

Vergaderjaar 1997–1998

24 140

Beleidsvoornemens op het gebied van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij

Nr. 40

BRIEF VAN DE MINISTER VAN LANDBOUW, NATUURBEHEER EN VISSERIJ

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

's-Gravenhage, 19 mei 1998

Bij de schriftelijke voorbereiding van de behandeling van de nota Dynamiek en Vernieuwing heb ik toegezegd u te informeren over de wijze waarop het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij **een bijdrage levert aan de verbetering van de concurrentiepositie van de Nederlandse agribusiness en aan de internationalisering van deze sector.**

Hierbij geef ik u een overzicht van de activiteiten die de afgelopen jaren in gang zijn gezet.

De Minister van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij,
J. J. van Aartsen

BRIEF EXPORTBEVORDERING NEDERLANDSE AGRIBUSINESS

Samenvatting

De internationale concurrentiepositie van de Nederlandse agrosector wordt voor een groot deel bepaald door actief in te spelen op de kansen en bedreigingen die voortkomen uit internationale politieke en technologische ontwikkelingen.

Het departement van LNV levert een forse bijdrage aan de versterking van de Nederlandse concurrentiepositie in zowel de hoogontwikkelde als de opkomende markten in de wereld. Aan de verdere profilering van de positie van het Nederlands agrocluster als leverancier van hoogwaardige producten zal in de nabije toekomst veel aandacht worden besteed.

De herijking van het buitenlands beleid heeft er mede toe bijgedragen, dat naast de versterking van de interdepartementale samenwerking, de belangen en mogelijkheden van de agrarische sector in voldoende mate zijn opgenomen in de regiodocumenten.

Op basis van de kernkwaliteiten van het Nederlandse agrocluster zijn de afgelopen jaren door LNV, in nauwe samenwerking met zowel afzonderlijke bedrijven als brancheorganisaties, een groot aantal activiteiten in gang gezet.

Hierbij wordt waar mogelijk samengewerkt met andere departementen en diensten.

Allereerst is geconstateerd dat in Duitsland, de grootste agrarische afzetmarkt van Nederland, de waardering voor het Nederlands product is teruggelopen. Om de Nederlandse positie te behouden en te versterken is het initiatief genomen tot een meerjarig actieplan met het doel een verbetering van de beeldvorming van het agrarische product in Duitsland te bewerkstelligen.

Daarnaast wordt in het kader van de toetreding van een aantal Midden-Europese landen tot de EU de implementatie van het acquis communautaire actief ondersteund via bilaterale contacten en EU-programma's. Hiermee worden de marktmogelijkheden versterkt voor het Nederlandse agrocluster.

Tevens heeft LNV in de landen buiten de EU op het terrein van markttoegang het initiatief genomen om bestaande non-tarifaire handelsbelemmeringen te slechten. In projectmatige vorm wordt samen met het georganiseerde bedrijfsleven goede vooruitgang geboekt.

In de afgelopen jaren heb ik via een aantal missies naar Midden- en Oost-Europa, Zuid-Amerika, China en Rusland invulling gegeven aan de versterking van de Nederlandse agrarische positie op deze markten, het vergroten van de markttoegang en aan het uitbouwen van de economische samenwerking. Als gevolg van deze activiteiten wordt het postennetwerk van de landbouwattachés versterkt en uitgebreid.

Samen met LEI-DLO heeft LNV tenslotte een concurrentiemonitor ontwikkeld, een instrument dat het bedrijfsleven de mogelijkheid biedt zichzelf een spiegel voor te houden over de internationale concurrentiepositie. Daarnaast geeft het praktische aanwijzingen over de wijze waarop ondernemers hun concurrentiekracht kunnen verbeteren.

1. Inleiding

Bij de schriftelijke voorbereiding van de behandeling van de nota Dynamiek en Vernieuwing heb ik toegezegd u te informeren over de wijze waarop LNV een bijdrage levert aan de verbetering van de concurrentiepositie van de Nederlandse agribusiness en aan de internationalisering van deze sector. Om aan die toezegging gestalte te doen, geef ik u hierbij een overzicht van de activiteiten die de afgelopen jaren in gang zijn gezet.

De doelstelling van het exportbevorderingsbeleid is handhaving en waar mogelijk versterking van de Nederlandse marktpositie op hoogontwikkelde markten (OESO-landen) en het onderzoeken en openen van nieuwe markten en marktsegmenten.

Mijn beleid is er in hoofdlijnen op gericht op twee wijzen invulling te geven aan deze doelstelling.

In de eerste plaats door versterking van de marktoriëntatie binnen het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid.

In de tweede plaats door ondersteuning van het bedrijfsleven met een aantal exportbevorderingsinstrumenten en een adequate vertegenwoordiging in het buitenland door landbouwwattachés.

Ik ga in deze brief eerst in op de positie van de Nederlandse agribusiness, de internationale marktontwikkelingen en de daarmee verband houdende kansen en bedreigingen.

Vervolgens schets ik de ontwikkelingen in het exportbevorderingsbeleid van LNV.

2. Concurrentiepositie Nederlandse agribusiness

Positie Nederlandse agribusiness

De land- en tuinbouw, visserij, voedingsmiddelenindustrie, handel en aanverwante sectoren in Nederland bieden werk aan circa 540 000 mensen. Dit is ongeveer 10% van de beroepsbevolking. De procentuele bijdrage aan het nationaal inkomen is ongeveer even groot.

Ruim de helft van het inkomen genereren deze sectoren door de export, vooral naar de Europese Unie. Daarbij gaat het niet alleen om de export van in Nederland geproduceerde en verwerkte grondstoffen, maar tevens om de doorvoer en verwerking van geïmporteerde grondstoffen, halffabrikaten, eindproducten en investerings- en kapitaalgoederen.

Voor de Nederlandse agribusiness is de Europese Unie in 1997 met een aandeel van 85% van de totale export verreweg de belangrijkste bestemming. Koploper is Duitsland dat 31% van de Nederlandse uitvoer opneemt. Andere belangrijke bestemmingslanden binnen de EU zijn Frankrijk, België/Luxemburg, het Verenigd Koninkrijk en Italië. Buiten de EU zijn de VS, Rusland, Japan en Zwitserland de belangrijkste afnemers van Nederland. Vooral de afzet naar Rusland is de laatste jaren stormachtig gegroeid. De belangrijkste leveranciers van agrarische producten aan Nederland zijn Duitsland, België/Luxemburg en Frankrijk. De in Nederland ingevoerde producten zijn voor 35% afkomstig van buiten de Europese Unie. De VS, Brazilië, Argentinië, Ivoorkust en Thailand vormen de belangrijkste leveranciers.

De directe investeringen van de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie in het buitenland bedroegen de afgelopen jaren gemiddeld 3,7 miljard gulden per jaar. Dat komt overeen met 14% van de totale investeringen van Nederland in het buitenland.

Het belangrijkste bestemmingsgebied is ook hier de Europese Unie.

De buitenlandse investeringen in de Nederlandse voedingsmiddelen-industrie vertegenwoordigden de afgelopen jaren een waarde van gemiddeld één miljard gulden per jaar.

Internationale ontwikkelingen

De wereld om ons heen verandert in snel tempo. Het is zaak dat de Nederlandse agrosector alert reageert op de internationale markt-ontwikkelingen en de uitdagingen van de internationale concurrentie oppakt.

Technologische ontwikkelingen op het gebied van de informatie- en communicatietechnologie, veranderingen in bedrijfsstrategieën, het transformatieproces in de Russische federatie en in China, beslissingen van handelsblokken of afzonderlijke staten tot liberalisering en deregulering en de vorming van de WTO, veranderen het grensoverschrijdende economische, politieke, sociale en culturele verkeer in hoog tempo. De trend is duidelijk: er is sprake van een sterk toenemende Europese en mondiale verwevenheid, vergrote afhankelijkheden en een versterkte concurrentie.

Ondernemingen investeren meer en meer wereldwijd in lokale markten en ontplooiën wereldwijde activiteiten, ontwikkelen wisselende samenwerkingsverbanden, joint ventures en consortia.

Vooral de grote ondernemingen in de voedingsmiddelenindustrie en -distributie zetten daarbij de toon.

Ingrediënten van het voedselpakket dat zij aanbieden worden geproduceerd in verschillende landen en vervolgens op de lokale consumentenmarkt in de uiteindelijk gewenste vorm aangeboden. Internationale handel wordt in toenemende mate ook intra-industrie handel.

Het gaat om levensmiddelenindustrieën, supermarktketens, fast food-ketens en cateringbedrijven. Vooral de toegenomen marktmacht van het grootwinkelbedrijf is opmerkelijk.

Daarnaast ontwikkelen zich op nationaal, regionaal en internationaal niveau nieuwe vormen van samenwerking en beleidscoördinatie. Op nationaal niveau is dit de herijking en economisering van het buitenland-beleid. Op Europees niveau de uitbreiding van de Europese Unie en de invoering van de EMU.

Op internationaal niveau, het ontstaan van de WTO en de samenwerking in VN/FAO gericht op het vergroten van de voedselzekerheid.

Door de veranderde politieke en economische verhoudingen in de wereld zijn in de ontwikkelingslanden en in het voormalige Oostblok nieuwe markten ontstaan.

Deze «opkomende» markten zijn vanwege hun groeiprestaties, groeipotenties en toenemende economische openheid, interessante markten voor bedrijven die willen expanderen. Deze markten met een gezamenlijke bevolkingsomvang van 3,2 miljard mensen (meer dan de helft van de wereldbevolking) bevinden zich in alle werelddelen doch voornamelijk in India en China. Naast Europa en de VS, wordt Azië gezien als het belangrijkste economische blok in de komende decennia.

De groei in de vraag naar voedsel op wereldschaal zal, ondanks de lagere economische groeiverwachtingen in Zuid-Oost Azië als gevolg van de huidige crisis in de regio, door de bevolkingsgroei voornamelijk uit deze regio komen.

Door de sterke verwevenheid tussen de Nederlandse en de internationale economie is actieve deelname van het Nederlandse bedrijfsleven aan de wereldwijde netwerkeconomie van groot belang voor een sterke economische concurrentiepositie. Ook een goed vestigingsklimaat

gecombineerd met een beleid gericht op economische samenwerking en exportbevordering zijn daarvoor belangrijke voorwaarden.

3. Kansen en bedreigingen

De komende decennia staat de wereld voor de uitdaging de voedselzekerheid in de wereld veilig te stellen voor een groeiende wereldbevolking.

Toekomstverkenningen leren dat een verdubbeling van de voedselproductie in dertig jaar is vereist. Daarbij gaat het steeds om drie sleutelbegrippen: duurzaamheid, productietoename en een gelijkwaardige toegang.

In veel ontwikkelingslanden en landen in transitie speelt de agrarische sector een belangrijke rol in de economische ontwikkeling en is daarmee van cruciaal belang voor de economie en stabiliteit. In deze landen is vaak 60 tot 70% van de beroepsbevolking werkzaam in de landbouw. Hier ligt naar mijn mening een grote uitdaging voor het Nederlandse agrocluster om bij te dragen aan een verbetering van de voedselvoorziening in de steden en het verminderen van de armoede op het platteland. Daarvoor is het nodig dat er samenwerkingsrelaties ontstaan met partners in deze landen gericht op gezamenlijke ontwikkeling en overdracht van hoogwaardige kennis vanuit verschillende disciplines en waar nodig geïntegreerd of multidisciplinair.

Het Nederlandse agrocluster heeft de kennis in huis om een belangrijke speler te worden in de duurzame ontwikkeling van de wereldvoedselvoorziening. Tevens beschikt ze over de technologie om de gehele voedselkolom te organiseren zodat het eenmaal geproduceerde voedsel ook daadwerkelijk de consument bereikt.

Ook kan het Nederlandse agrocluster een belangrijke bijdrage leveren aan het scheppen van een geschikte bedrijfsomgeving door het opzetten van garantiesystemen voor gezond en veilig voedsel waarmee recht wordt gedaan aan consumerconcerns op het vlak van diergezondheid, voedselveiligheid, ethiek, milieu en natuur.

Om goed te kunnen inspelen op de mondiale vraag naar Nederlandse agrotechnologie en kennis acht ik het noodzakelijk dat het Nederlandse agrocluster zich gezamenlijk presenteert vooral daar waar het gaat om de samenhang tussen wetenschappelijk onderzoek, technische, economische en sociale innovatie en de levering van concrete producten en diensten. De internationale positie van de Nederlandse landbouw, agribusiness en het Nederlandse natuur- en milieubeleid is van invloed op de internationale status en reputatie van het Nederlandse kennisstelsel en vice versa. Relaties op het gebied van kennis vormen vooral in de opkomende markten vaak een belangrijk voorportaal voor samenwerking op het terrein van de handel en investeringen.

De Europese binnenmarkt kenmerkt zich door marktverzadiging en toenemende concurrentie. Het is daarom essentieel, dat de Nederlandse agribusiness op deze markten in het hoogste kwaliteitssegment komt. Op deze binnenmarkt zijn kwaliteit en imago de sleutelwoorden.

De consument op deze markten wil niet alleen voldoende gezond en smakelijk voedsel, maar ook voedsel dat geen residuen bevat en voldoet aan acceptabele niveaus t.a.v. dierenwelzijn en het milieu.

In het bijzonder de vleesverwerkende industrie, inclusief de slachterijen, zal de komende jaren moeten investeren in certificering in de gehele keten vanaf de boerderij om de veiligheid en de kwaliteit van het product te kunnen garanderen.

In dit licht is ook ketenomkering en het vervullen van de agrologistieke functie overigens van het grootste belang.

De primaire verantwoordelijkheid daarvoor ligt bij het bedrijfsleven.

Ik zie het als een belangrijke taak van dit departement nu en in de toekomst het agrocluster in Nederland als leverancier van hoogwaardige producten verder te profileren en het te ondersteunen bij het versterken van zijn positie in de hoogontwikkelde en opkomende markten.

4. Activiteiten en instrumenten ter ondersteuning van het Nederlandse agrocluster

Op basis van de kernkwaliteiten van het Nederlandse agrocluster en de beschreven ontwikkelingen heb ik afgelopen jaren een aantal activiteiten in gang gezet. Met deze activiteiten draagt LNV bij aan een open wereldhandels- en investeringssysteem, de integratie van Midden- en Oost-Europa in de Europese Unie en een duidelijke participatie en positionering van het Nederlandse agrocluster op hoogontwikkelde en opkomende markten. Deze activiteiten worden in het kader van de herijking van het buitenlandbeleid afgestemd en uitgevoerd met EZ en BUZA. Het aangrijpingspunt voor deze interdepartementale samenwerking vormen de onder coördinatie van BUZA uitgebrachte en uit te brengen landen en regiocumenten.

Daarvoor levert LNV in nauw overleg met de verschillende doelgroepen en andere vakdepartementen de inbreng op het terrein van duurzame voedselvoorziening, behoud van biodiversiteit en natuurbeheer. Met de instelling van de Homogene Groep Internationale Samenwerking (HGIS) is meer armslag verkregen om in te kunnen spelen op de ontwikkeling van nabije en opkomende markten en op het wegnemen van knelpunten.

Marktopening

Met het GATT-akkoord in 1995 hebben landen zich verplicht hun markttoegang te verbeteren. Dat biedt nieuwe mogelijkheden. De tarifaire en non tarifaire barrières die de markttoegang belemmeren worden in bilaterale en multilaterale fora aan de orde gesteld.

Het verminderen of opheffen van fytosanitaire en veterinaire handelsbelemmeringen voor de handel in uitgangsmateriaal en eindproducten met landen buiten de Europese Unie heeft daarnaast de komende jaren onverminderd prioriteit.

De afgelopen jaren zijn op dit terrein twee projecten geïnitieerd, te weten: Planmatige Aanpak Veterinaire en zoötechnische Exportbelemmeringen (PAVE) en Aanpak Exportbelemmeringen Plantaardige Producten (AEPP). Er zijn inmiddels meerjarige programma's gestart om de markttoegang tot een aantal geselecteerde landen, waaronder Rusland en China te verbeteren. Het bedrijfsleven is hierbij actief betrokken.

Daarnaast heeft de door de klassieke varkenspest (KVP) en bovine spongiform encephalopathy (BSE) veroorzaakte problematiek inzake de toegang tot buitenlandse markten geleid tot intensivering van de samenwerking tussen LNV en bedrijfsleven met betrekking tot de aanpak van veterinaire belemmeringen. De instelling van het Veterinair informatiepunt (VIP) bij de Productschappen Vee, Vlees en Eieren (PVE) is hiervan een directe afgeleide. Het VIP biedt tevens het kader voor de aanpak van allerhande ad-hoc belemmeringen.

Kenmerkend voor de nieuwe succesvolle aanpak is de structurele samenwerking tussen LNV en bedrijfsleven gericht op identificatie, prioriteitsstelling en de wijze waarop fytosanitaire en veterinaire belemmeringen dienen te worden aangepakt.

Marktintegratie

Met een aantal Midden-Europese landen zijn de toetredings-onderhandelingen begonnen. Voor alle Midden-Europese landen wil de Commissie de toetredingsstrategie versterken o.a. door pré- en posttoetredingssteun. Dat biedt kansen voor het Nederlandse agrocluster. De gebrekkige overname en implementatie van het acquis communautaire stellen het bedrijfsleven echter ook voor problemen. Mijn departement zal deze problemen, die te maken hebben met institutionele zwakheden, inventariseren en met behulp van bilaterale contacten met de Midden-Europese landen, EU-programma's (PHARE/TAIEX) en zo nodig ook door middel van bilaterale programma's aanpakken. In het kader van de implementatie van het acquis communautaire gaat het mij om de implementatie van fytosanitaire en veterinaire regelgeving, het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid, het Europese structuurbeleid waaronder het plattelandsbeleid.

Marktverkenning

Om de positie van de Nederlandse agribusiness op de opkomende markten te versterken acht ik verbetering van de kwantitatieve en kwalitatieve informatie onontbeerlijk.

LNv zal in nauwe samenwerking met EZ de communicatie met het MKB over exportmogelijkheden alsmede het export- en investerings-instrumentarium moderniseren en intensiveren.

Het vergaren van specifieke voor het bedrijfsleven relevante informatie is en blijft één van de kerntaken van de landbouwwattachsés. Het informeren van de agribusiness met actuele marktinformatie, promotionele ondersteuning via het exportinstrumentarium en waar nodig bemiddeling bij markttoegangsproblemen van individuele ondernemers sluit hierop aan (zie bijlage).¹ Door de spreekdagen van de landbouwwattachsés in Nederland te koppelen aan landen- en regioconferenties, wordt beoogd het netwerk uit te breiden en de aanwezigheid van Nederlandse bedrijven op de buitenlandse markten te vergroten.

Door het organiseren van een Ruslandconferentie waaraan vertegenwoordigers van 70 bedrijven deelnamen is inmiddels ervaring opgedaan met deze werkwijze.

Deze conferentie heeft er mede toe geleid dat 45 bedrijven deelnamen aan de recent door LNv georganiseerde handelsmissie naar Rusland.

Marktontwikkeling

Hoogontwikkelde markten

Voor de Nederlandse agribusiness blijven de markten in de Europese Unie en Noord-Amerika van grote betekenis, zowel voor export als voor investeringen.

Marktbehoud en productontwikkeling zijn hier de sleutelwoorden. Ik wil in dit verband het belang benadrukken dat wij hechten aan een goede (landbouw) relatie met Duitsland. Om het imago van het Nederlands product nauwgezet te kunnen volgen bestaat er al geruime tijd de Holland Imago Monitor onder meer voor de Duitse markt.

Uit onderzoeken die in 1990, 1993 en 1996 plaatsvonden bleek dat de waardering van de Duitse consument voor het Nederlandse product is afgenomen op de aspecten kwaliteit en productiemethoden. Gegeven deze situatie heb ik het initiatief genomen om in samenwerking met het bedrijfsleven een meerjarig actieplan te ontwikkelen om op deze verdringsmarkt de Nederlandse positie te behouden en uit te bouwen. Centraal doel van het plan is de verbetering van de beeldvorming in

¹ Ter inzage gelegd bij de afdeling Parlementaire Documentatie.

Duitsland van Nederlandse producten en van Nederland als agrarisch herkomstland. Samen met de Nederlandse agribusiness wordt dit meerjarig actieplan ontwikkeld. Dit actieplan beoogt tevens de bevordering van de groei van het Nederlandse marktaandeel op de verschillende deelmarkten (met name de Oostelijke en Zuidelijke Bundesländer) en de ontwikkeling van nieuwe marktsegmenten (o.a. grootverbruik, biologische en convenience producten).

Tenslotte gaat het om de stimulering van Nederlandse investeringen in Duitsland.

Het Actieplan bestrijkt de periode van 1999 tot en met 2002, waarbij wordt aangehaakt bij de Expo 2000 en de Floriade 2002 in Hoofddorp. Het plan omvat een breed scala van communicatie- en promotie-instrumenten en sluit aan bij de interdepartementale beleidslijnen die in het kader van de herijking van het Nederlandse buitenlandbeleid voor Duitsland zijn geformuleerd.

Blijvende bereikbaarheid van de internationale afzetmarkten is van levensbelang voor de gehele Nederlandse agribusiness. De bereikbaarheid met traditionele middelen – vervoer over de weg – kan op termijn niet altijd en overal worden gegarandeerd. De huidige distributieconcepten zijn daarbij soms inefficiënt en duur. De logistieke prestatie van het bedrijfsleven wordt daarom steeds belangrijker, want voor het behoud en het versterken van het concurrentievermogen van de sector is het op tijd leveren van producten van essentieel belang. Ook het maatschappelijk draagvlak – belasting van het milieu en de leefomgeving – wordt minder. Nieuwe concepten, economisch efficiënter en milieuvriendelijker, zijn dan ook noodzakelijk. Op het terrein van de agrologistiek wordt met de kennisinstellingen en de agrosector gewerkt aan nieuwe concepten door het toepassen van nieuwe informatietechnologie, betere organisatie, weldoordachte situering van de distributiecentra en het verminderen van de afhankelijkheid van vervoer over de weg.

De concentratie van kennis over ketens en logistiek is van groot belang voor het realiseren van doorbraken op dit terrein.

LVN heeft samen met LEI-DLO een concurrentiemonitor ontwikkeld. Deze concurrentiemonitor berust op een integrale benadering van het begrip concurrentiekracht en biedt het bedrijfsleven de mogelijkheid zichzelf een spiegel voor te houden. De concurrentiemonitor geeft antwoord op de vraag wat de actuele concurrentiekracht is van de Nederlandse agribusiness en op welke aspecten de Nederlandse prestatie beter of slechter is dan die van de concurrenten. Hieruit vloeien praktische aanwijzingen voort over de wijze waarop de ondernemers hun concurrentiekracht kunnen verbeteren.

De vier kernbegrippen die gezamenlijk de concurrentiekracht bepalen en door de ondernemer kunnen worden beïnvloed zijn: ketendoelmatigheid, marktaanpassingsvermogen, kosten en efficiëntie en strategisch potentieel. De gewenste actualiteit wordt bereikt door informatie over de huidige situatie bij buitenlandse afnemers en Nederlandse aanbieders in te winnen. Met de nu ontwikkelde monitor is een veelzijdig en bruikbaar instrument verkregen. LVN zal de komende jaren het gebruik van de monitor door het bedrijfsleven krachtig stimuleren en in voorkomende gevallen ook zelf inzetten. Op basis van dit instrument kunnen heel nauwgezet de problemen worden gedefinieerd en bezien of deze mede met behulp van het LVN stimuleringskader kunnen worden aangepakt. Inmiddels zijn een aantal pilots besproken met het bedrijfsleven.

Opkomende markten

De agribusiness-missies vormen een belangrijk instrument voor een betere positionering van agrarisch Nederland in het buitenland, de

verbetering van markttoegang, de versterking van het imago, economische samenwerking en de versterking van het LNV-netwerk met het bedrijfsleven, pers en politiek. In deze regeerperiode zijn succesvolle missies uitgevoerd naar Midden- en Oost-Europa, Latijns-Amerika, China, Vietnam en Rusland.

Met name in China is in een relatief korte periode voor de Nederlandse agribusiness een belangrijke doorbraak gekomen. Tijdens mijn recente bezoek aan Rusland in maart jl. is bevestigd, dat wederzijds groot belang wordt gehecht aan het verstevigen van de bilaterale relaties op landbouwgebied. De sterke toename van het handelsvolume in de afgelopen jaren draagt hier tevens aan bij.

Rusland lijkt evenals China Nederland uit te kiezen als partner in de agrarische ontwikkeling. Op termijn zie ik ook een doorbraak ontstaan in Zuidelijk Afrika.

In eerste instantie dient de institutionele samenwerking versterkt te worden, hetgeen naar verwachting op termijn zal resulteren in intensievere handels- en investeringsrelaties.

Tijdens mijn bezoek aan China in 1995 zijn afspraken gemaakt over nauwere samenwerking op landbouwgebied. Inmiddels zijn twee demonstratie- en trainingscentra opgericht, één op het terrein van de veehouderij in Peking en één op het terrein van de tuinbouw in Shanghai. Een eerste vervolgproject dient zich aan in de vorm van ketendistributie van het tuinbouwdemonstratieproject naar de supermarkten van Ahold in Shanghai. Tijdens mijn bezoek aan China in oktober 1997 is de afspraak gemaakt ook een demonstratieproject op te zetten voor de melkveehouderij. Door inmiddels zo'n tachtig Nederlandse bedrijven worden de twee demonstratieprojecten gebruikt om de Chinese markt verder te betreden.

Uit de missies naar China is verder gebleken dat daar sterke behoefte bestaat aan de verdere ontwikkeling van productie- en distributiesystemen voor versproducten, met name voor de opkomende middenklasse in de grote steden.

Ook hier liggen grote mogelijkheden voor het Nederlandse agrocluster. Tijdens mijn laatste bezoek aan China heb ik tevens een trainingsprogramma aangeboden voor Chinese managers uit de agribusiness. Het programma heeft een looptijd van twee jaar en beoogt een agribusiness netwerk op te bouwen tussen Nederland en China op middelmanagement niveau. Ook is een doorbraak bereikt op het gebied van pootaardappelen. Op een Chinees eiland is inmiddels een tweejarig proefproject gestart met Nederlandse pootaardappelen inzake de vrijwaring van quarantaineziekten van dit pootgoed. Als de proef slaagt kan dit leiden tot de eerste commerciële import van pootaardappelen in China.

Ook in Vietnam is men, als uitvloeisel van de missie, in november 1995 begonnen met de bouw en inrichting van een trainings- en demonstratiecentrum voor de pluimvee- en varkenshouderij.

In Midden- en Oost-Europa zijn een groot aantal PSO-projecten (Programma Samenwerking Oost-Europa) van de grond getild, waarin productie, distributie, verwerking en afzet samenkomen.

Een van deze projecten is het Kolomna Agricultural Support Programme (KASP).

Binnen dit demonstratieproject staan productie, distributie, verwerking en de afzet van groente en aardappelen centraal. Dit project heeft binnen Rusland veel publiciteit getrokken en voor grote spin-off gezorgd. In 1997 organiseerde LNV een grote doorlopende landbouwmanifestatie in Kolomna om ook andere dan de direct betrokken Nederlandse bedrijven te laten meedelen in de spin off van dit project.

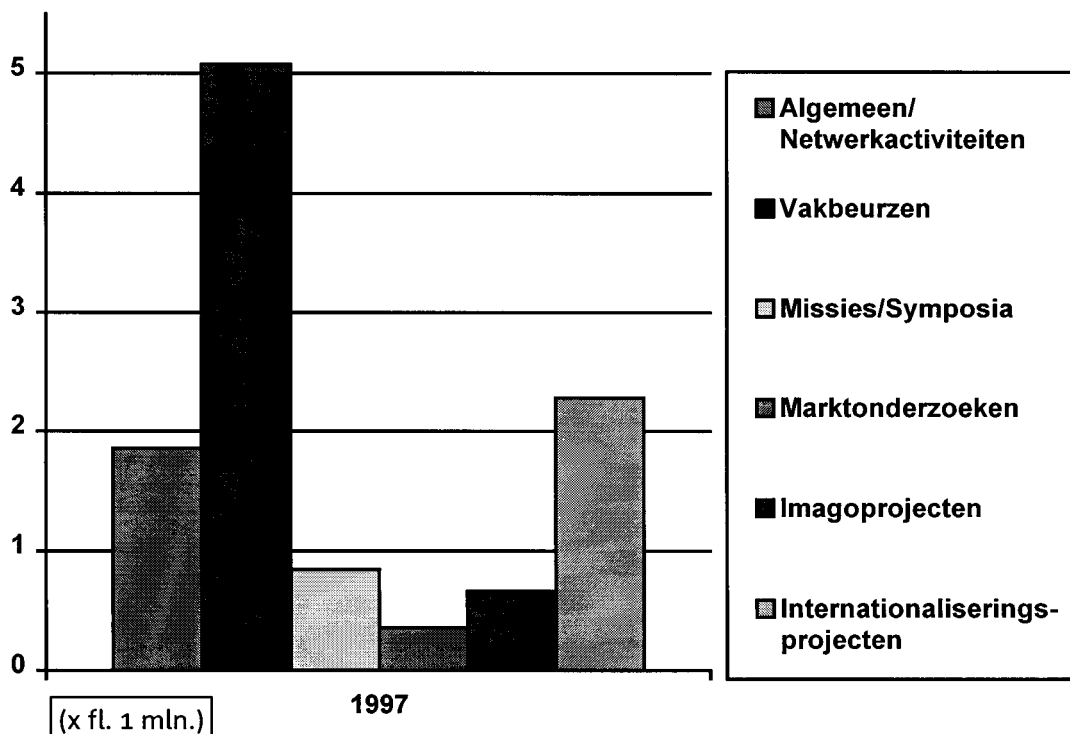
Dergelijke projecten zijn voor de Nederlandse agribusiness en de ontvangende landen zeer aantrekkelijk omdat ze vanwege de opzet en uitvoering een tastbaar karakter hebben en men zelf aan kan geven wat

men nodig heeft. Ook in India zijn recent enkele projecten met PSOM-gelden goedgekeurd die een bijdrage leveren aan een betere organisatie van de keten in de tuinbouw- en pluimveesector.

In de afgelopen jaren zijn met verschillende landen die behoren tot de opkomende markten Memoranda of Understanding (MoU) gesloten, waarbinnen projecten via (openbare) aanbesteding worden uitgevoerd door Nederlandse bedrijven. Naast de agribusiness maken ook de kennisinstellingen van deze overeenkomsten gebruik om hun kennis en expertise op de internationale markt tot waarde te brengen. Op het gebied van de kennisinfrastructuur zal LNV bijdragen aan een goede positionering van Kenniscentrum Wageningen in het internationale krachtenveld. Centraal staan daarbij het ontwikkelen, integreren, toepassen en overdragen van kennis op de hoofdthema's:

- agrotechnologie en voeding, inclusief gezondheidsaspecten;
- duurzame agrarische productie en natuur als functies van de groene ruimte;
- ontwikkeling, inrichting en beheer van de multifunctionele groene ruimte.

Bovenstaande activiteiten maken het noodzakelijk dat het *postennetwerk van de landbouwattachés* wordt versterkt en uitgebreid in Midden- en Oost-Europa, Azië en de Mercosurlanden. Door de verruiming van de financiële middelen als gevolg van de herijking wordt dit ook mogelijk. In 1998 zullen posten worden geopend in Buenos Aires en Boekarest. De post in Moskou zal worden versterkt. Met deze uitbreiding wordt een belangrijke extra service geleverd aan de Nederlandse agribusiness.

Grafiek 1: Verdeling budget (ca 10 mln. per jaar) naar beleidsinstrumenten.

In nauwe samenwerking met de landbouwattachés gestationeerd op 28 ambassades in de wereld voert LNV jaarlijks zo'n 250 activiteiten uit, die kunnen worden onderverdeeld in een zestal categorieën.

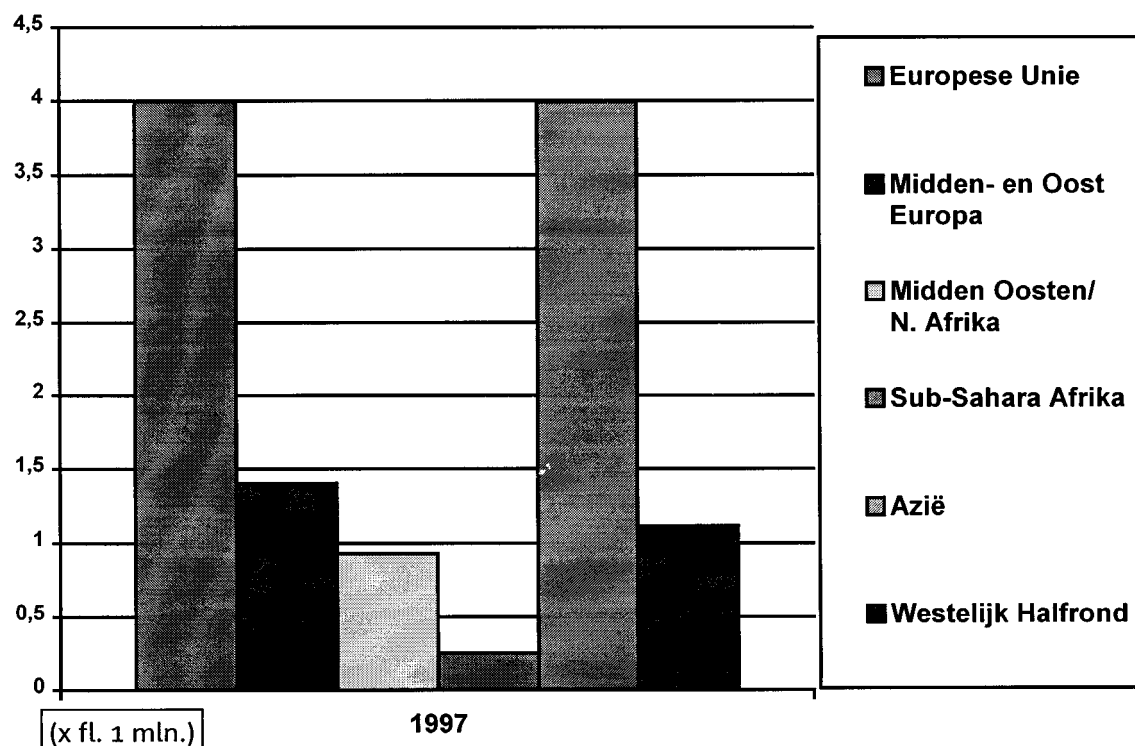
In financieel opzicht vormen de collectieve inzendingen op buitenlandse vakbeurzen het zwaartepunt van de activiteiten. Hiernaast wordt door het organiseren van missies, handelscontactbijeenkomsten (hcb's) en seminars een bijdrage geleverd aan het leggen van gerichte contacten tussen Nederlandse en buitenlandse bedrijven en (overheids)instellingen. Aan deze netwerkbijeenkomsten gaat veelal marktonderzoek vooraf, dat een globaal of specifiek beeld geeft van een bepaald marktsegment.

Op de OESO-markten worden imagoprojecten uitgevoerd met als doel het imago van Nederland en het Nederlandse agrarische product te onderzoeken en te evalueren; tevens worden gerichte maatregelen ter verbetering voorgesteld.

Daarnaast is er een categorie algemene netwerkactiviteiten, die hoofdzakelijk bestaan uit handelsbemiddeling en relatiemanagement op de posten.

Tenslotte zijn er in de negentiger jaren een drietal demonstratieprojecten gestart in China en Vietnam.

Grafiek 2: Verdeling van het budget (ca 10 mln. per jaar) over de regio's.



De verdeling van het exportbevorderingsbudget over de verschillende regio's laat zien, dat in toenemende mate belang wordt gehecht aan de opkomende markten in Azië en Midden- en Oost-Europa. Daarnaast blijven de activiteiten in zowel de Europese Unie als het Westelijk Halfrond de laatste jaren redelijk constant van omvang. In het Midden-Oosten en Sub-Sahara Afrika worden tot op heden betrekkelijk weinig activiteiten ontplooid.