



De verkiezing van de ambitieuze premier Narendra Modi heeft gezorgd voor een golf van optimisme. Dit geldt in het bijzonder voor de landbouwsector, op basis van Modi's ervaring op dit vlak in de deelstaat Gujarat.

Nieuwe wind en volop kansen

India: ook lage groei is een enorme aanwas

Het probleem van India is tegelijk de kans die het biedt: het land is zo groot en divers. Ruim 1,3 miljard inwoners, een steenrijke en stedelijke elite, voortschrijdende urbanisatie en uitdijende middenklasse, 650 miljoen kleine boeren, hoge kindersterfte door ondervoeding en toch een voedselproductie waarmee het land als geheel als voedselzeker te boek staat.

Betekenisvol is bijvoorbeeld de groei van de formele markt in de zuivelsector. India is de grootste melkproducent ter wereld - groter dan Brazilië, Rusland en China samen. Die positie zal het land fors uitbouwen, met een verwachte groei van ruim 4% per jaar. Oftewel elke twee jaar een toename met het volume dat wij in Nederland melken in 2014. India produceert in 2020 dan ongeveer 180 miljoen ton. Ruim 40% van de huidige productie (van 135 miljoen ton) wordt gebruikt voor het eigen erf.

Ook de verwerking is voor een belangrijk deel informeel. Slechts een kwart van de totale hoeveelheid melk belandt in een georganiseerde keten, ongeveer gelijk verdeeld over private partijen en coöperaties. Dat gedeelte van de markt verandert echter razendsnel,

op basis van een groei van 15% per jaar. Dit vereist een enorme uitbreiding van de investeringen om die melk te koelen en professioneel te verwerken. Ondanks de toename die wordt verwacht in de productie van kaas, ijs, babyvoeding en andere producten met toegevoegde waarde, zal het aandeel van drinkmelk ook in de formele ketens groot blijven, licht afnemend van 66% nu naar 60% in 2020. Iedereen weet hoe de Indiërs graag hun thee drinken: met veel melk.

“Zuivel blijft een markt met een groot potentieel”, zegt landbouwraad Wouter Verhey, die in het voorjaar in Delhi aantrad. “De bevolkingsgroei, de toename van de inkomens en de cultuur gaan daarvoor zorgen – zuivel is een onmisbaar element in het Indiase voedingspatroon, dat traditioneel vegetarisch is. En ook als iets in India maar een beetje groeit, heb je het over een aanwas in absolute termen die enorm is”.

Dat verwerkers voor de inkoop van melk nog heel lang afhankelijk zullen zijn van kleine boeren, staat voor Verhey als een paal boven water. Maar dat staat andere ontwikkelingen niet in de weg: hij voorziet een spectaculaire toename van de bedrijven die 200 tot 500 koeien melken,



Gandhi met kalf staat op het regional research station van NDRI (National Dairy Research Institute) in Bangalore. Ter ere van het feit dat Gandhi zelf destijds dit onderzoekstation officieel geopend heeft.

alsook voor de entree van buitenlandse verwerkers: “Ze moeten wel in zo’n gigantische markt”. Van de mondiale zuivel top-20 zijn maar zes bedrijven actief in India, waaronder Nestlé en Danone. Grote investeringsfondsen stappen in elk geval wel in Indiase melkverwerkers. De consolidatie is spectaculair.

Fastfood en retail

Als een ander voorbeeld van buitenlandse interesse noemt Verhey de opkomst van quick service restaurants als KFC, Pizza Hut, Subways en McDonald. “Vergeleken met China is het aantal restaurants van deze ketens nog bescheiden. Alleen Domino’s doet het hier beter dan in China, met 500 restaurants. Op zulke aantallen mikken die andere ketens ook voor 2015, maar dan zal Domino’s al op 800 zitten. Ga maar eens na wat dit betekent voor smeltkaas, verwerkte kip, tomaten, ijsbergsla en mayonaise. En dan komen Burger King, Wendy’s en al die andere ketens nog.” Ook de retail speelt volgens Verhey een belangrijke rol in de veranderende Indiase voedselmarkt. Toegegeven, de wetgeving is nog steeds ingewikkeld voor grote buitenlandse ketens, maar de kansen zijn groot. De Nederlandse SPAR is zo’n keten die de sprong heeft gewaagd in dit enorme land, waar naar schatting slechts 8% van het voedsel via georganiseerde retail wordt verkocht.

‘Indiërs zijn niet per se op zoek naar de allernieuwste snuffjes.’

Koelketen in kinderschoenen

Voor alles wat verder gaat dan de daghandel in het lokale informele segment is ketenmanagement het grootste probleem. Het zijn enorme hoeveelheden voedsel die aan het begin van de keten verloren gaan. Fastfoodketens, retailers, verwerkers, logistieke dienstverleners en exporteurs: er zijn veel partijen die belang hebben bij het uitbouwen van koelketens. Deze grote spelers in een koelketen verbinden met het fijnmazige net van tussenhandelaren helemaal tot aan de boer, dat is de uitdaging waar India voor staat. De regering-Modi heeft het uitgeroepen tot prioriteit.

Verhey ziet mogelijkheden om Nederlandse bedrijven en kennis in te zetten bij de noodzakelijke verbeteringen. “Wij hebben een uitgebreide analyse van de knelpunten

laten maken voor een aantal koelketens. Daarbij is gekeken naar de meest kansrijke deelstaten en naar een aantal producten. Voor groenten en fruit zijn de mogelijkheden gigantisch. Een voorbeeld is mango, een ontzettend belangrijk product hier waarvan de koelketen nog in de kinderschoenen staat. Er is een enorme productie en een enorme consumptie, de export is zeer gering. Iedereen accepteert de seizoenspiek, maar er valt veel geld te verdienen door degene die dat aanbod over een langere periode naar de markt weet te brengen. We willen in onze marktbenadering zeker de samenwerking intensiveren met kennisinstellingen. Het is niet zo dat je in een keten de problemen oplost door gewoon maar een enorme ijskast te bouwen. Ook voor garnalen liggen er enorme kansen. Nou ja, eigenlijk voor alle versproducten.”

Het bureau van de landbouwraad zet voor de komende jaren fors in op het faciliteren van het Nederlandse bedrijfsleven in deze ontwikkeling. Zakelijke dienstverleners als NAFTC, Larive en EASIA begeleiden consortia van bedrijven die actief op de marktkansen willen inspelen. Het logistieke kenniscentrum Dinalog heeft een veelbelovende samenwerking met de SCA Group, die de koelfaciliteiten op het vliegveld van Mumbai exploiteert. Het groeipad van India zal volgens Verhey lijken op dat van Thailand. Daar is eind jaren 90 een

ontwikkeling op gang gekomen, met de investeringen die Ahold deed in het World Fresh Center om de Tops-supermarkten te bedienen volgens moderne standaarden. Nu zijn er tal van spelers die koelfaciliteiten beheren, zowel de retailers als gespecialiseerde logistieke dienstverleners. “Bijna niets daarvan wordt hier gecontroleerd bewaard of vervoerd. In Frankrijk hebben ze 150.000 reefertrucks. Weet je hoeveel er in India rijden, de tweede producent ter wereld van groenten en fruit, goed voor 10% van de mondiale productie? 8000!” Van het gekoelde opslagvolume in India is tweederde voor aardappelen bestemd, terwijl de waarde van dat product relatief gering is.

Dierlijke productie

Nog steeds is de consumptie van dierlijk eiwit laag, zo’n 10 gram per persoon per dag.

Om het plan van de regering te verwezenlijken om dit iets meer dan te verdubbelen, moet er nog veel gebeuren. De nadruk zal liggen op pluimvee en visproducten. Wouter Verhey: “Het verbruik van krachtvoer groeit de komende jaren met 8% en zal in 2017-2018 uitkomen op 28 miljoen ton. Nu al is India de vierde producent van pluimveevlees ter wereld en de derde eierproducent. Pluimvee en aquacultuur zullen verder groeien. Dierziekten en prijsvolatiliteit hebben daar de afgelopen jaren enigszins een rem op gezet. De belangrijkste sprong kan India maken als het de genetische kwaliteit van fokmateriaal verbetert, in welke dierlijke sector dan ook.”

Samenwerking

De Livestock Sciences Group van Wageningen UR is een andere speler die kansen ziet in India en op tal van fronten actief is. Onder meer neemt WUR met CRV, De Heus Voeders, Hypor en een aantal AOC’s deel in een door NAFTC geleid consortium dat met gerichte fok- en voederprogramma’s in de varkenshouderij vooruitgang tracht te boeken. Vooral de banden met deelstaat Kerala zijn intensief. Het consortium vindt het inbouwen van kennisoverdracht belangrijk. Veel onderwijsinstellingen hebben vertegenwoordigingen ter plekke, en kunnen een goede partner zijn bij het in de markt zetten van technologie.

Training en kennisoverdracht staat ook centraal in het Indiaas-Nederlandse Joint Agricultural Action Plan (2012). Centraal staat de totstandkoming van een tiental demonstratie- en trainingcentra. Voor de opzet van drie van deze centra heeft de Indiase overheid begin september een akkoord gegeven. Ze draaien om groenten in de deelstaat Maharashtra, groenten en sierteelt in Kerala en aardappelen in Punjab. De lokale wetgeving schrijft voor dat aanbesteden noodzakelijk is voor de inrichting van de centra. PUM begeleidt deze procedure. De specificaties zijn zodanig dat de centra hun functie als spingplank voor het Nederlandse bedrijfsleven zullen behouden. De onderwijsfunctie van de centra is overigens minstens zo belangrijk als de demonstratie van hardware. Verhey: “Indiërs zijn niet per se op zoek naar de allernieuwste snuffjes. Degelijke bewezen technologie waardeert men hier ook en die is vaak een stuk goedkoper. Onder Modi gaat het moderniserende India zijn plek in de wereldorde opeisen.”

Frederik Vossenaar