

Berichten

Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 36, nummer 10, oktober 2010

In dit nummer:

- Ethiopië: veelbelovende zaaizaadproducent
- Oekraïne: verschuiving in de vissector
- Brazilië: zuivelsector maakt verwachtingen (nog) niet waar

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 werkten mee:

Peter Breedveld, Frits H. Emmerik, Joost Brantjes, Meeuwes Brouwer, Philip en Ouden, Joep van den Broek, Bart Vrolijk, Hans van der Lee, Jacqueline Rogers

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

De Ethiopische zaaizaadsector	3
Een maandelijkse rondgang langs de Nederlandse agri-vloer	6
Column	7
Vis en visproducten in Oekraïne	8
Braziliaanse zuivelmarkt: nog veel te winnen op kwaliteit	11
Kort graag...	14
Korte berichten uit het buitenland	16
Exportise	21
Nieuws	22

Optimale omstandigheden maar nog niet volwassen

De Ethiopische zaaizaadsector

Met meer dan 80 miljoen inwoners en 18 verschillende agroecologische zones behoort Ethiopië tot de meest beloftevolle zaaizaadproducenten van Afrika. Zowel voor de binnenlandse markt van groentezaad en graangewassen als voor de exportmarkt heeft Ethiopië een goede uitgangspositie. Op verschillende hoogtes kunnen bijna alle soorten gewassen en variëteiten verbouwd worden en het investeringsklimaat is nog steeds erg gunstig.

De Nederlandse LNV-Raad en ambassadeondersteunen de Ethiopische zaaizaadsector actief. De sector is een belangrijkspeerpunt van het Nederlandse bilaterale landbouwbeleid. Van belang hierbij isom de verschillende zaaizaadsectoren of zaaizaadsystemen een even belangrijkerol te geven. Zo wordt in Ethiopië het zaaizaad nog voor 90% zelf geselecteerd en geproduceerd. Dit zogenaemde 'informelesysteem' is belangrijk voor de boeren zelf want het vormt de basis voor het zaaigoed, maar ook voor behoud en benutting vande agrobiodiversiteit. Ethiopië is namelijk niet alleen een hotspot voor de diversiteit inkoffie, maar ook voor andere gewassen zoals sorghum, gerst, sesam- en nigerzaad.

Naast deze informele systemen van selectie en uitruil van zaad, wordt er door de Ethiopische onderzoekersector hard gewerkt om hoogproductieve variëteiten op de markt te brengen. Deze variëteiten worden in het algemeen vermeerderd door nationale of regionale zaadondernemingen, hoewel dit de laatste jaren ook steeds meer gebeurt via boerencoöperaties en de private sector. Ook de grootste bedrijven vinden Ethiopië steeds gemakkelijker en sinds kort zijn bedrijven als SeedCo (Zimbabwe), Pioneer (Verenigde Staten), pootgoedbedrijf HZPC en een aantal groentezaadbedrijven er actief. Zowel de publieke als private bedrijvigheid in de zaaizaadsector worden gerekend tot het formelesysteem, waarbij adequate kwaliteitscontrole en certificering uiteraard een vereiste zijn.

Om gericht ondersteuning te kunnen bieden aan al deze verschillende vormen van zaaizaadproductie (informeel/formeel, publiek/privaat), heeft de Ethiopische overheid samen met Wageningen Universiteit en Research (WUR) en de Food and Agriculture Organization (FAO) een *Concept Note Integrated Seed Sector Development* ontwikkeld. Daarin wordt onderkend dat er vier verschillende zaaizaadsystemen zijn (informeel, lokale zaadondernemingen, publiek en privaat) en dat beleid en regelgeving elk vandeze vier systemen dient te ondersteunen.

Wetgeving en rechten

Hier valt vooral de nieuwe zaaizaadwet op. Zo wordt daarin aandacht besteed aan verschillende vormen van certificering. *Quality Declared Seed (QDS)* voor de zaaizaadcoöperaties en -bedrijfjes die binnen een relatief klein gebied hun afzet hebben; het formele controlesysteem voor de overheidsbedrijven en kleinere private bedrijven; en een systeem van interne kwaliteitscontrole voor de topbedrijven.

Onderdeel van de uitwerking van de nieuwe wet zijn *plant breederechten*. Hierin wordt rekening gehouden met de eisen en mogelijkheden van de verschillende systemen. Enerzijds hebben kleine boeren die zelf de reproductie, lokale uitruil en (op kleine schaal) verkoop van zaaizaad in de hand willen houden belang bij sterke *farmers rechten*. Terwijl aan de andere kant het georganiseerde bedrijfsleven zijn variëteiten beschermd wil zien door *breederechten*. Op dit moment wordt hard gewerkt om op dit punt een gebalanceerde invulling van de wet te ontwikkelen, die aan beide voorwaarden voldoet. Ethiopië zal waarschijnlijk niet toetreden tot het UPOV-verdrag, maar voor commercieel interessante gewassen wel dezelfde principes aanhangen.

Lokale zaadondernemingen

Samen met vier Ethiopische universiteiten en WUR werkt de Nederlandse ambassade ook aan ondersteuning voor 36 lokale zaadondernemingen. Dit zijn vaak boerencoöperaties die over het hele land verspreid zaaizaad produceren voor de lokale markt. In het verleden werden deze coöperaties veelal als *outgrowers* voor staatsbedrijven gecontracteerd. Binnen het project wordt naar gestreefd dat deze boerengroepen op korte termijn zelf de leiding kunnen nemen over alle aspecten van productie, kwaliteitscontrole en marketing. Een aantal is al op weg om een zelfstandig te worden, terwijl anderen samenwerken met de private sector om gezamenlijk de productie en marketing te ontwikkelen.

Opgedane ervaring in dit project wordt gebruikt in de dialoog met de Ethiopische (regionale) overheid om meer vrijheid te krijgen in de productie en vermarkting van het zaaizaad. In het voormalig communistische Ethiopië is dit nog niet altijd gemakkelijk. De overheid ziet zaaizaad als een politieke prioriteit en ziet zich genoodzaakt de distributie en soms ook de productie zelf ter hand te nemen.

Tegelijkertijd is het in Ethiopië beleid om de private sector een grotere rol te geven. Tot voor kort was alleen Pioneer Hi-bred met zijn hybride maïsvariëteiten actief in Ethiopië. Sindsdien zijn daar pootaardappelteler HZPC (via het Nederlands-Ethiopisch pootgoedbedrijf SolaGrow) en SeedCo (Zimbabwe) bijgekomen. Ook is het Nederlandse rozenveredelingsbedrijf Olijgestart met een verdelingsstak in Ethiopië. Het eveneens Nederlandse bedrijf VCI houdt zich bezig met weefselkweek. Daarnaast is een aantal grotere Ethiopische bedrijven begonnen met de productie van hybridemaïszaad.

Private sector

Jan van de Haar, voormalig research director van HZPC, is één van de pioniers op dit gebied. Met zijn pootgoedbedrijf SolaGrow startte hij in 2008 in Ethiopië en heeft hij in korte tijd vijf HZPC-variëteiten geregistreerd gekregen. Waar een paar jaar geleden deze registratie nog drie jaar duurde, kan dit sinds kort in één jaar mits de variëteiten buiten Ethiopië al goedgekeurd zijn op meerdere locaties. Van de Haar werkt nu op drie locaties, allemaal boven de 2500 meter hoogte, waar een zo laag mogelijke ziektedruk is.

Aan de marktbehoefte schort het niet. "Soms komt er een op het oog arme boer bij me aan het hek kloppen met 5000 Birr (ongeveer € 250, red.) om pootgoed te kopen. Dit laat zien dat ook in Ethiopië boeren bereid zijn om flink te betalen voor goed zaaizaad."

Ook Melaku Admasu, de voorzitter van de Ethiopian Seed Trade Association (ESTA), de koepel van private zaaizaadbedrijven, ziet goede mogelijkheden in verdere expansie van de Ethiopische zaaizaadsector. Als general manager van Pioneer Hi-bred ziet hij de behoefte aan hybride maïszaad sterk toenemen: "De afgelopen zes jaar had Ethiopië een economische groei van meer dan 10% en dat merk je nu ook op het platteland. Dankzij ons apparaat van lokale dealers wetende boeren ons steeds beter te vinden." Ook vanuit de Ethiopische overheid wordt het bedrijfsleven steeds meer gestimuleerd. Ze krijgen zaaizaadbedrijven in sommige regio's prioriteit bij de allocatie van land en zijn er goedkope leningen, belasting- en exportvoordelen. De associatie organiseert ook trainingen en handelsmissies naar landen als India en Kenia. "Wat dit betreft kunnen wij leren van deze landen, omdat ze naast grote multinationals ook veel kleine, lokale bedrijven hebben die goed zaad aan relatief kleine boeren verkopen."

Naast de binnenlandse markt kijken zaaizaadbedrijven ook steeds naar de mogelijkheid voor productie van zaaizaad voor export. Problemen met droogte en risicospreiding zijn hierbij soms een pushfactor, maar ook de verbeterde logistiek en investeringsklimaat in Ethiopië zijn pullfactoren. Om dit potentieel uit te bouwen wordt daarom hard gewerkt aan de regelgeving en capaciteit op het gebied van kwaliteitscontrole en kwekersrecht. Als dit geregeld is, kan Ethiopië wat Melaku Admasu betreft binnen een paar jaar tot de top van Afrikaanse zaaizaadproducenten behoren: "Alle andere omstandigheden zijn in ieder geval optimaal: de bereikbaarheid, binnenlandse vraag, irrigatiemogelijkheden en de aanwezigheid van voldoende vrijland."

Joep van den Broek

Voor meer informatie: LNV-afdeling AddisAbaba of Joep van den Broek
(adviseurNederlandse ambassade Addis Ababa, joep.vandenbroek@gmail.com).

Een maandelijks rondgang langs de Nederlandse agri-vloer

Jos Hugense, *Directeur van Meatless*

Duurzaam en gezond vlees eten is niet langer een contradictie dankzij de plantaardige vezel Meatless. De producent ervan, het bedrijf Meatless, verovert gestaag de wereldmarkt. Meatless is een plantaardige vezel op basis van lupine-, tarwe-, of rijstmeel. Het wordt verwerkt in vegetarische vleesvervangers en in vlees- en visproducten zoals worst, gehakt, schnitzels en visburgers. "Het verbetert de structuur van vleesvervangers en maakt zesappig", vertelt Jos Hugense.

De duurzaamheid van Meatless zit hem in het feit dat het gebruik van de vezel de vleesconsumptie fors kan terugdringen. "Als je vijf keer gehakt of een ander product zou eten waarin Meatless is verwerkt, heb je al een dag vleesloos eten te pakken", aldus Hugense. Bovendien is het volgens Hugense de meest ecologisch verantwoorde eiwitdrager: "De productie vergt relatief weinig ruimte, grondstoffen, water, energie en CO₂-uitstoot. Dankzij Meatless kunnen vleesproducten worden aangepast aan de moderne tijd. Behalve milieuvriendelijk is het product namelijk ook gezond: een bal gehakt die is *geredesigned* met Meatless, is namelijk ook veel minder vet, bevat minder calorieën en heeft een gelijke voedingswaarde in vergelijking met een regulier product." Een revolutionair product dus, dat inmiddels wereldwijd aftrek vindt. "We exporteren naar Engeland, Amerika, Japan, Duitsland, Zwitserland en de Scandinavische landen", zegt Hugense. Toch bestaat het bedrijf Meatless pas sinds 2006.

Hoe is het gelukt de wereldmarkt zo snel te veroveren? "Vind je het snel gaan? Mij kan het niet snel genoeg", antwoordt Hugense. "Alleen het rond krijgen van alle certificeringen kostte al enorm veel tijd. Wat de introductie op de markt betreft, daar is lang en goed over nagedacht.

De business-to-business methode leek ons het meest efficiënt. We benaderen de grote voedingsproducenten met producten op basis van Meatless, om te laten zien wat de mogelijkheden zijn. Als fabrikanten eenmaal met het product werken, pikken andere fabrikanten dat weer open zo breidt onze klantenkring zich uit. Het gaat erom dat mensen kunnen zien en proeven hoe goed het is. Daarom staan we ook op grote beurzen."

In Amerika zit Meatless nog in de 'testfase', vertelt Hugense. "Maar we doen al wel zaken met de vijftiengrootste producenten in dat land. Die voeren pilots uit met hot dogs en dergelijke."

Column

Philip den Ouden

Industrie in een hogedrukpan

De Nederlandse levensmiddelenindustrie bevindt zich in roerige tijden. In 2003 barstte de prijzenoorlog los, wat de druk op marges in de levensmiddelenindustrie flink deed toenemen. In de daaropvolgende jaren stegen grondstofprijzen fors, wat de druk verder opvoerde. In 2006 kregen we te maken met een derde factor: de verpakkingenbelasting. Deze zogenaamd 'groene' belasting bracht flinke kosten met zich mee. Tenslotte is de wedloop om de laagste consumentenprijs te bieden, uitgemond in een continu oplopende druk op marges door de hele keten heen. In de voorbije maanden zijn in een aantal sectoren grondstofprijzen nóg verder gestegen. Ontwikkelingen als hierboven genoemd zijn niet ongebruikelijk of onoverkomelijk in een gezonde markt. Een gezond bedrijf kan door een combinatie van een solide koers, een mooi product en een gezonde bedrijfsvoering omgaan met dit soort factoren. Wanneer al deze effecten op hetzelfde moment de kop opsteken, wordt het moeilijker hiermee om te gaan. En juist op het moment dat dit het geval is, doet de grootste crisis in meer dan 80 jaar haar intrede. De vraag op buitenlandse markten stort ineen, wat de levensmiddelenindustrie met haar € 20 miljard aan export flink voelt. Op binnenlandse markten neemt de vraag af en neemt de druk op prijzen flink toe. Door de verschillende grootten van partijen in de keten, wordt de resulterende druk op marges niet gelijkmatig verdeeld, en daalt deze onevenredig hard neer op fabrikanten. Anders dan sommige geluiden willen doen geloven heeft niet iedere CEO van een levensmiddelenbedrijf een zwembad in de tuin, zijn miljoenen bonussen in onze industrie uit den boze en worden de vervoersmiddelen van onze directeuren door henzelf en niet door de butler bestuurd. Op deze posten kan dus niet bezuinigd worden. De ongezonde druk op de marges zoals die zich nu voordoet, gaat zodoende vaak direct ten koste van innovatiebudgetten. Om het hoofd boven water te houden, stellen bedrijven innovaties uit. En nu, juist op dit moment, lijken alle politieke partijen ook nog het sleutelgebied Food & Flowers los te laten. Een aantoonbaar effectieve aanpak wordt zomaar overboord gezet. Deze wisseling zal verstrekkingen hebben voor onze industrie. Dit specifieke innovatiebeleid in de huidige situatie loslaten, raakt onze innovatiekracht. Hoe houden we de levensmiddelenindustrie in Nederland innoverend? Door drie stappen te nemen: de overheid moet het sleutelgebied Food & Flowers in stand houden. Er moet een gedragscode komen om oneerlijke handelspraktijken in de keten te stoppen. Vervolgens moeten bedrijven weer durven te investeren in innovatie. Alleen zo blijft onze industrie tot de kopgroep behoren, en krijgt Nederland Kennisland daadwerkelijke invulling met toegevoegde waarde.

Philip den Ouden, Directeur FNLI

Verschuiving in de markt

Vis en visproducten in Oekraïne

De consumptie per hoofd van vis en visproducten in Oekraïne is, na een sterke daling in de jaren '90, weer terug op het oude niveau van circa twintig kilogram. In vergelijking met het consumptieniveau in andere omliggende landen is een verdere groei te verwachten. De economische teruggang leidt echter tot een verschuiving van de markt. Er is meer vraag naar lager geprijsde en vooral verse of gekoelde bewerkte vis en visproducten, terwijl de vraag naar gekoelde, gerookte en ingeblikte producten onder druk staat en zelfsterugloopt. Vissnacks blijven populair in Oekraïne.

Vis en visproducten worden in Oekraïne vooral gegeten in de regio's rond de Zwarte Zee en de Zee van Azov en in de steden Kiev, Donetsk, Dnjepropetrovsk en Sevastopol. Levende en verse vis wordt vooral verkocht op lokale open markten en in supermarkten die beschikken over waterbassins. De prijskwaliteitsverhouding is relatief gunstig en karper, brasem en voorn zijn de meest aangeboden soorten.

De verkoop van gekoelde vis en visproducten die wordt verkocht via het retailkanaal bedroeg in 2009 63.500 ton. Haring (40%) is vanwege de lagere prijs en eetcultuur in Oekraïne de meest gegeten vissoort, gevolgd door kabeljauw (30%) en makreel (10%). Noorwegen is verreweg de grootste leverancier en heeft haar export van onder andere Atlantische makreel, Baltische haringen en kabeljauw naar Oekraïne sinds 2000 zien vertienvoudigen. Importeurs geven aandacht aan afgelopen jaren ook nieuwe soorten als zalm, forel, zonnevis en andere voor Oekraïense begrippen exclusievere vissoorten meer gewild zijn geworden. Echter, door de economische teruggang is de vraag naar deze soorten onder druk komen te staan. Door de daling van de koopkracht in Oekraïne is de concurrentie van onverpakte minder bewerkte vis toegenomen, met als gevolg dat de consumptie van vooral gekoelde gerookte visproducten niet of nauwelijks meer groeit. Visproducenten en supermarkten passen hun strategie hierop aan. Het bedrijf Santa-Bremor bijvoorbeeld startte in 2009 met de distributie van een breed assortiment van aantrekkelijk geprijsde vis en visproducten, waaronder Farshmak, Ikrinka en Fishlunch en supermarkt Furshet verkoopt de laatste tijd steeds meer visproducten onder private label. Voor de komende vier jaar wordt voor het marktsegment gekoelde en bewerkte vis en visproducten een groei van 5% voorzien, terwijl de vraag naar gekoelde gerookte producten vanwege de hogere prijs zal stabiliseren (zie tabel).

Ingeblikte vis en visproducten

In Oekraïne wordt vanouds verse vis afkomstig van grote zeeschepen ingeblikt, waaronder makreel, pelser en sardine. Daarnaast maken ook sprat in tomatensaus en sardines in olie een belangrijk deel uit van dit marktsegment. De Oekraïense vraag naar ingeblikte vis en visproducten is in 2009 met 3% teruggelopen. Vooral tonijn, inktvis en andere meer exotische vissoorten worden minder verkocht, terwijl de meer traditionele soorten als sardines en sprat bij de consument nog redelijk in trek zijn. Sommige bedrijven weten zich echter sterk te profileren. Zo is de onderneming Interrybflot met haar merk Akvamarin tot nu toe erg succesvol geweest, door een breed assortiment aan visproducten te voeren en te opereren via belangrijke distributiekanaalen; in het bijzonder de supermarkten en hypermarkten. Andere bedrijven in Oekraïne, zoals Proliv Pivdenna Manufactura en More-Plus, volgen de strategie van Interrybflot. Desondanks wordt voor de komende jaren een verdere daling van 4% van de vraag naar ingeblikte vis en visproducten voorzien.

Vissnacks

De markt voor vissnacks heeft zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld. In de Oekraïense hoofdstad Kiev bijvoorbeeld bedraagt het aandeel in het totale snacksegment maar liefst 25%. Circa de helft bestaat uit gedroogde visproducten (kabeljauw,

baars,ansjovis, spiering en voorn), gevolgd doorgedroogde inktvis (32%) en krabsticks. Maarook gedroogd brood met visadditieven enkruiden wint terrein op de Oekraïense markt.

Internationale beurzen in Kiev

Jaarlijks wordt eind oktober of begin november in Kiev de World Food-beurs gehouden, waar ook het thema vis in meer of mindere mate aan bod komt. Het aantal stands varieert per jaar en betreft vooral verwerkers en importeurs van vis en visproducten. Meer informatie over de World Food is te vinden op www.worldfood.com.ua.

Een andere mogelijk interessante beurs is de International Forum of Food Industry and Packaging, die ieder jaar in de tweede helft van februari in Kiev wordt gehouden, zie <http://kmya.kiev.ua/en/exhibitions/info/IFFIP/>.

Oekraïense vraag naar diverse vis- en visproducten in de periode 2009-2014 (x 1.000 ton)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Gekoelde en bewerkte vis en visproducten	57,2	58,2	59,0	59,6	60,1	60,4
Gekoelde gerookte vis en visproducten	6,3	6,3	6,4	6,4	6,4	6,3
Ingeblikte vis en visproducten	91,1	89,0	87,5	86,3	85,4	84,9

Bron: Euromonitor International

Zakendoen in Oekraïne

Oekraïners zijn trots op hun onafhankelijkheid, natie, taal en cultuur. Bij het zakendoen is het raadzaam in het achterhoofd te houden dat Sovjetgebruiken de gedragscode nog steeds deels bepalen. Hiërarchie en formaliteiten hebben grote invloed op de zakencultuur. Zo zijn formulieren, handtekeningen en vooral stempels nog erg belangrijk. Leeftijd en geslacht hebben vaak invloed op de mate waarin een gesprekspartner serieus genomen wordt.

Afspraken en zakelijke ontmoetingen

Het leggen van eerste contacten kan per fax of e-mail, het is dan wel verstandig het bericht in ieder geval ook in het Russisch of Oekraïens op te stellen om te voorkomen dat niemand het bericht kan lezen. Bevestig een afspraak een paar dagen tevoren telefonisch. Als u een afspraak wilt maken bij een overheidsinstantie, zult u meestal voorafgaand de gespreksonderwerpen (schriftelijk) doormoeten geven.

Het is verstandig ruim voldoende visitekaartjes mee te nemen. Bij regelmatig bezoek aan Oekraïne kan het raadzaam zijn kaartjes met Engelse én Oekraïense opdruk te laten maken. Bij veel gesprekken zullen meerdere mensen aanschuiven die u allemaal een kaartje aanbieden. Het is ook geen probleem als u zelf ook met meerdere mensen komt.

Voor Oekraïners is het belangrijk dat er een persoonlijke relatie wordt opgebouwd voordat er zaken worden gedaan. Het is vrij gebruikelijk om ook over persoonlijke zaken te praten. Na afloop van (succesvolle) besprekingen komt het veel voor dat u uitgenodigd wordt voor een maaltijd. Tijdens zo'n maaltijd worden er veel toasts uitgebracht op de samenwerking, maar ook op meer algemene dingen als vriendschap en gezondheid. Het afslaan van eten of drinken kan als een belediging worden opgevat. Oekraïners zijn erg trots op hun land. De geschiedenis, kunst of literatuur kandaarom ook een goed onderwerp van gesprek zijn. Van Nederlanders verwacht men ook dat ze goed op de hoogte zijn van de eigen geschiedenis. Oekraïners spreken elkaar aan met de voornaam en vadersnaam, maar als buitenlander kunt u ook volstaan met mijnheer of mevrouw plus achternaam. Als ze elkaar beter kennen, wordt vaak overgegaan op de combinatie mijnheer of mevrouw plus voornaam. Dit is een aanspreekwijze die het Russisch echter niet kent. Het zal zeker gewaardeerd worden als u (uit een talengidsje) een aantal standaardzinnen in het Oekraïens leert.

Kleding

Oekraïense zakenlieden gaan doorgaans formeel en vrij conservatief gekleed. Driedelig pak is niet strikt noodzakelijk, een stropdas is zeker raadzaam. Voor vrouwen geldt uiteraard ook dat correctekleding gewenst is.

Taal

De officiële taal is het Oekraïens. U moet er daarom rekening mee houden dat u met de Russischetaal niet overal terecht kunt. Waar Oekraïens in het westen van het land de overhand heeft, geldt dat voor het Russisch in het oosten. Probeer voor zakelijke ontmoetingen te achterhalen welke taal uw gesprekspartner preferereert. De kennis van vreemde talen is in Oekraïne nog beperkt. Kennis van het Engels neemt met name bij de jongere generatie in de steden snel toe, maar is vaak nog erg gebrekkig. Als u de Oekraïense (of Russische) taal niet machtig bent, is het raadzaam een tolk in te schakelen. Als het om vaktaal gaat, is het aan te raden van tevoren met de tolk overleg te voeren en gesprekken voor te bereiden.

Relatiegeschenken

Kleine relatiegeschenken of attenties worden altijd zeer gewaardeerd, net als uitnodigingen voor lunches en zakendiners. Voorkom overdaad bij het geven van relatiegeschenken. Een boeket bloemen wordt al erg op prijs gesteld. Let er echter wel op dat het aantal bloemen oneven is, want een even aantal is niet gepast. Verder zijn pennen en andere kantoorartikelen met het logo van uw bedrijf gewild. Tevens kunnen typische 'Holland'-souvenirs als geschenk dienen.

*Meeuwes Brouwer,
LNV-Raad Kiev*

Braziliaanse zuivelmarkt: nog veel te winnen op kwaliteit

De Braziliaanse zuivelsector wordt al langere tijd gezien als een potentiële belangrijkespeler op de mondiale markt. Eris voldoende land en water, derundveestapel breidt gestaag uit. Maar die verwachting is nog niet uitgekomen. En zoals het er naar uitziet, zal Brazilië ook de komende jaren opzuivelgebied internationaal niet excelleren. Kwalitatief zijn er nog verbeteringen nodig, maar ook de interne markt kent voldoende groeipotentie, waardoor grootschalige export vooralsnog niet aan de orde is.

Afgelopen zomer tijdens onze vakantie in Nederland zei onze 4-jarige dochter Sofia: "Papa, deze kaas is lekker. Braziliaanse kaas maakt naar plastic". Daarmee is veel gezegd over de stand van zaken van de Braziliaanse zuivelmarkt, die de afgelopen jaar aanzienlijk in volume is gegroeid, maar waar kwalitatief nog veel te winnen is. Op het oog ligt er in het schap van de Braziliaanse supermarkt een redelijk assortiment zuivelproducten. Maar de kaas smaakt niet naar kaas, en de aardbeiendrinkyoghurt bevat geen aardbeien. Het is vooral houdbare melk, heel veel houdbare melk. Gelukkig wordt er uit Nederland, Frankrijk en Italië kwaliteitskaas geïmporteerd, maar slechts een klein deel van de bevolking kan dergelijke prijzen betalen. Kaas en yoghurt zijn nog steeds luxe producten en de onlangs op de markt verschenen probiotica, biologische producten en zuiveldrink met nutritionele toevoegingen zijn een kleine nichemarkt. De gemiddelde jaarlijkse zuivelconsumptie per capita van ongeveer 150 liter melk equivalent, laat ruimte voor groei zien. De Wereldgezondheidsorganisatie beveelt 175 liter per persoon aan en het Braziliaanse ministerie van Volksgezondheid zelfs 200 liter.

Groeiende middenklasse

De Braziliaanse economie kent de laatste jaren een stabiele economische groei. Voor 2010 wordt een groei van 7,5% gezien. De inflatie is met 5% onder controle. Naar verwachting worden er dit jaar 2,5 miljoen nieuwe banen gecreëerd, dat zijn 10.000 nieuwe banen per werkdag (!). Dankzij succesvolle sociale programma's van de inmiddels populaire -maar vertrekkende president Lula, ontworstelen steeds meer Brazilianen zich aan de soms extreem armoede. De middenklasse groeit; in aantallen in gemiddeld besteedbaar inkomen. Dus ook de vraag naar zuivelproducten groeit. De afgelopen jaren met zo'n 4% per jaar. Is de sector in staat aan die vraag te voldoen?

Ja, de melkproductie is de laatste jaren sterk toegenomen en dat zal nog wel even doorgaan. Werd er in 2001 nog 20,5 miljard liter geproduceerd, het afgelopen jaar lag dat met 27,6 miljard liter ruim een derde hoger. De verschillen in productie van de 16 miljoen melkkoeien zijn groot. Gemiddeld ligt de melkproductie per koe per dag slechts op 7 liter, maar er zijn ook bedrijven die met gemak een dagproductie van 30 liter per koe halen. Regio, gebruikte koeienrassen, bedrijfsomvang en type management zijn daarin sleutelfactoren. De belangrijkste productieregio is Minas Gerais, waar ongeveer een kwart van de totale hoeveelheid melk wordt geproduceerd, gevolgd door de zuidelijke deelstaten Rio Grande do Sul en Paraná. Ook de aan boeren uitbetaalde melkprijs varieert sterk, zowel per seizoen als per regio. Medio 2010 lag de gemiddelde melkprijs op 32 eurocent per liter. In mei was dat nog 36 eurocent, maar aan het begin van dit jaar slechts 26 eurocent. Daarbij moet worden aangemerkt dat de sterke Braziliaanse Real het afgelopen jaar verder is geapprecieerd, waardoor - gemeten in euro's - deze prijzen relatief goed zijn.

Grote spelers

De consolidatie in de sector gaat gestaag door, maar nog steeds is er een groot aantal relatief kleine zuivelbedrijven en coöperaties. De belangrijkste spelers zijn DPA (Dairy Partners America, een joint venture van Nestlé en het Nieuw-Zeelandse Fonterra), Brasil Foods (ontstaan uit fusie Sadia en Perdigão), Bom Gosto en Leitbom. Die laatste twee voeren momenteel fusiebesprekingen, evenals een viertal zuivelcoöperaties: Itambé, Minas Leite, Centro Leite en Confepar. Mochten die fusies

doorgaan, dan ontstaan er in totaal vier grote spelers met elk zo'n kleine 10% van de landelijke productie.

Noemenswaardig is dat van die totale hoeveelheid geproduceerde melk, slechts driekwart geïnspecteerd wordt. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er twee jaargeleden een schandaal was, waarbij op grote schaal met melk gesjoemeld bleek te zijn. Onder andere door toevoeging van water en schoonmaakmiddelen. Uit een in 2007 door de Wageningen Universiteit uitgevoerd onderzoek ter verbetering van de melkwaliteit bij kleinere bedrijven in Minas Gerais blijkt dat nog op een aanzienlijk deel van de bedrijfjes met de hand werd gemolken, en lang niet iedereen over een gekoelde melktank beschikt. En dat met temperaturen die vrijwel altijd boven de 30 graden liggen. De laatste jaren heeft er een behoorlijke verbetering plaatsgevonden, maar nog steeds is de kwaliteit op veel bedrijven in de grootste productieregio Minas Gerais niet op het niveau dat anno 2010 verwacht mag worden.

Batavo

Dit is in scherp contrast met de referentie opzuivelgebied in Brazilië: de door Nederlandse immigranten opgezette coöperaties in Carambei, Castrolanda en Arapoti. Deze regio is schoolvoorbeeld voor de Braziliaanse zuivelsector zowel in productie per koe als in kwaliteit. In de regio is het door heel Brazilië bekende zuivelmerk Batavo ontstaan, nu in handen van Brasil Foods. Batavo, met een typisch Nederlands meisje als logo, prijkt zelfs op het shirt van Brazilië's meest populaire voetbalclub Flamengo.

In 2008 heeft de coöperatie Castrolanda een nieuwe melkfabriek in gebruik genomen waar met de meest moderne apparatuur 800.000 liter per dag verwerkt wordt. Momenteel produceert men onder andere drinkyoghurt voor Danone, maar het idee is om binnen enkele jaren producten onder eigen label in de markt te zetten.

Vier miljoen rietjes

Aan het begin van de zuivelketen staan twee Nederlandse bedrijven die allebei een vestiging hebben in Brazilië: Alta Genetics en CRV Lagoa. Samen hebben ze ruim de helft van de markt voor kunstmatige inseminatie (KI) bij melkkoeien in handen. Uit cijfers van de overkoepelende organisatie ASBIA van KI-bedrijven blijkt dat in 2009 in totaal bijna vier miljoen rietjes zijn verkocht, waarvan 2,7 miljoen zijn geïmporteerd. Het belangrijkste ras is met ruim 60% Frisian Holstein. De Nederlandse directeur van CRV Lagoa, Vladimir Walk, verwacht dat dankzij de toepassing van 'sexed semen', de vraag naar KI de komende jaren verder zal toenemen.

De zuivelexport van Brazilië, voornamelijk melkpoeder, kelderde van € 400 miljoen in 2008 tot € 126,2 miljoen een jaar later. De import, die steeg in 2009 naar € 185,5 miljoen, bestaat naast melkpoeder voornamelijk uit wei en kaas.

De Braziliaanse zuivelmarkt is in beweging. Volume en kwaliteit nemen gestaag toe. Toch zal de komende jaren hard moeten worden gewerkt om beide zaken verder na een mondiaal niveau te tillen. Gezien de voortdurende groei van de interne vraag lijkt het niet direct voor de hand dat Brazilië een grote speler zal worden op de internationale zuivelmarkt. Belangrijk daarbij is echter de wisselkoers. Mocht de afgelopen jaar sterk geapprecieerde Braziliaanse munt Real verzwakken ten opzichte van de dollar, dan verschijnen er op de middellange termijn wellicht exportmogelijkheden aan de uitgestrekte Braziliaanse horizon. Voor het zover is, zal onze dochter Sofia al heel wat extra lekkere kaas hebben gegeten. Juist: uit Nederland!

Kiwipecuaria

Niet ver van de Braziliaanse hoofdstad Brasilia is sinds begin 2009 een groot melkveebedrijf met Nederlands management gevestigd. Vijftien Nieuw-Zeelandse particulieren zijn de mensen achter 'Kiwipecuaria', een bedrijf met ongeveer 950 melkkoeien, waarvan 750 in

lactatie. Bijna alle investeerders hebben het bedrijf minimaal eenmaal bezocht. Hun doel is meer dan 15% rendement te behalen op geïnvesteerd kapitaal in de komende jaren en de investeerders zijn dan ook tevreden.

De koeien lopen het hele jaar door buiten op met grote pivot-beregeningsinstallatiegeïrrigeerd grasland. Daarnaast heeft het 242 hectare grote bedrijf momenteel ongeveer 60 hectare snijmaïs voor eigen gebruik (20,000kg droge stof/ha), en is er 50 hectare natuurlijk bos. 20% van het bedrijf moet volgens de wet als reservaat buitenproductie blijven, conform de strenge Braziliaanse boswetgeving (Codigo Florestal). De melkkoeien zijn een raskruising tussen Jersey en Holstein Friesian, de KI-rietjeskomen rechtsreeks uit Nieuw-Zeeland. De dagelijkse productie van Kiwipecuarialigt rond de 12.500 kilogram. De melk gaat naar een 80 kilometer verderop gelegen privé-zuivelbedrijf Piracanjuba dat momenteel 37 eurocent per liter betaalt. Volgens de Nederlandse directeur/manager Gerard Boerjan is het bedrijf een 'typisch Nieuw-Zeelands bedrijf onder de Braziliaanse zon'. Boerjan heeft twaalf jaar praktijkervaring in Nieuw-Zeeland. Het kostte het bedrijf aanvankelijk enige moeite om klauwproblemen door bacteriën onder controle te krijgen, maar Boerjan is nu tevreden over de ontwikkeling van het bedrijf. Hij voorziet een grote toekomst voor Brazilië als opkomend zuivelland: er is betaalbaar land, er is water, en er is voldoende personeel dat bereid is hard te werken. Wel laat Boerjan weten dat de bureaucratie in Brazilië aanzienlijk is, er was dan ook een goede dosis geduld en doorzettingsvermogen nodig om het bedrijf van de grond te krijgen. Ook privé waren de nodige aanpassingen vereist, onder andere de noodzaak tot het spreken van Portugees. "De kinderen gaan met plezier naar school door de vier jaargetijden (zomer, zomer, zomer, en zomer) zijn ze nooit moe. Het is hier altijd goed weer met droge winters en natte zomers". Contact met Boerjan viagamboerjan@gmail.com.

Zuivelsector SWOT

Sterke punten

Grote interne markt
Lage productiekosten
Land en water beschikbaar

Zwakke punten

Veel kleine bedrijven met slechte kwaliteit
Inspectie is onvoldoende
Lage gemiddelde productie per koe
Beperkte toegang tot krediet voor boeren

Kansen

Sterke productieverbetering per koe mogelijk
Voortdurende groei interne markt

Bedreigingen

Verdere versterking Braziliaanse munt
Slechte logistiek
Toename prijsvolatiliteit

Websites

www.milkpoint.com.br
www.cepea.esalq.usp.br
www.cnpqgl.embrapa.br
www.logoa.com.br
www.altagenetics.com.br
www.asbia.org.br

Milkpoint
Database Universiteit van São Paulo
Embrapa gado de leite
CRV Lagoa
Alta Genetics
ASBIA – organisatie van KI-bedrijven

Bart Vrolijk, LNV-Raad Brazilië

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 Martijn Homan LNV-Raad te Boedapest

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

Ik ben net begonnen in Boedapest, dat is dus lastig. Zeker iets in de plantaardige sector. Ik vind het bijzonder planten te zien groeien en daar de vruchten en bloemen van te plukken. Ik ben er van overtuigd dat persoonlijke interesses en werk bijzonder goed samengaan. In feite dus niet anders dan nu.

2. Wat moet iedereen weten over Hongarije

Hongarije ligt in Centraal-Europa, dus niet Oost-Europa. In een straal van circa 500 kilometer wonen ruim 50 miljoen mensen, een enorme markt dus op beperkte afstand van Nederland. Daarnaast is het naar eigen zeggen een van de meest stabiele landen in Europa: de centrumrechtse partij Fidesz heeft een absolute meerderheid in het parlement en heeft tevens een grote zege behaald tijdens de recente gemeenteverkiezingen.

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

Als ik 's avonds met een biertje voor het huis zit, en uitkijk over de heuvels van Buda, en de vlakte van Pest, voel ik me vereerd in de Hongaarse omgeving te mogen leven, wonen en werken. Het is een bijzonder land met veel uitdagingen.

4. Wat is uw grootste ergernis?

Ergernissen heb ik niet. Hongarije leert je geduldiger om te gaan op allerlei terreinen. Dat heeft zo zijn voordelen.

5. Voor wie heeft uw bewondering?

Voor mijn familie en die van mijn vrouw, de enige kleinkinderen zitten nu in het buitenland. Hoewel ze dit persoonlijk heel jammer vinden, steunen ze ons in het verblijf in Hongarije. Ik vind dit bijzonder en heb daar veel waardering voor.

6. Welke sector laat hier absoluut kansen liggen?

Voor de tuinbouw bestaan er zeker mogelijkheden in deze regio. Afnemende productie, toenemende vraag naar kwalitatieve producten, reken maar uit. Er bestaan echter wel een aantal uitdagingen die aangegaan moeten worden.

7. Hoe staat het met duurzaam ondernemen in Hongarije?

Hier is zeker aandacht voor, het is echter nog wel een worsteling. De crisis is hier hard toegeslagen en de consumenten zijn behoorlijk prijs-georiënteerd. Duurzaam moet financieel iets opleveren.

8. Wat kan er op uw werkterrein beslist beter?

De structuur van de agrarische sector is veel te kleinschalig, samenwerking is daarbij een zwak punt, ook omdat het begrip coöperatie doet denken aan de gedwongen collectivisatie in de communistische tijd. De term concullega is hier niet breed bekend.

9. Welk lokaal gerecht is uw absolute favoriet?

Voorspelbaar zou zijn gulash, maar zeker ook gerechten met Mangalitza. Dit varken komt oorspronkelijk uit Hongarije en heeft een krullerige vacht. Het staat bekend om de kwaliteit van het vlees. Persoonlijkjes maaktesten kunnen ubevestigen, het klopt!

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

Onlangs was hier een groep agrarische coöperaties op bezoek, er was te weinig tijd voor een 'avondbezoek' aan Boedapest, maar volgens mij zou dat heel gezellig zijn geworden. Boedapest heeft veel te bieden, van maar ik zit hiernaar, dus geef me nog even!

11. Uw sleutelwoord voor de toekomst?

Een cliché, maar samenwerken. Samen kun je meer bereiken dan ieder voor zich.

Korte berichten uit het buitenland

AMERIKA

Brazilië

LNV-afdeling Brasília

Agribusiness

ABAG is de associatie van de Braziliaanse agro-industrie. Op haar congres afgelopen zomer zijn dedoelstellingen van de sector voor het komende decennium gepresenteerd. Zo streeft men naar productieverhoging bij de volgende producten: granen 37%, vlees 38%, suiker 48% en bio-ethanol 127%. Een ander doel is verdubbeling van de export (van bijna € 49 miljard naar bijna € 98 miljard). Voor 800.000 kleine producenten wil men toegang tot de verkoopmarkt realiseren. Op de lijst staat ook reductie van de CO₂-uitstoot, onder andere door het opnieuw ingebruik nemen van 15 miljoen hectare gedegradeerde gronden endoor bosaanplant. Tot slot moeten infrastructuur en opslag worden verbeterd.

Cuba

LNV-afdeling Mexico-Stad

Hervormingen

Eind augustus werden in de Staatscourant van Cuba twee wetsveranderingen gepubliceerd. De eerste betreft het verdubbelen van de leaseperiode van overheidsland tot 99 jaar voor buitenlandse investeerders. Deze maatregel is vooral gericht op de toeristenindustrie. Naar verwachting zal dit leiden tot een 'golf boom', door buitenlandse investeringen in minstens tien golfbanen met luxe woningen eromheen. Doel is om het langverblijf toerisme te stimuleren. De tweede maatregel betreft de toestemming voor Cubanen om zelf groente en fruit te verbouwen en vee te houden én de producten zelf te verkopen. Men moet wel belasting over deze inkomsten gaan betalen.

Mexico

LNV-afdeling Mexico-Stad

Zuivelsector

In opdracht van het ministerie van LNV heeft het LEI een studie uitgevoerd naar de zuivelsector van Mexico. De studie verkent de mogelijkheden voor zaken doen en behandelt als eerste de economische ontwikkeling, het concurrentievermogen en het economische agrarische beleid. Vervolgens komen alle schakels in de keten aanbod: boeren, verwerkers, detailhandelen consumenten, evenals de met deze sector gelieerde organisaties. Aan het eind worden de mogelijkheden voor zaken doen geanalyseerd. Het rapport bevatte gegevens van de belangrijkste organisaties en bedrijven in deze sector. Het rapport wordt gepresenteerd op de VIV America Latina (21-23 oktober, Guadalupe, Mexico) en is vanaf 22 oktober te downloaden via de website van het LEI (www.lei.wur.nl) of op te vragen bij het ministerie van LNV, Lia Luijkx, a.p.luijkx-visser@mininv.nl.

EUROPESE UNIE

België

LNV-afdeling Brussel

Witlof als gemaksgroente

Vanaf oktober wordt witlof in de Belgische warenhuizen verkocht in gebruiksklare stoomzakjes voor de magnetron of als voorgesnedensalade. Telers en veilingen zoeken naar nieuwe productvormen om witlof als moderne gemaksgroente te serveren. Er komen op termijn vier soorten witlof-sla die een week goed blijven. Gestart wordt met witlof-veldsla en

witlof-radicchio. Met 55 miljoen kilo jaarproductie is het de op een na belangrijkste verse groente in de Belgische tuinbouw. De afgelopen twee jaar produceerden de 420 producenten (familiebedrijven) onder de kostprijs.

Fair trade sierplanten

Binnenkort verschijnen de eerste fair trade sierteeltproducten uit Vlaanderen op de markt. Het bedrijf ID'Flor in Lochrist behaalde het internationale label Fair Flowers Fair Plants (FFP), een consumentenlabel dat een milieuvriendelijke en sociaal verantwoordeteelt garandeert. Eerder behaalde Fikoplant-Konaplant in Koningshooikt het eerste Vlaamse FFP-label. ID'Flor teelt kamerplanten (clivia's, azalea's en orchideeën) en buitenplanten (rododendrons en bamboe). Met het FFP-label hebben consumenten de garantie dat ze milieubewust en sociaal verantwoorde producten kopen en kunnen ze de herkomst van hun plant of bloem traceren.

Waal bier verovert Nederland

Het in Wallonië gebrouwen bier Jupiler (uit Jupille-sur-Meuse, gemeente Luik) snoept in Nederland steeds meer omzet weg bij andere merken. Jupiler groeide vorig jaar in ons land opnieuw met bijna 10%. Het is nu het op een na grootste biermerk in Nederland, met een marktaandeel van 15,8%.

Duitsland

LNV-afdeling Berlijn

Zuivelsector

De rentabiliteit van de Duitse zuivelsector is verbeterd. Volgens het Deutsche Bauernverband (DBV) was de vraag in de eerste zeven maanden van dit jaar stabiel, met een positieve tendens. Vooral de afzet van melk, zuivel drinks en yoghurt nam in juni en juli 2010 met 15% toe. Positief nieuws was er ook inzake kaas en melkpoeder. Ook de export leverde een bijdrage. In de eerste zes maanden van 2010 werd 16% meer zuivel geëxporteerd vergeleken met die periode in 2009. Bij kaas was dit 13% meer. Duidelijk hogere prijzen voor boter leidden ertoe dat de exportwaarde hiervan 60% hoger uitkwam dan over 2009.

Agrarische export

De Duitse export van agroproducten en voedingsmiddelen zit dit jaar in de lift. In het eerste halfjaar van 2010 bedroeg de exportwaarde € 24,6 miljard, 6,9% meer dan in het eerste halfjaar van 2009. Het Duitse ministerie van Landbouw (BMELV) en de Duitse organisatie ter bevordering van de agrarische export (GEFA) verwachten dat in 2010 het exportrecord van 2008 met een waarde van € 51,9 miljard zal worden geëvenaard of zelfs gebroken. De Duitse export zou volgens hen in de komende vijf jaar kunnen verdubbelen.

Veel groei zat in de export van zuivel (+16%) en kaas (+13%). Dit komt vooral door de hogere prijzen voor melk. De belangrijkste exportlanden zijn: Nederland met € 3,3 miljard (+8%), Italië met € 2,46 miljard (+2,5%) en Frankrijk met € 2,44 miljard (+4,5%).

De export naar derde landen groeide sterk met 16,4% (€ 5,3 miljard). Rusland, Zwitserland en de Verenigde Staten zijn daarbinnen de grootste afnemers.

Griekenland

LNV-afdeling Boekarest

Consolidatie viskwekers

Er zijn fusiebesprekingen gaande tussen drie grote aquacultuurbedrijven in Griekenland, waaronder Dias. De bedrijven hebben met elkaar gemeen dat de Nederlandse investeringsmaatschappij Linnaeus Capital Partners in elk van hen een aanzienlijk belang heeft opgebouwd.

Italië

LNV-afdeling Rome

Fair Flowers Fair Plants (FFP)

Zestien bloemenkwekers uit Ligurië zijn gecertificeerd op basis van het nieuwe programma Fiore Giusto (Italiaans voor Fair Flower) van FFP. Sinds 5 juli 2010 nemen zij hieraan deel. De interesse onder Italiaanse kwekers is groot; 25 producenten worden in deze periode geaudit voor certificering. Fiore Giusto is ontwikkeld door de ngo's en productie- en handelsbedrijven in de Italiaanse sierteeltsector. Doel is de producenten te laten deelnemen aan de gegarandeerd duurzame wereldproductie van bloemen en planten. De kwekers kunnen hun producten vanaf nu aanbieden onder het label van FFP. Zie ook: www.fairflowersfairplants.com.

Letland

LNV-afdeling Warschau

Herstructurering zuivelsector

De grootste Letse zuivelcoöperaties breiden hun activiteiten uit en halen grotere hoeveelheden rauwemelk op. De grootste organisaties, LPKS Piena Partneri KS, LPKS Dzese, LPKS Trikatas KS, SIA Sabiedriba Marupe, zijn van plan om hun eigen productie-eenheden op te zetten: een voor gecondenseerd melk en een voor kaas. De geschatte kosten van het project zijn ruim € 11 miljoen. Algemeen trend is dat de zuivelcoöperaties hun activiteiten uitbreiden en dat melkveehouderijen en productiebedrijven fuseren. Deze omstandigheden maken renovatie en nieuwbouw van productiefaciliteiten noodzakelijk en creëren kansen voor leveranciers van machines en knowhow. Een Europese tender voor in totaal € 13,2 miljoen voor genoemde herstructurering is in aantocht.

Portugal

LNV-afdeling Madrid

Export kurk stijgt

De eerste vier maanden van 2010 steeg de export van kurk met 10% naar € 263 miljoen. Vanaf 2007 daalde de export, mede vanwege de lage prijs en de toenemende vraag naar alternatieve afsluiters (plastic, aluminium). Portugal is nog steeds de grootste producent (157.000 ton) en exporteur van kurkproducten. 49% betreft kurk voor flessen. Daarnaast wordt kurk steeds vaker gebruikt in de bouw (isolatie en bevoering) en in de mode. De grootste afnemers zijn Frankrijk (20,6%), de Verenigde Staten (15,7%) en Spanje (13%). Naar Nederland wordt slechts 1,9% geëxporteerd.

Spanje

LNV-afdeling Madrid

Huismerken in opmars

Het aandeel van huismerken in de Spaanse voedingsmiddelenconsumptie groeit door en ligt inmiddels op maar liefst 41%. Vooral kaas doet het goed. Hier is het aandeel private label het afgelopen jaar bijna verdubbeld van 16% in 2009 tot 25,5% in 2010. Belangrijke productcategorieën zijn verder: vleeswaren (55,3%), conserven (53,5%), kant en klare maaltijden (51,3%) en diepvriesmaaltijden (47,8%).

Tuinbouwsector Spanje

Het marktaandeel van de tuinbouwsector op de (belangrijkste) Europese markt blijft nagenoeg gelijk. De productie stagneert, alleen de citrussector vertoont een lichte groei. Een verdergaande specialisering en vergroting van de productdiversiteit zijn noodzakelijk om de positie te handhaven c.q. uit te bouwen, aldus het onderzoek van de bank Cajamar. Zwakke punten zijn de versnipperde afzetstructuur, met daaruit resulterend een onbalans in de markt, die gepaard gaat met hoge productiekosten en een lage opbrengst. De aanbeveling aan de Spaanse sector luidt: schaalvergroting en investeren in productkwaliteiten en productiemethoden (bijvoorbeeld verlenging teeltseizoenen).

Tsjechië

LNV-afdeling Praag

Visproductie

De productie van verse vis is in Tsjechië in 2009 licht gedaald naar 20.100 ton tegen 20.400 in 2008. Dit is een afname van slechts 1,5%. Hoewel de productie van verse vis ongeveer gelijk bleef, is de gemiddelde jaarlijkse consumptie van zoetwatervis licht gestegen, van 1,32 kg per capita in 2008 tot 1,37 kg in 2009.

Van de 52.000 hectare visvijversen vistanks wordt 42.000 hectare gebruikt voor commerciële viskwekerij. 90% van de productie bestond in 2009 uit karper. Bijna 45% van de totale visproductie werd geëxporteerd; karper is het grootste Tsjechische exportproduct. De import van verse zoetwatervis naar Tsjechië ligt rond de 3%.

Verenigd Koninkrijk

LNV-afdeling Londen

Grootste melkfabriek Arla Foods UK, de Britse dochter van het Zweeds-Deense Arla, gaat meer dan € 180 miljoen investeren in een nieuwe melkfabriek in Buckinghamshire. Deze fabriek zal meer dan één miljard liter melk per jaar verwerken en volledig CO₂-neutraal zijn. De locatie op een terrein van 28 hectare in Aylesbury is zorgvuldig gekozen met het oog op de aanvoer van vers melk en levering aan de grote supermarktketens. Bovendien ligt zij tussen de twee grootste Britse stedelijke gebieden: Greater Londen (8,5 miljoen inwoners) en Metropolitan Birmingham (2,2 miljoen inwoners).

Buitensporige verpakking

Inspecteurs in Lincolnshire hebben een rechtszaak aangespannen tegen de Britse supermarktketen Sainsbury's vanwege het overmatig gebruik van verpakkingsmaterialen. Volgens de handelsinspecteurs is de hoeveelheid verpakking van één van Sainsbury's braadvleesproducten in strijd met de Britse verpakkingswetgeving. Het is de eerste keer dat een grote supermarktketen om deze reden wordt vervolgd. Het luxe stuk braadvlees is vacuümverpakt in plastic, geplaatst in een plastic tray en voorzien van een kartonnen wikkel. Sainsbury's zegt verrast te zijn: de hoeveelheid verpakking in kwestie zou sinds februari al met 53% zijn verminderd en de komende maanden nog eens met 10% worden teruggebracht. De Britse supermarkten werken al sinds 2005 op vrijwillige basis aan het terugdringen van afvalstromen. Circa 20% van het huishoudelijk afval in het Verenigd Koninkrijk bestaat uit verpakkingsmaterialen, waarvan meer dan de helft afkomstig is van levensmiddelen.

OVERIG EUROPA

Kroatië

LNV-afdeling Zagreb

Groei houtindustrie

De Kroatische houtindustrie is het eerste halfjaar van 2010 met 11,5% gegroeid naar een omzet van € 316,3 miljoen. Tegelijkertijd bleef de import achter met 19,4% en een waarde van € 205,6 miljoen. De eerste helft van 2010 exporteerde Kroatië voor 940,5 ton aan houten producten en meubilair. De import bedroeg 209,5 ton. Ondanks de recessie heeft de houtindustrie steeds groeicijfers vertoond.

Oekraïne

LNV-afdeling Kiev

Graanmarkt en exportquota

Oekraïne was in 2009 de derde graanexporteur ter wereld. Het land is, in tegenstelling tot Rusland, niet overgegaan tot het instellen van tijdelijke exportbeperkingen voor tarwe en gerst. Het IMF en de Wereldbank oefenen forse druk uit om een exportquotum te

verhinderen. In de praktijk ondervinden telers en exporteurs van graan echter wel degelijk hinder van niet-officiële maatregelen en ondoorzichtige acties van (lokale) autoriteiten. Zou het de Oekraïense douane eind juli al weten nieuwe procedures in te stellen voor de kwaliteitscontrole bij de export van graan. Metaanzienlijke vertraging bij controles als gevolg, evenals discussies over de juiste kwaliteitsclassificatie van het graan en van de te hanteren prijs. Het gevolg is dat een aantal scheepsladingen graan in de Oekraïense havens is geblokkeerd. Daarnaast zouden opzettelijk minder spoorwagens worden ingezet voor graanexport, terwijl regionale autoriteiten naar verluidt handelaren onder druk zetten om graan tegen lagere prijzen aan te kopen. Voor de buitenlandse markt is het nu alsof Oekraïne geen exportquota heeft ingesteld, terwijl zowel telers als exporteurs in de praktijk wel problemen ondervinden.

Servië

LNV-afdeling Zagreb

Appeloogsten

De opbrengst van de appeloogst in Servië en Montenegro, Macedonië, Kroatië, Slovenië, Bosnië en Herzegovina ligt dit jaar naar verwachting 10-15 % lager dan vorig jaar. Extreme weersomstandigheden hebben geleid tot het verlies van een aanzienlijk deel van de oogst. Volgens specialisten in de Servische fruit- en groentesector bleef de teelt van appels ver achterdoor wijdverspreide pest en ziektes. Daarnaast kenmerkte het weer in 2010 zich tot nu toe door veel hagelbuien. De meeste boomgaarden hebben geen bescherming tegen de hevige hagelbuien.

Pruimenproductie

Servië neemt de vierde plaats in op de wereldranglijst van de productie van pruimen. In 2009 werd voor ruim € 23 miljoen aan verse pruimen, diepgevroren pruimen en gedroogde pruimen geëxporteerd. De totale export van fruit bedroeg ruim € 239 miljoen. De jaarproductie van pruimen ligt op 600.000 ton. Alleen Roemenië, de Verenigde Staten exporteren meer pruimen. Voor Servië is de pruim een nationaal symbool. Het ministerie van Landbouw, Bosbouw en Waterbeheer blijft investeren in nieuwe plantages.

Turkije

LNV-afdeling Ankara

Import van rund- en kalfsvlees

Onder bepaalde voorwaarden mag Turkije weer kalfs- en rundvlees importeren. Het gaat hier om zogenoemde carcass meat uit Nederland. Dieren waarvan het vlees vanafkomstig is, mogen niet ouder zijn dan dertig maanden. Het slachten moet plaatsvinden onder toezicht van Turkse inspecteurs (op het gebied van halal) in veterinaire zaken. Alle dieren waarvan het vlees geëxporteerd gaat worden, moeten worden getest op BSE. De exacte eisen voor het exportcertificaat worden momenteel nagegaan bij de Turkse autoriteiten. Naast de strikte veterinaire voorwaarden zijn ook importheffingen ingesteld. De export van levende runderen (slacht, mest en fokvee) is nog niet toegestaan. Hiervoor zal de wetgeving in Turkije eerst moeten worden aangepast.

Internationale pioniers uit de agribusiness aan het woord

Exportise

De Exportise van: Rob Sikkema

Functie: managing director

Bedrijf: Simon Lévelt

Sector: koffie en thee

www.simonlevelt.nl

We goed doet, goed ontmoet, blijkt ook voor koffie en theespecialist Simon Lévelt. Door te investeren in een duurzame koffiefabriek in Oeganda, kan Simon Lévelt zijn assortiment uitbreiden met een mooie, nieuwe koffie.

De specialistische koffie- en theehandel Simon Lévelt is al tweehonderd jaar een begrip voor kenners op het gebied van koffie en thee. Tweehonderd jaar in handen van dezelfde familie ook, allen nazaten van oprichter Simon Lévelt. Het bedrijf heeft 44 vestigingen in Nederland en België, waar 25 soorten koffie en meer dan 180 soorten thee worden verkocht. Simon Lévelt is tevens één van de grondleggers van het Max Havelaar-merk, inmiddels geïnternationaliseerd als FairTrade, dat producenten van koffie, thee, suiker, cacao en tal van andere producten een faire prijs betaalt voor duurzaam geproduceerde goederen.

In de begintijd van Max Havelaar betekende dat een flinke toename van de export van koffie en thee voor Simon Lévelt. "Maar later werden fairtrade producten meergemeengoed en kwam de concurrentie op het gebied van duurzaamheid op gang. Nu is het percentage van onze omzet in de export teruggelopen van twintig naar vijftien procent, vertelt Rob Sikkema, managing director van Simon Lévelt. Welbreidt Lévelt zijn franchise uit naar ondermeer de Scandinavische landen, waar de klant gelokt wordt met een nadruk op het tweehonderdjarig vakmanschap, de passie voor koffie en thee en de zorg voor mensen en milieu van Simon Lévelt. Ook in de Oost-Europese landen liggen kansen. Met de groeiende welvaart neemt daar ook de vraag naar duurzame producten toe.

"We importeren onze koffie en thee zelf, en bouwen langdurige relaties op met de producenten", legt Sikkema uit. "Metsommigen van hen hebben we al meer dan 30 jaar een contract, en we gaan regelmatig bij ze op bezoek. Ook de winkeliers gaan regelmatig mee." De laatste keer dat Sikkema zelf de boer op is gegaan was twee jaar geleden in Oeganda. "Dat was in het kader van het Private Sector Investeringsprogramma (PSI) van het ministerie van Buitenlandse Zaken, dat vernieuwende investeringsprojecten in opkomende markten steunt. Het gaat om een project van € 1 miljoen rond een koffie verwerkingsfabriek, waarbij de koffiebossen van alle koffieboeren in een regio centraal worden verwerkt. Dat komt de kwaliteit en dus de prijs van de koffie ten goede." Het is een vorm van ontwikkelingshulp waar zowel de Oegandese als de Nederlandse economie van profiteert. Bovendien wordt er een aantal zogenoemde Millenniumdoelstellingen een klein beetje verder geholpen. Dit zijn doelen die in 2000 zijn vastgesteld door de Verenigde Naties om de wereldwijde armoede tegen te gaan. Behalve een eerlijke vergoeding voor de producenten is dat bijvoorbeeld ook de verhoging van het aantal vrouwen dat in zo'n project betrokken is. "Volgende maand gaat Simon Lévelt weer met een aantal winkeliers naar Oeganda, om de eerste resultaten van het project te bekijken. "De resultaten zijn zeer goed", aldus Sikkema, "er komt daar nu een hele mooie koffie vandaan."

Nieuws

Nederland opnieuw tweede exporteur

Het is elk jaar weer spannend om te zien of Nederland zijn positie als tweede exporteur van landbouwproducten heeft behouden. Het wachten is altijd op het tijdstip waarop Comtrade, de databank van de Verenigde Naties, de cijfers van de diverse landen heeft ontvangen en verwerkt. Hieronder de cijfers voor 2009 en 2008. Nederland heeft inderdaad zijn tweede plaats behouden in een krimpende wereldmarkt. Opmerkelijk zijn de hoge procentuele dalingen van Frankrijk en de Verenigde Staten en de relatief geringe dalingen van Duitsland en Brazilië. Nederland neemt een tussenpositie in.

Top vijf exporteurs van landbouwproducten, in miljarden euro's

	2008	2009	Procentuele verandering
Verenigde Staten	93.575	80.167	-14,3%
Nederland	61.620	55.345	-10,2%
Duitsland	57.754	54.369	-5,9%
Frankrijk	54.847	46.123	-15,9%
Brazilië	42.943	40.042	-6,8%

Bron: UN Comtrade

Seminar Nederlandse-Poolse biologische agribusiness

Op 4 november 2010 is in Den Haag het seminar 'New Perspectives of Dutch-Polish Organic Agribusiness'. De biologische landbouw in Polen is de laatste jaren flink gegroeid, zowel in areaal als in aantal boerderijen en verwerkers. De omstandigheden in Polen zijn gunstig voor de verdere ontwikkeling van de biologische agribusiness. De biologische diversiteit, de ecologische kwaliteit van het beschikbare land, een almaar groeiende consumptie van biologische producten en een nog steeds onverzadigde markt bieden samen kansen voor de Nederlandse agribusiness. Het seminar wordt in samenwerking met de Nederlandse en Poolse ministeries van Landbouw georganiseerd door en in de Poolse ambassade te Den Haag, Alexanderstraat 25, tussen 9.00-16.30 uur. Een unieke gelegenheid om potentiële zakenpartners en vertegenwoordigers van beide ministeries te ontmoeten.

De entree is gratis.

Meer informatie en aanmelden via www.haga.trade.gov.pl/en.

Rijk Zwaan opent productielocatie Mexico

Vrijdag 1 oktober heeft Rijk Zwaan een nieuwe productielocatie in Guanajuato, Mexico geopend voor de vermeerdering van groentezaden. Met de investering van ruim € 10 miljoen is Rijk Zwaan Promex de modernste productiefaciliteit van de nummervijf op de wereldranglijst van groentezadenproducenten. Mexico is als vestigingslocatie gekozen vanwege de klimatologische omstandigheden en de goede infrastructuur. De in Guanajuato geproduceerde zaden zullen wereldwijd door Rijk Zwaan worden afgezet. Naast steun van de overheid van de staat Guanajuato heeft het ministerie van LNV een actieve rol gespeeld bij de oriënteringsfase van Rijk Zwaan in Mexico en tijdens de bouw, door bemiddeling van markttoegang van producten en contacten met de overheid. Met deze investering wordt de aanwezigheid van de Nederlandse tuinbouwsector in Mexico verder versterkt. Mexico is een van de belangrijkste groeiende markten voor de hoogwaardige tuinbouw, mede door de nabijheid van de belangrijke Amerikaanse afzetmarkt en het gunstige klimaat. Voor de Nederlandse tuinbouwsector, van kassenbouwers tot de leveranciers van greenware,

is Mexico een belangrijke bestemming en vervult daarmee een voortrekkersrol voor de tuinbouwontwikkeling in Midden- en Zuid-Amerika.

Business Summit Netherlands-Africa

De Business Summit Netherlands-Africa is het grootste event over zakendoen in Afrika en wordt op 3 november 2010 in Kasteel DeWittenburg gehouden. De gelegenheid bij uitstek om uw zakelijke activiteiten in Afrika naar een hoger plan te tillen. Een groot aantal prominente sprekers van toonaangevende bedrijven deelt zijn kennis en ervaring met de deelnemers. Voertaal is Engels. Er zijn workshops, onder andere over Food and Agriculture; Banking, Finance and Investment; Consumer Markets. Meer informatie en aanmelden via www.nabc.nl/africasummit2010. Organisatie: Netherlands-African Business Council (NABC) en STT Netherlands Study Centre for Technology Trends, in samenwerking met NL EVD Internationaal.

High Level-werkgroep Servië-Nederland

In Belgrado, Servië werd op 8 september een eerste overleg gehouden van de High Level Landbouwwerkgroep Servië-Nederland. De reden voor oprichting is het toegenomen aantal activiteiten tussen beide landen. De agrarische sector in Servië maakt zo'n 25% uit van het BNP en is een van de sectoren die momenteel een groei doormaakt. De Servische minister van landbouw, de heer Dragin, wil met het instellen van deze landbouwwerkgroep de sector naar een hoger niveau tillen. Tijdens de eerste vergadering was er aandacht voor het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid van de EU, het mogelijke toekomstige lidmaatschap van Servië en de samenwerkingsprojecten tussen Nederland en Servië die al lopen of binnenkort van start gaan. Het accent binnen de projecten ligt met name op veterinaire en fytosanitaire samenwerking. Nederland kan een sterke rol vervullen waar het gaat om kennisoverdracht. Een concreet voorbeeld van samenwerking is een studie die inzicht zal verschaffen in de huidige stand van de Servische landbouwsector. De studie wordt uitgevoerd door wetenschappers van het LEI en onderzoekers van de landbouwfaculteit van de Universiteit van Belgrado.

Slowakije: Agrofilm

Tijdens het filmfestival in Nitra, Slowakije werd aandacht besteed aan Agrofilm, een initiatief van onder andere het Slowaakse ministerie van Landbouw, de FAO en de VN. Het thema van dit jaar was 'breaden peace to people'. De LNV-afdeling in Praag, met financiële steun van de directie AKV, benut het filmfestival door via het medium film de boodschap over duurzaamheid in al haar facetten voor het voetlicht te brengen. Dit jaar zijn er vanuit Nederland acht films ingezonden, waarvan drie van het Innovatienetwerk. Het betreft: 'werken met water' een korte animatiefilm binnen het concept waterhouderij, waar water en agrarische productie elkaar in een nieuw ruimtebeslag vinden. Toekomst van de Paling is een documentaire over de palingperikelen, de doorbraak die inmiddels in Leiden is gerealiseerd het vervolgonderzoek dat op stapel staat. De derde film gaat over 'Fotonenboer'. De gedachte is dat een agrarische ondernemer op het land dat hij tot zijn beschikking heeft, gratis zonlicht ontvangt, en zodoende in feite fotonen oogst.

'De toekomst voor de paling' viel in de prijzen, evenals de film over de 'Fotonenboer'. De ambassadeur in Bratislava, Daphne Bergsma en de LNV-Raad Ellen van de Vrugt namen de prijzen in ontvangst (zie foto).