

Pijnlijke kopzorgen voor vleesproductie

Vakgroep vleesveehouderij van de Belgische Boerenbond heeft een twaalfdelig actieplan uitgewerkt om uit de huidige economische situatie te geraken. De Nederlandse zoogkoeiensector heeft ook kopzorgen met de nieuwe gve-regeling en vanaf 1 januari 2018 met de introductie van het fosfaatrechtenstelsel.

TEKST GUY NANTIER

De Vlaamse vleesveebedrijven kampen momenteel met een heel lage tot negatieve rentabiliteit. Die benarde economische situatie is in de eerste plaats de resultante van een te groot aanbod aan slachtvee in combinatie met een dalende consumptie in de Belgische markt. Op de korte termijn is er geen zicht op ver-

betering van de situatie. De vakgroep vleesvee van de Belgische Boerenbond heeft daarom een actieplan opgesteld om uit die wurggreep te geraken. Vanwege de diversiteit in de bedrijven en de bedrijfsvoering heeft de vakgroep in het actieplan twaalf crisismaatregelen opgenomen, zeven maatregelen op de korte en middellange termijn

en vijf maatregelen op de langere termijn (zie kaders hieronder).

De vakgroep zet vooral in op acties om het aanbod te beperken om snel effect te zien in de prijsvorming. Een Europees crisispakket staat op één. Maar de EU-commissie heeft al aangegeven daar pas over te willen nadenken na evaluatie van de crisismaatregelen voor de melkveesector. Dat er een opkoopregeling komt met Europese steun, is dus nog geen gelopen race. Veehouders die nu anticiperen door een bedrijfsstop uit te stellen, zouden eens bedrogen kunnen uitkomen.

Doodsteek vanaf 2018?

De grootvee-eenheidregeling (gve-regeling) van het fosfaatreductieplan voor de melkveehouderij is een mooi voorbeeld van kopzorg voor de Nederlandse vleesveehouders. Met de regeling wil de overheid een aantal melkkoeien uit productie nemen om zo doende de fosfaatproductie weer onder het referentieplafond te krijgen. Bij de publica-

Maatregelen op korte en middellange termijn*

1. Een Europees crisispakket uitwerken

Een herstructureringsregeling op Europees niveau en gefinancierd met Europese middelen moet bedrijven die versneld uit de sector willen treden, hiertoe stimuleren. Een dringende discussie hierover met de overheid en andere landbouworganisaties is noodzakelijk.

2. De export stimuleren

Investeren en zoeken naar nieuwe buitenlandse afzetmarkten is een grote uitdaging voor de volgende jaren. Inzetten op meer export van rundvlees kan de druk op de Belgische markt verlichten. In eerste instantie is export van vlees van basiskwaliteit (reformemelkkoeien) wenselijk, maar ook de export van rundvlees van kwaliteitsvolle dieren moet gestimuleerd worden.

3. Het verbruik ondersteunen via promotie

Promotie is noodzakelijk om de vleesconsumptie te stimuleren. Promotiecampagnes

moeten gedragen worden door de hele keten. Alleen zo komt een duidelijke boodschap tot bij de consument.

4. Proactief werken aan het imago – aandacht voor een duurzame rundvleesketen

Promotie moet gecombineerd worden met storytelling en imagebuilding voor Belgisch rundvlees en de rundveerassen. Dit moet consumenten die vlees eten ervan overtuigen om Belgisch rundvlees te kopen. Lokale rundvleesproductie heeft troeven die te weinig of niet bekend zijn bij de consument. Denk aan een kleinere koolstofvoetafdruk, aandacht voor dierwelzijn, graslandonderhoud etc.

5. Europees BGA-dossier afwerken

Het Belgisch witblauw is typisch voor de Belgische rundvleesproductie. De verankering van dit ras als Beschermde Geografische Aanduiding (BGA) zal zijn troeven verankeren en zijn imago versterken.

6. Met objectieve cijfers sensibiliseren

Jonge startende vleesveehouders, maar ook actieve vleesveehouders moeten duidelijk inzicht hebben in de rentabiliteit van de vleesveehouderij om de juiste keuzes te kunnen maken en hun toekomstkansen te beoordelen.

De objectieve bedrijfseconomische informatie die verkregen wordt via 'Slimmer boeren met cijfers', moet verspreid worden in nieuwsbrieven enzovoort.

7. Meer marktinzicht en transparantie in de sector creëren

We moeten marktinformatie maximaal tot bij de rundveehouders brengen, zodat ze beter en sneller kunnen inspelen op de marktsignalen. Daarnaast kunnen er nog stappen gezet worden om correcte receptievoorwaarden af te dwingen bij de slachthuizen. Producentenorganisaties kunnen hier een rol in spelen.



tie op 17 februari 2017 in de Staatscourant bleek totaal onverwacht dat ook het vleesvee onder die regel viel om te voorkomen dat melkvee wordt verplaatst naar niet-

melkleverende bedrijven zonder dat er sprake is van fosfaatreductie. Op 12 april besloot de Nederlandse staatssecretaris om de gevergeling voor niet-melkleverende bedrijven

te schrappen. Een kopzorg is van de baan. Maar na 31 december 2017 zullen de fosfaatrechten voor melkvee de fosfaatproductie in de melkveehouderij begrenzen. Ook hier gaat de vleesveehouderij, althans zoals de zaken vandaag de dag bekend zijn, in de regeling mee. Het jongvee jonger dan een jaar (categorie 101) en ouder dan een jaar (categorie 102) krijgt verhandelbare fosfaatrechten toegewezen. De zoogkoeien niet. Bedragen die nu al circuleren in het veld, variëren van 1200 tot 5000 euro per fosfaatrecht. Bij een forfaitaire fosfaatexcretie van 43,5 kg fosfaat per melkkoe is dit 27,50 euro (in dat geval 1200 euro) of 114,90 euro per kilogram fosfaat (5000 euro). Jongvee 101 heeft een forfaitaire fosfaatexcretie van 10,2 kg, de categorie 102 van 23,5 kg. Bij 1200 euro per fosfaatrecht is het sop de kool echt niet waard: de fosfaatwaarde van het dier, in zowel categorie 101 als 102, ligt beduidend onder de huidige marktveeswaarde van het dier, gemiddeld zo'n 3 euro per kilo levend gewicht bij gemiddeld 300 kg (jonger dan een jaar, categorie 101) en gemiddeld 600 kg (ouder dan een jaar, categorie 102). Bij 5000 euro overstijgt de fosfaatwaarde van het dier haar reële vleesmarktprijs en staat de continuïteit van de Nederlandse zoogkoeiensector op het spel. Want wie de jeugd niet meer bezit, heeft weinig toekomst. Toch? |

Maatregelen op langere termijn*

8. Inzetten op meer diversiteit en nieuwe (niche)markten

De rundveesector moet maximale meerwaarde creëren door meer in te zetten op diversiteit in de vleesproductie en nieuwe afzetkanalen te exploiteren. Denk onder meer aan rosé-afmest, korte keten, landschapsonderhoud of inzetten op meerdere vleesrassen.

9. Marktgericht produceren

Marktonderzoek en prospectie zijn noodzakelijk om beter te kunnen inspelen op de wensen van de consument. De sector en de fokkerij moeten zich enten op grote consumptietrends.

10. Meerwaarde creëren voor de veehouders

Indien consumenten bereid zijn om extra te betalen, is het belangrijk om deze meerwaarde rechtstreeks tot bij de rundveehouder te krijgen.

11. Consolidatie in de keten realiseren

Om concurrerend te blijven is een verdere consolidatie op het niveau van de handelaars en slachthuizen wenselijk. Door het aanbod meer te concentreren, staan ze sterker tegenover de retail. Belangrijk is wel dat de positie van de veehouders voldoende sterk blijft bij een verdere consolidatie in de keten.

12. Regeling blijvend grasland bijsturen

De regeling blijvend grasland belemmert de mogelijkheden van de rundveehouders om te herstructureren. Daarnaast scheidt ze een concurrentienadeel voor actieve rundveehouders. Een bijsturing of versoepeling van deze regeling door Europa dringt zich op.

**De twaalf genoemde maatregelen zijn afkomstig uit het actieplan van de vakgroep vleesvee van de Belgische Boerenbond om de rentabiliteit in de vleesveehouderij om te buigen*