

VOEDSELIMPERIA SPELEN MONOPOLY

A close-up portrait of a middle-aged man with wavy, white hair and thin-rimmed glasses. He is looking directly at the camera with a neutral expression. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored collared shirt. The background is a soft-focus green, suggesting an outdoor setting.

**‘Vooral moderne,
marktgerichte
boeren zijn
afhankelijk’**

Grote voedselbedrijven schuimen de wereld af op zoek naar goedkope grondstoffen voor producten die ze verkopen aan rijke Westerse consumenten. Daarmee marginaliseren ze de positie van boeren en het milieu, stelt ruraal socioloog Jan Douwe van der Ploeg in zijn nieuwe boek. De pleitbezorger van de multifunctionele landbouw doet een harde aanval op de globalisering van de voedselproductie.

door ALBERT SIKKEMA, foto BART DE GOUW

Nederlandse en Duitse melkveehouders voerden de afgelopen weken actie tegen een lage melkprijs bij zuivelbedrijf Friesland Foods. Ze krijgen momenteel 30 tot 34 cent per liter, terwijl de kostprijs is opgelopen tot zeker 47 cent, stelde de Dutch Dairy Board. Opmerkelijke cijfers. Terwijl de vraag naar voedsel groeit, de prijzen stijgen en de media spreken van een voedselcrisis, klagen producenten over te lage prijzen. En niet Griekse bergboeren op marginale grond, maar moderne en exportgerichte West-Europese melkveehouders. Wat is er aan de hand?

Het verschil tussen wat consumenten betalen voor voedsel en wat de producenten er voor krijgen, wordt steeds groter, stelt prof. Jan Douwe van der Ploeg in zijn nieuwe boek *The New Peasantries*. Verantwoordelijk daarvoor zijn de internationale voedselketens, die de wereld afschuimen om hun grondstoffen zo voordelig mogelijk in te kopen. Vooral de marktgeoriënteerde boerenbedrijven zitten in de tang van deze voedselimperier, betoogt Van der Ploeg, omdat ze sterk afhankelijk zijn van externe hulpbronnen, zoals veevoer, energie en kredieten. Die zijn duurder geworden, maar de gestegen kosten kunnen ze niet doorberekenen in de voedselketens.

EMPIRE

De hoogleraar Rurale sociologie duidt deze mondiale ketens aan met *Empire*. De associatie met Star Wars ligt voor de hand, zeker omdat Empire – consequent zonder lidwoord en met een hoofdletter – wordt omschreven als een op verovering en controle gericht centrum in de voedselketen dat de concurrentie opkoopt om als monopolist vraag en aanbod te kunnen dicteren. De term Empire is echter afkomstig van de Harvard-filosofen Antonio Negri en Michael Hardt, die een nieuwe kapitalistische wereldorde voorzien in dit tijdperk van globalisering. Van der Ploeg past hun gedachtegoed toe op de wereldvoedselvoorziening, met concrete voorbeelden zoals de *rise and fall* van het Italiaanse zuivelbedrijf Parmalat.

Parmalat was een regionaal zuivelbedrijf in de buurt van Parma dat in korte tijd uitgroeide tot een multinational. Daartoe werd een holding in het leven geroepen, legt Van der Ploeg uit, die een hypotheek nam op de productieafdeling en met dat geld een tweede fabriek aankocht. Waarop dit bedrijf als hypotheek diende voor het derde bedrijf, enzovoorts. In 2003 was Parmalat zo gegroeid tot een *global player* met 139 vestigingen in dertig landen, met een omzet van 7,6 miljard euro. Dit ging gepaard met een zeer ingewikkelde boekhouding; er waren inmiddels 260 business units ontstaan. Die boekhouding moest aannemelijk maken voor investeerders en aandeelhouders dat de verwachte winsten in de toekomst opwogen tegen de enorm gestegen schuldenlast. Eind 2003 stortte dit kaartenhuis in elkaar, met een totale schuldenlast van veertien miljard

euro. Parmalat is geen uitzondering, zegt Van der Ploeg. Ook bedrijven als Ahold en Enron opereerden zo. Parmalat, Ahold of Empire in het algemeen hecht volgens Van der Ploeg niet aan de productie van gezonde melk en de kwaliteit van productie-eenheden - die stonden bij Parmalat in feite permanent te koop. Het management realiseerde geen toegevoegde waarde met haar acquisities, wel voerde het tal van controlemechanismen in om de afhankelijkheid van leveranciers en afnemers in de voedselketen te vergroten. Wat Parmalat ook deed, en wat volgens Van der Ploeg typerend is voor Empire, is het vergroten van de afstand tussen productie en consumptie van voedsel. Parmalat kocht melk van matige kwaliteit in Polen, 'behandelde' die en verkocht die als kwalitatief goede versmelk op de Italiaanse markt. De voedingstechnologie dient in dit geval *to connect cheap places of production to rich places of consumption*, schrijft Van der Ploeg.

SOCIALE ONTWICHTING

Hij ziet Empire ook opdoemen in Noord-Peru, het gebied waar hij zijn wetenschappelijke carrière ruim dertig jaar geleden begon en waar hij opnieuw veldwerk heeft verricht. In dit gebied met veel kleine boertjes die onder lastige omstandigheden in de halfwoestijn voedselgewassen verbouwen, heeft een externe financier 540 hectare grond gehuurd voor de productie van rijst. Met hulp van agronomen weet de investeerder daar elf ton rijst per hectare te realiseren. Met de winst is inmiddels een bananenplantage ingericht. De eigenaar huurt goedkope lokale werkkrachten in en exporteert zijn producten naar rijke consumentenmarkten. Cruciaal bij deze productie is de controle over water. De investeerder heeft zijn bedrijf aan de bovenloop van een kanaal gevestigd dat de boerengemeenschap van Catacaos van water voorziet. Hij genereert geen noemenswaardige werkgelegenheid in de regio, stelt Van der Ploeg, maar zorgt daarentegen voor sociale en ecologische ontwrichting, omdat de boeren in het gebied toenemend watertekort hebben. Met elke hectare grond die Empire irrigeert, gaat er drie hectare aan productieve grond in de lager gelegen Catacaosregio verloren. Empire manifesteert zich hier als vampier, stelt Van der Ploeg, die foto's toont van een kunstmatig meer voor kweekvis, hekken en gewapende bewakers op het nieuwe landgoed.

De lokale boeren zijn gemarginaliseerd. Hoewel hun aantal is gegroeid, produceren ze onder zware omstandigheden voornamelijk voor het eigen levensonderhoud. Het zijn *peasants* in de traditionele betekenis. Over dit begrip zijn in de afgelopen eeuw boeken geschreven, waarin ze vaak worden omschreven als kleinschalig en ouderwets. Arbeid is hun belangrijkste productiefactor, ze hebben geen of weinig extern kapitaal, en ze produceren niet voor de markt. Ze zijn daarmee volgens de gangbare theorie gedoemd te verdwijnen, omdat hun tegenhanger – de marktgerichte, moderne en gespecialiseerde boerenondernemer of *entrepre-*

neur – veel betere resultaten boekt.

Van der Ploeg heeft zich altijd verzet tegen deze theoretische indeling. Hij komt met een andere definitie, waarin de drijfveer van de boer een plek krijgt: hij wil zijn autonomie vergroten. Peasants, zegt Van der Ploeg, produceren bij voorkeur deels voor de markt. Ze verkopen niet al hun tarwe of vee als de prijs hoog is, omdat dit hun werkkapitaal is voor toekomstige productie. Ten opzichte van de entrepreneur, die sterk afhankelijk is van externe inputs en de marktprijs, beperkt de peasant de afhankelijkheid van de markt. De ene aanpak is niet per definitie beter of voordeliger dan de andere, stelt Van der Ploeg – dat hangt van de omstandigheden af.

Hij toont met cijfers aan dat de peasants in Peru de opbrengsten per hectare van de afgelopen decennia hebben verhoogd door intensievere vormen van landbouw. Een voorbeeld in Mexico laat zien dat de peasants meer inkomen en werkgelegenheid per hectare realiseren dan de entrepreneurs. Peasants zijn niet gedoemd te verdwijnen, stelt Van der Ploeg, hun aantal neemt juist toe. In de huidige situatie van stijgende grondstofkosten en grote prijsstommelingen komen boeren die grote leningen moeten aflossen als eerste in de problemen. De meer zelfvoorzienende boer is veel taaiër.

WURGGREEP

Van der Ploeg ziet die trend ook in Europa. Het aantal marktgerichte boeren in de buurt van Parma is de afgelopen dertig jaar sneller afgenomen dan het aantal peasants. Niet alleen halen de marktgerichte boeren een lagere productie en een lager inkomen per hectare, ze hebben ook meer last van de lage prijzen die worden uitbetaald door de zuivelfabriek. De toegevoegde waarde van de Europese voedingsindustrie is tussen 1980 en 2003 met 48 procent gegroeid – veel hoger dan in andere sectoren. Dat is ten koste gegaan van de melkveehouders, concludeert Van der Ploeg. Boeren kunnen de wurggreep van de voedselimperier, waarbij ze als grondstofleverancier inwisselbaar zijn voor voordeliger producenten uit arme gebieden, alleen weerstaan door zelf meer toegevoegde waarde te creëren. Daarmee is Van der Ploeg terug bij zijn welbekende pleidooi voor verbrede of multifunctionele landbouw, waarbij boerderijwinkel, minicamping, landschapsonderhoud, zorg en de productie van bio-energie op het erf een aanvulling vormen op het inkomen van de boer. Dat is allang geen marginale bezigheid meer, stelt Van der Ploeg, die ook in Europa een toename van peasants ziet. Het nieuwe aan *The New Peasantries* is echter dat hij de zelfkazende boer laat figureren in een mondiaal krachtenspel over de kwaliteit en herkomst van en controle over ons voedsel. <

The New Peasantries, struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalisation, Jan Douwe van der Ploeg, uitgeverij Earthscan, 978-1-84407-558-4