**SAMENWERKING LOONT.**

**Bijdrage van Ferd Crone**

**Rondetafel “Verdienmodel Agrarische Ondernemers” Tweede Kamer 17 maart 2022**

Agrarische ondernemers moeten steeds meer tienkampers zijn, van vele markten thuis. De druk en onzekerheid komt van de burgers, overheid en de markt.

De **burgers** (via de overheid en als consumenten) willen betaalbare producten, die steeds duurzamer moeten worden met het oog op natuur, klimaat en diervriendelijkheid. De **markt** wil deze lijn ook volgen, maar heeft macht (inkoop, verkoop) en biedt niet altijd voldoende ruimte.

Het verdienmodel kan aanzienlijk verbeterd worden door duidelijke en voorspelbare afspraken:

1. Overheid die (**gebiedsgericht) eisen stelt en steun biedt.**
2. Agrarische ondernemers die veel meer **samenwerken**, van innovatie tot kwaliteitsnormering en -bewaking.
3. **Ketenpartners** belonen duurzaamheid en kwaliteit door betere prijzen, en bieden hiervoor **transparantie**.
4. Een **agro-economische tafel** faciliteert de samenwerking van alle ketenpartners door **bindende** afspraken.

Er zijn veel meer samenwerking-opties dan men denkt, zowel ACM als EU/GMO bieden die ruimte. ACM wil dit ook graag actief steunenden ook Europa zet grote stappen vooruit.

…

**De bal ligt op de stip…**

**Nieuwe ruimte binnen mededingingskader**

De Mededingingswet en de Europese Commissie bieden meer ruimte voor samenwerking dan men zich vaak realiseert. Men vreest een tik op de vingers, zo bleek in veel gesprekken: “Er mag niks”. Dit is te begrijpen vanwege de aanscherping van het anti-kartelbeleid in de laatste drie decennia, en de daaruit voortvloeiende boetes die nog vers in het geheugen liggen.

In nationaal en Europees beleid en bij de controle door de ACM hebben maatschappelijke belangen tegenwoordig echter een meer volwaardige plaats gekregen naast concurrentie op alleen prijs en volume. Daarmee wordt meer dan in het verleden onderkend dat schadelijke externe effecten niet in de marktprijs worden weerspiegeld, zoals uitstoot van CO2, fosfaat of stikstof. Er zijn ook positieve externe effecten die niet in de marktprijs zijn verdisconteerd, zoals het beschermen van biodiversiteit en dierenwelzijn die tot hogere kosten kunnen leiden en dus beloond zouden moeten worden (ecologische waarde).

(……….)

De toezichthouders op mededinging erkennen voluit dat inspanningen en samenwerking om de externe effecten te verdisconteren in de kosten zich ook moeten kunnen vertalen in de marktprijs. Het is wel een kwestie van maatvoering: de meerkosten vanwege het voorzien in betere duurzaamheidskwaliteit mogen niet hoger zijn dan de duurzaamheidsvoordelen die daardoor worden behaald.

Volgens deze lijn hebben zowel de ACM in de leidraad Duurzaamheidsafspraken, als de EU in het nieuwe GLB (vertical initiatives for sustainability) hun afwegingskader voor samenwerking verruimd: het gaat niet meer alleen om de winst en waarde die de consumenten van het product kunnen behalen, maar om de totale winst voor de maatschappij als geheel.

***Als bijvoorbeeld de extra kosten van een duurzamer ei 1 cent is, en de consument zou dit waarderen op een halve cent, dan was een prijsafspraak over 1 ct niet geoorloofde samenwerking. Maar als de maatschappij als geheel, dus ook de niet- eieren-eters, een voordeel geniet dat valt te waarderen op een cent of meer, dan is samenwerking geoorloofd.***

Het is uiteraard niet altijd duidelijk hoe dit voordeel moet worden gewaardeerd, maar daar bestaan inmiddels diverse technieken voor. Zo geeft de ACM aan altijd bereid te zijn om vooraf met de sector te overleggen.

**LADDER van het verdienmodel**

De **basis** zal liggen bij nationale/gebiedsgerichte duurzaamheidsdoelstellingen zijn vastgesteld, die moeten nu eindelijk worden vastgesteld. Omdat iedereen daaraan moet voldoen, leggen deze een bodem-kostprijs in de markt.

Ook samenwerking voor **bovenwettelijke**  duurzaamheid (extra specifieke keurmerken/certificaten) kunnen bij samenwerking worden beloond, mits transparant en onafhankelijk bepaald en gecontroleerd.

De keten kan dit zelf doen, bijvoorbeeld door conform Product Environmental Footprint Guidance Rules (PEFCR) te werken, of People Planet enz enz.

Goede samenwerking vereist een **deel van de autonomie op te geven** en het eigenbelang ondergeschikt te maken aan de (keten)samenwerking. Het kan gaan van winst-maximalisatie per individuele onderneming, maar winstoptimalisatie voor alle ketenschakels. Om dat te bereiken is onderlinge verbondenheid tussen de partners en overeenstemming over een gezamenlijk doel essentieel.

Er wordt in de diverse sectoren geëxperimenteerd met nieuwe vormen van samenwerking. Vanuit het **aanbod** waarbij groepen producenten die aan dezelfde afnemer/markt leveren zich verenigen voor een sterkere positie in overleg over aanbod en kwaliteitseisen. Diverse nieuwe producentenorganisaties zijn in oprichting, met als voornaamste drijfveer het sturen op een krachtiger onderhandelingspositie of de hoeveelheid productie, innovatie, scholing en arbeidsmarkt.

Vanuit de **vraag** wordt steeds vaker gewerkt aan keurmerken, waardoor echter een lappendeken ontstaat die zowel voor consumenten verwarrend is (ACM-studie), maar ook agrariërs langdurig kan insluiten en afhankelijk maken.

De **minister** kan deze processen ondersteunen in het uitdragen van de ACM richtsnoeren en vernieuwde mogelijkheden tot duurzame keteninitiatieven in het Europees Landbouwbeleid. Een landbouw-samenwerkings-ambassadeur kan dit (op onderdelen) ondersteunen.

 Aan een **AgroEcomische Tafel** kunnen ketenpartners, de agrariërs met afnemers (retail) en toeleveranciers en banken, **bindende** afspraken maken.

**Agrariërs klem tussen burgers/overheid en markt**



