote hoeveelheid pluimveevlees onder officiële keurmerken geproduceerd: Label Rouge (17% marktaandeel), AOC (Appellation d'Origine Contrôlée, 1% marktaandeel) en AB (Agriculture Biologique, 1% marktaandeel). Het keurmerk vlees is voornamelijk bestemd voor de thuismarkt.

Frankrijk kent nog steeds een sterk positief handelssaldo voor pluimveevlees. Dit saldo vertoont wel sinds 2000 een dalende tendens, als gevolg van dalende export en stijgende import door de ontwikkelingen op de wereldmarkt. De verouderde bedrijfsstructuur in deze sector in Frankrijk is verder een zwakke schakel. De laatste jaren verkeert de sector in een permanente crisis. De recente aviaire influenza heeft deze situatie nog verergerd.

Handelspositie

De crisis is mede ontstaan, omdat Frankrijk voor de afzet en rentabiliteit van standaard pluimveevlees vooral afhankelijk is van de exportmarkt. Dit land produceert namelijk veel meer dan het consumeert: 1,5 miljoen ton consumptie, een export van 35% van de productie (exportwaarde 1,1 miljard euro), maar ook toenemende import (importwaarde in 2005 circa 403 miljoen euro). De zelfvoorzieningsgraad bedraagt thans 138%.

Sinds 2000 neemt de Franse export van pluimveevlees gestaag af. Van de totale export vond in 2005 een hoeveelheid van 272.000 ton zijn weg binnen de EU en 300.000 ton buiten de EU. De voornaamste EU-afnemers zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, België en - in mindere mate - Spanje. Op de EU-markt kreeg men zware concurrentie uit derde landen op de Britse en Duitse markt (gekookte en gezouten kipfilets uit Brazilië en Thailand). Ook op de traditionele exportmarkten buiten de EU (Midden-Oosten en Rusland) had de Franse export verder te lijden onder de WTO-ontwikkelingen (verlaging van de exportrestituties!).

Tegelijkertijd steeg de import (215.000 ton in 2005) met 14%; die vond grotendeels plaats binnen de EU. Nederland en België waren hier de grootste leveranciers. Met Nederland heeft Frankrijk een negatief handelssaldo: -28.600 ton.

Keurmerken

Zoals gezegd, speelt de productie van pluimveevlees onder keurmerk een belangrijke rol in Frankrijk. Deze productie heeft veel minder te lijden onder de gevolgen van de wereldmarkt, omdat deze vooral bestemd is voor de thuismarkt. De Fransen hebben – met een gemiddelde consumptie van 23 kg pluimveevlees per persoon per jaar – een ander consumptiegedrag dan de Nederlandse consumenten. Zij eten minder standaardkip en hechten meer belang aan een gedifferentieerd aanbod van vlees onder keurmerk. De centrale hoofdgedachte is hierbij een 'smaakvol eindproduct van hoge kwaliteit', waarvoor men wel bereid is wat meer te betalen. Ook hebben de diverse voedselschandalen in de EU het keuzegedrag van de Franse consument beïnvloed en de markt voor keurmerken nog versterkt. De keurmerkproductie betreft zowel hele kippen als kippendelen.

De keurmerken zijn gebaseerd op: groeileeftijd (langzaam groeiende, rustieke rassen), productiecriteriën (aantal m² per kip), minimum aantal dagen vóór slachting (bijvoorbeeld 81

dagen voor de Label-Rougekip), milieubelasting en dierwelzijn (puur plantaardig voer, vrije uitloop, specifieke richtlijnen voor medicatie), traceerbaarheid en certificatie.

Het gebruik van de logo's Label Rouge en AB - beide zijn keurmerken voor een bepaalde manier van houderij - evenals van AOC, is alleen toegestaan mits de bedrijven gecertificeerd zijn door van overheidswege aangewezen erkende certificeringsorganisaties. Het INAO, het nationaal instituut voor (oorspronkelijk alleen) 'appellations d'origine', (www.inao.gouv.fr), heeft sinds begin dit jaar ook het beheer van en de controle op de keurmerken Label Rouge en AB erbij gekregen. Alle erkenningen van keurmerkproducten worden gepubliceerd door het ministerie van Landbouw.

Pluimveehouders van keurmerkproducten zijn geografisch georganiseerd in zogenoemde syndicaten (producentenverenigingen), die als vereniging aan slachterijen leveren. Het biologische-houderijsysteem, geformaliseerd in de jaren '80, verschilt voor pluimvee nauwelijks van de Label-Rougehouderij. De regelgeving voor Label Rouge ontstond in de jaren '60 als reactie op de ontwikkeling van de intensieve pluimveeproductie in Frankrijk. Daardoor had pluimveevlees het imago gekregen van goedkoop en laag van kwaliteit. Producenten wilden het kwaliteitsimago behouden, hun typisch regionale productie rationaliseren en op die manier concurreren op de markt. Label Rouge is strak georganiseerd en kent een eigen 'aansturende', marktgerichte professionele organisatie, SYNALAF.

Het AOC (vergelijkbaar met de Europese BOB, Beschermde Oorsprongs Benaming) betreft een door het INAO erkend, lokaal traditioneel product met eigen productiemethode, geproduceerd in een afgebakend geografisch gebied. Er zijn weinig AOC's voor pluimveevlees, maar deze genieten wel nationale faam. De meest bekende is de *Poulet de Bresse*.

Thans is een groot aantal Label Rouge- en AOC-pluimveevleesproducten, via geïntegreerde producentenorganisaties, gelieerd met de grote pluimveevleesbedrijven (bijvoorbeeld LDC en de Loué-kip). Uiteraard heeft ook het pluimveevlees onder keurmerk onder de AI-crisis geleden. Daardoor heeft de Label Rouge- en AOC-sector zijn productie op vrijwillige basis verminderd, om het prijsniveau in stand te houden.

Structuur van sector

Frankrijk telt ongeveer 23.000 pluimveebedrijven, waarvan het merendeel geconcentreerd is in West- en Zuidwest-Frankrijk. De pluimveestapel telt circa 949 miljoen dieren. 30% van de sector is in handen van pluimveebedrijven met elk 50.000 of meer dieren. Dit percentage neemt toe als gevolg van toenemende concentratie. De pluimveehouders zijn georganiseerd in de Confédération Française de l'Aviculture (CFA) en de verwerkende industrie in de Fédération des Industries Avicoles (FIA). De CFA is een gespecialiseerde organisatie van de FNSEA, de grootste boerenbond van Frankrijk.

Dierwelzijn en (economische) duurzaamheid

In EU-verband worden nieuwe richtlijnen uitgewerkt voor dierwelzijn. Ook Frankrijk wenst een duurzame en verantwoorde pluimveevleesproductie, maar dit mag niet ten koste gaan van de economische duurzaamheid van de Franse en Europese pluimveesector, ten gunste van derde landen. Men stelt zich hier op het standpunt dat derde landen die niet aan dezelfde hoge EU-eisen behoeven te voldoen de doodsteek zullen betekenen voor de Europese sector.

Frankrijk is ook zeer ontstemd over het steeds maar uitblijven van een studie naar de impact van de nieuwe welzijnsnormen op de sector. Het was een van de landen die in december jl. het voorstel van de Europese Commissie over dit onderwerp blokkeerden. De Franse overheid wil objectieve criteria. Op basis van recente onderzoeken door twee nationale instituten zou handhaving van het voorstel in zijn huidige vorm twee derde van de Franse intensieve pluimveehouderij ter ziele gaan.

Verwerkende industrie

De Franse verwerkende industrie voor pluimveevlees telt rond 34.900 werknemers en is goed voor een totale jaaromzet van 6 miljard euro. De sector kent nog steeds een hoog investeringsniveau, maar heeft te lijden (gehad) onder de gevolgen van bovengenoemde AI-crisis, de hieruit ontstane tijdelijk forse terugval in de consumptie en de WTO-ontwikkelingen.

In afnemende volgorde zijn de top-10 bedrijven: LDC, Doux, Gastronome, Arrivé, Unicopa (Tilly-Sabco), Euralis Gastronomie, Glon Volaille, Delpeyrat, Loeul et Pirirot, en Labeyrie. Hiervan hebben alleen de eerste drie een jaaromzet boven de 500 miljoen euro, te weten LDC (1,7 miljard euro), Doux (1,4 miljard euro) en Gastronome (749 miljoen euro). LDC alleen is goed voor 24% van de totale Franse pluimveevleesmarkt.

Strategie bedrijfsleven

Welke strategie wordt gevolgd om uit deze conjuncturele spiraal te komen? Verdere (bedrijfs)concentratie is één manier; de vijf koplopers uit bovenstaande lijst zijn al 'op het oorlogspad'. Verder willen deze bedrijven hun internationale activiteiten versterken, ter verbetering van hun concurrentiepositie. Zo is LDC actief in Polen via Drosed en in Spanje via Hermanos Saiz en Avilaves. Doux is gevestigd in Duitsland (Guts Gold), Spanje (Tio Cosme) en Brazilië (Doux Frangosul, Lebon) en Gastronome heeft meerderheidsaandelen in bedrijven in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk. Tot slot zal er meer worden geïnvesteerd in productinnovatie en vooral in het segment van verder verwerkte en kant-en-klaarproducten voor catering en consument. Attractieve verpakking en verlenging van de houdbaarheid spelen hierbij een rol.

Ondanks het specifieke marktsegment van gelabeld pluimveevlees, gaat ook in Frankrijk de tendens in de richting van gemakproducten. Daarvoor zijn niet hele kippen maar kippendelen nodig; en daaraan kan bijvoorbeeld Label Rouge maar ten dele beantwoorden. Zo investeert LDC in productie voor (de groeiende markt van) sandwiches, pizza's en kant-en-klaarmaaltijden via de overname van de bedrijven Agis (i.s.m. topkok Bernard Loiseau) en Traditions d'Asie. Doux heeft zijn positie als vleeskuikenexporteur kunnen handhaven, dankzij de goede bedrijfsresultaten van zijn Braziliaanse filiaal. Gastronome ziet vooral toekomst in verder verwerkte producten, ook onder keurmerk, ten behoeve van de supermarktketens. Dat blijft het belangrijkste afzetkanaal, goed voor 65% van de verkoop van pluimveevlees. Afzet via de *hard discounters* (zoals Aldi en Lidl) stagneert.

Conclusie

Het is duidelijk dat de Franse pluimveevleesindustrie zich offensief opstelt en nieuwe initiatieven ontwikkelt. De AI-crisis was de concrete aanleiding voor meer zelfanalyse en het ontwikkelen van nieuwe bedrijfsstrategieën. Dit biedt natuurlijk perspectieven, bijvoorbeeld voor de toeleverende industrie van nieuwe technologieën. Het toenemende succes van de jaarlijks te Rennes gehouden expositie *Carrefour des fournisseurs des Industries Alimentaires* (CFIA) getuigt hiervan. Daar neemt juist de pluimveevleesindustrie als doelgroep een belangrijke plaats in.

LNV-bureau Parijs

Kansen liggen buiten de export

De Egyptische pluimveesector

De crisis als gevolg van aviaire influenza is door de Egyptische overheid aangegrepen voor een geplande modernisering van de pluimveesector. In de nabije toekomst is in dat kader behoefte aan kennis en ervaring op diverse gebieden, waarvan Nederland kan profiteren.

Ondanks de noodzakelijke import van een belangrijk deel van het pluimveevoer, is de Egyptische pluimveesector sinds de jaren '80 uitgegroeid tot een belangrijke economische sector. Daardoor heeft Egypte op dit vlak een hoge zelfvoorzieningsgraad en kan het sinds 2000 zelfs broedeieren, ouderdieren en verwerkte kipproducten exporteren.

In de Egyptische pluimveesector is in de loop der jaren voor in totaal meer dan 2 miljard euro geïnvesteerd. De sector verschaft werk aan een half miljoen mensen.

De uitbraak van aviaire influenza begin 2006 heeft voor de sector vorig jaar catastrofale gevolgen gehad. Meer dan 30 miljoen vogels werden geruimd en de productie van zowel pluimveevlees als eieren kwam in de eerste helft van het jaar praktisch stil te liggen.

Sinds augustus 2006 kwam de productie weer langzaam op gang, maar vanwege de schaarste werden pluimvee en pluimveeproducten erg duur. Als prijsmechanisme besloot de regering om import van onder andere pluimveevlees toe te staan tegen een nultarief. Uiteindelijk werd 12.500 ton bevroren pluimveevlees uit Brazilië geïmporteerd, waarvan tot op heden slechts 7.500 ton op de markt terechtgekomen is.

Nederlandse assistentie

De Egyptische overheid heeft drastische maatregelen genomen om de ziekte uit te roeien. Niettemin lijkt het erop dat de komende jaren slechts in het teken zullen staan van het controleren van de ziekte. De Verenigde Naties beschouwt Egypte momenteel na Indonesië als het op één na grootste risicoland. LNV-bureau Kairo is betrokken bij het proces op weg naar een strategisch programma om aviaire influenza te controleren en de pluimveesector in Egypte te herstructureren. Alle grote stakeholders uit bedrijfsleven en overheid en verschillende donororganisaties nemen deel aan dit proces. Naar verwachting zal een en ander in maart zijn afgerond en het eindrapport aan de Egyptische minister van Landbouw kunnen worden overhandigd.

Toekomst en kansen

Het gegeven dat de komende jaren aviaire influenza in Egypte niet zal worden uitgebannen, betekent dat het zal duren voordat Egypte weer in staat is pluimvee en pluimveeproducten te exporteren. Toch is de binnenlandse markt op zichzelf, met meer dan 75 miljoen consumenten, groot genoeg om een moderne pluimvee-industrie bestaansrecht te garanderen. Ook al omdat de Egyptische consument alleen vérs pluimveevlees eet.

Naar verwachting zal de sector de komende jaren een bedrag van circa 500 miljoen euro investeren om aan de strenge eisen die de overheid zal stellen op het gebied van diergezondheid en –hygiëne te kunnen voldoen. Om het transport van pluimvee zoveel mogelijk te beperken, zal een groot aantal slachthuizen worden gebouwd. Momenteel voorziet de huidige moderne slachtcapaciteit slechts in 15-20% van de jaarlijkse productie. De overheid wil de zogenoemde *live bird markets* in drie jaar tijd afbouwen; hiervoor zou moderne slachtcapaciteit in de plaats komen.

Door de consumentenvoorkeur voor vers zal import van bevroren pluimveevlees ook de komende jaren zeer beperkt blijven. Mocht er al sprake zijn van import, dan lijkt Brazilië de hoogste ogen te gooien.

Afgezien van kansen voor Nederland in het moderniseren van de Egyptische slachtcapaciteit, lijken er ook vooral kansen te liggen in toelevering, verwerking van pluimveeproducten en koelfaciliteiten. De Egyptische overheid zal de grote geïntegreerde bedrijven steeds meer verplichten om in de woestijngebieden te produceren. Daardoor is voor de komende jaren de bouw van grote pluimveecomplexen te verwachten. De bouw van zogenoemde *rendering plants* voor het verwerken van nevenproducten uit de pluimveeproductie heeft zeer hoge prioriteit. In de veevoedersector zijn Nederlandse bedrijven als vanouds goed vertegenwoordigd. Door de problemen met aviaire influenza zal verder grote behoefte blijven bestaan aan opleidingen en advies.

LNV-bureau Kairo

Herman Kemper (Kemper Hoenders):

“Als kip echt naar kip smaakt, dan heb je export”

De biologische kip heeft het goed in Nederland. De eisen om de titel ‘biologisch’ toe te eigenen zijn streng, maar rechtvaardig. Ze leggen ondernemers aan banden om hun product te onderscheiden. De boeren die de kippen van Herman Kemper te logeren hebben, weten dat ze kleinschalig een grote kip afleveren. Perfect voor de nichemarkt in Nederland en een veelgevraagd exportproduct. Herman Kemper: “In onze buurlanden nemen meer mensen dan bij ons de tijd voor het goede eten. Dan geniet je pas echt van de kip die naar lekkere kip smaakt.”

Herman Kemper is geen man die zich uit het veld laat slaan. Zijn grootvader begon in 1923 een veevoederbedrijf, dat tot in de jaren '80 van de vorige eeuw floreerde. Met de alsmaar toenemende schaalvergroting werd het kleinschalige bedrijf rond 1990 overwoekerd door de toenemende vraag naar snel, veel en goedkoop.

Kemper spreekt in het weldadig rustige IJzevoorde graag in het meervoud van grootvader, vader, zoon en de hele familie als hij vertelt: “Voor ons werd het tijd om beslissingen te nemen. Samengaan met een grote was een optie, maar niet voor ons. Wat we ook doen, kwaliteit gaat vóór kwantiteit. Toen het aanbod kwam om kippen van de beste soort te gaan leveren, kwam ook onze kennis van voeders weer goed van pas.” Hij ontwikkelde een kippenvoer dat goed viel bij een traaggroeiende kip. Het was wel vallen en opstaan, vooral door de foute avonturiers die een dergelijke opkomende markt altijd rijk is. Na de mislukking van een eerste merkkip gaven kennis en doorzettingsvermogen de doorslag.

“Dat idee van een eigen kip, met een herkenbaar en verkoopbaar label, dat was er vanaf het eerste begin. En dat is uiteindelijk Kemper geworden”, aldus Herman Kemper. Het voer bleek aan te slaan bij een kruising van twee Franse raskippen en de Kemper kip kwam tot leven. Momenteel levert Kemper drie varianten: de maïs-scharrelkip, het biologische landhoen en het parelhoen. Een gezond doorvoede kip, in alle rust grootgebracht in een zo veel mogelijk natuurlijke omgeving. Na een mooi leven bij één van de ongeveer 30 boeren die Kemperkippen laten rondscharrelen, komen ze op tafel in Nederland of één van de andere EU-landen waarnaar het bedrijf exporteert.

Sinds 1998 is Kemper in het bezit van een eigen slachterij in Uden, waarmee het bedrijf in feite dat deel van de keten waarin de kwaliteit wordt gewaarborgd, in eigen beheer heeft. Er worden gemiddeld per week 15.000 kippen en parelhoenders afgeleverd aan de groothandel, die de weg weet te vinden naar de afnemers met meer dan doorsnee smaak. Want je moet een Kemper kip wel kunnen waarderen. Die andere consument neemt gewone kip, zo is het verhaal.

Consument

Bewust kiezen doet de kieskeurige consument steeds meer. Aangezet door dat deel van de horeca dat de echte hoogwaardige smaak wil voorschotelen, prefereren steeds meer consumenten een echte kip op tafel. “Ik noem het wel eens de zondagskip,” vertelt Kemper. “Doordeweeks bakt iemand snel een gewoon filetje door het één of andere gerecht, maar als er echt kip wordt gegeten als hoofdgerecht, dan kiezen ze voor een Kemper. Want die laat zich nog als echte kip proeven. Zo heb je ook fijnproevers en deeltijdvegetariërs. Als die vlees eten, dan willen ze het goed en doordacht. Geen alledaags voer, maar bewust lekker en goed eten. Dat zijn onze consumenten.”

Het recent verschenen rapport over het biologisch prijsexperiment (zie pagina 8-10 van het reguliere nummer waarin deze special zich bevindt) toont onder andere aan dat niet alleen de fikse prijs van biologisch een beletsel vormt voor groei in dit segment. Kemper kan dat onderschrijven. “Je moet het één doen en het ander niet laten. In de keten moeten we alles doen om de prijs laag te houden. Maar je moet blijven wijzen op gezond vlees, op een mooi

product, op het goede gevoel dat zulk vlees je geeft en nog veel meer. Tegelijkertijd moeten we voor de volle honderd procent aan de voorwaarden rond biologisch blijven voldoen. En daarin speelt tijd een rol. Onze kippen hebben langer een gelukkig leven. Een reguliere kippenboer draait zes tot zeven rondes per jaar, een biologische drie tot vier. Wij geven hoogwaardig voer en ook dat is biologisch verantwoord, dus prijzig. Wij houden minder kippen op een grotere ruimte. Dat is ook duurder. Wij houden met een eigen veearts oog op de diergezondheid en leggen zo de basis voor extra voedselveiligheid.

Kijk, al die extra zorg vraagt een prijs. Gelukkig weten steeds meer consumenten dat ze werkelijk waar voor hun geld krijgen. Je kunt, via een nummer op het label, zo op www.kemperkip.com de herkomst van de kip op je tafel controleren. Daaruit blijkt de kwaliteit die wij koesteren. En die we voor onze werkwijze over moeten hebben."

Buitenlandse markten

Ons gesprek komt op de export. Die is proportioneel. De helft van de productie blijft in Nederland, de andere helft gaat over de grens. Het zijn EU-landen die Kemper kip eten. Export naar verre landen heeft geen zin, zegt Herman Kemper. "Tot in Brazilië zijn ze bezig met het ontwikkelen van het biologische product. Ze lopen ver achter, maar het zal er beslist van komen. Juist van biologisch kun je vaststellen dat het het tegendeel van massaproductie gaat worden. Dat is niet eigen aan biologisch. Dus zoekt de biologische producent zijn afzet dicht bij huis. Massaproductie is expansief en vraagt steeds meer afzet, dus op nieuwe markten. Biologisch vraagt om handhaving van de kwaliteit en is meer uit op voldoening op eigen markten. Gelukkig ligt die voor ons rondom onze Achterhoek en - gezien ons volume - zich uitstrekkend tot ver in de ons omringende landen." België, Luxemburg, Duitsland en Engeland weten een mals en smakelijk stukje Kemper kip te waarderen. Meer zelfs dan de gemiddelde consument in Nederland, zo meent Kemper. "In die landen nemen ze de tijd voor een goede maaltijd. En die mag dan ook iets meer kosten. Ja, daar vind je wel de waardering voor een kip van goede afkomst. Ze zijn minder Amerikaans in hun consumptiegedrag dan het merendeel van de Nederlandse consumenten. Jammer eigenlijk, want eten is toch een eerste en primaire levensbehoefte, waarvan je de kwaliteit hoog moet waarderen."

Regulier

Kemper legt ons verder uit waarom zo'n biologische kip een ander prijskaartje met zich mee draagt. "Je hebt filets, het mooie witte vlees en je hebt de vleugels en poten. En je maakt omzet met de hele kip. Mooie blanke stukken mogen meer kosten dan diezelfde delen van de reguliere kip. Het verschil tussen Kemper en kip. Maar onze poten en vleugels gaan voor dezelfde prijs weg als die van de reguliere kip. Dat vlees belandt namelijk in allerlei samengestelde producten. In dat segment doen de voordelen van biologisch tegenover regulier totaal niet terzake. De prijs telt, niets meer of minder. Daar verliezen wij dubbel op onze hogere investering. Dat ingecalculerde verlies moeten wij compenseren met de filets van de kip, waardoor die prijs weer iets hoger uitvalt. Maar de markt moet het antwoord formuleren. Als de consument hoogwaardige snacks als kipnuggets en andere verwerkte producten afkomstig van biologische kippen ook qua prijs op hun waarde schat, dan maakt de sector biologische kip een belangrijke stap. Zoals je ook gewone kroketten hebt en heerlijke, prijzige merkkroketten. Dáár kan het wel, dus waarom niet in onze sector?"

Frits H. Emmerik

Concurrent in opkomst

Braziliaanse kip veroverd de wereld

Brazilië toont al enkel jaren aan te beschikken over de juiste condities om tegen lage kosten uitstekende kwaliteit kip te produceren. De Nederlandse pluimveesector maakt zich zorgen om landen als Brazilië, waar het gaat om het concurrentiepotentieel en om duurzaamheidsaspecten als voedselveiligheid, milieu en dierenwelzijn. Met bijna 3 miljoen ton is Brazilië de grootste pluimveevleesexporteur ter wereld en een geduchte concurrent.

Uit alle rapporten en cijfers blijkt dat de Braziliaanse agribusiness de afgelopen jaren een snelle groei heeft doorgemaakt. Als bovendien deze ronde van WTO-onderhandelingen positief wordt afgerond, zouden het wegvallen van de wereldwijde douaneheffingen, exportsubsidies en interne landbouwsteun een extra inkomen voor de Braziliaanse economie genereren van ruim 1,5 miljard euro. Het grootste voordeel daarvan genieten de grote agribusiness-ondernemingen.

De Europese Unie is nog steeds de voornaamste afzetmarkt. Maar de Brazilianen kijken ook naar landen als Rusland en, vooral, China. De export van soja naar China steeg de afgelopen jaren naar 5,7 miljoen ton, met in 2004 een waarde van 1,4 miljard euro. De genoemde groei is gerealiseerd ondanks het feit dat de agrarische sector in Brazilië niet of nauwelijks overheidssubsidie ontvangt.

De WTO stelde de Europese Unie in het ongelijk over de importheffingen op gezouten kipfilets. Toch gaat de strijd van de EU om Braziliaanse kip van haar markt te weren door. De Braziliaanse vereniging van producenten en exporteurs van kip ABEF is van mening dat in de Europese media een campagne wordt gevoerd tegen Braziliaanse producenten. Hierbij worden Nederland, Engeland, Frankrijk en Duitsland met naam genoemd. In Brazilië is wettelijk slechts de basis van dierenwelzijn vastgelegd. Maar vrijwel alle bedrijven hanteren normen die zeker niet onderdoen voor de EU-regelgeving. Exporteurs kunnen namelijk niet om de eisen heen zoals die door de (Europese) afnemer worden gesteld aan dierenwelzijn, diergezondheid en traceerbaarheid.

Nu de EU, conform de WTO-uitspraak, het oude invoertarief op gezouten kipfilets van 15,4% moest handhaven, was de verwachting aan Braziliaanse zijde dat de export met 50% kon toenemen. Van januari tot juli steeg de Braziliaanse export naar de EU van deze producten met 75% naar 57.300 ton. De recente afspraak tussen Brazilië en de EU over een quotum van 170.807 ton gezouten filet en 73.000 ton gekookt pluimveevlees zal echter in de nabije toekomst voor stabiliteit zorgen.

Groot, groter, grootst

In andere Latijns-Amerikaanse landen is de pluimvee-industrie klein en slechts gedeeltelijk geïntegreerd. De Braziliaanse pluimveesector maakte daarentegen een enorme ontwikkeling door, sinds het in de jaren '60 vanuit de Verenigde Staten het verticale-integratiemodel overnam. Hierdoor kregen coöperaties en particuliere ondernemingen directe controle over de gehele productieketen. Dit stelde hen in staat prioriteiten te stellen en de kosten per bedrijfsonderdeel te managen. Naast de introductie van het integratiemodel, zijn het enorme oppervlak aan landbouwland, het prima klimaat en de ruime aanwezigheid van goed water verklarende factoren voor de Braziliaanse zelfvoorziening in soja en maïs (die als pluimveevoer worden gebruikt).

Volgens het Braziliaanse landbouwkundig onderzoeksinstituut Embrapa bedroegen de gemiddelde productiekosten in een geautomatiseerde stal met 22.000 dieren in januari 2006 circa 43 eurocent per kilo kip. De gemiddelde opbrengst per kilo was 48 eurocent; een netto resultaat van 5 eurocent per kilo. Lokale producenten bevestigden deze cijfers.

Aanhoudende groei

Door de samenwerking tussen 14 slachterijen en 6 zelfstandige kuikenbroederijen in de deelstaat Paraná ontstaat binnenkort de mega-coöperatie Unifrango, met een slachtcapaciteit van 1,5 miljoen kippen per dag. Daarnaast wordt nog voor 3,8 miljoen euro geïnvesteerd in een nieuwe slachtlijn in het noorden van de deelstaat, met een capaciteit van 50.000 kippen per dag. Sinds 2001 werkte Unifrango als inkoopcentrale van grondstoffen voor de leden. De nieuw opgerichte coöperatie zal onder dezelfde naam opereren. De nieuwe coöperatie heeft het grootste deel van de producenten in de deelstaat Paraná als lid. Hierdoor hoopt men de positie van deze bedrijven te versterken ten opzichte van de grote industrieën als Sadia (zie kader), Perdigão en Seara.

Het is vooral het nieuwe overheidsprogramma Prodecoop, met betere financieringsmogelijkheden voor coöperaties, dat deze ontwikkeling heeft gestimuleerd. De afgelopen vijf jaar zijn de coöperaties een belangrijke concurrent geworden voor de bestaande kippenslachterijen in Paraná. Deze deelstaat is de grootste nationale producent en verantwoordelijk voor 24% van de Braziliaanse productie van ongeveer 800.000 ton pluimveevlees per maand. Vorig jaar hebben de coöperaties ruim 86 miljoen euro geïnvesteerd. De huidige vier coöperaties – Coopavel, C. Vale, Copacol en Lar – produceren samen ongeveer 20% van de productie in de deelstaat en 25% van de Braziliaanse export. De laatste coöperatie die tot deze markt toetreedt, is Copagril. Die heeft recentelijk een slachterij geopend van bijna 13 miljoen euro, met een productiecapaciteit van in eerste instantie 80.000-90.000 kippen per dag. Naar verwachting hebben de coöperaties in 2007 een slachtcapaciteit van één miljoen kippen per dag.

De deelstaat Paraná zal ook in volume de grootste exporteur worden en hiermee de deelstaat Santa Catarina voorbijstreven. De productietoename in Paraná bedroeg in 2004 ruim 50% en de export van pluimveevlees had een waarde van bijna 518 miljoen euro. In volume was de groei van de export 35%, met een totaal van 681,6 miljoen kilo.

Belangrijkste buitenlandse markten waren in 2004 Japan, Saoedi-Arabië, Nederland en Rusland. Men heeft hooggespannen verwachtingen van China, nu dit land de grenzen voor Brazilië heeft geopend.

Internationalisering

Braziliaanse bedrijven uit de vleessector richten steeds meer op internationalisering. Naast het verbeteren van de distributie en het beter kunnen voldoen aan de eisen van de lokale markt, spelen het verminderen van veterinaire en commerciële barrières een belangrijke rol. Dit is het geval voor het grootste Braziliaanse vleesverwerkende bedrijf, Sadia. Dit bedrijf heeft recentelijk aangekondigd ruim 53 miljoen euro te investeren in samenwerking met de Russische groep Miratorg, voor de verwerking van pluimveevlees en varkensvlees in Rusland. Naar verluidt heeft de tweede grootste vleesverwerker, Perdigão, interesse in de acquisitie van een bedrijf in Europa. Perdigão weigert commentaar op dit bericht. De export van Perdigão naar Europa bedroeg vorig jaar 1,06 miljard euro, hetgeen neerkomt op 28% van zijn totale export van dit bedrijf.

Vorig jaar investeerden al verschillende bedrijven uit de vleessector in internationalisering. Zo is Cooperativa Aurora een partnerschap aangegaan met Midsummer Belgium uit Brussel. Dit laatste bedrijf is nu verantwoordelijk voor de distributie van pluimveevlees en -delen binnen Europa.

Kansen voor Nederland

Een bekend Nederlands fokbedrijf van vleeskuikens in Boxmeer heeft vrij recent de eerste 20.000 eendagskuikens van zuivere lijnen in hun nieuwe stallen in de deelstaat Minas Gerais kunnen plaatsen. Met dit materiaal kan het bedrijf de grote integraties en coöperaties van zeer hoogwaardig uitgangsmateriaal voorzien. Door de geïsoleerde ligging van de Braziliaanse vestiging kan men van hieruit ook wereldwijd exporteren. Een Nederlandse producent van slachtlijnen is ook actief in Brazilië en heeft een lokale vestiging. Het bedrijf wordt door de Braziliaanse bedrijven geroemd om de zeer hoge kwaliteit en betrouwbaarheid van haar slachtlijnen. De levering van vaccins voor verschillende problemen in de pluimveesector wordt voor een niet onbelangrijk deel door de Braziliaanse vestiging van een Nederlandse onderneming verzorgd.

LNV-bureau Brasilia

Pluimveeverwerkers grijpen kansen in Oost-Europa

Brinky en Storteboom

De uitbreiding van de Europese Unie heeft een aanzienlijke invloed op de Nederlandse pluimveesector. Eén van de gevolgen is een groeiende concurrentie uit Oost-Europa. Slachterij Storteboom ziet echter vooral nieuwe markten en start dit voorjaar in Polen. Van den Brink uit Ermelo vierde inmiddels het tweede lustrum van zijn Russische vestiging. In gesprek met twee ondernemers.

Storteboom behoort tot de grote pluimveeslachterijen in Nederland. De slachterij in haar huidige vorm is in 2003 ontstaan uit het faillissement van het eerdere familiebedrijf Storteboom. De activiteiten worden sindsdien voortgezet op drie locaties: Kornhorn, Nijkerk en Putten. Financieel directeur Johan Visser hierover: "Storteboom zoals het er nu is, is een initiatief geweest van een aantal investeerders. Zij hebben de drie locaties gekocht en de productie voortgezet. Met deze drie locaties beschikken we over grote en moderne slachterijen; Nijkerk is de grootste en modernste uitsnijderij van Europa. Met de slachterij in Putten samen slachten we ruim 1,8 miljoen kuikens per week en de uitsnijderij in Nijkerk produceert wekelijks 450 tot 500 ton kipfilet."

De suggestie dat er sprake is van een voortdurende opschaling van productie en sanering van slachterijen behoeft volgens Visser toch enige nuancering: "Mogelijk dat het daar op lange termijn naartoe gaat, maar op dit moment is het voor een aantal kleinere slachterijen toch heel goed mogelijk zich te handhaven. De opschaling is vooral een reactie op de veranderende vraag uit de markt. Supermarkten en ketens worden groter en vragen om grote volumes. Zij zoeken leveranciers die in staat zijn om dagelijks grote en uniforme partijen te leveren. Het antwoord daarop is een geconcentreerde productie en een slachterij die de mogelijkheid heeft deze productie snel en goed af te stemmen op de vraag van de klant. Voor ons betekent dat: een vers product, dus tijdig geleverd en afgestemd op de specificaties van de klant."

Vers, kostprijs en kwaliteit

Het streven naar versheid en kwaliteit roept de vraag op hoe een dergelijke ambitie te handhaven is onder de zware prijsdruk en het groeiende aanbod – veelal diepgevroren – uit nieuwe productiegebieden. Algemeen directeur Rob Hengeveld: "Vers, kwaliteit en kostprijs zijn de pijlers van ons bedrijf. Een vers product zal altijd min of meer uit de regio moeten komen. Op het gebied van bulkdiepvries kunnen we niet concurreren met de wereld om ons heen. Dat hoeft ook niet, want dat is een heel ander product. We richten ons nadrukkelijk op vers, kwaliteit en kostprijs. En we zorgen ervoor dat we daarmee steeds net een stapje voor zijn op de rest."

De rol van Nederland in de pluimveeproductie is volgens de beide directeuren bescheiden; desondanks is er een zelfvoorzieningsgraad van circa 170%. Dat betekent dat de pluimvee-industrie aan de ene kant steeds gefocust zal moeten zijn op een belangrijke rol in de thuismarkt, maar daarnaast ook een stevige exportpoot moet hebben. Hengeveld: "Voor ons betekent dit dat we ongeveer 55% van onze productie exporteren, voornamelijk naar Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië. De concurrentie die we ondervinden, komt vooral uit Oost-Europa. Op dit moment is de specialisatiegraad daar nog laag en gaat het nog vooral om bulkproductie, maar dat zal in de toekomst veranderen."

Nieuwbouw in Polen

De opkomst van Oost-Europa biedt echter ook kansen. Hengeveld: "We zien in Oost-Europa en de nieuwe EU-lidstaten beslist een groeiende markt. Daarom zijn we nu aan het bouwen in Polen, op 20 kilometer van Poznan. In april of mei verwachten we daar onze compleet nieuwe slachterij te openen." En hoewel het natuurlijk zo is dat er nu nog sprake is van een kostenvoordeel, is dat niet de reden voor deze vestiging: "Het kostenvoordeel van dit moment is voornamelijk gebaseerd op de lagere loonkosten, maar het verschil met

Nederland zal de komende jaren kleiner worden. De belangrijkste reden om ons daar te vestigen is de marktverwachting. Als het in Polen en de omliggende landen economisch beter gaat, zal er ook meer kip gekocht worden. Wij zijn ervan overtuigd dat we daar een goede thuismarkt kunnen verwachten en alleen dát kan een goede basis zijn om daar een vestiging te bouwen. Polen heeft immers 40 miljoen inwoners, de buurlanden Oekraïne en Duitsland hebben nog eens 60 en 80 miljoen inwoners. Dat zijn heel veel consumenten. Een ander aspect is het consumptiepatroon. Dáár is vooral de vraag naar bouten groot, terwijl de Nederlandse consument vooral om filet vraagt. Dit verschil in vraag helpt ons in het streven naar een betere verwaardiging van de kip."

Samenwerking

Net als in West-Europa eerder het geval was, is in Polen een voortgaande schaalvergroting te verwachten. Des te groter is de aanleiding voor Storteboom zich daar te vestigen. Visser licht dit toe: "In 2004 zijn we daar begonnen met ons marktonderzoek. Lopende het onderzoek raak je enthousiast over de kansen die zo'n markt biedt. Daar zijn volop groeimogelijkheden, door de ruimte en door de aanwezigheid van grondstoffen voor voederproductie. En ook in Polen zien we McDonalds, Tesco en andere bekende grote afnemers. Zij vragen ook daar om producten en goede ondersteuning. We zijn daarom samen met voederleverancier De Heus – al sinds lange tijd een grote speler in Polen – een halfjaar geleden begonnen met de opzet van contractintegraties met lokale pluimveemesters. Dat vergde veel energie en overtuigingskracht. De samenwerking met De Heus was daarbij bijzonder waardevol. Door het aangaan van zo'n samenwerkingsverband kun je elkaar enorm versterken."

Diepvries, wereldwijd

Een heel andere speler in de pluimveesector is het bedrijf Brinky Food Trading in Ermelo. Bij dit familiebedrijf ligt het zwaartepunt op de handel in diepvriesproducten. In de eerste plaats pluimveeproducten, maar in toenemende mate ook andere voedselproducten. Directeur en oprichter Bert van den Brink: "Op mijn zestiende begon ik met het slachten van pluimvee, venten en verkopen op de markt. Geleidelijk aan ontwikkelde ik me tot kleine pluimveeslachter. Dit bleef groeien. Ik kocht failliete bedrijven die ik opnieuw opstartte. Uiteindelijk hadden we hier een uitsnijderij voor pluimvee met zo'n 60 mensen in dienst. In 1998 kregen we echter te maken met aanslagen van dierenactivisten, waardoor onze slachterij volledig verloren ging. Toen een jaar later weer een aanslag volgde, hebben we besloten een andere koers te varen. We zijn ons toen volledig gaan richten op de internationale handel in diepgevroren pluimveeproducten. Ook vóór die tijd deden we dat al en dat kwam in een stroomversnelling door de verdergaande Europese eenwording. Ook de politieke omwentelingen in voormalig Oost-Duitsland, Polen en Rusland hebben daaraan enorm bijgedragen."

De producten die Van den Brink verhandelt, komen vooral uit Europa en worden wereldwijd afgezet. Vooral de export naar Rusland is lange tijd zeer omvangrijk geweest. "Geen containers vol, maar treinen vol", zo illustreert Van den Brink de omvang van deze exportstroom. Dat is een groot verschil met de huidige situatie. "We richten ons nu vooral op kleinere partijen en op gecombineerde vrachten. Het is voor ons eenvoudig een vracht samen te stellen met verschillende producten, van verschillende bronnen. Bovendien leveren we nu veel meer dan alleen diepgevroren pluimveeproducten. Ook voor ijstaarten, diepvriesgroenten en diepgevroren snacks kan de klant bij ons terecht."

Russische pluimveeketen

Met Rusland heeft Van den Brink inmiddels een innige band opgebouwd: "Eind vorig jaar hebben we het tienjarig bestaan gevierd van ons bedrijf in Rusland, in de omgeving van Sint-Petersburg. Deze vestiging staat overigens volkomen los van wat we hier doen; we hebben daar een volledige keten opgezet van fokkerij, vermeerdering en mesterij tot en met slachterij, logistiek en voederfabriek. Het bedrijf daar wordt gerund door mijn oudste dochter en er zijn inmiddels 2.000 mensen in dienst."

Dat een Nederlands bedrijf zoiets in Rusland kan doen, heeft volgens Van den Brink te maken met een aantal verschillen: "Natuurlijk is de beschikbaarheid van kapitaal een voorwaarde. Daarnaast ontbreekt daar het management en mogelijk is de interesse voor dergelijke initiatieven er ook niet echt. En de omvang die we hebben, heeft ermee te maken dat we alles zelf doen, ook die activiteiten die je hier in Nederland normaal gesproken uitbesteedt. We hebben zelf vangploegen en schoonmaakploegen, we maken het voer en doen de aan- en afvoer daarvan, we hebben een broederij met 750.000 moederdieren. En ook al is de regelgeving in Rusland niet of nauwelijks soepeler dan in Nederland, het lukt toch sneller om zaken voor elkaar te krijgen. Rusland is daardoor een goed land om te produceren."

Was het gedurende de eerste periode in Rusland nog zo dat gewerkt werd met gerenoveerde bestaande bedrijfsgebouwen, sinds vier jaar wordt uitgegaan van nieuwbouw. "De bestaande bouw voldoet onvoldoende aan de moderne eisen. Daar komt bij dat de arbeidslonen intussen fors gestegen zijn en daarmee het kostenvoordeel tussen renovatie en nieuwbouw geen grote rol meer speelt. We bouwen nu grotere stallen, efficiënt en aangepast aan de eisen van deze tijd."

Jaap Holwerda

Importrestricties hinderen buitenlandse markttoegang

China: enorme markt, grote exporteur

De Volksrepubliek China is zowel een grote markt voor pluimveevlees als een grote exporteur van pluimveevlees. Gezien de opbouw van de vraag in deze markt en de structuur van de sector liggen er voldoende kansen voor de Nederlandse agribusiness. Echter, over en weer worden import en export thans belemmerd door maatregelen als gevolg van de situatie in diergezondheid en -hygiëne, genomen in het kielzog van de aviaire influenza-uitbraak van 2004.

Het liberaliseren van de markt voor vee in 1985 leidde tot enorme groei van de Chinese pluimveevleesindustrie. In 2004 was het Chinese pluimveebestand 5,1 miljard dieren, met als resultaat het aantal in dat jaar geslachte dieren van ruim 9 miljard. De productie van pluimveevlees bedroeg 13,5 miljoen ton.

Op dit moment neemt de productie van kip circa 70% van de Chinese pluimvee-industrie voor zijn rekening. Kip wordt op enige afstand gevolgd door eend en gans. Daarna volgen – op grotere afstand – duif, kwartel, patrijs, fazant en wilde eend. Het belang van de eenden- en ganzenfokkerij binnen de pluimveesector is toegenomen. De productie van eend wordt geschat op 2,35 miljoen ton en die van geslachte eend op 1,8 miljard stuks (cijfers over 2005), dat is 66% respectievelijk 75% van het wereldtotaal.

Opbouw sector

In China vindt pluimveeproductie plaats op drie soorten locaties: door kleine boeren, in gespecialiseerde huishoudens en door commerciële bedrijven. 80% van de productie is afkomstig van de eerste soort, circa 15% van gespecialiseerde huishoudens en slechts circa 5% van grote commerciële bedrijven.

60% van de kippen wordt geproduceerd door kleine boeren, in de nabijheid van mensen en huisdieren. Op het platteland wordt het pluimvee gemest 'op de binnenplaats'. De arbeidskosten zijn bijna nul vanwege de rol van de familie bij deze activiteit én gezien de hoge werkloosheid. Garanties voor inenting en een hygiënisch slachtproces kunnen echter niet worden gegeven.

De Chinese regering ondersteunt grootschaligheid van ondernemen. Men juicht daarom samenwerking van kleine boeren in een groter verband toe, en bevordert die met een pakket aan maatregelen. Het aandeel van grote bedrijven in de pluimveesector is als gevolg daarvan sterk toegenomen. De productie is aan het verschuiven van de traditionele, versnipperde praktijk naar grootschalige, geïntegreerde systemen.

Circa 80% van de middengrote en grote pluimveebedrijven treft men aan in de dichtbevolkte gebieden langs de Chinese oostkust en rondom grote steden als Peking en Sjanghai. Fokkerijen met een gemiddelde productiecapaciteit per bedrijf van meer dan 2.000 vleeskuikens namen bijna 74% van de vleeskuikenproductie voor hun rekening. De verschuiving van kleine boeren naar grote productiebedrijven wordt sterk beïnvloed door de aanwezigheid van aviaire influenza (AI) op kleine boerderijen. Logisch gevolg is een effectievere controle op diergezondheid en -hygiëne.

Provinciale verdeling

Als de productie wordt ingedeeld naar provincie, dan is Shandong met 2,2 miljoen ton de grootste producent. Deze provincie telt meer dan 12.000 kleinschalige pluimveebedrijven. Toch zijn grote vleesverwerkende bedrijven met één geïntegreerde keten van productie tot en met verkoop dominant.

Handelsbetrekkingen

Eind 2001 maakte de Chinese overheid bekend dat het importtarief op pluimveevlees zou worden verlaagd van 20% naar 12%. Dit betekende grotere toegang van het buitenlandse product tot de Chinese markt. Uitbraken van aviaire influenza in 2004 hadden echter een zwaar negatief effect op de in- en uitvoer van vleeskuikens (en eieren). De invoer daalde met ruim 51%; de uitvoer met bijna 36%. Op dit moment herstelt de handel in pluimvee zich langzaam. De grotere import van broedkuikens in het najaar van 2005 moet worden gezien in het licht van een gewenste productieverhoging vanaf 2006. China importeert een grote hoeveelheid looppoten, omdat dáár de lage productie de grote binnenlandse vraag niet kan bijhouden. Deze import bedraagt circa de helft van China's totale pluimvee-import. Een aanzienlijke hoeveelheid komt uit re-export vanuit Hong Kong (in 2005 circa 61.500 ton). Het grootste deel is oorspronkelijk afkomstig uit de Verenigde Staten en Brazilië. Zolang de vraag het aanbod overtreft, zal deze trend naar verwachting worden gecontinueerd.

Export van vleeskuikens

De Chinese regering is thans in overleg met de Europese Commissie over markttoegang in de Europese Unie voor gekookt pluimveevlees uit China. Het niet kunnen voldoen aan de internationale eisen op het gebied van diergezondheid en –hygiëne is duidelijk een obstakel voor verdere expansie van de Chinese exporterende agribusiness.

Het grote aantal kleine boeren oefent een behoorlijke invloed uit op de Chinese handel in vleeskuikens, omdat algemeen verondersteld wordt dat de AI juist bij deze bedrijven begonnen is en daar ook moeilijk te bestrijden is. Uit angst voor deze ziekte hebben veel landen de import van vee – dus ook van pluimvee – uit China drastisch ingeperkt. Het gebruik van chemicaliën door de kleine boeren zorgt er bovendien voor dat de residuen in het product vaak de maximale residunormen van potentiële importlanden overtreffen, en er dus geen export kan plaatsvinden. Diepgevroren vleesproducten halen deze standaarden vaak niet; gekookt vlees doet het in dat opzicht stukken beter.

De belangrijkste exportmarkten voor Chinese vleeskuikens zijn Japan en Hong Kong. In 2005 bedroeg de export naar deze twee landen 81% van de totale export. De exportwaarde hiervan was 575 miljoen euro. De hoofdmoot van de Chinese export betreft gekookt pluimveevlees.

China-Nederland

Op het moment van publicatie (begin maart 2007) bestaan er importrestricties voor de export van Nederlandse agrarische producten van dierlijke oorsprong. Als officiële reden is opgegeven de vrees voor allerlei dierziekten, én de noodzaak om de volksgezondheid te beschermen. Nederland en China onderhandelen over hervatting van de Nederlandse export. Een LEI-rapport uit 2006 laat zien dat de exportwaarde van de Nederlandse pluimvee-export in 2004 circa 42.000 euro bedroeg en in 2005 circa 414.000 euro, een vertienvoudiging in één jaar tijd.

LNV-bureau Peking

Grootte van commerciële vleeskuikenbedrijven (2004)

Jaarlijkse slachtcapaciteit (aantal dieren)	Aantal bedrijven	Totaal geslacht (x 1.000 dieren)
2.000 – 9.999	338.597	1.640.755
10.000 – 49.999	85.340	1.510.601
50.000 – 99.999	5.752	363.775
100.000 – 499.999	1.514	297.367
500.000 – 999.999	116	89.973
1.000.000 en hoger	85	224.364
Totaal	431.404	4.126.835

Bron: China Livestock Association.

Top-10 pluimvee producerende provincies (2004, in miljoen ton)

<u>Provincie</u>	<u>Pluimveeproductie</u>
Shandong	2,23
Guangdong	1,09
Jiangsu	1,00
Liaoning	0,96
Hebei	0,93
Jilin	0,88
Henan	0,80
Anhui	0,72
Sichuan	0,64
Hunan	0,59

Bron: China Agricultural Development Report 2005.

Export van vleeskuikens (voorspelling 2006, in 1.000 ton)

Brazilië	2.900
Verenigde Staten	2.404
Europese Unie	720
China	375
Thailand	300
Argentinië	150
Canada	105
Koeweit	26
Verenigde Arabische Emiraten	20
Australië	14
Saoedi-Arabië	10
Overigen	22
Totaal	7.046

Bron: USDA FAS Livestock and Poultry: World Markets and Trade (2006).

Noot: looppoten zijn niet opgenomen in de handelsstatistieken.

Van restproduct naar eiwitrijke grondstof voor voedingsmiddelenindustrie

Separatorvlees: een onbekend product

Koeivlees, varkensvlees, lamsvlees, kip en kalkoen. Ja, dat kennen we. Maar er is ook separatorvlees. Geen consument weet wat het is, maar in het Gelderse Ermelo staat Polskamp *Meat Industry* bv, 's werelds grootste producent van separatorvlees oftewel *meat*. In de eerste plaats nog vooral producerend voor de binnenlandse markt, maar in toenemende mate ook voor nieuwe EU-lidstaten en Rusland. China staat ook nog op het verlanglijstje.

Er worden in West-Europa grote hoeveelheden kip geslacht. Was het 25 jaar geleden nog zo dat de geslachte kip in zijn geheel zijn weg vond naar de consument, tegenwoordig wordt kip opgedeeld in delen en verkocht als filet of sticks. Anders dan bij grote karkassen als van rund of varken, is het bij kip onmogelijk de restanten van de karkassen met het mes van vlees te ontdoen. Daarvoor zijn ze simpelweg te klein. Met de verschuiving van de verkoop van de gehele kip naar kipdelen ontstond het machinaal scheiden van vlees en botten. Het tussenproduct dat dit oplevert, is separatorvlees of *meat*. Deze werkwijze leent zich vooral goed voor pluimveevlees. Polskamp-directeur Gerjan van der Craats legt uit hoe dat gaat en waarom *meat* op de internationale markt een interessant product is.

Het principe

Hoe gaat het mechanisch ontbenen van vlees precies in z'n werk? Van der Craats: "Het komt erop neer dat het vlees als het ware gezeefd wordt. Het wordt onder druk gebracht met een schroefpers. Het vlees gaat door de gaatjes van de zeef, terwijl de harde delen, de botten, steeds verder naar voren worden getransporteerd tot alle vlees eraf is. West-Europa is het aanleveringsgebied voor onze grondstof. In andere delen van de wereld is de *meat* productie dikwijls gekoppeld aan grote slachterijen, maar in Nederland zijn de slachterijen relatief klein en wordt de grondstof centraal verwerkt."

Hij vervolgt: "Dit komt overigens het verwerkingsproces ten goede: door de verschillen in aangevoerde grondstof kan door menging meer gestuurd worden op kwaliteit en samenstelling van het eindproduct en zijn verschillende mengverhoudingen mogelijk. We scheiden niet alleen bot en vlees, maar we werken ook met verschillende vetpercentages. Het separatorvlees is te beschouwen als een soort gehakt; je hebt dus mager product en vet product en alles daartussenin. Zo kun je bijvoorbeeld *meat* maken van alleen ruggen, maar ook van alleen karkassen, of elke andere combinatie.

En er zijn meer mogelijkheden. Zo hadden we in de jaren '80 te maken met volkomen scheve verhoudingen: erg veel vet materiaal en maar heel weinig mager. Dat bemoeilijkt de inzetbaarheid van het product. We hebben toen een proces ontwikkeld om van vette delen *meat* te maken en deze vervolgens mager te maken. We zijn nu in staat de magerste *meat* te produceren die er in de wereld te koop is. Wat er overblijft, is het vet. Deze vetten worden verhit, gesmolten en gereinigd. Ook dit vet is nu een veelgevraagd product, omdat kuikenvet een hoogwaardig en lichtverteerbaar vet is. En ook al staat de vraag naar dierlijke vetten onder druk, dit vet gedraagt zich bijna als een plantaardig vet."

Wereldwijde marktontwikkeling

Van der Craats vertelt dat de *meat* dient als grondstof voor fijne vleeswaren, zoals kroketten, frikadellen, knakworstjes, rookworsten en hamburgers. De vetten zijn bestemd voor de soepen- en sauzenindustrie en ook de huisdiervoedingsindustrie.

Welke landen opereren zoal op deze markt? "Een heel grote kipproducent is Amerika. De VS produceert kip voor de binnenlandse markt en levert veel bijproducten. Geëxporteerd wordt er naar Mexico en ook wel naar Rusland, maar de kwaliteit van dit product is ronduit slecht", stelt hij. "De grootste productie gaat naar Burger King, MacDonald's enzovoort. De daarop volgende producent is West-Europa. Ook Brazilië is in opkomst, maar deze markt verschilt sterk van Amerika en Europa. In Brazilië en andere opkomende landen is arbeid

goedkoop, het voer beschikbaar en zijn regelgeving en kwaliteitscontroles eenvoudiger dan in Europa. MRM of *Mechanically Removed Meat* wordt op de lokale markt als worstjes afgezet en niet geëxporteerd; transportkosten zouden het product al snel te duur maken."

Gevraagd naar de Aziatische afzetmarkt, antwoordt Van der Craats: "Ook dat is een interessante markt voor ons product. En Thailand mag dan een kipexporterend land zijn, deze export betreft vooral de duurder delen. De overige resten worden rechtstreeks als goedkoop product verkocht aan de lokale arme bevolking."

De toekomst

Hoe ziet Van der Craats de toekomst van Polskamp? "Op dit moment is 70% van ons product bestemd voor de Nederlandse en Belgische markt. Ruim 30% is export. Dit percentage zal de komende jaren nog flink stijgen. Sterke groei is er in de Midden-Aziatische landen en in de nieuwe EU-lidstaten. Ik hoop dat het binnen enkele jaren zover komt dat we China kunnen beleveren. Veel Chinese schepen komen met producten naar Europa; dit maakt dat het retourtransport voordelig is. Hierdoor wordt het mogelijk ons product tegen een redelijke prijs aan de ander kant van de wereld te krijgen."

Wat maakt dat product dan zo interessant voor het buitenland? Van der Craats: "We hebben het over hoogwaardig eiwit, van zeer goede en gegarandeerde kwaliteit, dat we in grote volumes kunnen leveren. En omdat we het proces van het mager maken van het product ontdekten, is het goed en breed inzetbaar, ook als vervanging van varkensvlees. In onze vestiging in Harskamp zijn we in staat om in één uur tijd 30.000 kg te verwerken. Dat is dus een auto vol met vlees per uur. We kunnen dat bovendien met bevroren grondstof. Dat heeft ook weer voordelen voor onze directe omgeving: we kunnen de markt in een korte cirkel rondom ons voorzien van verse *meat* in grootverpakking van 1.000 liter. Hiervoor hebben we cilinders ontwikkeld met een pompsysteem, te vergelijken met de bekende 'kitspuit' van de bouwmarkt. Deze kunnen we afvullen met vers product. Zo voorzien we 80% van de lokale markt van verse *meat*. Het kunnen verwerken van bevroren grondstof is daarbij wenselijk, want bij temperaturen onder nul blijft de kristalvorm van het ijs intact en het product stabiel."

Kritische consument

Consumenten worden steeds kritischer en vragen om producten als scharrelvlees en biologische producten. Wat kunt u daarmee? "Daar kunnen we zeker wat mee en dat doen we ook", zegt Van der Craats. "Hoewel ik toch sterk de indruk heb dat vooral de prijs voor de consument leidend is. Maar we zijn goed in staat om aparte ranges te produceren, van biologische grondstof tot biologische *meat*. Dat komt ook voor, en dient weer als grondstof voor biologische worstjes. Hetzelfde geldt voor *halal* grondstoffen, voor consumenten met een islamitische achtergrond.

Van een heel andere orde is de discussie die enige tijd geleden gevoerd werd over separatorvlees. Albert Heijn suggereerde toen in een aantal producten geen separatorvlees meer te verwerken. Maar met dit type vlees is helemaal niets mis, mits je er maar eerlijk en duidelijk over bent. Ik vind het dan ook logisch om op de verpakking van een product te vermelden dat er separatorvlees van kip in zit en daar niet geheimzinnig over te doen. Vervolgens zal op bijvoorbeeld internet duidelijk gemaakt moeten worden wat separatorvlees is."

Productinnovatie

Tot slot de vraag welke noviteiten we nog van Polskamp mogen verwachten. "Waar we aan werken, is de ontwikkeling van een soort bouillon. Wij gebruiken in ons bedrijf enorm veel energie. Veel van deze energie komt beschikbaar in de vorm van warmte. Deze willen we gebruiken voor het trekken van deze bouillon. We kunnen dan komen met een nieuw product, dat geproduceerd wordt dankzij duurzaam energiegebruik."

Jaap Holwerda

Herstel export door aanpassend vermogen

De Thaise pluimvee-industrie

Begin 2004 brak de pluimveegriep uit in Thailand. De Thaise pluimvee-industrie kreeg een enorme klap te verwerken. Op dat moment was het land een van de grootste pluimvee-exporteurs ter wereld: plotseling gingen de grenzen dicht en viel ook de binnenlandse consumptie sterk terug. Drie jaar later constateren we dat het aanpassend vermogen van de sector ervoor gezorgd heeft dat deze nu de vierde plaats inneemt voor wat betreft de export van pluimvee (haast synoniem voor: kip).

De reactie van de Thaise pluimvee-industrie na de uitbraak van pluimveegriep in Thailand is een sterke geweest. De Thaise pluimvee-industrie heeft een groot vermogen zich aan te passen aan trends en ontwikkelingen wereldwijd. De basisvoorwaarden hiervoor zijn een sterk geconcentreerde sector en een echte exportindustrie. Thailand exporteert ongeveer een kwart van de totale productie. En die export gebeurt vooral door een beperkt aantal grote bedrijven die ook nog eens sterk georganiseerd zijn.

De reactie op de uitbraak van pluimveegriep was een ferme veterinaire aanpak en strenge handhaving van de voedselveiligheid, maar daarnaast vooral een enorme investering in kookmachines en andere apparatuur voor de verwerking van vers pluimveevlees. Het is toegestaan om gekookt pluimveevlees te exporteren. Op deze manier heeft Thailand zich in een paar jaar tijd weer opgewerkt tot de vierde exporteur ter wereld. Aardig om te constateren is, dat veel van deze machines voor verwerking van pluimveevlees door Nederlandse bedrijven geleverd zijn.

Exportmarkten

Van de 276.000 ton pluimveevlees die Thailand in 2005 – de meest recente bekende cijfers – geëxporteerd heeft, ging ruim de helft (149.000 ton) naar Japan. De Europese Unie is de andere grote exportmarkt met een afzet van 40% (113.000 ton) van de Thaise productie. Binnen de EU gaat verreweg het grootste deel (69.000 ton) naar het Verenigd Koninkrijk. Hierna komt Nederland als afzetmarkt, met 24.000 ton. De overige EU-lidstaten zijn bescheiden (directe) importeurs van Thais pluimveevlees. Voor 2006 wijzen de voorlopige cijfers erop, dat de uitvoer naar Japan en de EU op respectievelijk 160.000 ton en 130.000 ton zal uitkomen.

Naast Japan en de EU stellen de overige markten weinig voor. Op beide grote afzetmarkten spelen belangrijke ontwikkelingen inzake markttoegang. Japan en Thailand zijn al lang in onderhandeling over een vrijhandelsverdrag. De recente militaire coup in Thailand heeft deze onderhandelingen sterk vertraagd. Maar wanneer een verdrag getekend wordt, zal dit positieve gevolgen hebben voor de Thaise pluimvee-industrie. De afzetmogelijkheden zullen omhoog gaan en het invoertarief naar beneden.

'Concurrent' China

Van groter belang was de overeenstemming eind 2006 van Thailand met de EU over een nieuw quotumsysteem. Voor Brazilië en Thailand zijn speciale quota ingesteld, die de invoer van gezouten en gekookt pluimveevlees moeten controleren. Na maanden van onderhandelen heeft Thailand een quotum gekregen van 160.000 ton gekookt pluimveevlees. Het heeft ook een quotum gekregen van 90.000 ton gezouten pluimveevlees. Dit laatste is voor Thailand nauwelijks van belang aangezien men dit soort vlees door de voortdurende situatie op het gebied van aviaire influenza voorlopig niet mag exporteren.

Een quotum van 160.000 ton gekookt pluimveevlees is 40% meer dan het exportniveau van 2005. Het biedt dus de komende jaren nog volop ruimte voor afzetgroei. Bovendien is het in-quotumtarief met 8% gunstig voor Thailand. Het quotum werd ingesteld door de EU om de eigen pluimvee-industrie te beschermen tegen de stijgende goedkope import.

Er is goed onderhandeld. Want uit zowel de Europese als de Thaise pers konden tevreden geluiden gedistilleerd worden over de overeenkomst. Redelijke tevredenheid bij beide partners dus en zekerheid voor de komende jaren. De grote verliezers van deze deal zijn de nieuwe aanbieders: andere landen die in de toekomst pluimveevlees willen exporteren naar de EU. Binnen deze groep speelt China een grote rol. Het wordt voor de Thaise pluimvee-industrie spannend om te zien hoe deze 'deal voor onbepaalde tijd' aangepast zou kunnen worden, bijvoorbeeld als het China toegestaan zou worden gekookt pluimveevlees te exporteren naar de EU.

Ook op de groeiende Aziatische afzetmarkt zal China de concurrent van de toekomst zijn. Thailand zal de voorsprong moeten bewaken die het heeft op het gebied van residuen, productiecontrole en kwaliteit van het eindproduct.

Aviaire influenza: de stand

Op dit moment bevindt Thailand zich in de zogenoemde 'vijfde golf' van uitbraken van pluimveegriep. Bij de eerste golf van begin 2004 gingen de Thaise autoriteiten nogal slecht van start. Er werd ontkend dat uitbraken hadden plaatsgevonden, terwijl grote delen van het land al besmet waren. Wellicht door deze slechte start is de aanpak daarna voortvarend geweest. Thailand heeft de dierziekte redelijk onder controle gekregen. Volledige controle is in de Thaise situatie, met een traditie van wat we in Nederland hobbykippen zouden noemen, haast niet mogelijk.

Ook de vechthanencultuur speelt hierin een rol. Er gaat veel geld om in hanengevechten. Het vraagstuk van de mobiliteit van pluimvee en het contact daarmee is hieraan vaak ondergeschikt. De sterke politieke lobby voor de vechthanen speelt ook een rol in de discussie over vaccinatie. Vechthanen zijn soms duizenden euro's waard en hun baasjes zouden de hanen daarom graag officieel laten vaccineren. Tot nog toe heeft de Thaise politiek vaccinatie echter niet toegestaan. Vanwege de complexiteit ervan, maar vooral uit angst om afzetmarkten te verliezen. Regelmatig kwamen er echter berichten van illegale import van ai-vaccin uit China.

Begin dit jaar is er een kleine doorbraak geweest. Onder bepaalde voorwaarden is ringvaccinatie toegestaan. De gevaccineerde dieren zullen na het einde van de uitbraak gedood worden. Het valt te bezien hoe deze situatie zich verder zal ontwikkelen. Dit is ook afhankelijk van de nu zeer onstabiele politieke situatie in Thailand.

Verwerking en integratie

De Thaise pluimvee-industrie moet internationaal vooral concurreren op de kwalitatief hoogwaardige verwerking van het kippenvlees. Hiervoor heeft de industrie al grote bedragen geïnvesteerd; dit zal men de komende jaren blijven doen. Hiernaast kunnen de Thai door goedkope en goede handarbeid flexibel produceren en handmatig aan de wensen van de klanten voldoen. Ook zal het toevoegen van kruiden, specerijen, marinades enzovoort toenemen. De Thai hebben de ambitie om *the kitchen of the world* te worden. De pluimvee-industrie speelt een grote rol in deze ambitie. Wereldwijd wint de Thaise keuken aan populariteit en dit leidt tot meer afzetmogelijkheden van kant-en-klaarproducten.

De grote kippenvleesproducenten zullen bovendien nog verder investeren in ketenintegratie. Aan de voorkant vooral op het gebied van veevoer, maar de belangrijkste ontwikkeling zit echter aan het eind. Daar worden samenwerkingsverbanden met de afnemers in Europa en Japan doorontwikkeld. Doel is om zoveel mogelijk verwerking in Thailand te laten plaatsvinden en zo een kant-en-klaar product te kunnen leveren aan de consumenten.

VIV-Asia

Niet alleen in Thailand, ook in veel andere landen van Azië zal de pluimvee-industrie zich blijven ontwikkelen. Vooral gedreven door China, India en Vietnam, zal de grote groei van pluimveevleesconsumptie juist in Azië plaatsvinden. Een groot deel hiervan zal voorzien worden door lokale productie. Van 7-9 maart vond in Bangkok wederom de VIV-Asia plaats.

De editie was drukker en beter bezocht dan twee jaar geleden. Ook het aantal exposanten was toegenomen. Het was duidelijk zichtbaar dat dit de belangrijkste beurs is in Azië over innovatieve veehouderij. Zo'n 50 Nederlandse bedrijven namen deel, waarvan 20 in het Nederlands paviljoen. Nederland was hiermee, na het sterk opkomende China, de grootste deelnemer.

LNV-bureau Bangkok

Product in opmars, maar geen markttoegang exporteurs

Pluimvee in Turkije, een wereld met twee gezichten

De pluimveesector in Turkije was tot in de jaren '70 vooral een familiekwestie. In de jaren '80 trad daarin verandering op met de introductie van geïntegreerde bedrijven en contract-gedreven productie. Sinds de jaren '90 zijn de investeringen gericht op moderne bedrijven die produceren volgens wereldmarktstandaarden. Sinds 2000 probeert Turkije te voldoen aan de EU-normen.

Vandaag de dag is de Turkse pluimveesector één van de modernste landbouwsectoren van het land. Zo'n 10.000 bedrijven produceren pluimveevlees en verschaffen werk aan circa 2 miljoen mensen. De pluimveesector genereert circa 1,7% van het Turkse BNP, met een jaarlijkse omzet tussen 2,3 en 2,7 miljard euro. Turkije is wereldwijd de 16e producent van pluimveevlees. Op dit moment is rond 85% van de bedrijven geïntegreerd. Deze bedrijven nemen 95% van de productie voor hun rekening. De moderne bedrijven bevinden zich vooral in het westen en noordwesten van het land.

De Turkse overheid heeft de pluimveesector sterk gesteund met het zogenoemde Resource Utilisation Support Fund via de Staatslandbouwbank (Ziraat Bankasi). De sector is sterk vertegenwoordigd via de Poultry Meat Producers and Breeders Association BESDBIR. Daarnaast hebben 19 grote bedrijven met een gezamenlijk productieaandeel van 85% zich verenigd in het Healthy Chicken Meat Platform. Dit platform beijvert zich consumenten voor te lichten over de gezonde productie en consumptie van pluimveevlees en het belang hiervan in een gezond eetpatroon.

Sterke sector ondanks alles

De Turkse pluimveesector vertoonde de laatste 20 jaar een zeer snelle expansie. Toch ondervond men gedurende de laatste 10 jaar de negatieve gevolgen van een aantal crises. In de jaren 2000 en 2001 onderging de Turkse economie een diepe economische crisis, waarbij ook de pluimvee- en diervoedersectoren zwaar getroffen werden. In deze periode gingen ook veel producenten van eieren failliet. In 2004 werd door een Turkse journalist een discussie gestart over het gebruik van hormonen in de pluimveesector. Een jaar later slaagde Turkije er niet in de langgekoesterde wens te realiseren pluimveevlees naar de EU te mogen exporteren.

Vervolgens brak er eind 2005 in Turkije aviaire influenza uit. Hierbij werden begin 2006 ruim 2,3 miljoen dieren geruimd. De consumptie van pluimveevlees daalde met 40%. De ziekte trof alleen kleinschalige pluimveehouders in dorpen in Oost-Turkije. De commerciële bedrijven bleven gevrijwaard. Toch bleven de grenzen van de EU gesloten voor alle import van pluimveevlees uit Turkije.

Consumptiepatronen

Turkije produceert jaarlijks ruim 1 miljoen ton pluimveevlees. Het merendeel wordt op de binnenlandse markt afgezet met 73 miljoen consumenten. De gemiddelde consumptie bedraagt 14,1 kg per persoon per jaar. Dit is voor een groot deel kip. De consumptie van kalkoen bedraagt slechts 0,7 kg per persoon per jaar. Turkije produceert jaarlijks circa 8,5 miljard eieren.

Voornaamste reden voor de snelle groei in productie en consumptie van pluimveevlees, is het feit dat de alternatieve eiwitbronnen rood vlees (rund, schaap en geit) én vis relatief erg duur zijn. Rood vlees en vis zijn in toenemende mate een steeds duurder wordend schaars goed. Daarnaast heeft de introductie van nieuwe kipproducten de vraag naar pluimveevlees doen toenemen. Parallel aan de opkomst van de supermarkten is ook het gebruik van koeling toegenomen en diepgevroren kipproducten vinden gretig aftrek bij de moderne Turkse consument.

De uitbraak van aviaire influenza eind 2005 deed de vraag naar pluimveevlees drastisch dalen. Gedurende de eerste helft van 2006 daalde de consumptie met maar liefst 70%. De sector startte daarop een intensieve advertentiecampaagne, zodat eind 2006 de consumptie zich grotendeels op het niveau van vóór de uitbraak bevond. De gemiddelde jaarconsumptie over 2006 eindigde op 10 kg per persoon.

Productiekant

De Turkse pluimveesector gebruikt jaarlijks circa 425 miljoen eendagskuikens. De moederdierenpopulatie wordt op 4,4 miljoen stuks geschat; hiervan worden 3,5 miljoen stuks geïmporteerd uit West-Europa. Hoewel de binnenlandse productie van moederdieren stijgt, is dit bij lange na niet voldoende om aan de vraag te voldoen.

De commerciële vleeskuikenbedrijven produceren op contractbasis. De contracten voorzien de producenten meestal ook van de levering van veterinaire diensten en voer. De gemiddelde producent produceert circa 15.000 slachtrijpe kuikens in een cyclus van 42 dagen. Het slachtgewicht per exemplaar ligt rond de 1,8 kg. Voyer is relatief duur in Turkije; het aandeel in de totale kosten bedraagt circa 70%. De conversiefactor voer-vlees bedraagt 2:1. Ruim 50% van het voer is maïs, dat merendeels wordt geïmporteerd. De wereldmarktprijs van maïs bedroeg de laatste jaren circa 75,9-84,5 euro per ton. De Turkse overheid probeert de maïsimport tegen te gaan, door prijsondersteuning van lokaal geproduceerde maïs tot circa 175 euro per ton. In 2006 veranderde deze situatie met een stijging van de wereldmarktprijs tot 167 euro per ton en een binnenlandse prijs van 195 euro per ton.

Diergezondheid, export en import

De Turkse pluimveesector heeft thans vooral last van de ziekte van Gumboro (ook wel IBD) en de ziekte van Newcastle (ook wel pseudo-vogelpest). Alle eendagskuikens worden tegen deze ziekten gevaccineerd. Na de uitbraak van Vogelgriep van het H5N1-type in 2006 is Turkije in februari dit jaar wederom getroffen door een uitbraak van deze ziekte. Export naar de EU is in theorie inmiddels wél mogelijk: sinds eind 2006 staat Turkije op de lijst van landen die naar de EU mogen exporteren. Toch is deze export niet mogelijk vanwege genoemde vogelgriep.

Export van Turks pluimveevlees vindt plaats naar het Verre Oosten, de Kaukasusregio, de Balkanlanden en het Midden-Oosten. De belangrijkste exportmarkten zijn: China, Azerbeidzjan, Irak, Macedonië en Hong Kong. De nabije en grote Russische markt is gesloten voor dierlijke producten uit Turkije vanwege het voorkomen van mond- en klauwzeer.

De hoge voederprijzen tasten de concurrentiepositie van de Turkse pluimveesector sterk aan, ondanks een exportsubsidie van 19,7 euro per ton. De export bedroeg 47.000 ton in 2005, met een waarde van 26,6 miljoen euro. Door een sterke binnenlandse lobby van de pluimveesector is import vrijwel onmogelijk gemaakt door het heffen van hoge invoerrechten en non-tarifaire belemmeringen.

LNV-bureau Ankara