



INFO NOTITIE

d.d. : 9 april 2019

betreft : Inbreng ronde tafel 'Nieuwe kansen en handelspartners'

IN EEN VERANDERENDE WERELD ONZE WELVAART MET HANDEL VERSTERKEN

1. Inleiding

evofenedex behartigt de handels- en logistieke belangen van 15.000 bedrijven in Nederland. Deze bedrijven vinden elkaar binnen onze vereniging rond vraagstukken over handel en logistiek.

De toenemende zorg die leeft bij de Tweede Kamer over de ontwikkeling van de wereldhandel wordt ook in het bedrijfsleven herkend. Op 3 April j.l. bracht evofenedex nog samen met Atradius de 21^e versie van het rapport "Trends in Export" uit waarin een aantal van deze zorgen nog eens duidelijk worden benoemd. En dus is er veel waardering voor het verzoek vanuit de Tweede Kamer om gezamenlijk antwoorden te formuleren op vraag hoe onze welvaart te versterken door nationale exportgroei te faciliteren in een wereld waarin protectionisme en direct nationaal eigen belang weer aan kracht winnen. Dit in de wetenschap dat meer handel juist ook welvaart verhogend voor de rest van de wereld werkt.

Naast de in uw uitnodiging genoemde issues m.b.t. zaken als de Italiaanse begroting, de handelsoorlog van de Verenigde Staten met China, Brexit en de onrust in Frankrijk heeft onze community van handels- en productiebedrijven ook belangrijke andere zorgen. De steeds assertiever wordende Chinese overheidsbedrijven en het gemis aan reciprociteit en level playing field in China, het zeer moeizaam functionerende wereldhandelssysteem via de WTO, het overslaan van de handelsoorlog naar de rest van de wereld en in het bijzonder Europa, maar ook de toenemende binnenlandse politieke druk op het in EU verband afsluiten van handelsverdragen zijn hiervan typische voorbeelden. Het zijn allemaal ontwikkelingen die een negatieve impact hebben op de wereldwijde kracht van samenwerking en handel.

2. Kernboodschap

In het hart van het overheidsbeleid voor bestending van onze welvaart in een veranderende wereld moet wat ons betreft het behoud en de versterking van de bestaande sterke handelsrelaties staan. Het verder uitbouwen van de Europese interne markt verdient daarbij topprioriteit. Ook het voorkomen van verdere afbreuk in de handelsrelatie met de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk verdient alle aandacht. Voor evofenedex en onze leden is het daarnaast van het grootste belang dat we de publiek private samenwerking in Nederland verder versterken, we daardoor nog betere aansluiting verzorgen voor exporteurs in bestaande - én nieuwe opkomende economieën en het politieke draagvlak voor de positieve uitwerking van internationale handel op het welzijn van honderden miljoenen mensen behouden.

3. Kansen verzilveren in opkomende economieën, maar behoud perspectief

Door de handel van Nederlandse ondernemers in opkomende economieën zoals bijvoorbeeld Brazilië, Vietnam en Indonesië met behulp van een breed pallet aan overheidsinstrumenten te

ondersteunen, wordt de afzet markt voor door Nederlandse bedrijven geproduceerde en verhandelde producten in een zwaar competitieve wereldmarkt vergroot.

Maar de misvatting moet niet zijn dat het verlies dat geleden wordt bij invoering van diverse protectionistische maatregelen en/of andere handelsbelemmeringen (zoals bij een no deal brexit) bij bestaande grote handelspartners (UK,VS) gemakkelijk opgevangen kan worden door vergroting van de afzetmarkt in opkomende economieën. Dat zijn duidelijk verschillende grootheden. Zo exporteerden we in 2017 bijvoorbeeld voor 2,4 miljard euro naar het opkomende Brazilië wat in vergelijking tot de afzet in de Verenigde Staten (23,8 miljard euro) of het Verenigd Koninkrijk (39,2 miljard euro) relatief beperkt is. Het belang van goed toegankelijke vrije toegang tot de markten van ontwikkelde handelspartners is en blijft heel groot. Dat laat ook de verdere stijging van de afzet naar landen als Japan en Canada (nieuwe handelsverdragen) nog eens goed zien. Het versterken van de interne markt op het Europese vasteland en een gezonde economische groei in Europa heeft in beginsel op de korte termijn een veel grotere impact op de afzet van middelgrote en grote ondernemingen dan de (meestal hogere) groei in een aantal opkomende markten. En dus moet daar ook een belangrijk aandeel van onze publiek-private inzet op gericht blijven. De markten van onze buurlanden makkelijk toegankelijk houden en de relaties bestendigen en uitbouwen.

Dat laat onverlet dat ten aanzien van nieuwe (opkomende) markten het goed is samen met deze landen tot afspraken te komen om markttoegang te verbeteren, als EU goede handelsverdragen te sluiten, zaken als het principe van de soft landing aanpak via NL IB in die landen goed te organiseren en bijvoorbeeld goed functionerende tradelanes te realiseren. Handelsrelaties met heldere en goed ingeregelde gedigitaliseerde douaneprocessen, goed toezicht en betrouwbaar betalingsverkeer dragen sterk bij aan het succes van Nederlandse ondernemingen. Het zijn vaak de basisfactoren die de kans op het volwassen maken van de handelsrelatie vergroten. Nederland loopt in dat opzicht in kennis deels voor op andere landen.

4. Nederlandse expertise en opkomende markten (enige voorbeelden)

Als vereniging onderschrijven we het staande handelsbeleid van het departement van Buitenlandse Zaken waarbij de 9 prioriteitslanden de focus van het kabinet genieten. Daarnaast is de aandacht die vanuit het topsectoren beleid aan buitenlandse handel geschonken wordt voor ons een tweede belangrijke pijler waarop het handelsbeleid moet blijven rusten. Hierbij past ook een keuze van landen in combinatie met sectoren (landbouw, water en voedsel, zorg etc.) soms gecombineerd en aangevuld met thema's als Veiligheid, Duurzaamheid en de energietransitie en Smart Cities. De internationaliseringsagenda's van de Topsectoren beschrijven dit goed al blijft implementatie van de strategie een belangrijk aandachtspunt.

Tot slot zijn er als voorbeeld, vanuit onze eigen analyse in het rapport 'Trends in Export' en het Atradius rapport 'Veelbelovende opkomende markten 2019' nog een aantal aanvullende kansrijke landen cq regio's te benoemen waar het Nederlandse bedrijfsleven groeikansen ziet (en soms niet meer ziet, zoals in het geval van Iran). Enkele voorbeelden hebben we hieronder ter illustratie voor u op een rij gezet. Dit in de wetenschap dat individuele bedrijven uiteraard vanuit hun specifieke expertise en producten- en dienstenaanbod zeker ook kansen zien in landen die niet noodzakelijkerwijs op de lijst van prioriteitslanden voorkomen.

| | |
|---|---|
| <p>Opkomende markten (een selectie) volgens Trends in Export</p> | <p>Expertise Nederlandse sectoren (Topsectoren Water, Agri-food, Tuinbouw en uitgangsmaterialen, Hightech systemen en materialen, Life sciences and health, Chemie, Energie, Logistiek en de Creatieve industrie)</p> |
| <p>Naast Oost Europa i.h.a. met bijvoorbeeld Polen en Tjechie maar ook met als voorbeeld landen als Roemenie en Bulgarije.</p> | <p>Consumptiegoederen, voeding en dranken, machinesector en de chemische sector (wordt geholpen door EU-subsidies). Landbouw is een belangrijke sector in Bulgarije waarvan de productie zal toenemen waardoor er bijvoorbeeld vraag is naar buitenlandse meststoffen.</p> |
| <p>Z/O Azië: Vietnam heeft een verwachte 6,7 % groei van het BBP in 2019. Vietnam profiteert van loonstijgingen, de snelst groeiende middenklasse in ZO, de handelsoorlog tussen China en de VS en de verwachte handelsovereenkomst met de EU.</p> | <p>Textielsector, exporteurs van voeding en dranken, infrastructuurprojecten en bouwactiviteiten, vraag naar brandstoffen binnen de sectoren transport, luchtvaart en huisvesting geven veel mogelijkheden. Ook is afvalverwerking & recycling een groot probleem in Vietnam met veel kansen.</p> |
| <p>Z/O Azië: Indonesië verwacht een 5,1 % groei van het BBP in 2019. Heeft positieve groeivoorzichten in de economie o.a. doordat banken beschikken over voldoende buffer.</p> | <p>Groei in consumptieve bestedingen en daardoor kansen voor (duurzame) consumptiegoederen en voeding en dranken. Stijging in supermarkt ketens en afname van lokale kleine shops. Ook is er een sterke remote working cultuur in Indonesië van 'expats' en is e-commerce booming. Dit biedt kansen voor Nederlandse IT en e-commerce, webshop, en creatieve bedrijven. Door de groei van e-commerce stijgt de vraag naar verpakkingen ook. Er is een toename van overheidsuitgaven in de (petro) chemische sector (grootschalige energieprojecten) en meststoffenindustrie. Vooral hernieuwbare energie biedt veel kansen. Groei in infrastructuur en bouwactiviteiten. Ook is er veel vraag naar oplossingen van plasticvervuiling.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Noord Afrika met als voorbeeld Marokko. Marokko verwacht een stijging van de BBP groei van 2,8% naar 3,3% in 2019. De overheid zal naar alle waarschijnlijkheid de wisselkoers liberaliseren wat het concurrentievermogen op peil zal houden. (Ook de Golf regio wordt in het rapport duidelijk nog als groeiregio onderkend)</p> | <p>De exportgerichte industrie, de automobielsector beschikt over veel groeipotentie. Kansen voor (hernieuwbare) energiesector en zonne-energieprojecten. De regering wil het aandeel hernieuwbare energie verhogen naar 42% in 2020 waardoor een toename van invoer van producten in deze sector verwacht wordt. De infrastructuur in Marokko is relatief goed wat voordelig is voor de voedings- en drankenindustrie.</p> |
| <p>Latijns Amerika en Midden Amerika: Naast Colombia en Mexico is een klein land als Peru een van de weinige landen in Latijns Amerika met een stabiele markt en een economische groei van ongeveer 4%. Profiteert van een liberaal handelsbeleid en handelsovereenkomsten.</p> | <p>De bouwsector blijft groeien door het ontginnen van nieuwe mijnen. De grote binnenlandse markt, stijgende inkomens en hoog consumentenvertrouwen zorgen voor groei in de voedings en drank, en (duurzame) consumptiegoederen.</p> |

5. Afrika, Europa en Nederland

Tot slot onze kijk op de kansen die voor ons eigen en het overige Europese bedrijfsleven in Afrika te verzilveren zijn. Afrika is een continent in ontwikkeling. Afrika staat op het punt om zich te ontpoppen tot mogelijkwerwijs een van de grootste vrijhandelszones ter wereld: 55 landen smelten dan samen tot één markt met 1,2 miljard consumenten. Na de ondertekening van de Afrikaanse Vrijhandelsovereenkomst in het Rwandese Kigali in maart 2018 is Afrika nu sterk op weg om een gigantische vrijhandelszone te worden. Samen tellen de 55 landen 1,2 miljard consumenten, volgens de VN-Economische Commissie voor Afrika (ECA) goed voor een bbp van 2500 miljard dollar.

Er liggen in Afrika dus (handels)kansen, al dan niet in combinatie met ontwikkelingssamenwerkingsprojecten. Maar Afrika is ook een continent met veel uitdagingen. De beperkt ontwikkelde fysieke infrastructuur, de nog niet volwassen overheidsinstituties en het niet altijd betrouwbare toezicht maken het moeilijker voor Nederlandse bedrijven succesvol te ondernemen en via deze meerwaarde van grotere handelstromen de welvaart van ook Afrikanen te maximaliseren. Het is onzes inziens goed als de Europese Commissie en het kabinet op deze punten (legitieme) Afrikaanse overheden ondersteunen.

Europese en Nederlandse ondernemers hebben zonder twijfel primair baat bij het versterken van de basis infrastructuur van de Afrikaanse handelspartners. Met door het kabinet gesubsidieerde projecten in onder andere Sierra Leone en Zuid-Afrika, draagt onze vereniging bij aan het versterken van logistieke en handelskennis en capabilities op dit continent. Door in- en uitgaande goederenstromen zowel privaat als van overheidswege

met gelijke standaarden te faciliteren, creëren we tevens een steeds beter toegankelijke, maar ook gelijkwaardige afzetmarkt.

Voor de toekomst van de handelsrelaties van Nederland met Afrikaanse partners is het van belang dat deze kennisoverdracht gaande te houden en waar mogelijk uit te breiden. Naast deze kennisoverdrachtsprojecten is het zaak MKB-ers in Nederland die menen kansen te hebben in Afrika goed te betrekken bij handelsmissies, en makkelijk toegang te bieden tot de vigerende wet- en regelgeving. Publiek private samenwerking blijft dus ook hier cruciaal.

Meer informatie

Naam : Malou Brantjes

Fie : beleidsadviseur

tel. : 0793467257

e-mail : m.brantjes@evofenedex.nl

Naam : Marco R.F. Wieseahn

Fie : manager belangenbehartiging

tel. : 06 5199 1744

e-mail : m.wieseahn@evofenedex.nl