

# Berichten

# Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 34, nummer 12, december 2008

In dit nummer:

- ? Ethiopische groente- en fruitteelt in de startblokken
- ? Servië kampt onterecht met imagoprobleem
- ? Bij SBW International is het altijd zomer

## Colofon

Berichten Buitenland is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven en is een uitgave van de directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Het doel is informatieverstrekking over relevante ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, handelsbemiddeling enzovoort. De LNV-afdelingen in het buitenland dragen in sterke mate bij aan de berichtgeving in dit blad.

Er wordt gedrukt op een chloorarme papiersoort, in een inktbesparend FM-raster. Er wordt verzonden in recyclebare sealbags.

## Uitgever

Ministerie van Landbouw,  
Natuur en Voedselkwaliteit  
Directie Industrie en Handel  
[www.minInv.nl/agribusiness](http://www.minInv.nl/agribusiness)

## Redactieadres

Redactie Berichten Buitenland  
T.a.v. Sabine Hoff  
Postbus 20401  
2500 EK Den Haag  
Tel. +31 (0)70 378 52 59  
E-mail [s.h.hoff@minInv.nl](mailto:s.h.hoff@minInv.nl)

## Informatie en abonnementen

Voor informatie over artikelen of een (gratis) abonnement kunt u contact opnemen met Jacques Verbeek,  
Tel.: +31 (0)70 378 40 64  
Fax: +31 (0)70 378 61 23  
E-mail: [j.j.m.verbeek@minInv.nl](mailto:j.j.m.verbeek@minInv.nl)

## Realisatie

JB&A Exxion Communicatie

## Druk

Den Haag Offset

ISSN 0920 - 0975

De informatie, meningen en opinies in dit blad worden naar voren gebracht buiten verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Het overnemen of vermenigvuldigen van artikelen uit dit blad is alleen toegestaan onder vermelding als volgt: Berichten Buitenland, [maand/jaar], [pagina's].

## Inhoudsopgave

Ethiopische groente- en fruitteelt in de startblokken	3
De rondgang...	6
Column	7
Servië kampt onterecht met imagoprobleem	8
'Bij ons is het altijd zomer'	11
Kort graag...	13
Korte berichten uit het buitenland	15
Nieuws	19
Exportise	22

## **Ethiopische groente- en fruitteelt in de startblokken**

**Terwijl de succesvolle bloemensector even een pas op de plaats maakt, blijft Ethiopië een land van ongekende mogelijkheden voor Nederlandse ondernemers. De aandacht richt zich nu op de productie van groente en fruit. Succes op deze markt vereist een grote logistieke slag in de opbouw van een koel(vers)keten naast duurzame samenwerking met Ethiopische partners.**

In vier jaar tijd wist de bloemensector in Ethiopië zich te ontwikkelen van bijna niets tot een sterke en blijvende economische sector. Meer dan 80 kwekers waagden de sprong. De beschikbaarheid van land en water, een aantrekkelijk investeringsklimaat en ondersteuning door de Nederlandse en Ethiopische overheid hebben tot succes geleid voor de bloemeteelt. In tegenstelling daarmee staat de productie van groente en fruit (G&F) voor de export nog in de kinderschoenen.

Directeur Peter Linssen van Linssen Roses BV was vijf jaar geleden de eerste Nederlandse kweker die op Ethiopische bodem begon met de teelt van rozen. Hij noemt het zakenklimaat in Ethiopië super maar ziet ook dat de overheid kritischer kijkt welk deel van de toegevoegde waarde van buitenlandse bedrijven in het land blijft. De bloemensector heeft door haar succes te kampen met overproductie en lage prijzen. Na de vette jaren is de concurrentie moordend. "Er zullen enkele kwekers omvallen of ze worden overgenomen", meent Linssen. Hij ziet het als een normale ontwikkeling. "Na een aantal jaren van groei wordt het kaf van het koren gescheiden. Dat versterkt de sector. En als je het mij vraagt zit groente en fruit op het punt waar de bloemensector vijf jaar geleden zat."

Aan de natuurlijke omstandigheden zal het niet liggen. Het land biedt een gevarieerd klimaat met goede mogelijkheden voor irrigatie. Teelttechnisch kunnen vrijwel alle tropische en gematigde G&F-soorten er verbouwd worden. Geografisch gezien kan Ethiopië de groentetuin worden van het Midden-Oosten. Maar zover is het nog niet. Het land voert een klein volume bonen, tomaten, courgettes, aardbeien en verse kruiden uit. Sudan is met 11,9 miljoen euro nog de grootste afnemer gevolgd door de EU met 9,3 miljoen euro. Wil het land succesvol exporteur van G&F worden dan heeft het een goede koel(vers)keten nodig. En niet alleen in de lucht maar ook over land en zee. Een aantal Nederlandse bedrijven houdt zich hier al mee bezig, gestimuleerd door het horticulture partnership van de Nederlandse en Ethiopische overheid.

### **Koelen**

Het Nederlandse bedrijf Flowerwatch adviseert bloemenkwekers op het gebied van koelketenmanagement. Directeur/eigenaar Jeroen van der Hulst zag acht jaar geleden als veilingmeester dat Afrikaanse bloemen bij aankomst in Europa al veel van hun waarde hadden verloren. Kwekers liepen hierdoor honderden of duizenden euro's per dag mis. Van der Hulst: "Koelen is bij het transport van bloemen net zo belangrijk als snelheid. En het gaat er om dat de koeling begint op de boerderij. Bloemen worden al vanuit Zuid-Amerika in twintig dagen met gekoelde containers naar Rotterdam verscheept. Dus een goede koelketen maakt zelfs transport over zee mogelijk."

Een blik op de exportcijfers maakt duidelijk dat Ethiopië nog niet zover is, maar er wordt hard aan gewerkt. De meest geschikte haven ligt in Djibouti, 900 km van de hoofdstad Addis Abeba. Rederij Maersk heeft de basisinfrastructuur voor gekoeld transport over land inmiddels op orde en de eerste diepgevroren aardbeien zijn verscheept naar Europa.

### **Koelketen uitbouwen**

Het Nederlandse bedrijf africaJUICE heeft goed nagedacht over hoe ze het beste kan inspelen op de kansen en belemmeringen in Ethiopië. Het bedrijf neemt in december 2008 een bestaande boerderij van de overheid over voor de teelt van gele passievrucht, mango, guave en papaja. Begin 2010 moet ook een fabriek gereed zijn voor de verwerking van fruit tot puree en sap voor export. Het product zal in gekoelde containers naar de haven

getransporteerd worden. africaJUICE wil deze logistieke keten samen met andere bedrijven opzetten.

“Ondernemen in Ethiopië betekent dat je vooral in het begin zelf overal bovenop moet zitten”, vertelt directeur Harry van Neer. De bedoeling is om met gekoelde containers de bestaande route voor de export van koffie te volgen naar Djibouti. Dat concept wordt vervolgens langzaam uitgebouwd tot een betrouwbare koelversketen. Het ontwikkelen van de logistiek past volgens Van Neer helemaal in de visie van het bedrijf: “Gewoonlijk biedt een kwekerij zoveel mogelijk fruit vers aan en de mindere kwaliteit belandt in de pers. Maar wij zien het transport van vers fruit nog als te risicovol. Daarom volgen we de omgekeerde weg en beginnen met het verwerkt fruit”, legt Van Neer uit. “Het maakt dan niet zoveel uit als een gekoelde container een paar dagen langer aan de grens of in de haven staat. En als de logistiek eenmaal op orde is, beginnen we met vers fruit.” Het Midden-Oosten vormt een aantrekkelijke markt voor verse mango's. Op dit moment zijn Egypte en Zuid-Afrika de grootste toeleveranciers van G&F voor het Midden-Oosten. Daar zal Ethiopië zich logistiek en kwalitatief mee moeten meten. Daarnaast willen landen als Kenia en Jordanië ook een deel van de taart.

### **Samenwerking**

africaJUICE werkt volgens de normen van Fair Trade. Dat betekent dat ze nauw samenwerkt met lokale boeren. “We gaan lokale kwekers ondersteunen bij het telen van voor ons interessante fruitsoorten, en helpen bij de financiering”, aldus Van Neer.

“Passievrucht kennen ze bijvoorbeeld nog niet.” De kwekers vormen een eigen collectief en verwerven met financiële steun van ontwikkelingsorganisaties een aandeel in de kwekerij en fabriek van africaJUICE. Op die manier komt een extra deel van de toegevoegde waarde ten goede aan de lokale gemeenschap. Van Neer: “We zijn er als bedrijf van doordrongen dat de hele omgeving waarin we werken duurzaam moet zijn om op lange termijn effectief te zijn. Je kunt als buitenlands bedrijf niet doorgaan met winst maken als de omgeving arm blijft. Het land heeft bijvoorbeeld een tekort aan deviezen en daarom kijkt de Ethiopische overheid kritischer welk deel van de toegevoegde waarde in het land blijft. Een bekend voorbeeld uit Latijns-Amerika zijn cacaobonen, die goedkoop worden geëxporteerd en elders verwerkt. Wij verwerken het product in het land zelf en realiseren daar een hoge toegevoegde waarde.”

### **Nu insteken**

De keuze voor Ethiopië als land van vestiging hangt volgens Van Neer samen met dat het een kruispunt in de markt naar het Middenoosten en Europa is. De aanvoer van passievrucht uit Zuid-Amerika en mango's uit India is sterk afhankelijk van de lokale weersomstandigheden. africaJUICE wil daarom iets aanbieden wat de markt nu nog niet krijgt: betrouwbaarheid. Het klimaat in Ethiopië is uitermate geschikt voor fruitteelt en door gebruik van drip-irrigatie kan men precies doseren hoeveel water een boom krijgt. Verder zijn er aantrekkelijke fiscale regelingen voor starters. Het land is veilig en niet corrupt. “De markt voor vruchtensappen is aan het groeien”, aldus Van Neer. “Daarom moeten we nu insteken.” Ondernemen betekent ook risico nemen. Met de oplopende inflatie en een negatieve handelsbalans wordt het moeilijker om de aandeelhouders uit te keren en machines te kopen. “Toch ben ik heel positief over Ethiopië omdat ik zie dat er nog zoveel te verbeteren valt”, zegt Van Neer. “Het is een kwestie van een lange adem.” Ook het transport door de lucht van bloemen en groente (voornamelijk verse boontjes) verloopt nog niet optimaal. Voor de luchthaven van Bole bij Addis Abeba, de enige in het land die internationale vluchten uitvoert, staan vaak lange rijen vrachtwagens te wachten om gelost te worden. In 2009 start daarom de bouw van een nieuw cargo-centrum. De nationale luchtvaartmaatschappij Ethiopian Airlines heeft recent twee vrachtvliegtuigen aangekocht om de haperende capaciteit te verbeteren. De Ethiopische overheid voert een ‘open skies’ beleid voor vracht. Dat biedt ruimte aan de concurrentie omdat luchtvaartmaatschappijen als KLM, BA, Egypt Air en Emirates ook transportcapaciteit op hun passagiervluchten kunnen aanbieden.

### **Ervaring opdoen**

Hoe groot de plannen ook zijn, in de praktijk betekent het gewoon aanpakken aan de basis: bij de kwekers en transporteurs op de grond. Flowerwatch werkt bijvoorbeeld in opdracht van de Ethiopia Netherlands Horticulture partnership aan het verbeteren van de koelketen van de kas tot aan de marktplaats in Nederland. Het bedrijf beoordeelt in Nederland de kwaliteit van de bloemen. Op basis van deze feedback begeleiden lokale trainers de kwekers bij het doorvoeren van verbeteringen. Veel advieswerk van Flowerwatch is heel praktisch gericht. Directeur Van der Hulst: "Op een kwekerij stelde men de koelcel niet lager dan tien graden celsius omdat men bang was dat werknemers anders ziek zouden worden. De werknemers hadden wel een koelcelpak maar ze liepen op blote voeten. Op een andere plek liet men de deur van de koelcel gewoon openstaan terwijl rozen een temperatuur tussen een halve en één graad nodig hebben. Veel farmmanagers zijn jonge mensen die net van de landbouwuniversiteit komen. Ze zijn theoretisch goed geschoold en moeten ervaring opdoen. Ze maken in een paar jaar de ontwikkeling door waar wij in Europa enkele generaties over hebben gedaan."

*Marcel van den Hark*

### **PSI investeringsregeling voor ondernemers in opkomende markten**

De overheid wil de economische groei en werkgelegenheid in opkomende markten stimuleren. Daarvoor is een speciale regeling in het leven geroepen waarbij ondernemers tot 50% terug kunnen krijgen van hun geïnvesteerde vermogen in hardware en technische assistentie tot een maximum van anderhalf miljoen Euro. Dit Private Sector Investmentprogram (voorheen PSOM) geldt voor investeringen met commercieel potentieel en met de mogelijkheid tot vervolginvesteringen op korte termijn. Ethiopië staat op de lijst van landen die hiervoor in aanmerking komen. De tender staat nu open en sluit begin 2009. Er zijn twee rondes per jaar. Investeringen die al zijn gedaan, worden niet vergoed. Meer informatie op [www.evd.nl](http://www.evd.nl)

### **HortiFlora 2009**

In Addis Abeba vindt van 25 tot 27 maart 2009 de HortiFlora Expo plaats. Nederland is vertegenwoordigd met een Hollandpaviljoen. De beurs is gericht op de sier-, groente- en fruitteelt. Voor Nederlandse bedrijven uit de gehele tuinbouwketen die geïnteresseerd zijn in de Ethiopische markt, is een aanwezigheid in het Hollandpaviljoen op de HortiFlora Expo een uitstekende gelegenheid om de juiste contacten te leggen. Verder zijn rond de Expo diverse businessactiviteiten gepland voor het Nederlandse bedrijfsleven, zoals een seminar en een bezoekprogramma.

Contactpersoon voor deelname beurs: Melvin Brehler, HPP Worldwide, telefoon 020 – 662 24 82, e-mail [melvin@hpp.nl](mailto:melvin@hpp.nl).

Meer informatie over de Ethiopische tuinbouwsector en de businessactiviteiten tijdens de beurs: directie Industrie en Handel, Ingrid Korving, telefoon 070 – 378 47 97, e-mail [i.korving@minInv.nl](mailto:i.korving@minInv.nl).

### **Meer informatie over Ethiopië**

Bent u geïnteresseerd in het investeren in agrosector van Ethiopië? De Investmentgids voor Ethiopië en het rapport 'Kansen en mogelijkheden in de Ethiopische groente- en fruitsector', zijn elektronisch beschikbaar. U kunt het ook opvragen bij de directie Industrie en Handel van LNV, Lia Luijkx-Visser, telefoon 070– 378 4119, e-mail [a.p.luijkx-visser@minInv.nl](mailto:a.p.luijkx-visser@minInv.nl).

## Een maandelijkse rondgang langs de Nederlandse agri-vloer

### De rondgang...

**Bart Merkus, General Manager Verkade:**

“Verkade bestaat sinds 1886 en duurzaam ondernemen zit in ons DNA. Zo was Verkade een van de eerste werkgevers in Nederland die vrouwen in dienst nam. Daarnaast had Verkade, al lang voordat het verplicht werd, een ondernemingsraad. Een sociaal bedrijf noemde men dat toen. Vanuit die historie hebben wij altijd goed gekeken naar wat de impact van het bedrijf is op de omgeving. Zowel op sociaal niveau als ten opzichte van het milieu. We hebben de afgelopen jaren hard gewerkt aan het verminderen van het verbruik van water, we letten nauwkeurig op ons energieverbruik en dringen de uitstoot van CO<sub>2</sub> terug. Dat is heel duurzaam maar het is ook gewoon slim ondernemen want al die maatregelen zijn economisch gezien niet onvoordelig.

De overstap naar het gebruik van Fair Trade-ingrediënten voor onze chocoladeproducten is in 2006 in gang gezet. Tijdens een brainstormsessie rees de vraag hoe we ons van oudsher duurzame karakter concreet konden doorvertalen naar onze consumentenactiviteiten. Daaruit kwam naar voren dat we erg blij zouden worden als Verkade de stap naar eerlijke chocola zou kunnen maken. Voorafgaand aan die transitie zagen we ons voor twee uitdagingen gesteld: de chocolade moest minstens zo lekker smaken, én we zijn een merk voor alle Nederlanders. Dat betekent dat de prijs niet opeens een stuk hoger mocht komen te liggen. En beide uitdagingen zijn uitstekend volbracht.

De investeringen die zo'n omschakeling met zich meebrengt zijn niet gering. De hele keten is ambachtelijker en meer bewerkelijk. Tel daarbij ook nog de kosten voor de ontwikkeling van de smaak, de gehouden smaak- en consumententests en het nieuwe design van de wikkels. Met deze overstap laten we ook aan onze 500 medewerkers zien dat ze niet alleen werken voor een organisatie die praat over duurzaamheid, maar voor een die er ook daadwerkelijk mee aan de slag gaat. We gaan met z'n allen voor eerlijke chocola. Verkade steekt hiermee absoluut de nek boven het maaiveld uit en ik hoop dat de consument ons daarvoor zal belonen.”

*Verkade werd in november uit negentig verschillende A-merken verkozen tot Merk van het Jaar 2008.*

## Column

Siem Korver

### Impact van de financiële crisis op de voedselproductie

De prijzen van de verschillende agrarische commodities, zoals zuivel en graan, zijn de afgelopen maanden sterk gedaald. De daling is zeker niet alleen het gevolg van de grotere oogsten. De financiële crisis en de substantieel lagere olieprijs hebben deze daling mede versterkt. De lagere voedselprijzen hebben helaas niet tot gevolg dat het aantal ondervoede mensen in de wereld is afgenomen. Sterker nog, het aantal is volgens de FAO recent met 75 miljoen mensen gestegen tot 925 miljoen. De financiële crisis heeft al tot gevolg dat de koopkracht is afgenomen en in het bijzonder van de meest kwetsbare groepen in de wereld.

Een afname van de prijzen van de belangrijkste landbouwproducten gaat naar alle waarschijnlijkheid ook resulteren in minder investeringen in deze sector en daarbij is te verwachten dat de oogst in het komende jaar afneemt. Dit wordt nog eens versterkt door de kredietcrisis omdat er beperkt kapitaal beschikbaar zal zijn voor machines, zaaizaad, en dergelijke. Dit werkt weer door in de vorm van een beperkter aanbod van agrarische commodities. Op deze manier komen we wereldwijd in een negatieve spiraal van de voedselproductie.

Het doorbreken van deze negatieve spiraal vereist een mondiale én nationale aanpak die parallel lopen aan het oplossen van de problemen op de financiële markten. Hierbij gaat het enerzijds om kredietondersteuning om de totale omvang van de productie van voedsel in 2009/2010 op peil te houden. Anderzijds moet het stimuleren van innovatie een centrale plaats krijgen. Innovatie dient meer dan ooit gericht te zijn op productiviteitsverbetering en daarbij moeten we opnieuw de balans vinden met de duurzaamheidscriteria.

Willen we voorkomen dat we in een dramatische voedselcrisis terechtkomen, dan is duidelijk waar de focus moet komen te liggen.

Siem Korver is bijzonder hoogleraar *Food, Farming and Agribusiness* aan de Universiteit van Tilburg. Verder is hij directeur Public Affairs Food van de VION Food Group. Deze column schrijft hij op persoonlijke titel.

Wilt u reageren? Mail de redactie op [s.h.hoff@minInv.nl](mailto:s.h.hoff@minInv.nl)

## **Veel mogelijkheden in de republiek waar landbouw vroeger floreerde**

### **Servië kampt onterecht met imagoprobleem**

**De huidige Republiek Servië was één van de deelrepublieken van het voormalig Joegoslavië. Het voormalig Joegoslavië stond bekend als een goed ontwikkelde landbouwnatie waar ook de Nederlandse agribusiness een behoorlijke presentie had. Als gevolg van de laatste Balkanoorlogen en de internationale sancties die lange tijd van toepassing waren op Servië, is de landbouwsector ver teruggeworpen. Jarenlange internationale isolatie en vernietiging van materiaal hebben geleid tot een achterstand in ontwikkeling.**

Bij het versneld opbouwen van de economie en het uit het slop trekken van de landbouwsector is er een grote vraag naar Nederlands materiaal. Nederland ligt voor op de tong als het gaat om de Servische landbouw. Tot nu toe kent de Nederlandse agribusiness een beetje watervrees, waarschijnlijk mede door het negatieve imago van Servië. Maar met durf en een goede voorbereiding zijn er uitstekende kansen in de tuinbouw en sierteelt.

#### **Achterstand inhalen**

In 2007 heeft de LNV-afdeling in Belgrado onderzoek laten doen naar de groente-, fruit- en sierteeltsector in Servië en Kroatië. Dit onderzoek werd uitgevoerd om de vele mogelijkheden voor het Nederlandse bedrijfsleven in de genoemde sectoren te onderzoeken en te kunnen benoemen. De keuze voor deze sectoren lag voor de hand omdat ze van oudsher het meest ontwikkeld zijn en er diverse inspanningen plaatsvinden vanuit vele programma's om opgelopen achterstanden snel in te halen. De Servische landbouw onderscheidt zich van andere Midden-, en Centraal-Europese landen omdat ook tijdens de socialistische periode onder Tito privé-eigendom toegestaan was. Tachtig procent van het totale landbouwareaal is in private handen. Daarnaast kon men in het verleden met recht trots zijn op de eigen landbouw omdat deze – het werd hierboven al eerder gezegd – op een hoog niveau ontwikkeld was. Veel Serviërs willen dan ook zo snel mogelijk deze situatie in ere herstellen. Na een periode van politieke instabiliteit, is de verwachting dat nu een meer stabiele periode aanbreekt. De koers van de huidige regering is duidelijk EU gericht en dit is te merken aan de activiteiten van het ministerie van Landbouw dat zoveel mogelijk rekening probeert te houden met bestaande EU-wetgeving.

Voor Servië geldt wel dat een investering van Nederlandse zijde in de persoonlijke relatie – wat enige tijd zal duren - met Servische (handels)partners van essentieel belang is. Persoonlijk en zakelijk gewin gaan hand in hand. Dat dit in andere culturen anders ligt, wordt nauwelijks begrepen in Servië.

#### **Exportstijging**

De Nederlandse export van landbouwproducten naar Servië stijgt de laatste jaren. Zo is de export van 18 miljoen euro in 2005 naar 43,5 miljoen euro gestegen in 2007. Deze stijgende lijn zal zich de komende jaren, onder invloed van de modernisering van de landbouw en de vele investeringen, doorzetten. In de top 100 van landen voor export van landbouwproducten voor het Nederlandse bedrijfsleven steeg Servië van plaats 79 naar 61. Een sterke stijging is met name waar te nemen in de vlees-, groente-, fruit- en sierteeltsector (en alle daaraan gerelateerde activiteiten en producten). De Servische tuinbouw kenmerkt zich door een goede kwaliteit op de boerderij, maar de productie beperkt zich veelal tot kleine eenheden. Het verlies van kwaliteit na de oogst in de keten is groot. Dit biedt uiteraard goede kansen voor de Nederlandse agribusiness, zoals voor sorteermachines, verpakkingsmachines, opslag en (pre)koeling.

In toenemende mate organiseert de Servische tuinbouw zich, en een aantal coöperaties is al zeer actief. In de afgelopen jaren is hier op meerdere manieren aan gewerkt door de LNV-afdeling in Belgrado in samenwerking met Nederlandse bedrijven en organisaties. Ook zijn vertegenwoordigers van verschillende Servische coöperaties op verzoek van toenmalig minister Veerman in Nederland op bezoek geweest. Struikelblokken zijn op dit moment de



kapitaal intensieve investeringen, de lokale verkrijgbaarheid van kredieten en de concurrentie van vooral Italië en Israël, die aankopen in Italië medefinancierden via kredietlijnen.

### **Hoog niveau**

Voor de Servische landbouw geldt als voor zo vele landbouwsectoren elders, dat er een tekort is aan moderne, toegespitste en praktische kennis. Hoewel het niveau van de verschillende landbouwfaculteiten aan de universiteiten hoog is, is er weinig oog voor een structurele overdracht van deze kennis naar lagere niveaus en het direct alledaags toepasbaar maken van deze kennis op de agrarische bedrijven.

Dit jaar is binnen de Kamer van Koophandel in Belgrado een nieuwe sectie opgericht voor de sierteelt. In deze sectie zijn handelaren, telers en bloemisten vertegenwoordigd. Mede met hulp vanuit Nederland zijn de verkenningen voor een centraal distributie- en verkoopcentrum in een vergevorderd stadium. Ook binnen het ministerie van Landbouw is een speciaal contactpersoon aangesteld voor de sierteeltsector. Het zijn allemaal indicaties van een meer serieuze aanpak van deze veelbelovende sector in Servië.

Voor alle genoemde sectoren geldt, dat in deze tijden waar de energiekosten zo'n substantieel deel uitmaken van de productiekosten, er uitgekeken wordt naar alternatieven. Een alternatief dat veelvuldig bestudeerd wordt, is de verwarming van objecten met thermaal water. Servië is rijk aan heetwater bronnen. Op dit moment wordt deze techniek nog maar op een aantal bedrijven toegepast vanwege de hoge investeringskosten. Er zijn verschillende studies beschikbaar met informatie over en locaties van heetwater bronnen.

### **Zien is geloven**

Marketeers zullen steevast zeggen dat imago problemen meestal veroorzaakt worden door gebeurtenissen uit het verleden. Dat deze gebeurtenissen hun schaduw ver vooruitwerpen ondervindt Servië iedere dag weer aan den lijve. Dat er in de tussentijd een andere wind waait moge duidelijk zijn. Maar ook hier geldt voor velen van u: zien is geloven! Kortom, tot snel ziens in Servië.

*Oscar Meuffels, LNV-Raad Zagreb*

### **Handelsmissie**

Begin december vond een handelsmissie plaats georganiseerd door LNV naar Servië om de mogelijkheden voor het Nederlandse bedrijfsleven voor het voetlicht te brengen. De missie kenmerkte zich door bezoeken aan Servische bedrijven in de tuinbouw- en sierteeltsector. Vanuit de LNV-afdeling in Belgrado zullen ook in 2009 meerdere activiteiten georganiseerd worden ter ondersteuning van de agribusiness. Zo zal dan ook weer voor het zesde opeenvolgende jaar een Business Lounge georganiseerd worden op de grootste landbouwbeurs van de regio in Novi Sad.

### **Koeleman Foods International BV maakt Servische zure bommen**

Het familiebedrijf Koeleman Foods maakt al meer dan 100 jaar potjes augurken. In 2006 sloot directeur Kees Koeleman de fabriek in Nederland en ging verder in India (waar al langer werd geproduceerd) en verplaatste in 2003 ook een deel van de activiteiten terug naar Servië. Koeleman: "We waren in de jaren 80 al actief in het voormalig Joegoslavië maar toen ze begonnen te vechten, zijn we vertrokken. Servië is met zijn klimaat, de goede grond en de centrale ligging, een ideale plek voor ons product. Maar ook voor de kweek van paprika, pruimen en tomaat. Toch zijn de opbrengsten niet altijd optimaal door gebrek aan werkkapitaal en kennis. Tomaten bijvoorbeeld leveren in Servië gemiddeld een rendement van 950 gram per vierkante meter. In Nederland wordt er, weliswaar in kassen, 60 tot 70 kilo per vierkante meter geproduceerd. Dat zijn enorme verschillen. In onze branche is de opbrengst een stuk beter. Als het een beetje meezit, produceren we zo'n 60 ton per hectare en dat is lang niet slecht. Kansen voor Nederlandse ondernemers zijn hier vooral in de tuinbouw. Helaas hebben Servische boeren te kampen met een enorme kennisachterstand.

Daar moet je als ondernemer wel rekening mee houden. Vanuit alle kanten worden er programma's ontwikkeld om dat te verhelpen, maar ik vind het soms wat weinig hands on. Die boeren hebben behoefte aan praktische hulp. Iemand met groene vingers die komt voordoen hoe het moet. Natuurlijk zie je ook leuke ontwikkelingen: handelaren die zelf kleinschalig telen, inkopen en verpakken. Maar ja, die lopen al snel weer tegen allerlei certificeringsvoorwaarden aan."

## **Alewijn Broere, directeur SBW International:**

### **'Bij ons is het altijd zomer'**

**Het gaat goed met het Nederlandse weefselweeklaboratorium SBW International. Het innovatieve bedrijf bedient veredelaars over de hele wereld en is bezig met een veroveringscampagne in Latijns-Amerika. In Brazilië boekt het bedrijf grote successen en de voorbereidingen voor een Mexicaans avontuur zijn in volle gang. Vanuit Mexico wil SBW de Noord-Amerikaanse markt veroveren.**

Weefselweek is het kweken van planten op een kunstmatige voedingsbodem onder steriele omstandigheden. Bijna hetzelfde als stekken, alleen wordt bij weefselweek niets aan het toeval overgelaten. Licht, temperatuur, voeding, weer en wind, het is allemaal strak geregeld. Parasieten zijn er niet, evenmin als tegenvallende weersomstandigheden. "Bij ons is het altijd zomer", zegt Alewijn Broere, algemeen directeur van SBW International. Daardoor is het mogelijk in zeer korte tijd een enorme hoeveelheid planten te kweken en nieuwe rassen te ontwikkelen, ziektevrij en resistent. Een eucalyptuswoud in zeven jaar, of een teakwoud in twintig jaar, zoals het bedrijf doet in Brazilië. Daar richt het bedrijf zich ook op onder andere koffie, suikerriet en pinus (voor papier). In Ghana ontwikkelt SBW International fruitgewassen als ananas- en banaan planten. "De beste manier van ontwikkelings samenwerking die je kunt bedenken", meent Broere. "Je brengt er kennis en werk".

### **Betrouwbaar en onafhankelijk**

SBW International staat helemaal aan het begin van de productieketen, benadrukt Broere, "Wij maken hoogwaardig uitgangsmateriaal met in potentie hoge opbrengsten en/of kwaliteit, veredelaars nemen ze van ons af en brengen ze op de markt. Wij bedienen topveredelaars overal ter wereld, in totaal vierhonderd cliënten."

SBW International werd in 1976 opgericht op initiatief van de Wageningse hoogleraar Rudolf Pierik in samenwerking met een aantal tuinbouworganisaties en Naktuinbouw. Doel was een betrouwbaar en onafhankelijk laboratorium voor het ontwikkelen en toepassen van weefselweektechnieken, die op de eisen van de Nederlandse tuinbouw waren afgestemd. SBW richtte zich vooral op de sierteelt, met bloemen als lelie, gerbera en anthurium. In 2001 werd de organisatie geprivatiseerd. SBW ging meteen internationaal en week uit naar Macedonië, onder andere om de arbeidskosten te drukken. Macedonië is van huis uit een tuinbouwland en heeft voldoende goed gekwalificeerde arbeidskrachten en logistiek lag de keuze voor het land, op 2500 kilometer van Nederland, voor de hand. Bovendien waren er aantrekkelijke subsidies beschikbaar voor ondernemers die daar aan de slag wilden. Het land is strategisch gelegen nabij Turkije, Griekenland, de Balkan en het voormalige Oostblok. Het landklimaat is gunstig, het aantal zonne-uren groot en het opleidingsniveau van de bevolking is relatief hoog. Nu zijn er vestigingen in Roelofarendsveen (de hightech-afdeling: zestig medewerkers) Macedonië (140 medewerkers), Brazilië (tachtig medewerkers) en sinds de zomer van 2007 in Ghana (eveneens tachtig medewerkers). Daar produceert SBW een nieuwe anansoort voor de lokale markt. Ook richt SBW zich daar op de sierteelt: lelie, zantedeschia, gerbera, anthurium en bromelia. Het Ghanese laboratorium heeft een capaciteit van twaalf miljoen weefselweekplanten per jaar. Er zijn al twee jaar voorbereidingen gaande voor uitbreiding naar Mexico, waar SBW naar een laboratorium zoekt om over te nemen. "Vooral om daar te produceren voor de export naar de Verenigde Staten", aldus Broere. "Mexico is gunstig omdat de peso is gekoppeld aan de Amerikaanse dollar, al moeten we afwachten wat de kredietcrisis uiteindelijk gaat brengen." De bedoeling is om in Mexico in 2010 een volledige draaiend bedrijf te hebben.

### **Explosieve groei**

Broere is op dit moment in Brazilië vanwege de explosieve groei van de lokale markt aldaar. Met name het zogenaamde TIB-systeem, waarbij plantjes 'zwemmen' in grote vaten van vijftig liter, die beurtelings vol en leeg worden gepompt, is zo succesvol dat een verdubbeling van de capaciteit al snel noodzakelijk bleek. "Met dit systeem is het mogelijk

om in zeer korte tijd tienduizend suikerrietplantjes te kweken uit één vat van 50 liter", aldus Broere. "Een uitkomst voor landen die het moeten hebben van grootschalige productie." De lokale groei betekent dat er gereorganiseerd moet worden. SBW begon in Brazilië met weefselkweek voor de export van plantjes voor de sierteelt naar Europa. Maar het bedrijf stelde zich ten doel om binnen vijf jaar 85 procent van de omzet uit de lokale, Latijns-Amerikaanse markt te halen. Dit punt is nu na drie jaar al bereikt. Drie jaar geleden bouwde SBW in het dorp Holambra bij een weefselkweeklaboratorium. Holambra is voortgekomen uit een Nederlandse nederzetting en het is het grootste productiecentrum van bloemen en planten van Latijns-Amerika. Daar heeft SBW een Braziliaans-Nederlandse partner, Henco, een holding van de Braziliaanse tuinbouw pioniers Hendrikus en Nicolaas de Wit. "Samenwerken met Nederlanders is in een land als Brazilië wel zo fijn", vindt Broere. "Hoewel ze hier alweer een paar generaties wonen, zijn ze volgens Broere nog typisch Nederlands: "Ondernemend, doorzetten en aan een paar woorden genoeg hebben", omschrijft Broere de Nederlandse mentaliteit. "Niks ten nadele van Brazilianen, maar mensen die van aanpakken houden, willen nog wel eens gefrustreerd raken van de 'morgen is er weer een dag'-mentaliteit die in Brazilië heerst. De productie in Brazilië is gigantisch: acht miljoen weefselkweekplantjes en we denken die productie te gaan verdubbelen. Je moet je realiseren dat Brazilië zo groot is als heel Europa", aldus Broere. "We hebben het hier over enorme uitgestrekte gebieden voor landbouw." De Braziliaanse overheid is blij met buitenlandse investeerders, maar voor het invoeren van nieuwe gewassen zijn hoge drempels en een pittige bureaucratie. De LNV-afdeling in Brasilia heeft SBW wegwijs gemaakt. "We maken de eerste jaren in een land altijd heel intensief gebruik van de kennis van LNV", zegt Broere. "Marktanalyses, de kansen, mogelijke knelpunten, de benodigde procedures en vergunningen. Het is ook een wisselwerking, want na een tijdje voorzien wij LNV weer van de kennis die we opdoen." Braziliaanse kwekers hebben de naam het niet altijd even nauw te nemen met zaken als kwekersrechten, maar dat euvel wordt bestreden door er bovenop te zitten, vertelt Broere. "Bovendien zoeken wij samenwerking met grote bedrijven, die zijn meer geneigd zich aan hun verplichtingen te houden." De concurrentie in Brazilië is niet noemenswaardig. De bedrijven die zich er bezighouden met weefselkweek, richten zich meestal op één soort en zijn klein.

### **Geweldige doorbraak**

"In tijden van voedselschaarste en het steeds schaarser worden van geschikte landbouwgrond zijn weefselkweektechnieken dé uitkomst", stelt Broere. SBW ontwikkelt dan ook niet alleen planten, er wordt ook veel onderzoek gedaan door gerenommeerde wetenschappers op het gebied. "Door onze kennis kunnen we bijdragen aan de ontwikkeling van gezonde, resistente planten, wat van niet te onderschatte belang is, de noodzaak van hoogwaardig uitgangsmateriaal voor de productie wordt steeds meer onderkent, aldus Broere. "Daarnaast kan er dankzij onze techniek op een goedkope manier een enorme opbrengst worden gegenereerd." Ten slotte ontwikkelt SBW nieuwe vermeerderingstechnieken. SBW experimenteert nu met de toepassing van somatische embryogenese op koffie en pinus. Broere: "De verwachtingen zijn hoog. Als de experimenten slagen, kan de techniek op andere gewassen worden toegepast. Dat zou een geweldige doorbraak zijn."

*Peter Breedveld*

## **Kort graag...**

Het ministerie van Landbouw heeft ruim 50 LNV-afdelingen in evenzoveel landen. Elke maand maken we kennis met een van onze verre medewerkers.

11 vragen aan Jean Rummenie, LNV-Raad Korea

### **1. Wat zou u doen als u dit werk niet deed?**

In ieder geval internationaal werk. Toen ik afstudeerde aan de Universiteit Wageningen had ik twee hoofdvakken: Tuinbouw en Internationale Betrekkingen en Ontwikkelingen bij professor Voorhoeve. Dat was en is het leuke aan Wageningen dat je je zo breed kunt oriënteren. Na eerst een aantal jaren bij het toenmalige DIEA (Directie Internationale Economische Aangelegenheden gewerkt te hebben) bij de beste directeur ever, de heer Bergman, ben ik in 1989 in de buitenlandse dienst terechtgekomen. Na posten in Wenen, Washington, Madrid, Boedapest en Buenos Aires ben ik sinds dit jaar Landbouwrapraad in Seoul.

### **2. Wat moet iedereen weten over Korea?**

Dat Korea, ook wel het gesloten koninkrijk genoemd, vele eeuwen een volkomen naar het buitenland gesloten land is geweest. Qua cultuur heeft men veel gemeen met Japan maar de Koreanen zijn afgezien van dezelfde mores bij het kennismaken (geen handen geven maar buigen) veel directer. Een visitekaartje dient bij kennismaking met beide handen overhandigd te worden en moet daarna op tafel gelegd worden in het gesprek terwijl je er respectvol verschillende keren naar kijkt. Eventueel kan het visite kaartje met één hand gegeven worden maar nooit met de linker!

### **3. Wanneer denkt u dit is een mooie dag?**

Korea is zowel veterinaire als fytosanitaire een uiterst moeilijk land. Als wij dan na lang aandringen een belangrijk middel tegen schimmel op kaas (natamycine) krijgen goedgekeurd zodat de Nederlandse kaasexporteurs niet een aparte productielijn meer in stand hoeven te houden, is het een prachtige dag.

### **4. Wat is uw grootste ergernis?**

Als men in dit land, zoals bij de Amerikaanse rundvleesdemonstraties, totaal de ratio uit het oog verliest en elkaar wijsmaakt dat Amerikaans rundvlees niet te vertrouwen is. Wat me daarbij wellicht nog meer verwondert is dat noch het Koreaanse ministerie van Landbouw noch de Veterinaire Dienst het publiek op tijd van zakelijke transparante informatie voorziet waardoor zaken onnodig escaleren tot dimensies die niet meer beheersbaar zijn.

### **5. Voor wie heeft u bewondering?**

Voor mijn partner die nu alweer voor de vierde keer met me meegaat naar een post in het buitenland en in feite zijn hele leven aanpast aan mijn werk. Hij was ooit medisch specialist in de VS maar heeft in 1995 zijn werk opgegeven en is mij achterna gereisd naar Madrid. Maar ook voor Monique de Muynck van I&H die al zo veel jaren met hart en ziel onder andere de deelname aan de Horti Fair organiseert. Dat zijn mensen die uiterst belangrijk voor een organisatie zijn omdat ze medemenselijk zijn en daar hebben we er helaas te weinig van.

### **6. Welke sector laat hier absoluut kansen liggen?**

Korea is geen gemakkelijk markt en één met hoge invoertarieven. De prijzen zijn echter binnenslands ook navenant hoog en dat maakt de markt weer aantrekkelijk. Er liggen dus goede mogelijkheden voor de Nederlandse tuinbouwsector wat kassenbouw en uitgangsmateriaal betreft, alsmede voor de Nederlandse zuivel en varkensvleessector. Tegelijkertijd kunnen we een rol spelen in het efficiënter maken van de Koreaanse landbouwsector, de vergeten sector in de Koreaanse economie. Nederland wordt hier vaak als gidsland genoemd en dan heb ik het natuurlijk over opleidingen, kennis en innovatie ter verduurzaming van deze sector.

### **7. Hoe staat het met het duurzaam ondernemen in Korea?**

Korea staat pas aan het begin. Onlangs is in Korea een van de grootste waterstoffabrieken geopend. Er moet echter nog veel veranderen op energiegebied. Olieraffinaderijen laten hun warme afvalwater gewoon nog in zee lopen. Men moet daarbij wel beseffen dat het land energie importerend is. De Koreaanse regering geeft nu duidelijk aan dat het roer om moet. Kansen zijn er wat dat betreft voor de tuinbouwsector en voor agrologistiek.

### **8. Wat kan er op uw werkterrein beslist beter?**

Allereerst mijn kennis van de Koreaanse taal en natuurlijk het verder uit de weg ruimen van veterinaire en fytosanitaire handelsbelemmeringen voor de Nederlandse agribusiness.

### **9. Welk lokaal gerecht is uw absolute favoriet?**

Bulgogi oftewel Koreaanse barbecue. Echt gezellig eten van heel fijn gesneden rundvlees met veel knoflook, klaargemaakt met een brander op de tafel vergezeld van uiterst gezonde groenten en meestal meerdere glaasjes soju (Koreaanse wodka).

### **10. Met wie zou u een avond op stap willen?**

Met mijn eigen minister om haar wat beter te leren kennen in een informele sfeer.

### **11. Uw sleutelwoord voor de toekomst?**

Mijn levensdevies voor het verleden, het heden en de toekomst. 'The best trick is no trick'. Mijn ervaring wereldwijd, onafhankelijk van welke cultuur: je komt het verst met mensen met een open vizier.

## Korte berichten uit het buitenland

### AMERIKA

#### Brazilië

LNV-afdeling Brasilia

#### Raceauto's op bio-ethanol

De exportbevorderingsautoriteit APEX Brasil en de Indy Racing League hebben een akkoord getekend dat Brazilië bio-ethanol (uit rietsuiker) zal leveren aan het race-evenement. Alle raceauto's van het Formule Indy Kampioenschap 2009 zullen op Braziliaans ethanol racen. Brazilië wil hierdoor zijn ethanol promoten in het buitenland als schone energie. Volgens het akkoord zullen alle etappes van het seizoen getankt worden met ethanol, wat een jaarlijks consumptie is van ongeveer 454 duizend liter.

#### Cuba

LNV-afdeling Mexica

#### Nieuwe minister

Op Cuba is een nieuwe minister van Landbouw benoemd: Ulises Rosales del Toro. Voorheen was hij Minister van Suiker en onder zijn leiding is in de afgelopen jaren de suikerrietteelt en verwerking gereorganiseerd. Zijn benoeming wordt strategisch van aard genoemd en een belangrijke taak zal de versterking van voedselproductie op Cuba zijn, nadat deze door drie orkanen het afgelopen jaar zwaar is getroffen. Naast voedselproductie wordt zijn beleidsterrein uitgebreid met bosbouw en veeteelt.

### AZIË

#### India

LNV-afdeling Delhi

#### Internationaal marktonderzoek

International Business Research (IBR) Groningen biedt maatwerkonderzoek tegen kostprijs. De onderzoeken worden uitgevoerd door excellente studenten van de Rijksuniversiteit Groningen, onder begeleiding van twee professoren. In mei en juni 2009 zal IBR naar de opkomende markteconomieën India en Argentinië afreizen. Meer informatie: [www.ibr-groningen.nl](http://www.ibr-groningen.nl), e-mail [info@ibr-groningen.nl](mailto:info@ibr-groningen.nl).

#### Indonesië

LNV-afdeling Jakarta

#### Prijzontwikkeling palmolie

De prijzen voor ruwe palmolie zouden in 2009 nog verder dalen met 46%. Dat voorspelt de internationale organisatie CLSA Asia-Pacific Markets. Sinds maart 2008 is de prijs per ton al met ongeveer 68% gedaald. De verdere daling wordt veroorzaakt door overproductie. Mogelijk kan een aantrekkende vraag naar biobrandstoffen het beeld gunstig beïnvloeden. Indonesië en Maleisië produceren gezamenlijk ongeveer 85% van de wereldbehoefte aan palmolie. Nederland is een grote importeur van palmolie.

#### Japan

LNV-afdeling Tokyo

#### 89% wil lokaal

Volgens een recent onderzoek zegt 89% van de geïnterviewden lokaal geproduceerde levensmiddelen te verkiezen boven import. Als belangrijkste reden hiervoor gaf men de zorg over voedselveiligheid (90%) van geïmporteerde producten. Deze uitkomst reflecteert duidelijk de verschillende voedselschandalen die afgelopen jaar aan het licht kwamen, zoals

de import van verontreinigde dumplings uit China, Chinese melamine dat op de Japanse markt in een groot aantal verwerkte producten aangetroffen is, en verontreinigde en beschimmelde importrijst.

## **EUROPESE UNIE**

### **België**

LNV-afdeling Brussel

#### **Stijgende export naar Rusland**

Rusland wordt een steeds grotere afzetmarkt voor Belgische groenten en fruit, en is inmiddels goed voor 22% van de totale exportwaarde van de Belgische agribusiness. Vlaamse appels, tomaten, paprika's en vooral peren vinden hun weg naar Rusland. Met een export van 113.500 ton vorig jaar was België goed voor een derde van alle in Rusland ingevoerde peren. België staat ook in de top 10 van landen die varkensvlees naar Rusland uitvoeren. De Russen willen echter de varkensteelt meer zelf in handen nemen en overwegen om de invoer aan banden te leggen via een systeem van quota en zware heffingen. De Russen zijn erg geïnteresseerd in Vlaamse expertise inzake voedselveiligheid, zo bleek tijdens recent overleg.

### **Denemarken**

LNV-afdeling Kopenhagen

#### **Expansie Arla Foods**

Het zuivelconcern Arla Foods gaat een nieuw offensief starten in Noord-Europa. Doel: de omzet met de helft oftewel DKK 3,4 miljard euro te verhogen vóór 2013, voor een groot deel door opkoop van bedrijven en samenwerkingsovereenkomsten. De omzet van Arla lag de afgelopen jaren tamelijk stabiel rond de 6,3 miljard euro. Kernmarkten zijn: Denemarken, Zweden, het Verenigd Koninkrijk, Polen en Duitsland.

### **Duitsland**

LNV-afdeling Berlijn

#### **Biggenimport stijgt**

Dit jaar zal de import van biggen in Duitsland stijgen tot 6 miljoen dieren. Met name in de aan Nederland grenzende deelstaten Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen bestaat een tekort aan biggen. Duitsland importeert voornamelijk uit Denemarken en Nederland. De helft van de Nederlandse biggenexport gaat naar Duitsland; voor de Deense biggen geldt zelfs dat meer dan 80% naar Duitsland wordt geëxporteerd.

#### **Duitser eet meer vis**

In 2007 at de Duitse consument met 16,4 kilogram (vanggewicht) gemiddeld 5,8% meer vis dan in 2006. Favoriete vissoorten zijn: Alaska koolvis (23,6%), haring (16,1%), zalm (11,0%) en tonijn (10,5%). Het merendeel van de vis en zeevruchten werd door discounters verkocht (48,7%). Bij de supermarkten, die ook gedeeltelijk over verse-visafdelingen beschikken, deed de Duitse consument 36,7% van zijn visinkopen. Slechts 5,4% werd door viswinkels verkocht.

### **Frankrijk**

LNV-afdeling Parijs

#### **Eén logo promotie agri-export**

SOPEXA heeft een nieuw logo ontwikkeld dat de zichtbaarheid van het Franse product wereldwijd moet versterken: een kleine Eiffeltoren met schuin eroverheen: 'France, bon appétit'. De volledig herziene website [www.franceagroalimentaire.com](http://www.franceagroalimentaire.com) wordt dé digitale vitrine van de Franse voedselsector voor buitenlandse importeurs. De website biedt integrale informatie, waaronder productinformatie, kwaliteitszaken, een online adresboek



van Franse exporteurs en berichtgeving over Franse promotie-evenementen wereldwijd. Voor de buitenlandse media wordt verder de e-newsletter French Food News gelanceerd.

### **Verse zuivel van geitenmelk**

Het familiebedrijf Rians (onderdeel van Triballat) ziet potentieel in verse zuivel van geitenmelk. Jaarlijks wordt 50 miljoen liter geitenmelk verwerkt. Daarvan wordt 25% geïmporteerd uit Nederland en Spanje. Triballat/Rians (jaaromzet 2007 circa 256 miljoen euro) heeft recentelijk en met succes een yoghurt op basis van geitenmelk in de markt gezet. Export krijgt speciale aandacht. Rians is al aanwezig op de Duitse, Benelux- en Britse markt en heeft in de Verenigde Staten het geitenkaasbedrijf Laura Chenel overgenomen, evenals een zuivelbedrijf in Argentinië.

### **Zetmeelconcern gebruikt microalgen**

Met micro-algen wil het zetmeelconcern Roquette afzetmarkten als voeding, gezondheid (omega 3), farmacie, cosmetica en visvoerders gaan bewerken en zijn marktpositie hier versterken. Roquette heeft een jaaromzet van 2 miljard euro, waarvan 75% in Europa. Algenteelt levert bijna 30 keer zo veel biomassa per hectare op als graan, maar de kosten liggen hoger. In het kader van het project, Algohub, zullen de algen geproduceerd worden in een zoetwater fotobioreactor. Plan is om in de toekomst boeren bij de productie te betrekken. De productietechniek lijkt veel op die van glastuinbouw. Partners in Algohub zijn de bedrijven Glon en Evalis (veevoeders), Bonduelle (groentenconserven) en instituten, waaronder het Institut Pasteur in Lille.

### **Italië**

LNV-afdeling Rome

### **Ruim baan voor private label**

De Italiaanse markt voor private labelproducten is goed. Pasta, innovatieve diepvriesmaaltijden, kazen, snacks, dranken, ijs en olie: veel bedrijven registreren een groeiende vraag naar de huismerken van velerlei producten. Producenten van zowel private-label als merknamen schetsen een vaak analoge situatie: een derde van de omzet betreft huismerken, met een groei van 10% per jaar. Daarentegen lijken de grote merknamen momenteel onder vuur te liggen. Terwijl de kleine producenten en de grote supermarktketens de prijzen van hun private labels verlagen, blijven die van de grote merken stijgen. Reden voor de Italiaanse prijzenwaakhond Prezzi om zowel de hypermarkten als de grote producenten te ontbieden. Met om te beginnen de pastafabrikanten Barilla, De Cecco, Divella, Agnesi en Garofalo, gezien de prijsstijgingen van 32% voor een kilo pasta in één jaar tijd.

### **Goedkoop uit de muur**

Als paddenstoelen schieten ze uit de grond: winkels waar de verkoop uitsluitend plaatsvindt via zogenoemde vending machines. Die kenden het afgelopen jaar een groei van 8%. In Italië vindt vending vooral plaats via automaten in de beschermde werkomgeving (90%) zoals kantoren, fabrieken en bedrijven. 5,2% is aanwezig in scholen en universiteiten, 3,9% in ziekenhuizen en ministeries en tot nog toe slechts 0,8% in openbare ruimtes als stations, vliegvelden en winkelstraten. Deze laatste groep is echter het snelst groeiende segment.

### **Tsjechië**

LNV-afdeling Praag

### **Zuivelproductie**

De Tsjechische zuivelproductie is in het eerste half jaar van 2008 met 4% verminderd ten opzichte van de productie in dezelfde periode in 2007. Volgens de directeur van de Czech – Moravian Dairies Association nam alleen de productie van verse melk (+ 2%), cottage cheese (+4.3%) en melkpoeder (6%) toe. In alle andere categorieën liep de productie terug. De prijs voor de melk af boerderij nam af van 0,53 euro tot 0,415 euro per liter. Ook de prijs voor boter was lager, van 4 euro per kilo in januari naar 3,20 euro begin augustus. De situatie duidt op een overschot aan producten en een achterblijvende vraag die niet

opgevangen kan worden door export. De export groeide met 4.8% en komt voor een groot deel op het conto van Duitse melkfabrieken die in Tsjechië verse melk af boerderij kopen.

### **Ahold nog in het rood**

In tegenstelling tot Tesco heeft Ahold in 2007 nog steeds verlies geleden op de Tsjechische markt. Veel is toe te schrijven aan de kosten van overnames. Wel nam de omzet toe. Het verlies bedroeg eind 2007 ongeveer 16 miljoen euro. De 10 grootste retailketens hebben samen een marktaandeel van 66% en groeiden ten opzichte van 2006 met 3%. De grootste retailer is de Schwartz Group, met Lidl en Kaufland, gevolgd door Ahold en Tesco. Macro staat op vier en Rewe op vijf.

### **Roemenië**

LNV-afdeling Boekarest

### **Heineken investeert**

Heineken Romania investeert in 2009 bijna 50 miljoen euro in het moderniseren en renoveren van bestaande productiefaciliteiten. Eerder al investeerde Heineken meer dan 200 miljoen euro in de overname van bierproducent Bere Mures en voor het uitbreiden van de productie naar meer dan 7 miljoen hectoliter per jaar. Heineken kocht ook een mineraalwaterfabriek aan die de merken Cezara en Cheile Cibinului verkoopt. De omzet van Heineken Romania steeg in de eerste helft van 2008 met 16% tot 106 miljoen euro, terwijl het verkoopvolume in dezelfde periode steeg met 5,6%.

## **MIDDEN-OOSTEN**

### **Saoedi-Arabië**

LNV-afdeling Abu Dhabi

### **Voedselveiligheid**

De organisatie SFDA is de eerste nationale campagne gestart over bewustzijn van voedselveiligheid: No for Food Poisoning, met allerlei voorlichtingsactiviteiten. Onderwerpen zijn bijvoorbeeld HACCP, maar ook het verantwoord omgaan met voedsel in huis, zoals vlees. SFDA is nu dé organisatie met het mandaat op dit onderwerp.

### **Verenigde Arabische Emiraten**

LNV-afdeling Abu Dhabi

### **Al-Ghurair Investments**

Al Ghurair Foods maakt onderdeel uit van de Al-Ghurair Investment Company. Dit moederbedrijf is in handen van een van de meest prominente zakelijke families in de VAE. En met een geschiedenis die meer dan 100 jaar teruggaat. Tegenwoordig is Al Ghurair actief in verschillende sectoren waaronder het bankwezen, verzekeringen, energie, retail, bouw en onderwijs. Het conglomeraat is actief in meer dan 20 landen en er zijn meer dan 40.000 mensen werkzaam. De jaarlijkse omzet bedraagt rond de 1,6 miljard euro. Al Ghurair Foods is één van de grootste subsidiaries van de investeringsgroep en biedt werk aan meer dan duizend werknemers.

## Nieuws

### Ierland en UK: Sterke groei Aldi

Aldi heeft aangekondigd 35 nieuwe Ierse winkels en een tweede distributiecentrum te openen in de komende drie jaar. Hiermee investeert de Duitse discountsupermarkt zo'n 350 miljoen euro in Ierland. Aldi en de andere discounters, zoals Lidl, Netto en Iceland, lijken sterk te kunnen profiteren van het huidige economische klimaat in Ierland en het Verenigd Koninkrijk.

Aldi heeft al 59 filialen in Ierland en de discounter heeft momenteel een marktaandeel van 4,5%. De uitbreidingsplannen komen na een succesvol jaar in Ierland. Het aantal bezoekers nam toe met circa 25% en de omzet steeg met ongeveer 23% ten opzichte van november 2007.

Ook in het Verenigd Koninkrijk is de omzet van Aldi het afgelopen jaar sterk toegenomen. Aldi heeft nu bijna 400 Britse filialen en een marktaandeel van 3%, nadat de omzet de laatste 12 maanden met 23,9% is gestegen tot bijna 2 miljard euro. De supermarkt opent gemiddeld één nieuwe winkel per week en zegt te streven naar een marktaandeel van 10% in het Verenigd Koninkrijk.

De grote stijging in brandstof en voedselprijzen in de eerste helft van dit jaar dreven veel consumenten naar de discounters. Aldi ziet nu veel nieuwe klanten in haar winkels, ook uit de groep van middeninkomens. Deze laatste groep wordt aangetrokken door het relatief goedkope assortiment aan premium producten, zoals bijvoorbeeld Schotse zalm. Northern Foods, één van de grootste Britse voedingsmiddelen concerns, heeft besloten om haar assortiment uit te breiden met meer goedkopere 'value-range' producten, ook voor de discounters.

*LNV-afdeling Londen*

### India: Verslag zuivelseminar Ahmedabad, Gujarat

India is de grootste zuivelproducent van de wereld. Indiërs zijn dol op allerlei traditionele zuivelproducten zoals paneer (cottage cheese) en zoete producten zoals gulab jamun (sweet balls). Daarnaast neemt de vraag naar Westerse zuivelproducten exponentieel toe. Hoewel India een grote producent is, is de gemiddelde productie per koe of buffel erg laag. Nu de vraag naar melk steeds groter wordt en India veel hulp nodig heeft bij het vergroten van de gemiddelde productie per hoofd van de bevolking, vond de LNV-afdeling te New Delhi en het Netherlands Business Support Office (NBSO) te Gujarat het tijd voor een seminar over dit onderwerp. Het seminar werd door een kleine 200 mensen bezocht. Hieronder waren veel vertegenwoordigers van de zuivelindustrie, de overheid, researchinstituten en universiteiten. Ook onder studenten bestond veel belangstelling. LNV-Raad Hans Wolff opende met te zeggen dat Nederland Gujarat veel te bieden heeft als het gaat om technische samenwerking. Uitgangsmateriaal, koeling, stalinrichting, onderzoek, voedselverwerking, alle facetten passeerden de revue. Bram Wouters van Wageningen UR Animal Science Group, Peter Fopma van Meko, Pim de Jong van PTC+, alsmede Bernold Kemperink van Foodvalley hielden inleidingen. Ook waren er een aantal Indiase sprekers.

Een veldbezoek voor de Nederlandse deelnemers om een idee te krijgen van de zuivelontwikkelingen in Gujarat stond ook op het programma. De staat Gujarat ontwikkelt zich zeer snel en is, zeker op zuivelgebied, één van de economische koplopers van India. Hoewel de gemiddelde Indiase boer maar twee buffels heeft, werd eerst een bezoek gebracht aan een melkveebedrijf in aanbouw met 2000 koeien. Dit bedrijf is een initiatief van private investeerders, die winstmogelijkheden zien in dit soort ontwikkelingen. Na een bezoek aan twee zuivelfabrieken kreeg de Nederlandse delegatie nog een speciaal kijkje in

de keuken: een zogenoemd milk collection centre in een dorp bij Ahmadabad met kleine boerderijtjes in een typisch Indiase setting.

*LNV-afdeling New Delhi*

### **Brazilië: Eerste aanplant ggo-mais 6,7 % van totale maïsoppervlakte**

De eerste maïsogst waarin het gebruik van genetisch gemodificeerd (ggo) zaaizaad is toegestaan in Brazilië zal naar verwachting voor 6,7% bestaan uit ggo-zaad. Dat heeft consultancy Céleres berekend op basis van marktgegevens.

Eerder dit jaar heeft de CTNbio, de Nationale Technische Commissie biologische veiligheid, die onder het Ministerie van Onderzoek en Technologie valt, een tweetal maïs ggo-variëteiten goedgekeurd voor commercieel gebruik, van de producenten Bayer en Monsanto. Onlangs is een derde type goedgekeurd, van Syngenta, maar de goedkeuring voor commercieel gebruik van deze variant kwam te laat voor inzaai. Op veel plaatsen in Brazilië wordt tweemaal per jaar geoogst, bijvoorbeeld eerst soja en vervolgens een 'oogstje' van maïs. De verwachting is dat de ggo-penetratie in die tweede oogst van maïs veel hoger zal liggen (19%), waardoor het totale ggo-oppervlakte maïs in beide oogsten uitkomt op 1,35 miljoen hectare in 2008/2009.

Brazilië loopt wat betreft goedkeuring van ggo's behoorlijk achter bij Argentinië, maar begint een inhaalslag te maken. Naast de drie goedgekeurde maïstypen zijn er twee ggo-katoen soorten en een ggo-soja goedgekeurd. Van de totale Braziliaanse soja productie is inmiddels 63,5% afkomstig van Monsanto's Roundup Ready, terwijl 19,7% van de katoenteelt uit ggo's bestaat. Enkele tientallen aanvragen voor goedkeuring van nieuwe rassen zijn ingediend bij de beoordelingscommissie. Vorige week gaf CTNbio goedkeuring voor het doen van veldproeven van nog eens elf variëteiten. Er zit de komende jaren derhalve nog veel meer in het verschiet.

### **Servië in the picture**

13 november vond in Belgrado het tweede en laatste seminar plaats in het kader van een wereldwijde EU promotie campagne georganiseerd door het Bloemenbureau. Afgelopen jaar stond het seminar in het teken van Kwekersrecht en toetreding tot UPOV (genodigden: medewerkers ministerie en instituten), dit jaar was het onderwerp: 'Ontwikkelingen in de Bloemensector' waarbij de genodigden vooral uit inkoopmanagers retail en kwekers bestonden. Als sprekers voor het seminar waren uitgenodigd: Doeke Faber (VBN), Igor Boin (Freshretail) en Ronald van den Breevaart (MPS). Voor de sprekers was een aanvullend programma georganiseerd door de LNV-afdeling om zo een betere indruk te krijgen van de sector in Servië. Ook is een bezoek gebracht aan twee kwekers waarbij ook de mogelijkheden getoond zijn van heetwater bronnen voor de glastuinbouw. Sprekers waren zeer verrast over het aanbod van bronnen als alternatieve energiebron. Daarnaast is een drietal bedrijven bezocht die bloemen verkopen binnen hun retailorganisatie (Tempo, grootste retailketen van Servië, Metro, bekende internationale keten en Garden Centar, het grootste tuincentrum van Servië).

Het seminar was druk bezocht met meer dan 120 deelnemers hetgeen de grote interesse van deze sector in Servië voor toekomstige ontwikkelingen onderstreept.

We verwijzen u voor meer informatie over Servië naar het artikel op pagina 6.

## **Aardappelsector rapport Argentinië**

Op verzoek van de directie Industrie en Handel maakte een lokale consultancy een rapport over de aardappelsector in Argentinië. Het rapport bevat een compleet en gedetailleerd beeld van deze belangrijke sector, inclusief de verwerking en de importprocedures. Het areaal in Argentinië omvat 77.000 hectare wat een jaarproductie oplevert van 1,8 miljoen ton. Met name op het gebied van oogsten en opslag zijn er veel kansen in Argentinië, zo toont het rapport aan. De grote verwerkers bemoeien zich actief met het stimuleren ervan. Ook alle institutionele kaders komen aan bod". Dit rapport is op te vragen bij Lia Luijkx van de directie Industrie en Handel via e-mail: a.p.luijkx.visser@minInv.nl of telefoon 070 3784119.

## **Uitslag lezersonderzoek: 7,4!**

U hebt massaal gehoor gegeven aan onze oproep om mee te doen aan het lezersonderzoek dat in eind oktober plaatsvond. Hartelijk dank voor uw tijd en moeite! Bijna 500 respondenten (496 om precies te zijn) hebben de moeite genomen om de vragenlijst in te vullen.

### **Kort samengevat enkele uitkomsten:**

De gemiddelde leeftijd van de BB lezer is 52,5 jaar en 83% van de lezers is man. 95% van de lezers leest het blad langer dan een jaar. Er zijn weinig nieuwe lezers. U geeft BB een gemiddeld rapportcijfer van 7,4. De meest gelezen rubriek is de Korte Berichten/Nieuws rubriek, waarbij u aangeeft dat de actualiteit hiervan verbeterd kan worden. De sectorspecials worden met smaak gelezen, maar liefst 89% van de lezers waardeert deze ook als 'goed'. De meest genoemde sterke punten van BB blijken betrouwbare informatie (52%), relevantie informatie (42%) en inspirerende informatie (22%). Ook op leesbaarheid scoort BB voldoende. U hebt ook aangegeven dat er (een kleine greep), 'meer harde cijfers' in het blad mogen, 'aandacht voor kleine landen', 'meer subsidie-informatie', 'meer bedrijfsleven aan het woord', 'meer voorbeelden samenwerking bedrijfsleven', en 'meer internationaal actieve NL's ondernemers'.

De digitale versie van BB is nog een grote onbekende voor de meesten van u. De helft van de lezers weet niet dat Berichten Buitenland ook als pdf op de website is op te vragen. Een ruime meerderheid heeft interesse in actuele informatie op de website [www.minInv.nl](http://www.minInv.nl) 64% voor ontwikkelingen in andere landen, 50% in externe marktrapporten en 47% in korte economische berichten.

## Internationale pioniers uit de agribusiness aan het woord

### Exportise

De Exportise van:

Ronald Kloppenburg

*Locatie: Nederland*

*Bedrijf: Benfried bv*

*Sector: toeleverancier tuinbouw*

*Sinds: sinds 1990 internationaal*

**Benfried bv is al meer dan zestig jaar een toeleverancier voor de tuinbouw. Zowel voor de professionele kweker als de hovenier en particulier. Internationaal is Benfried sinds 1990 actief. Begonnen met export richting Frankrijk, is het bedrijf nu over de hele wereld actief. Ronald Kloppenburg, exportmanager bij Benfried over de visie van het bedrijf:**

"In de bijna 20 jaar dat Benfried internationaal actief is, hebben we een eigen stijl van opereren opgezet. Kijk, de producten die wij leveren, kunnen andere toeleveranciers ook leveren. Onze meerwaarde zit in de teeltbegeleiding die we bovenop onze producten kunnen aanbieden. De Nederlandse tuinbouwsector beschikt natuurlijk over een enorme hoeveelheid kennis. We leveren als natie wereldwijd van alles maar we doen mijns inziens te weinig als het er eenmaal staat. Dat is een gemiste kans. Je ziet vaak dat men in die landen gewoon niet goed weet hoe met al die techniek en kennis om te gaan. Bij Benfried proberen we dat gat te dichten door de kwekers te begeleiden bij de teelt. We geven advies op het gebied van bemesting, maar ook over het bestrijden en voorkomen van plagen en ziektes. En in ruil daarvoor vragen we ze onze producten te kopen. Zo ontstaat een win-win situatie.

### Ken je plant

Kloppenburg is een doorgewinterde kenner van de tuinbouwsector. Voordat hij als exportmanager aantrad bij Benfried, werkte hij bij diverse bedrijven in het Westland. "Ik heb me bezig gehouden met de teelt van tomaten, sla, komkommer, radijs, meloen, planten, bloemen, paprika's maar ben ook niet onbekend met de verpakkingenindustrie en gewasbestrijding. Wat mij opvalt, is dat er zo weinig buitenlandse kwekers zijn die echt verstand hebben van hun plant. En dat de kwaliteit van het product vaak ondergeschikt is aan de te produceren hoeveelheid. In Mexico bijvoorbeeld, zie je dat men alles mee heeft: klimaat en betaalbare arbeid. Maar als het aankomt op de basiselementen om een goed product te kunnen leveren, denk aan de kwaliteit van het water, de bemesting en dergelijke, laat men het afweten. Mensen vertrouwen tegenwoordig meer op de computer dan op zichzelf en de natuur. Telen is een vak. En er zijn maar een beperkt aantal kwekers die dat kunnen. Vroeger, en dan spreek ik over zo'n dertig jaar geleden, waren kwekers in Nederland echte natuurmensen. Die wisten precies wat met hun planten aan de hand was. Uiteraard zijn er uitzonderingen. Zo hebben wij een Australische kweker die echt ontzettend veel kennis van de plant heeft en ontzettend snel herkent wat er met een plant aan hand is. Bij zulke kwekers zie je dan ook het beste rendement.

### Kansen

Als exportmanager voer ik diverse activiteiten uit. Marktplannen per land opzetten, customer relations onderhouden met klanten, maar zeker ook met je leveranciers. Je moet innovatief denken, je product- en marktkennis op peil houden en daarbij ook duidelijke doorvertaling naar de binnendienst kunnen maken van hetgeen in de markt leeft. Ik doe graag zaken met Zweden en Australië, in beide landen heb je te maken met een open en leergierig volk dat in staat is om goed samen te werken. In Azië zijn we nog niet echt actief maar er zijn voor ons kansen in Maleisië, en ook Zuid-Korea ontwikkelt zich snel. Daar gaan we iemand opzetten om dat verder uit te diepen." De toekomst van Benfried? "We gaan verder met onze huidige strategie: De verkoop van materialen en kennis, de

toegevoegde waarde van Benfried International. Je ziet dat buitenlandse regeringen gericht zijn op het oplossen van de binnenlandse voedselproblematiek. Tuinbouw is dan een sector waar door overheden flink in geïnvesteerd zal gaan worden. Wij zullen er bovenop zitten.”