

Berichten

Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 35, nummer 3, maart 2009

In dit nummer:

- Egypte: op weg naar een duurzame landbouw
- Marhaba Halal Food: ambitieus initiatief
- Duitsland: hoe was het op de Grüne Woche?

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

JB&A Exxion Communicatie

Druk

Den Haag Offset

ISSN 0920 - 0975

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

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

Inhoudsopgave

Egypte werkt aan meer duurzame landbouw	3
De rondgang...	7
Column	8
"De markt voor Halal is versnipperd, daar springt Marhaba goed op in."	9
Grüne Woche, "eine kulinarische Reise durch die Welt"	11
Kort graag...	14
Korte berichten uit het buitenland	15
Nieuws	21
Exportise	23

Brede inbedding van beleid en duurzame productie staan centraal

Egypte werkt aan meer duurzame landbouw

De landbouw in Egypte is een sector van uitersten. Enerzijds is er de traditionele, kleinschalige landbouw in de delta en op de dichtbevolkte oevers van de Nijl, anderzijds de grootschalige en op efficiency gerichte bedrijven op nieuw ontgonnen gronden in de woestijn. Deze laatste categorie bedrijven groeit sterk, de eerste staat onder grote druk van veranderend grondgebruik.

Google-Earth laat het tot in detail zien: Een groene delta, de groene oevers van de Nijl met kleinschalige perceeltjes en intensieve bewoning en daarbuiten woestijn en bergketens. Maar de randen van het groen worden opgerekt, op verschillende plaatsen verschijnen rechthoekige kavels en de cirkels van de roterende beregeningsystemen van moderne, grootschalige landbouwbedrijven. Het geeft de twee vormen van landbouw goed weer: de oude landbouwgronden in de vruchtbare gebieden die gevoed worden door de Nijl en de in hoog tempo groeiende nieuw ontgonnen woestijngebieden, waar grondwater grotendeels in de waterbehoefte voorziet. Deze verschuiving van 'oude' naar 'nieuwe' landbouw is niet zonder gevolgen. Hans van der Beek, LNV-Raad in Kaïro, schetst het probleem: "In de traditionele landbouwgebieden is de landbouw kleinschalig en vaak nog vrij primitief. Buffels zijn de belangrijkste trekdieren en worden nog volop ingezet bij de grondbewerking en het transport. De productiewijzen zijn eenvoudig en het productieniveau is vaak niet erg hoog. Maar de gronden zijn wel belangrijk voor de voedselproductie voor de lokale markt en circa eenderde van de beroepsbevolking verdient hier hun inkomen. De veel voorkomende praktijk is echter dat deze gronden omgevormd worden tot bouwgrond voor woningen en dat is uiteindelijk niet gewenst. Het gaat ten koste van de voedselproductie en het verzwakt de economische positie van de landbouw in deze gebieden. Dit leidt vervolgens tot vermindering van de leefbaarheid van het platteland en tot werkeloosheid, wat weer een bron van sociale onrust kan vormen. Vandaar dat de overheid hier stevig inzet op plattelandsontwikkeling en dat Nederland dit ook ondersteunt. Het gaat daarbij om beleidsondersteunend onderzoek waarbij Nederlandse kennisinstututen betrokken zijn." Het uitgangspunt is dat door verbetering van de landbouwtechnieken en teeltmethoden ook in de meer traditionele landbouwgebieden uitstekende productie mogelijk is, niet alleen voor de lokale markt, maar ook voor export. Het illustreert de hedendaagse opvatting over ondersteuning van landbouw en economie. Van der Beek: "Een dergelijke benadering overstijgt de pure landbouwproductie, maar gaat uit van samenhang met andere sectoren en beleidsterreinen. Zo is plattelandsontwikkeling in de traditionele gebieden niet alleen een landbouwkundige kwestie, maar ook een economische. Een ander voorbeeld hiervan is de ondersteuning die we in Eu-verband bieden aan de ombuiging van subsidiesystemen van productiegericht naar kwaliteitgericht. Zo kan de overheid de graanproductie stimuleren door een prijstoeslag of een hectaretoeslag te geven, maar bij de beoogde intensity-based support zoek je naar wegen om de goede landbouwpraktijk te steunen: minder gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, minder verlies van meststoffen, efficiënter watergebruik en verbetering van productiemethoden. Een belangrijke partner in de ontwikkeling van dit beleid is het Egyptische ministerie van Financiën, omdat het gaat om inbedding van duurzaam beleid in de binnenlandse politiek en de landbouw overstijgt. Er is dus sprake van verbreding op beleidsniveau."

Reststromen benutten

Een van de voorbeelden van verduurzaming van de landbouw is het zoeken naar een betere benutting van reststromen, met als meest uitgesproken voorbeeld de afvoer van het stro na de oogst van rijst. De rijstvelden bevinden zich voor een belangrijk deel op de oude landbouwgronden, die gemakkelijk ten behoeve van de teelt te bevloeien zijn. Per kilogram geoogste rijst blijft zo'n één tot anderhalve kilo stro achter. De huidige praktijk is dat deze gewasresten op het veld verbrand worden, met als gevolg dat in die periode zwarte rookwolken in de wijde omgeving de horizon domineren. Behalve de enorme verontreiniging geeft dit ook een groot verlies aan organisch materiaal. Slechts hier en daar gebruiken

boeren het stro als mulching (beschermend laagje) onder bijvoorbeeld olijfbomen. Gezocht wordt nu naar alternatieve benutting, zoals compost of het persen tot veevoeder. Er worden in deze sfeer al veel initiatieven genomen. Zo vindt op bescheiden schaal omzetting plaats van stro naar ethanol, maar nog onduidelijk is of dit wel de meest rendabele en meest duurzame oplossing is. Ook Wageningen UR buigt zich momenteel over de vraag op welke wijze hier verduurzaming mogelijk is.

Perspectieven voor sierteelt

Dat een groot deel van de landbouw in Egypte op traditionele en betrekkelijk kleinschalige wijze plaatsvindt, zegt overigens nog niets over de kwaliteit van de productie. Hans van der Beek hierover: "Een Nederlandse studie door het LEI (Landbouw Economisch Instituut) naar de sierteelt in Egypte maakte duidelijk dat veel van de kleine bedrijven, met vrij basale teeltmethoden, toch een hele goede kwaliteit bloemen leveren. De volgende stap is nu na te gaan hoe deze productie op een hoger plan gebracht kan worden. We stelden vast dat de export van uitgangsmateriaal zoals zaaizaden en bollen, uit Nederland naar Egypte, in 2008 is verdubbeld ten opzichte van 2007. Dit zegt iets over de productie in Egypte; deze is dus eveneens fors toegenomen. Het overgrote deel van deze productie blijft op de binnenlandse markt. Belemmeringen om tot meer export van deze sierteeltproducten te komen zijn de lage organisatiegraad van de telers, het ontbreken van koelfaciliteiten en het gemis aan logistieke centra in de omgeving van de teeltgebieden. En dat terwijl export uit Egypte naar de Golfstaten en naar Aalsmeer goed denkbaar is. Hier liggen goede kansen voor zowel Egyptische telers als voor Nederlandse toeleveranciers en handelsbedrijven. Voorwaarden zijn de beschikking over een goede gekoelde logistieke keten en een betere organisatie, maar hierin zie ik zeker goede kansen."

Visteelt

Een belangrijke opkomende sector in Egypte is de viskwekerij en deze productietak heeft de potentie uit te groeien tot een belangrijke economische sector. Op dit moment importeert Egypte nog veel vis en visproducten, maar hierin lijkt verandering te komen. "Er zijn twee factoren die hierin een cruciale rol spelen", zo zet Van der Beek uiteen: "De uiterst zorgelijke situatie rond aviaire influenza of vogelgriep maakt het noodzakelijk om – naast oplossingen in de pluimveehouderij zelf – te zoeken naar andere eiwitbronnen dan de pluimveehouderij. Deze is deels gevonden in de viskwekerij en Egypte is inmiddels het tweede tilapia-producerende land in de wereld. Desondanks is de bedrijfstak weinig modern ingericht en er is veel winst te halen uit verbetering van de productie. Daar komt bij dat de geldende wetgeving het gebruik van Nijlwater voor de visteelt in de weg stond. Dat is nu veranderd. In samenwerking met Wageningen UR, lokale bedrijven en de overheid zijn nu projecten opgestart om de visteelt naar een hoger niveau te brengen. Er is een pilot gestart met een gesloten watercirculatiesysteem, een systeem dat in Nederland veel wordt toegepast, waarbij water na filtratie wordt hergebruikt en waarbij een hoog productieniveau kan worden bereikt. Er wordt een laboratorium opgezet en er is een Nationale Visraad opgericht. Deze dienst is er vooral op gericht de viskwekerij te ondersteunen." Ook voor deze sector is een goede toekomst te verwachten", aldus Van der Beek. De ambities van Egypte, de klimatologische omstandigheden en de relatieve nabijheid van de Europese markt dragen bij aan een gunstig perspectief voor de Egyptische landbouw, waarin Nederlandse toeleveranciers en kennisinstellingen een uitstekende rol kunnen vervullen.

Jaap Holwerda

(met medewerking van de LNV-afdeling Kaïro)

Streven naar meer zelfvoorziening

Met een oppervlakte van een miljoen km² is Egypte 24 maal zo groot als Nederland. Het aantal inwoners benadert de 80 miljoen en hiervan leeft ongeveer de helft op het platteland. Kaïro telt zo'n 20 miljoen inwoners. Bijna 15% van de bevolking leeft onder de armoedegrens. Het gemiddelde aantal inwoners per km² is circa 74, maar het overgrote deel van de bevolking woont op de oude, vruchtbare gebieden, waardoor de bevolkingsdichtheid in deze gebieden 2935 mensen per km² is. Dat is een zesmaal zo hoge dichtheid als in Nederland (483 inwoners/km²).

De agrarische productie is volgens de cijfers van het Egyptische ministerie van Landbouw de afgelopen jaren met 3,8% per jaar gegroeid en de inkomens van de boeren namen het afgelopen decennium toe met 25%. De zelfvoorzieningsgraad is voor een aantal producten verbeterd. Voor pluimveevlees en eieren is Egypte bijna zelfvoorzienend en in deze sector is de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in modernisering van bedrijven. Ook Nederlandse bedrijven hebben hierin sterk bijgedragen, onder andere in de levering van slachtlijnen en broedmachines. In het aanwezige exportpotentieel is nog voldoende ruimte. Dit geldt met name voor rijst, aardappelen, groente, fruit, sierteeltgewassen en aromatische en medicinale planten.

Het overheidsbeleid van Egypte is onder andere gericht op een hogere graad van zelfvoorziening, verbetering van productiviteit en vergroting van export. Egypte importeert ongeveer de helft van zijn voedsel. Van deze voedselimporten bestaat weer de helft uit tarwe, waarmee Egypte de grootste tarwe-importeur ter wereld is. In de behoefte aan fruit, groente en rijst wordt volledig voorzien door eigen productie.

Sectoroverschrijdend beleid wordt gevoerd om te komen tot plattelandsontwikkeling, duurzame inbedding van landbouwontwikkeling in andere beleidsvelden en het werken aan meer duurzame productiemethoden.

Productie, import en export

De export van Nederlandse landbouwproducten naar Egypte bedroeg in 2007 118 miljoen euro.

De top vijf van deze producten (in miljoen euro):

Ingevroren vis	30,0
Kaas	16,0
(Poot)aardappelen	11,0
Zaaizaden	7,5
Tabak	6,7

Na Algerije is Egypte de belangrijkste afzetmarkt (ter wereld) voor de Nederlandse pootaardappel. In seizoen 2008/2009 gaat het om 35.000 ton.

De Nederlandse import van agrarische producten uit Egypte bedroeg in 2007 78,2 miljoen euro.

De top vijf van geïmporteerde producten (in miljoen euro):

Druiven	18,0
Citrusvruchten	13,0
Uien	7,2
Sperziebonen	5,6
Andere verse groenten	5,1

Productiegegevens van een aantal belangrijke gewassen in Egypte (2005/2006)

Gewas	x 1000 ton
Tarwe	8.141
Rijst	6.125
Maïs	6.867
Suikerriet	16.317
Suikerbiet	3.429
Sinaasappel	1.940
Druiven	1.391
Mango	417
Banaan	923
Aardappel	3.167
Tomaat	8.391
Bonen (incl. sperziebonen)	246
Watermeloen	1.874
Aardbei	157

Een maandelijks rondgang langs de Nederlandse agri-vloer

De rondgang...

Themapark De Westlandse Druif

"Wat hier in het Westland allemaal aan innovatie gebeurt, valt met geen pen te beschrijven", zegt Jan Wagemakers, directeur van Stichting De Westlandse Druif. Zelf houdt hij zich bezig met een product waar niet heel meer aan te innoveren valt. Maar wel een product waar het Westland groot mee is geworden. Niet veel mensen weten nog dat druiventeelt aan de wieg heeft gestaan van het huidige Westland. Overal groeiden druiven, totdat na WO II tuinders zich meer toelegden op groente- en sierteelt. Dat was het begin van de ondergang van de Westlandse druif. Want druiven telen is een arbeidsintensieve bezigheid. Druiven moet je 'krenten', dat betekent dat je de kleine korreltjes moet verwijderen om zo de overige korrels de kans te geven uit te groeien tot een mooie sappige druif. Vroeger werd dat werk gedaan door de familie van de teler en seizoensarbeiders. Iedereen hielp mee. Tegenwoordig zijn er nog maar weinig mensen die het werk snel en goed kunnen uitvoeren. In 1999 stopte de laatste professionele druiventeler ermee.

Wagemakers: "We wilden de druiventeelt niet compleet verloren laten gaan. Toen is het idee ontstaan om een druiventuin op te zetten. Maar ja, die teelt is commercieel niet interessant. Dus hebben we een multifunctioneel themapark opgezet, compleet met onder andere een restaurant, congres- en vergaderruimten, en een museum. Op ons terrein van twee hectare is één hectare bebouwd met glas waar druiven worden geteeld. Dat is ook meteen de grootste overdekte teelt van druiven ter wereld. We telen vier hoofdsoorten, die overigens niet geschikt zijn voor wijnbouw. Daar worden weer hele andere druivenrassen voor gebruikt."

"Bijzonder is dat de Westlandse druif in 2003 vanuit Brussel de Europese erkenning BGA (beschermende geografische aanduiding) meekreeg. Er zijn maar weinig producten in Nederland die dit kenmerk mogen voeren. Dat geeft wel aan hoe speciaal dit product is en het werkt voor ons ook goed ter promotie. We hebben dit jaar al, alhoewel bescheiden, geëxporteerd van Dublin tot Moskou. Je merkt sowieso dat er verhoogde belangstelling is van de consument als het gaat om bijzondere streekproducten. En onze druiven zijn zo lekker, die moet je proeven met pit en al, dan weet je pas echt hoe een druif hoort te smaken."

Column

Willem Lageweg

MVO-kampioenen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is in de food en agrosector al jarenlang een belangrijk thema. Dat is logisch, want de sector is zeer nauw verbonden met grote maatschappelijke thema's als gezondheid, klimaat, energie, water en biodiversiteit. Zowel in de primaire sector als in de handel en industrie zijn er steeds meer voorbeelden van bedrijven die tot de koplopers gerekend mogen worden. Een goed voorbeeld is het groeiend aantal glastuinders dat in hoog tempo werkt aan energie- en CO₂-reductie. Andere erkende MVO koplopers in de agro- en foodsector zijn Unilever, Nutreco en FrieslandCampina.

In veel gevallen is MVO ontstaan als een defensieve strategie waarmee men milieu- en maatschappelijke risico's onder controle probeerde te krijgen. Op dat terrein zijn belangrijke stappen gezet. Tegelijkertijd heeft de food- en agrosector op het gebied van duurzaamheid nog grote uitdagingen voor de boeg. Genoemde maatschappelijke vraagstukken zijn van een zodanig grote impact dat de ambities fors omhoog moeten. Ze moeten niet alleen omhoog, ze kunnen ook omhoog.

Koplopers laten zien dat deze maatschappelijke uitdagingen kunnen worden vertaald in nieuwe, bijvoorbeeld klimaatneutrale, producten en productieprocessen die leiden tot meer omzet en nieuwe klanten. Die offensieve benadering vraagt om een andere mindset waarin expliciet erkend wordt dat natuurlijke bronnen en grondstoffen schaars zijn, en dat de tijd van overvloed voorbij is. Het vraagt om een andere kijk op natuur en ecosystemen en op de rol die de mens en het bedrijfsleven daarin kunnen spelen.

Zo worden thema's als klimaatverandering en biodiversiteit niet primair als een probleem, maar vooral als een kans gezien. De onderneming die in dit kader het beste in staat is om schaarste om te zetten in duurzame toegevoegde waarde, is de kampioen van morgen. Gulpener Bierbrouwerij, ECOstyle (biologische meststoffen en gewasbeschermingsmiddelen) en Eosta (groothandel in biologisch groente en fruit) zijn voorbeelden van bedrijven die deze omslag al volop maken. Het verbaast mij niks dat deze ondernemingen op dit moment bovengemiddeld goed presteren. Daarom reken ik hen voor de komende periode tot de winnaars in de agro- en foodsector.

*Willem Lageweg
Directeur MVO Nederland
w.lageweg@mvonederland.nl*

Erik van Luyn, Market Endeavour:

“De markt voor Halal is versnipperd, daar springt Marhaba goed op in.”

De mensen achter Market Endeavour, een creatief marketing en innovatiebureau, zijn van veel markten thuis. Vanuit een voormalig woonhuis in Amersfoort, bedenkt een multicultureel team concepten op het gebied van food en zet die eigenhandig in de markt. Een van hun meest succesvolle initiatieven is Marhaba Halal Food, dat de ambitie heeft om het eerste echte A-merk voor Halalproducten te worden.

“Wij zitten met ons kantoor in de meest gemiddelde wijk van Nederland. De gemiddelde Nederlander en de gemiddelde nieuwe Nederlander, die woont hier in Amersfoort”, zegt Erik van Luyn van Market Endeavour. Dat komt goed uit want het bedrijf heeft naast een aantal foodactiviteiten ook een marktonderzoekstak. De mensen in de buurt zijn dus de verpersoonlijking van de gemiddelde Nederlander. Altijd goed om hen te interviewen, als je nieuwe kansen ziet. Van Luyn: “Onze kernactiviteiten bestaan uit praktisch onderzoek, creatieve conceptontwikkeling en concrete advisering op strategisch en tactisch niveau, binnen zowel de food als non-foodsector. Naast onze vestiging in Amersfoort hebben we een vestiging in Cambridge (UK), waardoor we in staat zijn om ook internationaal te opereren.”

Uit marktonderzoek dat Market Endeavour uitvoerde, kwam vaak naar voren dat Nederlanders met een Marokkaanse of Islamitische achtergrond behoefte hebben aan Halalproducten. Van Luyn: “En die uitkomst werd versterkt door een Marokkaanse vriend van mij, die klaagde dat hij zijn dochter nooit eens een spekkie of een kauwgompje kon geven. Dat was voor ons reden om eens een inventarisatie te maken van dagelijkse producten die niet Halal zijn. We kwamen uit op heel gewone voedingsmiddelen, daar zit eigenlijk wel heel vaak iets wat Haram (onrein) is. Omdat die Marokkaanse vriend uit een bakkersfamilie kwam, maakte dat de beslissing om in eerste instantie met een zoetwarenlijn de markt op te gaan, voor de hand liggend. Dit bleek al snel een gat in de markt.”

A-merk

“Waar we ook al snel achterkwamen is dat er wereldwijd niet zoiets bestaat als een A-merk voor Halal-producten”, vervolgt Van Luyn. “Natuurlijk wordt er wel genoeg geproduceerd, maar heel versnipperd en vaak wordt het niet eens als een specifiek Halalproduct in de markt gezet. De chocoladefabrikant in Irak bijvoorbeeld, werkt vanzelfsprekend volgens Halalrichtlijnen, maar dat is niet aan het reepje af te zien. Je moet er maar vanuit gaan. Zo sprak ik op een beurs een Pakistaanse snoepjesfabrikant. ‘Zijn je snoepjes Halal’, vroeg ik. ‘Ja, natuurlijk’, zei hij. ‘En die glycerine dan die op het etiket staat?’ Dan blijkt dat zo’n fabrikant bepaalde grondstoffen gewoon op de wereldmarkt inkoop, en dat helemaal niet duidelijk is waar zijn ingrediënten nu precies vandaan komen en waar ze uit bestaan. De fabrikant gaat ervan uit dat het plantaardig is, maar de kans is groot dat er dierlijke resten in verwerkt zijn.”

Van Luyn: “Wij hebben dat ondervangen door in zee te gaan met een certificeerder die strikt toeziet op de naleving van Halal-eisen. We werken ook volgens strenge procedures. Als wij op een bepaalde productielocatie producten laten maken, dan is alles in een procedureel handboek vastgelegd. Het is heel belangrijk dat de grondstoffen door de keten heen zijn gewaarborgd. Wat je eigenlijk doet is niets anders dan het voorkomen van contaminatie. Vroeger werd bij het produceren van Halalproducten gezegd dat het voldoende was als er een moslim bij aanwezig is. Het grote nadeel hiervan is dat de gemiddelde moslim echt geen voedingsdeskundige is en dus niet weet welke gevaren er zowel voedingstechnologisch als productietechnisch op de loer liggen.”

Halal biologisch

Islamitische spijswetten en de eisen van biologische voeding goed op elkaar aansluiten. Beiden gaan uit van natuurlijke methoden, met respect voor de integriteit van levende wezens en het milieu. Volgens Allah zouden alle producten biologisch moeten zijn. Zijn opdracht is dat je goed zorgt voor de aarde en dieren. Daar past bio-industrie en monocultuur natuurlijk niet in. Maar op dit moment zijn Halalproducten voorzien van een biologisch keurmerk, realistisch gezien niet haalbaar. "Wat wij wel willen gaan doen, maar dat kost een aantal jaren voorbereiding, is een keten opstarten waar op zijn minst het gevogelte scharrelkwaliteit heeft", zegt van Luyn. "We streven naar transparantie, van boer tot eindproduct. Nu heb je inderdaad geen enkele zekerheid of je ritueel geslachte kip, niet zijn korte leventje heeft doorgebracht in een klein hokje."

Ambitie

Marhaba Halal Foods bestaat pas anderhalf jaar, en het team zit vol ideeën en is druk bezig met het uitbreiden van het assortiment. Een van hun nieuwe producten die binnenkort in het schap zal staan, is een Halal lamsbolognese-saus. Echt uniek, want potjes pastasaus met lamsvlees bestaan niet. Marhaba exporteert op kleine schaal naar België, Frankrijk en Engeland. Van Luyn: "En ons potentiële afzetgebied is ontzettend groot. We staan binnenkort voor de tweede keer op de Gulf Food beurs in het Midden-Oosten, het leggen van contacten gaat goed, maar neemt veel tijd in beslag."

"Wist je dat uit onderzoek blijkt dat in Amerika, de grootste markt voor Kosherproducten, meer dan negentig procent van die producten door niet-Joden wordt gekocht? Zo'n product geeft mensen het gevoel dat het product zuiverder is, en in feite is dat ook zo. Om die reden denk ik dat het met Halalproducten niet anders is. Toen wij met onze Halalsnoepjes, dus honderd procent plantaardig, op de markt kwamen, kregen we ook veel e-mails van dolgelukkige vegetariërs en Hindoestanen. Mensen willen duidelijkheid, transparantie, weten waar hun voedsel vandaan komt en wat ermee is gebeurd. Die trend hebben we hoe dan ook in ieder geval mee."

Jacqueline Rogers

Wat is Halal

Halal betekent in het Arabisch 'rein', 'geoorloofd' of 'toegestaan'. Halal is een duidelijk omschreven voedingsleer waarin beschreven staat waaraan moslims zich dienen te houden. Halalvoeding is voedsel bereid volgens zorgvuldig samengestelde Islamitische spijswetten. Aangezien voeding een belangrijk deel van het dagelijks leven is, spelen de Islamitische spijswetten een zeer belangrijke rol in het leven van een moslim. Vlees is pas dan Halal als het dier waarvan het vlees afkomstig is, op religieuze wijze is geslacht. Buiten dat moet het dier een waardig leven geleid hebben met zo min mogelijk stress.

Controle en certificering van het Halalkeurmerk

Alle Marhaba Halalproducten zijn gecertificeerd door de Stichting Nationale Halalkeur. De controle en de certificering worden gedaan door Halal Audit Company (HAC). De Halal certificering volgen de Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) en de British Retail Consortium-richtlijnen (BRC). Een bedrijf moet eerst HACCP of BRC gecertificeerd zijn, pas daarna kan de Halalcertificering plaatsvinden. Halal Audit Company is een onafhankelijk inspectiebureau dat audits doet op het gebied van voedselveiligheid en Halal. Zij controleert voedsel dat volgens Halalwijze is bereid, behandeld, bewaard en getransporteerd. De organisatie is ontstaan vanuit de behoefte aan Halalproducten in Nederland. Meer informatie www.halalaudit.nl

Grüne Woche, “eine kulinarische Reise durch die Welt”

Onder het motto “Qualität von nebenan” presenteerde Nederland zich begin dit jaar als Partnerland van de Internationale Grüne Woche in Berlijn. In 1951 was het een Nederlander die de eerste buitenlandse deelname aan de Grüne Woche verzorgde, sinds 1953 is Nederland onafgebroken met een officiële inzending aanwezig op een van 's werelds grootste landbouwbeurzen.

De Internationale Grüne Woche vindt sinds 1926 op het Berlijnse beursterrein plaats en is de grootste consumentenbeurs wereldwijd op het gebied van de landbouw- en voedingssector. Daarnaast is dit jaarlijkse evenement uitgegroeid tot een belangrijke internationale landbouwpolitieke ontmoetingsplaats. En deze combinatie trekt media aan: meer dan vijfduizend journalisten uit zeventig landen deden dit jaar verslag van de Grüne Woche.

Dit jaar stond Nederland als partnerland van de beurs in het middelpunt van de belangstelling, waarbij het motto “Partnerland Niederlande – Qualität von nebenan” de steeds weer terugkerende boodschap vormde. Onderwerpen als duurzaamheid, innovatie, traditie, smaak en kwaliteit werden door diverse sectoren, waaronder zuivel, sierteelt, vis en groenten en fruit onder de aandacht gebracht.

Handelspartners

Als partnerland wilde Nederland niet alleen laten zien welke ontwikkelingen in de landen tuinbouwsector de laatste jaren tot deze Qualität von nebenan hebben geleid, maar ook de goede handelsrelatie met Duitsland benadrukken. Duitsland is veruit de belangrijkste partner voor ons land bij de import én de export van agrarische producten. Een kwart van de agrarische producten exporteren we naar onze burens. Dit komt overeen met een bedrag van 16,5 miljard euro. Maar niet alleen de uitvoer is indrukwekkend, ook de import uit Duitsland is aanzienlijk: 20 procent van de totale agrarische invoer komt uit Duitsland (waarde 8,5 miljard euro). De Nederlandse afzet in de Bondsrepubliek is geconcentreerd rond dierlijke producten en tuinbouwproducten. Voor vlees, zuivel en eieren, sierteelt en groente en fruit is Nederland de belangrijkste leverancier op de Duitse importmarkt. De uitvoerwaarde van zuivelproducten naar Duitsland nam in 2008 toe tot bijna 1,4 miljard euro. Kaas is in deze groep veruit het belangrijkste product en dankzij de inzet van Frau Antje wordt kaas door de Duitsers ook echt met Nederland geassocieerd.

De smaak van de tomaat

Een andere associatie die Duitsers met Nederland hebben, is de tomaat. Dit is niet verwonderlijk, want deze vruchtgroente domineert samen met paprika's en komkommers de export naar Duitsland. Samen zijn ze goed voor ruim tweederde van de uitvoerwaarde en dit komt overeen met een bedrag van 1,5 miljard euro. Helaas komt het beeld dat veel Duitsers van de Nederlandse tomaat hebben niet overeen met de werkelijke kwaliteit. De enige manier om dit te veranderen, is de consument het product zelf te laten proeven. Minister Verburg riep tijdens haar openingspeech de gasten dan ook op de Nederlandse tomaat te komen proeven. Niet alleen op de Nederlandse stand, maar ook in een modelkas die het ministerie van LNV in samenwerking met het InnovatieNetwerk en het ministerie van Buitenlandse Zaken in het centrum van Berlijn als extra manifestatie hadden neergezet. Zowel daar als in het zogenoemde Geschmackshaus op de Nederlandse stand konden de bezoekers zich informeren over de innovaties op het gebied van biologische bestrijding en energie. Maar nog veel belangrijker: er kon geproefd worden. En dat werd gretig gedaan, meer dan tienduizend tomaten zijn op beide locaties versneden en met smaak opgegeten.

Tulpen uit Amsterdam

Niet alleen de op de Grüne Woche aanwezige media maakten talloze foto's van de Nederlandse stand, veel bezoekers lieten zichzelf fotograferen met de bloemenpracht die het belang van Nederland als bloemenland onderstreept. En ook hier is Duitsland verreweg het belangrijkste exportland voor deze “Qualität von nebenan”. In 2008 exporteerde

Nederland voor 2,1 miljard euro aan sierteeltproducten naar Duitsland en de bloemen en planten hadden met 13 procent dan ook een aanzienlijk aandeel in de totale agrarische uitvoer richting onze burens.

Grüne Woche als platform

De Internationale Grüne Woche wordt jaarlijks door ruim 400.000 Duitse consumenten bezocht. Een beursdeelname biedt in een relatief korte periode direct contact met deze bezoekers -die komen om te proeven en te ervaren-, als testmarkt of podium om productbekendheid op te bouwen. Daarnaast bestaat door de vele aanwezige media ruim gelegenheid tot uitstraling ver buiten het Berlijnse beursterrein. Voor Nederlandse bedrijven een goede mogelijkheid om te ervaren hoe hun producten op deze belangrijke exportmarkt ontvangen worden. De volgende Grüne Woche staat gepland van 15 tot en met 24 januari 2010.

Wilt u meer informatie over de Grüne Woche of ondernemen in Duitsland neemt u dan contact op met de LNV-afdeling in Berlijn. Ook kunt u contact opnemen met de landenbeleidsmedewerker voor Duitsland, Martijn Homan, m.a.c.homan@minInv.nl.

*Martijn Homan
(in samenwerking met de
LNV-afdeling Berlijn)*

Nederlandse invoer uit en uitvoer naar Duitsland van agrarische producten

<u>Jaar</u>	<u>Invoer (x 1000 euro)</u>	<u>Uitvoer (x 1000 euro)</u>
1996	3.936.135	11.703.094
1997	4.082.809	11.201.843
1998	4.134.486	11.058.816
1999	4.201.771	11.080.178
2000	4.612.273	11.748.033
2001	5.274.150	12.201.590
2002	5.485.322	11.785.764
2003	5.673.362	12.045.410
2004	6.051.582	12.455.339
2005	6.164.308	12.883.526
2006	6.675.728	13.463.452
2007	7.337.592	14.532.103
2008 *	8.500.000	16.500.000

*) raming
Bron: LEI

Nederland – Duitsland nader bekeken

Duitsland is veruit de belangrijkste partner voor ons land bij de import én de export van agrarische producten, met aandelen van respectievelijk 20% en 25%. In 2008 zullen de import uit en de export naar Duitsland naar verwachting een waarde bereikt hebben van respectievelijk 8,5 miljard en 16,5 miljard euro ¹⁾.

¹⁾ Cijfers LEI, definitieve cijfers zijn pas in de loop van 2009 bekend.

De belangrijkste exportproducten naar Duitsland zijn groenten en fruit, bloemen en planten, vlees, zuivel en eieren. Voor vlees, bloemen en planten, en groenten en fruit is Nederland zelfs de belangrijkste leverancier op de Duitse importmarkt.

Naast Nederlandse producten, importeert Duitsland veel producten uit Frankrijk. Het Nederlandse aandeel ligt rond de 23% en het Franse rond de 10%. Hoewel de export in waarde toeneemt, is het marktaandeel van Nederland in de afgelopen jaren geleidelijk afgenomen. Dit wordt veroorzaakt door toename van marktaandelen van de Oost-Europese lidstaten van de Europese Unie. Zo was het Poolse aandeel 15 jaar geleden slechts 1%, na de toetreding tot de EU is dat flink gegroeid en bedraagt inmiddels 4%.

Zoals Nederland de belangrijkste agrarische handelspartners is voor Duitsland, is dit omgekeerd ook het geval. Er zijn echter weinig producten waarbij Duitsland een opvallend groot aandeel heeft. Nederland importeert vanuit Duitsland met name zuivelproducten. Het gaat hierbij vooral om onverwerkte melk, wei en magere poeder. Deze producten worden gebruikt als grondstof in de voedings- en genotmiddelenindustrie.

Kort graag...

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

11 vragen aan Oscar Meuffels, Raad voor Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Zagreb en Belgrado

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

Architect. Indertijd was wiskunde B een voorwaarde tot toelating opleiding. Daar ging het dus mis....

2. Wat moet iedereen weten over ...De Westelijke Balkan)?

Dat het adagium 'tijd kost geld' hier niet gekend is. Hier zou het meer iets zijn in de trant van 'tijd maakt geld'. Deze ervaring vindt de één een verrijking en de ander een ergernis. Ik zelf knabbel aan beide walletjes.

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

Tientallen aanleidingen per dag om deze kreet uit te roepen; het is maar hoe je in het leven staat, maar in ieder geval altijd en overal geldt dit bij het zien van mijn vrouw en kinderen.

4. Wat is uw grootste ergernis?

Dat ik nog geen hole-in-one heb geslagen!

5. Voor wie heeft u bewondering?

Voor iedereen die de mouwen opstroopt en een verschil wil maken.

6. Welke sector laat hier absoluut kansen liggen?

Tuinbouw, voedselverwerkende industrie en zuivelsector! Mocht u zich aangesproken voelen, dan weet u mij nu te vinden.

7. Hoe staat het met duurzaam ondernemen in....?

Moeizaam. Duurzaam ondernemen staat hoog in het vaandel van de aanwezige multinationals, maar daarbuiten.... Mijn inziens niet altijd uit onwil, maar vooral ook uit onkunde. Verschillende incidenten in het jonge verleden hebben hier ook meer aandacht voor gecreëerd.

8. Wat kan er op uw werkterrein beslist beter?

Samenhangend lange termijn denken zowel binnen bedrijfsleven als overheid; op bijna alle terreinen is er sprake van onsamenhangende acties die gericht zijn op het oplossen van een actueel probleem binnen zo kort mogelijke tijd.

9. Welk lokaal gerecht is uw absolute favoriet?

Niet zozeer een gerecht als wel een bereidingswijze: peka. Vuur hoog opstoken (zeker niet van houtskool, maar uitsluitend van hout; geur is medebepalend), grote gietijzeren pan met deksel waar vlees/vis en aardappelen en groente in gaan), pan volledig bedekken met as en kolen en dan, na 1 á 2 uur, genieten van pure magie. Al je smaakpapillen zullen dan een vreugdedansje maken!

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

Tiger Woods (golfer). Zal als eerste sporter in de wereld waarschijnlijk in 2010 de grens van 1 miljard USD aan inkomsten overschrijden. Mijn vragen aan hem zullen overigens niets met golfen en geld te maken hebben.

11. Uw sleutelwoord voor de toekomst?

Carpe diem!

Korte berichten uit het buitenland

AFRIKA

Marokko

LNV-afdeling Madrid

Marktrapport regio Chrarda Hssen Hafida Oukar is aan de International Business & Languages School te Amsterdam afgestudeerd op het rapport *Sustainable Foreign Investments in the Agriculture Sector in the Chrarda Hssen Coastal Region, Morocco*. Daarin wordt een aantal aspecten belicht dat van belang is voor investeerders in genoemde regio, zoals duurzame investeringsmogelijkheden voor het Nederlandse mkb evenals mogelijkheden voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. 'Incentives' worden beschreven en verder treft u in het onderzoek een analyse aan van inputkosten, transportmogelijkheden en een gids voor het starten van een bedrijf in Marokko. Volgens de onderzoeker biedt deze regio een enorm potentieel in termen van economische ontwikkeling, infrastructuur, vruchtbaarheid van het land, waterreserves en overheidsinvestering. Het onderzoek geeft verder in grote lijnen inzicht in processen en risico's waarmee de Nederlandse ondernemer te maken kan krijgen. Het rapport wordt op aanvraag uitsluitend per e-mail toegestuurd door de heer J.J.M. Verbeek, e-mail j.j.m.verbeek@minlnv.nl. Voor inhoudelijke informatie kunt u rechtstreeks contact opnemen met Hafida Oukar, e-mail hafida.oukar@gmail.com.

AMERIKA

Mexico

LNV-afdeling Mexico-Stad

Agropark

Het Agropark High-Tech Greenhouse Cluster is op 5 februari 2009 officieel geopend door de Mexicaanse president Felipe Calderon. Het idee voor een agropark is acht jaar geleden door middel van een PESP-studie voorgelegd aan de Mexicaanse autoriteiten. De studie benadrukte dat het creëren van een 'Westland' in Mexico een goede basis zou vormen voor het ontwikkelen van hoogwaardige tuinbouwtechnologie in het land. In de jaren daarna is in goede samenwerking tussen het ministerie van LNV, de LNV-afdeling Mexico-Stad, het ministerie van Landbouw van Mexico, de staat Querétaro, FOCIR (een plattelandsinvesteringsfonds) en private partijen het concept gerealiseerd. In de nabijheid van het plaatsje Ajuchitlán in de staat Querétaro, is het agropark nu gerealiseerd. De firma Levarht heeft er als eerste Nederlandse onderneming een hoogwaardige kas neergezet. De opbrengst van het eerste jaar beantwoordt aan het gestelde doel en er zijn plannen voor een verdere uitbreiding van de huidige 7,5 hectare naar 17,5 hectare. De eerste fase van het Agropark omvat 150 hectare kassen, waarvan er op dit moment 29 hectare zijn gebouwd of in aanbouw zijn.

AZIË

India

LNV-afdeling New Delhi

Economische vertraging

Ook India wordt hard getroffen door de economische crisis: de industrie kent een terugval van 50% van buitenlandse investeringen. Verder is de export voor het eerst in zeven jaar gedaald. In de retailsector is de ontwikkeling zorgwekkend. Terwijl vorig jaar Indiase supermarktenketens als paddestoelen uit de grond rezen en internationale concerns elkaar verdrongen om de markt in India te verkennen, zijn er nu tekenen dat de economische

crisis ook op dit terrein slachtoffers zal gaan maken. Het bedrijf Subhiksha dat, met name in het zuiden van India, 1600 supermarkten heeft, liet recentelijk weten de helft van haar winkels te sluiten. Een ander bedrijf dat in de problemen is geraakt is Reliance, een van de grootste industriële conglomeraten van India. Het kondigde onlangs aan haar cash-and-carrywinkels te sluiten. De zelfbedieningsgroothandel gold vorig jaar nog als een potentieel lucratief marktsegment, maar inmiddels is duidelijk geworden dat er eerst grote investeringen gedaan moeten worden om de toeleveringsketen te verbeteren. Het ontbreekt Reliance op dit moment aan voldoende kapitaal om deze investeringen te doen.

Indonesië

LNV-afdeling Jakarta

Importbeperking

Vanaf 1 februari zijn in Indonesië importbeperkende en belemmerende maatregelen van kracht voor een aantal producten waaronder voedsel en drank. Elke geïmporteerde partij goederen wordt onderworpen aan een zogenoemde pre-shipment inspectie, waarvoor ook nog eens extra moet worden betaald. Voorts zijn en worden ook nog specifieke eisen van kracht waaraan ook allerlei samengestelde producten moeten gaan voldoen. Ondernemers die met de nieuwe maatregelen ervaring opdoen in termen van tijd, kosten enzovoort worden uitgenodigd deze ervaring te melden aan de Nederlandse ambassade, LNV-afdeling, e-mail jak-lnv@minbuza.nl.

Japan

LNV-afdeling Tokyo

Health Ingredients 2009

Van 14-16 oktober 2009 wordt in Tokyo de Health Ingredients Japan 2009 gehouden. In 2008 namen 589 bedrijven deel uit 20 landen, waaronder de Verenigde Staten, Canada, Finland, China, Korea, Taiwan en Nieuw-Zeeland. De beurs werd toen bezocht door ruim 42.000 bezoekers. Japan loopt voorop wanneer het gaat om de ontwikkeling van *functional foods* of levensmiddelen met een gezondheidsclaim. Het aandeel van functional foods bedraagt met ruim 31 miljard euro circa 12% van de totale Japanse markt voor verwerkte levensmiddelen. Het is een snel groeiende markt vanwege de vergrijzing, de toename van welvaartsziekten en een hoog bewustzijn bij de Japanse consument van de eigen gezondheid. Voor meer informatie over de beurs: www.hijapan.info of LNV-afdeling Tokyo.

Korea

LNV-afdeling Seoul

Natamycine toegestaan

Sinds 2 januari 2009 is de Koreaanse wetgeving zo aangepast dat het gebruik van Natamycine, een schimmeldodend middel, is toegelaten. Het betreft hier toepassing op de buitenkant van natuurlijke en verwerkte kaas. De maximale dosis bij toepassing van het middel is 1 mg/dm² en de stof mag ook niet dieper dan 5 mm vanaf de buitenkant in de kaas worden aangetroffen.

Tot nu toe was Natamycine – dat in veel landen wordt toegepast in de productie van kaas om schimmelgroei op de buitenkant te voorkomen – verboden in Korea. Hierdoor moesten Nederlandse kaasexporteurs een aparte productielijn voor de export naar Korea aanhouden. Dat is met deze aanpassing van de wet niet meer nodig. Hierdoor verbetert de markttoegang voor Nederlandse kaasproducten op de Koreaanse markt. Door de toegenomen welvaart in Korea komt er steeds meer vraag naar Westerse producten, waaronder ook verschillende soorten kaas.

EUROPESE UNIE

België

LNV-afdeling Brussel

Nieuwe campagne van VLAM

Meer Belgisch rundvlees op de kaart in de horeca. Dat is het streefdoel van een nieuwe campagne van VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing). Een kennismakingspakket, een wedstrijd en een 'rundvleesambassadeur' moeten de restaurateurs overtuigen om meer Belgisch rundvlees aan te bieden aan hun klanten. VLAM voert de campagne samen met de Waalse promotiedienst Apaq-W. In Vlaanderen is topkok Peter Goossens het gezicht van de campagne. In het tweede deel van de campagne kunnen restaurants een jaar lang gratis rundvlees van het Witblauw ras winnen. In ruil moeten ze wel hun menukaart insturen en door een jury uitverkozen worden op basis van een aantal criteria zoals het aantal rundvleesrecepten, bakwijze, hygiëne en presentatie. In België werden in 2007 een half miljoen volwassen runderen en 315.000 kalveren geslacht. De productiewaarde voor rundvlees bedraagt in Vlaanderen 576 miljoen euro. Na varkensvlees en zuivel is rundvlees het derde belangrijkste veeteeltproduct en het belandt op nummer vier op de ranglijst van alle land- en tuinbouwproducten. De doorsnee Vlaming koopt op jaarbasis 9,2 kilogram vers rund- en kalfsvlees, goed voor een besteding van 97,70 euro.

Frankrijk

LNV-afdeling Parijs

Succesvol Hollandpaviljoen SIRHA

De SIRHA is een grote horecavakbeurs die van 24-28 januari in Lyon is gehouden. In totaal namen zo'n 2000 exposanten uit 201 landen aan de beurs deel. Het was de eerste keer dat er een Nederlands paviljoen op de SIRHA stond. Bedrijven zoals Koppert Cress, Vandersterre Groep, Agro On, van der Lee Seafish, Foppen paling en zalm, Zalmhuis Steur, Lutece en Vergeer Kaas namen deel. Een aantal andere bedrijven zoals de Van Drie Groep, Versteegen Spices en Sauces en Dobra hadden een individuele stand.

De beurs laat van alles zien op het gebied van restauratie en horeca, van tafelzilver tot snijmachines en kassa's, van oesters tot chocoladecreaties. De beurs is kleiner dan de SIAL, maar groeit in internationale belangstelling en wordt ook door steeds meer landen als beurs gezien om bij te zijn. Zo waren er ook landenpaviljoens uit de Verenigde Staten, Denemarken, België en Spanje. Dat komt mede doordat tijdens de beurs een aantal prestigieuze concoursen wordt gehouden. Het Nederlandse team bij de Coupe du Monde de la Pâtisserie eindigde op de vijfde plaats.

Polen

LNV-afdeling Warschau

Export levensmiddelen groeit

In de afgelopen vier jaar, sinds de toetreding tot de EU, is de Poolse export van levensmiddelen ruim verdubbeld en bedroeg afgelopen jaar 10,7 miljard euro. Zeker 80% gaat naar andere EU-lidstaten. De import is in de vergelijkbare periode minder gestegen, waardoor Polen een positieve handelsbalans heeft. Over de binnenlandse afzet van agrarische producten is het Poolse Landbouw Economisch instituut optimistisch gestemd. Naar verwachting zal de detailhandelsafzet in de periode 2009-2011 met zo'n 6% toenemen. In 2008 bedroeg de totale detailhandelsomzet ruim 46,5 miljard euro. De concentratie bij de retailketens zet zich onverminderd voort en de concurrentiestrijd tussen de ketens is groot. De grootste retailers in Polen zijn: Tesco, Real en Carrefour.

Portugal

LNV-afdeling Madrid

Grotere productie voedingsmiddelen

Volgens het Portugese bureau voor statistiek, INE, is de productie van maïs in 2008 met 5% gestegen. De productie van rijst bleef stabiel. Ook bij groenten vond een stijging plaats, maar de productie van fruit (appels, peer en kiwi) liep terug. De totale landbouwproductie steeg in 2008 met 1,1% in volume. De stijgende productie van graansoorten is te verklaren door de beperkte regenval in de winter en de vroege doch milde zomer van 2008. Deze weersomstandigheden hadden negatieve gevolgen voor boomgaarden (onder andere olijfbomen) en de wijnproductie.

Spanje

LNV-afdeling Madrid

Huismerken in opmars

In 2008 steeg het aandeel huismerken in de Spaanse winkelschappen met 8%. Huismerken nemen nu 32% in van de totale omzet in de foodsector. Daarmee ligt Spanje binnen Europa op de eerste plaats, gevolgd door Duitsland met een aandeel van 31%, Nederland (27%), het Verenigd Koninkrijk (27%) en Frankrijk (26%). Het gaat vooral om bevroren groente, conservenproducten en zuivelproducten. De huismerken zijn gemiddeld bijna 40% goedkoper dan de merkproducten. De voedselprijzen zijn in Spanje in het afgelopen jaar met 2,4% gedaald.

Vleesverwerkende industrie groeit

De vleesverwerkende industrie is de vierde industriële sector en – met een omzet van 19 miljard euro per jaar – de belangrijkste foodsector in Spanje. Hij bestaat grotendeels uit kleine en middelgrote ondernemingen. Jaarlijks wordt er voor 2,3 miljard euro aan vleesproducten geëxporteerd. In 2008 is de vleesproductie ondanks de hoge grondstofprijzen en de naar verhouding lage opbrengst verder gegroeid. De varkensvleesproductie steeg met 3-4% (3,5 miljoen ton) en de rundvleesproductie met 5% (670.000 ton). Dit kwam ook de export ten goede: De export van varkensvlees groeide met 25% in volume en waarde (800.000 ton/1,5 miljard euro) en de export van rundvlees steeg met 35% in volume en waarde. Alleen de schapenvleesproductie continueerde haar neerwaartse trend.

Vissector

Het ministerie van Milieu, Platteland en Maritieme Zaken heeft een nieuw rapport met actuele gegevens over de Spaanse visserijvloot gepubliceerd. Daaruit blijkt dat de vloot uit in totaal 13.000 schepen met een totale capaciteit van 468.234 ton bestaat. De toestand van de vloot laat volgens het rapport te wensen over: ruim 27% van de schepen zijn ouder dan 40 jaar. Het percentage nieuwe aanschaffen van de afgelopen vijf jaar ligt bij een kleine 10%. De visprijs is in 2008 aanzienlijk gestegen: makreel met ruim 80% en heek met 54%. Het is de vishandel die hiervan profiteert, terwijl het inkomen van de vissers er steeds verder op achteruit gaat. Dit beeld speelt in iets mindere mate ook bij andere vissoorten zoals sardines, waarvan de prijs voor de vissers met 25% daalde terwijl de prijs in de handel met 4,7% steeg. Hetzelfde geldt voor de horsmakreel, waarvan de prijs 47% steeg maar de marge voor de vissers beperkt bleef tot 1%.

OVERIG EUROPA

Oekraïne

LNV-afdeling Kiev

Rapport levensmiddelensector

Aan de zeven jaar durende groei in de Oekraïense detailhandel is in oktober 2008 een eind gekomen. De sector kenmerkt zich op dit moment door financiële instabiliteit en een

dalende omzet. Voor 2009 is de verwachting dat de omzet met 20% daalt ten opzichte van 2008. Verkopen van geïmporteerde producten zullen afnemen ten gunste van lokaal geproduceerde voedingsmiddelen. Uitbreidingsplannen van de detailhandel worden op de lange baan geschoven. Ondanks deze negatieve berichten zullen de verkopen van levensmiddelen via de supermarkten relatief stabiel blijven. Ook zal deze sector aan het eind van de crisis waarschijnlijk de eerste zijn die zich weer herstelt. De Foreign Agricultural Services van de USDA heeft een rapport uitgebracht over de ontwikkeling van de Oekraïense markt voor levensmiddelen die via de detailhandel verkocht worden. In het rapport wordt ingegaan op de ontwikkelingen in de markt, marktkenmerken, marktentree, concurrentie en kansrijke producten. Meer informatie: www.evd.nl of www.fas.usda.gov

Marktverkenning zuivelsector

Oekraïne is een kansrijke markt voor bedrijven in de Nederlandse zuivelsector. De zuivelconsumptie stijgt jaarlijks en er wordt veel geïnvesteerd in het vergroten van de melkproductie en -verwerking. Dit biedt kansen voor leveranciers van goederen in de gehele keten: koeien en stalrichting, koelsystemen, laboratoriuminrichting, mestopslag en het inrichten van zuivelfabrieken. Ook voor kennisoverdracht en training vormt Oekraïne een interessante markt. In het kader van het 2g@thereprogramma *Developing the Ukrainian Dairy Sector* is een rapport opgesteld over de kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven. Het bevat een overzicht van relevante marktstudies. Van een zestal rapporten en studies wordt een samenvatting van de inhoud en de belangrijkste bevindingen gegeven. Ook staat per rapport aangegeven waar het te downloaden of te bestellen is. Voor dit rapport is ook speciaal een marktverkenning uitgevoerd. Meer informatie: www.evd.nl.

Rusland

LNV-afdeling Moskou

Groei levensmiddelenmarkt

In Rusland maakt de levensmiddelenmarkt een sterke groei door. In 2003 was 87% van de Russische levensmiddelensector traditioneel georganiseerd, in 2007 was dat nog maar 67%. De supermarkten verhoogden hun marktaandeel in dezelfde periode van 13% naar 33%. De Russische levensmiddelenmarkt groeide in de afgelopen twee jaar ruim 30%.

De Russische marktleider, de X5 Retail Group, had in 2007 een marktaandeel van slechts 3,7% en is voornamelijk gevestigd in de regio's Moskou en Sint-Petersburg. De levensmiddelensector is sterk versplinterd. De omzet van X5 bedroeg in 2008 circa 6,9 miljard euro, een groei van 45% ten opzichte van 2007. De combinatie telt 1708 winkels, voornamelijk gevestigd in Rusland. X5 verwacht een groei van de totale levensmiddelenmarkt met 235-275 miljard euro in de komende jaren.

De Russische inkoopcoöperatie Unicommerce is geschoeid op de leest van Superunie. Frans Fredrix, voormalig directeur van Superunie en nu betrokken bij Unicommerce, heeft besloten drie maanden pauze in te laten bij de uitrol van Unicommerce. Door de mondiale financiële crisis zijn in Rusland de bankrentes opgelopen tot 15%. Sinds 1999 boekt de Russische economie een groei van gemiddeld 6% per jaar. Het IMF voorziet dat de groei in 2009 uitkomt op 3,5%.

Turkije

LNV-afdeling Ankara

2g@there

Wageningen Universiteit en Research onderzoekt de mogelijkheden voor het opzetten van een innovatiecentrum voor glastuinbouw in Turkije, in de regio nabij Izmir. Dit centrum speelt een belangrijke rol in het 2g@there-programma SeraCulture, dat gericht is op de verbetering van de positionering van Nederlandse glastuinbouw in Turkije. Het ministerie van LNV heeft het onderzoek gefinancierd, met name omdat duurzaamheid een belangrijke rol speelt in het centrum. Het innovatiecentrum zal gaan fungeren als showcase voor Nederlandse technologie op het gebied van glastuinbouw en klimaatbeheersing.

Rundersperma

De Turkse grens zat tot voor kort op slot waar het ging om levend vee, sperma, embryo's en producten van dierlijke oorsprong. Maar er schijnt licht aan het einde van de tunnel. Recent hebben Turkse autoriteiten (na een studiebezoek van een Turkse delegatie aan Nederland) besloten de grens weer open te stellen voor Nederlands rundersperma en embryo's. Ook lijkt er ruimte te ontstaan in de exportmogelijkheden voor kalfsvlees, alhoewel hiertoe nog wel stappen moeten worden gezet.

Kroatië

LNV-afdeling Zagreb

Nieuwe melk- en sappenfabriek

Vindija heeft haar nieuwe melken sappenfabriek Vindija Vivis geopend in Varazdin. De fabriek is formeel geopend door Vice president Ivo Sanader. De fabriek vertegenwoordigt een waarde van 18,2 miljoen en geeft werkgelegenheid aan 100 mensen. Jaarlijks zal 70 miljoen liter melk en sappen geproduceerd worden. Vindija Vivis hanteert ISO-standaarden en heeft een exportregistratie waardoor het mogelijk is te produceren voor de Europese markt. De nieuwste technologie moet ervoor zorgen dat de productie volledig voldoet aan de laatste eisen op voedselgebied.

Servië

LNV-afdeling Zagreb

Overeenkomst tussen Servië en de EU ondertekend

De Interim Trade Agreement en de Stabilization and Association Agreement (SAA) tussen Servië en de EU zijn in april 2008 ondertekend onder de voorwaarde dat beide overeenkomsten bevroren blijven tot Servië volledige medewerking heeft bereikt inzake het internationale Joegoslavië-tribunaal in Den Haag.

In oktober 2008 heeft Servië besloten unilateraal de handelsovereenkomst per 1 januari 2009 te laten ingaan. Omdat wijzigingen en amendementen op de wet voor douanetarieven niet op tijd zijn doorgevoerd is dit 1 februari 2009 geworden. Deze wijzigingen maakten het mogelijk dat de importbelasting op goederen afkomstig uit de EU naar beneden is gegaan. De beslissing van Belgrado om unilateraal dit deel van de overeenkomst te implementeren is bedoeld als signaal om te laten zien dat Servië wil integreren. De handelsovereenkomst bevat de meeste van de SAA-provisies. Dit jaar zal Servië voor 70% snijden in de douanetarieven voor raw materials en op landbouwproducten voor 80 tot 90%. Servië zal uiteindelijk de tarieven op de meeste goederen afkomstig van de 27 lidstaten uitfaseren of afschaffen. Belastingen op enkele landbouwproducten zullen blijven steken op tussen de 20% en 80% van het niveau in 2008.

Nieuws

Fruit Logistica-prijs opnieuw naar Nederland

Tijdens de onlangs gehouden Fruit Logistica, een van 's werelds belangrijkste beurzen voor groenten en fruit, heeft de Sweet Green Paprika van Enza Zaden de Innovation Award gewonnen. Deze prijs wordt jaarlijks uitgereikt aan een vernieuwend product, concept of dienst. De Sweet Green Paprika heeft een krachtige groene kleur en in vergelijking met andere paprikasoorten een dertig procent hoger suiker- en vitaminegehalte. Enza Zaden, vorig jaar ook al genomineerd met de Uhrgurke, zorgde hiermee dat de prijs voor de vierde maal op rij naar Nederland ging. Rijk Zwaan (Salanova), Rainbow Growers Group (Vitamini's) en Nunhems (Intense tomaat) gingen Enza voor.

Novi Sad Landbouwbeurs Servië

Van 9 tot en met 16 mei is de 76^e editie van de Novi Sad Landbouwbeurs in Servië. Deze beurs is de grootste internationale landbouwbeurs in de Westelijke Balkan en had vorig jaar ruim 300.000 bezoekers en rond de 2000 bedrijven namen deel aan de beurs. Het ministerie van LNV organiseert een collectieve deelname door middel van een Holland Paviljoen. Geïnteresseerde Nederlandse bedrijven krijgen de mogelijkheid hun bedrijf en producten onder de aandacht te brengen. Deelname aan de beurs is een goede mogelijkheid om de Servische markt, maar zeker ook de omliggende landen, te verkennen. Bent u geïnteresseerd in deelname aan het Holland Paviljoen of wilt u meer informatie, dan kunt u contact opnemen met Sabine Hoff van de directie Industrie en Handel, telefoon 070 378 5259 of per e-mail: s.h.hoff@minInv.nl.

NY400 viering en het New Amsterdam Village 5-15 september 2009

In 2009 is het vierhonderd jaar geleden dat Henry Hudson met het VOC schip de "Halve Maen" als eerste Europeaan het eiland Manna Hatta aandeed, waar later de Nederlandse kolonie, 'Nieuw Nederland' zou worden gesticht. Dit jaar zal zowel in New York als in Nederland uitvoerig stil worden gestaan bij deze gebeurtenis.

Reden voor het ministerie van LNV om in samenwerking met onder andere het Nederlandse Consulaat in New York, Amerika te laten zien wat onze agri-foodsector te bieden heeft. Het Holland Dorp, dat al in meer dan veertig landen verspreid over de wereld heeft gestaan, strijkt van 5 tot 15 september neer in de Verenigde Staten en wordt omgedoopt tot New Amsterdam Village.

In het New Amsterdam Village zullen verschillende bekende Hollandse traditionele ambachten worden getoond en het biedt Nederlandse bedrijven of hun Amerikaanse importeurs bijzondere gelegenheid om hun specialiteitenproducten onder de aandacht te brengen. Ook zal er een demonstratiekas te zien zijn met informatie over de Nederlandse tuinbouwsector en nieuwe technologieën op het gebied van duurzaam water- en energiegebruik en duurzame constructie.

Voor meer informatie: Gert Stiekema, Directie Industrie en Handel, e-mail: o.t.j.stiekema@minInv.nl, telefoon: 070-378-4235 of met Caroline Feitel, LNV-afdeling Washington, e-mail: caroline.feitel@minbuza.nl.

www.NY400.org

Latin American Challenge, zakendoen met passie

Wilt u zakendoen in Latijns-Amerika? Ga de uitdaging aan en ontdek uw mogelijkheden tijdens de Latin American Challenge op donderdag 19 maart vanaf 09:00 uur in Hotel Den Haag-Nootdorp. Tijdens dit all-in-one event kunt spreken met de Nederlandse vertegenwoordigingen in het buitenland over de kansen voor uw bedrijf. Er is een informatiemarkt, er zijn verschillende interactieve bijeenkomsten en u kunt ondernemers ontmoeten die thuis zijn in deze regio. Centraal staan de landen Argentinië, Bolivia, Brazilië, Chili, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominicaanse Republiek, Ecuador, Mexico, Nicaragua, Panama, Peru, Suriname, Trinidad en Tobago, Uruguay en Venezuela. Meer informatie en aanmelden: www.latinchallenge.nl

Milaan EXPO 2015

In 2015 vindt in Milaan de internationale EXPO plaats. De organisatie van de EXPO rekt op de deelname van ruim 100 landen en een bezoekersaantal van meer dan 20 miljoen. De Milano EXPO 2015 staat in het teken van 'Feeding the Planet, Energy for Life'. Eén van de thema's hierbij is voedsel in de culturen en volkeren over de wereld. Daarom is de stad Milaan van plan een deel van het terrein van de in de stad gelegen groothandelsmarkt om te bouwen tot een Food Village. Deze Stad van de Smaak en Gezondheid, die een oppervlakte van 140.000 m² zal beslaan, opent in 2014. Naast een onderzoekscentrum voor voeding, een kookschool, hotels, restaurants, studentenhuisvesting en vrijetijdsbestedingsruimten, zal er 5000 m² bestemd zijn voor verkooppunten van streekproducten en specialiteiten uit de diverse landen in de wereld om zo de uitwisseling en integratie van de verschillende culturen te bevorderen. De Stad van de Smaak is een permanent complex, dat ook na de EXPO 2015 blijft voortbestaan.

Op grond van marktonderzoek wordt verwacht dat de vraag naar etnische producten in Italië, en met name in Milaan, de komende vijf jaar met 40% zal toenemen. Naast het positieve effect van de EXPO, draagt ook de aanwezigheid van circa 500.000 buitenlanders in Milaan bij aan de afname van buitenlandse producten.

De organisatoren van de Stad van de Smaak zouden graag in maart aanstaande vernemen of er Nederlandse bedrijven zijn die belangstelling hebben voor de afzet van hun producten via genoemde verkooppunten.

Voor nadere informatie kan contact worden opgenomen met de LNV-afdeling van de Ambassade in Rome: rom-lnv@minbuza.nl, tel +39-06-32286224 of rechtstreeks met de organiserende instantie Sogemi te Milaan, de heer Stefano Zani, tel: +39-02-72095127.

Portugal: Varkensfokkerijen aan de rand van de wet

Portugal dreigt op termijn Europese fondsen mis te lopen als de varkensfokkerijen zich niet aan de milieueisen conformeren. De overheid investeert dan ook fors in de ontwikkeling van nieuwe mestverwerkingsinstallaties. Dit biedt kansen voor Nederlandse ondernemers. Van 8 tot 10 juni 2009 vindt een handelsreis plaats voor Nederlandse toeleveranciers aan de veehouderij in Portugal.

Meer informatie en inschrijvingen: www.evd.nl/228442.

Internationale pioniers uit de agribusiness aan het woord

Exportise

De Exportise van:

Ton Witmer

Exportmanager Moerheim Roses & Trading

Locatie : Vanuit Leimuiderbrug naar onder andere China, Thailand,

Iran en India

Bedrijf : Moerheim Roses & Trading

Sector : Sierteelt

Sinds : Moerheim bestaat 120 jaar

Binnen Moerheim Roses & Trading is exportmanager Ton Witmer al 14 jaar de man met exportise. Witmer studeerde ooit plantenveredeling in Wageningen, werkte na zijn studie voor een internationale veredelaar in Brazilië, hield zich bezig met sierteelt in Portugal, en werkte aan een agrarisch export stimuleringsproject voor de Wereldbank in Bolivia. India heeft Witmer -hij werkt dan inmiddels voor Moerheim Roses & Trading- ook goed leren kennen in de jaren die hij daar gewoond heeft.

Moerheim is een bedrijf met een lange geschiedenis. Zo'n 120 jaar geleden richtte de familie Ruys uit Dedemsvaart een plantenkwekerij op. Na verloop van tijd vertrok het bedrijf naar de regio Aalsmeer en breidde haar activiteiten uit. Tegenwoordig bestaat Moerheim uit verschillende bedrijfstakingen en heeft 33 medewerkers. Een bekende telg uit het Ruys geslacht is de in 1999 overleden Mien Ruys. Zij maakte naam als tuinarchitecte en kan gezien worden als de eerste die zich met het ontwerpen van stadstuinen bezighield. Haar tuinen zijn tot op de dag van vandaag te bezichtigen in haar geboorteplaats Dedemsvaart.

"Moerheim exporteert al ruim 35 jaar", vertelt Witmer. "We zijn van start gegaan in Europa, en al vrij snel werden we ook actief in het Midden-Oosten. Vroeger was die regio een grote afnemer van onze buitenrozen, tegenwoordig is dat een stukje minder. Dat komt omdat er alternatieven zoals perkplanten populair zijn geworden. Er is tegenwoordig veel meer keus voor consumenten en bedrijven/overheden als het gaat om beplanting. Ook ondervinden we in die regio concurrentie van landen als Marokko en China. Zij kunnen goedkoper produceren dan wij."

"Landen als China, India, Rusland en Brazilië zijn op dit moment voor ons interessante markten", vervolgt Witmer. "Je ziet dat in die landen door de economische groei de vraag naar bloemen sterk toeneemt. Er valt echter wel een algemene trend te bespeuren, de export van plantmateriaal uit Nederland loopt terug. We zijn relatief duur, en dus zie je een verschuiving naar lokale productie. Wij leveren in veel gevallen dus niet eens meer de planten maar vooral de variëteiten, de rassen. In die landen vertegenwoordigen we dan de veredelaars van rozen. We hebben wereldwijd demonstratiekassen en daar testen we nieuwe rassen van snijrozen om te zien of ze geschikt zijn voor de lokale omstandigheden. We houden open dagen en nodigen lokale rozenkwekers uit. Het plantmateriaal wordt dan ter plekke geproduceerd. Soms met behulp van ons, soms is de kennis gewoon aanwezig.

Wat Moerheim Roses & Trading onderscheidt van concurrenten is toch wel onze jarenlange ervaring en we hebben als voordeel dat we een compleet pakket kunnen aanbieden. We hebben verstand van genetica, we kunnen plantmateriaal leveren, we hebben de nodige teelttechniek in huis en als het nodig is, leveren we ook nog de kassen en alles wat nodig is voor de teelt daarin. Van snoeischaar tot sorteermachine zeg maar."