

Berichten

Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 36, nummer 5, mei 2010

In dit nummer:

- Duitsland: dol op zuivel
- Golfregio: tuinbouwsector maakt zich op voor vernieuwingslag
- Zuid-Korea: vrijhandelsakkoord biedt exportkansen

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

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

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

Realisatie

JackieWorks/geschreven en gedrukt

Aan dit nummer (en de special) werkten mee:

Aan dit nummer (en de special) werkten mee: Peter Breedveld, Frits H. Emmerik, Janus Golosz, Marcel van den Hark, Philip de Jong, Hans van der Lee, Philip den Ouden, Jochem Porte, Jacqueline Rogers, Gert Stiekema, Raymond Tans, Arie Veldhuizen, Songyue Zhang, Xiaoyong Zhang, Hans van der Zijden.

Opmaak

ONTWERPERS DIE MEEDENKEN.NL

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

Duitse zuivelmarkt biedt perspectief	3
Een maandelijkse rondgang langs de Nederlandse agri-vloer	6
Column	7
Tuinbouwsector Golfregio zoekt nieuwe richting	8
Vergroting export Nederlandse bedrijven op komst	11
Kort graag...	15
Korte berichten uit het buitenland	17
Exportise	23
Nieuws	25

Schoolmelk en kwaliteitskaas

Duitse zuivelmarkt biedt perspectief

Duitsland is de grootste exporteur van kaas binnen de Europese Unie en één van de grootste exporteurs van veel andere zuivelproducten. De zuivelproductie, ook voor binnenlandse consumptie, is groot. Niettemin zijn er nog steeds kansen voor Nederlandse bedrijven, in specifieke regio's en producten.

De export van zuivelproducten speelt een belangrijke rol in de Duitse zuivelindustrie. Ruim 40% van de melkproductie wordt geëxporteerd. Zowel de import als de export van zuivel vindt vooral plaats met andere EU-landen. In 2009 bedroeg de handelswaarde € 4,2 miljard (13% minder dan in 2008). Gezien de lage prijzen in Europa in het afgelopen jaar valt dit resultaat nog mee, de prognoses waren pessimistischer. Naar verwachting zal het belang van export verder toenemen, omdat de zuivelconsumptie relatief afneemt ten opzichte van de stijgende melkproductie.

Duitsland is binnen de Europese Unie de grootste producent en exporteur van kaas (zie kader). Daarnaast is het ook de grootste exporteur van yoghurt, gecondenseerde melk, magere melkpoeder en consumptiemelk. Ook hier zijn andere EU-landen vaak de bestemming. Een uitzondering vormt de handel in gecondenseerde melk, caseïne en boter, waar derde landen ook belangrijke afnemers zijn. Italië is de grootste buitenlandse afzetmarkt voor Duitse zuivel. Na Italië is Nederland de grootste importeur, waarbij melk, melkpoeder, weipoeder en boter worden geïmporteerd. Frankrijk neemt de derde plaats in.

Beieren en Noordrijn-Westfalen

Er is een trend zichtbaar dat vooral in Zuid-Duitsland de consumptie van hoogwaardige specialiteitenkazen aan het stijgen is. Hier liggen duidelijk kansen voor Nederlandse producenten van dit soort kazen.

In Noordrijn-Westfalen is onderzocht hoe kinderen enthousiast kunnen worden gemaakt worden voor het EU-schoolmelkprogramma. In Duitsland wordt hiervan steeds minder gebruikgemaakt. Gebleken is dat bij het gratis ter beschikking stellen van schoolmelkproducten een duidelijk grotere deelname is te verwachten. Het Duitse ministerie voor Voeding, Landbouw en Consumentenbescherming ondersteunt dit initiatief en roept de industrie op er samen met de producenten de schouders onder te zetten.

Alles bijeen genomen, is Duitsland een netto exporteur van zuivelproducten. Boter is hierop de grote uitzondering. In de handel in zuivelproducten is het opvallend dat de Duitse (export-)producten gekenmerkt worden door een relatief hoge prijs en de buitenlandse (import-) producten door een relatief lage prijs. Dit wordt veroorzaakt doordat Duitsland veel basisproducten exporteert en veel verrijkte en veredelde producten importeert.

Het Europese zuivelbeleid

De EU heeft gekozen voor een hervorming van het zuivelbeleid in lijn met de hervorming van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid. Dit houdt in: minder marktprijsondersteuning en afschaffing van de productiebeperking, van de melkquotering in 2015. Kortom, meer marktwerking.

Onder het traditionele markt- en prijsbeleid werd het inkomen van de melkveehouders gesteund door de marktprijs van zuivelproducten, op een hoog niveau gehouden door ingrijpen in de markt. De consument was degene die het inkomen van de melkveehouder ondersteunde door relatief hoge consumentenprijzen. Dat in het mededingingsbeleid extra wordt gelet op de bescherming van de consumentenbelangen is vanuit het beleid zoals we dat vóór de hervorming voerden begrijpelijk.

In Duitsland wordt met name in het zuiden door de melkboeren fel geprotesteerd tegen de afschaffing van de marktprijsondersteunende maatregelen. Veel boeren zijn afhankelijk van deze maatregelen. In het zuiden van Duitsland is de kostprijs van de melk veel hoger dan bijvoorbeeld in Nederland, vooral omdat de sector niet is geherstructureerd. Er zijn in deze regio veel kleine familiebedrijven die melk produceren, die vervolgens aan veel verschillende, kleine coöperaties wordt uitgeleverd. Gekscherend wordt er wel eens gezegd dat er in Beieren meer coöperaties zijn dan melkdrinkers.

Ook speelt mee dat er in Beieren en ook in Baden-Württemberg geen ruimte is voor grootschalige melkveehouderijbedrijven vanwege het bergachtige landschap. Op het moment dat de Brusselse ondersteuning voor de sector wegvalt en ook de productiebeperking wordt opgeheven, terwijl de sector niet is geherstructureerd, bestaat de kans dat veel van deze kleinschalige bedrijven het niet gaan redden.

Duitsland vindt net als Nederland dat er in de toekomst een vangnet moet overblijven, zodat er een bodem in de markt wordt gelegd. Hoe dat eruit zou moeten zien is, nog niet duidelijk. Van belang is dat er niet te grote prijsschommelingen zijn, hoewel schommelingen wel bij een vrije markt horen.

Zuivelketen

Ook in Duitsland was er in het afgelopen jaar veel discussie over de lage melkprices en nu is de prijs nog steeds aan de lage kant (€ 0,26 per kilogram, tegen een Europees gemiddelde van € 0,28 in januari 2010). Er is in de afgelopen jaren veel overleg geweest, waarbij steevast het retailkanaal de Zwarte Piet kreeg toegeschoven, omdat die in de ogen van de producenten weigert een betere prijs te betalen.

De melkveehouders voelen zich de zwakke schakel in de keten en vinden dat de consument meer zou moeten betalen voor het melkproduct. De mededingingsautoriteiten hebben de bescherming van de consumentenbelangen sterk in het oog. In de periode tussen 2000 en 2007 steeg de prijs voor melkproducten voor de consument met 17%, maar de prijs voor de producent daalde met 6%.

Over de machtsposities in de keten en de marges leveren publicaties nogal tegenstrijdige berichten op. Zo zegt een studie van de Duitse NMa dat supermarkten te weinig macht hebben om eenzijdig de prijzen te verhogen en op die manier de winst te maximaliseren. Een rapport van de Europese Rekenkamer constateerde weer een groot verschil tussen de consumenten- en de producentenprijs. Uit de verschillende rapportages komt geen duidelijk beeld naar voren over waar nu precies de macht in de keten ligt en wie en nu beschermd zou moeten worden, de consument of de producent.

Het probleem van de margeverdeling in de keten wordt overigens in Brussel onderkend. De nieuwe Europese Commissaris voor landbouw, Dacian Cioloș, wil zo snel mogelijk met voorstellen komen om de onderhandelingspositie van de melkveehouder in de keten te versterken. Hij denkt daarbij aan voorstellen voor contracten en het verruimen van de mogelijkheid om producentenorganisaties van melkveehouders op te richten. In het Europees Parlement maakt Esther de Lange, die er namens het CDA de landbouwportefeuille voert, zich al langer sterk voor een herziening van de margeverdeling in de zuivelketen en wil dit ook wettelijk geregeld hebben.

LNV-afdeling Berlijn

Aanvullende bronnen: w
NZO, Bayerische Vertretung Berlin

Grootste in kaas

Het belangrijkste exportproduct van de Duitse zuivelsector is kaas, met een totaal exportvolume in 2009 van bijna 945.000 ton (+5,2 % tegenover 2008), een absoluut exportrecord. Bijna de helft van de Duitse kaasproductie wordt geëxporteerd. Circa 828.600 ton Duitse kaas (+6%) gaat naar andere EU-landen. Italië is de grootste bestemming met 245.000 ton, gevolgd door Nederland met 113.000 ton (+19%). Buiten de EU is Rusland de grootste ontvanger met 51.000 ton (-19%).

In 2009 werd in totaal 600.000 ton kaas geïmporteerd (-3,5% tegenover 2008). Uit Nederland kwam 217.000 ton (-5%), gevolgd door Frankrijk met 113.000 ton (-2%). Zwitserland is de grootste exporteur van buiten de EU, met bijna 20.000 ton (+9%).

Overige zuivel

Fabrieksmelk is qua handelsvolume met 1,8 miljoen ton melk en room ongeveer gelijk gebleven in 2009. Tsjechië en Nederland namen het grootste deel van de Duitse import voor hun rekening, met respectievelijk 400.000 en 330.000 ton. Duitsland exporteerde 1,4 miljoen ton, waarvan 900.000 ton naar Italië.

Voor boter zijn de cijfers als volgt. Van in totaal bijna 81.000 ton export (-10%) ging 12.400 ton richting Frankrijk en 9000 ton naar Nederland. Andere grote exportlanden waren Italië, Tsjechië en Iran. Van in totaal 97.000 ton import (-13%), kwam 36.000 ton uit Ierland (-23%) en 20.000 ton uit Nederland (-9%).

Van bewerkte producten zoals vruchtenyoghurt exporteerde Duitsland 383.000 ton (-10%) naar voornamelijk Nederland en Oostenrijk. De importen (133.000, +16%) kwamen voor 50% uit België (76.000 ton).

Duitsland is een grote exporteur van consumentenmelk en room, namelijk 1,13 miljoen ton (25% stijging). Hiervan ging 180.000 ton naar Frankrijk (+50%) en 210.000 naar Nederland (-2,5%). Duitsland importeerde slechts 90.000 ton (2350 ton uit Italië, 390 ton uit Nederland).

Een maandelijkse rondgang langs de Nederlandse agri-vloer

Frans Wolbrink, Exportmanager van CAWI International, Hengelo

"Elk land heeft zo zijn interessante dingen", zegt Frans Wolbrink, die de wereld rondreist om de hypermoderne varkensstallen van het Hengelose bedrijf CAWI te verkopen. Desgevraagd heeft hij zich het meest verbaasd in Japan. "Iedereen denkt bij dat land aan moderne elektronica, de nieuwste snufjes en overal het eerste bij zijn, maar onze cliënten daar zijn de conservatiefste van allemaal. Als we iets nieuws hebben ontwikkeld, kost het ons in Japan altijd de meeste moeite om het geaccepteerd te krijgen."

"Zo hadden we een voederkommetje voor biggen, dat we altijd in het wit hadden geleverd, onze nieuwe bedrijfskleur gegeven: rood. Nou, dat werd in Japan niet zomaar gepikt. Dat rode kommetje wilden ze niet, ze wilden het witte kommetje, want dat hadden ze toch altijd gekregen? Dat werden ellenlange discussies over de kleinste details. Niet zo eenvoudig, want echt inhoudelijke argumenten hadden we niet. We hadden dat kommetje gewoon rood gemaakt, omdat we dat bij ons bedrijf vonden passen."

Afgezien daarvan is het natuurlijk veelzeggend dat buitenlandse varkenshouders hun stallen afnemen in Hengelo. "Onze stalinrichting en automatisering is duurder dan bijvoorbeeld die van Chinese afkomst, maar ze zijn gemaakt van degelijke materialen en voldoen aan alle nieuwste eisen van hygiëne en diervriendelijkheid en aan alle Europese richtlijnen. De afwerking is zodanig dat de dieren zich niet kunnen bezeren en we maken de inrichting op maat, afhankelijk van de manier van produceren van de varkenshouder. Samen met onze cliënten ontwerpen we een compleet stalconcept en we betrekken ze overal bij, van de planning en het ontwerp tot en met de uiteindelijke installatie." Toch zijn we ook wel zo eigenwijs dat we niet leveren waar onze cliënt om vraagt. We maken hem duidelijk dat wij leveren wat hij *nodig* heeft."

De kracht van CAWI ligt in de knowhow van een organisatie die rond de eeuwwisseling ontstond uit twee bedrijven, AHC Staltechniek in Hengelo en CAWI Stalinterieur uit Zelhem, en die dus kan bogen op jarenlange kennis en ervaring. "Door te blijven innoveren en gebruik te maken van die gecombineerde kennis, weten we ons op de wereldmarkt goed te handhaven", aldus Wolbrink.

Column

Philip den Ouden

De coalitie die Nederland nodig heeft...

Na de val van het kabinet-Balkenende IV is een politiek roerige periode aangebroken. Er wordt heftig gespeculeerd over alle mogelijke en onmogelijke coalitiecmbinaties. De belangrijkste vraag voor de levensmiddelenindustrie is wat een nieuwe coalitie ons zal brengen.

Die industrie staat, net als de gehele Nederlandse economie, voor grote opgaven. Op het gebied van duurzaamheid, economie en voeding en gezondheid zijn er grote uitdagingen. Om deze succesvol aan te gaan, kan de levensmiddelenindustrie de steun van een stabiele en gelijkgezinde coalitie meer dan goed gebruiken. De sector heeft in 2009, net als andere sectoren, te maken gekregen met een economische krimp. De Nederlandse levensmiddelenindustrie exporteert voor ongeveer € 20 miljard, dat is 40% van de totale omzet. De problemen op buitenlandse markten lieten zich flink voelen. Inmiddels stabiliseert de omzet, voornamelijk door de weer toenemende vraag in het buitenland. En het is essentieel dat deze vraag blijft toenemen. Dit betekent dat onze producten aantrekkelijker moeten zijn dan die van producenten in omringende landen. Om dit te bewerkstelligen, is kostenbeheersing een noodzakelijke voorwaarde. Immers: hoe lager de kosten, des te concurrerender je bent. Wij roepen een nieuwe coalitie op hieraan bij te dragen door de verpakkingenbelasting af te schaffen, prijsopdrijvende, ineffectieve maatregelen als het huidige biobrandstofbeleid niet voort te zetten, lastenverzwaringen voor het bedrijfsleven achterwege te laten en wetgeving aangaande levensmiddelen, duurzaamheid, voeding en gezondheid alleen op Europees niveau op te stellen. Zo blijft het gelijke speelveld in stand en is het bereik van de wetgeving het grootst.

Op het gebied van duurzaamheid wil de industrie grote stappen zetten. De levensmiddelenindustrie heeft zich altijd een verantwoorde speler getoond. Mede hierdoor is het Platform Verduurzaming Voedsel tot stand gekomen, waarin ketenpartners samen met het ministerie van LNV inzetten op verduurzaming van processen in de gehele keten. De ondersteuning vanuit overheidszijde versterkt de effecten van deze inspanning. Wij dringen hierbij aan op het voortzetten van de uiterst constructieve samenwerking met het ministerie van LNV, een onmisbare partner!

Voeding en gezondheid worden de komende jaren nog belangrijker. Geringe kennis over voeding, te weinig beweging en ongezonde levensstijlen zorgen dat problemen ontstaan op het gebied van de volksgezondheid. Voorlichting over een verantwoorde levensstijl en inzetten op frequenter bewegen moeten helpen deze problemen te lijf te gaan. De integrale beleidsaanpak die dit vergt, kan alleen vormgegeven worden door een stabiele coalitie die daadkracht kan en wil tonen.

De levensmiddelenindustrie verwacht van een nieuwe coalitie - ongeacht de kleur hiervan - daadkracht en steun om de benodigde stappen te kunnen zetten. Een coalitie die problemen wil aanpakken door middel van effectief beleid is in deze uitdagende tijden noodzakelijk. Wij doen vooral een beroep op alle partijen om dit als uitgangspunt te verkiezen boven partijpolitieke belangen en ideologieën.

Philip den Ouden, Directeur FNLI

Investeren in kennis noodzakelijk

Tuinbouwsector Golfregio zoekt nieuwe richting

Na jaren van stagnatie lijkt de tuinbouw in de Golfregio zich op te maken voor een vernieuwingsslag. Saudi-Arabië en de Verenigde Arabische Emiraten, landen die sterk afhankelijk zijn van voedselimporten, zien de tuinbouw als een van de weinige sectoren waarin zelfvoorziening realiseerbaar is. Een van de grootste uitdagingen is het gebrek aan kennis van en ervaring met moderne tuinbouw bij lokale producenten.

Centraal in de nieuwe richting staan efficiënter watergebruik, terugdringing van het gebruik van pesticiden, assortimentsverbreding en kwaliteitsverbetering in de gehele keten. Zowel overheden als grote retailers lijken de drijvende krachten achter deze ontwikkeling.

Saudi-Arabië heeft een areaal van 5500 hectare kassen, veelal plastic of kunststof kassen maar ook glas. De Verenigde Arabische Emiraten (VAE) beschikken over een areaal van 300 hectare. De belangrijkste producten zijn tomaten en komkommers. Slechts een klein deel (30 hectare) van het areaal is bestemd voor sierteeltproductie.

De gemiddelde tomatenproductie komt niet boven tien kilogram per vierkante meter. Kassen in het Midden-Oosten worden in het algemeen gekoeld via matraskoeling. Nadeel van dit systeem is dat het veel zoetwater vergt. Voeg dit bij de heersende praktijk dat groente veelal in de grond wordt geteeld, en er ontstaat een beeld van enorme waterverspilling in een regio waar water uitermate schaars aan het worden is. Per kilogram tomaat wordt ongeveer tien keer zoveel water geconsumeerd als in Nederland. Alleen al de introductie van substraatteelt en recirculatie zou enorme waterbesparingen met zich kunnen meebrengen.

Daar waar grondwater niet (meer) geschikt is voor gebruik, wordt overgeschakeld op ontzilt zeewater. De overheden zijn druk doende de ontziltingscapaciteit en de distributienetwerken voor dit water uit te breiden. De kosten die daarmee gemoeid zijn, worden meestal niet doorberekend aan de consument of teler, waardoor er op dat niveau nog weinig urgentie voor waterbesparing wordt gevoeld. Voor de overheden, als beheerders van de natuurlijke hulpbronnen, ligt dat anders. Ruim 70% van al het beschikbare zoetwater wordt momenteel aangewend voor landbouwproductie, een onhoudbare situatie in een regio met snelle verstedelijking en enorme bevolkingsgroei.

In een opmerkelijke stap besloot de Saudische regering in 2008 om de tarweproductie niet langer te ondersteunen, om zo water te besparen. Met als resultaat dat het land van een kleine exporteur gaat veranderen in een importeur.

Ook de productie van veevoedergewassen ligt onder vuur. Deze productie zal zich grotendeels verplaatsen naar het buitenland. Tegelijkertijd is er de behoefte om de lokale producenten een alternatief te bieden. Voor een deel wordt die gezien in een meer kapitaalintensieve waterefficiënte tuinbouw.

Vraag naar vers

Voor de productie van verse producten ziet men echter wél een toekomst weggelegd in de regio. Het Agricultural Development Fund, de belangrijkste financier van de Saudische landbouw, heeft onlangs innovatie in de tuinbouwketen als één van haar prioriteiten aangewezen. Het Saudische ministerie van landbouw is bezig een toekomstvisie voor de tuinbouw te ontwikkelen.

Er is echter ook beweging aan de vraagzijde als het gaat om verse groente en fruit. Alarmerende berichten over residuen van bestrijdingsmiddelen hebben een vraag naar schonere en meer biologische producten opgeleverd. Biologische bestrijding past in dat

plaatje. Ook wil men meer keuze hebben. Zeker in de VAE hebben de grote retailers hier de toon gezet. In de VAE wordt een breed assortiment aangeboden, grotendeels geïmporteerd uit naburige landen, maar ook uit Europa en de Verenigde Staten en Australië. Nederlandse verse producten worden, mede vanwege het uitstekende imago, in de grote steden van de VAE tegen een flinke premie verkocht. In Saudi-Arabië is dit kwaliteitssegment nog nauwelijks ontwikkeld en is de consument vooral uit op de laagste prijs. Ondoorzichtige marktstructuren, een slechte koelketen, en een lage organisatiegraad staan daar een bredere kwaliteitsslag nog in de weg. De verwachting is dat de toenemende invloed van retailers daarin zeker verandering zal gaan brengen.

Kostenplaatje

Om een vernieuwingsslag te kunnen maken, zal aanzienlijk geïnvesteerd moeten worden in het kennisniveau van producenten en andere spelers in de keten. Het gebruikelijke model in deze regio is dat eigenaren het management van de productie uitbesteden aan personeel uit omliggende landen (zoals Egypte) en het uitvoerende werk laten doen door personeel uit lagelonenlanden (zoals de Filippijnen en Bangladesh). Er is lokaal nauwelijks geschikt aanbod van opleidingen en cursussen, en onderzoek is zwak ontwikkeld.

Kansen voor Nederlandse bedrijven en kennisinstellingen zijn er op het vlak van toelevering en kennis van de productie en afzet van verse producten. Nederlandse producten en diensten hebben een uitstekend imago, maar het kostenplaatje schrikt lokale afnemers nogal eens af. Naast hypermoderne productietechnologie voor het hoogste segment lijken er vooral kansen te liggen in een geleidelijke modernisering van de sector. Op onderzoeksniveau doet Wageningen Universiteit en Research onderzoek naar kassen met efficiënt watergebruik. Er lopen gesprekken met overheden in de regio voor het vestigen van een regionaal onderzoeks- en demonstratiecentrum, waarin Nederlandse tuinbouwtechnologie en kennis een belangrijke rol moeten gaan spelen.

*Philip de Jong
LNV-Raad Abu Dhabi*

Zakendoen in de Golfregio

Het zakendoen wordt in hoge mate bepaald door een juiste persoonlijke relatie met de potentiële afnemer. Het kan van doorslaggevend belang zijn of u beschikt over een goed netwerk van contacten en de juiste wegen kent om ergens binnen te komen of iets gedaan te krijgen. In Saudi-Arabië bestaat bij sommige - vooral oudere - Saudi's nog altijd een voorkeur om zaken te doen met andere Saudi's. Zij kennen de (zakelijke) cultuur en de markt goed. Het zal daarom niet altijd even goed werken om een vertegenwoordiger te sturen die snel een dagje Saudi-Arabië aandoet. Het is aan te raden eerst enige tijd zaken te doen met de Saudische partner voordat er een agent wordt aangesteld.

Het aanstellen van een agent is niet verplicht. De meeste buitenlandse bedrijven werken, om bovengenoemde redenen, echter wel vaak met een agent. Het voeren van een handelsagentuur is voorbehouden aan personen met de lokale nationaliteit. Hierdoor zijn buitenlandse bedrijven vrijwel geheel afhankelijk van de inbreng van lokale agenten. Handelsagenten kunnen op verschillende manieren worden ingezet; zij kunnen optreden als distributeur, waarbij de agent onder andere veel invloed kan uitoefenen op de prijsstelling, of als een 'echte' agent, meestal op commissiebasis. De overeenkomst hoeft zich niet te beperken tot de verkoop van goederen; de handelsagent kan tevens bemiddelen in diensten.

Van de agent/distributeur wordt min of meer verwacht dat hij in staat is deugdelijke after sales service te verlenen. Veel exporteurs leveren directe ondersteuning door een werknemer uit te zenden die de handelsagent kan assisteren op onder meer het gebied van marketing, training en technische ondersteuning. Het kan soms aantrekkelijk zijn voor verschillende producten verschillende agenten aan te stellen.

Het is de kunst om een geschikte agent te vinden die zijn zaken kent en zowel bij de overheid als bij de particuliere sector zijn ingangen heeft. Veel zaken gaan echter prima zonder agent, vaak is een importeur genoeg.

Ondanks het feit dat het in steeds meer sectoren wettelijk mogelijk is een 100 procent buitenlands bedrijf op te zetten, wordt door de meeste buitenlandse bedrijven een joint venture met een lokaal bedrijf aangegaan. Het vereist een grotere verbintenis van het buitenlandse bedrijf, maar op de lange termijn kan het rekenen op overheidssteun (bijvoorbeeld belastingvoordelen).

Handelsmissies

Gezamenlijke handelsmissies bieden een goede mogelijkheid voor bedrijven om een land persoonlijk te verkennen, de eerste contacten te leggen met mogelijke partners en producten te introduceren. Zowel via de LNV-afdeling als de NL EVD Internationaal kunt u op de hoogte worden gehouden van komende missies.

Bron: NL Agentschap EVD.

Vrijhandelsakkoord Zuid-Korea en Europese Unie

Vergroting export Nederlandse bedrijven op komst

Het vrijhandelsakkoord (Free Trade Agreement, FTA) tussen de Europese Unie en Zuid-Korea bevindt zich op dit moment in de politieke goedkeuringsfase. Na goedkeuring zal dit akkoord ervoor zorgen dat Europese bedrijven binnen afzienbare tijd zonder importheffing of met tariefvrije quota naar Zuid-Korea kunnen exporteren. Ook zijn afspraken gemaakt over non-tarifaire belemmeringen en bescherming van geografische indicaties. Nederlandse bedrijven kunnen hiervan profiteren.

Gemiddeld zit er 35% heffing op agrarische producten uit Europa die Korea binnenkomen. Voor de Europese agrarische export gaat het jaarlijks om een bedrag van ongeveer € 380 miljoen. Met dit op handen zijnde vrijhandelsakkoord vallen de invoerheffingen grotendeels weg. Voor de meeste landbouwproducten geldt wel een afbouwschema en soms een quotum. Rijst en enkele andere agroproducten vallen niet onder de FTA. Ook is van belang dat Zuid-Korea de mogelijkheid heeft om in te grijpen wanneer de import te sterk oploopt. Deze zogenoemde 'safeguard' geldt bijvoorbeeld voor runderkarkassen en gekoeld varkensvlees.

In de FTA is een hoofdstuk over sanitaire en fytosanitaire maatregelen (SPS) opgenomen, om de handel in dierlijke en plantaardige producten alsmede transparantie in maatregelen te vergroten, maar tegelijkertijd een hoog beschermingsniveau van gezondheid te handhaven. Ook zal worden gestart om de SPS-aspecten te implementeren, het proces te monitoren en een forum voor discussie te vormen. Er zijn geen concrete afspraken gemaakt over afbouw van SPS-barrières, de waarde van dit specifieke hoofdstuk zal dus later moeten blijken.

Bescherming Geografische Indicatie

Koreaanse consumenten zijn zeer geïnteresseerd in Europese landbouwproducten met een Geografische Indicatie (GI), zoals diverse soorten wijnen, kazen en hammen. De FTA regelt de bescherming van deze producten op de Zuid-Koreaanse markt. Bestaande GI's zullen direct bescherming genieten nadat de FTA in werking is getreden. Nieuwe GI's zullen een simpele procedure moeten doorlopen. Dit laatste is van belang voor Nederlandse producten die in de toekomst een Europese GI krijgen.

Zuid-Korea is eveneens een interessante markt voor houdbare agrarische producten, voor (plantaardig) uitgangsmateriaal, en voor levering van diensten en machines. Voor Nederland belangrijke producten als vlees, zuivel en dranken zullen op termijn profiteren van de afschaffingen van de heffingen. Voor kaas en bepaalde melkpoeders komen tariefvrije quota. Voor de meeste bloemen, planten en uitgangsmateriaal (bloembollen, zaden), alsook voor de meeste machines en hardware geldt dat de heffingen onmiddellijk na de start van de FTA afgeschaft zullen worden. De huidige export bedraagt € 157 miljoen (2009).

Vleessector

Vlees- en vleesproducten behoren tot de sector die flink kan profiteren van een snelle invoering van de FTA. Nederland heeft een sterke positie op het gebied van bevroren varkensbuiken, die in Zuid-Korea in de vorm van het populaire gerecht Samgyeopsal gretig aftrek vinden. De importheffing op dit product (25%) zal binnen tien jaar geheel verdwijnen. Nederland moet wel beducht zijn voor de concurrentie vanuit de Verenigde Staten. Ook de VS heeft een FTA met Zuid-Korea afgesloten en heeft een voordeel, in een snellere afbouw van het tarief voor bevroren vlees. Het tarief voor bevroren varkensvlees van de EU gaat in tien jaar naar nul, terwijl deze voor de VS in vijf jaar wordt afgebouwd. Hoewel de VS tot voor kort vooral gekoeld vlees exporteerde, is de export van bevroren vlees het afgelopen jaar sterk gegroeid. De concurrentie vanuit de VS zal mogelijk groter

worden nadat de FTA's ingaan. En dat een FTA grote invloed kan hebben, bewijst Chili: na inwerkingtreding van de FTA schoot de export van varkensbuiken naar Zuid-Korea omhoog en in 2009 was Chili zelfs de grootste exporteur.

Nederland is op dit moment in onderhandeling met Zuid-Korea over de import van kippenvlees in Zuid-Korea. De verwachting is dat, na afbouw van het importtarief, export tegen een concurrerende prijs kan plaatsvinden. Voor rundvlees is nog flink wat geduld nodig. Niet alleen is de afbouw periode langer (15 jaar), ook is de Zuid-Koreaanse markt nog niet open vanwege de BSE-status van Europees rundvlees.

Zuivel

Omdat de heffing voor magere en volle melkpoeder zeer hoog is (176%), hebben Nederlandse exporteurs zich vooral gericht op de export van poederpreparaten naar Zuid-Korea. Deze preparaten worden gemaakt door melkpoeder en weipoeder te mixen en daarmee de heffing te verlagen tot 36%. Op deze wijze wordt ook cacao-poeder gemixt en geëxporteerd. Nederland is met uitstekende industriële technieken voor droogsproeien en mixen nummer één op de Koreaanse markt voor deze cacao- en melkpoeders. De exportvolumes kunnen stijgen nadat de importheffing omlaag gaat.

Nederlandse exporteurs dienen evenwel te letten op het tariefvrije quotumschema (TRQ). Het tariefvrije quotum voor melkpoeders zal voor Europese bedrijven namelijk stijgen, en dit geeft kansen voor andere Europese bedrijven zonder goede mix- en drooginstallaties. Via het Zuid-Koreaanse veilingsysteem zal de TRQ voor melkpoeders aan Europese bedrijven worden toegewezen. Ook andere zuivelproducten zoals weipoeder, lactose, kaas en boter zal via TRQ's geëxporteerd kunnen worden alvorens de heffing is afgebouwd. Aangezien Nederland door lagere prijzen op dit moment grote concurrentie ondervindt van Nieuw-Zeeland, Australië en de VS, is de uitbreiding van de TRQ en afbouw van heffingen een goede kans op uitbreiding van de export.

Sierteelt

Nederland heeft een sterke positie op de Zuid-Koreaanse markt voor bloembollen, met een aandeel van meer dan 90% van de import. De importheffing van 4-8% zal direct na het in werking treden van de FTA verdwijnen en daarom kan de export door lagere prijzen omhoog gaan. Het overgrote deel van de bloembollen gaat naar bloembollen- of bolbloemenkwekers. Directe verkopen aan de consument via de retail zijn nog gering vanwege hoge prijzen.

Hoge prijzen voor snijbloemen en andere sierteeltproducten hebben – naast strenge fytosanitaire eisen – de import in Zuid-Korea laag gehouden. Nadat de FTA in werking treedt, zullen de heffingen op de meeste producten direct worden opgeheven.

Overige producten en machines

Zetmeelproducten en voedergewassen, die respectievelijk het vijfde en zevende exportartikel richting Zuid-Korea van de Nederlandse agrosector vormen, zullen op termijn profiteren van de FTA. Van machines, chemicaliën en kunstmest zullen de heffingen direct of in drie jaar tijd worden verwijderd, Dit geeft voordelen voor Zuid-Koreaanse boeren die producten met hoge kwaliteit uit Nederland willen kopen, voor bijvoorbeeld stallen, kassen of verwerking van voedingsmiddelen. Zuid-Korea zet in de uitfaseringsperiode van de tarieven sterk in op verbetering van de landbouw. Zo werkt het land aan versterking van de glastuinbouwsector en ontwikkelt het een nationaal foodcluster in het midden van het land. Ook dit biedt kansen voor de Nederlandse agribusiness door het leveren van technologie en kennis.

Ook voor Nederlandse drankexporteurs brengt de FTA goed nieuws. Voor bier zal het importtarief van 30% in zeven jaar worden afgebouwd. Voor Schotse whisky's, - Zuid-Koreanen behoren tot de grootste innemers ter wereld - zal het tarief van 20% in drie jaar tijd worden afgebouwd.

Meer informatie over de FTA tussen de Europese Unie en Zuid-Korea
<http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=443>. Alle cijfers in dit artikel zijn afkomstig van de FTA.

Zuivelproducten: kansen op uitbreiding export

Product	Onderdeel	Huidige heffing	Tarief afbouwperiode	FTA TRQ
Poeder en geëvaporeerde melk	Magere en volle melkpoeder	176%	Geen afbouw	1000 ton, 3% toename per jaar gedurende 15 jaren (tot 1512 ton)
	Geëvaporeerde melk	89%		
	Melkpoederpreparaten	36%		
	Cacaopoederpreparaten	8%	10 jaar	
			Onmiddellijk of 5 jaar	
Kaas	Gouda en Edam	36%	15 jaar	4560 ton, 3% toename per jaar
Room	Bevroren room	36%	10 jaar	
Boter	Boter en boterpreparaten	89%	10 jaar	350 ton, 3% toename per jaar
Wei, lactose	Wei en lactose voor voeding	49,5%	10 jaar	3350 ton, 3% toename per jaar
	Wei en lactose voor diervoeder		Onmiddellijk	

Vleessector: snelle ratificatie van belang

Product	Onderdeel	Huidige heffing	Tarief afbouwperiode
Rundvlees	Karkassen	40%	15 jaar
	Levende runderen		
	Bijproducten	18%	
	Verwerkte rundvleesproducten	72%	
Varkensvlees	Bevroren varkensbuiken	25%	10 jaar
	Gekoelde varkensbuiken	22,5%	
	Gekoelde rib en schouder		
	Overig bevroren vlees	25%	5 jaar
	Overig gekoeld vlees	22,5%	
	Bijproducten voor menselijke consumptie	18-30%	
	Verwerkte producten (o.a. worst)	27-30%	
Kip	Bevroren borst en vleugels	20%	13 jaar
	Bevroren hele kip	18-20%	12 jaar
	Gekoelde kip en kipproducten	18%	10 jaar
	Bevroren poten	20-22,5%	
Eierproducten	Eieren	41,6%	15 jaar
	Vloeibare eiprodukten	27%	
	Eierdooier		13 jaar

Sierteeltsector: heffingen op bloembollen verdwijnen

Product	Onderdeel	Huidig tarief	Tarief afbouwperiode
Bloembollen	Lelies	4%	Onmiddellijk
	Overige bloembollen	8%	
Levende planten	Kastanje, walnoot, Koreaanse den, bonsai, rododendron en azalea	8%	10 jaar
	Overige levende planten	8% of 18%	Onmiddellijk
Snijbloemen	Phalaenopsis snijbloemen	25%	5 jaar
	Overige snijbloemen		Onmiddellijk

Overige producten en machines

Product	Onderdeel	Huidig tarief	Tarief afbouwperiode	FTA TRQ
Voedsel en dranken	Gemodificeerd zetmeel	385,7%	12 jaar	28.000 ton (1e jaar) → 44.337 ton (12e jaar)
	Bier	30%	7 jaar	
	Brood, biscuit, koekjes en crackers	8%	5 jaar	
	Schotse, Bourbon en Ierse Whiskey	20%	3 jaar	
	Koffiebonen	2%	Onmiddellijk	
	Ruwe suiker	3%	Onmiddellijk	
Diervoeder	Voedingssupplementen	50,6%	12 jaar	5.500 ton, 3% toename per jaar
	Melkvervangers flesvoeding	71%	10 jaar	
	Flesvoeding	4,2 of 5%	Onmiddellijk	
Machines	Verpakking voedsel	8%	3 jaar	
	Voedselverwerking Landbouwmachines		Onmiddellijk	
Chemicaliën	Ureum meststof, insecticiden en fungiciden	2%	3 jaar	
	Overige chemicaliën		Onmiddellijk	
	Overige meststoffen	6,5%	Onmiddellijk	

Kort graag...

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

11 vragen aan Martin Olde Monnikhof, LNV-Raad Washington, D.C.

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

"Waarschijnlijk iets op het terrein van informatie- en communicatietechnologie. Ik ben een echte oude IT-nerd die al heel lang geleden is gegrepen door de geweldige mogelijkheden op dit terrein."

2. Wat moet iedereen weten over de Verenigde Staten?

"De VS is naar mijn mening een echt prachtig land, dat je steeds meer gaat waarderen naarmate je het verder ontdekt. De ruimte en de natuur zijn overweldigend en de mensen vaak bijzonder. Het is echter niet allemaal rozengeur en maneschijn. Het is ook het land van de enorme tegenstellingen. Overweldigende natuur, maar ook foeilelijke verstedelijking. Grote rijkdom en schrijnende armoede. Openheid en bekrompenheid. Vrijheid en onverdraagzaamheid. Maar bovenal is de VS nog steeds het land van de onbegrensde mogelijkheden en de magische aantrekkingskracht."

3. Wanneer denkt u 'Dit is een mooie dag'?

"Wanneer de zon schijnt en ik door prachtige lanen op mijn fiets rij van huis naar kantoor of vice versa. Het is slechts een korte trip van tien minuten, maar het is telkens weer genieten. Het doet mij steeds weer beseffen wat een voorrecht het is om in een dergelijk prachtige omgeving een tijdje te mogen werken. Ik heb overigens wel het grote geluk dat ik vlak bij de ambassade woon en daardoor het dagelijkse fileleed mis van tal van mijn collega's hier."

4. Wat is uw grootste ergernis?

"Ik vind het schrijnend dat het rijkste land ter wereld nog steeds veel bedelaars kent. Het is een harde maatschappij die niet veel mededogen kent met de zwakkeren."

5. Voor wie heeft u bewondering?

"Voor mijn vrouw Jacqueline, die ook in moeilijke omstandigheden de moed er steeds in weet te houden en die - waar we ook belanden in de wereld - altijd een behaaglijk thuisgevoel weet te creëren. Een andere persoon waar ik veel bewondering voor heb is Nelson Mandela, die ik van nabij heb meegemaakt. Ongelooflijk wat deze man heeft gedaan en wat een charisma!"

6. Welke sector laat hier absoluut kansen liggen?

"Of kansen kunnen worden benut hangt ook af van het invoerregime. Voor zuivel is dat bijvoorbeeld soms behoorlijk ingewikkeld en belemmerend. Als je in de schappen kijkt van de Amerikaanse supermarkten, zie je lang niet zo'n groot en gevarieerd assortiment zuivelproducten als in Europa. Het is beter geworden, maar het zou nog veel beter kunnen zijn."

7. Hoe staat het met duurzaam ondernemen in de Verenigde Staten?

"Een trend naar meer duurzaamheid in de voedingsmiddelensector begint ook in de VS te ontluiken. Niet de overheid, maar het bedrijfsleven is hier de drijvende kracht. Hier spelen voor een groot deel puur commerciële motieven. Een belangrijk initiatief op dit terrein is het Sustainability Consortium, waarin onder leiding van een tweetal universiteiten een aantal grote bedrijven (waaronder Wal-Mart, Unilever, Monsanto, PepsiCo, Cargill) samenwerkt bij het stimuleren van innovaties op het terrein van verduurzaming van consumentenproducten. Men richt zich op het ondubbelzinnig etiketteren van duurzame producten en op het ontwikkelen van normen. Een trend is ook dat regionaal en lokaal geproduceerd voedsel en biologische producten steeds meer terrein winnen. De VS is met

de verkoop ter waarde van bijna € 18,7 miljard in 2008 qua omvang de grootste markt voor biologische producten ter wereld.”

8. Wat kan er op uw werkterrein beslist beter?

“Betere benutting van de mogelijkheden die de moderne informatietechnologie in zich bergt in werk en communicatie-uitingen.”

9. Welk lokaal gerecht is uw absolute favoriet?

“Misschien wat te veel ‘down to earth’, maar ik ben gek op de echte grote Amerikaanse steak. Heerlijk mals en de hormonen moet je dan maar op de koop toenemen.”

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

Met Caroline Feitel en Sunny Lammers die samen met mij de LNV-afdeling vormen. Het wordt tijd om onder genot van een goed glas wijn en een lekkere maaltijd de LNV-wereld weer eens door te nemen met deze geweldige collega’s.”

11. Uw sleutelwoord voor de toekomst?

“Werk goed en geniet...”

Korte berichten uit het buitenland

AFRIKA

Marokko

LNV-afdeling Madrid

Pluimveeconsumptie

Marokkaanse sectororganisaties zijn een campagne begonnen met als doel de consumptie van pluimveevlees en eieren in eigen land te stimuleren. Marokkanen eten slechts 15,2 kg pluimveevlees en 121 eieren per persoon per jaar. In Frankrijk is dat 26,2 kg en 254 eieren en in de VS zelfs 50 kg en 250 stuks. Deze minimale consumptie resulteert ook in een gebrek aan proteïnes in de voeding van Marokkanen. Terwijl de gemiddelde consumptie van proteïne wereldwijd op 29,1 gram per persoon per dag ligt, (54,2 gram in de Westerse landen en 21,5 gram in ontwikkelingslanden) behaalt men in Marokko 18 gram per persoon per dag.

Marokko produceert 3,9 miljard eieren per jaar met een omzet van € 442 miljoen en is in 30 jaar met maar 6% gegroeid. De sector geeft rechtstreeks werk aan 12.000 personen en indirect aan 30.000 mensen. In 2009 bedroeg de productie van pluimvee 440.000 ton met een omzet van € 1,4 miljard. De pluimveesector is goed voor 86.000 banen en indirect voor ongeveer 200.000 banen. Marokko exporteerde in 2009 voor het eerst broedeieren en eendagskuikens naar Mauritanië en Mali.

Zuid-Afrika

LNV-afdeling Pretoria

Nieuwe Heinekenbrouwerij

Eind maart opende Heineken een nieuwe brouwerij in Sedibeng (ten zuiden van Johannesburg) Heineken investeerde € 350 miljoen in de brouwerij die de meest geavanceerde van Afrika genoemd wordt. De capaciteit bedraagt nu 3,5 miljoen hectoliter per jaar en kan uitgebouwd worden tot zo'n 6 miljoen hectoliter. De brouwerij streeft naar minder water- en energieverbruik, heeft zowel een lijn voor nieuwe flessen als statiegeldflessen, biedt werkgelegenheid aan 225 mensen en scoort met dat laatste goed op de Black Economic Empowerment scorecard. 93% van de werknemers zijn afkomstig uit voorheen achtergestelde groepen, het management bestaat voor 70% uit mensen uit voornoemde groep. Het marktaandeel van Heineken, Amstel en Windhoek (de drie bieren die in de brouwerij geproduceerd worden) staat inmiddels op 58% van de premium biermarkt in Zuid-Afrika en daarmee troeft Heineken lokale concurrent SAB-Miller af.

AMERIKA

Verenigde Staten

LNV-afdeling Washington

Voedsel fraude

In de Verenigde Staten begint, door de toename van het aantal geïmporteerde voedingsmiddelen en dranken en de verhoogde concurrentie als gevolg van de economische neergang, steeds meer aandacht te komen voor frauduleuze marketing van voedingsmiddelen. 'Food fraud' is vastgesteld bij vruchtensap, olijfolie, specerijen, azijn, wijn, dranken en zuivelproducten en bij vis- en visproducten. De gedupeerden zijn niet alleen consumenten die in de supermarkt een duur stukje geitenkaas kopen, dat gemaakt blijkt te zijn van 'gewone' koeienmelk, maar ook grote multinationals zoals E&J Gallo en Heinz USA hebben hiermee te kampen. Geschat wordt dat 5 tot 7% van het voedselaanbod in de Verenigde Staten getroffen wordt door de frauduleuze praktijken, maar dit percentage is mogelijk zelfs hoger. De schatting is gebaseerd op detenties aan de grens.

De Food and Drug Administration (FDA) is het verantwoordelijke agentschap voor de controle op de naleving van het op juiste wijze etiketteren van voedingsmiddelen en dranken (enkele uitzonderingen daargelaten). De FDA richt zich echter op dit moment vooral op het voorkomen van voedselbesmettingen, waardoor nauwelijks gecontroleerd wordt op voedsel fraude. Voedsel fraude kan met behulp van onder andere DNA-testen worden vastgesteld. Het is niet bekend hoeveel Amerikaanse voedingsmiddelenfabrikanten, importeurs en detailhandelaren producten testen.

Biobrandstoffen

Het Amerikaanse ministerie van Landbouw heeft een nieuwe reeks plannen onthuld ter stimulering van tweede generatie biobrandstoffen, de zogenoemde 'advanced biofuels'. Het betreft hier met name biobrandstoffen uit cellulose en reststromen. Drie specifieke programma's zijn erop gericht om kleinschalige initiatieven op dit terrein op te hogen tot meer grootschalige commerciële productiefaciliteiten. De plannen voorzien in leningen tot € 186,8 miljoen ('Biorefinery Assistance Program') en subsidies ('Repowering Assistance Payments' en 'Bioenergy Program for Advanced Biofuels').

AZIË

China

LNV-afdeling Peking

Duurzaam voedsel

De Public Nutrition and Development Center (PNDC) van de National Development and Reform Commission of China (NDRC) is een Chinese denktank op State Council (ministerraad) niveau. PDNC bevordert de productie van duurzaam voedsel in China. Onlangs organiseerde zij voor de vierde keer het Food and Nutrition Industry Forum. De Chinese overheid gebruikt dit soort gelegenheden om proefballonnen op te laten en te zien hoe bepaalde ideeën landen. Al naar gelang het effect kunnen deze ideeën in beleid en/of wetgeving omgezet worden. Hiervoor worden vaak buitenlandse sprekers uitgenodigd die een bepaalde visie uitdragen. Voor dit forum was de keus gevallen op Paul Zane Pilzer, econoom en schrijver van de 'Wellness revolution'. Een drietal redenen waarom de Chinese overheid zoveel aandacht voor gezond voedsel heeft. Ten eerste blijkt uit onderzoek dat granen en groenten minder essentiële vitamines en sporenelementen bevatten dan voorheen. Ten tweede neemt het aantal Chinezen met overgewicht snel toe en ook het aantal chronisch zieke Chinezen. Ten derde lijkt men geporteerd van Pilzer's stelling dat de interesse in gezond leven de volgende aanjager van de economie in het Westen en China gaat zijn.

Voedselveiligheid

Nieuwe gevallen van met melamine besmette melkproducten zorgen in China voor opschudding. Na het omvangrijke schandaal in 2008 blijkt dat instanties hun strikte controle hebben laten varen waardoor er opnieuw slordig wordt omgesprongen met veiligheidsvoorschriften. Daarbij moest in 2008 zo veel melk vernietigd worden (ongeveer 25 voetbalstadions compleet gevuld met melk) dat het vrijwel zeker is dat bepaalde hoeveelheden besmette producten de vernietigingsdans zijn ontsprongen. Duidelijk is dat China nog een lange weg te gaan heeft om tot een betrouwbare voedselveiligheidsstatus te komen. Positief nieuws is dat de Chinese overheid snel reageert op deze nieuwe gevallen, en adequaat jaagt op overtreders. Het enorme ambtelijke apparaat (200.000 werknemers alleen al) op het ministerie van General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, bestaat steeds meer uit hoogopgeleide en veelal jonge professionals vol zelfvertrouwen die meer open zijn en gericht op samenwerking. Investeren in deze nieuwe, jonge leiders in China, daar profiteert straks iedereen van. Al was het alleen maar in de wetenschap dat 40% van al het appelsap in onze supermarkten uit China komt.

Klonen van dieren

In tegenstelling tot de voorzichtige benadering inzake klonen van dieren in Europa, is in China geen enkele morele of gezondheidsrestrictie opgeworpen om het klonen van dieren tegen te gaan. Het klonen van dieren is een normaal gebruik op de verschillende universiteiten in China. Net als de VS is China derhalve weinig gericht op restricties ten aanzien van klonen. Na een onderzoek naar de mogelijke risico's voor de veiligheid voor mens en dier, heeft men geconcludeerd dat die te verwaarlozen zijn. De techniek die gebruikt wordt, Somatic Cell Nuclear Transfer (SCNT), kent volgens China alleen risico's voor dieren die te vergelijken zijn met aanvaardbare risico's zoals men die kent bij in vitro bevruchting. Kort gezegd zijn er momenteel geen restricties, registratievormen of andere controles ingebouwd als het gaat om de verspreiding van producten van gekloonde dieren. Klonen heeft in China ook de aandacht bij fokkers van vee, vooral in de melkveesector. Meer informatie over biotechnologie in China via <http://gain.fas.usda.gov/>. Het rapport is via de zoekfunctie te vinden en is getiteld: China Moves Forward in New Technologies.

EUROPESE UNIE

Frankrijk

LNV-afdeling Parijs

Overname Bonduelle

Hoewel de overname nog de definitieve goedkeuring moet krijgen van de Franse Mededingingsraad, is het strategisch ontwikkelingsplan van Bonduelle (jaaromzet € 760 miljoen, +3,5%) reeds bekend. De private-labelactiviteiten van Gelagri zijn afgestoten. Overname van het Belgische La Corbeille en het Canadese Omstead Food en Family Tradition. En nu de overname, (via de aandeelhouder Butler Capital Partners die zich terugtrekt), van France Champignons voor een bedrag van € 96 miljoen. France Champignons is koploper van de Franse champignonverwerking maar kampt al jaren met een gestaag dalende omzet (€ 195 miljoen in 2009, productie 130.000 ton, 1500 werknemers). Bonduelle wil voor € 10 miljoen investeren in de modernisering (en mogelijk sluiting van enkele) van de verwerkingsunits. De merknaam Royal Champignon wordt gewijzigd in Bonduelle voor de Franse en Duitse markt. Op de Poolse markt blijft de merknaam Abra bestaan. Bonduelle's activiteiten, uitgedrukt in jaaromzet, zijn als volgt verdeeld: groentenconserven 50%, diepvriesgroenten 28% en verse, voorverpakte groenten 22%. Dankzij een herstructureringsplan, ingezet in 2008 en genoemde bedrijfsovernames stuurt Bonduelle voor 2010 aan op een jaaromzet van € 1,5 miljard.

SIAL-IPA In-Food 2010

Crisisconjunctuur rijmt met innovatie en dynamiek in de foodsector. Dit geldt voor zowel de beurs zelf als voor de deelnemende bedrijven en landen. Het aantal exposanten uit een aantal landen – Turkije, Egypte, India, Polen, Marokko, China, de VS - neemt aanzienlijk toe. Oman en Barbados nemen voor het eerst deel. Landen als Israël, Algerije, Portugal en de Arabische Emiraten zullen aanwezig zijn met landenpaviljoens. Ondanks de negatieve conjunctuur zullen de producthallen voor zuivel, vlees, diepvries, zoete producten en brood/banket zelfs de grootste omvang hebben. De indicatoren blijven op groen voor biologische producten en delicatessen. Het is de eerste maal dat drie internationale vakbeurzen in oktober 2010 samen zullen plaatsvinden in de (vergrote) beurshallen van Paris-Nord Villepinte. De 'logica van de voedselkolom' is hiermee compleet: SIAL (voedingsmiddelen, Sial d'Or voor innoverende producten), IPA (foodprocess, verpakking, R&D, forum innovatieonderzoek over Europese steunprogramma's en het IPA-concours) en In-food (halfproducten, ingrediënten, outsourcing). Twee nieuwe concepten zullen de bestaande completeren: In-Store Service & Solutions en Parcours Restauration: een selectie van 1.600 exposanten, speciaal bestemd voor de horeca/catering inkopers.

Promotie startende foodbedrijven

Een twintigtal toonaangevende beslissers uit de voedingsmiddelenindustrie heeft samen een eigen ontwikkelingsfonds voor starters opgericht. Sponsor is de nationale

belangenorganisatie van de foodindustrie, ANIA. Doelstelling is om niet alleen jonge, innoverende en potentieel veelbelovende bedrijven met knowhow te steunen en financieel in het zadel te helpen, maar ook een jonge starter te steunen bij overname van een bestaand bedrijf. Kapitaalparticipatie wordt beperkt tot 20% van het bedrijfskapitaal, gedurende maximaal vijf jaar. Oud-directeur Urion van zuivelconcern Lactalis is benoemd tot voorzitter. Meer informatie: www.alidevangels.com

Daling discounters

Grote retailers (Leclerc, Carrefour, Intermarché, Système U, Auchan) hebben als gevolg van de crisisconjunctuur en consumptiedaling, de prijzen van privatelabelproducten substantieel verlaagd. Zo gaan zij de concurrentie aan met de 'hard discounters'. Ook de ontwikkeling van het 'kleinere supermarkt'-concept door de grote retailers, meestal gevestigd in de periferie van grote steden zou de concurrentiepositie van de 'hard discounters' hebben aangetast. Bij gelijke, lage prijzen, blijkt het klein-formaat supermarkt wegens betere service en nabijheid meer succes te hebben bij de consument dan discounters. De harde concurrentie van discounters onderling heeft hiertoe ook bijgedragen. De Duitse discounter Aldi heeft als enige zijn marktaandeel van 4,8% weten te behouden. De Franse discounters - waarvan overigens sommige onderdeel zijn van de grote retailers - als Ed, Leader Price en Netto zagen hun omzet dalen. Dit blijkt uit een onderzoek van Kantar Worldpanel.

Keurmerk 'Bio cohérence'

De federatie van biologische producenten heeft eerder aangegeven een privaat keurmerk te willen introduceren dat verder zou gaan dan de eisen van de nieuwe EU-Verordening. De Franse regelgeving voor biologisch ging oorspronkelijk verder dan de Europese met name voor dierlijke producties. De sector (inclusief de aangesloten verwerkers en distributeurs) wil zijn specificiteit behouden en zich profileren met een eigen collectief keurmerk 'Bio Cohérence' in samenwerking met een erkende certificeringorganisatie. De aanvullende eisen hebben onder meer betrekking op '100% vrij van GGO's', verbod op productie van biologisch naast conventioneel op hetzelfde bedrijf, diervoeders 100% biologisch die voor het merendeel geproduceerd moeten worden op het bedrijf zelf. De winkelketens Biocoop en Biomonde hebben al aangegeven producten met genoemd keurmerk voorrang te zullen geven.

Portugal

LNV-afdeling Madrid

Crisis pluimveesector

De Portugezen eten vaak kip. Per jaar wordt ongeveer 24 kilo kip en 180 eieren per persoon gegeten. Ondanks de hoge consumptie raakt de sector in crisis. Sinds 2007 is de prijs van kippenvoer sterk gestegen met als gevolg lagere inkomsten voor de producenten. Veel producenten kunnen dan ook niet investeren in hun bedrijf, wat noodzakelijk is in het kader van de nieuwe regelgeving. Deze regelgeving beslist dat de kippen meer ruimte moeten hebben. De verwachting is dan ook veel producenten hun deuren voorgoed zullen moeten sluiten.

Daling graanteelt

De graanteelt is de laatste vijf jaar sterk gedaald. Terwijl in 2005 nog 121.000 hectare durumtarwe werd geteeld zal dit in 2010 niet meer dan 42.000 hectare zijn. Redenen hiervoor zijn onder andere de klimatologische omstandigheden, de hoge productiekosten en de lage prijzen.

Ook is (volgens de Nationale Vereniging van Graanproducenten) de teelt van tarwe, triticale, rogge en gerst gedaald van 202.000 hectare naar 116.000 hectare. Graan wordt vaak nog geteeld voor eigen consumptie(vee). Het gebrek aan steun van de overheid heeft ook sterk aan deze daling bijgedragen waardoor de producenten zich zijn gaan richten op de teelt van andere producten, waaronder de olijfteelt. De nationale consumptie van graan bedraagt in Portugal rond de 4 miljoen ton per jaar. 80% wordt geïmporteerd.

Aquacultuur

De Portugese regering is van plan 2,6 miljoen euro te investeren in negen nieuwe aquacultuurbedrijven in de provincie Algarve. Verwacht wordt dat deze bedrijven rond de 12.000 ton zullen produceren. Vijf bedrijven zullen zich richten op schelpdieren (oesters, mosselen en Sint-Jakobsschelp) en de overige vier op brasem, ombervis, tong en zeebaars. De projecten zijn al goedgekeurd. De meeste teelt van vis, rond de 7.000 ton, vindt al plaats in de Algarve. Het doel van de regering is om de productie tot 2013 te verviervoudigen en er een exportsector te van maken.

Tsjechië

LNV-afdeling Praag

Handelsbalans

Tsjechië heeft sinds 1993 een negatieve handelsbalans als het om agrarische producten gaat. De structuur van de buitenlandse handel heeft zich echter veranderd, de export vanuit Tsjechië is steeds meer geconcentreerd op grondstoffen terwijl de import eigenlijk nog vooral bestaat uit verwerkte voedingsmiddelen en verse tuinbouwproducten. Dit blijkt ook uit de cijfers voor 2009; ondanks dat het gat tussen export en import verder toeneemt, is de handelsbalans niet voor alle producten negatief. Voor granen, oliezaden, fruit en levende dieren werd een positief saldo geregistreerd. Maar voor vlees en groente blijft Tsjechië een grote importeur.

Minder kippen

Het aantal kippen is na een paar jaar van langzame groei in 2008 met 1,4% afgenomen tot bijna 24 miljoen. Het aantal leghennen nam in 2008 af met 3,9%. In het begin van de jaren negentig telde Tsjechië nog zo'n 13 miljoen leghennen. In 2008 is daar minder dan de helft van over en ligt het aantal op 6,1 miljoen. Ook de productie van eieren nam af met ongeveer 3,1%. De gemiddelde productie per hen ligt op 290 eieren per jaar. Vooral goedkope eieren uit Polen en de Baltische Staten drukken de Tsjechische eieren van de markt. Ook de productie van kippenvlees liep terug met ongeveer 4%. Gemiddeld wordt in Tsjechië 25 kilo kippenvlees per hoofd van de bevolking gegeten. Varkensvlees staat nog steeds op nummer één als het om consumptie van vlees gaat.

Afname groentebereik Tsjechië

In 2009 is het aantal hectare met groentegewassen met 17% afgenomen tot ongeveer 9.100 hectare. Desondanks werd op de overblijvende hectares meer groente geoogst dan in 2008, een groei van ongeveer 4%. Het lijkt alsof steeds meer telers overgaan van teelt voor de verwerkende industrie naar versproductie. Deze overgang is voor een deel vrijwillig en voor een deel ingegeven door het failliet gaan van een aantal groenten- en fruitverwerkende bedrijven.

Verenigd Koninkrijk

LNV-afdeling Londen

Scherpe daling 'bio'

De verkoop van biologische levensmiddelen, drank en andere biologische producten zag in 2009 in het VK een daling van 12,9% ten opzichte van het jaar 2008. Het Organic Market Report 2010, dat jaarlijks uitgegeven wordt door de Soil Association, meldt een recorddaling in de verkoop van biologische producten van € 2,4 miljard in 2008 tot een bedrag van € 2,1 miljard in 2009. Dit is de eerste daling sinds 1993. Deze daling wordt vooral toegeschreven aan de economische teruggang waardoor de prijsbewuste klant eerder kiest voor goedkoop dan voor de over het algemeen duurdere prijzen van biologische producten. Ook is biologisch voedsel niet meer zo in trek, mede als gevolg van de groeiende twijfels over of biologische producten gezonder zouden zijn dan conventioneel geproduceerde producten. Vooral voor biologische groenten, fruit- en vleesproducten kwam de klap hard aan. Een biologische kip kost bijvoorbeeld twee keer zoveel als een conventionele kip. De verkoop van biologische groenten en fruit daalde met 15%, terwijl de verkoop van bakkerijproducten met 40% daalde. Ondanks televisieprogramma's met populaire chefkoks als Jamie Oliver,

die de erbarmelijke condities op de intensieve landbouwbedrijven laten zien en die er bij de mensen op aandringen biologisch te kopen, is de verkoop van vers biologisch vlees met 20% gedaald. Alleen melk en babyvoedsel dat slechts een paar centen duurder is dan het alternatief zag een kleine groei.

Levensmiddelenexport

De totale Britse levensmiddelenexport heeft in 2009 een recordhoogte bereikt van € 16 miljard. Dat is € 2,2 miljard meer dan voor het begin van de economische recessie in 2007. Dit vermeldt UK Trade and Investment (UKTI), de overheidsorganisatie verantwoordelijk voor de internationale exportbevordering. De hoge exportcijfers worden voornamelijk toegeschreven aan de gunstige wisselkoers.

Het VK is de negende grootste exporteur van landbouwproducten in de wereld. Ondanks de recessie is de levensmiddelen- en drankexport over een periode van twee jaar met 20% toegenomen. De grootste importeur van Britse levensmiddelen en drank, de Republiek Ierland, vertegenwoordigde in 2009 een waarde van € 2,6 miljard. Frankrijk vertegenwoordigde een waarde van € 1,7 miljard, Spanje € 1,1 miljard en de Verenigde Staten € 1 miljard.

De export van vleesproducten steeg met 9% in 2009 tot een bedrag van € 1,45 miljard, granen en diervoeder met 3% tot € 2,7 miljard en groenten en fruit zagen een toename van 10% tot een bedrag van € 876 miljoen.

Turkije

LNV-afdeling Ankara

Verwarring rond GGO's

Turkije publiceerde eind oktober 2009 haar nieuwe GGO-regelgeving. Dit heeft in de handel voor veel consternatie gezorgd. Zendingen kwamen vast te staan en slechts met zeer veel moeite kon tot op een oplossing gekomen worden. In de tussentijd is de GGO-regelgeving geannuleerd, weer van kracht geworden en vervolgens tweemaal geamendeerd; er is een instructie gepubliceerd en in maart van dit jaar is de nieuwe Biosafety Law gepubliceerd die over zes maanden van kracht wordt. Om tegemoet te komen aan de moeilijkheden die tot die tijd bestaan wordt binnen afzienbare tijd een tijdelijke regeling verwacht. Volgt u het nog? Indien u meer in detail wilt weten wat er speelt, neem dan contact op met de LNV-afdeling Ankara via ank-Inv@minbuza.nl. Voor vlees- en diervoerproducten kunt U ook het Veterinaire Informatie Punt benaderen.

Pluimveeseminar

De LNV-afdeling Ankara houdt op 27 mei in Ankara samen met BESDBIR (Product Organisatie voor pluimveevlees) een seminar met als thema pluimveemestverwerking. Uit Nederland zullen een aantal sprekers deelnemen. In Turkije wordt pluimveemest nog altijd behandeld als sluitpost bij investeringen.

De toepassingen van verwerkte pluimveemest zijn echter legio als vervangers voor kunstmeststoffen en fosfaat. Kortom: pluimveemest vertegenwoordigt, onder de juiste voorwaarden, een waarde en kan goed vermarkt worden. Nederlandse bedrijven hebben op dit vlak potentiële Turkse investeerders veel te bieden. Op het seminar worden een kleine 200 grote pluimveehouders verwacht en natuurlijk de overheid. Bent u geïnteresseerd en wilt u erbij zijn? Stuur een e-mail naar ank-Inv@minbuza.nl.

Internationale pioniers uit de agribusiness aan het woord

Exportise

De Exportise van: René Beerepoot

Exportmanager Bot Flower Bulbs

Locatie: Andijk

Sector: bloembollen

Sinds: circa 1895

www.botflowerbulbs.nl

Meer dan honderd jaar kennis en ervaring, daarom blijven bloembollen altijd een Hollandse aangelegenheid, zelfs in landen aan de andere kant van de wereld. Dat, en het feit dat Nederlanders nou eenmaal een stuk minder relaxed zijn dan mensen in de (sub)tropen, legt exportmanager René Beerepoot van het Andijkse bedrijf Bot Flower Bulbs uit.

"Ik heb inmiddels een redelijk aantal landen van de wereld gezien", zegt René Beerepoot. Bot Flowerbulbs prepareert (en verhandelt) bloembollen. Ze krijgen een temperatuurbehandeling om de producten geschikt te maken voor productie in diverse landen en klimaatomstandigheden. "Van de kennismaking met al die verschillende culturen heb ik vooral geleerd te relativiseren: er is niet één goede zienswijze, er zijn talloze manieren om naar dingen te kijken. Je moet er niet klakkeloos van uitgaan dat als voor jou iets vanzelfsprekend is, dat voor de ander ook geldt."

Beerepoot staat op luchthaven Schiphol, klaar om naar Azië te vertrekken; Vietnam en het zuiden van China, om relaties te onderhouden en nieuwe relaties aan te knopen. Zijn manier van cliënten benaderen verschilt niet per land of cultuur, zegt Beerepoot. "Ze verschilt per individu. Je hebt er die heel nieuwsgierig zijn en je het hemd van het lijf vragen, en je hebt er die denken dat ze alles al weten. Je moet goed luisteren naar mensen en zo goed mogelijk op ze proberen in te spelen, dat is een beetje de kunst." Typerend voor de Aziatische cultuur is wel dat er niet altijd 'ja' wordt bedoeld als er 'ja' wordt gezegd. "Dan heb ik iemand van alles uit staan leggen, vraag ik of hij alles heeft begrepen en dan zegt hij uit beleefdheid 'ja', maar dan blijkt al gauw dat hij er helemaal niks van begrepen heeft", vertelt Beerepoot. Hij heeft er zo zijn trucjes voor om te zien of zijn verhaal echt is aangekomen: strikvragen, overhoringen, "en zo goed mogelijk blijven communiceren."

Bloemen zijn belangrijk in Azië. Het zijn veelbetekende cadeaus en boeddhisten 'offereren' ze in hun tempels. En nog altijd weten de mensen zelfs in Azië wat hét bloemenland van de wereld is: Holland. Het West-Friese bedrijf Bot Flower Bulbs, opgericht in 1895, heeft meer dan honderd jaar ervaring in de bloembollen en dat komt van pas als je bloemen moeten gedijen in al die verschillende weerstypen en klimaten.

"Nogal wat mensen denken dat bloemen kweken een kwestie is van een bol in de grond stoppen en er water op doen en dan komt er een bloemetje uit de grond", zegt Beerepoot, "maar zo simpel is het dus niet. Een bloembolletje is een levend organisme dat zorg en aandacht nodig heeft. Als het bolletje zich niet lekker voelt, wordt het ziek en dat is onze specialiteit: zorgen dat de bloembollen zich lekker voelen."

Bot Flowerbulbs specialiseert zich in irissen, lelies en gladiolen. Niet alle bollen zijn Nederlands, er worden er inmiddels geteeld in landen als Syrië, Chili en Frankrijk, waar de klimatologische omstandigheden beter zijn dan in Nederland. "Meer zonlicht, en een constant klimaat", legt Beerepoot uit. "Daardoor, en ook door de lagere productiekosten, worden steeds meer activiteiten verplaatst van Nederland naar die landen, maar de Nederlandse concurrentiepositie zal niet snel in gevaar komen", zegt Beerepoot.

“Honderd jaar kennisvergaring en ervaring, dat vlak je niet zomaar even uit. Bovendien is het ook de Nederlandse mentaliteit waaraan ons land zijn sterke positie heeft te danken. Laat ik het zo zeggen: in zonnige landen zijn de mensen veel relaxter. Ze hebben de neiging de dingen sneller op hun beloop te laten. Daarom zal de Nederlandse invloed op de bloemeteelt altijd blijven: bloembollen vergen nou eenmaal intensieve zorg en aandacht.”

En daarom reist Beerepoot ook constant de hele wereld over: om cliënten te begeleiden en zo ervoor te zorgen dat de bloemen die uit de kwaliteitsbollen van Bot groeien, op hun beurt ook van topkwaliteit zijn.

En óf duurzaamheid belangrijk is voor Bot Flower Bulbs, zegt Beerepoot desgevraagd. “We doen veel aan energiebesparing door een up-to-date koelsysteem te gebruiken en daarvan de warmte te gebruiken voor onze warmtecellen. Dit is waar de grootste duurzaamheidslag te behalen valt voor koel- en bewaarbedrijven.”

Nieuws

Handelsmissie B2B-voedselverwerking Panama en Costa Rica

In opdracht van NL EVD Internationaal voert DLV Plant in samenwerking met diverse instanties en ambassades een handelsmissie uit naar Costa Rica en Panama. De missie die zich richt op de B2B-voedselverwerking zal plaatsvinden in juni 2010 en heeft als doel Nederlandse toeleveranciers beter op de hoogte te stellen van marktontwikkelingen. Deelnemers ontmoeten lokale brancheorganisaties en bedrijven, ontvangen relevante marktrapporten en er is, naast een rondgang langs bedrijven, gelegenheid tot individuele matchmaking. Daarnaast wordt de mogelijkheid geboden om producten ten toon te stellen tijdens ontmoetingen met potentiële afnemers. De productfocus ligt op tomaten, vlees en gevogelte, melkproducten, blik- en houdbare producten, diepvriesproducten, ingevroren sappen en kruiden. Tijdens de missie ligt de nadruk op Corporate Social Responsibility. Meer informatie via Jan Tuinstra. E-mail: j.tuinstra@dlvplant.nl

Hortec Kenia 2010

In maart vond in Nairobi de Hortec plaats. Deze tuinbouwbeurs (Hortec staat voor Horticulture and Technics) wordt elke twee jaar gehouden en trekt naast regionale deelnemers ook veel Nederlandse en andere buitenlandse bedrijven aan. Speciale aandacht was er voor het CLIENT-exportsysteem dat het elektronisch verwerken van fytosanitaire exportcertificaten mogelijk maakt. CLIENT-export wordt op dit moment in Kenia ontwikkeld door de Kenya Plant Health Inspectorate Service (Kephis) met technische ondersteuning van het ministerie van LNV en financiële ondersteuning van de Nederlandse ambassade in Nairobi. Het invoeren van het CLIENT-exportsysteem moet zorgen voor een aanzienlijke kostenbesparing in zowel Kenia als Nederland. Alle gegevens worden via een internetverbinding ingevoerd en verwerkt. Hierdoor hoeft de kweker niet meer met papieren naar Kephis of naar de agent op het vliegveld. Dit bespaart niet alleen tijd maar ook vele kilometers. Een belangrijke vervolgstap is het daadwerkelijk papierloos versturen van het exportcertificaat van Kephis naar de Nederlandse PD. Deze pilot is de eerste in zijn soort en maakt de fytosanitaire relatie tussen Kenia en Nederland uniek in de wereld.

Handelsmissie duurzame energie Panama, Costa Rica en Colombia

In opdracht van NL EVD Internationaal organiseert MetaSus, in samenwerking met DE Koepel, een handelsmissie voor minimaal 12 bedrijven naar Panama, Costa Rica en Colombia van 2 t/m 10 september. Tijdens voorbereidende marktverkenningen in deze landen zijn veel marktkansen geïdentificeerd op het gebied van biomassa/biobrandstoffen, energie uit afval, zonne- en windenergie en energie efficiency. Het doel van de missie is om Nederlandse bedrijven uit de sector duurzame energie en energie efficiency te ondersteunen bij hun oriëntatie op de markt in Midden-Amerika en Colombia en hen in contact te brengen met geïnteresseerde handelspartners. Deelname staat open voor Nederlandse bedrijven en instellingen. Meer informatie via Bert Keesman. E-mail: keesman@metasus.nl of via www.metasus.nl

Spreekdagen Bosnië en Herzegovina, Bulgarije, Kroatië, Roemenië, Servië en Montenegro 14 t/m 16 juni 2010

De spreekdagen geven u gelegenheid om samen met vertegenwoordigers van diplomatieke posten uit verschillende landen te kijken naar uw kansen op de lokale markt. Meer informatie: NL EVD Internationaal, telefoon (088) 602 83 99, e-mail spreekdagen@info.agentschap.nl of kijk op www.agentschap.nl/seminars_spreekdagen.