

# Berichten

# Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 38, nummer 7/8, juli/augustus 2012

In dit nummer:

- Griekenland: landbouw als motor van de groei
- 'Valorisatie van innovatie is belangrijk aandachtspunt'
- Tuinbouwrelatie bloeit op door succesvolle handelsmissie

## Colofon

Berichten Buitenland is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven en is een uitgave van de directie Europees Landbouwbeleid en Voedselzekerheid van het ministerie Economische Zaken, Landbouw & Innovatie. Het doel is informatieverstrekking over relevante ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, handelsbemiddeling enzovoort. De landbouwafdelingen 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 Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, Directie Europees Landbouwbeleid en Voedselzekerheid

## 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 Marja Krijgsman-Disseldorp.  
Tel.: +31 (0)70 378 40 64  
Fax: +31 (0)70 378 61 23  
E-mail: m.a.h.krijgsman@minInv.nl

## Realisatie

JackieWorks/geschreven en gedrukt

## Aan dit nummer werkten mee:

Hans van der Lee, Wilson Mngwambe, Henri Oosthoek, Jacqueline Rogers en Siwarde Sap

## Opmaak

Optima Forma bv, Voorburg

## Druk

OBT bv, Den Haag  
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**

Korte berichten	3
Griekenland: landbouw als motor van groei	9
Oostenrijk: meer aandacht voor biologische verpakkingen	12
Kort graag...	14
'Valorisatie van innovatie is belangrijk aandachtspunt'	16
Uit onverwachte hoek	18
Column	20
Tuinbouwrelatie bloeit op door succesvolle handelsmissie	21
Exportise	24
Naoogst	25
Grensverleggers	27
Activiteitenkalender 2012	29

## Korte berichten

### AMERIKA

#### Brazilië

Landbouwraad Brasília

#### Extra eisen vlees

Onlangs breidde het Braziliaanse ministerie van Landbouw de voorwaarden uit waaraan vlees voor zowel de interne als de exportmarkt moet voldoen. De lijst vermeldde al de maximale hoeveelheden residuen en contaminanten die in dierlijke producten aanwezig mogen zijn en het aantal monsters dat wordt afgenomen voor analyse. Daarnaast zijn er nieuwe stoffen toegevoegd en heeft voor enkele bestaande stoffen een herwaardering plaatsgevonden. Het controleprogramma - dat wordt uitgevoerd door de Braziliaanse Voedsel- en Warenautoriteit - wordt jaarlijks geactualiseerd en beoogt verbetering van de controle op consumptievlees. Dit jaar zullen 213 producten worden gemonitord; een stijging van 18% ten opzichte van vorig jaar.

#### SLC Agrícola breidt uit

Het Britse Valiance Asset Management investeert bijna € 195 miljoen in één van de grootste landbouwbedrijven van Brazilië: SLC Agrícola. Hiermee krijgt het fonds 49,4% in handen van een dochter van het Braziliaanse bedrijf (SLC Landco). SLC Agrícola koopt onbewerkt land en transformeert dit in productieve landbouwgrond. Met deze financiële impuls wordt nog dit jaar gestart met de aankoop van uiteindelijk 81.000 hectare grond tot aan de oogst van 2014-'15. Dan hoopt het bedrijf in totaal zo'n 400.000 hectare productieve landbouwgrond te bezitten; bijna 10% van de oppervlakte van Nederland. Vanwege de gekelderde katoenprijzen in de afgelopen maanden zal het katoenareaal worden teruggebracht tot circa 85.000 hectare, daarmee plaatsmakend voor een groter areaal soja en maïs.

#### Chili

Landbouwraad Buenos Aires

#### Nederlandse kennis ondersteunt Chili

Tijdens de reis van minister Rosenthal van Buitenlandse Zaken naar Chili vond de officiële start plaats van het International Centre of Excellence (ICE) Food, een samenwerkingsproject tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Het project moet bereiken dat met expertise van WUR de Chileense export zich kan diversifiëren. Het gaat onder meer om verbeterde productie en logistiek, evenals de export van verwerkt fruit. Chili exporteert nu vooral bulkproducten en heeft weinig kennis om ook verfijnde landbouwproducten in de markt te zetten. Nederland heeft die kennis en ervaring in huis en kan Chili hierbij ondersteunen.

#### Mexico

Landbouwraad Mexico-Stad

#### Aviaire influenza

In de Mexicaanse deelstaat Jalisco is een uitbraak van hoog-pathogene aviaire influenza (HPAI) vastgesteld. Op 27 juni zijn de veterinaire autoriteiten in Jalisco gestart met de controle van pluimvee, in het kader van deze uitbraak van H7N3. Op dit moment zijn circa 1 miljoen vogels preventief geruimd en is het virus beperkt tot Jalisco. Van de 14 miljoen vogels in het gebied wordt 20% onderzocht.

#### Melkqualiteit

De Mexicaanse autoriteiten werken aan verbeterde normen voor de zuivelsector. Onlangs is een nieuwe norm gepubliceerd over de kwaliteit en inhoud van gepasteuriseerde melk.

Onder deze norm is een product met plantaardig vet niet langer een zuivelformule maar een 'gecombineerd zuivelproduct'. Deze en andere normen, voor melk geproduceerd met plantaardig vet en voor gecombineerde zuivelproducten bieden de consument meer informatie.

### **Kansen tuinbouw**

De Mexicaanse tuinbouwsector is sterk in ontwikkeling. Dit biedt kansen voor Nederlandse ondernemers. Mexico is zeer geschikt voor tuinbouwactiviteiten. Het land heeft een mild klimaat, beschikt over grote stukken land en vakkundig personeel. Er wordt al een breed scala aan verse producten geproduceerd, waaronder tomaten, paprika's en komkommers. De Mexicanen doen er alles aan om de kwaliteit van hun producten hoog te houden. Hiervoor worden onder meer zaden, machines en kassen geïmporteerd, ook uit Nederland. Het dossier op [www.agentschapnl.nl](http://www.agentschapnl.nl) (zie het bericht onder Actueel > Agro) biedt informatie over hoe kansen op de Mexicaanse markt zijn te verzilveren, bijvoorbeeld door het bezoeken van vakbeurzen of door gebruik te maken van de expertise van de Nederlandse ambassade in Mexico-stad.

### **Verenigde Staten**

Landbouwwaad Washington

### **Immigratiebeleid en landbouw**

Volgens de Economic Research Service (ERS), onderdeel van het Amerikaanse ministerie van Landbouw (USDA), had - gerekend over de afgelopen 15 jaar - de helft van de contractarbeiders in de Amerikaanse landbouw geen werkvergunning. Verharding van het Amerikaanse immigratiebeleid zal grote effecten hebben op de productiekosten van de Amerikaanse landbouw. Deze effecten verschillen per subsector. Gemiddeld zijn de kosten voor contractarbeid 17% van de productiekosten van de Amerikaanse landbouw. Voor arbeidsintensieve subsectoren als fruit, boom- en plantkwekerij en groente ligt dat percentage echter veel hoger. Deze zullen dus extra hard getroffen worden door een eventuele aanscherping van het immigratiebeleid. Dit scheidt dan ook weer mogelijkheden voor de introductie en afzet van arbeidsbesparende technologieën.

### **Nieuwe website promoot Nederlandse voedselsector in de VS**

Op 26 juni 2012 is tijdens de Institute of Food Technologists Annual Meeting and Food Expo in Las Vegas de nieuwe website [www.HollandFoodPartner.com](http://www.HollandFoodPartner.com) gelanceerd. Deze Engelstalige site heeft als doel Noord-Amerikaanse bedrijven, instellingen en overheden informatie te verschaffen over mogelijkheden in de Nederlandse landbouw- en voedselverwerkende industrie. De site bevat smaakmakende voorbeelden over Nederlandse innovaties, duurzame productiemethoden en informatie over Nederland als handelspartner en investeringslocatie. Ook heeft de site een portal waar informatie is te vinden over de dienstverlening van de Nederlandse ambassade aan Nederlandse en buitenlandse partijen. Daarnaast worden op de site onder het kopje 'Food for Thought' artikelen over vooraanstaande innovaties in Nederland gepresenteerd.

## **EUROPESE UNIE**

### **België**

Landbouwwaad Brussel

### **Overname in kaas**

FrieslandCampina neemt de Belgische kaasverpakker IDB Belgium over, met 160 werknemers en een omzet van rond € 100 miljoen één van de grootste spelers in België. Hiermee breidt FrieslandCampina haar marktpositie in voorverpakte kaas uit. Na de overname blijft IDB Belgium onafhankelijk opereren.

## **Frankrijk**

Landbouwrapad Parijs

### **Vleeswarenindustrie**

De Franse vleeswarenindustrie staat er financieel niet goed voor, ondanks een stabiel gebleven jaaromzet van ruim € 6 miljard en een lichte consumptietoename in volume en waarde (€ 7,7 miljard, +3%). De sector zit klem tussen stijgende productiekosten en het onvermogen om de kosten door te berekenen aan afnemers. De sector heeft een beroep gedaan op de overheid voor meer ondersteuning. De varkensprijzen en dus ook de grondstofprijzen stijgen wereldwijd; in Frankrijk met 13% in 2011. De sector verwijt de retailers hiermee (nog) geen rekening te willen houden.

De vleeswarenindustrie telt nu 309 bedrijven, waarvan 22% goed is voor 77% van de totale omzet. Er zijn relatief veel kleine bedrijven, gefocust op nichemarkten en economisch rendabel. Belangenorganisatie FICT denkt na over opties voor de te volgen marktstrategie. Zo zijn er marktsegmenten met een overcapaciteit (bijvoorbeeld ham), maar ziet men ook mogelijkheden voor bepaalde nichesegmenten als luxeproducten of producten voor singles of senioren.

FICT hoopt op succes voor zijn nationale (private) label 'Savoir-faire charcutier français' voor extra kwaliteitsvleeswaren. Tot op heden hebben 50 producten dit label verworven. Ook zal er meer aandacht komen voor de ontwikkeling van exportmarkten. De Franse handelsbalans voor vleeswaren is negatief. De export naar bepaalde derde landen (Saoedi-Arabië, Afrikaanse landen, Zwitserland en Singapore) vertoont echter een stijgende lijn.

## **Griekenland**

Landbouwrapad Boekarest

### **Productie Unilever naar Griekenland**

De verplaatsing van productie-eenheden naar Griekenland door Unilever valt binnen het strategisch plan van de multinational. Met toenemende investeringen door productie op Griekse bodem en door inkoop en verhoging van kwaliteit van Griekse grondstoffen zal de concurrentiepositie toenemen. De belangrijkste investeringen van Unilever Hellas in de afgelopen jaren waren onder meer het openen van een nieuwe margarinefabriek, de overname van ijsfabrikant EVGA en de bouw van een nieuw distributiecentrum.

## **Oostenrijk**

Landbouwrapad Boedapest

### **Soja-symposium**

Eerder werd in deze rubriek melding gemaakt van de grensoverschrijdende Donau-strategie om het eiwittekort aan te pakken. Op 5 en 6 september 2012 organiseert Verein Soja aus Österreich in Wenen een internationaal symposium over soja. Onderwerpen die aan bod komen, zijn onder andere: hoe kan Donau-soja een bijdrage leveren aan het sluiten van de eiwitketen en een standaard bieden voor GGO-vrije sojaproducten en diervoeders; hoe kan de teelt van GGO-vrije soja gestimuleerd worden, en; welke kansen biedt GGO-vrije en duurzame teelt langs de Donau? Meer informatie: [www.soja-aus-oesterreich.at](http://www.soja-aus-oesterreich.at).

### **Omzetgroei zuivel**

De totale zuivelomzet is in Oostenrijk, na twee jaar van daling, in 2011 weer iets gestegen. Gemiddeld besteedden de Oostenrijkers in 2011 € 36,50 per maand aan zuivelproducten. Het merendeel hiervan is kaas (37%), gevolgd door melk (19%). Gouda en Emmentaler zijn de populairste kazen. Gemiddeld consumeert de Oostenrijkse consument 19,4 kg kaas per persoon per jaar. Bij de melkverkoop is verse melk het meeste verkocht (43,7%); vooral grote gezinnen hebben een voorkeur voor verse volle melk. Kleinere gezinnen prefereren juist de langer houdbare ESL-melk, die met een aandeel van 40,7% bijna evenveel verkocht wordt als verse melk. De huidige consumptie is bijna 79 kg melk per persoon per jaar, waaronder yoghurt en zure melk.

## **Polen**

Landbouwrapad Warschau

### **Exportgroei varkensvlees in 2011**

In 2011 heeft Polen 309.800 ton vers en bevroren varkensvlees geëxporteerd voor een bedrag van € 580 miljoen. Dat is in waarde 32% meer dan in 2010. In gewicht groeide de export met 19% ten opzichte van 2010. Zij maakte 5,2% van de totale landbouwexport uit. Geëxporteerd worden vooral verse karkassen en halve karkassen, bevroren vlees met en zonder been. De grootste ontvangers van Pools vlees waren Wit-Rusland (62.700 ton) Oekraïne (23.800 ton), Italië (23.700 ton), Hongarije (23.000 ton) Tsjechië (21.700 ton) Japan (18.000 ton) Zuid-Korea (16.200 ton) Litouwen (14.800 ton) Slowakije (14.600 ton) Hongkong (14.500 ton) Duitsland (13.300 ton) Rusland (10.600 ton) en Letland (10.500 ton).

### **Fruitoogst**

De appeloogst in Polen zal dit jaar zo'n 2,7 miljoen ton hoger uitvallen dan in 2011, maar er zullen minder aardbeien, frambozen, zwarte bessen, kersen en pruimen worden geoogst dit jaar. Ondanks vorst bij sneeuwgebrek tijdens de afgelopen winter zal de appelopbrengst op peil blijven. De omvang van de aardbeienoogst zal dit jaar mogelijk de laagste zijn in de afgelopen vier decennia en niet meer bedragen dan 50% van de oogst van vorig jaar. Toen werd 160.000 ton geoogst. De frambozenoogst blijft met 90.000 ton iets achter bij die van vorig jaar. Ook lager is de oogst van zwarte bessen - minder dan 100.000 ton tegen 115.000 ton in 2011. Polen is 's werelds grootste producent van zwarte bessen.

### **Hogere import varkensvlees in 2012**

Polen zal dit jaar naar verwachting 1,7 miljoen ton varkensvlees produceren. Dat is 200.000 ton minder dan vorig jaar. Direct gevolg is dat Polen steeds meer varkensvlees importeert. Geïmporteerd varkensvlees komt vooral uit Duitsland, Denemarken, België en Nederland. De prijzen in de genoemde landen (behalve Duitsland) zijn lager dan in Polen. Voor 100 kg wordt in Polen circa € 170 betaald en in Denemarken € 151. Deskundigen verwachten dat de prijzen de komende maanden stabiel blijven.

## **Slowakije**

Landbouwrapad Praag

### **Alcohol**

Was in 2010 de alcoholconsumptie in Slowakije tot een ongekend dieptepunt gedaald, de cijfers voor 2011 zijn een stuk beter. In 2010 dronk de Slowaak gemiddeld per hoofd van de bevolking 96,8 liter alcohol en in 2011 was dit opgelopen tot 99,9 liter. Alle vormen van alcoholische dranken, met uitzondering van spiritueliën waarvan 9,7 liter werd gedronken en wat een kleine teruggang betekende, stegen wijn tot 17,2 liter en bier tot 72,9 liter. In tegenstelling tot alcoholische dranken nam het gebruik van frisdranken met 1% af tot 227 liter per inwoner per jaar, een laagterecord sinds 2006.

## **Tsjechië**

Landbouwrapad Praag

### **Buitenlands voedsel verdacht?**

Uit een recente enquête blijkt opnieuw dat nog slechts 6% van de Tsjechen gelooft in de reclameboodschap van de voedingsmiddelenindustrie en supermarkten als het om gezondheid en kwaliteit gaat. Slechts 0,01% gelooft dat geïmporteerd voedsel van goede kwaliteit is. Steeds meer Tsjechen denken niet alleen dat geïmporteerd voedsel van slechte kwaliteit is, maar ook nog slecht voor de gezondheid. Eén oorzaak kan zijn het recente schandaal met Pools tafelzout. Een andere oorzaak is dat supermarkten de prijzen laag (willen) houden, ondanks stijgende grondstof- en energieprijzen. Zo komen er producten van mindere kwaliteit in de schappen of in elk geval producten waarin veel 'vervangers' voorkomen. Het gevaar voor Nederlandse exporteurs is dat door gebrek aan vertrouwen en schandalen met Poolse producten, alle buitenlandse producten over één kam worden

geschoren! Steeds meer Tsjechen kopen liever op boerenmarkten en/of van lokale producenten als ze een kwalitatief hoogwaardig product willen hebben.

### **Hennepsteelt**

Het areaal ingezaaide hennep groeit nauwelijks in Tsjechië. Dit terwijl de vraag vanuit met name de papierindustrie en de bouwsector enorm is en er een tienmaal zo groot areaal zou kunnen worden aangeplant, volgens de Tsjechische vlasorganisatie. Door de lage prijzen voor deze grondstof zijn de meeste vlasverwerkers in Tsjechië verdwenen. In 2011 verdween de firma Lenka Kacov van de markt en nu is alleen nog de firma Benedikt over. Deze beschikt slechts over een geringe verwerkingscapaciteit. Dit betekent dat lokale telers hun product in het buitenland moeten afzetten en de lokale behoefte van 2500 ton hennepvezel per jaar in Tsjechië moet vervolgens uit import worden gedekt. De meeste hennep wordt gebruikt in de papierindustrie, vooral door de papierfabriek OP Papirna. Een andere belangrijke gebruiker van hennepvezel in Tsjechië is het bedrijf Canabest, die het gebruikt voor het maken van isolatiemateriaal voor de bouwsector. Maar ook consumenten zijn geïnteresseerd in producten gemaakt van zaad, zegt de directeur van het bedrijf Riha Hennep Production, de grootste verwerker van hennepzaad in Tsjechië. Hennep mag alleen verbouwd worden in Tsjechië als het minder dan 0,3% van de psychoactieve stof THC bevat.

## **MIDDEN-OOSTEN**

### **Qatar**

Landbouwrapad Abu Dhabi

#### **1400 agrarische bedrijven**

Qatar is van plan 1400 boerenbedrijven op te zetten. Dit biedt mogelijkheden voor Nederlandse bedrijven. Het land wil de nationale voedselproductie verhogen en een constante en betrouwbare aanlevering van voedsel uit het buitenland waarborgen. Qatar is vrijwel geheel afhankelijk van de import van voedingsmiddelen en streeft naar een zekere mate van zelfvoorziening. Belangrijk voor de ontwikkeling van de agrarische ondernemingen is de introductie van nieuwe technologieën en het trainen van personeel. Qatar kan daarbij buitenlandse expertise gebruiken. Meer informatie: [www.agentschapnl.nl](http://www.agentschapnl.nl) (zie het bericht onder Actueel > Agro).

## **OVERIG EUROPA**

### **Oekraïne**

Landbouwrapad Kiev

#### **Gunstige vooruitzichten varkenssector**

Volgens experts zal de Oekraïense varkenssector de komende vijf jaar uitgroeien tot een van de meest winstgevendende branches binnen de Oekraïense veeteelt. Het Oekraïense ministerie van Agrarisch Beleid en Voedingsmiddelen zegt te werken aan een programma om de sector te ondersteunen. Deze steun is gebaseerd op het principe van 'public private partnership'. Dat betekent dat de staat voorwaarden creëert voor veehouders voor de aankoop van varkens en veevoeder en om de nodige apparatuur te kunnen leasen. Slechts een aantal Oekraïense varkenshouderijen beschikt over moderne en innovatieve technologieën. De meeste van de 7,2 miljoen varkens in Oekraïne worden bij kleine private boerenbedrijven gefokt. Deze ondernemingen hebben te maken met hoge kosten voor arbeid en voedingsmiddelen en een gebrek aan technologie. Door het tekort aan geld en de moeilijke toegang tot leningen verblijven de varkens in sterk verouderde stallen. Investerings zijn dus van groot belang.

Frankrijk, Denemarken en Canada zijn de grootste leveranciers van apparatuur aan de Oekraïense varkenssector. Oekraïners eten jaarlijks rond de 27 kilo varkensvlees per persoon. Om dit consumptiepatroon te behouden, zijn er jaarlijks 23 miljoen varkens en 1 miljoen zeugen nodig. Meer informatie: [www.agentschapnl.nl](http://www.agentschapnl.nl) (zie het bericht onder Actueel > Agro).



## Programma voor modernisering groente- en fruitteelt

### Griekenland: landbouw als motor van groei

*In Griekenland trekt de recessie diepe sporen in de economie. Er zijn veel drastische maatregelen genomen en er liggen er meer in het verschiet. Intussen kijkt de wereld kritisch mee. Voor economische groei heeft Griekenland vier topsectoren aangewezen, waaronder de agrarische sector, die nog steeds relatief stabiel is. De Griekse agrofood-industrie is goed voor bijna een kwart van de omzet en een kwart van de werkgelegenheid. De huidige markt biedt kansen om deel te nemen aan de modernisering van de groente- en fruitteelt.*

#### **Te veel import, te weinig export**

Griekenland kent een ontwikkelde economie zoals de meeste Europese landen. Dat 3% van het binnenlands product verdiend wordt in de landbouw is gemiddeld voor Europa. Toch is het aandeel van de beroepsbevolking, dat werkzaam is in de landbouw kenmerkend: 12,6% (Nederland: 1,2%). Het is opvallend hoeveel groente en fruit desondanks wordt geïmporteerd. Zo staat de € 12 miljoen aan import van tomaten in schril contrast met het agrarisch potentieel van Griekenland.

*Griekse groente- en fruitimport (cijfer 2010, in euro)*

<b>Product</b>	<b>Importwaarde</b>
Sinaasappels	3 miljoen
Tomaten	12 miljoen
Citroenen	19 miljoen
Appels	18 miljoen
Aardappelen	77 miljoen

Zoals bekend is Griekenland met zijn klimaat en vele zonuren perfect voor het verbouwen van groente en fruit. De Griekse overheid heeft dan ook de agrarische sector aangewezen als topsector voor het stimuleren van de groei van de economie. Bovendien wil Griekenland de zelfvoorzieningsgraad verhogen en de markt voor eigen productie versterken, zodat het minder afhankelijk wordt van import.

#### **Trends in consumptie**

De Griekse keuken is in Griekenland een belangrijk onderdeel van de cultuur. Griekse consumenten hechten veel waarde aan verse en kwalitatieve ingrediënten. Zo is de tomaat een kenmerkend ingrediënt in bijna elk recept en een product van nationale trots. Gemiddeld geven Grieken het grootste gedeelte van hun inkomen uit aan voedsel, 17,3%. Vele Grieken kopen hun groente bij voorkeur bij de groenteboer, hun brood bij de bakker en hun vlees bij de slager. Ondanks alles betalen de Griekse consumenten relatief hoge prijzen voor hun groenten en fruit.

Maar nu zit de Griekse consument in een spagaat. Aan de ene kant zegt 90% van de Griekse consumenten liever producten van eigen bodem te eten en 50% gelooft dat producten van eigen bodem superieur zijn aan geïmporteerde producten. Aan de andere kant heeft de crisis de consument gedwongen om meer prijsbewust inkopen te doen. Hiervan profiteren de grote supermarktketens, die nu al 50% van de retailmarkt van Griekenland in handen hebben. Dit percentage zal waarschijnlijk verder toenemen door de crisis.

De groei van de grote moderne winkelketens heeft ook gevolgen voor de Griekse landbouw. De huidige agrosector zal zich in de toekomst moeten conformeren aan de eisen van de grote supermarkten. Deze stellen zoals bekend hoge eisen aan volume, kwaliteit, traceerbaarheid en betrouwbare levering. De verouderde landbouw van Griekenland heeft

moeite om aan deze eisen voldoen. Dit terwijl Griekenland alles in huis heeft om een internationaal succesvolle landbouw- en voedselsector te ontwikkelen.

### **Profiel agrosector**

Kenmerkend voor de Griekse landbouw is kleinschaligheid; in vele opzichten is de sector nog gefragmenteerd. Griekenland kent een grote interne afzetmarkt die overzichtelijk is, namelijk met een concentratie van consumenten in en rondom Athene en Thessaloníki. Prijszetting is vaak onvoldoende transparant. Per product zijn de productiekosten zo hoog dat de Griekse landbouw de concurrentie met de buitenlandse volumeproductie moeilijk aan kan, ondanks de transportkosten voor export naar Griekenland.

De punten waarop de ontwikkeling van de Griekse agrarische sector vastloopt, zijn voornamelijk de overheid en de boeren zelf. Ten eerste heeft Griekenland moeite om de versnipperde agrarische sector te verenigen. De landbouwsector bestaat uit veel kleine bedrijven. Deze hebben niet het kapitaal om grote investeringen te financieren. Terwijl innovaties wel nodig zijn om bij te blijven in de modernisering van de landbouw en mee te doen met de wereldwijde schaalvergroting.

Ten tweede mist Griekenland de knowhow om deze modernisering te realiseren. Daarbij durven vooral oudere lokale Griekse boeren niet altijd risico te nemen en blijven conservatief bij hun oude gewoonten. Er is te weinig ervaring met modernisering en te weinig steun vanuit de overheid. Interessant is een recent onderzoek waaruit is gebleken dat – onder de huidige omstandigheden – maar liefst 1 miljoen hoogopgeleide Grieken (waarvan drievierde van 44 jaar of jonger) aangaven serieus te overwegen op het platteland een nieuw leven te beginnen. De helft van de respondenten gaf aan geïnteresseerd te zijn in de landbouwsector: de olijfteelt, maar ook de verwerking en distributie van voeding. Op dit moment is € 60 miljoen gereserveerd voor uitgifte van land aan startende boeren.

Het zoeken naar een nieuwe balans in de economie dwingt de agrarische sector tot hervormingen. Bijvoorbeeld totstandkoming van grotere en gecertificeerde producentenorganisaties en investeringen in technologie voor volumeproductie. Daarnaast hebben de crisis en het steunprogramma ook een gunstige uitwerking op het investeringsklimaat van Griekenland. De teruggang in de economie (-5%) heeft geleid tot een relatieve daling van prijzen en van investeringskosten. Zo zijn constructieprijzen en het minimumloon gedaald: € 580 per maand is op dit moment het minimumloon.

### **Nederlandse agribusiness**

Veel Nederlandse bedrijven zijn al actief in de Griekse tuinbouw. Ondanks de financiële crisis die het land op dit moment doormaakt, heeft de agrarische sector niet zoveel geleden als de aangeslagen aandelenmarkt. Bovendien zijn Griekse beleggers op zoek naar alternatieve investeringsmogelijkheden.

Hier kan de Nederlandse agribusiness op inspelen door onze sterkte in technologie, innovatie en logistiek. Tot op heden is de Griekse landbouw niet concurrerend genoeg voor de internationale markt, waardoor het tomaten importeert uit Nederland.

De landbouw is verouderd en versnipperd, hoewel de kentering is ingezet. Kansen liggen er bij deelname aan het moderniseren van de Griekse groente- en fruitteelt en in het optimaal gebruik maken van de jaarrond productie.

De ontwikkeling in Griekenland is met name interessant voor exporteurs/toeleveranciers van zaden, plantmateriaal, bestrijdingsmiddelen en verwerkingsproducten, evenals voor afnemers van groente en fruit, inclusief 'biologisch'.

Er zijn diverse positieve ervaringen uit joint ventures tussen Nederlandse en Griekse partijen. Meer informatie hierover bij de economische en handelsafdeling van de Nederlandse ambassade te Athene. De Griekse overheid heeft al de banden met Israël

aangehaald voor modernisering van de agrarische sector. In dat opzicht is er toenemende concurrentie voor Nederland als leverancier van goederen en diensten.

Bij voldoende interesse zal in 2013 een oriënterende handelsmissie naar Griekenland plaatsvinden. Begin 2013 zal The Economist in Athene een conferentie organiseren over de mogelijkheden van de Griekse landbouw.

*Siwarde Sap, Agricultural assistant*

Een uitgebreide marktscan van de Griekse tuinbouw, door het ministerie van EL&I en Rigakis Seeds, is verkrijgbaar op de Griekenlandpagina van Agentschap NL zie [www.agentschapnl.nl](http://www.agentschapnl.nl)

## Oostenrijk: meer aandacht voor biologische verpakkingen

*De biologische verpakking vindt in Oostenrijk steeds meer zijn weg naar de consument. Als gevolg van hogere consumptie van biologische producten en grotere aandacht voor ecologische en gezondheidsaspecten van verpakkingen, worden supermarkten steeds meer gedwongen milieuvriendelijke materialen te gebruiken.*

Oostenrijk en biologisch zijn nauw met elkaar verbonden. Het land is een van de voorlopers en marktleiders op het terrein van biologische landbouw. Inmiddels wordt ongeveer een vijfde van het landbouwareaal biologische bewerkt door circa 20.000 biologische boeren. Het biologisch marktaandeel bedraagt ruim 7%. Gezondheid is het overheersende koopmotief. Een interessante markt dus.

In 2010 kochten Oostenrijkse consumenten voor circa € 424 miljoen aan groenten, het merendeel via de supermarkten (89,2%, bron: Nielsen). Drie ketens spelen hierbij een belangrijke rol: Rewe (met onder andere de supermarktformules Billa, Merkur en Penny), Spar en Hofer (Aldi). Alle drie hebben een eigen biologische merk geïntroduceerd (respectievelijk Ja Natürlich!, Natur Pur en Zurück zum Ursprung). Deze merken hebben ervoor gezorgd dat het aandeel biologische aardappelen, groenten en fruit inmiddels een kleine 10% bedraagt.

Met de toename van biologische producten neemt ook de aandacht voor biologische verpakkingen toe. Een toegenomen milieubewustzijn versterkt deze tendens. De Oostenrijkse levensmiddelhandel neemt deze tendens ook waar. Het blijkt echter moeilijk hier goed op in te spelen. Naast de prijs speelt ook de Oostenrijkse houding tegenover genetisch gemodificeerde organismen (GGO) een rol. Veel van de huidige biologische verpakkingen zijn samengesteld uit GGO-maïs. Juist andere vormen van biologische verpakkingen worden gezocht.

Experts schatten over 2009, dat het toenmalige gebruik van biologische verpakkingen in de Oostenrijkse levensmiddelenhandel al circa 5000 ton bedroeg, met het tienvoudige als potentieel. Actuele cijfers ontbreken echter. De Oostenrijkse levensmiddelenhandel verwacht dat het belang van biologische verpakkingen zal toenemen, vooral ook omdat de verpakking een belangrijke informatiedrager is. Met verpakkingen kan je zaken als herkomst weergeven, maar ook het verschil met conventionele producten zichtbaar maken. De genoemde biologische merken van de grote retailers juttten elkaar extra op. Immers, imagoschade van deze biologische merken ligt met het gebruik van niet-duurzame verpakkingsmaterialen op de loer. Ja Natürlich! heeft haar doelen al bekend gemaakt: in 2015 moet het aandeel kunststof verpakkingen in groenten en fruit met 25% verminderd zijn, waardoor tot 70 ton van deze soort verpakkingen bespaard wordt.

*Martijn Homan, Landbouwrapad Boedapest, Wenen en Ljubljana, in samenwerking met David Goldenits \**

\* David Goldenits rondde in februari 2012 zijn afstudeerscriptie 'Produktverpackungen aus Biokunststoffen' af aan de Universität für Bodenkultur te Wenen. Hiervoor sprak hij met de belangrijkste partijen in de Oostenrijkse levensmiddelenhandel. Momenteel is hij mede-eigenaar van het bedrijf BIO Hof Goldenits, een kleinschalig, biologisch groenteteeltbedrijf. Dit artikel is onder andere gebaseerd op zijn scriptie.

Meer informatie over 'biologisch' in Oostenrijk is te vinden bij Bio Austria, [www.bio-austria.at](http://www.bio-austria.at), of in het jaarbericht biologisch van AMA, [www.ama-marketing.at/amamarketing/daten-und-fakten/bio/](http://www.ama-marketing.at/amamarketing/daten-und-fakten/bio/).

In april 2012 organiseerden het GroentenFruitBureau en Phaff Export Marketing in samenwerking met de Landbouwrapad van de Nederlandse ambassade een handelsreis naar Oostenrijk. Het bezoek gaf een actueel inzicht in de huidige marktsituatie en de (beperkte)

Nederlandse positie daarop. Hoewel er wel degelijk Nederlands product is aangetroffen, is het marktaandeel opmerkelijk klein vergeleken bij de andere Europese landen, aldus diverse inkopers. Oostenrijk ligt op slechts een dag rijden van ons land en kent een toenemende interesse in gemakproducten en producten met toegevoegde waarde. Al met al "goede kansen voor Nederlandse AGF" en "stof tot nadenken", aldus de heersende opinie onder de deelnemers.

## **Kort graag...**

11 vragen aan Cindy Sie-Shong Hsiung, Senior Agricultural Officer Netherlands Trade & Investment Office in Taipei, Taiwan

*Het ministerie van EL&I heeft ruim 50 afdelingen in evenzoveel landen. Elke maand maken we kennis met een van onze verre medewerkers.*

### **1. Hoe bent u in dit werk terechtgekomen?**

Mijn achtergrond is nogal multidisciplinair; beleidsstudies, business, internationale handel, talen en onderwijs. Een gericht carrièrepad uitstippelen leek lastig. Totdat ik erachter kwam dat al mijn ervaring perfect aansluit op de werkzaamheden van een agricultural assistant. In die rol heb je nogal wat kennis nodig van diverse sectoren en je moet een alleskunner zijn.

### **2. Wat zou iedereen moeten weten over Taiwan?**

Taiwan wordt internationaal nogal eens over het hoofd gezien, dat komt door de politieke status quo. (De grotere Volksrepubliek China is destijds internationaal erkend als 'China', red.) Zo is Taiwan niet vertegenwoordigd bij een groot aantal internationale organisaties. Taiwan is echter wel de zestiende grootste handelsnatie ter wereld. En daarmee zijn er kansen te over voor de Nederlandse agrosector. Tel daarbij op dat Taiwan de grootste investeerder is in China. Een Taiwanese partner, met kennis van Chinese taal en tradities, maakt handel tussen een Nederlands bedrijf en China een stuk gemakkelijker.

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

Als ik iemand heb kunnen helpen. Al is het maar met een bemoedigende glimlach, een positief woord of een constructief gesprek.

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

Machthebbers die hun positie misbruiken en – erger nog - de publieke opinie manipuleren door negatieve sentimenten uit te spreken om maar te krijgen wat ze willen. En dat ik daar dan niets tegen kan doen.

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

Ik heb bewondering voor mensen die zich inzetten voor anderen. En voor hen die nooit hun idealen opgeven.

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

De tuinbouwsector: het voedingspatroon van de gemiddelde Taiwanese bestaat voor 40% uit groente en fruit. De productie vindt plaats in open velden, provisorisch bedekt en dus een gemakkelijke 'prooi' voor heftige weersomstandigheden. Vandaar ook de instabiele marktprijzen.

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

Duurzaamheid en mvo zijn hier vanzelfsprekende factoren. Het land heeft een sterke 'civil society' en men is goed geïnformeerd. De meeste agrobédrijven opereren met 'people, planet en profit' in het achterhoofd. Zo niet, dan hebben ze wel een stichting opgericht om dat te compenseren. Toch valt er nog winst te behalen op het gebied van duurzaamheid. Commodities worden bijvoorbeeld nog steeds op een onlogische, niet-duurzame en verspillende manier verpakt.

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

Eén betrouwbare database met daarin informatie over Nederlandse bedrijven en up-to-date ontwikkelingen in de sectoren. Toegankelijk voor alle agricultural assistants wereldwijd, zodat wij de behoeftes goed kunnen afstemmen op wat er speelt in onze regio.

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

Zoete aardappel uit de oven met het roergebakken blad ervan. Niet vet, toch voedzaam en superlekker!

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

Als hij nog leefde: met dr. Soen Yat-Sen, stichter van de Republiek China, de man die met andere revolutionairen in 1911, na elf mislukte pogingen, de laatste monarch verdreef. Ik ben benieuwd waar hij zijn kracht en moed uit putte.

**11. Wat is uw sleutelwoord voor de toekomst?**

Vertrouwen. Vertrouw op mensen en blijf puur, niet berekenend. Vertrouw op God, Hij zorgt altijd voor een oplossing.

## **Loek Hermans (Topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen):**

### **'Valorisatie van innovatie is belangrijk aandachtspunt'**

*Het kabinet-Rutte heeft negen topsectoren van de Nederlandse economie aangewezen, waaronder Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. In een zogenoemd topteam werkten ondernemers, wetenschappers en overheid gezamenlijk aan een advies, dat juni 2011 is aangeboden aan minister Verhagen. Inmiddels zijn er ook een innovatiecontract, een zogenoemde 'human capital agenda' en moet de ondersteunende projectorganisatie in september operationeel zijn. Een gesprek met Loek Hermans, 'trekker' van deze topsector.*

Hoe ziet Loek Hermans, trekker van de topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen, de verdere uitrol van het topsectorenbeleid in 'zijn' sector voor zich?

"Met de brief van minister Verhagen aan de Tweede Kamer (van januari 2012, red.) is het topsectorenbeleid een fait accompli geworden. Daarmee is ook een groot aantal lijnen uitgezet. Dat het misschien niet geworden is wat veel mensen gedacht hadden – mede om financiële redenen – moge zo zijn: het is niettemin heel wat. Maar... wij dienen als topteam wél de verwachtingen zodanig te managen dat bedrijven een realistisch beeld krijgen van wat het is en wat zij eraan hebben. Dit zal een belangrijke factor zijn om topsectorenbeleid tot een succes te maken.

Eén punt van aandacht voor ons topteam is dat het beleid duidelijk gericht is op innovatie, maar dat in elk geval de tuinbouw ook te maken heeft met de valorisatie daarvan; hoe krijgen we de innovatie bij de bedrijven en kunnen zij die te gelde maken? Daar zitten nog vragen.

Hét punt van de topsectoren is dat er nu een coherente structuur wordt neergezet voor samenwerking op innovatie door bedrijven, wetenschap en overheid. Veel ondernemers hebben zoiets van 'wat gebeurt daar?'. Mede daarom is het van belang het topsectorenbeleid voort te zetten onder het volgende kabinet. Het is, daar ben ik van overtuigd, een meer dan valide aanpak die het waard is om zichzelf te bewijzen. Terugdraaien voordat het goed en wel gestart is, zou niemand begrijpen."

### **Financiering**

Ook bij de topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen ligt de verhouding publiek-privaat geld straks anders dan de 50/50-insteek die er in het begin was. Hermans: "60% of zelfs meer is nu afkomstig uit de private sector. Wat helpt is dat DLO-middelen voorlopig gereserveerd zijn voor de topsectoren en dat vanaf 2014 de budgetten voor 'life sciences' algemener in te vullen zijn. Het moge duidelijk zijn dat een bedrijf dat onder het topsectortraject een plan indient en daar meteen privaat geld naast zet, een streepje voor heeft. Inhoudelijk verwacht ik dat zogenoemde 'cross-overs' goed zullen scoren, d.w.z. technologie die op zichzelf niet specifiek of uitsluitend voor één topsector zoals de onze bedoeld is. Maar: plannen over ict, logistiek, zaadveredeling, het vervangen van chemische producten enzovoort.

Er komen twee TKI's (Topconsortium Kennis en Innovatie, red.), één voor tuinbouw en één voor uitgangsmaterialen, vanwege de deels andere uitgangspunten van beide sectoren. Zo is uitgangsmaterialen meer gericht op fundamenteel onderzoek. Maar de back office, het TKI-bureau zal zoveel mogelijk geïntegreerd worden.

Mijn verwachting is dat wij in de zomer van 2013 zo'n 50 à 60 doorlopende projecten zullen hebben. Welke thema's zijn dan 'hot'? Voedselveiligheid is fundamenteel, internationalisering vorm geven ook. Waardevermeerdering door ketensamenwerking; hoe krijg je zoveel mogelijk waarde op de plank?"



## **Internationalisering?**

In de verschillende nota's worden als randvoorwaarden voor succesvolle internationalisering genoemd: markttoegang, capaciteitsontwikkeling en kennisopbouw. En er is sprake van één loket? Wat houdt dat in? "De eenloketgedachte betekent precies dat; één loket voor capaciteitsontwikkeling in het kader van internationalisering. Voor onze topsector wordt dit Greenport Holland International (GHI), met de sectoren business-to-business, opkomende markten (het concept van de gesloten kas, ketenaanpak) en ontwikkelingssamenwerking (toenemend belang kennisoverdracht)", aldus Hermans.

"Je kunt bedrijf niet verbieden om in zijn eentje naar het buitenland te gaan, maar als je bedrijf 'founding father' van GHI is, kun je gebruikmaken van alle knowhow, ook die in de twee andere sectoren ontwikkeld wordt. Dat is op een andere wijze profiteren van het topsectorenbeleid."

## **Menselijk kapitaal**

Over de human capital agenda zegt Hermans tot slot: "We proberen de manager voor de klas / leraar in het bedrijf opgenomen te krijgen in alle partijpolitieke programma's. De kennis van bedrijven in de opleidingen brengen. Maar ik zie ook veel in het beschikbaar maken van knowhow via internet. Verder moet het imago van de sector veranderen. Alle beetje helpen daarbij. Ik zag onlangs een bijlage in de Metro over werken in de sector groen. Daarin werd een beeld geschetst van talen kennen, internationaal bezig zijn, werken met ict, wereldvraagstukken oplossen; zo'n benadering spreekt de moderne jeugd echt wel aan."

*Hans van der Lee*

Zie ook: [www.topsectoren.nl](http://www.topsectoren.nl)

## **Innovatiecontracten**

De uitvoeringsagenda 2012-2016 van de topsector Tuinbouw&Uitgangsmaterialen geeft concreet inhoud aan de uitvoering van de 130 actiepunten uit het topsectoradvies Bron van Groene Economie. Het vizier is daarbij gericht op 2020.

Er zijn vier innovatiecontracten die vorm geven aan de thema's:

- Meer met minder
- Voedselveiligheid en -zekerheid
- Gezondheid en welbevinden
- Samenwerkende waardeketen.

Daarnaast vragen drie punten extra aandacht:

- een duidelijker aanpak rondom het intellectuele-eigendomsrecht, beter matchend met de positie van de investerende partij in het toegepast, meer concurrerend onderzoek
- een op het mkb afgestelde maatvoering van (fiscale) regelingen
- actieve betrokkenheid van ondernemers bij het onderwijs; verruiming van de bevoegdhedenregeling.

## **Human capital agenda (HCA)**

Er is één gezamenlijke human capital agenda van de topsectoren Agro&Food en Tuinbouw&Uitgangsmaterialen. De continuïteit van deze sectoren hangt in belangrijke mate samen met de beschikbaarheid van voldoende menselijk kapitaal op alle niveaus binnen het gehele werkveld. Alle schakels kampen met verminderde beschikbaarheid van voldoende gekwalificeerd personeel, met de juiste competenties. De HCA is gebaseerd op twee hoofddoelstellingen:

- Het vergroten van het imago en de aantrekkingskracht van de sector op werknemers door het verbeteren van het beroepsperspectief;
- Het verbeteren van de aansluiting – kwalitatief en kwantitatief - tussen onderwijs en Bedrijfsleven.

## **Uit onverwachte hoek**

### **De slimme oplossingen van een innovatieve 'krijtboer'**

#### **Mardenkro**

*Mardenkro is een schermmiddelenfabrikant. Een bijzonder innovatief bedrijf, gevestigd in Baarle-Nassau. Het bedrijf produceert coatings die in de tuinbouw op kassen worden toegepast om zo de planten af te schermen van een overmaat aan zon en warmte. Vaak zijn die coatings op basis van krijt. Mardenkro won de afgelopen jaren diverse innovatieprijzen en staat dit jaar op nummer 28 in de mkb-innovatie top 100 met een nieuw product genaamd ReduFuse.*

Tuinders die krijt gebruiken op hun kassen als zonwering, dat is niets nieuws onder de zon. Dat gebeurt al 100 jaar. Krijt werd op de kassen gespoten als de tuinders verwachtten dat het heel warm zou worden. Maar om het goedje er vervolgens af te krijgen was vrij ondoenlijk. Of het regende eraf, of het ging er nooit meer af. Totdat Mardenkro zo'n twintig jaar geleden met hun eerste slimme oplossing kwam; ReduSol is een coating die op een kas wordt aangebracht en zo planten beschermt tegen een overmaat aan warmte en/of licht. Het innovatieve aan ReduSol was en is dat de coating slijtvast is en dat het met ReduClean op een milieuvriendelijke manier te verwijderen is.

Elk voordeel heeft zijn nadeel, zo ook bij Mardenkro. Het nadeel van ReduSol is dat het soms te veel bescherming biedt. Managing director Jort Gerritsen legt uit: "Zogenaamde lichtminnende gewassen hebben veel licht nodig, maar hebben tegelijkertijd baat bij koeling. Vanuit die vraag is ReduHeat ontstaan. Simpel gesteld komt het erop neer dat ReduHeat meer groeilicht doorlaat bij een gelijke wering van warmtestraling en het product is daarmee geschikt voor gewassen die wel veel licht maar minder warmte nodig hebben. ReduHeat maakt geen gebruik van krijt. "Krijt werkt goed in bepaalde gevallen maar voor ingewikkeldere toepassingen mist het de mogelijkheid om er technisch hoogstaande producten mee te fabriceren", aldus Gerritsen. "ReduHeat", zo vervolgt hij, "is het eerste product dat gebruikmaakt van een fotoselectief pigment. Een pigment dat onderscheid kan maken binnen het lichtspectrum."

Coating erop, coating eraf. Het lijkt wat omslachtig als je bedenkt hoe technisch hoogstaand de kassen van nu zijn. "Natuurlijk zijn er alternatieven" zegt Gerritsen. "Tegenwoordig bestaat er ook glas met bepaalde coatings. Het nadeel daarvan is dat het weer niet jaarrond hetzelfde is. Van zo'n permanente coating wordt dus maar een klein gedeelte van het jaar maximaal geprofiteerd. Er zijn schermdoeken die de tuinder open en dicht kan trekken. Maar dat heeft ook nadelen. Met schermdoeken kan niet voorkomen worden dat er klimaatverschillen in de kas ontstaan. Bovendien is het vele malen duurder dan het opbrengen van een coating. In de praktijk zie je wel dat onze coatings in combinatie met schermdoeken worden gebruikt."

Het derde grote innovatieve product uit de Mardenkro-stal is ReduFuse. Gerritsen: "Het idee voor ReduFuse ontstond ergens in 2008. In die tijd werden de eerste positieve resultaten bij proeven met diffuus glas gehaald." Maar diffuus glas was flink aan de prijs en daarom ging Mardenkro op zoek naar kosteneffectiever alternatief. "We zijn op zoek gegaan naar pigmenten die hetzelfde effect kunnen geven als diffuus glas en dat verwerken we vervolgens in een coating op basis van de bekende en bewezen techniek van ReduSol en ReduHeat." De pigmenten die wij gebruiken zijn geen natuurlijke pigmenten, maar worden speciaal gefabriceerd. De zoektocht naar het juiste soort duurde bijna twee jaar. "Leveranciers sturen ons monsters toe waarmee wij kunnen testen. We werken met hen samen in de zoektocht naar pigmenten die een bepaald effect hebben op het lichtspectrum. Dat doen we niet op goed geluk; inmiddels zijn die samenwerkingen met leveranciers heel goed doorontwikkeld. Zij weten precies aan welke eigenschappen een coating moet voldoen." Het testen van de producten gebeurt zeer secuur. "We houden overall rekening

mee en dus testen we ook onder andere omstandigheden in het buitenland. Ook daar worden onze producten gebruikt, en is het zaak dat zo'n coating in alle mogelijke omstandigheden hetzelfde reageert", besluit Gerritsen.

[www.mardenkro.com](http://www.mardenkro.com)

## Column

*Vanaf september a.s. vervangt Joost Oorthuizen, directeur van het Initiatief Duurzame Handel, Willem Lageweg als columnist. Dit keer daarom een eenmalige 'zomercolumn' van Henri Oosthoek, managing director van Koppert Biological Systems.*

### **Henri Oosthoek**

Managing director Koppert Biological Systems

#### **De groene revolutie is in aantocht... maar dan duurzaam.**

'Wie heeft er een goed gevoel bij de huidige ontwikkelingen in de landbouw?' Die retorische vraag stelde Jan Koppert, de oprichter van Koppert Biological Systems, zich ruim 40 jaar geleden ook al. De middelen die hem werden aangeboden om zijn gewassen te beschermen waren beperkt en schadelijk. Koppert ging op zoek naar alternatieven. En die vond hij gelukkig. In de vorm van de welbekende sluipwespen en roofmijten. Het bedrijf heeft een lange weg afgelegd; inmiddels is biologische gewasbescherming niet meer weg te denken uit de land- en tuinbouw en de markt blijft groeien.

'Wie heeft er een goed gevoel bij de huidige ontwikkelingen in de landbouw?' Ik stelde dezelfde vraag 40 jaar later aan een zaal vol belanghebbenden tijdens de ASEAN Latin Business Forum Conferentie in Jakarta. Natuurlijk, voedselveiligheid staat hoog op alle agenda's. Net als voedselzekerheid. Maar een duurzame combinatie van die twee belangrijke vraagstukken, dat is makkelijker bedacht dan uitgevoerd. Een betere opbrengst per hectare, betere gewassen, duurzamer telen. Het moet kunnen, maar het idee dat dit alleen mogelijk is door er nog meer dure technologische oplossingen tegenaan te gooien, is in mijn opinie maar één van de (beperkte) oplossingsrichtingen.

We moeten fundamenteel anders gaan denken om echte oplossingen te creëren. Oplossingen die écht werken. We zouden onze geschiedenis een beetje serieuzer moeten nemen. Kijk eens kritisch naar de relatie tussen de hightech – op monocultuur gerichte – agrosector en de teloorgang van het milieu en het verlies aan biodiversiteit. Hoe valt die relatie goed te praten? Wat is het effect van chemische bestrijdingsmiddelen enerzijds en de garantie op voedselveiligheid en de kwaliteit van onze leefomgeving anderzijds?

De private sector heeft hierin een grote verantwoordelijkheid. Die heeft niet alleen de financiële draagkracht maar ook de knowhow -en zo niet, dan moeten we die uitvinden- om concreet bij te dragen aan duurzame oplossingen om de productie van voedsel en de veiligheid daarvan zeker te stellen. Net zoals Jan Koppert en zijn opvolgers zich 40 jaar geleden hard maakten voor biologische gewasbescherming, zo zetten wij ons 40 jaar later in voor weerbare teeltsystemen met natuurlijke stuurmiddelen. Met als grootste verschil dat wij nu beginnen in de bodem, de aarde, daar waar al het leven begint. Herstel de grond, respecteer het microbiologisch leven in die grond. Ik weet zeker dat we in staat zijn om het gebruik van pesticiden met 80 tot wel 100% te kunnen terugdringen. Voor onze toekomst en die van onze kinderen.

Dames en heren, bent u klaar voor de nieuwe, duurzame, groene revolutie?

## **'Meer doen met minder' in Zuid-Afrika**

### **Tuinbouwrelatie bloeit op door succesvolle handelsmissie**

*Een handelsmissie naar Zuid-Afrika in april van dit jaar deed de tuinbouwrelatie tussen Nederland en Zuid-Afrika opbloeien. Ook al staat de hoogwaardige tuinbouw nog in de kinderschoenen, er blijken boven verwachting veel (afzet)mogelijkheden voor het Nederlandse bedrijfsleven te zijn.*

De Nederlandse tuinbouwsector geniet internationaal veel aanzien. De expertise, technologie en oog voor duurzaamheid en innovatie zorgen ervoor dat tuinbouw en uitgangsmateriaal als economische topsector is aangewezen door het ministerie van EL&I. Hierbij ligt de focus op uitbreiding van de internationale handelsbetrekkingen. De vijfdaagse tuinbouwmissie naar Zuid-Afrika werd geïnitieerd door de Kamer van Koophandel Den Haag, de regionale Kamer waar de glastuinbouwsector van oudsher bijzonder sterk is. De missie werd georganiseerd in samenwerking met Greenport Holland International (GHI), SANEC (Southern African Netherlands Chamber of Commerce), de Nederlandse ambassade in Pretoria, het consulaat-generaal in Kaapstad en werd ondersteund door Agentschap NL.

Een gevarieerd, uitdagend en inspirerend programma bracht de Nederlandse specialisten in contact met (potentiële) businesspartners en relevante overheidscontacten. Bedrijfs- en beursbezoeken, matchmingsessies en seminars stelden de zeventien bedrijven en instellingen in staat om de banden te versterken of nieuwe zakelijke mogelijkheden te exploreren. De reis concentreerde zich op twee kernregio's: Gauteng (Pretoria, Johannesburg) en de Westkaap (Paarl).

De term tuinbouw of 'horticulture' verwijst in dit verband naar de teelt/kweek van bloemen, (pot)planten en groenten en ondersteunende sectoren, zoals onder andere kasapparatuur, substraten en verpakkingsmaterialen. Tijdens de missie bleek dat de Zuid-Afrikaanse tuinbouw interessante afzetkansen biedt voor Nederlandse (toeleverings)bedrijven die een duurzame bijdrage willen leveren aan de groei van de economie. Dit was ook de conclusie van initiator Paulien Dirkzwager van de Kamer van Koophandel Den Haag. "Ik vond de missie boven verwachting geslaagd. Er waren wat twijfels op voorhand, maar de realiteit viel geweldig mee. De techniek is nog onderontwikkeld en er is een lange weg te gaan, maar voor de toekomst liggen er zeker mogelijkheden."

#### **Nederland wereldmarktleider**

Op het gebied van tuinbouw is Nederland wereldmarktleider. Vorig jaar bijvoorbeeld heeft Nederland in totaal voor meer dan € 72 miljard geëxporteerd aan agrarische producten. Dat is een groei van 11%, ondanks de economische crisis. In Zuid-Afrika speelt Nederland ook een rol van belang. Nederland is cumulatief de tweede grootste investeerder in de Zuid-Afrikaanse economie en de zevende grootste handelspartner in termen van volumes. Maar er is altijd ruimte voor groei en voor duurzame verbeteringen.

Zuid-Afrika neemt historisch gezien een bijzondere plek in als het gaat om handelsrelaties, ook in de agrosector. Al in het VOC-tijdperk zetten veel Nederlandse boeren voet aan de vruchtbare wal in de Westkaap om er groenten en fruit te verbouwen. En door de eeuwen heen is er veel Nederlandse expertise aangewend in de land- en tuinbouw. Gedurende de jaren 80 heeft Zuid-Afrika vanwege internationale handelsboycots veel geïnvesteerd in productie in alle sectoren binnen de eigen grenzen. Deze boycots hebben er samen met een grote variëteit aan gunstige klimatologische omstandigheden voor gezorgd dat Zuid-Afrika tot op de dag van vandaag zelfvoorzienend kan produceren.

In recente jaren, die gekenmerkt worden door een razendsnelle economische ontwikkeling sinds het afschaffen van de apartheid in 1990, zijn de economische banden tussen Nederland en Zuid-Afrika verder aangehaald. Recentelijk is de regenboognatie toegetreden

tot de zogenoemde BRICS-landen (Brazilië, Rusland, India, China en nu dus Zuid-Afrika), waardoor de handelspositie is versterkt en de handelspotentie is toegenomen.

### **Tuinbouw in Zuid-Afrika**

De totale bruto waarde van de tuinbouwproductie in Zuid-Afrika wordt in 2010 geschat op € 3,27 miljard en groeide ten opzichte van het vorige jaar met 4,4%. Zuid-Afrika importeert zelf weinig tuinbouwproducten, maar het is een interessante markt om tuinbouwtechnologie, expertise en uitgangsmaterialen aan te leveren. Industrie-specifieke apparatuur wordt momenteel voornamelijk geïmporteerd en er bestaat een groot gebrek aan technische kennis en kunde op dit vlak. Het gebruik van kassen wordt in toenemende mate toegepast.

Het land biedt een fameus scala aan unieke bloemen, struiken en bomen die zowel groeien rondom Johannesburg als de (sub) tropische gebieden van KwaZulu Natal, de woestijn van de Karoo tot aan het mediterrane klimaat van de Kaap.

De groentesector is een van de sterkst groeiende markten binnen de gehele agrosector en essentieel voor de voedselzekerheid. Productie vindt vrijwel in het gehele land plaats en de export is minimaal, met uitzondering van de bevoorrading van Zuid-Afrikaanse supermarkten in de buurlanden. De belangrijkste groenten voor Zuid-Afrika zijn: tomaten, aardappelen, uien, wortelen, bloemkool, komkommers, maïs, paprika's en champignons.

Fruit daarentegen, waaronder appels, peren, tafeldruiven en citrusvruchten, wordt in grote hoeveelheden geproduceerd en ruimschoots geëxporteerd, vooral naar Nederland.

### **Toenemende koopkracht**

Zuid-Afrika heeft een prachtig klimaat met een enorme biodiversiteit gekenmerkt door korte maar strenge winters in de regio rond Johannesburg en een mediterraan klimaat in de Kaapstreek. Voor beide kernlandbouwgebieden geldt een bijzonder sterke lichtintensiteit, wat ook voor glastuinbouw een gunstige factor is. Ook het economische klimaat is interessant. De koopkracht in Zuid-Afrika neemt toe, evenals de groeiende middenklasse, waardoor er een grotere vraag is naar meer variatie en kwaliteit van tuinbouwproducten. Deze ontwikkeling die herkenbaar is voor opkomende landen, zorgt voor genoeg mogelijkheden voor tuinbouw-ondersteunende sectoren en leveranciers van uitgangsmaterialen.

### **Duurzaamheid en innovatie**

Gezien de dreigende klimaatverandering en de afname van biodiversiteit zullen succesvolle boeren en telers op lange termijn niet meer worden afgerekend op hoeveel hectare land ze in productie hebben, maar hoe efficiënt zij opereren. Dit betekent bijvoorbeeld het intensiever produceren in kassen, in eerste instantie van plastic. Het betekent ook het verminderen van kwaliteits- en kwantiteitsverlies door dichter bij de grootstedelijke gebieden te produceren.

Zuid-Afrika staat nog maar aan het begin van de ontwikkeling van intensievere bedekte tuinbouw: er is relatief veel landbouwgrond beschikbaar en arbeid is goedkoop en de zon schijnt er meer en intenser dan waar ook. Maar ook in een opkomende economie als Zuid-Afrika verandert dit en wordt de roep om duurzaam en klimaatvriendelijk produceren steeds groter. Daarnaast stijgen de energieprijzen rap en is er een groeiende, chronische waterschaarste.

Een van de doelen van de handelsdelegatie was het overtuigen van de noodzaak tot intensivering van de productie. En bij het overschakelen naar andere productietechnieken is er behoefte aan producten en diensten zoals kennis, klimaatbeheersing, CO<sub>2</sub>-management, waterbehandeling, gewasbeschermingsstrategieën en geavanceerde, energiezuinige kweekmethodes. En dat is precies waar alle zeventien missiedeelnemers hun toegevoegde waarde toonden.

## **Gemene deler**

Ondanks de verschillende producten en diensten die de missieleden aanboden, was technologie, innovatie en duurzaamheid zonder twijfel de gemene deler. Alle zeventien instellingen en bedrijven zijn experts in hun werkgebied en vaak ook marktleider of toonaangevend in hun specialisme. Van klimaatbeheersende kasschermen, tot populaire orchideeën en van fraai vormgegeven verpakkingsmaterialen tot logistieke kassystemen. De vooruitstrevendheid is ook zeer zichtbaar bij de kennisinstellingen zoals Wageningen Universiteit en Research en koepelorganisatie Greenport Holland International.

Harm Maters is voorzitter van de stichting Greenport Holland International (GHI), en fungeerde als missieleider tijdens de handelsreis. GHI is een onafhankelijke organisatie, ontstaan vanuit Greenport Holland en ondersteund door zo'n 35 bedrijven uit de sector. Het doel van GHI is om met internationale, duurzame tuinbouwprojecten, de verdien capaciteit van het Nederlandse tuinbouwcluster te vergroten.

## **Gouden driehoek**

Zuid-Afrika is een vrije nieuwe markt voor Maters, vandaar ook de missie om de regio beter te leren kennen. "Wij hebben een aantal focuslanden vastgesteld, waaronder China, India, Rusland, Oekraïne, Japan en nu ook Zuid-Afrika. De Nederlandse tuinbouwsector heeft alles in huis om kennis, ervaring en expertise te delen. Wij opereren in de gouden driehoek tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Dat is hoe wij de totale sector op tastbare wijze kunnen ondersteunen en de handel te stimuleren", aldus Maters.

"Zuid-Afrika is interessant, omdat er een groeiende binnenlandse markt is en er veel vraag is naar kennis en ondersteuning. Met name op startersniveau. Want beginnende boeren hebben niet alleen technische kennis nodig, maar vooral veel training, kennisoverdracht en assistentie bij het opzetten van coöperaties en organisaties. Wij hebben meerdere gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van provinciale overheden in Gauteng en de Westkaap. Dit waren hele positieve gesprekken en ik voorzie goede kansen tot samenwerking."

## **Noodzaak**

Training en ontwikkeling zijn essentieel als Nederland een rol wil spelen in het Zuid-Afrikaanse tuinbouwlandschap. Paulien Dirkzwager van de Kamer van Koophandel concludeert dat er amper concurrentie is en de afzet is daarom gegarandeerd. "Daarom is de noodzaak om te vernieuwen beperkt aanwezig en kunnen ze op dezelfde manier doorgaan. De gebruikte techniek is nog onderontwikkeld. Die gaat zich pas ontwikkelen als daartoe noodzaak is en concurrenten betere en goedkopere producten kunnen leveren, al of niet uit het buitenland." En daar ligt nou precies de kans voor de Nederlandse experts.

Tijdens een presentatie op Bien Donné, een vooraanstaande agribeurs midden in de wijnlanden van Paarl, benadrukte Harm Maters dit aan de hand van sprekende voorbeelden. "Dankzij de beschikbare techniek kunnen wij vijf keer zo veel produceren met vijf keer minder input. Dus de opbrengst schiet omhoog en tegelijkertijd beperk je het gebruik van schaarse bronnen zoals water en energie." Een cultuuromslag als deze vergt vanzelfsprekend een zekere mate van investering.

Alle seinen staan na deze handelsmissie op groen om de kennismaking om te zetten naar samenwerkingsverbanden en/of simpelweg business. Diverse missieleden hebben nu al goede zaken gedaan of hebben hun tweede trip naar Zuid-Afrika al vastgelegd. Zuid-Afrika is daarmee een groeimarkt bij uitstek die in samenwerking met Nederlandse partners tot bloei kan komen.

*Wilson Mngwambe, Agricultural Assistant*

## Exportise

### De mengdoseerwagen van Sieplo

*De ouders van Jan Siebelink, directeur / eigenaar van Sieplo uit Ede, hadden een varkenshouderij. Het is dus niet zo gek dat Siebelink, al is het via een kleine omweg, alsnog in de agrosector terecht is gekomen. Siebelink startte in 2004 zijn eigen bedrijf en richtte zich aanvankelijk alleen op de in- en verkoop van bouwmachines. Het bedrijf leverde destijds minishovels die ook in de kalverhouderij veel gebruikt worden. En van het een kwam het ander.*

"We kregen uit die hoek steeds vaker vragen op het gebied van mengen en doseren van ruwvoer" vertelt Siebelink. "Toen zijn we een machine gaan ontwikkelen als antwoord op die terugkerende vraag. In eerste instantie brachten we in 2006 een mengdoseerbak op de markt, in 2008 was het de beurt aan een grote menginstallatie en begin 2010 presenteerden we de mengdoseerwagen. Dat was direct een groot succes. We stonden met een prototype op de beurs die niet geschikt was om te mengen, terwijl we wel die vraag kregen Die winter hebben we keihard gewerkt om de wagen geschikt te maken voor het mengen van ruwvoer." Die laatste innovatie bleef overigens niet onopgemerkt: de mengdoseerwagen van Sieplo staat op nummer 10 in de Syntens innovatie-top 100. "Het voordeel van de mengdoseerwagen is dat hij de voeding uiterst secuur mengt en verdeelt. En de kalverhouder heeft voordeel van het bijkomende gemak en het kost minder tijd en arbeid."

Siebelink constateert dat de markt waarin hij nu met Sieplo opereert, lange tijd heeft stilgestaan. "Er gebeurde de laatste jaren niet zoveel op het gebied van innovatie, wij hadden en hebben een frisse blik. Vanaf dag één hebben we jaarlijks nieuwe producten in de markt gezet. En dat is belangrijk in ons vakgebied, je moet blijven vooroplopen door continue te innoveren." Siebelink merkt nu al dat zijn mengdoseerwagen, die echt ontwikkeld is om zoveel mogelijk verschillende soorten producten te mengen, nu al op de proef wordt gesteld aan nog weer nieuwe producten. "Vaak gaat dat goed, maar als ze experimenteren met andere producten, krijg je te maken met andere volumes en het wordt dan moeilijker doseren. Deze veranderingen zijn te wijten aan de prijs van grondstoffen, die zijn van invloed op wat de kalveren te eten krijgen."

"Het buitenland is voor ons ook zeker belangrijk. Nederland is relatief klein, en daarom richten we ons naast Duitsland en België, sinds een jaar ook actief op Italië en Frankrijk. Daarmee bedienen we direct de vijf grotere kalverlanden van Europa." Of Siebelink nog andere landen in het vizier heeft? "Oost-Europa is toch wel interessant voor ons, ik denk dat ook in een land als Canada kansen liggen. Maar eerst gaan we verder met het uitbouwen van de markten waarin we nu actief zijn."

De Exportise van: Jan Siebelink  
Functie: Directeur / eigenaar  
Bedrijf: Sieplo  
Sector: Kalverhouderij / toeleverancier  
[www.sieplo.nl](http://www.sieplo.nl)



## **Naoogst**

### **Onder leiding van minister-president Mark Rutte**

#### **Economische missie naar Turkije 5 - 9 november**

In het kader van 400 jaar diplomatieke betrekkingen wordt 5 tot en met 9 november 2012 een economische missie aangeboden naar Turkije door de ministeries van EL&I en Algemene Zaken. Voor de agrosector wordt een speciaal programma opgesteld met seminars, matchmaking en veldbezoeken. Vooral bedrijven uit de tuinbouwsector wordt gevraagd zich aan te melden.

Wilt u meer informatie ontvangen, dan kunt u terecht op de website van het Agentschap NL, [www.agentschapnl.nl/agenda/economischemissie-naar-turkije-met-minister-president-mark-rutte](http://www.agentschapnl.nl/agenda/economischemissie-naar-turkije-met-minister-president-mark-rutte) of u neemt contact op met Sandra Pompe van het Agentschap NL, [sandra.pompe@agentschapnl.nl](mailto:sandra.pompe@agentschapnl.nl). Voor meer informatie over het agro-onderdeel van deze missie kunt u contact opnemen met Sabine Hoff, [s.h.hoff@mineleni.nl](mailto:s.h.hoff@mineleni.nl) of 070 - 378 52 59.

#### **Versmarketeer 2012 & Versmarketeer GameChange award**

Harm-Jan van Dijk van Landmarkt is de winnaar van de vierde editie Versmarketeer van het Jaar. De jury noemde zijn concept dé hybride kruising tussen versmarkt en supermarkt. Peter Beukers van Le Perron –ambachtelijk en biologische bakker op markten- eindigde als tweede. Jan Gerard de Graaf van Fishmasters eindigde op de derde plaats en ging er tevens vandoor met de Business-to-Business-award.

##### **Versmarketeer GameChange award**

Het publiek kon na een pitch van alle tien genomineerden een stem uitbrengen op de GameChanger van het jaar. Uiteindelijk ging deze prijs naar Wim Meulenkamp van Buitengewone Varkens.

[www.versmarketeer.nl](http://www.versmarketeer.nl)

#### **Nederlandse inbreng bij digitaliseren fytosanitaire certificaten in Kenia**

De Keniaanse inspectiedienst voor plantgezondheid (KEPHIS) is ingesteld door de overheid om de Keniaanse landbouw te beschermen tegen ziektes en om de kwaliteit van de landbouwgronden en producten veilig te stellen. KEPHIS heeft nu ook op het gebied van ICT flinke stappen gemaakt: het CLIENT Tool project is met hulp van Nederland geïmplementeerd. Uiteindelijk moet dit leiden tot het afgeven van e-fytcertificaten. KEPHIS heeft flink geïnvesteerd in deze processen om zo klaar te zijn voor de toekomst.

Deze innovatie is ook niet onopgemerkt gebleven bij de Keniaanse overheid. Voor het jaar 2011-2012 wordt dit project erkend als een van de beste innovaties en tijdens de Public Service Innovation Week mocht KEPHIS dan ook een award mee naar huis nemen voor zijn inzet voor het medeontwikkelen van het Elektronisch Certificatie Systeem (ECS).

## **Dutch Lily Days: gezamenlijke presentatie leliebranche**

*Zestien veredelaars en exporteurs van lelies sloegen eind mei 2012 opnieuw de handen ineen voor de Dutch Lily Days. Het is een bundeling van de jaarlijkse open dagen van de deelnemende bedrijven om het internationale klanten eenvoudiger te maken meerdere bedrijven te bezoeken.*

De Dutch Lily Days zijn daarmee het verzamelpunt voor iedereen die betrokken is bij de teelt van en de handel in lelies. Het loskoppelen van de jaarlijkse assortimentspresentatie bij de Keukenhof bood bovendien de gelegenheid om het evenement iets later in het voorjaar te houden. Dat maakt het mogelijk een groter aantal rassen in bloei te trekken, zodat de bezoekers een completere indruk krijgen van de kwaliteiten van de Nederlandse veredelaars. René Beerepoot, exportmanager van Bot Flowerbulbs: "Op deze manier kan onze klant of potentiële klant alle partijen bollen die hij koopt in bloei zien staan, waardoor hij meer zicht krijgt op de reële handelskwaliteit. In de Keukenhof lag de nadruk toch op de mooiste bloemen showen in plaats van handelskwaliteit. Kijk, de lelie op zichzelf is geen uniek product. Het gaat om de toegevoegde waarde die je als exporteur kunt bieden en daar is dit een goed voorbeeld van."

Deelnemers waren: Van den Bos Flowerbulbs, Bot Flowerbulbs, De Jong Lelies, Laan Flora Facilities, Lily Company, Mak Breeding, Marklily, Onings Holland Flowerbulbs, The Originals, C. Steenvoorden, G.A. Verdegaal, Gebr. Vletter & Den Haan, VWS Export – Import of Flowerbulbs, World Breeding, Zabo Plant en Van Zanten Flowerbulbs.

## **International HortiCongress: 30 oktober 2012**

*Op 30 oktober 2012 vindt de tweede editie van het International HortiCongress plaats in Amsterdam RAI. Internationale topsprekers geven dan hun visie op hoe de tuinbouw kan bijdragen aan onder andere welvaart en welzijn van de wereldbevolking.*

De tuinbouw biedt oplossingen voor de vier mondiale uitdagingen, namelijk de zorg voor schone energie, voeding, water en welbevinden (welvaart, welzijn, gezondheid en geluk). Het International HortiCongress belicht jaarlijks een van die uitdagingen. In 2012 is dat welbevinden. Het International HortiCongress is een internationaal topevenement voor topondernemers, ceo's, cto's, wetenschappers, beleidsmakers, politici, ngo's en overheden. Vanwege het internationale karakter van dit congres – dat is gekoppeld aan de jaarlijkse Horti Fair – is het bij uitstek ook een gelegenheid voor exportmanagers om bij te wonen.

Iedere wereldburger heeft recht op welbevinden, ofwel gezondheid, geluk, welvaart en welzijn. Maar hoe is dat te realiseren? De hightech tuinbouw heeft belangrijke sleutels in handen. Internationale topsprekers leggen tijdens het International HortiCongress verrassende en prikkelende verbanden tussen historie en de toekomst van de internationale tuinbouw. Wat is de volgende stap?

Het International HortiCongress vindt plaats op 30 oktober en start om 10.00 uur in de Forum Zaal van Amsterdam RAI. Sprekers zijn prof. Gunter Pauli (van onder andere Zero Emissions Research & Initiatives en Blue Economy), dr. Aalt Dijkhuizen, voorzitter raad van bestuur Wageningen UR, Carolyn Steel (auteur van The Hunger City), Dick Veerman (Foodlog.nl), Jeroen van Oijen (Culiversum, Gastronomixs.com). Het International HortiCongress wordt afgesloten met een Love My Salad Lunch en netwerkgelegenheid en eindigt circa 13.00 uur. Toegangskarten zijn te koop voor € 79,50 per stuk. Deelnemers aan het International HortiCongress kunnen na afloop de Horti Fair bezoeken, de grootste internationale vakbeurs over Technology, Innovation and Inspiration in Horticulture (30 oktober-2 november, Amsterdam RAI).

Meer informatie: [www.horticongress.com](http://www.horticongress.com) en op twitter: @horticongress.

## Grensverleggers

### Koppert: hét alternatief voor chemische gewasbescherming

*Grensverleggers zijn vernieuwende ondernemers in hun eigen branche. Pioniers die in letterlijke en figuurlijke zin grenzen overschrijden. Voor de paar mensen binnen de agrosector die het nog niet wisten: Koppert Biological Systems is de internationale marktleider op het gebied van biologische gewasbescherming en natuurlijke bestuiving. Onder andere door inzet van de bekende hommels en sluipwespen. Een innovatief bedrijf dat people, planet en profit hoog in het vaandel heeft staan. Gesteld kan worden dat Koppert een van de visitekaartjes van de Nederlandse internationale agribusiness is.*

Henri Oosthoek, directeur Marketing en Sales van Koppert, vliegt de hele wereld over. Om het 'evangelie' van Koppert te verkondigen. En hij heeft natuurlijk ook een prachtig verhaal. Want als het gaat om actuele thema's als voedselveiligheid, voedselzekerheid en duurzaamheid kan Koppert met zijn range aan oplossingen een concrete bijdrage leveren.

Onlangs was Oosthoek te gast op de ASEAN-Latin-conferentie in Jakarta. "Duurzaamheid is de rode draad voor de toekomst. In combinatie met voedselveiligheid en voedselzekerheid is dat de combinatie die ons denken moet gaan bepalen op weg naar een nieuwe economie." Oosthoek benadrukt dat die weg naar een nieuwe economie nog een drastische verschuiving in ons denkpatroon vereist.

#### NatuGro

Koppert is een wereldspeler en in meer dan 80 landen actief. Zo ook in China. "We zijn al sinds 1992 in China aan het pionieren, met tot voor kort meer leermomenten dan succes", vertelt Oosthoek. Pas in 2005 besluit Koppert dat de tijd echt rijp is om in China definitief voet aan de grond te zetten. Hoewel Oosthoek meer dan 65 landen heeft bezocht, slaat China in zijn optiek nog altijd alles. "Het is een wereld op zich. Het land is zó groot en de Chinezen zijn zó onafhankelijk ingesteld." Oosthoek vergelijkt China met de nieuwe Airbus 380 en Europa met een Cessna. Koppert werkt in China samen met de Chinese overheid en met steun van de Nederlandse overheid aan een project om de bodemvervuiling te herstellen. Koppert heeft daarvoor een prachtige oplossing: Natugro. NatuGro is een totaalconcept dat niet alleen bestaat uit diverse producten, maar waarbij ook bodemanalyses plaatsvinden en advies wordt gegeven. Oosthoek: "Het overmatig gebruik van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen van de Chinezen de afgelopen 40 jaar, heeft ervoor gezorgd dat het microbiologische leven volledig kapot is. Met als gevolg dat Chinese telers maar een 10 tot 20 procent van de normale productie halen in vergelijking tot Zuid-Europa. Laat staan als je gaat vergelijken met Nederland en de VS." En er zijn flink wat kassen in China, ook weer in vergelijking met Europa. "Spanje heeft met 50 duizend hectare plastic kassen het grootste areaal van Europa. In China gaat het om vijf miljoen hectare", weet Oosthoek.

#### Pura Natura

Een ander bijzonder initiatief waarbij Koppert betrokken is, is de Stichting Pura Natura. Deze stichting bevordert de verduurzaming en innovatie van de Nederlandse tuinbouw en in het bijzonder binnen de grootschalige precisiekasteelt. Oosthoek: "Vanuit zowel de Nederlandse als de Amerikaanse retailsector komt de vraag om producten die zonder gebruikmaking van chemie of kunstmest geproduceerd zijn. Maar dan wel met smaak, kwaliteit en een constante kwantiteit. Wij werken dan samen met de teler aan een pakket producten die voor 100% op een natuurlijk wijze geproduceerd zijn."

#### Concurrentie

Koppert is marktleider. Oosthoek zou graag zien dat de concurrentie wat zou toenemen. Al was het maar omdat Koppert dan niet alleen voor alle R&D-initiatieven zou opdraaien. "Wij doen alles zelf en heel veel wat wij doen, wordt afgekeken en vervolgens nagedaan". Oosthoek schat dat er wereldwijd jaarlijks zo'n 100 miljard euro aan chemische

bestrijdingsmiddelen wordt uitgegeven. De omzet van Koppert bedraagt ongeveer 120 miljoen euro. Als je het goed bekijkt, zijn wij het enige alternatief voor chemie en het zou mooi zijn als we een gedeelte van die markt van de grote chemiejongens afsnoepen. Het moet ook, want het moet natuurlijker. Het houdt anders gewoon een keertje op.”

Bedrijven als Koppert zijn gewilde overnameobjecten voor grote multinationals. Oosthoek: “Vorige week heeft Bayer een bedrijf even groot als Koppert overgenomen voor 500 miljoen dollar, gewoon vanwege de productlijn. Koppert wil echter een familiebedrijf blijven. “Geld is belangrijk maar niet de hoofddrijfveer. Wij willen de natuur maximaal haar werk laten doen”, besluit Oosthoek.

## Activiteitenkalender 2012

Onderstaande activiteiten zijn op alfabetische volgorde gerangschikt per regio en per land

### AMERIKA

#### Brazilië

**24-29 juni**

Handelsmissie agribusiness

*Inlichtingen uitvoering*

*NL EVD Internationaal •*

*jos.hermsen@agentschapnl.nl*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • bra-lnv@minbuza.nl*

#### Canada

**2-6 oktober**

Handelsmissie duurzame tuinbouw

*Inlichtingen uitvoering*

*NEC • info@nec.nl*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • was-lnv@minbuza.nl*

### AZIË/OCEANIË

#### India

**17-23 september**

Handelsmissie vruchtboomen (CPA)

*Inlichtingen uitvoering*

*Phaff • vjp@phaff.com*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • nde-lnv@minbuza.nl*

#### Vietnam

**1 oktober**

Handelsmissie agrosector

*Inlichtingen uitvoering*

*NVCC • rbahadoer@nchnl.nl*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • han-lnv@minbuza.nl*

### EUROPESE UNIE

#### Duitsland

**17-18 oktober**

Handelsmissie duurzame glastuinbouw

*Inlichtingen uitvoering*

*Ned.-Duitse HK • j.spijksma@dnhk.org*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • bln-lnv@minbuza.nl*

#### Frankrijk

**12-13 september**

Hollandpaviljoen Potato Expo Noord-

Frankrijk (Villers-Saint-Christophe

50 km ten oosten van Amiens)

*Inlichtingen uitvoering*

*Phaff • vjp@phaff.com*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • par-lnv@minbuza.nl*

### OVERIG EUROPA

#### Oekraïne

**28 oktober**

Matchmaking Oekraïense kassenbouwers

en toeleveranciers

*Inlichtingen uitvoering*

*NCH • mvanderwilk@nchnl.nl*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • kie-lnv@minbuza.nl*

#### Rusland

**9-12 oktober**

Golden Autumn (landbouwbrede vakbeurs)

Collectieve beursinzending (EL&I)

*Inlichtingen uitvoering*

*Phaff • vjp@phaff.com*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • mos-lnv@minbuza.nl*

#### Turkije

**5-9 november**

Handelsmissie met o.a. focus op

Agribusiness

*Inlichtingen uitvoering*

*NL EVD Internationaal •*

*Sandra.pompe@agentschapnl.nl*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • Ank-lnv@minbuza.nl*

*(zie naoogst voor meer informatie)*

### 2013

#### Oekraïne

**12-14 februari**

Holland Paviljoen tijdens InterAgro

(landbouwbrede vakbeurs)

*Inlichtingen uitvoering*

*Ministerie van EL&I*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwrapaad • kie-lnv@minbuza.nl*

### **Inkomende missie**

#### **16-20 september**

Inkopers AGF uit China (CPA)

*Inlichtingen uitvoering*

*Phaff • vjp@phaff.com*

*Inlichtingen markt*

*Landbouwwraad • pek-Inv@minbuza.nl*

### **Feest van de Agrologistiek**

#### **13 september**

Luister, leer en doe mee tijdens het Feest van de Agrologistiek, donderdag 13 september 2012 op de Floriade in Venlo.

Deelname is gratis, voor meer informatie of aanmelding zie [www.agrologistiek.nl/congres](http://www.agrologistiek.nl/congres)