Med. No. 344

MARKTPERSPECTIEVEN VOOR DE NEDERLANDSE SCHAPENSECTOR IN DE KOMENDE JAREN

SAMENVATTING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Mei 1986

Landbouw-Economisch Instituut

REFERAAT

MARKTPERSPECTIEVEN VOOR DE NEDERLANDSE SCHAPENSECTOR IN DE KOMENDE JAREN
Samenvatting, conclusies en aanbevelingen
Den Haag, Landbouw-Economisch Instituut, 1986
140 p., tab., fig., bijl.

Het Landbouw-Economisch Instituut kreeg van het Produktschap voor Vee en Vlees opdracht voor een perspectiefstudie voor vee en vlees van de Nederlandse schapensector op de markt van de Europese Gemeenschap in casu Frankrijk, Italië, Griekenland en België. Het onderzoek leert dat sprake is van een zeer gevarieerde markt. Er zijn veel interessante produktmarktcombinaties en ook voor Nederland liggen daar kansen, zij het in beperkte mate en niet zonder meer. Er is een scherpe concurrentie van het nationale en internationale aanbod. Verder blijkt de Nederlandse schapensector op een groot aantal punten zwak te scoren t.o.v. concurrerende aanbieders. Versterking van de concurrentiepositie is nodig. Daartoe geeft het onderzoek een aantal hoofdlijnen voor een marketing-strategie.

Marktonderzoek/Exportmarketing/Sterkte-zwakte analyse/Sectorstrategie/Schapensector/Schape- en lamsvlees/Nederland/Europese Gemeenschap

Overname van de inhoud toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

Inhoud

		Blz.
WOORD VOORAF		5
SAMENVATTING		7
1.	PROBLEMATIEK IN DE NEDERLANDSE SCHAPENSECTOR	9
1.1	Produktie en export	9
1.2	Werkgelegenheid en winstgevendheid	12
1.3	Het onderzoek	14
2.	VRAAG EN AANBOD IN DE EUROPESE GEMEENSCHAP	16
2.1	De vraag naar schapevlees	16
2.2	Handelspatronen in de Europese Gemeenschap	19
3.	DE SCHAPENSECTOR IN FRANKRIJK	23
3.1	Bevolking en welvaart	23
3.2	Finale vraag	23
3.3	De primaire sector	27
3.4	Collecterende en distribuerende handel	30
3.5	De schapenslachtsector	32
3.6	Interregionale handelsstromen	37
3.7	Ontwikkelingen in de produktie van deelstukken	38
3.8	Ontwikkelingen in verwerking en distributie	40
3.9	De detailhandel	42
3.10	De concurrentie	43
4.	DE SCHAPENSECTOR IN ITALIË	45
4.1	Finale vraag	45
4.2	Primaire sector	48
4.3	Verwerking en afzet	50
4.4	Afzetkanalen	52
4.5	Internationale handel	55
4.6	Kansen en bedreigingen	56
5.	DE SCHAPENSECTOR IN BELGIË	58
5.1	Verbruikers	58
5.2	Primaire sector	60
5.3	Verwerking en distributie	60
5.4	Concurrentie	63
5.5	Kansen en bedreigingen	64
6.	DE SCHAPENSECTOR IN GRIEKENLAND	65
6.1	De verbruikers en het produkt	65
6.2	De primaire sector	69
6.3	Verwerking en distributie	69
6.4	De concurrentie	73
6.5	Kansen en bedreigingen	75

INHOUD (vervolg)

Blz.

7. KANSEN EN BEDREIGINGEN IN DE EUROPESE GEMEENSCHAP 76
7.1 De afzetgebieden in de Europese Gemeenschap 76
7.2 Het verhandelde produkt 78
7.3 Marketing-mix-aspecten: produkt en distributie 78
7.4 Deelmarkten: aantrekkelijkheid en concurrentie-positie 85
7.5 De EG-marktordening 87

8. STERKE EN ZWAKKE PUNTEN VAN DE NEDERLANDSE SCHAPEN-SECTOR 89
8.1 De omgeving van de schapensector 89
8.2 De primaire produktiesector 90
8.3 Handel en verwerking 91
8.4 De relatie met de markt 94
8.5 De Nederlandse schapensector: een somber beeld 96

9. ONTWIKKELINGEN IN DE KOMENDE JAREN 97
9.1 Inleiding 97
9.2 De vraag naar schapevlees 97
9.3 De voorziening met schapevlees 98
9.4 Distributie 98
9.5 Verwerking en marketing 99
9.6 EG-beleid 99
9.7 Perspectief 100

10. AANBEVELINGEN 101
10.1 Algemene uitgangspunten 101
10.2 Sterke en zwakke punten van Nederland 104
10.3 Algemene strategie 107
10.4 Strategie van produkt-marktcombinaties 108
10.5 Strategie voor niveaus, organisaties en overheid 109

LITERATUUR 112

BIJLAGEN 114
1. Berekening van de werkgelegenheid in de schapensector
2. Voorzieningsbalansen schape- en geitevlees 1982, 1983 en 1984
3. Consumptie van schape- en geitevlees in de EG, totaal en per hoofd
4. De Europese Marktordening voor schapen
5. De schapensector in Spanje
6. De schapensector in het Verenigd Koninkrijk

Woord vooraf

Sinds het begin van de jaren tachtig wordt de Nederlandse schapensector geconfronteerd met teruglopende exporten van schape- en lamsvlees en daarmee samenhangend een groeiende export van slachtdieren. Dit heeft geleid tot afnemende activiteit in de Nederlandse exportslachterijen en een voortdurende dreiging van inkrimpende werkgelegenheid. Tegen deze achtergrond nam het Produktschap voor Vee en Vlees, in overleg met het Ministerie van Landbouw en Visserij, het initiatief voor een veelomvattend sectorstructuuronderzoek. Het Landbouw-Economisch Instituut kreeg in het kader daarvan opdracht voor een perspectiefstudie voor vee en vlees van de Nederlandse schapensector op de markt van de Europese Gemeenschap in casu Frankrijk, Italië, Griekenland en België. De vraagstelling van dit onderzoek kan als volgt worden samengevat:

- Welke kansen en bedreigingen zijn er voor de verschillende produktmarktcombinaties in Frankrijk, Italië, Griekenland en België.
- Wat zijn de sterke en zwakke punten van de Nederlandse schapensector in vergelijking met die van concurrerende aanbieders?
- Welke marketingstrategie is wenselijk ter versterking van de concurrentiepositie van de Nederlandse schapensector?

Het onderzoek is gebaseerd op beschikbare literatuur, rapporten en statistieken aangevuld met schriftelijke informatie van Nederlandse landbouwposten in Brussel, Parijs, Rome, Madrid, Athene en London. Voorts hebben de onderzoekers gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van het bedrijfsleven in Frankrijk, Italië, België en Nederland. De werkwijze, de resultaten en de aanbevelingen van het onderzoek zijn besproken met een begeleidingscommissie bestaande uit vertegenwoordigers van:

Produktschap voor Vee en Vlees:
drs. S.B.M. Jongerius (voorzitter),
drs. A.L. Mulder (secretaris),
ir. J.M. Bergsma.

Ministerie van Landbouw en Visserij:
drs. J.J. Ramekers.

Rijksdienst voor de Keuring van Vee en Vlees:
drs. G.J.A. de Wilde, later opgevolgd door
drs. J. Haverkort.

Centrale Organisatie voor de Vleesgroothandel:
G. Baas,
A.N. Booy,
J. Boer†,
ir. W.J.M. Klessens (aanvankelijk namens de 3 CLO's).

Nederlandse Bond van Handelaren in Vee:
J.W. Diepeveen,
mr. J.J.A.M. de Bont,
J.P. Visser,

Centrale Landbouw Organisaties:
C. Commandeur,
J. de Veer jr.
ir. F.L.H.M. van Dongen (ter vervanging van ir. W.J.M. Klessens).

De verantwoordelijkheid voor het onderzoek en de inhoud van de rapportering ligt uiteraard bij het Landbouw-Economisch Instituut. Het onderzoek is uitgevoerd door een team van LEI-onderzoekers bestaande uit:
drs. G.C. de Graaff (projectleider),
F. Godeschalk,
J. Niks,
ir. P.J.A. Spitters,
J.J. Verduyn,
ir. J.J. de Vlieger.

De resultaten van het onderzoek zijn neergelegd in een aantal landenstudies die als Interne Nota 320 door het LEI zijn samengesteld en in dit rapport, dat een samenvatting bevat van de onderzoekingsresultaten, conclusies trekt en aanbevelingen doet voor bedrijfsleven en overheid in het kader van een strategie voor de komende jaren.

De Directeur,

Den Haag, mei 1986

J. de Veer

Samenvatting

In de jaren na 1980 deden zich in de Nederlandse schapensector een aantal belangrijke ontwikkelingen voor; de schapenstapel verminderde, de export van slachtdieren nam toe en die van schape- en lamsvlees verminderde sterk. Deze ontwikkelingen vormden de aanleiding voor een reeks van onderzoekingen waartoe het Produktschap voor Vee en Vlees het initiatief nam. Deze studie, die inzicht moet verschaffen in de perspectieven voor de afzet van vee en vlees van de Nederlandse schapensector op de markt van de Europese Gemeenschap, maakt daarvan deel uit.

Na een uitwerking van de problematiek in hoofdstuk 1 van het rapport volgt in hoofdstuk 2 een analyse van het verbruik in de onderscheiden EG-landen en van de internationale handel in slachtdieren en vlees.

Een gedetailleerde beschrijving van de schapensector in Frankrijk, Italië, België en Griekenland volgt dan respectievelijk in de hoofdstukken 3, 4, 5 en 6. Daarbij wordt aangegeven langs welke wegen de produkten hun bestemming vinden bij handel, verwerking, distributie en verbruik. Aan het functioneren van de verschillende groepen van bedrijven en aan relevante nieuwe ontwikkelingen wordt ruime aandacht geschonken. Door bovendien de concurrent-aanbieders op de markten in de analyse te betrekken, resulteert ieder van deze hoofdstukken in een opsomming van kansen en bedreigingen in 't algemeen en voor de Nederlandse schapensector in 't bijzonder.

Hoofdstuk 7 is synthetisch van aard. Relevante ontwikkelingen worden daar in verband gebracht, zodat een beeld groeit van kansen en bedreigingen voor de verschillende produkt-marktcombinaties lettend op geografische markten, produktsoort en distributiekanaal. De betekenis van de EG-marktordening voor de marktsituatie komt eveneens aan de orde.

Hoofdstuk 8 richt zich op de sterke en zwakke punten van de Nederlandse schapensector en dat voor een reeks van facetten die van betekenis zijn voor de Nederlandse concurrentiepositie. Die factoren hebben achtereenvolgens te maken met de omgeving waarin de sector moet opereren, de primaire produktie, met handel en verwerking en met de relatie tot de markt.

Nadat eerst in hoofdstuk 9 een beknopt beeld is geschetst van relevante ontwikkelingen in de komende jaren, volgt in hoofdstuk 10 een reeks van aanbevelingen, die met elkaar het karakter hebben van een strategie-ontwerp. De algemene strategie zou gericht moeten zijn op handhaving van het huidige niveau van produktie en afzet. Dit wordt nader uitgewerkt in deelstrategieën van produktmarktcombinaties (land, produkt en distributiekanaal), daarbij onderscheid makend in fokdieren, slachtdieren en vleessoorten. Deze strategie-voorstellen zijn tenslotte vertaald in

activiteitenthema's voor de verschillende bedrijfstakniveaus te weten verwerking, handel en schapenhouderij, alsmede voor organisaties en overheid.

Een korte conclusie van de studie luidt dat de Nederlandse schapensector in een moeilijke positie verkeert, dat er perspectieven zijn maar dat realisering van een samenhangende strategie bepalend is voor de toekomstige concurrentiepositie van de Nederlandse schapensector.

1. Problematiek in de Nederlandse schapensector

1.1 Produktie en export

1.1.1 Sinds 1980 hebben zich in de Nederlandse schapensector ontwikkelingen voorgedaan met verstrekkende gevolgen. De schapenstapel verminderde vanaf dat jaar aanzienlijk en stabiliseerde zich pas weer in 1983 en 1984. De export van levende slachtschapen en -lammeren nam in die periode sterk toe. Als gevolg daarvan en door de kleinere schapenstapel, verminderde het aantal slachtingen in Nederland drastisch. Door de geringere hoeveelheid beschikbaar schape- en lamsvlees en de sterkere concurrentie op onze belangrijkste afzetmarkt Frankrijk, nam de export van schapevlees af. Alles bijeen genomen resulteerde dit in een vermindering van de werkgelegenheid in de schapenslachterij-sector en als gevolg van verliesgevende exploitatie, in bedrijfsbeeindigingen. Thans is er een voortdurende dreiging van verder afbrokkelende werkgelegenheid. Deze ontwikkelingen vormden de aanleiding tot een reeks onderzoekingen waartoe het initiatief werd genomen door het Produktschap voor Vee en Vlees. Deze studie, die inzicht moet verschaffen in de perspectieven voor de afzet van vee en vlees van de Nederlandse schapensector op de markt van de Europese Gemeenschap, maakt daarvan deel uit.

1.1.2 De problemen waarmee de Nederlandse schapensector te kampen heeft, strekken zich uit over een periode van vijf jaren sinds 1980. De teruglopende schapenstapel was mede het gevolg van tegenvallende bedrijfsresultaten bij de schapenhouderijen. Pas in 1981 trad daarin weer enig herstel op, vooral dankzij de "ooipremies" die sinds het seizoen 1981/82 in 't kader van de geldende EG-marktordening ten goede komen aan de schapenhouders. De EG-marktordening resulteerde ook in verschuivingen in het handelsverkeer binnen de EG en met niet-EG-landen. Met name onze relatie met de Belgische markt is daarbij relevant. Tot in 1978 importeerde België veel slachtdieren uit het Verenigd Koninkrijk en sinds 1979 steeds meer uit een aantal Oosteuropese landen. Met de EG-marktordening en de daarbij horende "zelfbeperkings-overeenkomsten" afgesloten met een aantal derde landen, verminderden voor België de invoermogelijkheden vanuit Oost-Europa. De Belgische slachterijen kochten sindsdien versterkt in op de Nederlandse markt. Bij een vrijwel stabiele export van slachtdieren naar Frankrijk, de vanouds belangrijkste bestemming van Nederlandse schapen en lammeren, resulteerde dit in een tekort aan slachtdieren voor de Nederlandse slachterijen. Enerzijds waren deze niet bij machte met de Belgische inkopers te concurreren op de inkoopmarkten van slachtvee. Anderzijds kwam de Nederlandse positie op de Franse vleesmarkt onder druk te staan.

De Nederlandse slachterijen verloren hun min of meer beschermde positie op de Franse markt, toen de bilaterale handelsovereenkomst met dit land moest worden opgeheven door de inwerkingtreding van de EG-marktordening. Het groeiende aanbod van schape- en lamsvlees uit het Verenigd Koninkrijk bleek meer in trek te zijn bij de Franse handel. Nieuwe, vervangende afzetmogelijkheden op andere markten waren niet ontwikkeld; onze export van schape- en lamsvlees was altijd eenzijdig gericht op Frankrijk. De EG-marktordening heeft de Nederlandse schapensector in een nieuw daglicht geplaatst:

- schapenhouders profiteren van een garantieregeling die kan resulteren in de toekenning van ooipremies;
- de handelaren in levend slachtvee hebben hun activiteiten eerder zien uitbreiden dan inkrimpen;
- de slachterijen raakten bekneld in een schaarbeweging van een zwakke concurrentiepositie op de inkoopmarkt van slachtdieren enerzijds en op de afzetmarkt van schape- en lamsvlees anderzijds.

1.1.3 De produktie van de Nederlandse schapensector bedraagt in 1984 ca. 17.000 ton vlees (slachtdieren herleid). Daarvan gaat ca. 6000 ton naar de binnenlandse markt. Nederland is een markt met een smalle basis. Immers het hoofdelijk verbruik van schapevlees ligt in Nederland al jarenlang op een uitzonderlijk laag niveau zowel in vergelijking met het verbruik van andere vleessoorten als in vergelijking met het schapevleesverbruik in andere EG-landen. Daarbij komt nog dat een relatief kleine groep van etnische minderheden het grootste deel van het verbruik voor zijn rekening neemt. Het leeuwedeel van de afzet richt zich op het buitenland: ca. 12.000 ton (1984) waarvan 4000 ton als vlees en 8000 ton in de vorm van slachtdieren. De export gaat vrijwel geheel naar EG-markten en met name naar België en Frankrijk. Vermeldenswaard is nog dat de Nederlandse schapevleesexport voor ca. 95% bestaat uit vers vlees in de vorm van hele karkassen (zie ook figuur 1.1).

1.1.4 In weerwil van alle geschetste ontwikkelingen vertoont het prijsbeeld in de schapensector een vrij stabiel en enigszins stijgend verloop. De gegevens in tabel 1.1 illustreren dat.

Tabel 1.1 Marktprijzen in Nederland; in glds. per kg geslacht gewicht

	1980	1981	1982	1983	1984
- zuiglammeren	10,00	11,50	11,25	11,40	12,70
- vette lammeren	8,95	10,50	10,15	10,55	11,05
- vette schapen	5,05	6,40	6,75	6,50	7,05

Figuur 1.1 Ontwikkeling m.b.t. schapen en schapevlees in Nederland

Figuur 1.2 De schapensector in 1983 (in mln. guldens)

1.2 Werkgelegenheid en winstgevendheid

1.2.1 De structuur van de schapensector vertoont de kenmerken van een traditionele, agrarische produktiesector met veel kleine, los van elkaar opererende bedrijfseenheden op de opeenvolgende niveaus van de produktiekolom. De schapenhouderij vindt plaats in betrekkelijk veel kleine produktie-eenheden met een relatief gering aandeel in de totale stapel en weinig grote produktie-eenheden met een groot aandeel in de stapel (90% van de "bedrijfseenheden" heeft minder dan 50 schapen en een aandeel van 55% in de stapel). Dit betekent dat een belangrijk deel van de schapenhouderij zich afspeelt in de "weinig beroepsmatige en hobby-achtige sfeer". Er zijn dan ook maar weinig gespecialiseerde bedrijven. De schapenhouderij is verspreid over het gehele land. De afzet van lammeren concentreert zich in de maanden juli t/m oktober. Veel kleine, collecterende handelaren verzamelen de slachtschapen en -lammeren bij de schapenhouderijen en concentreren het aanbod op de veemarkten (ca. 80% van de afzet). Daar zijn het de distribuerende handel en de inkopers van slachterijen die grotere koppels inkopen. Er zijn relatief veel schapen-slachtende bedrijven zowel op openbaar slachthuis als in eigen slachthuis; bij een kleine groep, grotere bedrijven concentreert zich een belangrijk deel van de slachtingen.

1.2.2 De gecumuleerde omzet van de onderscheiden bedrijven en bedrijfstakken in de produktiekolom bedroeg in 1983 ca. 409 mln. gulden, waarvan ca. 152 mln. gulden werd gerealiseerd door verkopen in het buitenland en ca. 257 mln. gulden in het binnenland. De omzet van de schapenhouderij bedroeg 171 mln. gulden (+ ca. 9 mln. aan wolverkopen), de veehandel (na correctie voor commissiehandel) 96 mln. gulden en de slachterijen 117 mln. gulden. De toelevering van mengvoeders aan de schapenhouderijen had een waarde van ca. 24 mln. gulden (zie figuur 1.2).

1.2.3 De sector biedt werkgelegenheid aan ca. 2600 werkzame personen op basis van berekende manjaren. Daarvan komen voor rekening van de schapenhouderij 2350 manjaren, de schapenhandel 150 manjaren en de slachterijen 100 manjaren. Er zijn in totaal ca. 40.000 "bedrijfseenheden" met schapenhouderij (waarvan slechts ca. 4000 met een echt bedrijfsmatig karakter), ca. 1100 handelaren in schapen (waarvan ca. 100 gespecialiseerd op schapen) en ca. 440 schapenslachtende bedrijven (waarvan slechts 23 van enige betekenis). Zie ook bijlage 1.

1.2.4 De winstgevendheid van de bedrijven en daarmee van de gehele sector is in sterke mate afhankelijk van het prijsniveau op de vleesmarkt en de behaalde technische resultaten bij schapenhouderijen en slachterijen. Voor de slachterijen zijn slechts gegevens bekend uit een interne PVV-studie "Bedrijfsvergelijking schapenslachterijen - 1981", gebaseerd op een represen-

Figuur 1.3 Resultaten in de schapenhouderij

Figuur 1.4 Onderzoekprocedure

tatieve steekproef van slachterijen die ongeveer de helft van het totale aantal slachtingen dekte. Uit deze studie blijkt onder meer dat de opbrengsten per geslacht schaap gemiddeld te gering waren om de kosten te dekken. Het lopende efficiency-onderzoek bij schapenslachterijen zal in 1986 recente informatie opleveren. Uit de resultaten van de deelboekhoudingen-schapenhouderij zoals bijgehouden en berekend door het Landbouw-Economisch Instituut blijkt dat de gemiddelde rentabiliteit in de achterliggende jaren onvoldoende is geweest (zie figuur 1.3). Daarbij moet bedacht worden dat voor sommige kostenposten is gerekend met normbedragen en dat de ooipremie niet is inbegrepen. De technische resultaten zijn over een reeks van jaren gelijk gebleven. De verschillen in economisch en technisch resultaat tussen de afzonderlijke bedrijven zijn groot.

1.3 Het onderzoek

1.3.1 De bedoeling van het onderzoek is aan te geven welke perspectieven er zijn voor vee en vlees van de Nederlandse schapensector op de markt van de Europese Gemeenschap, meer in het bijzonder in Frankrijk, Italië, Griekenland en België. Het LEI-onderzoek moet aanbevelingen opleveren die, rekening houdend met sterke en zwakke aspecten van het Nederlandse aanbod (d.w.z. markten, produkten, distributiekanalen, condities, e.d.) in vergelijking met die van concurrerende aanbieders, kunnen leiden tot versterking van de Nederlandse positie.

1.3.2 Vanuit de probleemstelling komt het onderzoek tot een algemene analyse van vraag en aanbod in de genoemde EG-landen, op grond waarvan een eerste verkenning volgt van kansen en bedreigingen. Daarna volgt een markt- en concurrentie-analyse voor de vier eerdergenoemde EG-markten en een meer gedetailleerde opsomming van kansen en bedreigingen voor de verschillende produkt-marktcombinaties. Dan volgt een vergelijking van het Nederlandse aanbod met dat van concurrenten. Een en ander moet leiden tot een reeks van sterke en zwakke punten. Confrontatie van kansen en bedreigingen met sterkten en zwakten leidt dan tot aanbevelingen voor een marketing-strategie voor de komende jaren (zie figuur 1.4).

1.3.3 Het onderzoek is uitgevoerd door een team van onderzoekers van het Landbouw-Economisch Instituut en heeft in hoge mate het karakter van een desk-studie. Waar nodig zijn aanvullende gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van het Nederlandse bedrijfsleven. Voorts is veel informatie gekregen van zusterinstellingen in binnen- en buitenland. Enkele Nederlandse landbouwattaché's hebben assistentie verleend bij het verzamelen van de benodigde informatie. Het onderzoek werd begeleid door een commissie

van deskundigen van het bedrijfsleven, het Produktschap voor Vee en Vlees, de Rijksdienst voor de keuring van Vee en Vlees en het Ministerie van Landbouw en Visserij. In overleg met deze commissie zijn tenslotte bezoeken afgelegd aan bedrijven in Frankrijk, Italië en België, waarbij het de bedoeling was de resultaten van de desk-studie te toetsen.

2. Vraag en aanbod in de Europese Gemeenschap

2.1 De vraag naar schapevlees

2.1.1 De laatste jaren ligt de totale vraag naar schapevlees in de EG op een vrij stabiel niveau van ca. 950.000 ton. De belangrijkste markten zijn het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Griekenland, gezamenlijk goed voor ca. 780.000 ton d.w.z. 80% van het EG-verbruik. Markten van de 2e categorie zijn Italië (85.000 ton), de Bondsrepubliek Duitsland, Ierland en België/Luxemburg te zamen ca. 169.000 ton, dat is 18% van het EG-verbruik. Nederland en Denemarken zijn in het geheel onbelangrijke markten met nog geen 1% van het totale verbruik (zie ook de bijlagen 2 en 3).

2.1.2 Het verbruik per land wordt in feite bepaald door de bevolkingsomvang en de consumentengewoonten d.w.z. de mate waarin schapevlees wordt geconsumeerd, dit laatste uitgedrukt als gemiddeld verbruik per hoofd. De onderlinge verschillen zijn zeer groot. Griekenland scoort hoog met 14,5 kg per hoofd, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Frankrijk. Aangenomen mag worden dat schapevlees in deze landen algemeen aanvaard is. Dat geldt veel minder voor Italië (1,5 kg) en België/Luxemburg (1,2 kg) en in het geheel niet voor de Bondsrepubliek Duitsland, Nederland en Denemarken (zie ook tabel 2.1 en figuur 2.1).

Tabel 2.1 Het verbruik van schapevlees (incl. geitevlees) in de EG-landen (1984)

Land	Marktomvang		Bevolking x 1 mln.	Hoofdelijk verbruik		
	verbruik x ton	rang-orde		x kg	ontwikkeling laatste 10 jr.	ontwikkeling recent
Ver. Koninkrijk	400000	1	56,3	7,1	+	=
Frankrijk	233000	2	54,4	4,3	+	=
Griekenland	143000	3	9,8	14,5	=	+
Italië	85000	4	57,5	1,5	=	=
BR-Duitsland	46000	5	61,4	0,7	+	=
Ierland	25000	6	3,4	7,2	-	-
België/Luxemburg	13000	7	10,2	1,2	+	-
Nederland	6000	8	14,3	0,4	+	-
Denemarken	3000	9	5,1	0,5	=	=

Figuur 2.1 Verbruik en marktomvang in de EG-landen

Figuur 2.2 Prijsverhouding schape- en lamsvlees t.o.v. andere vleessoorten in Nederland (marktprijzen = producentenprijzen)

2.1.3 Hoe ligt het verbruik van schapevlees ten opzichte van het totale vleesverbruik? De betreffende gegevens zijn samengevat in tabel 2.2. Daaruit blijkt dat het verbruik van schapevlees ook relatief belangrijk is in Griekenland (19% van het totale vleesverbruik per hoofd), het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Frankrijk. In de overige EG-landen is de relatieve betekenis van schapevlees zeer gering. Verder zij erop gewezen dat het totale vleesverbruik in alle EG-landen op hoog niveau ligt, zij het met grote onderlinge verschillen (zie ook bijlage 3 met gedetailleerde informatie).

Tabel 2.2 Aandeel van schapevlees (incl. geitevlees) in het totale vleesverbruik (incl. been en vet) in de EG-landen (1983)

Land	Hoofdelijk vleesverbr.			Aandeel schapevlees		
	x kg	ontwikkeling laatste 10 jaar	ontwikkeling recent	%	ontwikkeling laatste 10 jaar	ontwikkeling recent
Ver. Koninkrijk 1)	72,1	=	-	10,4	-	=
Frankrijk	103,7	+	-	4,1	+	+
Griekenland 1)	72,8	+	+	19,0	-	=
Italië	80,8	+	+	1,7	-	-
BR-Duitsland	97,3	+	=	0,8	+	=
Ierland 1)	97,0	-	=	7,7	-	-
België/Luxemburg	96,0	+	=	1,8	+	=
Nederland	75,2	+	-	0,5	+	-
Denemarken	69,0	+	-	0,6	=	=

1) 1982.

Bron: Eurostat

2.1.4 Letten we op de ontwikkelingen in de afgelopen 10 jaren dan mogen daaruit de volgende conclusies getrokken worden:

a. het totale vleesverbruik per hoofd stabiliseert zich of loopt terug met uitzondering van Griekenland en Italië waar nog enige groei valt waar te nemen;
b. het hoofdelijk verbruik van schapevlees vertoont over de hele linie een stabiel beeld of loopt terug;
c. het aandeel van schapevlees in het totale vleesverbruik wordt kleiner met uitzondering van Frankrijk waar schapevlees relatief belangrijker wordt.

2.1.5 Prijsverhoudingen zijn belangrijk voor het verbruik en de ontwikkelingen daarin: welke positie neemt het schapevlees op dit punt in ten opzichte van de andere vleessoorten? Figuur 2.2 illustreert dat in Nederland althans, lamsvlees (is het overgrote deel van de gebruikte hoeveelheden) een dure vleessoort is die wat prijs betreft wedijvert met kalfsvlees. Schapevlees ligt tussen rund-en varkensvlees in. Dit zou onder gelijke verhoudingen betekenen dat, nu alle EG-landen in een periode verkeren van geringe inkomensgroei, het verbruik van schape- en lamsvlees geen stijgende lijn zal volgen. Ook al niet omdat de bevolkingsomvang vrijwel stabiel is. Het perspectief voor schapevlees in de EG ligt dan ook zeker niet in een massale ontwikkeling van de vraag. Nederland zal zich met zijn geringe exportaanbod moeten richten op kleinere deelmarkten en daarbij zorgvuldig moeten inspelen op vraag- en distributieeisen. Kennis van verbruiksgewoonten en ontwikkelingen daarin zijn van wezenlijke betekenis.

2.1.6 In Nederland concentreert het verbruik van schapevlees zich bij hotels en restaurants alsmede bij gastarbeiders en hun gezinnen: vermoedelijk 90% van het totale verbruik. Dit zou betekenen dat 10% wordt geconsumeerd in Nederlandse huishoudingen. De penetratiegraad van schapevlees in de Nederlandse huishoudingen is uitzonderlijk laag.

2.2 Handelspatronen in de Europese Gemeenschap

2.2.1 In de statistieken over de internationale handel is sprake van schapen en schapevlees waarbij inbegrepen lammeren en lamsvlees alsmede geitevlees. Voor de goede orde zij vermeld dat het overgrote deel van de handel bestaat uit lammeren en lamsvlees. Geitevlees vormt slechts een fractie van het totaal. In het vervolg van dit hoofdstuk is steeds sprake van het "omvattende" begrip schapen en schapevlees. Waar wenselijk en mogelijk wordt uitdrukkelijk gesproken over (vlees van) lammeren en geiten.

2.2.2 De voorziening van de markt van de tien EG-landen met schapen geschiedt vrijwel volledig uit de omvangrijke eigen schapenstapel; slechts 3 à 4% van het beschikbare slachtvee is per saldo van buiten de EG afkomstig. Het invoersaldo van schapevlees is veel omvangrijker en omvat ongeveer een vijfde van de totale hoeveelheid beschikbaar schapevlees (1984: 950.000 ton). Het beeld van de afzonderlijke lidstaten noodt tot enkele kanttekeningen. In Italië is de voorziening met levend slachtvee uit het buitenland relatief belangrijk (ca. 20%!) en in België geldt dat in nog veel sterkere mate (per saldo ca. 50%!). Ook in de BR-Duitsland is de invoer van slachtschapen relatief belangrijk. Nederland is de enige EG-lidstaat met een groot exportsaldo van slachtschapen. Alle lidstaten met uitzondering van Nederland

en Ierland zijn netto-importerend voor schapevlees. Daarbij zij opgemerkt dat ook het Verenigd Koninkrijk veel schapevlees exporteert; daar staat evenwel een nog grotere invoer tegenover (zie tabel 2.3).

Tabel 2.3 De schapevleesvoorziening van de EG (1984)

Omschrijving:		
1. Produktie uit binnenlandse schapenstapel	45.857.000	stuks
Invoer van slachtschapen	1.742.000	stuks
Uitvoer van slachtschapen	12.000	stuks
2. Invoersaldo slachtschapen	1.730.000	stuks
3. Beschikbaar voor verwerking in de EG	47.587.000	stuks
4. EG-produktie van schapevlees	745.000	ton
Invoer van schapevlees	209.000	ton
Uitvoer van schapevlees	4.000	ton
5. Invoersaldo schapevlees	205.000	ton
6. Beschikbaar voor verbruik in de EG	950.000	ton

2.2.3 De wereldhandel in schapen en schapevlees is relatief t.o.v. de produktie met 10% en ook absoluut met een uitvoerwaarde van 2,2 miljard US-dollar gemiddeld per jaar in de periode 1978-'82 zeer omvangrijk en vertoont over een periode van 15 jaren een heel sterke groei. Zowel aan de uitvoerkant als aan de invoerkant zien we een concentratie op een beperkt aantal landen.

2.2.4 In 1983 werden ruim 20 miljoen levende schapen internationaal verhandeld. Australië is met een aandeel van 35% de belangrijkste exporteur. Van betekenis zijn verder: een aantal Oosteuropese landen (Bulgarije, Hongarije en Roemenie: te zamen 16%), de USA, Somalië en de Europese Gemeenschap. De invoer concentreert zich op landen in het Midden-Oosten (Saoedi-Arabië, Kuweit en Iran: te zamen ca. 43%), Noord-Afrika (Libië) en de Europese Gemeenschap.

2.2.5 Aan schapevlees werd in 1983 op wereldniveau ca. 835.000 ton verhandeld. De belangrijkste exporteur is hier Nieuw-Zeeland (vnl. lamsvlees) met een aandeel van meer dan 60%, gevolgd door Australië (vnl. schapevlees), Argentinië en de Europese Gemeenschap. De belangrijkste importeurs van schapevlees zijn Iran, USSR, Japan en de Europese Gemeenschap.

2.2.6 Het niveau van de EG-invoer aan levende schapen is redelijk stabiel en schommelt rond de 2,5 mln. stuks per jaar (d.w.z. cumulatief van alle lidstaten, dus ook onderlinge handel). Van de EG-invoer van 2,7 mln. stuks in 1984 kwamen er 1,7 mln. (63%) uit derde landen, vooral uit Hongarije, Polen en Bulgarije. De invoer vanuit Hongarije kwam bijna volledig in Italië terecht, waarmee Italië verreweg de grootste importeur van levende schapen in de EG is (50% van de EG-invoer). Op grote afstand volgen Frankrijk, de BLEU en de BR-Duitsland met ieder één zevende van de EG-invoer. Frankrijk en België importeren voornamelijk uit andere lidstaten (vooral Nederland).

2.2.7 De uitvoer van de EG-lidstaten richt zich volledig op andere lidstaten. Van deze intra-communautaire handel was in 1984 ongeveer 30% (van 1.015.000 stuks) afkomstig uit Nederland met als bestemmingen de BLEU en Frankrijk. Exporteurs van levende schapen zijn verder in volgorde van belangrijkheid BR-Duitsland, België, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en Ierland. In deze intra-communautaire uitvoer zijn de laatste jaren overigens nogal wat verschuivingen opgetreden (zie tabel 2.4).

Tabel 2.4 Procentuele aandelen van enkele EG-lidstaten in de EG-uitvoer (som van de lidstaten) van levende schapen

Lidstaat	1980	1981	1982	1983	1984
Nederland	14	23	30	30	30
BR-Duitsland	21	21	19	24	23
BLEU	23	12	13	19	13
Frankrijk	1	5	13	12	16
Verenigd Koninkrijk	32	22	19	10	10
Ierland	8	14	6	5	6
EG	100	100	100	100	100

2.2.8 De EG-invoer van schapevlees is de laatste jaren vrij stabiel en bedroeg in 1984 ca. 286.000 ton waarvan 73% afkomstig uit derde landen (Nieuw-Zeeland 66%, Australië 2% en Argentinië 2%). De totale invoer is uit te splitsen in die van bevroren vlees en die van gekoeld/vers vlees. De invoer van bevroren vlees is verreweg het belangrijkste en bevindt zich met een aandeel van ruim 70% op een niveau van ca. 200.000 ton. Het betreft vooral hele (en halve) karkassen, maar er is een ontwikkeling gaande naar meer uitgebeende, technische delen: in 1983 ca. 14% van de invoer en in 1981 nog slechts 5%. Het aandeel van bevroren karkassen liep dienovereenkomstig terug: van 83% in 1981 naar 71% in 1983. Bij bevroren vlees gaat het om intercontinentale aanvoer

uit Nieuw-Zeeland (1984: 93%), Australië en Argentinië. De EG-invoer van vers en gekoeld schapevlees (30% van de totale invoer) is gericht op Frankrijk (70% in 1984), Italië en de BLEU. De handel is intra-communautair en afkomstig uit het Verenigd Koninkrijk(!), Ierland en Nederland.

2.2.9 De EG-uitvoer van schapevlees bedroeg in 1984 ongeveer 78.000 ton en bleef bijna volledig binnen de gemeenschapsgrenzen. Het gaat bijna uitsluitend om gekoeld/vers vlees, dat bovendien voor 98% bestaat uit hele en halve karkassen. De verdeling van de uitvoer van schapevlees over de exporterende lidstaten is weergegeven in tabel 2.5.

Tabel 2.5 Procentuele aandelen van enkele EG-lidstaten in de EG-uitvoer (som van de lidstaten) van schapevlees 2) (vers/gekoeld)

Lidstaat	1980 1)	1981	1982	1983	1984
Verenigd Koninkrijk	48	53	56	60	61
Ierland	21	24	24	21	22
Nederland	20	14	11	8	6
Frankrijk	2	6	7	6	6
BLEU	1	0	2	4	4
EG	100	100	100	100	100

1) Vers/gekoeld/bevroren.
2) Incl. geitevlees.

3. De schapensector in Frankrijk

3.1 Bevolking en welvaart

3.1.1 Hoewel het percentage van het inkomen dat aan voeding wordt besteed langzaam afneemt, biedt de Franse markt in principe kansen voor een groeiende consumptie van schapevlees, en derhalve ook voor een groeiende invoer van slachtschapen en schapevlees, op grond van een aantal karakteristieken:

- de welvaart is relatief hoog;
- de bevolking is in hoge mate geconcentreerd in steden;
- er is een grote buitenlandse bevolkingsgroep van islamitische herkomst;
- aangezien de buitenlanders voornamelijk woonachtig zijn in de grote steden, is er vrij gemakkelijk in te spelen op specifieke voedingsaspecten;
- Nederland is met een afzet van ruim 5 miljard gulden, op een totale invoerwaarde van agrarische produkten van 40 miljard gulden, de belangrijkste leverancier.

3.1.2 Het Franse cultuurpatroon schept gunstige voorwaarden voor een potentieel hoog verbruik van relatief luxe produkten:

- tot de belangrijkste kenmerken van het cultuurpatroon behoort goed eten;
- de huisvrouw laat kwaliteit prevaleren boven prijs;
- nog steeds zijn twee warme maaltijden per dag gebruikelijk;
- bezoek wordt niet na, maar tijdens de maaltijd geïnviteerd, wat de kansen op relatief luxe consumptieprodukten vergroot.

Een bedreiging voor de afzet van luxe consumptieprodukten is de economische recessie van de laatste jaren geweest.

3.2 Finale vraag

3.2.1 Zowel het absolute niveau (4,3 kg per hoofd in 1983) als het groeipercentage (3,2% in de laatste 20 jaar) van de schapevleesconsumptie zijn relatief hoog. Dit biedt kansen voor de Nederlandse export. Het verbruik wordt beïnvloed door de prijsverhouding tussen rundvlees en schapevlees. Als gevolg van produktiebeperkende maatregelen voor de melkveehouderij staat de prijs van rundvlees in ieder geval onder druk. Hiervan kan op korte termijn een zekere bedreiging voor de schapevleesconsumptie uitgaan. De intensieve vleesproduktierichtingen kenmerkten zich in de achterliggende jaren door produktiviteitswinst, waardoor de consumentenprijzen betrekkelijk laag konden blijven. Biedt dit op termijn mogelijk ook kansen voor de intensieve produktie van "agneau blanc" van Nederlandse herkomst?

Figuur 3.1 Regionale produktie, consumptie en slachtingen van de voornaamste overschot- en tekortgebieden alsmede de interregionale handelsstromen inclusief de import

Bron: Unigrains (1984).

Figuur 3.2 Seizoenspatroon van de gezinsaankopen van schapevlees in Frankrijk per maand en per regio

Bron: SECODIP in PATRE.No. 319.(1984).

3.2.2 De regionale consumptie is in contrast met de regionale produktie hetgeen in principe kansen biedt voor het Nederlandse aanbod. Belangrijke afzetkansen liggen in de tekortgebieden met een relatief hoge consumptie per hoofd, t.w. de Mediterranée, Parijs en omgeving, en in toenemende mate, de centraal-oostelijke regio met Lyon als centrum. Het laagst (60% beneden het landelijk gemiddelde) is de schapevleesconsumptie in het noorden. Exportgerichtheid op deze regio duidt op een relatief zwakke positie. Tenslotte moet het noordoostelijke bevolkings- en tekortgebied per definitie als kansrijk worden beschouwd (zie figuur 3.1).

3.2.3 Naast een stabiel en relatief hoog verbruik gedurende het jaar kenmerkt de markt zich door verbruikspieken rond Pasen (zuidoosten) en met Kerstmis (Parijs). Voorts is er een opleving van het verbruik te constateren rond september, in de bevolkingscentra waar het verbruik in de zomermaanden scherp daalt. Dit seizoenskarakter van de markt biedt wellicht extra mogelijkheden voor het eveneens seizoenbepaalde Nederlandse aanbod (zie figuur 3.2).

3.2.4 De penetratiegraad van schapevlees in de huishoudingen is met ca. 75% zeer hoog. Dit duidt op een sterke positie van schapevlees in het totale aankooppatroon. De consumptie van eetbare slachtafvallen is voornamelijk geconcentreerd in het zuidoosten, hetgeen wellicht kansen biedt voor de Nederlandse afzet naar die regio. Het niveau van het gezinsverbruik wordt voor een belangrijk deel bepaald door de hoogte van het gezinsinkomen. De relatief sterke economische groei in het zuidoosten maakt ook om die reden penetratie in dit gebied interessant. De huishoudelijke aankopen vinden plaats via twee hoofdkanalen nl. het algemene levensmiddelenbedrijf, dat via de super- en hypermarkten een snel groeiend aandeel te zien geeft, en de gespecialiseerde detailhandel, waarvan het marktaandeel vermindert. Voor massale afzet biedt het eerste kanaal de beste kansen. Afzet via de gespecialiseerde detailhandel betekent opereren in een inkrimpend marktsegment.

3.2.5 In het algemeen lijkt de Franse consument een tamelijk uniforme voorkeur te hebben voor een niet te vet lam dat vooral wordt gebruikt om te bakken. Verder moeten we bedenken dat er twee grote marktsegmenten zijn. Eén segment wordt gevormd door consumenten die weinig prijsgevoelig zijn en voor wie lamsvlees een kwaliteitsprodukt is dat zeer geschikt is voor de feestdagen. Een ander marktsegment wordt gevormd door de groep consumenten die wel gevoelig is voor prijsverschillen; in het bijzonder het prijsverschil tussen "mouton à griller" en "boeuf à griller". Bedreigend voor het Nederlandse produkt is de Franse promotiestrategie die is gericht op het regionale handelsmerk. De dynamiek van de Franse markt die zich o.a. uit in de groei van

grootschalige distributie en toenemende verdere verwerking van vlees biedt in principe kansen, maar als niet op dergelijke ontwikkelingen wordt gereageerd, bedreigt het een eenmaal ingenomen positie. De bekendheid met het Nederlandse produkt op handelsniveau is zelfs in de voor Nederland traditionele afzetgebieden dalende; dit geldt met name voor het grootwinkelbedrijf. De promotiethema's voor Frans vlees zijn:

- kwaliteitslam;
- beschikbaarheid gedurende het gehele jaar;
- diversificatie;
- optimale versheid;
- landelijke promotiecampagne: "Il a bon goût l'agneau français".

In principe is een dergelijke promotiestrategie bedreigend voor het importprodukt, maar hierdoor ontstaan ook kansen. Op een grote markt met zeer veel variatie moet men deels meelopen met de concurrentie en deels zichzelf profileren bij de handel. Overigens zij er hier op gewezen dat ook het Verenigd Koninkrijk en Ierland nogal wat promotie bedrijven.

3.3 De primaire sector

3.3.1 Door het grote aantal bedrijven met schapen (ca. 190.000) en het grote belang dat eraan wordt gehecht ter instandhouding van het landschap in gebieden waar alternatieve produktiemogelijkheden ontbreken, wordt aan de Franse schapenhouderij politiek gezien een grotere waarde toegekend dan op basis van de bijdrage aan de totale agrarische produktie zou mogen worden verwacht. Dit komt tot uitdrukking in:

- financiële steun- en ontwikkelingsprogramma's;
- onderwijs, onderzoek en voorlichting op organisatorisch en produktietechnisch gebied.

In zekere zin is dit een bedreiging voor de Nederlandse positie op de Franse markt.

3.3.2 Onder invloed van de variatie in klimatologische omstandigheden en in bodemgesteldheid, het grote aantal rassen en de verschillende produktiedoeleinden, bestaan er grote, deels regionaal bepaalde, verschillen in produktiesystemen. Hierdoor is er het gehele jaar door een gevarieerd aanbod, hetgeen ook voor het Nederlandse aanbod kansen biedt.

3.3.3 De laatste jaren is de Franse schapenstapel verkleind onder invloed van tegenvallende opbrengstprijzen die men grotendeels wijt aan gebrekkige functionering van de Gemeenschappelijke marktordening. Men acht de bescherming van de continentale markt tegen de groeiende importstroom uit Groot-Brittannië en Ierland te gering.

3.3.4 Ongeveer 75% van de primaire produktie is geconcentreerd ten zuiden van de Loire. De departementen Poitou-Charentes, Limousin en Auvergne bieden qua klimaat en grondsoort de beste mogelijkheden. Het grondgebruik is overwegend grasland, waar rundvee voor vleesproduktie en schapen op extensieve wijze worden gehouden. Door de matige tot slechte kwaliteit van het grasland worden er per jaar gemiddeld slechts vijf lammeren per ha afgezet. Intensivering wordt afgeremd doordat hiervoor relatief grote investeringen zijn vereist. In de zuidoostelijke departementen Provence, Languedoc en Rhône-Alpes, waar alternatieve produktierichtingen vrijwel ontbreken, is de produktieontwikkeling - ondanks allerlei stimuleringsprogramma's - achtergebleven. Aangezien slechts een derdedeel van de consumptie in dit gebied wordt gedekt door de produktie, liggen hier kansen voor het Nederlandse aanbod.

3.3.5 Gestimuleerd door goede afzetmogelijkheden van Roquefortkaas ontwikkelt de melkschapenhouderij, die vnl. is geconcentreerd in het uiterste zuidwesten, zich de laatste jaren aanzienlijk sneller dan de vleesschapenhouderij. De gemiddelde bedrijfsomvang is met 175 ooien per bedrijf 3,5 x zo groot als op de vleesproduktiebedrijven. Het bijprodukt van de melkschapen is het lam dat op Corsica na zes weken wordt geslacht (karkasgewicht 5-8 kg). De lammeren van het meeste produktieve (zowel wat betreft melk als vlees) melkras, de Lacaune, worden op speciale bedrijven afgemest met kunstmelk tot een karkasgewicht van 15-20 kg (agneau blanc). Het afmesten gebeurt overwegend op contractbasis en heeft veel overeenkomst met de Nederlandse kalvermesterij.

3.3.6 Hoe verder naar het noorden, hoe minder gediversificeerd de produktiesystemen zijn en hoe zwaarder het slachtgewicht. De Nederlandse positie van geslachte lammeren op de Franse markt wordt door het (te) hoge gewicht steeds verder naar het noorden teruggedrongen. Dit is een duidelijke bedreiging te meer omdat het verbruik daar laag is.

3.3.7 Onderzocht zou moeten worden of de produktie van "agneau blanc" voor de Nederlandse sector op termijn perspectief biedt.

3.3.8 In Frankrijk zijn 29 officieel erkende vleesrassen en 4 melkrassen. Onder die rassen neemt de Texelaar een niet onbelangrijke positie in vanwege de goede slachteigenschappen. Wel is men een eigen fokrichting ingeslagen om te komen tot een minder gedrongen type dan de Nederlandse vertegenwoordiger (koteletten brengen het meeste op). De laatste jaren neemt het aandeel van het ras niet verder toe, omdat aan het ras een aantal specifieke nadelen worden toegeschreven als slechte klauwen en beenwerk, een gebrek aan hardheid in moeilijke omstandigheden,

stagnatie in vruchtbaarheid en groeitempo en geboorteproblemen die gepaard gaan met relatief hoge sterftecijfers. Dit ondanks de vooruitgang die men op die terreinen in Frankrijk heeft bereikt, waardoor Nederland de Engelse en Ierse markt voor fokdieren dreigt te verliezen aan de Franse Texelaar.

3.3.9 Een zeer belangrijke rol bij de selectie van de verschillende rassen vervullen de UPRA'S (Unités nationale de sélection et de promotion de race). Deze UPRA'S vertalen de afzonderlijke belangen van fokkers, vermeerderaars en slachtlammerenproducenten tot een gemeenschappelijk fokdoel. Men beschikt daarbij veelal over een eigen proefboerderij en KI-station. Het uitgangspunt in het selectieprogramma is dat de vraag vanuit de markt het fokdoel moet bepalen. Dit is een sterk punt van de Franse sector vergeleken met de zwak georganiseerde Nederlandse sector.

3.3.10 Gemiddeld gezien is de primaire produktie met 50 ooien per bedrijf kleinschalig; 50 à 60% van de bedrijven heeft zelfs minder dan 20 ooien. Dit neemt niet weg dat ca. 50.000 bedrijven een omvang hebben van meer dan 50 ooien, waarvan bijna de helft meer dan 100 ooien. Ervan uitgaande dat innoverende produktietechnieken eerst rendabel kunnen worden toegepast bij een minimale bedrijfsomvang van ca. 50 ooien, moet worden geconcludeerd dat de Nederlandse schapensector t.a.v. het schaalgrootteaspect een zwakke positie heeft.

3.3.11 Circa 10% van de bedrijven is aangesloten bij een producentengroepering. Deze bedrijven, die bijna vijf maal zo groot zijn als de andere bedrijven, hebben een aandeel van 24% van de totale schapenstapel, 34% van het totale aantal ooien en 26% van de landelijke produktie. Van de bedrijven met meer dan 200 ooien is het aandeel van de producentengroeperingen 57% met een aandeel in de ooienstapel van 62%. De producentengroeperingen leveren een belangrijke bijdrage aan de kracht van de sector.

3.3.12 In de ontwikkeling van de bedrijfsgroottestructuur zijn twee hoofdlijnen te onderkennen. In de eerste plaats is dat een duidelijke differentiatie door het ontstaan van nieuwe kleine eenheden. In de betreffende departementen is de rol en de functie van dergelijke bedrijven erg gevarieerd en beweegt zich voor een deel "in de marge" van het totale bedrijf. Dat deze ontwikkeling zich met name voordoet in het uiterste noorden en noordoosten van Frankrijk kan op termijn een bedreiging betekenen voor de Nederlandse positie in die regio's. Aan de andere kant kan een duidelijke tendens tot concentratie en schaalvergroting gepaard gaande met specialisatie worden waargenomen door vermindering van het aantal kleine eenheden en groei van de grote bedrijven. Deze laatste ontwikkeling doet zich met name voor in de concentratiegebieden en vooral in de melkschapenhouderij. In de

graangebieden rond Parijs neemt de rol van het schaap sterk af, hetgeen mogelijkheden biedt voor de Nederlandse export van levende en wellicht ook van geslachte dieren.

3.3.13 In het algemeen vervult het schaap een ondergeschikte rol in het totale bedrijfsgebeuren. Echter, op 10.000 van de ca. 14.000 bedrijven met meer dan 150 ooien domineert de produktie van de schapenhouderij of is men daarop gespecialiseerd. Op deze bedrijven is het aandeel van relatief jonge bedrijfshoofden (tot 35 jaar) het hoogst. Deze gespecialiseerde bedrijven ontwikkelen zich vooral in de probleemgebieden. Op een groot deel van de bedrijven zijn de schapen van ondergeschikte betekenis in het totale bedrijfsgebeuren. In die gevallen zijn de behaalde technische en economische resultaten niet van invloed op de continuïteit van het totale bedrijf. In feite verkeren de Nederlandse bedrijven ten aanzien van dit aspect in een gelijke positie. Op vele grotere bedrijven in een aantal gebieden vervult het schaap zowel een belangrijke functie in het landschap alsook een onmisbare rol in het gezinsinkomen van de boer. De belangrijkste ontwikkelingen van de laatste jaren zijn in dit verband een algemene teruggang in de bedrijfsuitkomsten en relatief gunstige resultaten bij de meer intensieve produktiesystemen bijvoorbeeld stalmesterij al of niet gekoppeld met drie geboorten per twee jaar. In de met Nederland vergelijkbare produktiegebieden in het noorden en noordwesten van Frankrijk bestaat in de primaire produktiefase een tendens tot zwaarder slachtrijp afleveren van de lammeren. In alle produktiegebieden zijn overigens de bedrijfsuitkomsten van bedrijven die zwaarder afleveren bovengemiddeld.

3.3.14 De druk van de Engelse concurrentie, die gebaseerd is op een grootschalige produktiestructuur en lage voederkosten op basis van zomerproduktie met behulp van weidegras, wordt door de Franse primaire producent als zeer bedreigend ervaren. Op basis van uitgebreid onderzoek naar de rentabiliteit van diverse produktiesystemen en gesteund door een goede organisatiestructuur, probeert de Franse schapenhouderij een snel en doeltreffend antwoord te vinden door zich speciaal te richten op intensieve produktiesystemen, waarbij het accent wordt gelegd op de produktie van slachtrijpe lammeren in de winter en het vroege voorjaar. Daarmee wordt het dal in de Engelse produktie in die periode opgevuld en kan er worden geprofiteerd van de hoge lamsvleesprijzen rond Kerst en Pasen. Deze doelgerichte reactie van de Franse sector kan op termijn een bedreiging vormen voor de concurrentie van het Nederlandse aanbod.

3.4 Collecterende en distribuerende handel

3.4.1 De heterogeniteit die kenmerkend is voor de Franse markt voor schapen en schapevlees heeft voor- en nadelen. Ener-

zijds zijn hierdoor meerdere produkt-marktcombinaties mogelijk, maar anderzijds is het samenstellen van homogene partijen slachtrijpe dieren een moeilijke opgave.

3.4.2 Een belangrijke functie in de afzet van slachtrijpe dieren wordt vervuld door de producentengroeperingen. Deze rol wordt door de overheid gezien als een middel om verstoorde verhoudingen tussen een veelheid van grotendeels kleine producenten en de collecterende handel in een evenwichtiger marktverhouding te brengen. De overheid bevordert de totstandkoming ervan met subsidies en andere stimulansen. Het aantal nam daardoor toe van 25 in 1970 tot 108 in 1982. Tegelijkertijd nam het aandeel in de schapenstapel toe van 11 tot 24%. Het aantal leden in 1982 bedroeg ca. 14.000 (8% van de schapenhouders) en er werden 2,4 mln. slachtrijpe dieren afgezet (26% van de totale produktie). Het aandeel van de producentengroeperingen in de afmesterij van lammeren uit de melkschapensector is zeer hoog (86%). De activiteiten van de producentengroeperingen zijn tweeledig: collectering en verkoop van levende slachtdieren. Daarbij wordt het aanbod in verschillende gewichts- en kwaliteitscategorieën ingedeeld en worden te lichte dieren uitgeselecteerd. Voorts houdt men toezicht op het slachtproces en op de indeling in karkaskwaliteiten. Tenslotte tracht men de markttransparantie te bevorderen door middel van het toezenden aan de leden van circulaires met actuele markt- en prijsinformatie. De functie van de producentengroeperingen sluit aan op ontwikkelingen in de slachtsector waarbij nieuwe, efficiënte en grootschalige slachterijen worden gevestigd in de produktiegebieden. Dit vereist een veel grootschaliger aanpak van aanvoer en distributie. Aan de aanbodkant wordt dit gerealiseerd door de producentengroeperingen. Voor een hoog percentage van de via producentengroeperingen afgezette dieren (82%) is het geslacht produkt bepalend voor de uitbetaling. Het restant bestaat voornamelijk uit uitgeselecteerde ooien. Geconcludeerd moet worden dat de producentengroeperingen een belangrijke functie vervullen in de versterking van de Franse concurrentiepositie.

3.4.3 De rol van de veemarkten, die overwegend zijn gevestigd in de concentratiegebieden, is in Frankrijk beperkt. Van de totale afzet van schapen (en geiten) loopt 15% via de veemarkt. Dit betreft voor 1,2 mln. dieren (90%) slachtrijpe schapen en lammeren. In tegenstelling tot de rundveemarkten zijn op de wolveemarkten vooral de producenten de aanbieders. Afnemers op de markten zijn voor het overgrote deel de inkopers van de grote slachterijen. In sommige gevallen worden geïmporteerde dieren via de markt afgezet.

3.4.4 Naar schatting loopt 58% van de afzet van slachtrijpe dieren door de producent via de handel. Inkopers van slachterijen worden hierbij eveneens tot het handelskanaal gerekend.

Daarnaast koopt de handel 15% van het aanbod bij op de veemarkten. Deze 73% van de produktie blijft tot aan de detailhandel onder controle van de handel (inclusief slachterijen).

3.4.5 Via de collecterende handel worden 4 mln. dieren (w.v. 2,3 mln. geslacht) afgezet. De collecterende handel is vooral gevestigd in de overschotgebieden. Tot deze groep behoren 200 bedrijven, waarvan ca. 30 een omzet realiseren van meer dan 35.000 dieren per jaar. De distribuerende handel is gevestigd in de geurbaniseerde consumptiegebieden en wordt toegeleverd door de veehandel en de handel in geslachte dieren (waarvan het overgrote deel via de slachtende collecterende handel); bovendien neemt dit kanaal het merendeel (twee derdedeel) van het importvlees af. De distribuerende handel zet 5,5 mln. geslachte dieren af, waarvan men er 4,2 mln. zelf slacht. Slechts 20 van de 500 bedrijven van dit type zijn in belangrijke mate gespecialiseerd op de schapensector. Bij 96% van de bedrijven zijn schapen of schapevlees een aanvullende activiteit. De handel die zowel collecteert als distribueert neemt kostentechnisch gezien een sterke positie in door het uitschakelen van 1 of meer schakels in het handelskanaal. Een bijkomend voordeel is dat ontwikkelingen in de detailhandel rechtstreeks kunnen worden doorgesluisd naar de primaire produktiefase. De afzet via dit kanaal bedraagt ongeveer 5 mln. dieren per jaar, waarvan er 3 mln. worden aangekocht bij de producent en 0,5 mln. op de markt. Verder importeert dit kanaal een niet onbelangrijke hoeveelheid levende en geslachte dieren (resp. 0,2 en 0,6 mln.). De coöperatieve sector (incl. producentengroeperingen) wordt tot deze groep gerekend.

3.4.6 Samenvattend onderscheidt men twee grote handelsstromen. Het circuit ten noorden van de Loire omvat de handelsstroom van de produktiegebieden naar de consumptiegebieden. Zowel de collecterende als de distribuerende handel maken hiervan deel uit. Naast de zelf-slachtende detaillisten is dit circuit het traditionele kanaal voor importdieren en -vlees. Het andere circuit, dat overheersend is ten zuiden van de Loire, collecteert de lokale produktie en belevert de grotere detaillisten in de omgeving. Gelet op de positie van de producentengroeperingen binnen dit circuit heeft de import via dit kanaal een aanvullend karakter. Voor een exporterend land lijkt de opbouw van een stabiele marktpositie via dit kanaal derhalve niet het meest voor de hand liggend.

3.5 De schapenslachtsector

3.5.1 Ondanks een teruggang van 174.000 ton in 1982 tot 162.000 ton in 1984, is de schapevleesproduktie op langere termijn aanzienlijk toegenomen. In de periode 1975-1982 nam de produktie van rundvlees toe met 7%, die van varkensvlees met 12% en die van

Figuur 3.3 Produktiegebieden en lamsslachtingen

Carte 1 Regions françaises de production ovine

Région 1: Nord
Région 2: Centre-Ouest
Région 3: Rayon laitier
Région 4: Sud-Est

Bron: PATRE (1984)

Schema 1 Abattages contrôlés d'agneau par période de 2 mois en 1982

Source : J. Gallouin (ITOVIC)

schape- en lamsvlees met 32%, terwijl de kalfsvleesproduktie onveranderd bleef.

3.5.2 Het gemiddelde karkasgewicht neemt langzaam toe en bedroeg in 1982 17,4 kg voor lammeren en 23,7 kg voor schapen. De regionale verschillen zijn echter groot: zuiglammeren van 5-8 kg op Corsica, twee-maandse zuiglammeren van 8-11 kg in Aquitaine en lammeren van meer dan 20 kg in de noordelijkste regio. Dit is het enige gebied waar het gewicht van het Nederlandse lam op aansluit. Wat deze afstemming betreft heeft Groot-Brittannië een geheel andere aanpak. Zo heeft de MLC een gewichtsstrategie ontwikkeld voor verschillende doelmarkten: Britse markt 15-22 kg; Noordeuropese markt 16-19 kg; Middenoosten 12-15 kg en de Mediterranée 11-13 kg. Men zoekt bewust naar perspectief biedende produkt-marktcombinaties. Nieuw-Zeeland mikt op een karkasgewicht van 15 kg voor de Franse markt.

3.5.3 De slachtingen zijn nog sterker regionaal geconcentreerd dan de schapenstapel. De vier belangrijkste produktieregio's (Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes, Limousin en Provence-Côte d'Azur) met een aandeel van 49,5% in de schapenstapel, realiseerden in 1982 57,5% van de totale slachtingen. Er bestaan dan ook tussen de regio's aanzienlijke verschillen in produktieontwikkeling die uiteenlopen van een verdubbeling in Poitou-Charentes tot een lichte teruggang in de regio Provence-Côte d'Azur. Île de France is het enige gebied waar de slachtingen sinds 1975 zijn verminderd, wat een bedreiging van de Nederlandse exportpositie naar deze regio inhoudt (zie figuur 3.3).

3.5.4 Het aantal slachtingen verminderde van 1975 tot 1983 met 20%. Deze teruggang kwam geheel voor rekening van de openbare slachthuizen (-30%). Het aantal particuliere slachterijen nam in dezelfde periode toe van 69 tot 133 waardoor het aandeel in de totale slachtingen van deze groep toenam van 12% tot 21%. Er kan kortom een snelle verandering worden geconstateerd van een historisch gegroeide slachterijstructuur naar moderne structuren, waarbij het slachtproces plaatsvindt via meer gespecialiseerde slachtlijnen die deel uitmaken van ondernemingen die naast schapen ook andere dieren slachten. In de meeste gevallen zijn dit runderen en/of kalveren, maar ook varkens komt voor. In dergelijke ondernemingen heeft men minder kosten van onderbezetting en is de beschikbare know-how op het terrein van produktieontwikkeling groter, hetgeen voor een kleine sector met een aandeel van nog geen 4% van de totale landelijke slachtingen erg belangrijk is. Deze ontwikkeling is bedreigend voor de concurrentiepositie van de Nederlandse slachtsector.

3.5.5 De grotere slachterijen zijn globaal genomen gesitueerd in het zuiden. Deze bedrijven zijn, mede door het stimuleringsprogramma van de Franse overheid, in de afgelopen vijf jaar

nog in omvang en outillageniveau toegenomen. Dit zou, naast de teruggang van de produktie in die regio sinds 1982, een belangrijke reden kunnen zijn van de toegenomen export van levende Nederlandse dieren naar de zuidelijke regio. In feite is dit voor Nederland een bedreigende ontwikkeling, omdat moet worden verwacht dat deze mogelijkheden van tijdelijke aard zullen zijn. Een andere bedreiging op termijn voor de Nederlandse levende export is de omstandigheid dat er in het noorden naast weinig kleinschalige slachterijen op openbare slachthuizen slechts één private slachterij (de meest voor de hand liggende groep voor de verwerking van levende invoer) is gevestigd met een schapevleesproduktie van enige betekenis (500 - 1000 ton per jaar).

3.5.6 Ook in Frankrijk wordt de positie van gespecialiseerde slachterijen - waarbij de produktie voor meer dan 50% is gericht op de schapensector - in principe zwak geacht en wel om de volgende redenen:

- De (te) grote gevoeligheid voor het seizoenpatroon in het aanbod. Het Nederlandse aanbod is echter nog veel minder gespreid, zodat de zwakte van de Nederlandse slachterijen t.a.v. dit aspect nog groter is.
- Het snelst groeiende detailhandelskanaal, het grootwinkelbedrijf, prefereert een veelzijdig assortiment. De positie van de Nederlandse slachterijen is op dit vlak uiterst zwak.
- De concurrentie van importvlees versterkt de kwetsbaarheid van specialisatie. Voor een exportland als Nederland is deze bedreiging niet minder sterk.
- De kapitaalskosten per eenheid geproduceerd vlees zijn in een gespecialiseerde slachterij hoger dan in een bedrijf waar ook andere dieren worden geslacht.

3.5.7 Mede omdat 60% van de produktie wordt gerealiseerd in òfwel uiterst kleine eenheden òfwel als volkomen ondergeschikte nevenactiviteit wordt het uiterst moeilijk geacht om een visie te ontwikkelen voor de schapenslachtsector. Toch heeft de Franse overheid gemeend de renovatie van de grootste slachterijen in de drie belangrijkste produktiegebieden te moeten stimuleren en subsidiëren. Sinds 1982 is er dan ook in deze slachterijen voor een bedrag van 75 mln. Francs geïnvesteerd. Dit vormt zowel een kans (levende export) als een bedreiging (vleesexport) voor de Nederlandse afzet.

3.5.8 De produktiegroei van de grotere Franse slachterijen berust op de dynamiek van de ondernemingen waarvan ze deel uitmaken. Dit zijn met name de slachterijen die meerdere diersoorten verwerken en daarmee een omvang realiseren die ze in staat stelt beter en sneller te kunnen inspelen op internationale ontwikkelingen ten aanzien van uitsnijtechnieken, produktontwikkeling, marketing en dergelijke. Ze kunnen richtinggevend zijn in een ondoorzichtige markt als de schapevleessector. Naast een aantal Franse slachterijen zijn zeker ook die in Engeland en Austra-

Figuur 3.4 Slachtingen minus consumptie in tonnen karkasgewicht in 1980

Bron: Unigrains (1984).

lië en vooral de Nieuwzeelandse slachtsector, richtinggevend in de internationale markt. Vooral omdat gespecialiseerde slachterijen door de geringe marges geen tijd en geld voor produktontwikkeling hebben is hun marktpositie zwak.

3.6 Interregionale handelsstromen

3.6.1 Er zijn in Frankrijk twee grote tekortgebieden, nl. de regio Parijs en de zuidoostelijke regio en twee (wat minder grote) overschotgebieden: de centraal-westelijke regio en de zuidwestelijke regio Midi-Pyrénées. De volgende kaartjes geven een meer gedetaillerd overzicht van overschotten en tekorten van meer dan 3000 ton (170.000 dieren) naar gebied.

3.6.2 De grootste produktiestroom van geslachte dieren vanuit het centraalwestelijke produktiegebied gaat naar de Parijse agglomeratie. Overigens is dit aandeel teruggelopen van 50% in 1975 tot 35% in 1984. Thans wordt ongeveer een derdedeel afgezet naar de regio Lyon in het zuidoosten, terwijl de rest wordt afgezet in verschillende, verspreide tekortgebieden. Het teruglopende aandeel van de Parijse regio biedt in principe kansen voor de Nederlandse sector. Immers, de Franse sector is niet persé in het voordeel ten opzichte van het buitenlandse aanbod (gelet op transportafstand, kwaliteit én prijs). De bedreiging voor zowel de Nederlandse als de Franse sector lijkt vooral te komen van Groot-Brittannië, Ierland en België. Om die reden biedt het uitwijken van het Franse aanbod naar Lyon en omgeving wellicht ook kansen voor het Nederlandse aanbod in die regio. Bordeaux en omgeving is vanouds een consumptiegebied van oude slachtschapen. Wellicht kan de Nederlandse afzet naar die regio worden uitgebouwd. Doordat de produktie van weidelammeren is geconcentreerd in de tweede helft van het jaar verdubbelt het aanbod van karkassen op Rungis in de maanden september tot en met november van 50.000 naar 100.000 stuks per maand. Deze markt biedt voorts uitstekende afzetmogelijkheden in het voorjaar (relatief hoge prijzen). Zie verder figuur 3.4.

3.6.3 In het produktiegebied ten zuiden van het Centraal Massief (Lot, Aveyron, Tarn) is de produktie in belangrijke mate geconcentreerd in drie à vier maanden (maart tot en met mei). Ongeveer 45% van de produktie in dit gebied gaat naar de Parijse regio, 25 à 30% gaat naar het zuidoosten en de rest naar kleinere verspreide tekortgebieden. De overschotten uit Aquitaine, waar zeer lichte zuiglammeren van het melkras Manech worden geproduceerd, worden afgezet naar Bordeaux en naar België.

3.6.4 Het belangrijkste tekortgebied, de Parijse regio wordt in grote lijnen voorzien door drie bronnen, nl. import, het centraalwestelijke produktiegebied en andere Franse regio's. Het

relatieve aandeel van deze drie bronnen wisselt onder invloed van de variatie in de produktiegebieden en door het niveau van de importbarrières die voortvloeien uit de Gemeenschappelijke Marktordening.

3.6.5 Het grote zuidoostelijke consumptiegebied wordt voorzien vanuit de eigen produktie en voor het overgrote deel van het tekort vanuit het centraalwestelijke produktiegebied en het zuiden van het Centraal Massief. De import voorziet eveneens in een deel van de behoeften.

3.6.6 Het noordelijke consumptiegebied wordt voorzien vanuit de aangrenzende regio's en via de import vanuit het Verenigd Koninkrijk, België en Nederland. De tekorten in het noordoosten (Elzas en Lorraine) worden aangevuld door het centraalwesten en het zuiden van het Centraal Massief. Het tekort in Bretagne en Normandië wordt opgevuld door Poitou-Charentès, Pays de Loire en (vnl. Britse) import.

3.6.7 Door het karakter van de Franse markt met een stabiel verbruik gedurende het gehele jaar zijn er in geheel Frankrijk afzetkansen voor geïmporteerd produkt. Hoewel deze kansen in principe over het gehele jaar gespreid zijn liggen de accenten met name buiten de traditionele aanbodpiek in de periode september t/m november. Hierbij moet in aanmerking worden genomen dat de consumptie zich in de zomermaanden ten dele verplaatst van de consumptie- naar de toeristengebieden. Er zal moeten worden gelet op mogelijkheden van perioden en gebieden waarin Nederland thans niet of nauwelijks in de markt is. De Franse slachterijen in de produktiegebieden zouden bijvoorbeeld niet ongelukkig zijn met een beheerste groei van de import van levende dieren in de maanden januari, februari en november, mits ze niet te zwaar en te vet zijn. Dit houdt in dat er in die maanden eveneens kansen zijn voor de export van geslachte dieren. Belangrijk is ook dat de afzetmogelijkheden in de vakantoegebieden in de zomermaanden worden uitgebuit. In dit verband moet met name worden gedacht aan het noordoostelijke tekortgebied Elzas/Lorraine en het grote zuidoostelijke tekortgebied dat in het noorden wordt afgebakend door Lyon en omgeving - een gebied dat bovendien wordt gekenmerkt door een relatief sterke economische groei - en naar het zuiden doorloopt tot aan de Middellandse Zee.

3.7 Ontwikkelingen in de produktie van deelstukken

3.7.1 De uitsnijderij van schapevlees is met één vijfdedeel van de produktie nog van relatief geringe omvang. Onder druk vanuit het distributiekanaal neemt de delenproduktie de laatste jaren evenwel sterk toe (+20% in 1983). Door deze sterke groei en een iets minder sterke groei van de gemiddelde bedrijfsomvang

Figuur 3.5 De belangrijkste produktiegebieden van schapevlees in deelstukken (1983)

Bron: OFIVAL in PATRE, No. 319 (1984)

(+17%) nam het aantal uitsnijderijen toe tot 545. Omdat de uitsnijderij met name wordt bepaald door de consumptieve vraag, zijn de bedrijven overwegend gevestigd in de consumptiegebieden. Op langere termijn is evenwel in toenemende mate een verschuiving van de uitsnijderij te verwachten naar de produktiegebieden als onderdeel van de grootschalige polyvalente slachterijen. Zie ook figuur 3.5.

3.8 Ontwikkelingen in verwerking en distributie

3.8.1 Door de groei van bevolkingsconcentraties met een relatief hoog inkomen, een snelle acceptatie van nieuwe eetgewoonten en een relatief hoog verbruik, neemt het belang van produktontwikkeling en efficiënte distributie c.q. logistiek snel toe. Hierin liggen duidelijke aanwijzingen besloten voor een marketingconcept. Belangrijke consumptiegebieden met potentiële groei van het verbruik zijn naast het Noordfranse industriegebied en Parijs (de traditionele afzetgebieden voor Nederlands geslacht produkt), ook Bordeaux en het oosten (Straatsburg en omgeving) en met name het gehele zuidoosten met de bevolkingscentra Lyon en Marseille. Ook voor de komende jaren mag derhalve een groeiende produktstroom naar deze consumptiegebieden worden verwacht.

3.8.2 De historisch gegroeide structuren in het verwerkings- en distributiekanaal sluiten steeds minder aan op deze ontwikkelingen en moeten terrein prijsgeven aan grootschaliger industriële ondernemingen die hun invloed uitoefenen vanaf de produktie tot en met de distributie. De toekomst is aan dergelijke ondernemingen die naast schapen ook andere dieren verwerken tot vlees en vleeswaren en een compleet produktassortiment kunnen leveren, veelal reeds in consumentenverpakking, aan de detailhandel. De kracht van dergelijke bedrijven ligt in het management, tot uitdrukking komend in een planmatige aanpak van aanvoer en afzet, onderzoek naar produktontwikkeling en naar optimale valorisatie van zowel de hoofdprodukten als de bijprodukten en afvallen, etc.

3.8.3 Gevreesd moet worden dat de Nederlandse schapenslachterijen te kleinschalig en/of niet kapitaalkrachtig genoeg zijn voor dergelijke slachterijstructuren. Dit kan worden geïllustreerd aan de hand van een aantal Franse ontwikkelingen. Uit onderzoek bleek dat er bij het warm uitbenen een belangrijke produktiviteitswinst kan worden behaald. Het Franse overheidsinstituut INRA werkt met succes aan de ontwikkeling van een uitbeenmachine die kan concurreren met traditionele uitsnijmethoden, maar de toepassing ervan is pas rendabel bij een produktie van 15.000 ton op jaarbasis. In de huidige Nederlandse constellatie zijn de randvoorwaarden voor dergelijke ontwikkelingen vermoedelijk niet aanwezig, hetgeen een ernstige bedreiging kan vormen.

3.8.4 Het grootwinkelbedrijf (GWB) eist in toenemende mate een gestandaardiseerd produkt op basis van objectieve criteria en in voldoende grote, uniforme partijen. Ook voor de schapenhouder heeft deze ontwikkeling gevolgen, omdat karkassamenstelling en uitsnijrendement meer en meer bepalend worden voor de opbrengst van de slachtrijpe dieren. Het Nederlandse lam behoort kwalitatief tot de top in de markt, maar hierbij dienen enkele uiterst belangrijke kanttekeningen te worden geplaatst. In de eerste plaats is de Franse consument - mede omdat het produkt niet als zodanig herkenbaar is - niet zonder meer bereid om voor het Nederlandse produkt een meerprijs te betalen. Hoewel factoren als uitsnijrendement, conformatie en vetbedekking belangrijke verwerkingsaspecten zijn, neemt de kwaliteit van Franse en Engelse lammeren - ondanks het feit dat in toenemende mate kruisingsprodukten worden aangeboden - zo snel toe dat ook de Franse importeurs niet onder alle omstandigheden een wezenlijke premie kunnen of willen betalen voor het Nederlandse lam. In de tweede plaats is een deel van de Nederlandse lammeren te zwaar, met name wat later in het seizoen. Het gewicht moet echter gezien worden in samenhang met andere produkteigenschappen (conformatie, vetbedekking, kleur, e.d.) en vooral met de prijs. Dit alles staat in nauwe samenhang met de mate van verwerking. In Noord-Frankrijk zou de bout b.v. ca. 2½ kg mogen wegen om als zodanig verkocht te kunnen worden. Dit correspondeert met een karkasgewicht van ca. 20 kg. Voor de afzet aan de slager is een zwaar produkt om deze reden niet of nauwelijks een probleem. Hij kan het lam en eventueel de bout versnijden (wel extra bewerkingskosten!). Voor supermarkten geldt hetzelfde verhaal; daar wenst men voorts een gestandaardiseerd produkt. Ook dit brengt extra bewerkingskosten met zich mee. Vervolgens moet ook nog worden geconstateerd dat het Nederlandse aanbod sterk seizoengebonden is en grotendeels wordt afgezet in de periode dat de Franse prijzen een seizoenaal dieptepunt hebben bereikt. Hierdoor gaat het op in de massa. Geconcludeerd moet worden dat hoewel het Nederlandse lam een kwalitatief hoogwaardig produkt is, toch de positie in de markt sterk wordt bedreigd.

3.8.5 Hoewel de produktontwikkeling in de Franse schapevleessector achterloopt bij andere vleessoorten wordt algemeen erkend dat deze achterstand moet worden ingelopen om het verbruik nieuwe impulsen te geven via sterk groeiende distributiekanalen als het grootwinkelbedrijf en de cateringsector. Sinds enkele jaren neemt een toenemend aantal vleeswarenfabrikanten met succes vleeswaren op basis van schape- en lamsvlees op in het assortiment. Op grond van de te verwachten sterke groei van de vraag heeft het ITOVIC in 1984 ten dienste van de sector een uitgebreid scala van lams- en schapevleesprodukten ontwikkeld. Hierbij zijn tevens produkten samengesteld op basis van schape- en/of lamsvlees, gecombineerd met andere vleessoorten. Men legt zich toe op zowel verse als diepvriesprodukten. Een aantal Franse bedrijven

levert kant en klare gezinsschotels aan grossiers, de catering- en horecasector en grootwinkelbedrijven, terwijl men hiervoor zelfs een markt ontwikkelt in Afrika. Mede omdat produktontwikkeling het mogelijk maakt in te spelen op een aantal specifieke bezwaren van vooral jonge consumenten tegen lams- en schapevlees is de algemene verwachting dat produktontwikkeling een positieve invloed zal hebben op het verbruik. Dit geldt met name ook voor het verbruik in het segment van de islamitische bevolkingsgroepen. De op dit deel van de bevolking gespecialiseerde detailhandel wordt in het algemeen beleverd door gespecialiseerde grossiers en onafhankelijke handelsagenten.

3.8.6 Geconcludeerd kan worden dat de toenemende dynamiek in de Franse markt in principe de nodige kansen biedt voor de Nederlandse export. In zo'n grote markt kan hiervan waarschijnlijk het best worden geprofiteerd als "volger" in de ontwikkelingen. Dit vereist voor een klein produktieland als Nederland, dat bovendien in de achterliggende jaren een achterstand heeft opgelopen, een gecoördineerde aanpak op basis van een permanent zoeken naar specifieke mogelijkheden in de markt. De Nederlandse exportpositie van levende dieren is - althans op korte termijn - geheel anders. Op basis van een goede produktkwaliteit is de afzet voor die categorie in de achterliggende jaren dan ook toegenomen.

3.9 De detailhandel

3.9.1 In 1980 werd nog bijna 15% van de dieren geslacht door de detailhandel. Dit betreft traditionele afzetvormen als zelfslachtende slagers en poeliers, afzetkanalen die aan betekenis verliezen.

3.9.2 Het marktaandeel van de zelfbedieningswinkels in de winkelverkopen van schape- en lamsvlees is in de achterliggende jaren spectaculair gestegen van 34% in 1978 tot 47% in 1983. De penetratiegraad in dit kanaal - en vooral in de allergrootste - is zeer hoog. Het wordt niet onwaarschinlijk geacht dat het aandeel van de zelfbedieningswinkels in 1990 zal zijn toegenomen tot twee derde of meer, omdat hun aandeel in de totale verkoop van levensmiddelen in 1984 al 72% bedroeg. De concentratie van de winkelverkopen via het GWB gaat ten koste van kleine traditionele verkooppunten. In het snelstgroeiende winkelkanaal, de hypermarkten, wordt het opdelen en uitsnijden meer en meer afgestoten, zodat alleen de verkoopfunctie resteert. In principe zijn er kansen om af te zetten aan het GWB, maar gezien de eisen die dit stelt aan produkt- en marktbenadering moet vooralsnog de ontwikkeling naar grootschalige distributiestructuren ook als bedreigend voor de Nederlandse slachtsector worden getypeerd.

3.10 De concurrentie

3.10.1 De Franse markt is één van de belangrijkste afzetmarkten voor schape- en lamsvlees ter wereld en voor Nederland zelfs een onmisbare markt. Hoewel de zelfvoorzieningsgraad sinds 1970 slechts is gedaald van 78% tot 74%, is het importsaldo door het relatief sterk toegenomen verbruik verdubbeld van 34.000 ton tot 70.000 ton. Het aandeel van levende dieren bedraagt ca. 15%.

3.10.2 De derde landen-import van levende slachtdieren is sterk verminderd t.g.v. de beperkende importquota's die bij de totstandkoming van de Gemeenschappelijke marktordening werden vastgesteld. Het Nederlandse aandeel in dit segment geeft op termijn een gestage groei te zien tot 65% (150.000 dieren) in 1984. Het aandeel van de andere leveranciers is dermate wisselvallig dat hieruit geen trends zijn af te leiden. De levende import is vrij sterk seizoenbepaald: 65% valt in de maanden juli t/m december. De bestemming van de dieren is niet alleen het Parijse en zuidoostelijke tekortgebied, maar ook de slachterijen elders in het land.

3.10.3 Hoewel de Nederlandse positie in de import van levende dieren sterk is en in principe kansen heeft voor een verdere uitbouw, lijken hierbij enkele kanttekeningen op zijn plaats. Voor de Franse slachterijen heeft de levende invoer een aanvullend karakter. Het uitblijvende herstel van de Franse produktie zal leiden tot een blijvend lage bezettingsgraad voor de Franse slachterijen en een blijvende invoerbehoefte. Een grotere spreiding over het gehele jaar en meer differentiatie naar gewicht zijn op langere termijn noodzakelijk voor een duurzamer karakter van de afzetkansen.

3.10.4 De Franse import van schape- en lamsvlees is voor 92% gekoeld en voor 8% bevroren. Het verse produkt bestaat vrijwel geheel uit hele of halve karkassen. In de ontwikkeling van de verschillende marktaandelen zijn sinds de EG-marktordening twee trends overheersend, nl. het sterk teruggelopen Nederlandse marktaandeel (van 36% in 1980 tot 8% in 1984) en het in dezelfde periode spectaculair gegroeide Britse aandeel (van 11% naar 58%). Verder valt op dat het aanbod vanuit de Bondsrepubliek Duitsland bijna is weggevallen, terwijl met ingang van 1982 het Belgische aandeel (voor een belangrijk deel op basis van Nederlandse slachtdieren) van belang is geworden.

3.10.5 Belangrijke conclusies met betrekking tot de Franse markt voor vers produkt zijn:

- Geen enkele relatief belangrijke leverancier kan op tegen de Britse, maar ook Ierse, concurrentie. Het Nederlandse prijspeil ligt in sommige gedeelten van het jaar ca. 20% en het Franse zelfs 25 à 30% hoger dan het Britse prijsniveau op de Franse markt.

- De door Nederland op de Franse markt gerealiseerde prijzen blijven sinds 1981 meer en meer achter bij het prijsniveau van het Belgische aanbod.
- Het hoge kwaliteitsniveau van het Nederlandse lamsvlees wordt niet meer gerealiseerd in een dienovereenkomstig hoog prijsniveau.

3.10.6 Ook bij de import van bevroren vlees - die overigens binnen het voor Frankrijk vastgestelde kwantum, sinds 1980 belangrijk is toegenomen en waarvan Argentinië, Australië en vooral Nieuw-Zeeland (ca. 80%) de belangrijke leveranciers zijn - vallen enkele ontwikkelingen op:
- In het diepvriesaanbod overweegt het segment van al of niet verder bewerkte delen. Deze veel hoger geprijsde produkten worden met name geleverd door Nieuw-Zeeland, hetgeen de hoge prijzen voor de produkten uit dit land verklaart.
- Het importprijspeil van bevroren vlees is in 1984 plotseling scherp gestegen.

3.10.7 Aangenomen moet worden dat bij ongewijzigd EG-beleid de positie van Nederland op de Franse markt zwak zal blijven. Dat wil niet zeggen dat er in deze dynamische markt geen kansen zouden zijn voor de opbouw van een stabiel marktaandeel. Het opsporen van deelmarkten is hiervoor vereist. De huidige goed lopende afzet van levende dieren (die vanwege de transportkosten toch relatief kostbaar is), de Belgische positie in de versmarkt, en de positie van Nieuw-Zeeland in het segment van diepvriesprodukten geven aan dat in bepaalde produkt-marktcombinaties een positie is te verwerven.

4. De schapensector in Italie

4.1 Finale vraag

4.1.1 Italië telt bijna 57 mln. inwoners waarvan 20 mln. in het zuiden wonen. Het geïndustrialiseerde noordwesten heeft 15 mln. inwoners, terwijl in het noordoosten en midden ruim 10 mln. mensen leven. De geografische uitgestrektheid bemoeilijkt echter een efficiënte landelijke distributie. Daarentegen is de bevolkingsdichtheid tamelijk hoog en is het verzorgingsgebied van de zes grootste steden qua omvang vergelijkbaar met Nederland.

4.1.2 De Italiaanse levensstandaard is laag en ligt in de grootteorde van 60% van die van Nederland. Hierachter gaan grote regionale verschillen schuil. Dit komt tot uitdrukking in de relatief hoge hoofdelijke bestedingen aan levensmiddelen in het noordwesten en midden van Italië. Ook de hoofdelijke vleesbestedingen zijn in deze regio hoog; en bijvoorbeeld ruim 25% hoger dan in het zuiden.

4.1.3 Het totale hoofdelijke vleesverbruik in Italië ligt ongeveer 10 kg onder het EG-gemiddelde van bijna 90 kg. Het aandeel van schape- en geitevlees - het aandeel van geitevlees in het geheel van schape- en geitevlees wordt geschat op ongeveer 5% - in het vleesverbruik is zeer gering (1,7%) en zelfs trendmatig iets dalende over de periode 1975-1983, wat wordt veroorzaakt door de inkomensontwikkeling in deze periode. De absolute waarde van het hoofdelijk verbruik is moeilijk te bepalen omdat diverse bronnen afwijkende cijfers melden. Aangenomen kan worden dat in 1982 het hoofdelijk vebruik ruim 1,5 kg bedroeg. IRVAM (1984) acht het verbruik wat hoger en is eveneens optimistisch over de ontwikkelingsmogelijkheden, ondanks een zekere stagnatie gedurende het begin van de tachtiger jaren. Dit instituut schat de jaarlijkse groei over de periode 1983-1985 zelfs op ongeveer 4%. Desondanks blijft de zelfvoorzieningsgraad stabiel op ca. 70%.

4.1.4 De inhoudelijke kwaliteit van de maaltijd staat in Italië hoog aangeschreven. Daarom sluiten de eetgewoonten goed aan bij een consumentenvoorkeur voor een produkt dat luxe is, duur mag zijn, weinig proteïnen en vooral weinig vet bevat. Een produkt dat optimaal voldoet aan deze eigenschappen is "vitelli da latte": blank kalfsvlees. Bij rijper vlees wenst de consument een bleekrose kleur en een delicate vleesstructuur.

4.1.5 Deze algemene opmerkingen houden uiteraard niet in dat Italië gezien moet worden als één ongedifferentieerde markt. Integendeel, dit land kent een groot aantal duidelijk

herkenbare marktsegmenten. Ook in de schapensector, die weliswaar traditioneel van aard is, is er sprake van een divers aanbod dat in ontwikkeling is. Momenteel vormt "agnello" het grootste marktsegment. Dit zuiglam van de melkschapenhouderij wordt na 25-30 dagen geslacht bij een karkasgewicht van 5-7 kg. In het noorden is "agnellone" (geslacht gewicht ca. 20-25 kg (veelal "castrati") en elders 10-16 kg) van oudsher een belangrijk marktsegment geweest. Echter de migratie van het zuiden naar het noorden heeft een toenemende voorkeur te zien gegeven voor "agnelli" in laatstgenoemd gebied. Daarnaast is er uiteraard de markt voor oudere schapen: "pecore" en "montoni".

4.1.6 Tegen deze achtergrond zijn enige algemene aspecten van het consumentengedrag te onderscheiden (IRVAM, 1980):

- Hoge penetratiegraad op jaarbasis (86%);
- Een kwart van de gezinnen koopt schapevlees uitsluitend met Pasen en/of Kerstmis; 15% eet één of meerdere keren per week schapevlees (de z.g. "zware kopers") en ruim de helft van de gezinnen koopt minder vaak en onregelmatig schapevlees;
- 76% van de gezinnen koopt meestal "agnello" (lichter dan 12 kg), 15% "agnello pesante" (zuiglam zwaarder dan 12 kg), 7% "castrati" en 2% schapevlees;
- Restaurants zijn een belangrijk aankoopkanaal voor gezinnen: marktaandeel 12%;
- De "prijs" is voor 40% van de gezinnen de voornaamste beperking die een groeiende consumptie in de weg staat. Vervolgens worden "smaak", "verteerbaarheid" en "blijft over na bereiding" door ca. 15% van de gezinnen genoemd als beperkende factoren. "Beperkte beschikbaarheid", "lange bereidingstijd" en "te weinig verkooppunten" spelen geen rol van betekenis;
- Een kleine meerderheid (43%) verwacht meer "agnello pesante" (zwaarder zuiglam) te gaan eten bij voldoende beschikbaarheid en bevredigende prijzen.
- Voor ruim 80% van de gezinnen was de slager in 1980 het belangrijkste aankoopkanaal. Andere aankoopkanalen, schapenhouder, versmarkt en supermarkt, hadden ieder een belang van ongeveer 6%;
- De penetratiegraad van bevroren schapevlees is 10%; ontwikkelingsmogelijkheden zijn, althans in de ogen van de consument niet aanwezig;

Deze algemene karakteristieken van het consumentengedrag staan uiteraard onder invloed van aspecten zoals traditioneel eetpatroon (b.v. zwaar of licht lam etc.), regio, inkomen en leeftijd. Afwijkingen met betrekking tot deze factoren zijn medebepalend bij een definiëring van aantrekkelijke produkt-marktcombinaties.

4.1.7 De karakteristiek van het consumentengedrag in Noord-Italië is als volgt te omschrijven:

- Lagere penetratiegraad (75%) en groot aandeel van de gelegenheidsaankopen óf alleen met Pasen óf zowel met Pasen als met Kerstmis;
- Restaurants en supermarkten, zijn een belangrijker aankoopkanaal;
- Hoge penetratie "agnello pesante";
- Niet de prijs is de voornaamste beperking voor een toename van de consumptie maar de smaak;
- Zwaardere lammeren hebben bij een kleine meerderheid juist geen voorkeur in het noorden. Dit aspect wordt beïnvloed door het feit dat men al zwaardere zuiglammeren consumeert, maar ook door de relatie die wordt gelegd met de z.g. "castrati".

4.1.8 De karakteristiek van het consumentengedrag in Midden-Italië omvat de volgende elementen:
- Zeer hoge penetratiegraad (95%) en relatief veel "regelmatige kopers";
- Hoge aankoopfrequentie van lichte zuiglammeren waarvan de prijs zeer beperkend is voor een toename van de consumptie. Dit is dan ook de reden dat er een zekere voorkeur bestaat voor wat zwaardere lammeren;
- De smaak is goed maar de "verteerbaarheid" is een rem op de groei van de consumptie;
- De versmarkt is een relatief belangrijk aankooppunt.

4.1.9 De karakteristiek van het consumentengedrag in Zuid-Italië kan als volgt worden weergegeven:
- Zeer hoge penetratiegraad (95%) en relatief veel "regelmatige kopers";
- Hoog marktaandeel van de goedkopere "castrati";
- Evenals in Midden-Italië is de prijs zeer bepalend voor een mogelijke consumptiegroei en is de smaak geen beperkende factor;
- Een zwaarder lam wordt door de overgrote meerderheid gewaardeerd. Hierbij speelt de prijs een rol en ook de ontevredenheid met het huidige produkt; er blijft te weinig van over.

4.1.10 Met betrekking tot het inkomen zijn de volgende opmerkingen te maken:
- De hoge inkomensklassen kennen een hoge penetratiegraad, maar zijn geen "zware kopers". Deze categorie is te karakteriseren als gelegenheidskopers waarbij Pasen en Kerstmis geen overheersende rol spelen. Dit komt door een relatief hoog verbruik in restaurants. Ook de smaak is voor deze gelegenheidskopers geen beperkende factor voor een consumptietoename;
- De lage inkomensklassen eten regelmatiger schapevlees. Dit wordt veroorzaakt door het grotere aandeel van "castrati" en "pecore" en "montoni" tegen prijzen die meer concurrerend zijn met andere vleessoorten;

- De consument met een gemiddeld inkomen onderscheidt zich van het algemene beeld doordat hij relatief vaak bij de supermarkt koopt.

4.1.11 Met betrekking tot de leeftijd kan worden opgemerkt dat de enige groep met een enigszins afwijkend consumentengedrag wordt gevormd door de gezinnen waarvan de vrouw jonger is dan 31 jaar. Deze groep onderscheidt zich door een voorkeur voor zwaardere lammeren, een extra negatieve houding ten opzichte van bevroren vlees en een grotere rol van restaurants in het aankooppatroon

4.2 Primaire sector

4.2.1 Italië telde in 1983 ruim negen miljoen schapen en één miljoen geiten. De schapenstapel kende over de periode 1975-1983 een jaarlijkse groei van 1,7%. Deze groei was niet in alle regio's dezelfde en wordt bepaald door produktiesysteem en produktierichting. Sardinië is de belangrijkste schapenregio. Niet alleen omdat op dit eiland, dat zich volledig heeft toegelegd op de melkschapenhouderij, meer dan een derde van de Italiaanse schapenstapel is gesitueerd, maar ook omdat het schapenbestand voortdurend blijft groeien. Daarentegen moeten de meeste zuidelijke regio's terrein prijsgeven. Dit houdt verband met de sterke positie van de melk/wol/vleesrassen in deze gebieden. Noord-Italië heeft slechts een gering aandeel in de schapenstapel (5%) maar vertoont enige groei. Alleen in dit gebied hebben de zuivere vleesrassen een rol van betekenis. Melkrassen zijn algemeen verspreid in Italië en vormen ongeveer 70% van het schapenbestand.

4.2.2 Opmerkelijk is de afwezigheid van buitenlandse rassen. Dit komt omdat deze rassen weinig aangepast zijn aan het Italiaanse milieu. Wel worden deze rassen vanwege de vleeseigenschappen ingekruist met inlandse rassen. Vaak is dit alleen succesvol bij de eerste generatie. De Merino wordt het meest gebruikt, vooral ten behoeve van de wol/vleesproduktie. Andere buitenlandse rassen zijn Ile de France, Berrichonne du Cher, Suffolk, Württemberger Landschaap en Dorset Down. Geboortecomplicaties blijven met deze rassen echter een groot probleem.

4.2.3 Italië verkeert met haar schapenhouderij in een bijzondere situatie. Het produktiesysteem is gericht op melk ten behoeve van de kaasbereiding. De hoge prijs van het zuiglam maakt het mogelijk om dit bijprodukt zeer jong te verkopen waardoor de benutbare melkproduktie kan worden gemaximaliseerd. Mede hierdoor, maar ook door de krachtige binnen- en buitenlandse vraag naar schapekaas, is de melkschapenhouderij rendabel. Intensieve bedrijfsvoeringen zijn in deze produktietak momenteel het meest

rendabel en lijken ook de beste perspectieven te hebben. Italië verwacht door het veelal regionale karakter van de afzet van schapekaas nauwelijks internationale concurrentie. Wel wordt toenemende concurrentie gevreesd van "schapekaas" bereid uit koemelk (met een geringe bijmenging met schapemelk). Feitelijk wordt dit gevaar veroorzaakt door de kleinschalige schapekaasbereiding die gebruik maakt van een gebrekkige produktietechnologie en weinig is gestandaardiseerd. Een en ander bepaalt uiteraard in belangrijke mate de ontwikkeling van het zuiglammerenaanbod, en daarmee de zelfvoorzieningsgraad.

4.2.4 Momenteel worden de zuiglammeren uit de melkschapenhouderij vier à vijf weken bij de ooi gehouden en geslacht bij een karkasgewicht van 5-7 kg. Een ander produktiesysteem dat wel wordt toegepast met het meest voorkomende melkras (Sarda) is het z.g. "agnello pesante da latte" ofwel zwaar zuiglam. Deze lammeren worden geslacht na zes à acht weken bij een karkasgewicht van 6 tot 10 kg. De smaak is dezelfde als die van het lichte zuiglam, maar het vetpercentage is hoger. Bijvoedering met kunstmelk is aantrekkelijk door de relatief lage prijs van kunstmelk ten opzichte van schapemelk (voor de kaasbereiding). Eveneens een weinig verbreid produktiesysteem is het "agnello precoce" of agnello bianco" (onrijp of wit lam) dat gebruik maakt van vlees- of melk/vleesrassen. Na het spenen worden de lammeren 100-130 dagen aangehouden en geslacht bij een karkasgewicht van 13-18 kg. Dit lam is goed af te zetten en de verkoop moet in delen plaatsvinden. Een ander weinig gangbaar systeem is de produktie van "agnellone". Dit zware lam, dat moet worden gecastreerd, wordt 8 maanden aangehouden en geslacht bij een karkasgewicht van ca. 20 kg dat nogal vetrijk is (meer dan 25%). Daarnaast zijn er nog steeds grote trekkende kudden met meer dan 800 schapen die dit zwaardere lam leveren. In dit systeem wordt het lam na drie tot vier maanden geslacht bij een karkasgewicht van 15-19 kg. Intensieve vormen van vleesschapenhouderij komen in Italië nog nauwelijks voor omdat de prijs van "agnellone" te laag is.

4.2.5 De Italiaanse schapenhouderij is zeker tot 1981 vrijwel volledig aan haar lot overgelaten. Recentelijk, sinds de EG-marktordening, is er meer aandacht op regionaal en nationaal niveau voor deze sector. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de aandacht zich vooral richt op intensieve systemen waarbij diverse bedrijfsvoeringen en voederregimes worden geanalyseerd mede met het oog op vergroting van de deficitaire vleesproduktie. Tevens realiseert men zich dat verbeteringen noodzakelijk zijn op het gebied van dierziektebestrijding, selectie, verbreiding van stamboeken, kunstmatige inseminatie, dekcentra, industriële kruisingen, vruchtbaarheid en tussenlamperiode. Dit vergt echter een herziening van de huidige organisatiestructuur; een proces dat in Italië slechts langzaam van de grond kan komen.

4.3 Verwerking en afzet

4.3.1 De binnenlandse produktie van schape- en geitevlees is na de piek van 1980 (71740 ton) geleidelijk gedaald tot 67365 ton in 1983. In 1984 volgt een herstel dat is ingezet met een groeiende import van levende dieren. Ongeveer 25% van de binnenlandse slachtproduktie wordt gevormd door de levende import. Deze invloed van de levende import komt ook tot uiting in het regionale slachtpatroon dat duidelijk afwijkt van de regionale verdeling van de schapenstapel. Het aantal slachtingen is geconcentreerd in het zuidoosten (veel import) en in het middenwesten waar een grote aanvoer van levende dieren uit Sardinië plaats heeft. De slachtstructuur is op Sardinië zeer gebrekkig. Er zijn geen particuliere slachthuizen en het aandeel van de huisslachtingen is zeer hoog, terwijl de openbare slachthuizen worden gekenmerkt door povere installaties en een inefficiënte bedrijfsvoering. Ook elders in Italië is de slachtsector zeer traditioneel en statisch. Vergeleken met de slacht van andere diersoorten is het aandeel van de huisslachtingen en de slachtingen door slagerijen erg hoog (ruim een kwart) evenals het aandeel van het openbaar slachthuis (57%).

4.3.2 In 1982 was het aandeel van het zuiglamsegment in de binnenlandse slachtproduktie van schape- en geitevlees 44%, terwijl de oudere lammeren 30% voor hun rekening namen. De aandelen van oudere schapen en geiten in de produktiehoeveelheid waren respectievelijk 19% en 7%.

Figuur 4.1 Maandelijks slachtingen in 1983

Bron: IRVAM/ISTAT

Figuur 4.2 Maandelijks patroon van groothandelsprijzen, levend en geslacht, van "agnelli" (zuiglammeren), "agnelloni" (oudere lammeren) en "pecore" (schapen) in lire per kg (excl. BTW) voor 1982, 1983 en 1984 met inbegrip van prijsverhoudingen levend/geslacht

Bron: IRVAM

4.3.3 De slachtproduktie staat onder invloed van een sterk seizoenspatroon dat wordt gedomineerd door het zuiglamsegment (zie fig. 4.1). De produktie is hoog in het voorjaar (maart en april) en in het najaar is een geleidelijke toename van de slacht waar te nemen die eindigt met een absolute piek in december. Het seizoenspatroon van de zwaardere lammeren "agnelloni" en "castrati" is vergelijkbaar maar veel vlakker terwijl het hoogste niveau in maart en april ligt.

4.3.4 Het gemiddeld gewicht van de zuiglammeren loopt vanaf 6 kg in januari op naar 7 kg in de zomermaanden waarna het gewicht weer iets afneemt. Ook de zwaardere lammeren vertonen een soortgelijk patroon gedurende het jaar. In december en in het voorjaar ligt het gemiddeld geslacht gewicht op ca. 12 kg, terwijl in de overige maanden dit gewicht tot bijna 14 kg kan oplopen. De oudere schapen worden geslacht bij een gemiddeld karkasgewicht van 18-22 kg. In de zomdermaanden komen juist de lichtste karkassen op de markt.

4.3.5 De gemiddelde groothandelsprijzen van zuiglammeren ("agnelli") en lamsvlees ("agnelloni") liggen de laatste jaren ca. 20% uiteen. De prijzen van vlees van volwassen schapen zijn erg laag, in 1984 bijna de helft van de prijs voor "agnelloni" (zie figuur 4.2). Hoewel exacte prijsvergelijkingen moeilijk te maken zijn en het produkttype ook niet vergelijkbaar is, lijkt Nederlands lamsvlees althans qua prijs met het agnelloni-segment te kunnen concurreren.

4.3.6 De absolute verschillen tussen de kg-prijzen (op basis geslacht gewicht) van geslachte dieren en levende dieren zijn hoog (zie figuur 4.2). Ook het levend Nederlands lam zou wat de prijs betreft wellicht kunnen concurreren met het agnellonisegment.

4.3.7 De prijspieken vallen samen met de pieken in het aankooppatroon. Dit is in wezen opmerkelijk omdat dit impliceert dat met pasen en in het najaar (september t/m december) ondanks het stijgende aanbod hogere prijzen worden gerealiseerd. Het blijkt dus dat in deze perioden een sterke vraag optreedt waaraan het aanbod slechts in beperkte mate kan voldoen.

4.4 Afzetkanalen

4.4.1 De schapenhouders op het schiereiland zetten het grootste gedeelte van de dieren af via de collecterende handel ("raccoglitore"). Deze bepaald de prijs; de schapenhouder is prijsnemer. In het schapenconcentratiegebied Sardinië is directe afzet aan slachterij of slager belangrijker. Al met al vormt de verspreide structuur van de schapenhouderij een rem voor samen-

werking op producentenniveau en daardoor worden er nauwelijks initiatieven ontplooid tot rationalisering van het distributieproces. In tegenstelling tot andere sectoren in Italië bestaan er geen coöperaties van betekenis in de schapensector.

4.4.2 De collecterende handel verkoopt het vee hetzij rechtstreeks aan de slager hetzij op de verschillende gespecialiseerde schapenmarkten. Het surplus van deze markten wordt naar andere regionale markten en stedelijke finale markten verzonden (b.v. Turijn, Milaan, Rome en Napels). De finale markten zijn verbonden met de openbare slachthuizen, die op hun beurt gelieerd zijn aan de groothandelsmarkt voor vlees. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de varkenssector zijn de finale markten nog altijd belangrijk vanwege de versnipperende locatie van de schapenhouderij en omdat de rol van de particuliere slachthuizen in de schapenconcentratiegebieden beperkt is. Dit afzetpatroon betekent dat, indien het vee niet lokaal wordt verwerkt en geconsumeerd, de marketingkosten door transport, commissie en markttarieven erg hoog kunnen oplopen.

4.4.3 De importeurs ("grossisti importatori") importeren het slachtvee voor eigen rekening en leveren aan handelaren die op verschillende regionale markten opereren ("grossisti internisti") of aan de groothandel annex slachthuis ("macellatori grossisti"). Een groot gedeelte van de levende import (75% in 1984) is afkomstig uit Oost-Europa. Veelal maken de importeurs (soms ook coöperaties) gebruik van buitenlandse commissionairs. Zeker op grond van gewoonte bij Oosteuropese import hebben importeurs een sterke voorkeur voor langere termijncontracten waarin zaken zoals produkttype, leeftijd, prijs, etc. gedetailleerd staan beschreven. De importeurs zijn meestal verenigd in vee- en vleeshandelsorganisaties. Een aantal van de grote algemene vee- en vleesimporteurs hebben zich voorwaarts geïntegreerd en bezitten eigen slachterijen en uitsnijderijen. Sommige van deze importeurs slachten de geïmporteerde schapen zelf of importeren schapevlees en hebben een eigen distributienetwerk.

4.4.4 Een ander invoerkanaal is de gespecialiseerde schapevleesgroothandel (een tiental bedrijven), die op de grote nationale markten opereren. Daarnaast is het eveneens mogelijk dat de algemene vleesgroothandel via vertegenwoordigers importeert. Rechtstreekse invoer door grootwinkelbedrijven vindt slechts op zeer beperkte schaal plaats.

4.4.5 Het grootste deel van de Italiaanse schapenstapel en een gedeelte van de geïmporteerde dieren wordt geslacht in openbare slachthuizen die feitelijk ongeschikt zijn voor het slachten van schapen. Het vlees wordt door het slachthuis c.q. de vleesgrossier direct of via kleine handelaren, verkocht op de grote nationale (schape-)vleesmarkten (Rome, Milaan en Florence).

Figuur 4.3 Afzetkanalen en grootte van de handelsstromen van vee en vleesuit de schapen- en geitenhouderij in Italië

N B. Dit schema is opgezet met behulp van de beschikbare literatuur die allen slechts partiële informatie verstrekken. Het schema is quasi-nauwkeurig en kan dus slechts in algemene zin worden geïnterpreteerd. Daarnaast is het belangrijk te weten dat per regio de situatie kan afwijken van dit gemiddelde beeld. In deze tekst en in het achtergrondrapport worden de afwijkingen besproken.

Dit aandeel wordt geschat op 14%. Daarnaast leveren de slachthuizen eveneens 14% van de produktie aan de algemene vleesgroothandel van Zuid- en Midden-Italië. Ook vindt directe verkoop plaats aan de detailhandel (22%) of aan horeca, instellingen e.d. (3%). Zie figuur 4.3.

4.4.6 De zelfslachtende slagers ("macellai tradizionali") gaan in aantal achteruit en nemen de functie op van slager-detaillist ("macellai dettaglianti"). In de grote steden bestaan voor deze groep slagers inkoopcombinaties. Het belang van de inkoopcombinaties neemt langzaam af mede door de geleidelijke opkomst van het grootwinkelbedrijf, dat momenteel nog slechts een marktaandeel van 10% heeft in de detailhandelsafzet van vlees. Weliswaar zijn er regionale verschillen, maar het grote aantal slagers, in 1982 bijna 72.000, is een rem op de ontwikkeling van het grootwinkelbedrijf als afzetkanaal van vlees. Massi (1984) schat het aandeel van het grootwinkelbedrijf in de detailhandelsafzet van schapevlees hoger dan voor de andere vleessoorten. De inkoop geschiedt in de vorm van karkassen die op het verkooppunt worden uitgesneden. Sommige detailhandelsketens importeren rechtsteeks.

4.4.7 Horeca, instellingen etc. betrekken het schapevlees veelal van de nationaal opererende groothandel. Dit geldt voor zowel Italiaans vlees alsook voor geïmporteerd vlees. Instellingen en minder kwaliteitsbewuste horecabedrijven (met name in de toeristengebieden) gebruiken veel bevroren vlees. In de luxe restaurants is er een sterke voorkeur voor vers Frans lamsvlees (Centro Informazioni Carni Olandesi 1985).

4.5 Internationale handel

4.5.1 Italië importeerde in 1984 ruim 1,4 mln schapen, hetgeen een importwaarde van 168 mln gld betekende. Dit betekende een forse stijging van 177.000 stuks ten opzichte van 1980. Desondanks is het importaandeel uit Oost-Europa, dat vrijwel uitsluitend uit (lichte) zuiglammeren bestaat, in die periode gedaald van 90% naar 75%. Hongarije is nog steeds de belangrijkste exporteur (importaandeel 55%).

4.5.2 Het toegenomen importaandeel uit de EG, momenteel bijna 25%, is veroorzaakt door Frankrijk en België. Ook West-Duitsland heeft nog een betrekkelijk groot importaandeel. België en West-Duitsland exporteren zwaardere dieren (ca. 180 gld per dier) en Frankrijk exporteert gemiddeld lichtere dieren (135 gld per dier); hierbij moet wel worden bedacht dat het ten dele gaat om geiten. Nederland exporteerde in 1983 een duizendtal schapen naar Italië. In 1984 was er geen export van dieren vanuit ons land.

4.5.3 De importwaarde van schape- en geitevlees bedraagt in 1984 bijna 134 mln gld, (slechts 2% is geitevlees), en blijft daarmee 34 mln. gld achter bij de levende import. In de periode 1980-1984 is de vleesimport sterker gestegen dan de import van levende dieren. Van de totale Italiaanse invoerbehoefte (14700 ton in 1984) neemt de EG een snel groeiend aandeel voor haar rekening. Was dit aandeel in 1980 nog 28%, inmiddels is het gestegen naar 43%. Frankrijk is verantwoordelijk geweest voor deze ontwikkeling, die ten koste is gegaan van de Britse en Ierse export uit de EG en de Hongaarse en Bulgaarse export uit Oost-Europa. Nederland lijkt een bescheiden positie te hebben opgebouwd (1984: 525 ton) voor een kwalitatief minderwaardig produkt (7,54 gld per kg). Frankrijk realiseerde de hoogste kg-prijzen (13,15 gld), hetgeen wellicht is beïnvloed door geitevlees. De overige EG-landen kwamen uit op 8,50 tot 9,00 gld. Joegoslavië is, met een importaandeel van 25%, het belangrijkste land buiten de EG dat vlees naar Italië exporteert. Nieuw Zeeland (15%) en Argentinië (6%) exporteren alleen bevroren vlees. Nieuw-Zeeland levert zelfs karkassen met een gewicht van 6-8 kg, gemest op basis van melkpoeder (relatief lage prijzen). De Italiaanse importprijzen van bevroren vlees lagen de laatste jaren rond de 6 gld per kg, terwijl Nieuw Zeeland in 1983 in staat was de helft van de export naar Italië in verwerkte delen te realiseren. In het bijzonder exporteert Nieuw Zeeland (halve) nierstukken/zadels en (halve) achterstukken en "andere delen met been". Dit zijn de kwalitatief hoogwaardige delen. Het lijkt dat Nieuw Zeeland beter aan de gedifferentieerde (consumenten) vraag kan voldoen, dan wel verder in het afzetkanaal penetreert. De import van verse of gekoelde delen is niet noemenswaardig groot.

4.6 Kansen en bedreigingen

4.6.1 Italië lijkt enige afzetperspectieven te bieden in de koopkrachtige bevolkingsconcentratiegebieden (noordwesten en centrum). Zeker nu er betere inkomensvooruitzichten zijn, mag worden aangenomen dat Nederlands lamsvlees voor wat betreft vetpercentage, kleur en vleesstructuur goed kan aansluiten bij de consumentenvoorkeur voor luxe vleessoorten. De voornaamste dreiging gaat uit van de huidige sterke positie van het zeer dure lichte zuiglam (5-7 kg) in het seizoensmatige traditionele consumptiepatroon. Toch verschuift al sinds een aantal jaren deze voorkeur naar een wat zwaarder zuiglam, tot maximaal 12 kg, met weliswaar vergelijkbare produktkenmerken. Uit consumentenonderzoek blijkt, mede op grond van "prijs" en "blijft weinig over na bereiding", een voorkeur voor lamsvlees dat zelfs zwaarder dan 12 kg mag zijn.

4.6.2 Ondanks de import van levende en geslachte lammeren kan het beschikbare aanbod in maart/april, oktober/november en

vooral in de kerstperiode niet voldoen aan de dan optredende stijgende vraag. Dit geldt zowel voor "agnelli" (gemiddeld geslacht gewicht: 6 kg) alswel voor "agnellone" (gemiddeld geslacht gewicht: 13 kg).

4.6.3 Het ligt niet in de verwachting dat Italië, althans op middellange termijn, de huidige lage zelfvoorzieningsgraad (70%) zal kunnen verhogen. Daarvoor is de Italiaanse schapensector niet efficiënt genoeg ingericht en te slecht georganiseerd. Op langere termijn kan worden gevreesd dat het langer aanhouden van de zuiglammeren uit de melkschapenhouderij kan leiden tot een potentiële forse toename van de zelfvoorzieningsgraad.

4.6.4 Interessante regio's voor afzet zijn wellicht Noordwest- en Midden-Italië voor een zo licht mogelijk produkt. Hetzelfde geldt voor Zuid-Italië, waar tevens het zwaardere lam ("castrati") een belangrijk marktaandeel heeft. Ook in het noordoosten speelt dit zwaardere lam een rol van betekenis. Deze lammeren zijn laag geprijsd zodat prijsconcurrentie van het Nederlands lam niet mogelijk lijkt.

4.6.5 Kansen zijn er voor het Nederlands produkt zowel via het hyper- en supermarktkanaal alsook via de horeca en de slager. Daartoe moet het lam wel "toegesneden" zijn op de wensen van de consument. Op kortere termijn zal het Nederlands lam zich een plaats moeten veroveren naast het lichte zuiglam in het assortiment; eventueel in plaats van het zwaardere "agnellone". Dit vergt een zorgvuldige aanpak van de Nederlandse exporteur.

4.6.6 De genoemde verkooppunten zijn, weliswaar veelal indirect, bereikbaar gebleken voor Nederlands kalfsvlees dat een goede naam heeft opgebouwd in Italië. De export van slachtlammeren en lamsvlees zou gebruik moeten maken van de kennis en de sterke punten van de kalveren- en kalfsvleesexporteurs; eventueel in samenwerkingsverbanden. Daarbij kan niet voldoende worden gewezen op het grote belang dat de Italiaanse afnemer hecht aan een goede en continue relatie waarbij leveringsvoorwaarden en betalingscondities nauwkeurig zijn omschreven. Hierop berusten de goede contacten met Oosteuropese landen.

5. De schapensector in België

5.1 Verbruikers

5.1.1 België telt 9,8 miljoen inwoners; hiervan zijn er 22% woonachtig in Brussel, Antwerpen, Gent, Charleroi en Luik. In België wonen een groot aantal buitenlanders (9%). De helft hiervan zijn gastarbeiders afkomstig uit Italië, Turkije, Marokko en Algerije. Veel van deze buitenlanders wonen in Brussel en Luik.

5.1.2 In België is het schapevleesverbruik slechts matig ontwikkeld. In 1983 lag dit op 1,55 kg per hoofd van de bevolking. In 1983 consumeerden de Belgen 15800 ton schapevlees. Hiervan werd 80% ingevoerd. De Belgen consumeren drie kwart van het schapevlees thuis en een kwart buitenshuis. Door de afname van de koopkracht in de laatste jaren is het vleesverbruik in het algemeen wat teruggelopen en tevens is er een verschuiving opgetreden naar minder dure substituten. Vooral rundvlees werd vervangen door varkensvlees. De relatieve positie van schapevlees bleef over een groot aantal jaren gelijk en maakt 2% uit van het vleesverbruik. Sinds 1970 is het verbruik per hoofd eerst toegenomen van 1,0 kg tot 2,1 kg in 1980; dat liep terug tot 1,6 kg in 1983. De groei van de consumptie van schapevlees gedurende 1970-1980 is veroorzaakt door: groei van de koopkracht, relatief interessante prijs t.o.v. rundvlees, kwaliteitsverbetering aangeboden produkt en een stijgend aantal vreemdelingen die veel schapevlees verbruiken.

5.1.3 De schapevleesaankopen vinden volgens het Belgisch LEI-panel vooral plaats in het 1e en 4e kwartaal van het jaar. Verder verschuift het aankooppatroon van schapevlees evenals dat van andere vleessoorten naar de dagen voor het weekend.

5.1.4 Gemiddeld genomen liggen de aangekochte hoeveelheden bij de lagere inkomensklassen en bij de hoogste inkomensklassen vrij hoog. Veel schapevlees wordt aangekocht in gezinnen waar het gezinshoofd een vrij beroep heeft. Verder kopen de niet-actieven (met name gepensioneerden) grotere hoeveelheden schapevlees aan per gezinslid.

5.1.5 De penetratiegraad van het schapevleesverbruik ligt op 25%. In de grotere steden ligt dit op 35% en in Brussel zelfs op 41%. In Wallonie (31%) ligt de penetratiegraad aanzienlijk hoger dan in Vlaanderen (14%). Daarbij moet worden opgemerkt dat in Wallonië 33%, in Vlaanderen 57% en in Brussel 10% van de bevolking woont; verder zij opgemerkt dat de bevolking in

Figuur 5.1 Gezinsverbruik van vlees in België, 1975-1982 (kg/persoon)

Brussel en Wallonië terugloopt en in Vlaanderen toeneemt. De consumptie van schapevlees heeft te maken met de urbanisatiegraad en de beschikbaarheid van schapevlees in het distributiekanaal. Het platteland is traditioneel en niet zo gesteld op schapevlees. Veel slagers voeren geen schapevlees in hun assortiment. Kansen voor Nederlands schapevlees liggen in de grote steden waar reeds een redelijk ontwikkelde consumentenmarkt is en waar relatief veel mensen met hoge inkomens wonen. De aankoopprijs van schapevlees ligt in de steden op een hoger niveau dan elders. In 1984 betaalde de consument in Brussel voor "schaapscotelet" 448 BF per kg, in Wallonië 424 BF en in Vlaanderen 351 BF.

5.2 Primaire sector

5.2.1 De schapenhouderij is in België van ondergeschikte betekenis en zwak ontwikkeld. Schapenhouderij komt veelal voor als nevenactiviteit op het agrarisch bedrijf. België telde in 1984 officieel ruim 9000 bedrijven met schapen. Op deze bedrijven werden 150.000 schapen geregistreerd. Toch is in België enige concentratie van de schapenhouderij aanwezig. Zo houdt 8% van de bedrijven iets minder dan de helft van de geregistreerde schapen. Deze grotere schapenhouderijen hebben gemiddeld 220 schapen.

5.2.2 Een groot deel van de schapenhouderij vindt in de hobbysfeer plaats. Bij deze produktievorm is rentabiliteit een bijzaak. Dit kan een bedreiging betekenen, omdat de schapen onder de werkelijke kostprijs kunnen worden geproduceerd en verkocht.

5.2.3 In België worden veel Texelaarschapen gehouden. Een aantal grotere bedrijven houdt zich bezig met de produktie van paaslammeren. Het gaat om Suffolk-lammeren of -kruisingen hiervan. Volgens berekening van het Belgische LEI is de weidelammerenproduktie het meest rendabel.

5.2.4 De produktie van schapevlees biedt vrij gunstige perspectieven. De verhouding tussen opbrengstprijs en kostprijs is zodanig dat enige uitbreiding van de schapensector niet ondenkbaar is. Dit te meer nu er EG-ooipremies worden gegeven en de melkproduktie aan banden is gelegd. Echter de huidige zwakke organisatie in de Belgische schapensector zal voorkomen dat de zelfvoorzieningsgraad (thans slechts 20%) sterk zal toenemen.

5.3 Verwerking en distributie

5.3.1 De verzameling van Belgische schapen omvat een kort en een lang circuit. Het korte circuit omvat huisslachtingen. Dit circuit neemt driekwart van de binnenlandse produktie voor zijn rekening! Het lange circuit wordt gekenmerkt door meerdere

Figuur 5.2 Afzetpatroon van schapevlees in België in 1983 (in tonnen karkasgewicht)

Bron: Bewerking van VIAENE, J. (1983)

fasen in het traject van producent naar consument. Ca. 85% van de schapen geslacht op openbare slachthuizen en particuliere slachterijen wordt geïmporteerd. Dit kan een risico inhouden voor de slachterijen omdat zij afhankelijk zijn van de geïmporteerde grondstof. De veehandelaar verzorgt de toelevering aan de slachtende grossiers in de grote steden. Door het toenemend belang van de directe verkoop worden op schapenmarkten vooral overschotten verhandeld. De prijsvorming wordt hierdoor belemmerd. Het aantal slachtingen op openbare slachthuizen is de afgelopen jaren gelijk gebleven, daarentegen is het aantal slachtingen in particuliere slachterijen sterk toegenomen. De openbare slachthuizen staan vooral in de consumptiecentra. Hier slachten plaatselijke grossiers, die hun produkt toeleveren aan afnemers in de regio. De uitbreiding van de schapenslachtingen komt nagenoeg geheel voor rekening van één slachterij te Luik. De concentratie van het aantal schapenslachtingen is daardoor in België sterk toegenomen. Dit kan belangrijke kostenbesparingen opleveren, maar aan de andere kant nemen de risico's toe door de sterke specialisatie en de omvang. België is sterk afhankelijk van de import van slachtdieren.

Tabel 5.1 Schapenslachtingen naar soort slachtinrichting

	1975	1980	1982	1983
Totaal aantal slachtingen	73.000	95.000	144.000	241.000
waarvan naar:	%	%	%	%
- openbare slachthuizen	86	74	39	26
- particuliere slachthuizen	14	26	61	74

N.B. Huisslachtingen zijn niet verwerkt.

5.3.2 Om de Belgische consument van voldoende schapevlees te voorzien kopen slachterijen, vleesgroothandelaren en grootwinkelbedrijven grote hoeveelheden schapen en schapevlees in het buitenland. In 1983 werden 377.000 schapen en lammeren ingevoerd (1984: 343.000), bijna 8000 ton gekoelde karkassen en bijna 2000 ton bevroren schapevlees. De levende dieren komen vooral uit Nederland en de Bondsrepubliek Duitsland. Gekoelde karkassen worden voornamelijk uit het Verenigd Koninkrijk en Ierland ingevoerd (90%) en het bevroren vlees komt vooral uit Nieuw-Zeeland (75%).

5.3.3 De import uit het Verenigd Koninkrijk en Ierland is vooral een kwestie van prijs. De grootwinkelbedrijven vinden het goede Nederlandse produkt (Texelaar) te prijzig. Het bevroren vlees komt voor een deel in de niet exclusieve horeca terecht.

5.3.4 De voorziening van de Belgische (excl. vreemdelingen!) consument met schapevlees zag er in 1984 als volgt uit: 26% via de slagerij, 28% grootwinkel- en filiaalbedrijf en georganiseerde handel, 10% zelfvoorziening en direct van schapenhouders, 27% consumptie buitenshuis. Sinds 1975 is de buitenshuisconsumptie van schapevlees sterk toegenomen terwijl de aankopen bij slagerijen sterk zijn afgenomen (van 38% naar 26%). Op het platteland is schapevlees zelden beschikbaar in slagerijen. In de steden zijn de mogelijkheden om schapevlees te kopen wel ontwikkeld zowel in slagerijen als op andere verkooppunten. De afzet van Nederlands schapevlees zal vooral gericht moeten zijn op grotere consumptiecentra en dan vooral via zelfstandige slagers met een kwaliteitsassortiment. In België waren in 1982 bijna 8700 slagers. Het aantal slagers is de laatste jaren aan het teruglopen. De grotere zelfbedieningswinkels nemen een steeds groter deel van de voedingsmiddelendistributie tot zich waaronder ook de distributie van goedkoper vers en voorverpakt vlees.

5.3.5 België is sterk ingesteld op de buitenlandse handel in schapen en schapevlees. Dit is reeds een lange reeks jaren het geval en wel met een groot aantal landen. België is een internationaal handelsland voor schapen en schapevlees, en speelt in op veranderende marktsituaties.

5.4 Concurrentie

5.4.1 België is een beperkte markt voor schape- en lamsvlees. Daartegenover staat dat de zelfvoorzieningsgraad in België erg laag (20%) is. Van de totale consumptie in 1983 wordt ruim 12.500 ton schapevlees netto ingevoerd als levende have danwel gekoeld of bevroren.

5.4.2 België importeert al over een langere periode grote aantallen levende schapen en gekoelde karkassen. Vanaf 1981 worden veel schapen en lammeren vanuit Nederland ingevoerd. Dit hangt wellicht samen met de instelling van de Gemeenschappelijke marktordening. Door in Nederland hogere commissiegelden te geven en een betere prijs te bieden voor de levende schapen kwam deze stroom naar België op gang. Voor de Belgische slachterijen is de import van Nederlandse schapen een belangrijke grondstofstroom geworden.

5.4.3 De import van schapevlees is voor 85% gekoeld en voor 15% bevroren. Het gekoelde produkt bestaat geheel uit karkassen (hele en halve). Het bevroren produkt bestaat voor 36% uit vlees zonder been, voor 40% uit ruggen en bouten en voor 17% uit karkassen (hele en halve). De invoer van vlees is sinds 1980 fors gezakt met ongeveer 5000 ton. Dit komt overeen met een daling van de binnenlandse consumptie in deze periode van 21.440 ton in 1980

naar 15801 ton in 1983. De Belgische consumptie bestaat voor een fors deel uit ingevoerd vlees. Vooral via de grootwinkelbedrijven wordt vlees uit het Verenigd Koninkrijk en Ierland gedistribueerd. De prijs speelt hierbij een belangrijke rol. Verder is het de vraag of de kwaliteit van (eventueel voorverpakt) Nederlands vlees nog voor de consument als zodanig herkenbaar en gewild is als een duur kwaliteitsprodukt. In de horeca (met name niet exclusieve restaurants) en het grootverbruik wordt veel met bevroren schapevlees gewerkt.

5.5 Kansen en bedreigingen

5.5.1 Prijsconcurrentie van het Nederlandse kwaliteitsprodukt met schapevlees uit het Verenigd Koninkrijk en Ierland is erg moeilijk. Voor het hogere kwaliteitsniveau van de Nederlandse Texelaar is in België slechts een beperkte markt. Het gaat vooral om de distributie via kwaliteitsslagers en exclusieve restaurants.

5.5.2 De concentratie van slachtingen van Nederlandse schapen bij één Belgisch bedrijf, grotendeels bestemd voor "doorvoer" naar Frankrijk, brengt enerzijds risico's met zich mee voor de afzet van Nederlandse slachtdieren en voor de afzet van Nederlands vlees op de Franse markt, maar is anderzijds ook een ondersteuning voor een efficiënte doorstuwing van het Nederlandse produkt.

5.5.3 De invoer van bevroren vlees in België in sinds 1980 verdubbeld. het gaat daarbij vooral om hoogwaardige deelstukken die direct gedistribueerd kunnen worden. Er blijkt een groeiende markt voor deelstukken te bestaan.

6. De schapensector in Griekenland

6.1 De verbruikers en het produkt

6.1.1 Griekenland had in 1984 een bevolkingsomvang van 9,8 mln. inwoners, waarvan er 45% in de stedelijke gebieden van Athene (Zuidoost-Griekenland) en Thessaloniki (Noord-Griekenland) wonen. Het bruto-nationaal produkt (BNP) per hoofd van de bevolking ligt in Griekenland met f 10.400,- in 1982 beduidend lager dan het EG-gemiddelde van f 23.000,-. De inflatie bevond zich de afgelopen jaren met ruim 20% op een zeer hoog niveau ten opzichte van de andere EG-landen en met name Nederland waar de inflatie slechts enkele procenten bedroeg.

6.1.2 De consumentenbestedingen zijn over de periode 1975-1980 weliswaar sterk gegroeid, maar de laatste jaren is toch sprake van stagnatie. Van belang is dat de inwoners van de stedelijke gebieden van Athene en Thessaloniki een aandeel van 60% in die consumptieve bestedingen hebben. Bekijken we het voedselgedeelte, dan blijkt dat dat in 1982 goed was voor 35,7% (!) van de huishouduitgaven (exclusief dranken en tabak). Het aandeel van vlees in de bestedingen aan voedingsmiddelen was 28,7% (Sàkellis, 1983).

6.1.3 De consumptieve vraag is in Griekenland dus sterk geconcentreerd in de steden Athene en Thessaloniki. Zeker voor een relatief duur produkt als schapevlees is dit koopkrachtige, qua oppervlakte relatief kleine, gebied een belangrijke potentiële deelmarkt voor Nederlands schapevlees.

6.1.4 De markt van schape- en geitevlees neemt in Griekenland een geheel andere positie in dan in de andere EG-landen. Het aandeel van het verbruik van deze vleessoorten in het totale vleesverbruik ligt op bijna 20% tegenover een EG-gemiddelde van 4%. Per hoofd van de bevolking ligt deze verhouding op 14 kg ten opzichte van 4 kg.

6.1.5 Het binnenlands verbruik van schape- en geitevlees lag in 1983 op 140.000 ton (basis vlees met been). Hiervan was 72% schapevlees (10,2 kg per hoofd van de bevolking) en 28% geitevlees (4,0 kg per hoofd). De vraag naar schapevlees werd gedekt door Griekse zuiglammeren (43%), overige Griekse lammeren jonger dan 1 jaar (19%), Griekse schapen ouder dan 1 jaar (19%), levende invoer van schapen (2%) en ingevoerd schapevlees (17%, waarvan 3% vers/gekoeld en 14% bevroren). De penetratiegraad van schapevlees op de Griekse markt is zeer hoog, maar de koopintensiteit in de grote steden is aanmerkelijk lager dan die voor rund- en varkensvlees.

6.1.6 De vraag naar schapevlees is afkomstig van institutionele verbruikers, horeca en consumenten. De institutionele verbruikers zijn met name het leger, ziekenhuizen en cateringbedrijven. Bedrijfsrestaurants en ketens van hotels en restaurants zijn er nagenoeg niet. Het leger en de ziekenhuizen kopen vooral rund- en pluimveevlees en weinig het relatief dure schapevlees. De vraag naar schapevlees komt dus vooral van de consumenten, hotels/restaurants en cateringbedrijven.

6.1.7 Het verbruik van rund-, schape- en geitevlees is in Griekenland altijd hoger geweest dan dat van varkens- en pluimveevlees. Dit kwam door de traditionele houding ten opzichte van vlees en de slechte kwaliteit van het Griekse varkens- en pluimveevlees. Na de toetreding van Griekenland tot de EG is inmiddels het verbruik van varkens- en pluimveevlees toegenomen. Verder bestaat het vleesverbruik voor 89% uit vers vlees. Voor schape vlees ligt dit aandeel op 86%. In het algemeen beoordeelt men bevroren vlees als minder goed dan vers vlees. Een reden dat toch nog 14% van het schapevleesverbruik uit bevroren vlees bestaat is het grote prijsverschil.

6.1.8 Het verbruik van schapevlees is al jaren vrij stabiel. Enerzijds door een stabiele bevolkingsomvang, anderzijds door een traditioneel eetpatroon. Op korte termijn is hierin dan ook weinig verandering te verwachten, mede omdat de consumptieve bestedingen niet toenemen. Een eventuele stijging van de consumptieve bestedingen laat echter nog geen rooskleurig perspectief voor het schapevleesverbruik zien. Van een inkomensstijging gaat in het algemeen wel een positief effect uit op de Griekse vraag naar vlees. Maar tussen de vleessoorten bestaan er aanzienlijke verschillen in de inkomenselasticiteit van de vraag (rundvlees: 1,7; varkensvlees: 1,0 tot 1,3; lams- en geitevlees: 0,4; pluimveevlees: 0,7) (Sàkellis, 1983). Hieruit blijkt dat de inkomenselasticiteit van de vraag naar lams- en geitevlees beduidend lager is dan die van de andere vleessoorten, met name rundvlees. Uit onderzoek (Sàkellis, 1983) blijkt verder dat rood en wit vlees concurrerende produkten zijn en lams- en geitevlees een belangrijk substituut vormen voor rundvlees. In het geval van een inkomensstijging zal de vraag naar rundvlees met een factor 1,7 stijgen en die naar lams- en geitevlees slechts met een factor 0,4. Betrekken we hier het substitutie-effect bij, dan zal het beeld voor lams- en geitevlees nog ongunstiger zijn.
Behalve tussen de inkomenselasticiteiten zijn er ook grote verschillen tussen de prijselasticiteiten van de vraag (rundvlees: -1,2 tot -2,5; lams- en geitevlees: -0,4; varkensvlees: -0,5 tot -1,8; pluimveevlees: -1,4) (Sàkellis, 1983). Ook hier komt een groot verschil tussen de substituten rundvlees en lams- en geitevlees naar voren; duidelijk in het nadeel van de laatstgenoemde vleessoorten. De grote invoer van goed en voor Griekse begrippen goedkoop rundvlees in Griekenland uit andere EG-lidstaten sinds

de toetreding tot de EG heeft het aandeel van schape- en geitevlees nog extra onder druk gezet. Een op het eerste gezicht positief effect van stijgende consumptieve bestedingen levert per saldo dus een negatief effect op voor het schape- en geitevleesverbruik.

6.1.9 Uit een in 1982 gehouden marktonderzoek in de belangrijkste stedelijke gebieden Athene en Thessaloniki (LHR, 1982) komt een aantal aspecten naar voren die van invloed zijn op de consumentenvoorkeur en het consumentengedrag.

6.1.10 De penetratiegraden van vers en bevroren vlees (totaal) zijn respectievelijk 96% en 17%. Voor vers en bevroren schapevlees zijn ze achtereenvolgens 41% en 11%. Vergelijken we dit met de andere vleessoorten dan blijkt de penetratiegraad van vers schapevlees laag te zijn, terwijl die van het bevroren schapevlees hoger is dan die van de andere vleessoorten. Voor vers schapevlees is een hogere penetratie bij jongeren te constateren. De Griekse consumenten die schapevlees kopen blijken een voorkeur te hebben voor het achterstuk ("leg"); 75% van hen koopt dit deelstuk. De koteletten/zadels ("cutlets/saddles") worden door 29%, met name jongeren, gekocht en 19%, vooral ouderen, koopt het voorstuk ("breast"). De verschillende deelstukken hebben karakteristieke bereidingsmethoden. Het achterstuk wordt door 92% van de kopers gebraden en het voorstuk door ca. 70%. De koteletten en zadels daarentegen worden door 63% gegrilld.

6.1.11 De geënquêteerde consumenten noemen als factoren die van invloed zijn op hun koopgedrag ten aanzien van schapevlees: de vetheid (vooral de consument op middelbare leeftijd), de smaak (neemt toe met het afnemen van de sociale klasse waartoe de consument behoort), de prijs (neemt af met het ouder worden en is belangrijk voor de hogere sociale klasse) en de kleur.

6.1.12 De aankoopfrequentie van schapevlees ligt op eens per maand, waarbij het bevroren vlees vaker wordt gekocht dan het verse. Tussen zomer en winter is nauwelijks een verschil te constateren. Wel koopt de consument rond Pasen traditioneel meer schapevlees. In de hogere sociale klasse ligt de aankoopfrequentie van vers vlees, met eens per veertien dagen, hoger dan die van bevroren vlees, dat minder dan eens per maand wordt gekocht. Met het afnemen van de sociale klasse waartoe de consument behoort, wordt de frequentie voor bevroren vlees hoger dan die voor vers vlees. Verder kopen jongeren vaker bevroren dan vers vlees.

6.1.13 De hoeveelheid vlees die de consument per aankoop zegt te kopen, ligt op een hoog niveau met 2,6 kg voor vers vlees (totaal) en 2,0 kg voor bevroren vlees (totaal). Dit vlees wordt voor een deel direct bereid en verder bewaard, waarbij de gemiddelde bewaartijd 6,2 dagen is. Van de kopens van vers vlees zegt

Figuur 6.1 Produktie van schape- en geitevlees in Griekenland in 1983 en de gemiddelde marktprijzen van slachtlammeren in guldens per kg geslacht gewicht in 1983

Bron: Eurostat.

16% het vlees op dezelfde dag te bereiden, 28,6% vriest het in, 45% bereidt een deel en vriest het overige in en 10% koelt het vlees. Voor de kopers van bevroren vlees liggen deze percentages op respectievelijk 33, 35, 26 en 5. Jongeren en consumenten uit de lagere sociale klassen bereiden het vlees vaker op dezelfde dag. De bewaartijd bij deze groepen is beduidend korter.

6.2 De primaire sector

6.2.1 Door het bergachtige karakter en het Middellandse-zeeklimaat (veel regen in de winter en droogte in de zomer) wordt een intensieve bedrijfsvoering op de Griekse agrarische bedrijven sterk belemmerd. Ondanks enige groei van de intensieve produktiesectoren heeft de schapenhouderij zich kunnen handhaven. De schapen- en geitensector was in 1982 goed voor 60% van de melkproduktie en 23% van de vleesproduktie.

6.2.2 De Griekse schapenhouderij, met een stapel van ongeveer 9 mln. stuks in 1983, is gericht op meerdere produktiedoelen (melk, vlees, wol, huiden). Ca. 55% van de stapel bestaat uit locale, zuivere rassen, gefokt voor vlees en melk. De overige schapen zijn vooral kruisingen, meest gehouden voor de melkproduktie. De schapen bevinden zich vooral in de (semi-)bergachtige gebieden, en in het midden van Griekenland; 90% van deze schapen wordt gehouden op weidegronden en slechts 10% op stal of in een omheinde weide. De schapenhouderij in Griekenland is verspreid over een groot aantal kleine bedrijven, waarop het een hoofdberoep vormt voor een groot deel van de plattelandsbevolking. De overheid beoogt intensivering van de sector. Deze wordt gestimuleerd in twee richtingen. Enerzijds gericht op grote extensieve bedrijven, waarbij door middel van bijvoedering gestreefd wordt naar produktiviteitsverhoging. Anderzijds gericht op melkschapenbedrijven met stalvoedering in de winter.

6.3 Verwerking en distributie

6.3.1 De produktie van schape- en geitevlees is sinds 1976 vrij stabiel op een niveau van rond de 120.000 ton, waarvan ongeveer 80.000 ton schapevlees en ongeveer 40.000 ton geitevlees. In 1984 bestond de schapevleesproduktie van 82.000 ton, voor 54% uit zuiglammeren, 23% overige lammeren jonger dan 1 jaar en 23% schapen ouder dan 1 jaar.

6.3.2 De schape- en geitevleesproduktie is seizoensgebonden (zie figuur 6.1). Een sterk stijgend patroon in het voorjaar, met een piek in april (20.100 ton in 1983). Daarna zakt de produktie terug tot een lager niveau in oktober/november (6.500 ton in 1983). De invoer van slachtdieren, die overigens van be-

Figuur 6.2 Ontwikkeling van de produktie, in- en uitvoer en verbruik van schape- en geitevlees

perkte omvang is, vindt plaats in de 2e helft van het jaar. In figuur 6.2 wordt de ontwikkeling van de produktie, de in- en uitvoer en het verbruik van schape- en geitevlees weergegeven.

6.3.3 De verwerking van de binnenlandse vleesproduktie vindt bijna volledig plaats in kleine slachthuizen waarvan er zo'n 550 zijn (over het land gespreid en meest openbaar). Dit zijn oude slachthuizen, waarin nog traditioneel wordt geslacht. De kwaliteit van het binnenlandse schapevlees wordt ongunstig beïnvloed door de slechte slachtcondities. De traditionele slachthuizen zijn oud en slecht uitgerust, waardoor er niet erg hygiënisch gewerkt kan worden.

6.3.4 Een klein gedeelte van het vee wordt geslacht in moderne slachthuizen die voldoen aan de regels die de EG stelt voor vlees dat geëxporteerd wordt. Het streven is gericht op het beperken van de activiteiten van de oude slachthuizen, totdat ze alleen nog slachten voor de lokale behoefte. Dit alles ten gunste van de modern uitgeruste slachterijen. Hiertoe heeft de regering stimuleringsplannen opgesteld.

6.3.5 Transport naar Griekenland kan op verschillende wijzen plaatsvinden:

a. Via zee naar de havens van Eleusis, Isthmia, Thessaloniki, Piraeus, Mégara, Vólos, Itea en Chalkis.
b. Via de spoorwegen door Joegoslavië.
c. Over de weg door Joegoslavië of door Italië en dan met de boot vanuit Ancona of Brindisi.
d. Door de lucht naar de internationale luchthavens in Athene, Thessaloniki, Rhodos, Heraklion, Corfu en Kos.

6.3.6 De invoer van levensmiddelen in Griekenland (CFCE, 1985) vindt in het algemeen plaats via:

a. Agenten op commissiebasis, die werken met een tarief van 1 à 2% voor grondstoffen en 2 à 5% tot 15% voor eindprodukten. Ze beperken zich tot de transactie en hebben geen contact met het verhandelde produkt.
b. Importeur-groothandelaren die de produkten voor eigen rekening inkopen en deze opslaan om ze vervolgens te distribueren; in bepaalde gevallen werken we ook op commissie-basis. Zij zetten hun produkten in het algemeen af aan supermarktketens, grossiers, horeca en andere grootverbruikers en kleine detaillisten.
c. Bepaalde distributeurs zoals super- en hypermarkten, importeren hun produkten rechtstreeks zoals bij zuivelprodukten.

6.3.7 In 1982 telde Griekenland meer dan 25.000 grossiers, waarvan 47% in de regio Athene en 21% in Macedonië (de regio waarin Thessaloniki ligt). Door de opkomst van moderne distributieorganisaties vermindert het aandeel van de grossiers in de groothandel sterk. De groothandel komt hoe langer hoe meer in

handen van de importeur-groothandelaar, filiaalbedrijven en grootwinkelbedrijven.

6.3.8 In 1982 telde Griekenland ongeveer 160.000 detailhandelsverkooppunten, waarvan 32% in Athene, 22% in Macedonië en 10% in de regio's Centraal Griekenland en Euboea. De onafhankelijke levensmiddelenhandel neemt 59% van het handelsvolume voor haar rekening. De overige 41% komt voor rekening van het grootwinkelbedrijf (super- en hypermarktketens, warenhuizen, inkoopgroeperingen en coöperaties).

6.3.9 In 1982 namen de warenhuizen 19% van het detailhandelsverkoopvolume voor hun rekening. Het merendeel van de levensmiddelen wordt locaal ingekocht, rechtstreeks van producent of via de importeur. Ook aankoop via een agent (op commissiebasis) vindt plaats. Soms worden produkten rechtstreeks geïmporteerd.

6.3.10 De super- en hypermarktketens vertegenwoordigden in 1982 ca. 18% van het detailhandelsverkoopvolume. Ze ontwikkelen zich de laatste jaren in zeer sterke mate in de regio Athene en wat minder in Thessaloniki. Er zijn ongeveer vijftien belangrijke filiaalbedrijven in Griekenland. Het merendeel koopt in via de importeur of de locale agent; zelden wordt rechtstreeks vanuit het buitenland ingevoerd.

6.3.11 Enige belangrijke aspecten van het buiten-huishoudelijke verbruik in Griekenland zijn:

a. Een omvangrijke zeevaartcatering. Deze sector wordt wel vergeleken met die van een stad met één mln. inwoners.
b. Een zeer groot aantal hotels en restaurants, ook van belang op de (toeristische) eilanden. Zij kopen in het algemeen hun produkten van plaatselijke grossiers.
c. De practische afwezigheid van het bedrijfsrestaurant.

6.3.12 De invoer van vlees gaat voor een groot deel via de groothandelsmarkten in Athene (Central Vegetable Market of Athens (OKLA)) en Thessaloniki. Uit het marktonderzoek in deze twee steden (LHR, 1982) blijkt dat het merendeel van de importeurs zowel vers als bevroren vlees invoert. De frequentie van de invoer van vlees is eens in de 7-10 dagen, met uitzondering van schapevlees dat eens in de maand wordt ingevoerd. De meeste importeurs bezitten geen eigen opslagruimte, maar huren een koelruimte, waarbij de kosten worden omgeslagen per kg gekoeld produkt. Van de importeurs levert 80% vlees aan de groothandel, 46% aan de detailhandel (slagers), 42% aan supermarkten, 13% aan ziekenhuizen, 17% aan hotels en 3% aan schepen. De fysieke distributie vindt vooral plaats met gehuurde voertuigen; slechts enkele importeurs bezitten een eigen wagenpark.

6.3.13 De groothandelaren handelen hoofdzakelijk in vers vlees. Slechts enkelen houden zich bezig met bevroren vlees. Dit in tegenstelling tot de supermarkten die voor het merendeel bevroren vlees verkopen. De groothandel levert normaal gesproken eens per week vlees aan de slager, met ook hier een uitzondering voor schapevlees, dat eens in de veertien dagen wordt geleverd. Alle groothandelaren hebben slagers in hun klantenkring, terwijl 25% ook levert aan hotels en 19% aan het leger. De groothandelaren hebben meestal een beperkte opslagcapaciteit voor vlees, terwijl de supermarkten in het algemeen geen extra voorraden kunnen aanhouden.

6.3.14 De slagers verkopen allen vers vlees, waarvan gemiddeld 46% rundvlees, 21% varkensvlees, 15% pluimveevlees, 7% schapevlees en 4% geitevlees. Daarnaast verkoopt ca. 70% van hen ook bevroren vlees, dat voor 64% bestaat uit rundvlees en voor 31% uit schapevlees. Rund-, varkens- en pluimveevlees wordt door bijna alle slagers verkocht. Bevroren vlees echter maar door 67% van de slagers in Athene en 21% van de slagers in Thessaloniki. De penetratie van lokaal schapevlees bij de slagers ligt op 97%, terwijl die van ingevoerd schapevlees 37% bedraagt. Het ingevoerde vlees gaat via een importeur-grossier naar de slager (in 45% van de gevallen) of via een buitenlandse tussenpersoon en de groothandel (27%).

6.3.15 De laatste fase van de distributie is aan de hand van het al eerder aangehaalde marktonderzoek in Athene en Thessaloniki (LHR, 1982) het beste te bedrijven vanuit de consument: 84% van de consumenten koopt vers vlees bij de slager, 9% koopt op de markt en 2% in de supermarkt. Voor bevroren vlees zijn deze percentages respectievelijk 57, 21 en 19. De redenen voor het kopen bij de slager zijn: "de goede, betrouwbare relatie", "levert goed vlees" en "is dichtbij gevestigd". De consument koopt het vlees op de markt omdat het goedkoper is en omdat daar een groot assortiment beschikbaar is. De belangrijkste reden voor het kopen van vlees in de supermarkt is het doen van alle boodschappen in één winkel. In de supermarkten wordt het vlees meestal verkocht via een zelfstandige slager, die een ruimte "least". Dit vlees wordt hoofdzakelijk bij aankoop gesneden en zelden voorverpakt. Ca. 65% van de consumenten vraagt de slager het vlees niet uit te snijden omdat het been de smaak en geur van de maaltijd positief zou beïnvloeden. Degenen die het vlees wel laten uitbenen geven als reden dat ze niet van been houden of het gemakkelijker vinden.

6.4 De concurrentie

6.4.1 De Griekse schapevleesmarkt kan uitgesplitst worden in drie deelmarkten te weten de markt van levende schapen, de

markt van vers/gekoeld schapevlees en de markt van bevroren schapevlees.

6.4.2 De levende schapen die Griekenland importeert zijn afkomstig uit de Oosteuropese landen Bulgarije, Hongarije en Polen. In 1984 namen deze landen respectievelijk 65%, 27% en 8% voor hun rekening. Nederland is op dit moment (nog) volledig onbekend op deze markt. Het aanbod van bovengenoemde Oosteuropese landen verschilt van elkaar. Hongarije levert dieren met een gemiddeld levend gewicht van 15 kg, Bulgarije van 21 kg en Polen van 33 kg. Dit zijn voor Nederlandse begrippen (lammeren van 40 à 50 kg levend gewicht) allemaal lichte lammeren. Gezien het Nederlandse aanbod zal Nederland met een zwaarder lam op deze markt moeten opereren en meer moeten concurreren met de Griekse lammeren dan met die uit de Oosteuropese landen.

6.4.3 De Griekse invoer van vers/gekoeld schapevlees wisselt nogal van omvang. In 1981: 771 ton, 1982: 2450 ton, 1983: 2943 ton en 1984: 1434 ton. Ze bestaat bijna geheel uit hele (en halve) karkassen (91% in 1984), waarvan 77% afkomstig was uit Joegoslavië. De rest van de invoer is afkomstig uit een tiental andere landen, ieder met een gering aandeel. Met ingang van 1 januari 1986 vervallen de invoerheffingen voor de andere EG-landen. Hierdoor ontstaat voor die landen een prijsvoordeel van 20% ten opzichte van derde landen.

6.4.4 De Griekse invoer van bevroren schapevlees is de laatste jaren gestegen. In 1981: 6642 ton, 1982: 7984 ton, 1983: 11488 ton en 1984: 11270 ton. Deze stijging is vooral afkomstig van de invoer van karkasgedeelten zonder been: van 24% in 1981 tot 31% in 1984. Ook de invoer van (halve) voorstukken is sterk toegenomen: van 0% in 1981 tot 10% in 1984. Het aandeel van de hele (en halve) karkassen is teruggelopen van 75% in 1981 tot 57% in 1984, maar is nominaal nog wel toegenomen. Deze invoer was in 1984 voor 69% afkomstig uit Nieuw-Zeeland (vooral hele en halve karkassen) en voor 19% uit Australië (vooral karkasgedeelten zonder been). Gezien het lage prijsniveau van de invoer uit bovengenoemde landen zal het voor Nederland niet eenvoudig zijn om haar aandeel, dat ver beneden de 1% ligt te vergroten. Wel vervallen per 1 januari 1986 voor Nederland (en de andere EG-lidstaten) de invoerheffingen, waardoor een prijsvoordeel van 20% ontstaat ten opzichte van derde landen.

6.4.5 Uit het marktonderzoek in Athene en Thessaloniki (LHR, 1982) blijkt een aantal aspecten die van invloed zijn op de concurrentieverhoudingen in Griekenland. De belangrijkste herkomstlanden van in Griekenland geïmporteerd vlees zijn Nederland, BR-Duitsland, Frankrijk, Denemarken, Bulgarije en voor bevroren schapevlees Nieuw-Zeeland. Van het vlees dat in Athene ingevoerd wordt is 36% afkomstig uit Nederland en van dat in Thessaloniki

bijna 72% uit Bulgarije. Met betrekking tot de keuze tussen binnenlands en ingevoerd vlees wordt de kwaliteit als belangrijkste reden genoemd, maar uit de reacties lijken de kwaliteitseisen die aan ingevoerd vlees worden gesteld, hoger te zijn dan die aan binnenlands vlees. Op de vraag aan de (import-)handel wat men vindt van Nederlands vlees komen zeer positieve reacties, die betrekking hebben op de goede kwaliteit, organisatie en levertijd en de efficiëncy van het transport. Als redenen voor het niet meer verkopen van Nederlands vlees worden gegeven: het hormoonschandaal, de voorkeur van de consument voor binnenlands vlees, het niet altijd beschikbaar zijn van Nederlands vlees en de hoge prijzen. De (import-)handel koopt bevroren schapevlees uit Nieuw-Zeeland om de goede kwaliteit, de magerheid, het alleen uit dit land beschikbaar zijn,. Nieuw-Zeeland is de "beste exporteur" van bevroren vlees en de vraag ernaar van de consument. Dit laatste bevorderen de Nieuw-Zeelandse exporteurs door op de consument gerichte reclame voor Nieuwzeelands lamsvlees. Volgens het CFCE (1985) besteedde Nieuw-Zeeland hieraan in 1983 ongeveer f 170.000,-, waarvan ca. f 130.000,- in tijdschriften en ca. f 70.000,- op de radio. Ook de Griekse consument (LHR, 1982) vindt dat Nederland kwalitatief goed vlees exporteert evenals Joegoslavië en Nieuw-Zeeland. Negatieve argumenten m.b.t. Nederlands vlees zijn "het niet vers kunnen zijn" door de grote afstand.

6.5 Kansen en bedreigingen

6.5.1 Schapevlees is traditioneel in het eetpatroon van de Griekse consument opgenomen. De marktomvang is hierdoor vrij stabiel. Er gaat echter een bedreiging uit van rundvlees dat sinds de Griekse toetreding tot de EG tegen relatief lage prijzen wordt geïmporterd. Met name bij toenemende consumptieve bestedingen zal er sprake zijn van een substitutie van schapevlees door rundvlees.

6.5.2 De binnenlandse produktie van schapevlees ligt gedurende het gehele jaar op een vrij hoog niveau, met een piek in april (aanbod van zuiglammeren) en een iets teruglopend aanbod in het najaar. De prijzen van slachtlammeren stijgen in het najaar, de periode waarin het Nederlandse aanbod is geconcentreerd. Dit biedt gunstige perspectieven voor de afzet van Nederlands schapevlees.

6.5.3 De afzetmogelijkheden voor Nederlands schapevlees op de Griekse markt liggen vooral op het terrein van vers/gekoeld vlees omdat er nauwelijk te concurreren valt met het aanbod van bevroren schapevlees uit Nieuw-Zeeland en Australië, dat tegen zeer lage prijzen wordt afgezet.

7. Kansen en bedreigingen in de Europese Gemeenschap

7.1 De afzetgebieden in de Europese Gemeenschap

7.1.1 In figuur 7.1 is een globale karakteristiek opgenomen van de afzetgebieden van schapen en schapevlees in de Europese Gemeenschap. Daaruit mag worden opgemaakt dat alle betreffende landen (Frankrijk, België, Italië en Griekenland) interessante markten zijn, hetzij voor schapen en lammeren, hetzij voor schape- en lamsvlees.

7.1.2 De meest aantrekkelijke markt lijkt Frankrijk. De penetratiegraad van schapevlees in de huishoudens en restaurants is hoog. Dit gecombineerd met een groot aantal inwoners en een relatief hoog verbruik per hoofd maakt Frankrijk tot een omvangrijke markt voor schapevlees. De ontwikkeling m.b.t. het verbruik van schapevlees is eveneens gunstig. De eigen produktie kan maar ten dele voorzien in de vraag: er is een omvangrijke invoer van schapen en schapevlees. De afstand tot de deelmarkten in Frankrijk of anders gezegd de tekortgebieden varieert van 350-1500 km.

7.1.3 Op het tweede plan volgen Italië en Griekenland. In Italië is het verbruik van schape- en lamsvlees algemeen verbreid, maar zeer seizoensgebonden. Het verbruik per hoofd ligt op een lager niveau. Niettemin is de totale marktomvang groot. Het verbruik van schapevlees stagneert. Er is een omvangrijke invoer zowel van slachtdieren als van vlees. De afstand tot de Noord-italiaanse consumptiegebieden bedraagt ca. 1200 km.

7.1.4 Griekenland kent een zeer hoog verbruik van schapevlees. Dit gecombineerd met een bevolking van ca. 10 miljoen maakt dat dit land een omvangrijke markt voor schapevlees heeft. Schapevlees is algemeen aanvaard en lijkt z'n positie t.o.v. de andere vleessoorten te kunnen handhaven. Griekenland importeert vrij veel schape- en lamsvlees. De afstanden tot de consumptiegebieden Athene en Thessaloniki zijn groot: ca. 2500 km.

7.1.5 De Belgische markt is niet zo omvangrijk: het verbruik van schapevlees is niet algemeen verbreid. Het hoofdelijk verbruik ligt vrij laag en de bevolkingsomvang is beperkt. De ontwikkeling van het verbruik van schapevlees stagneert wat. Concentratiegebieden van het verbruik zijn de vijf grote stedelijke agglomeraties. België is niettemin interessant omdat het eigen aanbod in omvang te kort schiet; er moet dus nogal wat worden geïmporteerd. Tegelijkertijd exporteert België ook. België is vooral een handelsland m.b.t. schapen en schapevlees.

Figuur 7.1 Globale karakteristiek van de afzetgebieden van schapen en schapevlees

7.2 Het verhandelde produkt

7.2.1 De produkten die door de schapensector worden voortgebracht en verhandeld hebben het karakter van produktiemiddel, grondstof, halffabrikaat en consumentenartikel. De nationale en internationale handel van de vier hoofdmarkten Frankrijk, Italië, Griekenland en België bestaat voor het grootste deel uit slachtdieren en karkassen; in veel mindere mate uit deelstukken en consumentenartikelen. In figuur 7.2 is dat weergegeven. Daarin is ook aangegeven dat het toekomstige beeld anders zal zijn: dat wil zeggen wat vlees betreft minder handel in karkassen, meer handel in deelstukken en consumentenartikelen. Het totale Nederlandse beeld is zeer eenzijdig.

7.2.2 Figuur 7.2 illustreert tegelijkertijd dat de handel thans nog grotendeels bestaat uit produkten met een lage toegevoegde waarde. De trend is naar meer handel in hoogwaardige produkten.

7.3 Marketing-mix-aspecten: produkt en distributie

7.3.1 Een nadere uitwerking van het "handelsassortiment" zoals weergegeven in paragraaf 7.2 volgt in deze paragraaf. Ieder van de produktgroepen is hier verder opgedeeld zodat een vollediger beeld ontstaat. Daarbij is ook aangegeven welke produktsaspecten belangrijk zijn uit concurrentie-overwegingen. Op een aantal plaatsen meenden wij er goed aan te doen enkele uitgewerkte voorbeelden van het produktassortiment van concrete ondernemingen weer te geven. Een algemene conclusie moet zijn dat de variatie in het handelsassortiment zeer groot is en dat die variatie in de komende jaren nog groter zal worden.

7.3.2 Het produkt en de daaraan verbonden aspecten vormen slechts één facet van de "marketing-mix" of anders gezegd van het totale marktbeeld. Een tweede facet is dat van de distributie. Ontwikkelingen bij de distributie zijn in hoge mate bepalend voor het produktie- en handelspakket. Maar omgekeerd is het ook zo dat ontwikkelingen bij de produktie van invloed zijn op de distributie. Vandaar dat beide facetten hier in samenhang worden bezien. In figuur 7.3 is aangegeven dat de produktontwikkeling toeneemt met de groei van de zelfbedieningssystemen in de detailhandel. In de figuur is verder aangegeven dat voor de verschillende produktgroepen steeds andere produktgebonden aspecten doorslaggevend zijn voor de concurrentiepositie in een bepaalde deelmarkt. Handelaren die in verschillende deelmarkten opereren of van de ene deelmarkt willen overstappen naar een andere deelmarkt dienen zich daarvan wel bewust te zijn. Naarmate het produkt zich meer ontwikkelt in de richting van distributie- of consumentspecifieke eigenschappen, neemt het scala van marketinggebonden produkteigenschappen toe.

Figuur 7.2 De verhandelde produkten: toegevoegde waarde en marktomvang

1. Fokdieren
2. Slachtdieren
3. Karkassen
4. Deelstukken 1e snit
5. Deelstukken 2e snit
6. Consumentenstukken
7. Bereidingen

De produktgroepen zijn met de nummers 1 t/m 7 geplaatst volgens toenemende toegevoegde waarde (m.u.v. fokdieren met een hoge toegevoegde waarde) d.w.z. volgens de reeks produktiemiddel, grondstof, halffabrikaat en consumptie-artikel.

Figuur 7.3 Samenhang ontwikkeling moderne distributie-systemen en produktontwikkeling

Toelichting: In de figuur is aangegeven welke produktaspecten doorslaggevend zijn

7.3.3 Bij de handel in slachtdieren zijn van wezenlijk belang het ras of de kruising en het gewicht van de dieren. In kennis omtrent het ras of kruising ligt het verwachtingspatroon besloten m.b.t. conformatie en vlees/vet/been-verhouding. In feite is het gewicht ook gekoppeld aan het ras maar dit aspect krijgt niettemin een eigen plaats omdat het beïnvloedbaar is door het moment van afleveren. Kruisingsprodukten en afwijkingen van het oorspronkelijke rasconcept dragen bij aan onduidelijkheid in de handel. Per saldo kan zo'n ontwikkeling positief of negatief uitwerken. Is het "vertrouwde" beeld minder goed dan is het denkbaar dat d.m.v. nieuwe kruisingen een beter beeld ontstaat. Is het "vertrouwde beeld" goed dan kan "verwatering" van het basisconcept een verslechtering betekenen. Traditioneel is Nederland exporteur van het Texelschaap. Over een reeks van jaren is daarin een sterke verwatering opgetreden. Voor het marktsegment waar de Nederlandse export uiteindelijk terecht komt lijkt dit een ongunstige ontwikkeling.

7.3.4 Bij de handel in karkassen is de "waarde" (kwaliteit) van het produkt zichtbaar. Zeer belangrijk zijn vlees/vet/been-verhouding, gewicht en conformatie. Over het belang van conformatie bestaat verschil van mening. Zo is het MLC (Meat and Livestock Commission England) van mening dat conformatie minder belangrijk is dan het zijns inziens veel belangrijker aspect vlees/vet/beenverhouding. De vleeshandel dat wil zeggen zowel groot als kleinhandel (= slagerijen) hechten veel waarde aan de conformatie. In de eerste plaats is belangrijk wat voor aanbodsmogelijkheden men heeft. Het Nederlandse Texelkarkas heeft per traditie een uitstekende conformatie. In de tweede plaats is van belang in welk marktsegment men actief is. Toelevering aan vleesgroothandelaren, uitsnijderijen en slagerijen stelt hoge eisen aan de conformatie. Bij slagerijen vooral ook omdat het karkas zichtbaar is voor het publiek. Goede conformatie levert ook een hogere prijs en is ook om die reden gebonden aan het distributiekanaal: slagerijen en grootwinkelbedrijven gericht op de hogere inkomensklassen.

7.3.5 Bij de handel in deelstukken komen veel dier- en karkasgebonden aspecten te vervallen als doorslaggevend aspect. Voorzover negatief b.v. té vet of té zwaar, zijn naarmate het produkt dichter bij het consumentenartikel komt allerlei verwerkingscorrecties mogelijk. Presentatie en kleur zijn hier doorslaggevende produktaspecten.

7.3.6 De distributie van schape- en lamsvlees via moderne systemen is al zeer sterk ontwikkeld in Frankrijk en in iets mindere mate in België; Italië en Griekenland staan nog maar aan het begin van de ontwikkeling. Dit betekent dat produktontwikkeling met name in Frankrijk sterk aanwezig is, waar dan ook sprake is van een zeer gedifferentieerde markt ook in volumes gemeten. Figuur 7.4 geeft een volledig overzicht van produktmarktcombinaties waarbij uitsluitend is gelet op de aspecten produkt, distributie en land.

Figuur 7.4 Typering en ontwikkeling van produkt- marktcombinaties in de schapensector

Produkten en relevante produktaspecten	Invoer- en distributiekanalen en deelmarkten
1. FOKDIEREN (vanuit Nederland: Texelaar) Produktaspecten: raskenmerken produktiviteit	Invoer en distributie: - importhandel - fokorganisaties/KI-stations - (regionale) overheidsorganisaties Deelmarkten: Frankrijk, Italië, Griekenland en België
2. SLACHTDIEREN: schapen (uitstoot) overjarige lammeren jonge lammeren zuiglammeren Produktaspecten: - ras/kruising - leeftijd - gewicht - homogeniteit - omvang v/d leverantie - continuïteit - assortiment	Invoer en distributie: - importhandel - slachterijen Deelmarkten: Frankrijk: stabiele markt/omvangrijk (invoer 400.000 st) aanbieders: NL.B.BRD. Italië: stabiele markt/omvangrijk (invoer 1,4 milj. st.) aanbieders: F.B.BRD/Hong.Bulg. Griekenland: stabiele markt/klein (invoer 100.000 st) aanbieders: Oost-Europa België: stabiele markt/omvangrijk (invoer 400.000 st) aanbieders: NL.BRD.UK ook omvangrijke export
3. KARKASSEN Produktaspecten: - conformatie - gewicht - vlees/vet/beenverhouding - rijpheid/kleur - homogeniteit - versheid Over conformatie bestaat verschil van mening: MLC zegt: onbelangrijk. Handel: zeer belangrijk. Doorslaggevend vlees/vet/beenverhouding Voorts van belang: - vers/gekoeld - bevroren	Invoerkanalen: - importvleeshandel - uitsnijderijen - groothandelsmarkt Distributiekanalen: - slagerijen - grootwinkelbedrijf - Islamitisch-circuit Frankrijk: groeiende markt/omvangrijk (invoer 60.000 t.) aanbieders:UK.IRL.NL.B./NZL Italië: stabiele markt/invoer ca. 15.000 ton aanbieders: F. UK. IRL./ Joegosl. NZL Griekenland: groeimarkt/invoer 15.000 ton aanbieders: Joegosl.vers NZL bevr. België: dalende markt/invoer 10.000 t. aanbieders: UK. IRL/NZL bevr., ook exporthandel→F

Figuur 7.4 (le vervolg)

Produkten en produktaspecten	Invoer- en distributiekanalen en deelmarkten
4. DEELSTUKKEN le SNIT - klein zuiglam - achterspan: bout (leg) zadel (loin) kotelet (best end) klapstuk - voorspan: rug (middle neck) nek schouder (shoulder) borst (breast) De opdeling v.h. karkas kan in twee hoofddelen; die ieder in kleinere delen. Er zijn veel variaties! Produktaspecten: - vlees/vet/beenverhouding - kleur - factoren als conformatie, gewicht e.d. spelen hier minder belangrijke rol	Invoerkanalen: - importvleeshandel - grootwinkelbedrijf Distributiekanalen: slagerijen/ Islamitisch circuit, grootwinkel bedrijf, horeca en instellingen Frankrijk: nationaal 20% van de binnenlandse afzet invoer: bevroren delen uit NZL. Groeiende markt Italië: groeiende markt voorzien door NZL Griekenland: groeiende markt AUS. België: minder belangrijke markt Islamitisch circuit!
5. DEELSTUKKEN 2e SNIT: De onder 4 genoemde deelstukken worden verder opgedeeld in "retail joints", met en zonder been. Voorbeeld van AFFCO-Nieuw-Zeeland 1. Boneless Rolled Cylinder Shoulder 2. Leg Chump On 3. 8 Rib Loin Chump Off 4. Square Cut Shoulder 5. Boneless Leg 6. Boneless 1 Rib Loin 7. 1 Rib Loin Chump On 8. Feathered Rib Rack 9. 1 Rib Loin Chump Off 10. 7 Rib Rack 11. Oyster Cut Shoulder 12. Femur Bone Leg 13. Saddle Chump Off 14. Leg Chump Off 15. Forequarter Bone In 16. Boneless Netted Leg Duidelijke aspecten van produktontwikkeling. Produktaspecten: - presentatie - kleur	Distributiekanalen: slagerijen grootwinkelbedrijf horeca en instellingen Informatie over de omvang is niet of nauwelijks voorhanden. Het aanbod is zeer gericht op behoeften van de handel en hun afnemers: Nieuw-Zeeland is door zijn massale schapevleesproduktie in staat hierop in te spelen.

Figuur 7.4 (2e vervolg)

Produkten en produktaspecten	Invoer- en distributiekanalen en deelmarkten
6. CONSUMENTEN-DEELSTUKKEN Een grote mate van variatie! Consumentenporties: éénpersoons- en gezinsporties. Vers/bevroren. Belangrijk is aanpassing aan verbruikswensen Voorbeeld van assortiment bij Macquet (F) - Boîte Poitrine 1 kg,16 stuks - Boîte Colliers 1 kg, 8 stuks - " Côtes filets 1,2 kg, 8 st. - " Côtes Découvertes 1,5 kg, 15 stuks - " Gigot 2,5 kg, 1 stuk - " Epaule Roulée 1,2 kg, 1 stuk - " Côtes 1er et 2e 1,2 kg, 12 stuks - " Côtes Gigots 1,2 kg - " Epaules 2,8 kg 2 stuks - " Navarin 1 kg, 12 à 14 st. - " 1/4 AR Agneau, 19 stuks - " 1/4 AV Agneau, 14 stuks - " 1/2 AVG Agneau, 20 stuks Deze produkten zijn in het algemeen ook gesorteerd in grootverpakking te leveren Produktaspecten: - kleur/geur/versheid - opmaak/verpakking - continuïteit - labelling - vorm van conservering	Invoerkanalen: - grootwinkelbedrijf? tevens distr.kanaal - vleesgroothandel De ontwikkeling van dit soort produkten is sterk gebonden aan de ontwikkeling van het moderne distributiekanaal (d.w.z. zelfbediening, supermarkten, hypermarkten) en catering Frankrijk: - marktaandeel zelfbediening 47%! slagerijen 37% Aandeel zelfbediening groeit nog steeds; deze winkels hebben breed assortiment van schapevlees Italië: - marktaandeel zelfbediening 10 à 20% slagerijen ca. 70% Ontwikkeling van zelfbediening verloopt traag Griekenland: - marktaandeel zelfbediening zeer gering, distributie nog zeer traditioneel, bevroren vlees relatief veel zelfbediening België: - marktaandeel zelfbediening: 50% slagerijen 50% Horeca is in alle deelmarkten zeer belangrijk voor deze produkten.
7. BEREIDINGEN EN MENGSELS Een groeiend marktsegment: te denken valt aan: - gemarineerd vlees - kant en klaar dagschotels (cassoulet) - lamspiezen - steak haché - lams- en rundworst	Invoerkanalen: - grootwinkelbedrijf? tevens distributiekanaal - vleeswarengroothandel Distributie: - grootwinkelbedrijf - horeca - slagerijen Alleen nog maar in sterk ontwikkelde schapevleesmarkt: Frankrijk Frankrijk exporteert!

7.4 Deelmarkten: aantrekkelijkheid en concurrentiepositie

7.4.1 Op basis van de inhoud van de voorgaande paragrafen 7.1 t/m 7.3 en ook op basis van de inhoud van de voorafgaande hoofdstukken over de schapensector in resp. Frankrijk, Italië, België en Griekenland (hoofdstukken 3 t/m 6) geeft deze paragraaf een samenvattende opsomming en omschrijving van relevante produkt-markt combinaties. Daarnaast ook een positionering van deze segmenten t.o.v. elkaar zodat een inzicht groeit in de aantrekkelijkheid van ieder van die deelmarkten voor de Nederlandse schapensector.

7.4.2 Hoewel fokschapen geen uitdrukkelijk onderwerp van onderzoek waren toch enige overwegingen m.b.t. de aantrekkelijkheid van de verschillende markten en de Nederlandse concurrentiepositie. In Frankrijk is de schapensector zeer omvangrijk, zeer gevariëerd en sterk in ontwikkeling. De fokorganisatie is zeer systematisch in de vorm van UPRA's. Dat maakt Frankrijk tot een sterk aantrekkelijke markt, zeker daar waar gepoogd wordt het gemiddeld gewicht van de lammeren op te voeren. Het Nederlandse Texelras heeft daar in beginsel kansen maar die kansen worden zeer bedreigd doordat Frankrijk z'n eigen Texelaar kent, ontwikkeld in het kader van UPRA-Texel, die een grotere vruchtbaarheid kent dan de Nederlandse. De Nederlandse concurrentie positie is met andere woorden zwak. Anders ligt dat in Italië en Griekenland. In beide gevallen gaat het om grote sectoren en gevarieerde markten die aan het begin staan van moderne ontwikkelingen. De marktaantrekkelijkheid is hoog en de concurrentiepositie van de Nederlandse Texelaar is sterk bij de ontwikkeling van zwaardere vleesschapen. De Nederlandse Texelaar zou ingezet kunnen worden o.a. bij kruisingsprogramma's. België is een kleine markt, die nog maar zwak in ontwikkeling is. Weinig aantrekkelijk, maar de Nederlandse Texelaar zou daar een sterke concurrentie positie hebben: immers vergelijkbare omstandigheden als in Nederland. Tenslotte zij gewezen op het positieve effect van de export van fokdieren op de export van slachtdieren.

7.4.3 De Franse markt is aantrekkelijk voor levering van slachtschapen en -lammeren, een grote markt, zeer gevarieerd met potentiële groeimogelijkheden. Bovendien is er een trend naar gemiddeld zwaardere dieren in Frankrijk als geheel. De vraag naar slachtdieren komt natuurlijk van slachterijen. In de overschotgebieden is, als gevolg van de inkrimpende Franse schapensector sinds enige jaren, een slachtcapaciteit-surplus. Voorts is er vrijwel altijd seizoenale behoefte aan slachtdieren in het eind van het jaar en aan het begin. In de tekortgebieden is er altijd vraag naar slachtdieren. Voorts is er een groot aantal slachterijen van uiteenlopende omvang. De Nederlandse positie is sterk. Immers er is sprake van een groot NL-marktaandeel, dat stabiel van karakter is, de Nederlandse handel heeft goede rela-

ties opgebouwd (prijsvorming per kg geslacht gewicht), ondanks sterke concurrentie van Engeland en Ierland bleef de NL-positie gehandhaafd. Wel twee kanttekeningen: er zijn signalen dat het Nederlandse slachtdier te zwaar dreigt te worden (gegeven vraag naar wat lichtere dieren), het aanbod zou niet voldoende homogeen zijn. Ook Italië is een aantrekkelijke markt voor slachtdieren; omvangrijke markt vooral voor lichte lammeren en in mindere mate voor zwaardere lammeren en slachtschapen. De Nederlandse positie is zwak: gering marktaandeel. Griekenland is een kleine invoermarkt van slachtdieren, weinig aantrekkelijk, zeker ook gelet op de ouderwetse slachterijstructuur. De concurrentiepositie van Nederland is daar zwak. België is een verhaal apart. Een omvangrijke markt niet alleen voor de slacht, maar ook voor de reëxport van slachtdieren. Er zijn meerdere landenaanbieders. Kortom een aantrekkelijke markt. De Nederlandse positie kan als sterk worden getypeerd: groot marktaandeel, sterk ontwikkeld, vaste relatie met één groot inkopend bedrijf. Daar ligt enerzijds de kracht van onze positie: een familiebedrijf, flexibel opererend zowel met karkassen als met slachtdieren; zowel invoer als uitvoer. Anderzijds ligt daar ook een zwakte: de afhankelijkheid van een bedrijf betekent in principe kwetsbaarheid.

7.4.4 Voor de handel in karkassen is Frankrijk een aantrekkelijke markt: een hoge omzet, zeer gevarieerd en een gebied met een sterk tekort aan schape- en lamsvlees. Relevant zijn met name een vijftal tekortgebieden t.w. Parijs, Noord en Noord-Oost enerzijds en Centrum-Oost en Mediterranée anderzijds. Met name in Parijs en Mediterranée hoog verbruik per hoofd. In de tekortgebieden ook de uitsnijderijen. De handelsstructuur is zeer gevarieerd. Wel wat kanttekeningen: het gaat om een traditioneel produkt zonder groei d.w.z. de traditionele slagerij is de afnemer of de uitsnijderij. De concurrentiepositie van Nederland is zwak. Weliswaar is de kwaliteit van het produkt goed maar er zijn toch bezwaren tegen het gewicht en het heterogene karakter van het aanbod. De prijs ligt te hoog, zeker in vergelijking met het concurrerend import-aanbod. De concurrentiepositie van Nederland is zwak, ook al omdat ons marktaandeel steeds kleiner wordt en omdat er onvoldoende grote partijen geleverd kunnen worden. Italië is een grote markt voor karkassen, zeker omdat de distributie tot in de detailhandel nog zeer traditioneel is. De markt voor zwaardere karkassen is overigens kleiner dan die van lichte karkassen. De vraag concentreert zich in de grote steden van Noord- en Midden-Italië. De markt is tamelijk stabiel. De Nederlandse concurrentiepositie is zwak: gering marktaandeel en wat te zwaar karkas. Griekenland is een groeiende, omvangrijke markt voor karkassen. De invoer bestaat vooral uit bevroren karkassen uit Nieuw-Zeeland en vers vlees uit Joegoslavië. De positie van Nederland is zwak. België is een kleine, minder aantrekkelijke markt, onze concurrentiepositie is niet zo sterk.

7.4.5 De Franse markt voor deelstukken lijkt aantrekkelijk. Hierbij moet worden aangetekend dat ca. 20% van de handel bestaat uit deelstukken waarvan een belangrijk deel grove deelstukken. Het betreft een groeimarkt. Nederlandse positie is er ronduit zwak. We hebben niets te bieden. De Italiaanse en Griekse markt staan nog aan het begin van de ontwikkeling: minder aantrekkelijke markt en onze concurrentiepositie is zwak. Alhoewel de Belgische markt wat verder ontwikkeld is, is ook daar onze concurrentiepositie zwak.

7.4.6 Het marktbeeld voor kleinere deelstukken is eigenlijk identiek aan dat van grove delen.

7.5 De EG-marktordening

7.5.1 De schapenmarktordening heeft periodiek geleid tot marktverstoringen op de Franse markt. Hiervan heeft het Verenigd Koninkrijk kunnen profiteren. Juist wanneer een aantal factoren die het handelsverkeer beïnvloeden, samengaan dan kunnen grote handelsstromen ontstaan. Zo zijn te noemen:

a. het verschil tussen de Franse marktprijs en het Britse richtprijsniveau, dat in feite de bruto-marge voor de Britse exporteurs weergeeft;
b. koersfluctuaties van het Brits pond ten opzichte van de Franse franc;
c. een lage "clawback" en dus een lage variabele slachtpremie. Dit betekent een hoge Britse marktprijs en dus een lage binnenlandse consumptie, zodat de neiging tot export groot zal zijn.

Mede door deze omstandigheden is een bestendige Nederlandse positie afgekalfd.

7.5.2 Ondanks de maatregelen van de EG om het naar seizoen gedifferentieerde richtprijzenniveau beter af te stemmen op de seizoensontwikkeling van de Britse marktprijs, zullen soortgelijke marktverstoringen ook in de toekomst optreden. Dit geldt ook voor "ontwijkingen" van de marktordening zoals bij de export van Brits ooievlees. Sedert december 1985 is hier gedeeltelijk een oplossing voor gevonden.

7.5.3 Naar verwachting zullen de marktordeningskosten onder toenemende druk komen te staan, zeker nu ook Spanje en Portugal zijn toegetreden tot de EG. Een restrictief prijsbeleid zal via ooipremies en variabele slachtpremies proportioneel van invloed zijn op de budgettaire inkomsten van de lidstaten. Zo'n beperkend beleid zal relatief weinig weerstand vinden. Beperkingen op de premiebetalingen per bedrijf zijn eveneens doeltreffend om de budgettaire uitgaven van de EG te verlagen. Voor Nederland zou zoiets niet ongunstig zijn gelet op de huidige kleinschalige

structuur van de primaire produktie. Zo'n maatregel zou wel in strijd zijn met de uitgangspunten die in 't algemeen gelden voor de andere EG-marktordeningen. Het stellen van grenzen aan de variabele slachtpremie en een beperking van de import uit derde landen, is het meest effectief, maar lijkt politiek moeilijk haalbaar. Het zijn echter niet alleen de marktordeningsuitgaven die op het EG-budget drukken. Ook de uitgaven voor het structuurbeleid moeten daartoe worden gerekend. Voor Nederland betekent versterking van dit EG-structuurbeleid uiteraard een verslechtering van de concurrentiepositie ten opzichte van de landen rond de Middellandse Zee, maar ook ten opzichte van het Verenigd Koninkrijk en Ierland. De huidige marktordening moet vanwege de locatie van de schapenhouderij, feitelijk al grotendeels als structuurbeleid worden aangemaakt. Daarom lijkt het in het Nederlands belang te zijn er voor te waken dat elementen uit de marktordening niet worden overgeheveld naar het structuurbeleid. Al met al blijkt het bijzonder moeilijk te zijn om de gevolgen voor Nederland te overzien van maatregelen die de budgettaire lasten beogen in te perken. Deze kunnen in ieder geval bedreigingen voor de Nederlandse schapensector betekenen.

7.5.4 Of de koppeling van de Franse ooipremies met die van Italië en Griekenland én de daarvoor in aanmerking komende produktcategorieën, een stimulans zullen betekenen voor de produktie is nog zeer de vraag. Dit zal te zijner tijd wél gelden voor Spanje dat al langer een beleid kent wat stimulansen omvat voor hogere karkasgewichten. Op de langere termijn moet zeker rekening worden gehouden met een verder stijgende zelfvoorzieningsgraad en een toenemende druk op de marktprijzen als gevolg van produktiegroei in het Verenigd Koninkrijk en Ierland. De problematiek van de import uit derde landen wordt dan nijpender.

8. Sterke en zwakke punten van de Nederlandse schapensector

8.1 De omgeving van de schapensector

8.1.1 De Nederlandse schapensector is wat betreft produktiewaarde en werkgelegenheid van relatief geringe betekenis, de schapenhouderij wordt voor meer dan de helft op niet beroepsmatige wijze uitgeoefend en vormt geen onmisbare factor voor de instandhouding van de economische bedrijvigheid en de landschappelijke aspecten van bepaalde regio's. Dit alles brengt met zich mee dat de Nederlandse schapensector landbouwpolitiek gezien zowel nationaal als internationaal in een zwakke positie verkeert. Zeker in vergelijking met Frankrijk en Groot-Brittannië waar de schapensector van wezenlijke betekenis is en waar dan ook nationaal steun- en ontwikkelingsprogramma's functioneren en waar onderzoek, voorlichting en onderwijs zowel op organisatorisch als op produktie-technisch gebied geïntegreerd werkzaam zijn. In Europees verband wordt het beleid in hoge mate bepaald door deze twee landen.

8.1.2 Het produktievolume van de Nederlandse schapensector is weinig omvangrijk en moet bovendien voor een groot deel worden afgezet op buitenlandse markten. Dit plaatst Nederland in een kwetsbare positie ten opzichte van landen als Groot-Brittannië en Ierland. De afzet op de thuismarkt is niet alleen relatief maar ook absoluut van weinig betekenis. Al jaren lang is het hoofdelijk verbruik gering en is het aandeel van schapevlees in het totale vleesverbruik te verwaarlozen. De penetratiegraad in het gezinsverbruik en in de distributiesector is zeer laag. Deze situatie maakt de Nederlandse sector zwak en weinig daadkrachtig. Totaal anders ligt dat in Frankrijk en Groot-Brittannië waar de industrie opereert in een dynamische thuismarkt. Op dit punt lijken ook Griekenland, België en Italië in een sterkere positie te verkeren.

8.1.3 Sinds 1981/1982 geldt een gemeenschappelijke marktordening voor de schapensector in de Europese gemeenschap. Het ontwikkelde steunbeleid in de vorm van ooipremies en variabele slachtpremies (GB) heeft geleid tot inkomensverbetering in de schapenhouderij. De situatie in Groot-Brittannië is sterk verbeterd, hetgeen heeft geresulteerd in een forse produktiegroei in de schapensector en een toename van de export naar o.a. Frankrijk. Weliswaar wordt de variabele slachtpremie bij export naar de EG-lidstaten via de zogenaamde "clawback" weer teruggeheven, maar dat verhindert niet dat het Britse aanbod althans zeker periodiek sterk prijsconcurrerend is. De positie van het Nederlandse vlees op de exportmarkten van de EG is daardoor verzwakt,

zeker in Frankrijk. Op langere termijn zal het Verenigd Koninkrijk bovendien door het grootschalige karakter van zijn produktie vermoedelijk blijvend concurrerend zijn ook in België, Griekenland en Italië. De beperkingen van het handelsverkeer met derde landen zoals ontwikkeld in het kader van de EG-marktordening, heeft indirect ook geleid tot een toename van de export van slachtdieren uit Nederland. De concurrentie op de binnenlandse inkoopmarkt nam toe, hetgeen prijsverhogend heeft gewerkt. Dit heeft een verzwakking van de concurrentiepositie met name van de slachtsector tot gevolg. De hoge lasten van de EG-marktordening en de eenzijdige stroom van financiële middelen naar de schapensector in Groot-Brittannië zullen ongetwijfeld leiden tot beperking van de steunverlening en een veel zwaarder accent op inkomensverwerving uit de markt. Dit zal Nederland in een zwakke positie brengen aangezien marktgerichtheid geen sterke karakteristiek is van de Nederlandse schapensector.

8.2 De primaire produktiesector

8.2.1 De organisatiestructuur in de Nederlandse schapensector is zwak en loopt qua ontwikkeling jaren achter bij die in Frankrijk en Groot-Brittannië. In Frankrijk opereren de zogenaamde UPRA's. Dit zijn op de wet gebaseerde organisaties die de afzonderlijke belangen van fokkers, vermeerderaars en slachtlammerenproducenten vertalen naar een gemeenschappelijk fokdoel. De vraag vanuit de markt is daarbij bepalend. KI-stations, proefstations e.d. vormen een geïntegreerd geheel in de UPRA's. Ook in Groot-Brittannië is een sterke ontwikkeling in die richting. Daar heeft de MLC een strategisch produktieplan opgesteld, op basis daarvan ondersteuning en advisering bij de uitvoering. In landen als België, Italië en Griekenland staat dit alles nog in de kinderschoenen.

8.2.2 De bedrijfsstructuur van de schapenhouderij kunnen we typeren m.b.v. de gemiddelde omvang van de stapels, de produktiesystemen bepaald door produktiedoel (vlees, wol of melk), produktie-intensiteit (intensief of extensief), produktieomstandigheden alsmede het gegeven of de schapenhouderij hoofd- of nevenactiviteit vormt. Al deze aspecten zorgen voor een zeer gevarieerde bedrijfsstructuur in de EG-lidstaten. De Nederlandse schapenhouderij is als relatief zwak te typeren op grond van geringe variatie in produktie-systemen, het gemiddeld geringe aantal schapen per bedrijf en de omstandigheid dat de schapenhouderij in veel gevallen niet beroepsmatig wordt uitgevoerd. Sterk is de situatie in Groot-Brittannië en op een aantal punten ook in Frankrijk. Nederland is relatief sterk t.o.v. België, Griekenland en Italië waar de schapenhouderij kleinschalig is , weinig modern en waar de produktie van lamsvlees voor een groot deel bijzaak is van een overigens rendabele melkscha-

penhouderij (Griekenland en Italië). Overigens is de Nederlandse schapenhouderij gemiddeld zwak op het punt van vakbekwaamheid en innovatiegerichtheid.

8.2.3 Een vergelijking van de financiële resultaten in de schapenhouderij in de verschillende landen is niet eenvoudig als gevolg van grote verschillen in produktiesystemen. Met de EG-marktordening is het resultaat in de Nederlandse schapenhouderij aanzienlijk verbeterd. Circa de helft tot twee derde van de beroepsmatige schapenhouders haalt een positief resultaat. De resultaten in Nederland verschillen sterk van bedrijf tot bedrijf. Met name de technisch-economische factoren spelen daarbij één belangrijke rol. Over een lange reeks van jaren is daar nauwelijks verbetering in gekomen. Op langere termijn lijkt de Nederlandse schapenhouderij dan ook in een ongunstige positie te verkeren. Te meer omdat ook het subsidie- en prijsperspectief niet gunstig is. Ook de geleidelijke groei naar zelfvoorziening in de EG, hoewel nog ver in het verschiet (groei in Groot-Brittanië en hoge groeipotentie door laag gemiddeld karkasgewicht in Italië en Griekenland), zorgt op dit punt niet voor opklaringen aan het inkomensfront. Overigens zij erop gewezen dat de melkschapenhouderij in het algemeen goed rendeert (Frankrijk, Italië en Griekenland).

8.2.4 Een groot deel van de Nederlandse schapenstapel bestaat uit het Texelse ras. Dit ras combineert een goede vleeskwaliteit aan een aantal negatieve aspecten in de produktiesfeer te weten geringe vruchtbaarheid en lage groeisnelheid. Het Texelse schaap levert een karkas van goede conformatie en een uitstekende vlees- vetverhouding. Dit levert de Nederlandse schapensector een sterke positie ten opzichte van het gemiddelde EG-karkas. Zeker gelet op de sterk groeiende belangstelling voor mager vlees. Verbetering van de negatieve produktie-aspecten zou die positie nog kunnen versterken. De organisatorische voedingsbodem daarvoor ontbreekt echter in Nederland zodat op korte termijn geen resultaten verwacht mogen worden. De Franse Texelaar kenmerkt zich door betere vruchtbaarheid en groeisnelheid. Als fokschaap biedt de Texelaar mogelijkheden; het is een sterk ras in kruisingsprogramma's (b.v. in Frankrijk). Het imago van het Nederlandse karkas is door de binding met het Texelras internationaal goed: kruisingsprodukten kunnen dat beeld schade berokkenen

8.3 Handel en verwerking

8.3.1 Het karkasgewicht is een marketingfactor die in de produktiefase wordt bepaald door raseigenschappen, produktiesysteem, produktie-omstandigheden en moment van aflevering. Er zijn in de EG grote regionale verschillen in gemiddeld karkasge-

wicht: in Nederland, België en Noord-Frankrijk relatief zwaar; in Engeland, Zuid-Frankrijk, Italië en Griekenland relatief licht. Een tweetal trends is werkzaam met betrekking tot het karkasgewicht; in Groot-Brittannië, Italië en Griekenland van licht naar zwaarder en in Nederland van zwaar naar lichter waarbij de grens tussen licht en zwaar ligt bij ca. 20 kg. Thans verkeert Nederland niet in een duidelijk zwakke positie m.b.t. het karkasgewicht. Op termijn kan dat verkeren. Nederland heeft een star produktiesysteem en een communicatiesysteem om marktsignalen over te brengen naar de productiesector ontbreekt. Dat is anders in Frankrijk en Groot Brittannië waar in de eerste plaats veel meer variatie is en het gaat om veel grotere kwantiteiten zodat veel beter ingespeeld kan worden op een gedifferentieerde vraag. In de tweede plaats zijn communicatiesystemen in gebruik: certificering, uitbetaling naar kwaliteit, contractproductie, producentengroeperingen e.d.. Zo hebben Nieuw-Zeeland en het MLC een gewichtsstrategie ontwikkeld voor de verschillende markten. T.o.v. Italië, België en Griekenland verkeert Nederland per saldo in een gelijkwaardige positie.

8.3.2 Het aanbod van lamsvlees is sterk gebonden aan het aflampatroon t.w. hoofdzakelijk in het vroege voorjaar. Het aanbod komt op gang in juni en bereikt een top 4 à 5 maanden later. Het zwakke punt van het Nederlandse aanbodspatroon is dat niet gedurende het gehele jaar lamsvlees beschikbaar is. Daarbij komt nog dat ons produktiepatroon in grote lijnen overeenkomt met dat in Groot-Brittannië zodat het Nederlands produkt moet concurreren met de bulk van het Britse produkt op de Franse en andere Europese markten. In Frankrijk, Italië en Griekenland is er door de grote variatie in produktiesystemen een minder duidelijk seizoenspatroon. In Italië en Griekenland zorgen de zuiglammeren die uit de melkschapenhouderij beschikbaar komen voor een zeker seizoenspatroon.

8.3.3 De afzet af-boerderij is in Nederland vrijwel geheel gericht op de weekmarkten waar collecterende handelaren de slachtdieren verkopen aan distribuerende exporterende handelaren en inkopers van exportslachterijen en grossiers. De overeengekomen prijzen betreffen stuksprijzen en prijzen per kg geslacht gewicht, gebaseerd op subjectieve beoordeling van gewicht en kwaliteit. De handel in kwaliteitsdieren speelt zich af aan het begin van de markt, dan worden relatief hoge prijzen gerealiseerd. In grote lijnen is deze situatie vergelijkbaar met die in Groot-Brittannië, Frankrijk, Italië en Griekenland. Zo verloopt in Groot-Brittannië ca. 70% (sommige schattingen komen lager uit) van de handel via zogenaamde "auctions". In Frankrijk is de veemarkt van veel minder betekenis. Alles bijeengenomen mag de conclusie zijn dat de afzet af-boerderij in de EG-landen zich kenmerkt door een zeer traditionele structuur, dit in tegenstelling tot de situatie in de varkens- en pluimveehouderij waar de afzet

in hoge mate gerationaliseerd is (zoals directe afzet naar slachterijen en uitbetaling op basis van objectieve maatstaven). Er zijn aanwijzingen dat Nederland in een zwakkere positie komt te verkeren. Gewezen zij op de betekenis van producentengroeperingen in Frankrijk en Groot-Brittannië (Welsh Quality Lamb Ltd). Zo wordt in Groot-Brittannië ca. 30% van de slachtlammeren uitbetaald op basis van geslacht gewicht en/of slachtclassificatie. Alhoewel in Frankrijk eveneens een classificatie systeem geldig is (i.v.m. interventiemogelijkheden EG-marktordening), is de betekenis ervan voor de uitbetaling en de handel minder groot dan men zou verwachten.

8.3.4 De slachtingen vinden in Nederland plaats op een groot aantal abattoirs en private slachterijen. De exportslachtingen worden verricht door een betrekkelijk klein aantal traditioneel geoutilleerde slachterijen die in een aantal gevallen ook andere diersoorten (runderen, kalveren) verwerken. De Nederlandse slachterijstructuur is vergelijkbaar met een groot deel van de slachterijsector in Groot-Brittannië, Frankrijk en België; en is relatief sterk ten opzichte van Italië en Griekenland waar een ouderwetse slachtstructuur heerst en een daarbij horende inefficiënte en dure distributie van vlees. Daarnaast ontwikkelt zich met name in Frankrijk en Groot-Brittannië een groep van uiterst moderne grote slachterijen van een polyvalent karakter. Deze bedrijven zijn in staat grote homogene partijen te leveren, op een (vrijwel) continue basis, terwijl ze zich niet beperken tot schape- en lamsvlees maar ook andere vleessoorten leveren. Daarmede houden zij aansluiting met ontwikkelingen in de distributiesector. In Frankrijk concentreert deze sector zich in de produktiegebieden. Tegelijkertijd ontwikkelt zich een uitsnijderijsector in de consumptiegebieden. De Nederlandse slachterijsector heeft deze ontwikkeling niet kunnen volgen noch in de produktiefase noch in de marketingsfase waarbij het zeer de vraag is of Nederland als leverancier van grondstof/halffabrikaat nog in het perspectiefvolle circuit zit.

8.3.5 Nederlandse slachterijen hebben gedurende een aantal jaren slechts marginale financiële resultaten kunnen boeken hetgeen heeft geleid tot onvoldoende reservevorming en investeringen. Dit gecombineerd met het relatief kleinschalige karakter van de ondernemingen bracht met zich mee dat onvoldoende initiatieven werden ontwikkeld met betrekking tot slachtproces, koelproces, uitsnijmethoden, conserveringsmethoden, verpakking, produktontwikkeling en marketing. De Nederlandse verwerking verkeert in dit opzicht in een zwakke positie vergeleken met Frankrijk, Groot-Brittannië en Nieuw-Zeeland.

8.3.6 De Nederlandse exporthandel in slachtschapen en slachtlammeren toont een grote mate van flexibiliteit en slaagt erin door de jaren heen grote aantallen slachtdieren te expor-

teren naar Frankrijk en België. Dit ondanks scherpe concurrentie op de Nederlandse inkoopmarkt en ondanks transportbelemmerende en daardoor kostprijsverhogende maatregelen in Frankrijk (één losplaats per verzegelde laadeenheid). Het Nederlandse aanbod is voor de Franse slachterijen duidelijk aanvullend van karakter qua gewicht en kwaliteit alsmede qua seizoen. Gelet op het sterk gevarieerde karakter van de Franse schapensector heeft de Nederlandse veehandel daar een sterke postitie. Gelet op afzet en prijsvorming is dit althans op de korte termijn gunstig voor de primaire produktie. Op de lange termijn lijkt de positie van de veehandel minder sterk.

8.3.7 Producentengroeperingen in met name Frankrijk en Groot-Brittannië zijn van sterk innoverende betekenis geweest in beide landen. Weliswaar groeit het belang van deze groeperingen niet meer of slechts zeer beperkt, maar de positieve elementen door hen tot stand gebracht (voorlichting, rationalisatie van de afzet, uitbetaling naar kwaliteit en naar geslacht gewicht) ontwikkelen zich verder. Nederland doet niet mee op dit punt: producentengroeperingen ontbreken, de coöperaties hebben zich teruggetrokken uit de slachtsector, contractproduktie bestaat niet. In feite ontbreekt in Nederland ook vrijwel ieder element van een samenbindend communicatiesysteem in de sector: een inerte situatie.

8.4 De relatie met de markt

8.4.1 De Nederlandse schapensector is per traditie leverancier van een goede kwaliteit grondstof c.q. halffabrikaat: een goed bevleesd slachtdier of karkas. Het betreft een uiterst eenvoudig assortiment dat uitstekend paste in de Franse markt en dat ook de komende jaren nog wel zal doen. Het is evenwel niet aangepast aan nieuwe ontwikkelingen in produktie- en koeltechniek. Nederland verkeert daardoor in een zwakke positie en loopt zeer ver achter bij landen als Frankrijk, Groot-Brittannië en Nieuw-Zeeland. Terwijl in Nederland een aarzelend begin is gemaakt met grove deelstukken (1e snit) is de ontwikkeling in Engeland en met name in Frankrijk veel verder voortgeschreden. In Frankrijk b.v. bestaat een vijfde van de afzet van slachterijen en uitsnijderijen uit deelstukken (!) voor toelevering aan slagerijen, grootwinkelbedrijven, horeca-bedrijven en instellingen. Daarbij gaat het om 1e en 2e snit en consumentenopdelingen al dan niet ontbeend. Verder ontwikkelt zich ook de produktie van bewerkte schapevleesprodukten.

8.4.2 De Nederlandse schapensector verkeert ten opzichte van de concurrent-aanbieders qua afstand tot de belangrijkste markten niet in een ongunstige positie. Wat betreft de afstand tot de grote consumptiecentra in Griekenland (Athene en Thessaloniki) kan vanuit Nederland vermoedelijk net zo goedkoop worden

Figuur 8.1 De Nederlandse schapensector: sterke en zwakke punten

Toelichting: NL=Nederland, B=België, It=Italië, Gr=Griekenland F=Frankrijk, IRL=Ierland, GB=Groot-Brittannië en NZL=Nieuw-Zeeland, EG=Landen van de Europese Gemeenschap.

toegeleverd als vanuit Griekenland zelf. Hetzelfde geldt m.b.t. de toelevering aan de Noorditaliaanse steden en de Noordfranse regio. De transportkosten zijn overigens maar een fractie van de totale kosten. Het transport van slachtdieren is overigens aanzienlijk duurder dan dat van vlees. De noodzaak de transportkosten te drukken blijft aanwezig, maar dat geldt voor alle aanbieders (retourvracht, combinatie-transporten e.d.). Snelle levering is ook over relatief grote afstanden goed mogelijk. Belemmeringen m.b.t. het transport (7°C kerntemperatuur bij karkastransport, één losplaats per verzegelde ladingeenheid in Noord-Frankrijk) zijn ook algemeen en even nadelig voor buitenlandse leveranciers.

8.4.3 Er zijn sterke aanwijzingen dat het Nederlandse lamsvlees minder prijsconcurrerend wordt. Weliswaar moet de prijs gezien worden in relatie tot de kwaliteit, maar de hoge Nederlandse kwaliteit lijkt de zeer hoge prijs niet meer te rechtvaardigen, gelet op nieuwe concurrentie-verhoudingen met name op de Franse markt. Dit geldt met name ten opzichte van het Ierse en het Britse produkt dat van redelijke kwaliteit en aanzienlijk goedkoper is en daardoor beter lijkt te passen in het snel groeiende supermarkt-segment. Zeker nu de welvaartsontwikkeling stagneert.

8.4.4 Het marktconformhandelen van Nederlandse exporteurs van lamsvlees schiet te kort wat betreft produkt, prijs, distributie en promotie. De Nederlandse positie is zwak t.o.v. Frankrijk (ITOVIC), Groot-Brittannië, Ierland en Nieuw-Zeeland.

8.4.5 Informatie over exportmarkten en concurrerende aanbieders is in Nederland in onvoldoende mate en onvoldoende systematisch beschikbaar voor het bedrijfsleven. Onderzoek naar interessante produkt-marktcombinaties door de bedrijven zelf en door het georganiseerde bedrijfsleven is onvoldoende. Dit alles geldt overigens ook voor de niet onbelangrijke binnenlandse afzetmarkt. Het Nederlandse kwaliteitsprodukt is zwak vertegenwoordigd op de thuismarkt.

8.5 De Nederlandse schapensector: een somber beeld

8.5.1 In figuur 8.1 is een samenvattend beeld opgenomen van de factoren die van betekenis zijn voor de concurrentiekracht van de Nederlandse schapensector. Het resulterende totaalbeeld is somber; op veel punten vertoont Nederland een zwakke positie t.o.v. concurrerende aanbieders. Maar er zijn lichtpunten. Deze liggen op het terrein van de vleeskwaliteit van het Texelse ras, de relatief goede positie van de exporthandel van slachtdieren, de positie van het NL-produkt als grondstof en halffabrikaat en de afstand tot de belangrijkste markten. Deze goedscorende aspecten zullen weliswaar uitgangspunt vormen voor markthandhaving. Een strategie voor de komende jaren vereist echter een stimuleringsbeleid voor een groot aantal relatief zwakke aspecten van de Nederlandse schapensector.

9. Ontwikkelingen in de komende jaren

9.1 Inleiding

9.1.1 Het beeld dat de Europese markt voor schapevlees in de komende jaren te zien zal geven zal onder invloed staan van een aantal ontwikkelingen met betrekking tot de vraag naar schapevlees, het aanbod en de concurrerende aanbieders de distributie, verwerking en marketing, alsmede economisch-politieke factoren. Een aantal van deze ontwikkelingen zijn niet of nauwelijks te beïnvloeden, andere zijn dat op middellange termijn wel. Met elkaar bepalen zij de omgeving waarin de Nederlandse schapensector in de komende jaren zijn plaats zal moeten vinden. In dit hoofdstuk zijn de verwachte ontwikkelingen in kort bestek nog eens samengevat.

9.2 De vraag naar schapevlees

9.2.1 Het verbruik van schapevlees per hoofd van de bevolking laat van land tot land grote verschillen zien. Deze verschillen worden grotendeels verklaard uit prijsverhoudingen t.o.v. andere vleessoorten en uit traditionele verbruiksgewoonten. Veranderingen zullen zich slechts geleidelijk manifesteren. Dit zal ertoe leiden dat hoge verbruikscijfers zullen tenderen naar lager (Groot-Brittannië, Ierland, Griekenland) en dat lage verbruikscijfers zullen tenderen naar hoger (Frankrijk, Italië, België, Nederland).

9.2.2 De vertraagde economische groei in de lidstaten van de EG en als gevolg daarvan ook beperkte of geheel ontbrekende groei in het besteedbaar inkomen heeft het verbruik van schapevlees getemperd. Schapevlees is immers een dure vleessoort en zal juist in een situatie van economische pas op de plaats moeten concurreren met goedkopere vleessoorten als varkensvlees en kip. Wellicht zijn er in de komende jaren betere perspectieven.

9.2.3 De groeiende belangstelling van de consument voor mager vlees dat onder natuurlijke omstandigheden in geproduceerd zal het schapevlees extra kansen geven in vergelijking tot "industriële" vleessoorten als varkensvlees en kip.

9.2.4 Het totaal verbruik van vlees en vleeswaren per hoofd van de bevolking ligt op een tamelijk hoog niveau en zal in een aantal landen de komende jaren niet of nauwelijks meer groeien. Schapevlees en met name lamsvlees zal in die situatie

moeten concurreren met andere dure vleessoorten. Daarbij is het heel goed mogelijk dat de consument zal streven naar een grotere mate van variatie in vleessoorten op zijn menu.

9.3 De voorziening met schapevlees

9.3.1 De Europese Gemeenschap is een tekortgebied voor schapevlees; grote hoeveelheden worden jaarlijks geïmporteerd uit derde landen om in de vraag te voorzien. De zelfvoorzieningsgraad zal groeien en op lange termijn naderen tot volledige zelfvoorziening. Het EG-marktordeningsbeleid en de technische ontwikkeling in de schapesector werken beide produktiestimulerend. Op de middellange termijn moet rekening worden gehouden met een sterke positie van het aanbod uit extensief producerende landen als Nieuw-Zeeland en Australië. De concurrentie in de EG zal toenemen hetgeen zal leiden tot een zekere druk op de prijzen.

9.4 Distributie

9.4.1 Een groeiend deel van het vlees en dus ook van schapevlees wordt gedistribueerd door grote winkelorganisaties met moderne distributievormen: supermarkten e.d. Daar zijn ontwikkelingen aan de gang die het toekomstig beeld in de schapensector mee zullen bepalen. Allereerst kan gewezen worden op de concentratietendens in de distributiesector als gevolg waarvan leveranciers te maken krijgen met een betrekkelijk klein aantal inkopers. Dit leidt tot groeiende afhankelijkheid van de leveranciers en vergroot de noodzaak van een goed account-management d.w.z. het goed inspelen op de verlangens van de groot-distributeurs.

9.4.2 Een tweede trend bij de distributie is die van de professionalisering wat betekent een oriëntatie op het totaalproces af-fabriek tot aan de beschikbaarheid in de winkels. Efficiency, productiviteit en continuïteit zijn daarbij doorslaggevende elementen. Dit alles leidt tot "hogere" onderhandelingsniveaus en verruiming van het inkoopobject. Dit betekent zeer vergaande afstemming van activiteiten van leverancier en afnemer m.b.t. produktassortiment, prijscondities, informatie, verpakking, promotie e.d.

9.4.3 Een derde trend is die van de internationalisering. De grote distributiebedrijven richten zich voor hun inkopen op het aanbod vanuit de gehele wereld. Buitenlandse leveranciers weten dat en presenteren zich. Continuïteit en assortimentsverbreding zijn voor distributiebedrijven belangrijke overwegingen voor deze internationale oriëntatie.

9.4.4 Informatisering in de distributiesector grijpt om zich heen. De technologie zal een belangrijker plaats krijgen bij het handelsmanagement. Dit betekent o.m. dat proposities van leveranciers objectiever (kwantitatief en systematisch) worden beoordeeld en minder bepaald door subjectieve overwegingen en intuïtie. Bron 9.4.1 t/m 9.4.4 Dorsman (1985).

9.5 Verwerking en marketing

9.5.1 Aansluitend op ontwikkelingen in de distributiesfeer zal de verwerkende sector (slachterijen, uitsnijderijen en groothandel) een zorgvuldiger marktsegmentatie nastreven, meer zorg besteden aan kwaliteit en imago van het produkt, aan de ontwikkeling van convenience-produkten en aan een betere afstemming op distributie- en verbruikersgroepen. De marketing-filosofie zal terrein winnen.

9.5.2 Uit het oogpunt van meer en economisch efficiëntere verwerkingsmogelijkheden zijn zwaardere karkassen (meer dan 15 kg) noodzakelijk. Zeker is dit van belang als lamsvlees een goede positie wil verkrijgen in de catering-markt. Nu is de concurrentiepositie zwak door hoge verwerkingskosten. Daartegenover staat de exclusiviteit van lamsvlees waardoor de prijs voor de cateringsector, die relatief veel waarde toevoegt van minder belang is.

9.5.3 Het exporterende bedrijfsleven zal meer en meer gesteund worden door overkoepelende private en overheidsorganisaties die de promotie van het "nationale" produkt op exportmarkten zal financieren en uitvoeren. Een zwaardere concurrentie tussen landen zal daarvan het gevolg zijn. In dit verband wordt gedacht aan Groot-Brittannië, Ierland en Nieuw-Zeeland.

9.5.4 Ontwikkelingen in de markt (distributie- en vraagaspecten) en toenemende concurrentie zullen leiden tot een meer efficiënte toelevering van grondstoffen aan de verwerkende sector. Daarop afgestemde communicatiesystemen zullen meer betekenis krijgen.

9.6 EG-beleid

9.6.1 De kosten van het EG-marktordeningsbeleid en de kritiek op de marktordenende werking van het systeem alsmede de eenzijdige verdeling van de steun zullen op middellange termijn leiden tot beperking van de steunverlening in het algemeen en met betrekking tot specifieke onderdelen. Daarbij valt te denken aan de invoering van garantiedrempels door middel van hoeveelheidsbeperking en begrensde variabele slachtpremies.

9.7 Perspectief

9.7.1 De markt voor schapen en schapevlees in Frankrijk, Italië, Griekenland en België is bepaald geen groeimarkt en toont scherpe concurrentie. De markt is zeer complex en gevarieerd. Juist daardoor zijn er mogelijkheden, ook voor kleine exportlanden als Nederland. Mits men zorgvuldig inspeelt op de mogelijkheden heeft Nederland een bescheiden perspectief voor de komende jaren.

10. Aanbevelingen

10.1 Algemene uitgangspunten

10.1.1 De Nederlandse schapensector ziet zich in de Europese Gemeenschap geplaatst tegenover een aantal markten dat sterk uiteenloopt qua omvang en marktontwikkeling. De verschillende deelmarkten zijn te typeren met behulp van de begrippen land, produkt en distributiekanaal.

10.1.2 De voor de Nederlandse schapensector relevante landen zijn Frankrijk, Italië, Griekenland, België en Nederland zelf. Frankrijk is te typeren als een zeer dynamische markt. Wat betreft het verbruik van schapevlees is Frankrijk een omvangrijke markt met goed bereikbare bevolkingsconcentraties. Er is sprake van een hoog hoofdelijk verbruik, gebaseerd op een hoge en regelmatige kooppenetratie. Frankrijk importeert veel slachtschapen en schapevlees. Italië is een traditionele markt. De omvang van het totale verbruik ligt op een lager niveau en de bevolkingsconcentraties zijn redelijk goed bereikbaar. Er zijn veel gelegenheidskopers en het hoofdelijk verbruik ligt laag. Ook Italië importeert veel slachtdieren en schapevlees. In Griekenland hebben schape- en geitevlees een sterke positie in het eetpatroon. Weliswaar is sprake van een wat kleinere markt, maar de bevolkingsconcentraties zijn redelijk bereikbaar. Griekenland importeert veel schapevlees. België is een kleine, maar interessante markt die goed bereikbaar is. Echter het hoofdelijk verbruik is laag. Bij een lage zelfvoorzieningsgraad is er een grote invoer van dieren en vlees en tegelijkertijd ook een omvangrijke uitvoer. Het verbruik in Nederland is sterk cultuurbepaald (etnische minderheden). Het is een kleine, uiteraard goed bereikbare markt met een laag hoofdelijk verbruik. Nederland exporteert veel slachtdieren en in afnemende mate vlees. De grotere afzet van vlees in 1985 vormt wellicht een voorteken van een kentering. Verder zij verwezen naar figuur 10.1.

10.1.3 De produkten die door de schapensector worden voortgebracht en verhandeld hebben het karakter van produktiemiddel, grondstof, halffabrikaat en consumentenartikel. We onderscheiden fokdieren, slachtdieren, karkasvlees, deelstukken (1e en 2e snit), consumenten-porties en bereidingen. Het huidige internationale beeld laat zien dat de handel voornamelijk bestaat uit slachtdieren en karkassen; de marktomvang van fokdieren enerzijds en van deelstukken en consumentenartikelen en bereidingen anderzijds is van kleinere omvang. De handel bestaat dus hoofdzakelijk uit produkten met een lage toegevoegde waarde. Het beeld van Nederland is wel zeer eenzijdig en vrijwel uitsluitend gericht op

Figuur 10.1 Globale karakteristiek van de afzetgebieden van schapen en schapevlees

Figuur 10.2 De verhandelde produkten: toegevoegde waarde en marktomvang

De produktgroepen zijn met de nummers 1 t/m 7 geplaatst volgens toenemende toegevoegde waarde (m.u.v. fokdieren met een hoge toegevoegde waarde) d.w.z. volgens de reeks produktiemiddel, grondstof, halffabrikaat en consumptie-artikel.

slachtdieren en karkassen. Voor de komende jaren is een toenemende handel te verwachten in produkten met een hoge toegevoegde waarde. Ontwikkelingen met name in Frankrijk en Nieuw-Zeeland wijzen duidelijk in die richting. Zie verder figuur 10.2.

10.1.4 Het produkt en de daaraan verbonden aspecten, vormen slechts één facet van de "marketing-mix". Een tweede facet is dat van de distributie. De veehandel vormt in het algemeen een onmisbare schakel in de nationale en internationale distributie van slachtdieren; in Frankrijk en Groot-Britannië bestaan vormen van vertikale integratie. Een zeer belangrijke ontwikkeling in de slachtsector is de groeiende betekenis van polyvalente ondernemingen (meerdere dier- en vleessoorten). Deze bedrijven integreren zich voorwaarts en achterwaarts. Die voorwaartse integratie houdt b.v. in dat de uitsnijderijen zich gaan vestigen in produktiegebieden (Frankrijk). Thans concentreren deze bedrijven zich nog in de consumptiegebieden. Bij de detailhandelsdistributie zien we een groeiende betekenis van grootwinkelbedrijven e.d. ten koste van de traditionele slagerijen. In Frankrijk en België is dit proces al vergevorderd. Hiermee neemt het belang van marketing-gebonden aspecten toe (prijsstelling, presentatie, promotie, e.d.). De catering-sector zal een toenemende belangstelling tonen voor een gevarieerd produktpakket waaronder ook schapevlees.

10.1.5 Hoewel de traditionele distributie van betekenis zal blijven, zullen de komende jaren in het teken staan van sterke groei van de moderne distributiemethoden (bij grootwinkelbedrijven). Dit zal een rationalisering van het gehele distributieproces met zich meebrengen. Immers, hogere eisen zullen gesteld worden aan de hele marketing om uiteindelijk te kunnen voldoen aan de behoeften van de consument. Dit betekent vooral dat hoge eisen aan informatie en communicatie worden gesteld, zodat uitsnijderijen, slachterijen, handelaren en primaire producenten aan de verlangens van distributie en consumenten kunnen voldoen (zie ook figuur 10.3). Ook de toenemende zelfvoorzieningsgraad op de EG-markten, de effecten van de EG-marktordening en de daarmee samenhangende sterkere concurrentie (met name Verenigd Koninkrijk), zullen een passend beleid voor de nederlandse schapensector noodzakelijk maken. Pas dan zal er enig perspectief zijn voor Nederland.

10.2 Sterke en zwakke punten van Nederland

10.2.1 De mate waarin de Nederlandse schapensector kan inspelen op ontwikkelingen in de markt, wordt bepaald door zijn concurrentiekracht, d.w.z. door een reeks van sterke en zwakke punten t.o.v. concurrerende aanbieders. In figuur 10.4 is een samenvattend beeld opgenomen van aspecten die te maken hebben met

Figuur 10.3 Samenhang ontwikkeling moderne distributie-systemen en produktontwikkeling

Toelichting: In de figuur is aangegeven welke produktaspecten doorslaggevend zijn

Figuur 10.4 De Nederlandse schapensector: sterke en zwakke punten

Toelichting: NL=Nederland, B=België, It=Italië, Gr=Griekenland F=Frankrijk, IRL=Ierland, GB=Groot-Brittannië en NZL=Nieuw-Zeeland, EG=Landen van de Europese Gemeenschap.

de omgeving van de schapensector, de primaire produktiefase, handel en verwerking alsmede de relatie van de sector met de markt. Het resulterende totaalbeeld in somber; op veel facetten vertoont Nederland een zwakke positie. Maar er zijn enkele lichtpunten. Deze liggen op het terrein van de vleeskwaliteit van het Texelse ras, de goede positie van de exporthandel van slachtdieren, de positie van het Nederlandse produkt als grondstof en halffabrikaat en de afstand tot de belangrijkste markten. Deze goedscorende aspecten zullen weliswaar uitgangspunt vormen voor markthandhaving. Een strategie voor de komende jaren vereist echter een stimuleringsbeleid voor een groot aantal relatief zwakke aspecten van de Nederlandse schapensector.

10.3 Algemene strategie

10.3.1 De Nederlandse schapensector is gelet op ontwikkelingen in de markt en gelet op zijn sterke en zwakke punten op een keerpunt gekomen. De ontwikkeling van een marketing-strategie is dringend gewenst. Een zwakke thuismarkt en daarmede samenhangend een sterke afhankelijkheid van afzet in het buitenland, alsmede een ernstige bedreiging van de Nederlandse concurrentiepositie, zullen in geval beleidsmaatregelen uitblijven Nederland op termijn brengen in een situatie van leverancier van uitsluitend grondstoffen met een lage toegevoegde waarde.

10.3.2 De marketing-strategie moet zich richten op handhaving van het huidige niveau van produktie en afzet van schapen en schapevlees. Het beleid zal zich moeten toespitsen op stimulering van de professionele sector. De toekomst zal duidelijk maken of de Nederlandse schapensector "nieuwe stijl" een uitbreiding van de produktie weet te realiseren. Daarbij is wezenlijk dat de primaire producenten een rendabele en dus concurrerende bedrijfsopzet kunnen voeren.

10.3.3 Meer uitgewerkt betekent dit voor de korte termijn handhaving van de afzet van slachtdieren naar onze belangrijkste markten Frankrijk en België. Tevens het verdedigen van de afzet van karkasvlees eveneens op de Franse en Belgische markt. Verder moet Nederland streven naar uitbreiding van de afzet in Italië en Griekenland. Ook Spanje komt voor marktbewerking in aanmerking. Tenslotte verdient de Nederlandse thuismarkt alle aandacht. Op langere termijn moet gewerkt worden aan de ontwikkeling van "nieuwe" produkten en rationalisatie van het distributieproces. Deze algemene strategie zal in de volgende paragrafen nader worden uitgewerkt voor de onderscheiden produkt-marktcombinaties en voor de verschillende (organisatie-)niveaus.

10.4 Strategie voor produkt-marktcombinaties

10.4.1 Het belang van een marketing-strategie voor Nederlandse fokschapen wordt onderstreept door het duidelijke positieve effect ervan op de afzet van Nederlandse slachtdieren en wellicht ook van Nederlands vlees.

a. Er moet een eenvormig beleid ontwikkeld worden zonder de markt te segmenteren. Gelet op de relatief kleine Nederlandse Texelstapel verdient dat de voorkeur alleen al uit kostenoverwegingen.
b. In het produktbeleid moet het accent liggen op de hoge "kwaliteit" die tot uitdrukking komt in de vlees/vet/beenverhouding.
c. Publiciteit (publikaties in buitenlandse en internationale vaktijdschriften) is wezenlijk. Verder is belangrijk dat vanuit Nederland groepsafnemers en organisaties in het buitenland worden benaderd, ondersteund door persoonlijke verkoopacties.

Landen: Italië, Spanje en Griekenland voor kruising met melkschapen; Frankrijk eventueel door aansluiting met UPRA-Texel; België.

10.4.2 Slachtdieren

a. Bij het produktbeleid moet meer systematisch onderscheid gemaakt worden naar type en gewicht. Classificatie kan een onderdeel zijn van een gewichtsstrategie. De hoge kwaliteit van het Nederlandse lam dient geaccentueerd te worden.
b. Het distributiebeleid dient in het algemeen gericht te zijn op risicobeperking. De afzet moet zo direct mogelijk naar slachterijen gericht worden. Vanwege risico's is marktspreiding noodzakelijk. Daartoe moet marktinformatie, die overvloedig aanwezig is, beter benut worden. Het opbouwen en instandhouden van persoonlijke relaties is in dit geheel van groot belang. Ook het leveren volgens overeengekomen specificatie is wezenlijk voor de continuering van een betrouwbare relatie.
c. Produkt- en distributiebeleid verdienen ondersteuning door collectieve promotie waarbij het thema zou kunnen zijn: Nederlands kwaliteitslam oftewel: Nederlands "A"-merk.

Het gehele beleid voor slachtdieren zou zich moeten concentreren op Frankrijk en België. Uitproberen voor Italië, Griekenland en Spanje is te overwegen.

10.4.3 Vlees

Bij vlees kan niet volstaan worden met een eenvormig marktbeleid maar er zullen voor de verschillende, aantrekkelijke pro-

dukt-marktcombinaties passende maatregelen moeten worden genomen; segmentatie dus.

a. Het produktbeleid voor karkasvlees moet een gewichtsstrategie omvatten. Weliswaar is er in de markt een tendens naar lichter dan Nederland thans aanbiedt, maar om redenen van produktie-efficiëntie in het verwerkingsproces kan een zwaarder karkas de voorkeur verdienen (in de USA is het gemiddeld geslacht gewicht 26 kg!). Voordelen: effectieve prijsnotering is mogelijk, vergemakkelijking van de handel, nuttig bij promotie en imago-opbouw bij afnemers, richtinggevend voor de produktie e.d.

b. Het produktbeleid voor deelstukken en consumentenartikelen moet zich richten op het volgen van pioniers met betrekking tot produktontwikkeling in b.v. Nieuw-Zeeland en Frankrijk. Dit moet gelijk opgaan met vernieuwingen in bewarings- en verpakkingstechniek (koeltechniek en vacuüm- en gasverpakking).

c. Het distributiebeleid richt zich deels op de traditionele distributiekanalen (slagerijen) en deels op de moderne distributie (grootwinkelbedrijven e.d.). Het beleid m.b.t. de moderne distributie dient rekening te houden met de daar aanwezige grote marktmacht. De Nederlandse slachterijen lopen daarbij grote risico's. Levering via groothandel of samenwerking met sterke Nederlandse bedrijven die al in dit kanaal gepenetreerd zijn, verdient dan overweging. Ook hier geldt dat beschikbare marktinformatie veel beter benut moet worden.

d. Een collectief "schapevlees"-promotiebeleid moet ondersteunend werken. Individuele en persoonlijke promotie is overigens onmisbaar Het gehele promotiebeleid op exportmarkten dient gericht te zijn op de groothandel, grootwinkelorganisaties, detailhandel, catering en consumenten. Mogelijkheden liggen er in de vorm van acties, publiciteit en reclamemateriaal.

10.5 Strategie voor niveaus, organisaties en overheid

10.5.1 Bij de ontwikkeling van een strategie voor afzonderlijke niveaus van bedrijvigheid (verwerking, handel en schapenhouderij) is van betekenis dat gewerkt wordt met een integrale benadering, zodat een onderlinge versterking resulteert. Maatregelen genomen op een bepaald niveau hebben niet zonder meer het beoogde effect voor de gehele sector; d.w.z. de strategieën voor de verschillende niveaus behoren op elkaar te zijn afgestemd. Er moet m.a.w. een samenhangende strategie zijn. Daarbij moet wel steeds in ogenschouw worden genomen dat het een kleine financieel niet-sterke sector betreft. Impulsen van de ondernemingen zijn maar in beperkte zin te verwachten. Dit betekent dat de organisaties en de overheid hier een duidelijke taak hebben.

10.5.2 Verwerking

De sector dient te streven naar een op de markteisen afgestemde gewichtsstrategie waarbij grotere standaardisatie en uniformiteit van de leveranties binnen bereik komen. Dit is noodzakelijk om de concurrentie met b.v. het Verenigd Koninkrijk aan te kunnen. Dit biedt voorts extra mogelijkheden voor doelmatiger opdeling van het karkas in deelstukken en zelfs consumentenporties. De industrie zal dus inspanningen moeten leveren voor produktontwikkeling. Het is noodzakelijk de ontwikkelingen te volgen in landen waar men op dit punt reeds ver gevorderd is (Nieuw-Zeeland en Frankrijk). Inschakeling van Nederlandse ondernemingen die vergelijkbare resultaten hebben geboekt, zij het met andere vleessoorten (bijvoorbeeld met kalfsvlees), is gewenst. Dit laatste is ook gewenst om reden van daar beschikbare ervaring met de marketing-eisen van de moderne distributie (grootwinkelbedrijf, catering). De markteisen moeten vertaald worden voor de eigen sector maar ook voor voorliggende schakels, t.w. veehandel en schapenhouderij. Heel wezenlijk is dat systematische informatie beschikbaar komt over buitenlandse markten (prijzen, produktie, verbruik). Voor Nederland zou prijsinformatie beschikbaar moeten komen voor slachtlammeren en karkassen naar gewichtsklassen. De doorzichtigheid van de internationale en nationale markt wordt daardoor vergroot zodat de primaire produktie zich kan aanpassen aan met name de internationale vraag.

10.5.3 Veehandel

Systematische en gespecificeerde informatie over relevante buitenlandse en binnenlandse markten is ook voor de veehandel van wezenlijke betekenis. Deze informatie zou beschikbaar moeten komen van de gehele sector. Met name aan de schapenhouders. Hier ligt een duidelijke verantwoordelijkheid voor de handel met zijn directe en persoonlijke relaties met de primaire producenten. Bijzondere aandacht is nodig voor non-tarifaire handelsbelemmeringen en de harmonisatie daarvan in EG-verband is gewenst (flexibeler keuringsmogelijkheden i.v.m. levering op maandag b.v.). Ook transportefficiëntie (b.v. retourvrachten en combinatievrachten) verdienen blijvend en versterkte aandacht. Tenslotte zou de sector een duidelijke promotiestrategie kunnen ontwikkelen voor slachtdieren.

10.5.4 Schapenhouderij

De sector moet streven naar een informatievriendelijke sfeer zodat initiatieven die bij verwerking en handel m.b.t. marktinformatie worden ontwikkeld, goed tot hun recht komen. Uiteindelijk kunnen zodoende de internationale en nationale marktmogelijkheden benut worden. Terugkoppeling van informatie tot in de fokkerij-fase is nodig. Onderzoek naar mogelijkheden van nieuwe

produktiesystemen (b.v. agneau-blanc op basis van melkpoeder, maar ook andere systemen met stalvoedering) is gewenst. Een en ander in relatie met verticale integratie en contractproduktie. Meer aandacht voor spreiding van het aanbod naar gewicht en seizoen is noodzakelijk in relatie tot de beschreven mogelijkheden op de internationale markt. Dit veronderstelt grote vakbekwaamheid waardoor bedrijfsbegeleidingssystemen en met name voorlichting zowel op veterinair gebied als m.b.t. huisvesting en stalvoedering noodzakelijk zijn.

Literatuur

Ten behoeve van het onderzoek "Marktperspectieven voor de Nederlandse schapensector in de komende jaren" zijn veel binnenlandse en buitenlandse bronnen geraadpleegd. Een overzicht van de betreffende literatuur is opgenomen in de landenstudies van Interne Nota 320. Aangezien het onderhavige rapport (Mededeling 344) samenvattend, concluderend en adviserend van karakter is, zij hier volstaan met de vermelding van slechts die bronnen waaruit t.b.v. dit rapport uitdrukkelijk is geciteerd of waaruit overzichten zijn overgenomen

1. CFCE
   Circuits d'importation et de distribution des produits d'alimentation générale en Grèce
   Paris, Février 1985

2. Centro Informazioni Carni Olandesi (1985)
   Promotie schapensector, Italië, Milaan

3. Dorsman, K.
   Toekomstige wegen in de voedingsmiddelenindustrie
   De eindprodukten in: Voedingsmiddelentechnologie, 31 oktober 1985

4. IRVAM
   Ricerca Sullo Stato e Sulle prospettive dell' ovinicultura in Italia, IRVAM, Rome, 1980

5. IRVAM
   Ovini; Prime Stime 1984, IRVAM
   Informazione, Supplement bij nr. 235, jaargang IV, 13 december 1984

6. LHR
   Meat Market Survey (importers, wholesalers, supermarkets, retailers, consumers)
   LH Research Ltd., Athens, May, 1982

7. PATRE
   No. 319 "Spécial Filière Viande Ovine", decembre 1984

8. Sakellis
   Demand functions for meats in Greece; a note, Dr. Michael Sakellis in: Oxford Agrarian Studies XII (1983) p. 122-134

LITERATUUR (vervolg)

9. UNIGRAINS
"La filière OVINE", mei 1984

10. VIAENE, J.
"De markt voor schapevlees in België"
in: De Belgische Veefokkerij, oktober 1983

Bijlagen

Bijlage 1 Berekening van de werkgelegenheid in de schapensector

Schapenhouderij

Bij de berekening van de werkgelegenheid in manjaren is uitgegaan van de CBS-meitellinggegevens en wel die m.b.t. de verdeling van het aantal schapen over bedrijven naar grootteklassen. Voorts is berekend per grootteklasse het aantal aanwezige ooien bij een verhoudingsgetal van 1,296 lammeren per ooi bij de Meitelling. Met behulp van de berekende arbeidsbehoefte bij verschillende aantallen ooien per bedrijf (Bron: PR-Praktische schapenhouderij, november 1982) is voorts per grootteklasse en daarmede voor de gehele schapenhouderij het benodigd aantal manuren berekend t.w. 3.079.742. Bij 2000 manuren per manjaar resulteert dan 1540 manjaren. Echter, de Meitelling is niet dekkend. Uitgaande van de verhouding van de lammerenproduktie Meitelling en de bruto-eigen produktie van het PVV (1,525) kan voor de totale sector een werkgelegenheid berekend worden van 1,525 x 1540 = 2350 manjaren.

Schapenhandel

Volgens het Bedrijfsschap voor de handel in vee waren er per 31 december 1983: 1098 ondernemingen geregistreerd met handel in schapen. Daarbij zijn er 100 die uitsluitend in schapen handelen. Ervan uitgaande dat ongeveer de helft van de beschikbare tijd wordt besteed aan de handel in schapen, resulteert dan 50 manjaren (rekening houdend met seizoenkarakter en met landbouwactiviteiten) Voor de resterende 998 "handelaren" wordt aangenomen dat ze 10% van hun tijd besteden aan schapen d.w.z. in totaal 100 manjaren. Zo resulteert voor de gehele schapenhandel 150 manjaren. Een controleberekening naar analogie van de kalverhandel (LEI-publikatie 2.161) leidt tot een getal in dezelfde orde van grootte.

Schapenslachtende bedrijven

De berekening van de werkgelegenheid is gebaseerd op een PVV-nota van 1-12-1983 t.b.v. 1032e vergadering van het Bestuur op 14-12-1983. Aan de hand van het aantal slachtingen, de slachtduur in minuten per schaap en het aantal netto-manuren op jaarbasis is een werkgelegenheid berekend van ca. 100 manjaren voor de schapenslachtsector.

Bijlage 2

Voorzieningsbalansen schape- en geitevlees in 1982

Land			Frankryk	Belg/Lux	Nederlnd	Duitslnd	Italie	Ver.Kon	Ierland	Denemark	Griekenl	EG-10
Schapenproduktie	(1000 st.)	(1)	9179	189	718	939	5820	14001	1675	23	7012	39556
Levende invoer schapen	(1000 st.)	(2)	410	210	8	214	1146	43	64	0	124	1498
Levende uitvoer schapen	(1000 st.)	(2)	102	93	236	145	5	146	45	4	0	7
Invoersaldo schapen	(1000 st.)	(b)	308	117	-228	68	1141	-103	18	-4	124	1491
Schapenslachtingen	(1000 st.)	(b)	9487	306	490	1007	6961	13898	1693	19	7136	41047
Geitenproduktie	(1000 st.)	(1)	426	-3	37	5	529	0	0	0	4145	5139
Levende invoer geiten	(1000 st.)	(2)	0	4	0	0	16	0	0	0	4	12
Levende uitvoer geiten	(1000 st.)	(2)	9	0	4	0	0	0	0	0	0	0
Invoersaldo geiten	(1000 st.)	(b)	-9	3	-3	0	16	0	0	0	4	12
Geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)	417	0	34	5	545	0	0	0	4149	5151
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(b)	9605	186	755	944	6349	14001	1675	23	11157	44695
Schapen/geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)	9904	306	524	1013	7506	13898	1693	19	11285	46198
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(3)	9900	306	522	1269	7527	13899	1676	23	11287	46410
Schapen/geitenslachtingen	(ton)	(3)	188700	7500	12700	27000	67700	262100	40500	400	120000	726600
Invoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	47287	12010	1175	22657	15022	200782	18	2051	10434	247206
Uitvoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	5018	1342	7121	821	131	36488	15479	118	0	3336
Invoersaldo schape/geitevlees	(ton)	(b)	42269	10668	-5946	21836	14891	164294	-15461	1933	10434	243870
Verbruik schape- en geitevlees	(ton)	(b)	230969	18168	6754	48836	82591	426394	25039	2333	130434	970470
Schape/geitevleesverbruik/hoofd	(kg)	(b)	4,3	1,8	0,5	0,8	1,5	7,6	7,2	0,5	13,3	3,6
Aantal inwoners	(mln)	(4)	54,219	10,222	14,313	61,638	56,639	56,010	3,483	5,118	9,792	271,434

(1) Eurostat,Dierlijke Produktie, 4-1984
(2) Exmis (LEI/Eurostat) "Voor Duitsland geldt: excl. de handel met de DDR"
(3) Eurostat,Dierlijke Produktie, 1-1985
(4) Eurostat,Statistisch Jaarboek 1984 en
de Europese almanak 1985
(b) Berekend door het LEI

Bijlage 2 (le vervolg)

Voorzieningsbalansen schape- en geitevlees in 1983

Land			Frankryk	Belg/Lux	Nederlnd	Duitslnd	Italie	Ver.Kon	Ierland	Denemark	Griekenl	EG-10
Schapenproduktie	(1000 st.)	(1)	8746	187	811	1001	5716	15116	1629	27	7100	40333
Levende invoer schapen	(1000 st.)	(2)	376	373	3	325	1384	45	45	0	160	1671
Levende uitvoer schapen	(1000 st.)	(2)	109	178	291	228	0	92	48	7	2	4
Invoersaldo schapen	(1000 st.)	(b)	267	195	-288	97	1384	-47	-3	-7	158	1667
Schapenslachtingen	(1000 st.)	(b)	9013	382	523	1098	7100	15069	1626	20	7258	42000
Geitenproduktie	(1000 st.)	(1)	345	-4	34	5	515	0	0	0	4097	4992
Levende invoer geiten	(1000 st.)	(2)	0	2	0	0	17	0	0	0	3	6
Levende uitvoer geiten	(1000 st.)	(2)	12	0	2	0	0	0	0	0	0	1
Invoersaldo geiten	(1000 st.)	(b)	-12	2	-1	0	17	0	0	0	3	5
Geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)	333	-2	33	5	532	0	0	0	4100	4997
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(b)	9091	183	845	1006	6231	15116	1629	27	11197	45325
Schapen/geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)	9346	380	556	1103	7633	15069	1626	20	11358	46997
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(3)	9337	382	458	1323	7638	15068	1624	20	11366	47214
Schapen/geitenslachtingen	(ton)	(3)	178900	8500	11200	27900	67400	286800	39800	400	121100	742000
Invoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	57749	9942	982	22841	13789	161562	47	1865	14431	211817
Uitvoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	4904	3347	6068	544	88	41990	14610	101	5	4241
Invoersaldo schape/geitevlees	(ton)	(b)	52845	6595	-5086	22297	13701	119572	-14563	1764	14426	207576
Verbruik schape- en geitevlees	(ton)	(b)	231745	15095	6114	50197	81101	406372	25237	2164	135526	949576
Schape/geitevleesverbruik/hoofd	(kg)	(b)	4,2	1,5	0,4	0,8	1,4	7,2	7,2	0,4	13,8	3,5
Aantal inwoners	(mln)	(4)	54,652	10,222	14,367	61,423	56,836	56,377	3,508	5,114	9,840	272,339

(1) Eurostat,Dierlijke Produktie, 4-1984
(2) Exmis (LEI/Eurostat) "Voor Duitsland geldt: excl. de handel met de DDR"
(3) Eurostat,Dierlijke Produktie, 1-1985
(4) Eurostat,Statistisch Jaarboek 1984 en
de Europese almanak 1985
(b) Berekend door het LEI

Bijlage 2 (2e vervolg)

Voorzieningsbalansen schape- en geitevlees in 1984

Land			Frankryk	Belg/Lux	Nederlnd	Duitslnd	Italie	Ver.Kon	Ierland	Denemark	Griekenl	EG-10
Schapenproduktie	(1000 st.)	(1)*	8577	210	645	1049	6089	15322	1691	30	7169	40782
Levende invoer schapen	(1000 st.)	(2)	365	342	14	285	1421	61	75	0	140	1733
Levende uitvoer schapen	(1000 st.)	(2)	162	137	309	233	3	101	56	6	10	10
Invoersaldo schapen	(1000 st.)	(b)	203	205	-295	52	1418	-40	19	-6	130	1723
Schapenslachtingen	(1000 st.)	(b)*	8780	415	350	1101	7507	15282	1710	24	7299	42505
Geitenproduktie	(1000 st.)	(1)*	336	0	41	6	498	0	0	0	4194	5075
Levende invoer geiten	(1000 st.)	(2)	0	2	0	0	16	0	0	0	0	9
Levende uitvoer geiten	(1000 st.)	(2)	9	0	2	0	0	0	0	0	0	1
Invoersaldo geiten	(1000 st.)	(b)	-9	2	-2	0	16	0	0	0	0	7
Geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)*	327	2	39	6	514	0	0	0	4194	5082
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(b)*	8913	210	686	1055	6587	15322	1691	30	11363	45857
Schapen/geitenslachtingen	(1000 st.)	(b)*	9108	417	388	1107	8021	15282	1710	24	11493	47587
Schapen/geitenproduktie	(1000 st.)	(3)	9105	343	391	1339	8048	14849	1703	25	11499	47301
Schapen/geitenslachtingen	(ton)	(3)	174300	5200	9500	27200	70400	285700	41600	600	130100	744700
Invoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	63625	10918	1536	19386	14663	160908	48	2308	12704	209573
Uitvoer schape- en geitevlees	(ton)	(2)	5094	3538	4695	700	86	46745	17081	155	9	4104
Invoersaldo schape/geitevlees	(ton)	(b)	58531	7380	-3159	18686	14577	114163	-17033	2153	12695	205469
Verbruik schape- en geitevlees	(ton)	(b)	232831	12580	6341	45886	84977	399863	24567	2753	142795	950169
Schape/geitevleesverbruik/hoofd	(kg)	(b)	4,3	1,2	0,4	0,7	1,5	7,1	7,0	0,5	14,5	3,5
Aantal inwoners	(mln)	(4)	54,748	10,219	14,395	61,307	56,929	56,340	3,502	5,112	9,825	272,377

(1) Eurostat,Dierlijke Produktie, 4-1984
(2) Exmis (LEI/Eurostat) "Voor Duitsland geldt: excl. de handel met de DDR"
(3) Eurostat,Dierlijke Produktie, 1-1985
(4) Eurostat,Statistisch Jaarboek 1984 en
de Europese almanak 1985
(b) Berekend door het LEI
* Voorlopig

Bijlage 3

Consumptie van schape- en geitevlees in de EG

Land			1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
Frankrijk	Schape/geitevlees	(1000 ton)	190,0	195,0	199,0	202,0	208,0	218,0	224,0	232,0	232,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	5237,0	5375,0	5539,0	5740,0	5798,0	6034,0	5961,0	5919,0	5669,0
	Schape/geitevlees	(%)	3,6	3,6	3,6	3,5	3,6	3,6	3,8	3,9	4,1
Belg/Lux	Schape/geitevlees	(1000 ton)	13,0	16,0	18,0	20,0	21,0	22,0	18,0	18,0	17,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	918,0	925,0	932,0	971,0	984,0	999,0	971,0	987,0	981,0
	Schape/geitevlees	(%)	1,4	1,7	1,9	2,1	2,1	2,2	1,9	1,8	1,7
Nederland	Schape/geitevlees	(1000 ton)	3,0	3,0	4,0	5,0	7,0	8,0	8,0	7,0	6,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	988,0	1006,0	1019,0	1056,0	1111,0	1091,0	1106,0	1133,0	1081,0
	Schape/geitevlees	(%)	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6
Duitsland	Schape/geitevlees	(1000 ton)	38,0	42,0	43,0	46,0	53,0	53,0	47,0	49,0	50,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	5521,0	5649,0	5687,0	5946,0	6038,0	6147,0	6045,0	5984,0	5976,0
	Schape/geitevlees	(%)	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Italie	Schape/geitevlees	(1000 ton)	77,0	76,0	77,0	81,0	84,0	83,0	83,0	83,0	81,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	3656,0	3786,0	3954,0	4090,0	4244,0	4437,0	4373,0	4496,0	4595,0
	Schape/geitevlees	(%)	2,1	2,0	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8
Ver.Kon.	Schape/geitevlees	(1000 ton)	471,0	434,0	396,0	388,0	401,0	430,0	390,0	420,0	419,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	4093,0	3939,0	3981,0	4128,0	4255,0	4180,0	4151,0	4060,0	-
	Schape/geitevlees	(%)	11,5	11,0	9,9	9,4	9,4	10,3	9,4	10,3	-
Ierland	Schape/geitevlees	(1000 ton)	34,0	33,0	33,0	30,0	26,0	28,0	28,0	26,0	25,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	317,0	287,0	290,0	298,0	308,0	335,0	331,0	338,0	-
	Schape/geitevlees	(%)	10,7	11,5	11,4	10,1	8,4	8,4	8,5	7,7	-
Denemarken	Schape/geitevlees	(1000 ton)	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	2,0	3,0	2,0	2,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	352,0	364,0	372,0	406,0	409,0	440,0	408,0	397,0	353,0
	Schape/geitevlees	(%)	0,6	0,5	0,5	0,7	0,7	0,5	0,7	0,5	0,6
Griekenland	Schape/geitevlees	(1000 ton)	127,0	135,0	134,0	131,0	133,0	127,0	128,0	135,0	141,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	559,0	621,0	655,0	688,0	686,0	646,0	676,0	713,0	-
	Schape/geitevlees	(%)	22,7	21,7	20,5	19,0	19,4	19,7	18,9	18,9	-
EG-10	Schape/geitevlees	(1000 ton)	955,0	936,0	906,0	906,0	936,0	971,0	929,0	972,0	973,0
	Totaal vlees	(1000 ton)	21641,0	21952,0	22429,0	23323,0	23833,0	24309,0	24022,0	24027,0	-
	Schape/geitevlees	(%)	4,4	4,3	4,0	3,9	3,9	4,0	3,9	4,0	-

Bron: Eurostat

Bijlage 3 (le vervolg)

Consumptie van schape- en geitevlees per hoofd van de bevolking

Land		1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
Frankrijk	Schape/geitevlees (kg)	3,6	3,7	3,7	3,8	3,9	4,1	4,2	4,3	4,2
	Totaal vlees (kg)	99,4	101,6	104,4	107,7	108,4	112,3	110,5	108,7	103,7
	Schape/geitevlees (%)	3,6	3,6	3,5	3,5	3,6	3,7	3,8	4,0	4,1
Belg/Lux	Schape/geitevlees (kg)	1,3	1,6	1,8	2,0	2,1	2,2	1,8	1,8	1,7
	Totaal vlees (kg)	90,4	90,9	91,5	95,3	96,5	97,6	95,0	96,6	96,0
	Schape/geitevlees (%)	1,4	1,8	2,0	2,1	2,2	2,2	1,9	1,9	1,8
Nederland	Schape/geitevlees (kg)	0,2	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,6	0,5	0,4
	Totaal vlees (kg)	72,3	73,0	73,5	75,7	79,1	77,1	77,6	79,2	75,2
	Schape/geitevlees (%)	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,8	0,8	0,6	0,5
Duitsland	Schape/geitevlees (kg)	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
	Totaal vlees (kg)	89,3	91,8	92,6	97,0	98,4	99,8	98,0	97,1	97,3
	Schape/geitevlees (%)	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Italie	Schape/geitevlees (kg)	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4
	Totaal vlees (kg)	65,9	68,0	70,7	72,9	75,4	78,6	77,4	79,4	80,8
	Schape/geitevlees (%)	2,1	2,1	2,0	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	1,7
Ver.Kon.	Schape/geitevlees (kg)	8,4	7,7	7,0	6,9	7,1	7,6	6,9	7,5	-
	Totaal vlees (kg)	72,8	70,0	70,8	73,4	75,6	74,2	73,7	72,1	-
	Schape/geitevlees (%)	11,5	11,0	9,9	9,4	9,4	10,2	9,4	10,4	-
Ierland	Schape/geitevlees (kg)	10,7	10,2	10,1	9,1	7,7	8,2	8,1	7,5	7,1
	Totaal vlees (kg)	99,8	89,0	88,7	89,9	91,5	98,5	96,1	97,0	-
	Schape/geitevlees (%)	10,7	11,5	11,4	10,1	8,4	8,3	8,4	7,7	-
Denemarken	Schape/geitevlees (kg)	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6	0,4	0,4
	Totaal vlees (kg)	69,6	71,8	73,1	79,5	79,9	85,9	79,7	77,6	69,0
	Schape/geitevlees (%)	0,6	0,6	0,5	0,8	0,8	0,5	0,8	0,5	0,6
Griekenland	Schape/geitevlees (kg)	14,0	14,7	14,4	13,9	13,9	13,2	13,2	13,8	-
	Totaal vlees (kg)	61,8	67,7	70,4	73,0	71,8	67,0	69,5	72,8	-
	Schape/geitevlees (%)	22,7	21,7	20,5	19,0	19,4	19,7	19,0	19,0	-
EG-10	Schape/geitevlees (kg)	3,6	3,5	3,4	3,4	3,5	3,6	3,4	3,6	-
	Totaal vlees (kg)	80,9	82,0	83,6	86,7	88,4	89,8	88,6	88,3	-
	Schape/geitevlees (%)	4,4	4,3	4,1	3,9	4,0	4,0	3,8	4,1	-

Bron: Eurostat

Bijlage 4 De Europese Marktordening voor schapen

1. Geschiedenis

Pas na de toetreding in 1973 van het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Denemarken tot de EG werd een gemeenschappelijke marktordening noodzakelijk. Immers het grootschalige extensieve karakter van de primaire sector in het Verenigd Koninkrijk, Ierland en in nog sterkere mate dat van Nieuw-Zeeland en Australië zou een aanmerkelijk lager prijspeil veroorzaken dan welke tot dan in de EG-6 gold. Met name Frankrijk vreesde een vrije toegang van dit goedkope lamsvlees op haar markt, waardoor de inkomenspositie van de Franse schapenhouderij, die bestaat uit gemengde veeteeltbedrijven en moderne intensieve bedrijven, onder sterke druk zou komen te staan.

Welke maatregel dan ook om direct te komen tot één gemeenschappelijke binnenmarkt zou stuiten op budgettaire plafonds, niet gewenste inkomensdalingen ofwel tegenmaatregelen oproepen van Nieuw-Zeeland en Australië. Uiteindelijk zijn op 20 oktober 1980 de partijen tot elkaar gebracht middels een relatief dure marktordening die een van de meest complexe EG-regelingen is.

2. Marktordening

Bij de totstandkoming van de regeling wordt als uitgangspunt gehanteerd dat de regeling één gemeenschappelijke markt zal nastreven met een stelsel van gemeenschappelijke prijzen, uiteraard binnen het kader van het Verdrag van Rome. Daarnaast moeten de internationale verplichtingen van de EG worden nagekomen. De marktordening onderscheidt zich van andere EG-regelingen doordat de lidstaten een keuze kunnen maken uit verschillende ondersteuningsmechanismen (interventieaankopen of variabele slachtpremies). De belangrijkste elementen zijn:

a. twee vormen van premiebetaling ter ondersteuning van de primaire producent; een premie per ooi en de variabele slachtpremie (deze laatste is alleen van toepassing in Groot-Britannië; dus niet in Noord-Ierland):
   - de ooipremie wordt afgeleid van de basisprijs en de geconstateerde marktprijzen in de verschillende regio's 1);
   - de variabele slachtpremie is het verschil tussen de richtprijs (per week gedifferentieerde prijs die gemiddeld 85% van de basisprijs bedraagt) en de geconstateerde marktprijzen in Groot-Brittannië.

   De ooipremies worden verminderd met de betaalde slachtpremies;
b. een heffing ("clawback") wordt opgelegd bij uitvoer uit Groot-Brittannië; deze heffing is gelijkwaardig aan de variabele slachtpremie;
c. voorraadbeheer; dit is van toepassing op het continent en ook, maar enigszins afwijkend, in Ierland en Noord-Ierland. Dit systeem geldt onder voorwaarde van een karkasclassificatiesysteem. De elementen zijn:
   - interventie wanneer én de communautaire marktprijs én ook de regionale marktprijs lager is dan de (per week gedifferentieerde) interventieprijs die gemiddeld 85% van de basisprijs bedraagt;
   - particuliere opslag wanneer de communautaire representative marktprijs lager is dan een (per week gedifferentieerde) drempelwaarde die gemiddeld 90% is van de basisprijs;
d. invoerbeperkingen via vrijwillige overeenkomsten met derde landen in ruil voor tariefconcessies;

1) De regio's zijn: regio 1: Italië en Griekenland; regio 2: Frankrijk; regio 3: Denemarken, BR-Duitsland, België, Luxemburg en Nederland; regio 4: Ierland; regio 5: Groot-Brittannië; regio 6: Noord-Ierland. Spanje en Portugal zullen met Frankrijk regio 2 gaan vormen.

e. Frankrijk en Ierland worden door naar de EG exporterende derde landen als gevoelige zônes erkend. Dit wil zeggen dat in beperkte mate naar deze gebieden kan worden geëxporteerd: naar Frankrijk ca. 7000 ton en naar Ierland zelfs niets;
f. in tegenstelling tot andere marktordeningen worden geen monetaire compenserende bedragen toegepast. Daarentegen worden prijzen en steunbedragen berekend met groene koersen. Dit heeft uiteraard belangrijke gevolgen voor de handel wanneer koersverhoudingen sterk kunnen fluctueren zoals met het Britse pond binnen het EMS mogelijk is.

3. Gevolgen van de huidige regeling

Het voornaamste gevolg van de huidige schapenmarktordening is de stimulans tot geleidelijke verhoging van de zelfvoorzieningsgraad van de EG. Dit wordt veroorzaakt door een gegarandeerde inkomensondersteuning waardoor de EG-produktie verder zal stijgen (met name op de meest efficiënte bedrijven zoals in het Verenigd Koninkrijk en Ierland), ondanks de daaruit resulterende druk op de marktprijzen. Aan de andere kant zorgt de regeling via het deficiency paymentssysteem voor een lage consumentenprijs in het Verenigd Koninkrijk waardoor het verbruik in dat land hoog blijft.

De terugvordering van de slachtpremie bij export vanuit Groot-Brittannië ("clawback") voorkomt een gelijktrekking van de marktprijzen in de EG. Ook het gerealiseerde beeld van de marktprijzen wijst eigelijk in deze richting. Zo is weliswaar het prijsindexcijfer (in ECU) over de periode 1980-1984 in het Verenigd Koninkrijk gestegen van 100 naar 131 en in Frankrijk van 100 naar 121,5. Echter vanwege het reeds bestaande grote prijsverschil lijkt dus van een eenheid van markt voorlopig nog geen sprake te zijn. Dit heeft wel tot gevolg gehad dat de budgettaire lasten aanmerkelijk zijn gestegen en onevenwichtig zijn verdeeld. Zo beschikt de kleine schapensector in de EG over 2,5% van alle garantie-uitgaven van het Europese Oriëntatie- en garantiefonds voor de Landbouw (EOGFL). Van dat bedrag gaat 93% naar het Verenigd Koninkrijk.

Onder de huidige afspraken met derde landen in het kader van de vrijwillige zelfbeperkingsovereenkomsten is een maximum gesteld aan de te leveren hoeveelheid van 320.000 ton. Dit is ruim 40% van de totale produktie van de EG-9. Momenteel wordt dit quotum lang niet volgemaakt. Echter de onzekere afzetpositie op de wereldmarkt, zoals b.v. in het Midden-Oosten, vormt een potentiële bedreiging van de stabiliteit op de EG-markt.

Op de langere termijn, en indien marktprijsharmonisatie vorm begint te krijgen, kan de nog lage zelfvoorzieningsgraad in het Verenigd Koninkrijk omslaan in een overschot doordat de produktie stijgt en tegelijkertijd de consumptie daalt. De budgettaire lasten zullen dan bij ongewijzigd beleid scherp toenemen. Dit wordt in de hand gewerkt doordat de afzet van overschotten buiten de EG beperkt zal zijn, mede in verband met de afspraken inzake de overeenkomsten tot vrijwillige beperking met derde landen. De Commissie van de EG ziet daarentegen echter mogelijkheden om schapevlees uit interventie- en of particuliere opslag aan het eind van de winter danwel in het begin van de lente tegen gunstige prijzen af te zetten.

4. Positiebepalingen ten aanzien van de huidige marktordening

De Commissie van de EG wenst vast te houden aan de bestaande basisregelingen van de schapenmarktordening. Wel wil de Commissie enige aanpassingen binnen de bestaande regelingen met het oogmerk de budgettaire uitgaven te beperken en de regionale markten te stabiliseren. Zij neemt daarbij in overweging dat:

- de recentelijk hernieuwde vaststelling van de naar seizoen gedifferentieerde richtprijs (en mede daardoor de variabele slachtpremie) wellicht de voornaamste oorzaak is geweest van de gestegen marktprijzen in

Groot-Brittannië. Daarmee zijn de budgettaire uitgaven afgerend en zal de clawback een meer stabiel beeld vertonen;
- een gedrukte Franse markt (die o.a. is bepaald door de rundveeprijs, het grote aanbod van Brits ooievlees en de koersontwikkeling van de pond ten opzichte van de franc) tot aanzienlijke budgettaire consequenties kan leiden in Frankrijk, maar ook door de koppeling van de premiebetaling in Italië en Griekenland.

Het beleid van de Commissie zal daarom ook gericht blijven op:
- handhaving van een voorzichtige prijspolitiek;
- een meer strikte produktdefinitie ten behoeve van de marktondersteuning waardoor onbedoelde handelsstromen kunnen worden beperkt (b.v. ooievlees van Groot-Brittannië naar Frankrijk);
- plafonnering van steun van onbeperkte aard, speciaal met betrekking tot de variabele slachtpremies;
- handhaving van Frankrijk en Ierland als gevoelige zones voor import uit niet EG-landen;
- verlaging van de maximumhoeveelheden zoals bepaald in de overeenkomsten inzake vrijwillige beperking, en tegelijkertijd vaststelling minimuminvoerprijzen voor deze derde landen.

Effectuering van beleidsvoorstellen van de Commissie vergen goedkeuring door de Raad waarbij nationale belangen een grote rol kunnen spelen. Afgezien van de algemene druk om ook de uitgaven voor de schapenmarktordening te beperken staan het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk hier tegenover elkaar. Het Verenigd Koninkrijk benadrukt de wens om de geleidelijke vorming van één gemeenschappelijke markt zo snel mogelijk te bereiken, waardoor ook normale intrahandel mogelijk moet zijn. Frankrijk daarentegen, vraagt meer specifieke aandacht voor de schapensector omdat:
- de Franse produktie is geconcentreerd in de minst produktieve probleemgebieden;
- de inkomenspositie van de schapenhouderij dalend is;
- de zelfvoorzieningsgraad van de EG nog laag is, en deze op een evenwichtige wijze verhoogd kan worden zonder al te zware budgettaire consequenties. Hiermee strookt niet dat de Franse nationale produktie sinds de invoering van de marktordening met, naar verwachting, 6% is gedaald terwijl de Britse produktie met meer dan 12% zal stijgen over de periode 1980-1985.

Daarom richt het Franse beleid zich op:
- handhaving van de inkomenspositie in de Franse primaire sector;
- integratie van de Franse en Britse markt met de zekerstelling dat beide markten naast elkaar kunnen blijven bestaan;
- verkleining van het prijsverschil tussen de Britse markt en de continentale markten, terwijl moet worden ingezien dat de variabele slachtpremie geen resultaat heeft gehad;
- plafonnering van de premies per bedrijf, mede waardoor ook de ontvolking in probleemgebieden tegen kan worden gegaan;
- voorkoming van verdere marktverstoringen zoals die zijn opgetreden doordat de seizoensmatige vaststelling van de richtprijs niet adequaat functioneerde en eveneens door betaling van de variabele slachtpremie voor ooien.

5. Kansen en bedreigingen voor Nederland

De schapenmarktordening heeft periodiek geleid tot marktverstoringen op de Franse markt. Hiervan heeft het Verenigd Koninkrijk kunnen profiteren. Juist wanneer een aantal factoren die het handelsverkeer beïnvloeden samengaan dan kunnen grote handelsstromen ontstaan. Zo zijn te noemen:
1. *het verschil tussen de Franse marktprijs en het Britse richtprijsniveau* dat feitelijk de bruto-marge van de Britse exporteur betekent;
2. koersfluctuaties van het pond ten opzichte van de franc;

3. een lage clawback en dus een lage slachtpremie. Dit betekent een hoge Britse marktprijs en dus een lage binnenlandse consumptie zodat de neiging tot export groot kan zijn.

Mede hierdoor is een bestendige Nederlandse positie afgekalfd. Ondanks maatregelen van de EG om het naar seizoen gedifferentieerde richtniveau beter af te stemmen op de seizoensontwikkeling van de Britse marktprijs zullen soortgelijke marktverstoringen uiteraard ook in de toekomst optreden. Dit geldt eveneens voor ontwijkingen van de marktordening zoals voor de export van Brits ooievlees.

Naar verwachting zullen de marktordeningskosten onder toenemende druk komen te staan, (zeker nu ook Spanje en Portugal zijn toegetreden tot de EG). Een restrictief prijsbeleid zal dan van proportionele invloed zijn via de premiebetalingen op de budgettaire inkomsten van de lidstaten. Een zodanig beleid zal dus nog de minste weerstand ondergaan. Beperkingen op de premiebetalingen per bedrijf zijn eveneens doeltreffend om de budgettaire uitgaven te verlagen en voor Nederland niet ongunstig door de huidige kleinschalige structuur van de primaire produktie. Dit is echter in strijd met de uitgangspunten die ook voor andere marktordeningen gelden. Het instellen van grenzen aan de variabele slachtpremie en de beperking van import uit derde landen is het meest effectief maar lijkt politiek moeilijk haalbaar.

Het zijn echter niet alleen de marktordeningsuitgaven die op het EG-budget drukken. Ook de uitgaven voor het structuurbeleid moeten daartoe worden gerekend. Voor Nederland betekent versterking van dit EG-structuurbeleid uiteraard een verslechtering van de consurrentiepositie ten opzichte van de landen rond de Middellandse Zee, maar ook ten opzichte van het Verenigd Koninkrijk en Ierland. Weliswaar moet de huidige marktordening, vanwege de locatie van de schapenhouderij, feitelijk al grotendeels als structuurbeleid worden aangemerkt. Daarom lijkt het in het Nederlands belang te liggen er voor te waken dat elementen uit de marktordening niet worden overgeheveld naar het structuurbeleid. Al met al blijkt het bijzonder moeilijk te zijn om de gevolgen voor Nederland te overzien van maatregelen die de budgettaire lasten beogen in te perken. Deze kunnen in ieder geval bedreigingen voor de Nederlandse schapenhouderij betekenen.

Of de koppeling van de Franse premiebetalingen met die van Italië en Griekenland én de daarvoor in aanmerking komende produktcategorieën een stimulans zal betekenen voor meer belangstelling voor dit zware produkt is nog zeer de vraag. Dit geldt wel voor Spanje dat ook al langer een beleid kent dat moet resulteren in hogere karkasgewichten.

Op de lange termijn moet echter rekening worden gehouden met een verder stijgende zelfvoorzieningsgraad en een toenemende druk op de marktprijzen als gevolg van produktiegroei in het Verenigd Koninkrijk en Ierland. Dan ook wordt de problematiek van import uit derde landen steeds nijpender.

Bijlage 5 De schapensector in Spanje

1. Finale vraag

Spanje bezit een groot potentieel aan consumenten: ca. 38 mln. inwoners en jaarlijks 42 mln. toeristen. Het aantal inwoners groeit met ongeveer 0,6% per jaar en wordt voor 1990 geschat op bijna 40 mln. inwoners. De bevolking concentreert zich in toenemende mate in een aantal stedelijke gebieden: Madrid (4,7 mln.), Barcelona (4,7 mln.), Valencia (2,1 mln.), Sevilla (1,5 mln.) en Bilbao (1,2 mln.)

Madrid en het noordoosten zijn de meest welvarende gebieden. Daarnaast fungeert het toerisme in het zuidoosten als het trekpaard voor de welvaartsgroei, die echter beperkt blijft tot een smalle kuststrook. Het bruto-nationaal produkt per hoofd van de bevolking is slechts 50% van dat van Nederland. Dit geeft aan dat er een aanzienlijk verschil in levensstandaard is tussen Spanje en Nederland. Daarentegen is het aandeel van voedingsmiddelen in de totale bestedingen relatief hoog. Echter in 1981 waren de hoofdelijke uitgaven aan voeding toch nog altijd zo'n 400 gld. lager dan in Nederland.

In waarde gemeten vormt de hoofdelijke consumptie van schape- en geitevlees met 15% een belangrijk aandeel van de totale versvleesbestedingen. De consumptie beperkt zich niet alleen tot de bergachtige gebieden in het middenoosten. Zo is het verbruik in de stedelijke gebieden maar nauwelijks lager dan dat van de landelijke gebieden. Met name in het noordoosten is de consumptie hoog (zie figuur 1).

Figuur 1 Regionale verdeling van de uitgaven aan vlees en schape- én geitevlees (1980/1981, gld. p.p.)

Vlees Schape- en geitevlees

Bron: Spitters (1985) Gezinsbudgetenquête INE, CBS.

Het hoofdelijk gebuik van schape- én geitevlees is vergelijkbaar met het gemiddelde van de EG en bedraagt 3,7 kg. In tegenstelling tot de sterke ontwikkeling van de consumptie van varkensvlees en pluimveevlees is het hoofdelijk verbruik over een groot aantal jaren fractioneel gedaald (zie tabel 1).
In zijn algemeenheid beoordeelt de Spaanse consument vers vlees op:

malsheid;
smaakkwaliteit bestaande uit geur/aroma en sappigheid;
kleur (zo helder mogelijk, ongeacht van welk dier).

Goed lamsvlees kan ook aan deze eigenschappen uitstekend voldoen. Een verdere toename van de schapevleesconsumptie wordt in Spanje ingeperkt door:

Tabel 1 Voorzieningsbalans schape- én geitevlees in Spanje 1975-1984

	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Aanwezige dieren (1000 stuks)	17488	16955	16742	16805	15773	16157	16790	18906	19179	19566
Geslachte dieren (1000 stuks)	13047	12743	13754	12433	11533	12232	12516	12580	12639	12529
Vleesproduktie (ton)	148243	145784	144184	142064	131799	137714	139821	141537	140725	137930
Voorraad mutatie (ton)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Import (ton)	1184	5141	2118	934	1039	310	1537	363	763	.
Export (ton)	362	800	1445	2081	839	1373	1067	1540	1233	.
Binnenlands verbruik (ton)	149065	150125	144857	140917	132000	137000	140291	140360	140255	.
Zelfvoorzieningsgraad	99,5	97,1	99,5	100,8	99,8	100,5	99,2	100,8	100,3	.
Verbruik per hoofd (kg)	4,2	4,2	4,0	3,8	3,6	3,7	3,8	3,7	3,7	.

Bron: MAPA

a smaak;
b ongustige vlees/bot verhouding;
c vaak veel vet;
d snelle verzadiging die optreedt bij herhaaldelijke consumptie.

Uiteraard hebben een aantal van deze factoren ook te maken met de consumptie van oudere schapen (gemiddeld marktaandeel ca. 13%). Maar dit type dier wordt vooral in de landelijke gebieden gegeten. Daarentegen is juist de consumptie van zuiglammeren (geslacht gewicht 7,8 kg) en van weidelammeren (geslacht gewicht 12-13 kg) betrekkelijk hoog in de stedelijke gebieden. Lammeren die op intensieve wijze zijn gemest smaken volgens de consument slechter. Waarschijnlijk wordt dit veroorzaakt door het hogere vetgehalte. Desondanks is het marktaandeel van deze lammeren fors toegenomen.

Voor wat de delen betreft gaat de voorkeur uit naar chuletas en pierna (zie figuur 2)

Figuur 2 Karkasopdeling in Spanje

2. Primaire sector

In Spanje is de schapen- en geitenstapel vanaf 1970 tot 1980 voortdurend gedaald. Echter daarna zijn beide stapels bijzonder snel gegroeid en weer op het niveau van 1970. Zo groeide de schapenstapel in de periode 1980-1984, volgens de septembertellingen, van 14,2 mln. dieren naar 17,1 mln. In dezelfde periode vergrootte de geitenstapel zich van 2.0 mln. tot 2,5 mln. (zie annex 1).

De belangrijkste produktiegebieden zijn de heuvel- en bergachtige regio's in het middenwesten. Duero en Ebro in het noorden van dat gebied zijn samen goed voor 41% van de totale schapenstapel. In de regio's Centro en Extremadura in het zuidelijke deel van dit produktiegebied bevindt zich 33,5% van de schapenstapel.

Spanje kent een groot aantal schapenrassen waarvan de voornaamste zijn: Merino (19% van het totaal aantal ooien ouder dan twee jaar), Aragonesa (17%), Churra (11%), Castellana (10%), Manchego (10%) en Segureña (7%). Andere voorkomende schapenrassen zijn: Lacha, Talaverana, Ojalada. Daarnaast zijn er nog een veelheid van lokale rassen (6%) en een aantal buitenlandse rassen (1%) waaronder de Britse Suffolk. Tevens zijn er een groot aantal kruisingen (12%). De autochtone rassen overheersen dus het beeld en bepalen de ontwikkeling van de totale schapenstapel. Daarbij moet ook nog eens in aanmerking worden genomen dat de belangrijkste rassen voor zo'n driekwart of meer gelocaliseerd zijn in bepaalde regio's: Merino in het Zuid-Oosten; Manchego in het Centrum; Castellana en Churra in Dueno; Aragonesa in Ebro.

In het algemeen zijn de Spaanse produktiesystemen vergelijkbaar met die van Frankrijk, Italië en Griekenland. Grote schaapskudden met meer dan 300 dieren komen vooral voor in het zuiden. De bedrijven in het Centrum tellen zo'n 150-200 dieren. Het gaat dan vooral om melkschapen. Dit neemt niet weg dat nog altijd zo'n 80% van de bedrijven minder dan 150 dieren telt. Deze bedrijven worden gekenmerkt door een hoge produktiviteit en een zwakke technisch- financiële structuur.

Echter in de zeventiger jaren is de mesterij op stal ("cordero precoz") bijzonder sterk gegroeid in Spanje. Met name in de melkproducerende regio's Centro en Duero waar ook deooien jaarrond worden gedekt. Feitelijk zijn er geen kwantitatieve gegevens over bekend, maar het relatieve belang van dit intensieve produktiesysteem is wel af te leiden. Zo schat Camilleri (1984) op basis van slachtcijfers het marktaandeel nu al op 37%. Dit systeem, waarbij de lammeren bij 15 kg geslacht gewicht worden afgezet, kent een aantal voordelen: grotere homogeniteit van de karkas, hoger slachtrendement en minder seizoensgebonden. De afhankelijkheid van aangekocht mengvoer dat door droogteperiodes in Spanje aan zeer sterke prijsschommelingen onderhevig kan zijn is daarentegen een groot risico voor dit systeem. Afgezien daarvan is de hoge opbrengstprijs (ondanks de hoge kostprijs) de reden dat dit systeem rendabel is gebleven. Na toetreding tot de EG zullen door de afhankelijkheid van geïmporteerd voer én door de voortdurende depreciatie van de peseta, de produktiekosten stijgen waardoor de rentabiliteit zal verminderen. Desondanks heeft Spanje het plan om voor dit produkt exportmarkten in Frankrijk, Italië en Griekenland te ontwikkelen. Daarbij vreest Spanje echter wel de concurrentie van het Verenigd Koninkrijk dat een min of meer vergelijkbaar produkt kan leveren, althans qua gewicht. Daarom ziet Spanje meer mogelijkheden in een verdere ontwikkeling van half-intensieve systemen met een relatief zwaar lam.

3. Verwerking en afzet

De binnenlandse produktie van schapevlees in Spanje is aan nogal scherpe fluctuaties onderhevig. In de periode 1974-1980 is produktie gedaald, daarna trok de produktie weer enigszins aan. Echter in 1983 en 1984 daalde de produktie opnieuw; nu tot 128.500 ton. Het aandeel van zuiglammeren ("lechales") in de slachtproduktie is gegroeid en bedroeg in 1984 bijna 18%. Weidelammeren ("pascuales") en oudere schapen ("mayor") hadden in 1984 respectievelijke marktaandelen van 66% en 16%. (zie annex 1).

De localisatie van de slachtproduktie vergt een aanzienlijk interregionaal handelsverkeer van levend vee. De importerende regio's zijn de grote consumptiegebieden: Catalonië, Madrid en Baskenland. Desondanks wordt slechts 20% geslacht in particuliere slachthuizen die nog grotendeels in de consumptiecentra zijn gesitueerd. Tevens is er sprake van een zeer geringe bezettingsgraad (17%) bij zowel de particuliere slachthuizen als bij de openbare slachthuizen.

De slachthuizen in Spanje kennen in het algemeen ernstige tekortkomingen op het gebied van: hygiëne, veterinaire inspectie, keuring, koelruimte en classificatie. Technische moderniseringen worden in gang gezet, maar afgeremd door de verspreiding en overcapaciteit van de openbare slachthuizen die hun diensten met gesubsidieerde tarieven aanbieden. Desalniettemin zijn een aantal particuliere slachthuizen met geringe aanpassingen op EG-niveau te brengen, zodat er dus potentiële exportcapaciteit aanwezig is. Het gaat dan bijvoorbeeld om slachthuizen met een maximale capaciteit van ca. 6.000-7.000 schapen per dag of 700 schapen per uur; dit betekent een normale bezetting van 2.000-3.000 per dag of 350 per uur. (Ministerie van volksgezondheid en milieuhygiëne 1980).

Er bestaan grote regionale verschillen in karkas-classificatie voor "ternasco", "ternasco precoz" en "pascual". Het karkas van zuiglam ("lechal") is daarentegen tamelijk uniform (meestal met kop, hart, longen en lever). De overheid heeft daarom een verplichte classificatie ingesteld waarop de (oude)marktordening berust. Tevens bestaat er een zeer uitgebreid prijswaarnemingssysteem. Weekprijzen worden genoteerd op een groot aantal regionale vee-

markten naar type, ras en gewicht. Hetzelfde geldt voor beurzen, openbare en particuliere slachthuizen. Bij de laatste categorie worden eveneens kwaliteitsaanduidingen vermeld. Op deze wijze tracht de overheid de marktdoorzichtigheid te verhogen.

Een indruk van het prijspatroon in Spanje wordt getoond in figuur 3. Uit de prijsontwikkeling blijkt dat er voor Nederland in principe afzetmogelijkheden zouden kunnen zijn gedurende het najaar, wanneer het Nederlands aanbod juist hoog is. Het Nederlands aanbod concurreert dan met het aanbod van zuiglammeren dat vanaf september stijgt tot een hoogtepunt in november. Hieruit blijkt dus dat in Spanje aanbod en vraag redelijk op elkaar zijn aangepast. Dit is eenvoudig te bereiken omdat de aflammerperiode kan worden gereguleerd. De weidelammeren worden daarentegen grotendeels afgezet in mei en juni wanneer het prijsniveau laag is. Fig 3 geeft een algemeen beeld van de prijsontwikkeling in Spanje. Regionaal treden er echter grote verschillen op. Dit geldt niet alleen voor de produktie- en consumptieregio's ten opzichte van elkaar, maar ook gedurende periodes van tekorten en overschotten.

4. Afzetkanalen

Het distributieproces is zeer traditioneel en wordt gekenmerkt door korte kanalen en is veelal gericht op lokale eindverbruikers. Ongeveer 70% van het vee dat is bestemd voor de slacht gaat niet via een markt. Meestal worden oudere dieren (m.n. fokvee), op (jaar)markten verhandeld. De huisslachtingen bepalen een groot deel van de afzet af-boerderij van zuiglammeren. Een ander gedeelte wordt geleverd aan mesters die de dieren rechtstreeks aan het particuliere slachthuis leveren. Het restant van de zuiglammeren is bestemd voor de openbare en particuliere slachthuizen. De zuiglammeren en de weidelammeren arriveren daar met tussenkomst van een of meerdere veehandelaren ("trantante"). Het vee wordt op de openbare slachthuizen ingenomen door de "entrador" (in Noord-Spanje ook wel "abastecedor" genoemd) die het vlees voor eigen rekening laat slachten, of voor rekening van een ander. Daarnaast verhandeld de "entrador" dit vlees, maar ook dat van particuliere slachthuizen, op de openbare vleesmarkt.

Het distributieproces van producent naar finale markt wordt als onvoldoende doorzichtig gekarakteriseerd. Dit blijkt uit onderzoek van Paz Saez en Hermandez Crespo (1981) die aantonen dat het aanbod niet reageert op prijsschommelingen op de finale markten.

5. Internationale handel

Spanje heeft altijd gestreefd naar volledige zelfvoorziening hetgeen feitelijk zowel beperking van import als export heeft betekend (zie tabel 1). De import komt bijna volledig voor rekening van de Canarische Eilanden.

6. Kansen en bedreigingen

In tegenstelling tot andere Zuid-Europese landen is de Spaanse consument al meer gewend aan zwaardere lammeren. Hoewel het prijsverschil tussen lammeren van 11 kg geslacht gewicht ("recental") en lammeren van méér dan 13 kg ("cordero") ongeveer 25% bedraagt zouden er in het najaar mogelijkheden kunnen zijn voor prijsconcurrerend Nederlands aanbod.

Het Nederlands aanbod heeft voor de Spaanse consument een aantal aantrekkelijke eigenschappen zoals vlees/bot verhouding, vetheid en smaak. Dit, gekoppeld aan de Spaanse slachtomstandigheden, biedt mogelijkheden voor kwaliteitsconcurrentie.

Mogelijke Nederlandse afzet in het najaar zal zeker concurrentie ondervinden van het Verenigd Koninkrijk en Ierland die met een wat lichter produkt op de Spaanse markt willen penetreren.

Figuur 3 Prijsontwikkeling op maandbasis in Spanje en de EG.

Bron: Commissie van de EG (1985).

De lage bezettingsgraad van particuliere slachthuizen zou in samenhang met de gunstige prijs en kwaliteit een perspectief kunnen betekenen voor de afzet van Nederlandse slachtdieren.

Het streven van de overheid naar hogere karkasgewichten en het grote belang van de relatief goed georganiseerde Spaanse intensieve schapensector is een aanknopingspunt voor de afzet van fokvee.

Een wezenlijke bedreiging wordt gevormd door de exportmogelijkheden die Spanje ziet op de Zuid-Europese EG-markten. Weliswaar wordt dan met name gedoeld op het voorjaar, maar dit zou wel kunnen leiden tot produktiestimulansen en daardoor tot een sneller groeiende zelfvoorzieningsgraad in de EG.

Literatuur

- Camilleri, A. (ed.) (1984),
  La Agricultura Espanola ante la CEE, Instituto de Estudios Económios, Madrid

- Commissie van de EG (1985),
  Eléments statistiques sur l'Espagne et le Portugal, VI/3834/85, Brussel

- Ministerie van Volksgezondheid en Milieuhygiëne (1980),
  Verslag van een inspectiereis naar Spanje van 13-27 april 1980, Ministerie van Volksgezondheid en Milieuhygiëne, Leidschendam

- Paz Saez, A en J.L. Hermandez Crespo (1981),
  Morfologia de los mercados de productos ganaderos, Monografias D.E.A. nr.9, C.S.I.C, Madrid

- Spitters, P.J.A. (1985),
  Afzetperspectieven voor Nederlands varkensvlees, kalfsvlees en vleeswaren in Spanje. Mededeling 322, Landbouw-Economisch Instituut, Den Haag

Annex 1 Schapen- en geitenstapel en slachtproduktie van schape- en geitevlees

	1980		1981		1982		1983		1984	
Aantal aanwezige dieren (1) 1000 stuks										
- Schapen	14.180		14.678		16.456		16.755		17.053	
- Geiten	1.977		2.112		2.450		2.424		2.533	
- Totaal	16.157		16.790		18.906		19.179		19.586	
- Ooien (+ 1 jr)	10.999		11.460		12.798		13.013		13.185	
- Geiten (+ 1 jr)	1.522		1.639		1.908		1.844		1.887	
- Totaal	12.521		13.099		14.706		14.857		15.072	
Slachtingen (1000 stuks)										
- Schapen	10.877		11.193		11.247		11.258		11.352	
- Geiten	1.356		1.323		1.333		1.381		1.177	
- Totaal	12.233		12.516		12.580		12.639		12.529	
Type schapen	1000 stuks	gemid. karkasgewicht	1000 stuks	gemid. karkasgewicht	1000 stuks	gemid. karkasgewicht	1000 stuks	gemid. karkasgewicht	1000 stuks	gemid. karkasgewicht
Lechales	2.835	(7,4)	3.086	(7,7)	3.233	(7,9)	3.342	(8,0)	3.074	(7,3)
Pascuales	7.228	(12,6)	7.295	(12,4)	7.177	(12,5)	7.064	(12,3)	7.112	(12,0)
Mayor	814	(18,2)	822	(18,2)	837	(19,3)	852	(19,0)	1.166	(17,8)
Totaal	10.877		11.193		11.247		11.258		11.352	
Karkasgewicht schapen (ton) naar type		(%)		(%)		(%)		(%)		(%)
Lechales	21.128	16,7	23.740	18,3	25.527	19,5	26.750	20,6	22.589	17,6
Pascuales	90.926	71,7	90.490	70,1	89.418	68,2	86.722	66,9	85.123	66,2
Mayor	14.789	11,6	14.936	11,6	16.146	12,3	16.197	12,5	20.811	16,2
Totaal schapevlees	126.733	(100)	129.166	(100)	131.091	(100)	129.669	(100)	128.523	(100)
Geitevlees	10.981		10.655		10.446		11.056		9.407	
Totaal schape- en geitevlees	137.714		139.821		141.537		140.725		137.930	

(1) Telling 30 september

Bron: Commissie van de EG, MAPA

Annex 2 Spanje regio's en belangrijke steden

Bijlage 6 De schapensector in het Verenigd Koninkrijk

1. Ter inleiding

Veel literatuur, documentatie en statistieken over de schapensector in het Verenigd Koninkrijk zijn beschikbaar. Binnen het kader van deze studie past slechts een zeer beknopte beschrijving van situatie en ontwikkelingen. De belangrijkste conclusies zijn voor zover relevant voor de Nederlandse concurrentiepositie op een aantal Europese markten, verwerkt in de tekst van het samenvattende rapport.

2. De ontwikkeling van de schapensector in het Verenigd Koninkrijk

De ontwikkeling van de schapensector in de na-oorlogse periode valt uiteen in drie deelperiodes, t.w.:

a. De situatie van vóór 1970. Gedurende deze periode was er een belangrijke invoer van schape- en lamsvlees uit Nieuw-Zeeland: ca. 60% van de totale beschikbare hoeveelheid;

b. De periode 1970-1979. Alhoewel de import in het begin van deze periode nog steeds erg belangrijk is, gaan zich toch tekenen van veranderingen voordoen. De invoer vanuit Nieuw-Zeeland neemt af als gevolg van een tweetal omstandigheden. In de eerste plaats omdat Nieuw-Zeeland in het kader van een "Export Diversificatie Plan" zich geleidelijk van het Verenigd Koninkrijk als een zwakke markt afwendt en zich gaat richten op nieuwe gebieden. In de tweede plaats omdat het Nieuwzeelandse schape- en lamsvlees, vanaf de toetreding van het Verenigd Koninkrijk tot de EG, wordt belast met importheffingen en daardoor duurder wordt op de Britse markt. In het Verenigd Koninkrijk neemt de binnenlandse produktie sterk toe. Tegelijkertijd ontwikkelt zich ook een belangrijke export vanuit het Verenigd Koninkrijk naar Frankrijk, West-Duitsland en België. De export naar Frankrijk is, afhankelijk van de marktomstandigheden aldaar, onderhevig aan variabele heffingen en in extreme situaties zelfs aan een invoerverbod. Het verbruik per hoofd en daarmee het totale binnenlandse verbruik in het Verenigd Koninkrijk loop sterk terug.

c. De periode 1980-heden. De introductie van de EG-marktordening én de efficiency-verbeteringen in de schapenhouderij, leiden tot inkomensverbetering in de primaire sector en als gevolg daarvan tot een forse uitbreiding van de schapenstapel en van de produktie van schape- en lamsvlees. De importen uit Nieuw-Zeeland lopen verder terug. Het verbruik blijft in deze periode op niveau. De instelling van de EG-marktordening voor schapen betekent in feite een versterking van ontwikkelingen die al veel eerder op gang zijn gekomen. De schapensector in het Verenigd Koninkrijk kan nu als volgt worden gekarakteriseerd: een groeiende schapenstapel en produktie van lamsvlees, een belangrijke export van schape- en lamsvlees en een teruglopende import van traditionele leveranciers.

Tabel 1 Aanbod van schape- en lamsvlees in het Verenigd Koninkrijk (1970-1979)

	In 1000 ton									
	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Produktie	227	224	220	234	251	259	243	223	228	231
Import	331	353	331	266	212	244	226	219	226	208
Export	11	15	23	27	26	34	33	45	41	41
Netto-aanbod	545	568	527	473	440	474	435	401	403	404

Bron: MLC (1985a)

Tabel 2 Aanbod van schape- en lamsvlees in het Verenigd Koninkrijk (1979-1984)

	In 1000 ton					
	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Produktie	231	277	259	264	286	286
Import	208	192	158	222	166	146
Export	41	37	38	37	49	51
Netto-aanbod	404	433	390	408	412	395

Bron: MLC (1985a)

3. De produktie in het Verenigd Koninkrijk

De schapenstapel omvatte in 1984 in totaal bijna 35 mln. dieren waarvan 16 mln. ooien en 18 mln. lammeren een en ander op basis van juni-tellingen. De stapel vertoont de laatste jaren (sinds 1980) een gestage groei.

Tabel 3 De schapenstapel in het Verenigd Koninkrijk (1980-1984)

	1980	1981	1982	1983	1984
Engeland en Wales					
Ewes for breeding	8.572	8.842	9.093	9.441	9.693
Shearlings to be put to the ram	1.914	1.916	1.997	2.058	2.022
Rams for service	245	247	252	265	273
Other sheep and lambs	11.937	12.163	12.518	12.957	13.219
Total sheep and lambs	22.666	23.167	23.860	24.722	25.207
Schotland					
Ewes for breeding	3.159	3.200	3.286	3.317	3.370
Shearlings to be put to the ram	740	731	764	756	746
Rams for service	94	96	97	100	102
Other sheep and lambs	3.726	3.758	3.813	3.851	3.941
Total sheep and lambs	7.720	7.786	7.961	8.024	8.145
Noord-Ierland					
Ewes for breeding	448	479	516	552	586
Shearlings to be put to the ram	91	97	110	118	123
Rams for service	17	18	20	22	23
Other sheep and lambs	504	545	588	631	718
Total sheep and lambs	1.061	1.139	1.234	1.324	1.450

Bron: MLC (1985b)

De schapensector is in het geheel van de agrarische produktie van grote betekenis: 5% voor het Verenigd Koninkrijk en voor Wales en Schotland - de twee hoofdproduktiegebieden - maar liefst 19% resp. 11%. In beide laatstgenoemde gebieden bevindt zich 50% van de schapenstapel, terwijl ca. 40% van de slachtdieren wordt geleverd. In Wales heeft de helft van de agrarische bedrijven schapen. Een groot deel van het land is heuvelachtig en biedt weinig alterna-

tieve produktiemogelijkheden. In Schotland is de situatie min of meer vergelijkbaar, alhoewel de schapenstapel wat kleiner is en verspreid over een groter gebied.

Veel sterker dan op het Europese continent, is de schapenhouderij in het Verenigd Koninkrijk mede door ondersteunende maatregelen van de EG-marktordening, aanzienlijk rendabeler geworden. De cijfers in tabel 4 illustreren dat.

Tabel 4 Saldi (opbrengsten minus variabele kosten) per ooi in Groot-Brittannië sinds 1980 1) (Eng. £)

		1980	1981	1982	1983	1984
I	Upland-schapenhouderij	25,5	32,1	32,6	33,0	34,8
II	Hill-schapenhouderij	19,9	24,4	26,2	22,0	29,9
III	Lowland-schapenhouderij	21,3	27,8	30,4	28,9	31,4

1) Incl. ooipremies en regio-subsidies.

Bron: MLC (1985c)

Daaruit blijkt overigens ook dat er grote verschillen zijn tussen de verschillende produktiesystemen: Upland-, Hill- an Lowland-schapenhouderij. Uit de MLC-gegevens blijkt dat de rentabiliteit bij toepassing van kruisingsprodukten aanmerkelijk hoger uitkomt dan bij zuivere rassen. Verder blijkt dat bij het lowland-produktiesysteem dat in zekere zin vergelijkbaar is met Nederlandse omstandigheden, meer ooien per ha worden gehouden dan in Nederland gebruikelijk is nl. 13. De "top-third"-bedrijven (marge 25% hoger dan het gemiddelde van de hele groep) houdt zelfs 16 ooien per ha. Uit de gegevens van de in administratie zijnde bedrijven blijken ook interessante verschillen in afleveringspatroon en karkasgewicht van de slachtlammeren. Zie tabel 5.

Tabel 5 Afleveringspatroon, gemiddelde prijs en karkasgewicht in verschillende produktiesystemen (1984)

	% verkochte slachtlamm. 1)			Gemiddelde prijs			Gem. karkasgewicht			Prijs per kg £			Cum. perc. totaalverk. lammeren 1)		
	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
April	0,5	-	1	39,99	-	43,70	16,7	-	16,2	2,39	-	2,49	1	0	1
Mei	1	-	4	42,99	-	44,65	16,1	-	17,5	2,52	-	2,49	2	1	5
Juni	4	0,5	16	38,99	34,73	39,34	17,2	16,2	17,8	2,27	2,14	2,22	6	1	21
Juli	7	1	12	35,08	31,72	35,54	17,8	16,3	18,1	1,97	1,95	1,97	13	2	34
Aug.	10	5	11	35,11	30,41	35,57	18,0	15,4	18,1	1,95	1,98	1,97	25	11	47
Sept.	12	5	8	35,14	30,98	35,60	17,8	15,4	18,3	1,98	1,98	1,95	43	27	60
Okt.	12	6	5	35,17	31,04	36,07	17,9	15,3	18,3	1,97	1,96	1,97	59	39	68
Nov.	4	4	1	35,44	29,24	37,05	17,1	14,5	18,4	2,06	2,00	2,01	66	49	70
Totaal	53	21	58	35,50	31,24	37,33	17,7	15,4	18,0	2,01	2,01	2,08			

1) Naast slachtlammeren worden uiteraard ook lammeren verkocht die elders worden afgemest (van hill-produktie naar lowland-produktie) of bestemd zijn voor uitbreiding/vervanging van de schapenstapel. De percentages hebben betrekking op de totaal geproduceerde lammeren dus ook incl. die lammeren die op de bedrijven worden aangehouden.

Bron: MLC (1985c).

4. De afzet

Terwijl het Verenigd Koninkrijk voor ca. 70% zelfvoorzienend is, gelden voor de twee hoofdproduktiegebieden Wales en Schotland - lettend op geproduceerde lammeren - veel hogere percentages nl. resp. 250% en 150%. Beide gebieden zijn netto-exporteurs van lammeren. Opmerkelijk is dat relatief veel lammeren vanuit Wales en (zij het iets minder sterk) Schotland worden "geëxporteerd" om elders te worden geslacht. De regionale verdeling van de schapenstapel en van de slachtingen in Figuur 1 illustreert dat. Weliswaar worden de verschillen ten dele veroorzaakt door een geringer aantal geboren lammeren in Wales en Schotland en door de verkoop van z.g. "store lambs" voor afmesting in de "lowlands". Maar hoofdzaak is toch dat veel lammeren vanuit Wales en Schotland worden geslacht in Engelse slachterijen. De afgelopen jaren blijkt dit verschijnsel zelfs versterkt op te treden. Dit is opmerkelijk omdat in Frankrijk juist een ontwikkeling in tegengestelde richting waarneembaar is (slachtingen van consumptiegebieden naar produktiegebieden) Er zijn ook nogal wat bezwaren aan te voeren tegen deze tendens, die hoofdzakelijk liggen in het vlak van gebrekkige communicatie van marketing-eisen naar de primaire produktie. De grotere afstand, letterlijk en figuurlijk, tussen schapenhouder en slachterij maken uitbetaling naar kg geslacht gewicht en op basis van classificatie er niet makkelijker op.

Figuur 1 Regionale verdeling van schapen en slachtingen

	1983 Numbers(a)	1983/84 Slaughterings(b)
	- - - - - - - -	% - - - - - - - -
Northern	16.9	4.5
Yorks/Lancs	3.2	15.9
East Midlands	4.3	9.4
Eastern	1.1	4.7
South East	5.1	8.9
South West	10.5	16.2
West Midlands	7.7	17.5
Wales	26.6	8.5
Scotland	24.6	14.4
Great Britain	100.0	100.0

Based on:

a. Total sheep and lamb numbers on farms, June 1983.

b. Total sheep slaughterings, 1983/84.

Bron: Volans, Kevin (1985)

En juist daar ligt de zwakte van de Britse schapensector. Immers, ca. 70% van de afzet af-boerderij geschiedt op basis van levend gewicht certificering (vnl. via de z.g. "auctions") en slechts 30% op basis van geslacht gewicht certificering waarvan weer een deel geclassificeerd. In Wales bedraagt de verkoop levend gewicht zelfs 80%. De verkopen op basis geslacht gewicht in dit gebied komen voor de helft voor rekening van de producentengroepering Welsh Quality Lamb Ltd.

Een seizoenverdeling van de slachtingen in Schotland en Wales is weergegeven in figuur 2. Daaruit mag worden geconcludeerd dat het aanbod zich concen-

treert in de maanden juli t/m december, dat Wales vroeger aan de markt komt dan Schotland en dat het Schotse aanbod tot aan mei/juni voor een belangrijk deel bestaat uit stallammeren (hoggets).

Figuur 2 Seizoenspatroon van certificeringen in Wales en Schotland (1983-1984)

Bron: Johns, Peter (1985)

Vermeldenswaard is overigens dat het MLC zeer actief is met advisering van de schapensector en uitgaande van marktverkenningen een gewichtsstrategie heeft ontwikkeld. Deze gewichtsstrategie voor de verschillende deelmarkten ziet er als volgt uit:

- thuismarkt: 15-22 kg;
- Noordeuropese markt: 16-19 kg;
- Midden-Oosten: 12-15 kg;
- Mediterranee: 11-13 kg.

Daarbij gaat de MLC zover dat men zelfs d.m.v. intensieve voorlichting aangeeft welke rassen en kruisingen het meest geschikt zijn voor de produktie van vroege lammeren (afzet januari tot mei), middenvroege afzet (juni tot september) en late afzet (oktober tot december).

Vroege afzet

Kruisingsprodukten waarin Dorset Horn, Fins landras en Suffolk zijn ingekruist. Bij dit systeem worden de lammeren op stal slachtrijp gemaakt. Het karkasgewicht moet liggen tussen 15 en 18 kg. Ca. 25 ooien per ha worden aanbevolen.

Middenvroege afzet

De rassen die hierbij worden aanbevolen zijn Greyface, Welsh Halfbred en Scottish Halfbred. Als vaderdieren worden geadviseerd Suffolk en Texelaar. De

aflamperiode is rond maart en het produktiesysteem is volledig gebaseerd op het buiten afmesten van de lammeren. Bij een karkasgewicht van 16-19 kg wordt geadviseerd ca. 15 ooien per ha te houden.

Late afzet

Bij dit systeem wordt een aflamtijd geadviseerd van eind maart tot half april. De lammeren op 25 kg spenen en - afhankelijk van hoeveelheid gras en stoppelgewassen - buiten of binnen afmesten. Het aanbevolen geslacht gewicht bedraagt 20 kg.

Als illustratie van het "marketing-denken" is het Verenigd Koninkrijk het volgende. In Wales bestaat een belangrijk deel van de schapen uit het vrij kleine z.g. Welsh Mountain Breed. Daardoor worden jaarlijks ca. 300.000 lammeren verkocht van minder dan 13 kg. Men is er nu in geslaagd een markt te ontwikkelen in Italië voor erg lichte magere karkassen. Welsh Store Stock Ltd. verzendt jaarlijks ca. 30.000 karkassen van ca. 7 à 8 kg (!) naar Italië.

Tabel 6 geeft een beeld van de relatieve betekenis van de verschillende gewichtsklassen van slachtlammeren die in Schotland, Wales en Engeland/Wales via de "auctions" worden verhandeld.

Tabel 6 Verdeling van de gewichten van slachtlammeren (1983/1984)

Gewichtsklasse	Schotland	Wales	Engeland/ Wales
tot 15 kg	8,0	32,0	11,3
15 - 17,5 kg	21,0	50,8	34,5
18 - 20,5 kg	38,6	16,1	39,2
21 - 24,5 kg	29,7	1,1	13,7
24,5 kg e.m.	2,8	0,1	1,3
Totaal	100%	100%	100%

Bron: Johns, Peter (1985)

Zeer veel aandacht besteedt men in het Verenigd Koninkrijk aan de uitbetaling op basis van karkasclassificatie. Het MLC heeft daartoe een schema ontwikkeld (zie figuur 3) waarbij gebruik is gemaakt van een tweetal belangrijke componenten voor de kwaliteit van het karkas, t.w. de bevetting en de

Figuur 3 MLC schapenkarkas classificatieschema

Bron: Wood, Jeff, D. (1984)

conformatie. De schapen in de conformatieklassen C en Z alsmede de bevettingsklasse 5 komen niet in aanmerking voor certificering ten behoeve van de variabele slachtpremie. Doelklassen van het MLC zijn in de figuur gearceerd. Thans wordt nog slechts 10% (!) van de slachtlammeren uitbetaald op basis van dit classificatieschema. Veel te weinig nog, want juist met behulp van dit instrument zou men veel sneller een marktgerichte schapensector kunnen opbouwen. Het MLC legt daarbij een heel zwaar accent op het verkrijgen van een mager karkas gelet op de verandering in de consumentenvraag en de slachterij/groothandel is daarnaast van mening dat conformatie van het karkas een wezenlijk element blijft, zeker gelet op de sterke opkomst van kruisingsprodukten.

5. Conclusies

De beknopte beschrijving van de schapensector in het Verenigd Koninkrijk laat een zeer korte conclusie toe:

a. de schapensector is zeer belangrijk en dat maakt duidelijk dat een concurrentiekrachtige sector van levensbelang is;
b. zeer veel sector-geïntegreerde maatregelen zijn getroffen of in voorbereiding ter versterking van de marktgerichtheid van de sector;
c. de bulk van het Britse aanbod komt in een periode op de markt waar Nederland het onder de huidige omstandigheden ook van moet hebben en
d. de concurrentie van de Britse schapensector op de EG-markt zal in de komende jaren nog sterker worden.

Literatuur

1. Johns, Peter (1985)
   Lamb Marketing in Scotland and Wales: some comparisons
   Farm Management Review no. 20, Juni 1985

2. MLC (1985a)
   UK-market review
   Economic Information Service, 1985 no. 1

3. MLC (1985b)
   UK-meat and livestock statistics 1985
   Economic Information Service, juni 1985

4. MLC (1985c)
   Data sheet 85/1
   Results from lowland flocks selling lambs from spring to autumn 1984, en
   Datasheet 85/2
   Results from upland and hill flocks, 1984
   Sheep Improvement Services

5. Volans, Kevin (1985)
   Lamb Marketing Strategy - building a market for lamb
   Economic Department The Edingburgh School of Agriculture

6. Wood, Jeff D. (1984)
   Production for market needs - Sheep
   in Matching Production to the Markets for Meat
   Occasional Publication No. 8 British Society of animal production