

Berichten

Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 33, nummer 11, november 2007

In dit nummer:

- Midden-Amerika: 'verborgen' regio biedt volop kansen
- Verenigd Koninkrijk: trends in etnische voeding
- Renée Bergkamp: "agribusiness is een oersterk merk"

Colofon

Berichten Buitenland is een uitgave van de directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Deze publicatie is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven, met als doel informatie te verstrekken over ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, kwaliteiten etiketteringvoorschriften, wetgeving, landbouwprojecten, handelsbemiddeling, enz.

De berichtgeving van dit blad komt mede tot stand met medewerking van de landbouwraden die zijn verbonden aan de Nederlandse ambassades in het buitenland en de beleidsmedewerkers van de directie Industrie en Handel.

Uitgever:

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit
Directie Industrie en Handel
Bezuidenhoutseweg 73
Postbus 20401
2500 EK Den Haag
www.minInv.nl/agribusiness

Informatie en abonnementen:

Voor informatie over artikelen of een (gratis) abonnement op Berichten Buitenland kunt u contact opnemen met de heer J.J.M. Verbeek,

Tel.: +31 (0)70 – 378 40 64

Fax: +31 (0)70 – 378 61 23

E-mail: j.j.m.verbeek@minInv.nl

Productie:

Exxion Communicatie

ISSN 0920 - 0975

Het overnemen of vermenigvuldigen van artikelen uit Berichten Buitenland is alleen toegestaan met bronvermelding.

N.B. Zoals gebruikelijk bij handelsbemiddeling, wordt alle informatie verstrekt buiten de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Inhoudsopgave

Midden-Amerika: regio van onbegrensde mogelijkheden	3
Nieuws	6
Column	7
Etnische eetlust in Engeland	8
“Nederlandse agribusiness is een oersterk merk”	10
Kort graag...	13
Korte berichten uit het buitenland	15
Nieuws	23
Link bekeken	25

The sky is the limit op het gebied van groenten, fruit en sierteeltproducten

Midden-Amerika: regio van onbegrensde mogelijkheden

Midden-Amerika is politiek gezien al jaren vrij stabiel. Ook is de regio een enorm populaire bestemming voor avontuurlijke backpackers en ook het massatoerisme krijgt voet aan de grond. Nu is het tijd voor de Nederlandse ondernemer om zijn geluk te gaan beproeven op deze markt waar the sky nog echt the limit is. Zeker nu DR-CAFTA, een belangrijk vrijhandelsverdrag tussen de Midden-Amerikaanse landen en Amerika, is geratificeerd.

Voor de meeste landen in Midden-Amerika kenmerkten de jaren tachtig zich door politieke instabiliteit. In de jaren negentig keerde de rust terug, waardoor het afgelopen decennium benut kon worden voor een voorzichtig herstel van economie en democratie. De regio heeft daarbij met een gemiddelde economische groei van zo'n 5% in 2006 een hogere en constantere groei bereikt dan de Zuid-Amerikaanse burens. Deze resultaten zijn deels te danken aan de handelsrelatie tussen de regio en de nabij gelegen Verenigde Staten. Meer dan 50% van de regionale export gaat naar deze grootmacht en bijna 50% van de import is uit Noord-Amerika afkomstig. Maar ook de handel met Nederland is onstuimig gegroeid; Nederland is na de Verenigde Staten de grootste handelspartner van Costa Rica, de belangrijkste agrarische producent in de regio. Van alle export (uit alle sectoren) uit Midden-Amerika richting de Europese Unie is 60% uit Costa Rica afkomstig. De gemiddelde economische groei nam toe van 3,9% in 2005 naar rond de 5% in 2006; Panama en Costa Rica staken hier met kop en schouder bovenuit met een groei van boven de 8%. Groeiverwachtingen voor 2007 en 2008 zijn iets bescheidener, vooral met het oog op afzwakking van de groei in de Verenigde Staten.

Versnipperde regio

Terug naar waar het allemaal om draait. Midden-Amerika, de regio van onbegrensde kansen. De regio is de grootste producent ter wereld van ananas, snijgroen en uitgangsmateriaal voor groene planten. Nummer twee voor bananen en meloenen. Om nog maar niet te spreken over koffie, mango's, overig uitgangsmateriaal en exotische groenten en vruchten. En waarom dan toch die relatieve onbekendheid bij het publiek? Dat zal wel met het politiek instabiele imago te maken hebben. Of met de onuitsprekbare namen van de plaatsnamen. Neem Tegucigalpa, de hoofdstad van Honduras, het land waar het woord 'bananenrepubliek' is uitgevonden. Ga er maar eens verbaal aanstaan. Zo simpel kunnen we helaas en tegelijkertijd gelukkig toch niet redeneren. De kern van het probleem ligt in het feit dat Midden-Amerika zich tot op de dag van vandaag niet als blok aan de rest van de wereld heeft gepresenteerd. Elk land in de regio verdedigt en promoot zijn eigen belangen. Met als gevolg dat de belangen zo versnipperd zijn en de impact zo gering is, dat aan de regio al gauw voorbij gegaan wordt. Het is logischer om je als Nederlandse exporteur of investeerder te richten op grote landen of blokken zoals China, Oost-Afrika, India of het Midden-Oosten dan op bijvoorbeeld Honduras of Guatemala.

Maar dat neemt niet weg dat de regio eigenlijk alles in zich heeft om een grootmacht te worden als het gaat om de productie van niet-traditionele groenten, fruit en sierteeltproducten. De economische situatie is sterk verbeterd in vrijwel de gehele regio, de politieke situatie is niet meer te vergelijken met die in de jaren tachtig en de infrastructuur, zowel in de landen zelf als de verbindingen met de belangrijkste afzetmarkten, is ronduit goed. En zelfs bijzonder sterk in vergelijking met andere productielocaties wereldwijd.

Eén counterpart

Ook de samenwerking op Midden-Amerikaans niveau is aan het groeien. Enerzijds omdat de landen afzonderlijk van elkaar tot het besef komen dat elkaar versterken beter werkt dan elkaar bestrijden. Anderzijds, en dat is van recentere datum, omdat er handelsoverleg gestart is met de Europese Unie om te komen tot een vrijhandelsverdrag.

De primaire voorwaarde die gesteld is door Brussel, is dat men wil onderhandelen met slechts één counterpart en niet met alle Midden-Amerikaanse landen afzonderlijk. Dit betekent een enorme stimulans voor het 'nieuwe denken' in de regio.

De studie 'Green opportunities with an Orange touch', uitgevoerd door het Nederlands – Costaricaanse adviesbureau Ideavelop S.A., schetst een beeld van een regio die enorme potentie heeft en de komende jaren sterk aan belang zal gaan winnen. Midden-Amerika is niet alleen zichzelf op de wereldkaart aan het zetten, maar is ook haar productenpakket aan het upgraden. Er ontbreekt echter nog van alles. Kassen en techniek, teeltbegeleiding en marktkennis, potgrond en potten, residue labs en certificeringsbureaus. De fruit- en de snijgroensector zijn gevestigde, internationaal sterke sectoren. Maar op het gebied van de export van groenten, planten en bloemen staat de regio slechts aan het begin van een snel uit te rollen loper.

Strategische partners

Ondanks de genoemde behoefte aan diverse producten en diensten, is de echte kernbehoefte samen te vatten in twee woorden. Strategische partners. Nederlandse bedrijven die het potentieel van Midden-Amerika inzien en samen met bijvoorbeeld een bestaande leverancier van uitgangsmateriaal voor potplanten een nieuw bedrijf op willen zetten waarin (halfwas) potplanten geproduceerd worden. Of een Nederlandse telersvereniging van groenten die kansen ziet om haar positie te versterken op (het oosten van) de Noord-Amerikaanse markt via productie in Midden-Amerika. Per land zijn in het rapport diverse van dit soort scenario's uitgewerkt.

Midden-Amerika verdient meer aandacht. Maar dan met nadruk op de regio. Het Nederlandse bedrijfsleven zal vervolgens zelf moeten bepalen op welk land het haar pijlen vooral gaat richten. Uitwisseling van kennis en contacten leiden mogelijk tot strategische allianties die uiteindelijk echt invulling kunnen geven aan de realisatie van 'Green opportunities with an Orange touch'. De belangrijkste vraag op dit moment is, welke ondernemer waagt zich als eerste over de Midden-Amerikaanse dam?

Edwin Smit, Director Ideas, Ideavelop S.A.

Export ondersteuning

Geïnteresseerd in ondernemen in Midden Amerika, maar is het idee pril en een haalbaarheidsstudie onontbeerlijk? Dan is het mogelijk om via Programma Economische Samenwerking Projecten oftewel PESP, subsidie aan te vragen. Is de haalbaarheid aantoonbaar, heeft het idee een pilotkarakter en is de investering zonder hulp nog te risicovol? Dan zou de PSOM-regeling uitkomst kunnen bieden. PSOM staat voor Programma Samenwerking Opkomende Markten. Al een stap verder? Is de onderneming commercieel zeer interessant, maar is het rond krijgen van de financiering lastig? Kijk dan eens naar de FOM-financiering (Fonds Opkomende Markten). Meer informatie over PESP en PSOM op www.internationaalondernemen.nl. Voor FOM, kijk op www.fmo.nl.

Succesvol fruit telen in Costa Rica

Martin Otten wilde maar één ding. Leven in Midden Amerika. De nu 38-jarige Otten vertrok als 22-jarige naar Costa Rica om daar via een korte omweg in de toerismebranche zijn geluk te beproeven op de markt van fruitteelt. En met succes. Ruim tien jaar na de start van Dulce MMO S.A. exporteert hij dagelijks zo'n 160 ton per dag aan meloenen, mango's en ananas. Zijn merken Dulce en Agromonte zijn na bijna een decennium household names geworden.

"We zijn tien jaar geleden klein begonnen. Wat ik nu per dag produceer, daar deed ik in het begin een seizoen over. Ondernemen in Costa Rica is absoluut een avontuur. Allereerst zijn er de enorme cultuurverschillen, met als grote vijand de bureaucratie. Ik kan een boek schrijven over alle rare processen en kastjes en muurtjes waar je naartoe gestuurd wordt. Daar heb ik een tactiek voor, als ik last heb van een ambtenaar dan vraag ik hem of haar om me de zogenaamde verordening op papier te laten zien. Vaak is het dan snel over met

het moeilijk doen. Wat me erg bevalt, is dat je hier als je in een new business deal zit, je echt afspraken kunt maken met mensen. Vaak is handje schudden en elkaar eens goed in de ogen kijken in eerste instantie voldoende. Natuurlijk, als er financiële transacties bij komen kijken, is het wel handig om afspraken op papier te hebben staan. En dat brengt me op een aantal belangrijke tips voor ondernemers die hier voet aan de grond willen krijgen: Spreek de taal. Dat is echt een groot voordeel. Respecteer de cultuur, word niet boos als iemand een kwartiertje te laat is, maar kom zelf wel op tijd! Dat verwachten ze van je, want daar staan wij om bekend. En voor de echte durfals: ga naar Nicaragua. Daar zijn de mogelijkheden echt onbegrensd. Politiek niet helemaal stabiel, maar de kansen die er liggen.....”

Nieuws

Win-win situatie voor Turkije en Nederland

“De handel in landbouwproducten tussen Nederland en Turkije groeit ieder jaar nog steeds. Daar heeft de Landbouwwerkgroep substantieel aan bijgedragen.” Dat zei Martin Olde Monnikhof (directie Industrie en Handel) aan het begin van de zesde bijeenkomst van de Landbouwwerkgroep Nederland - Turkije die op 13 november jl. in Den Haag gehouden werd.

De landbouwwerkgroep Nederland - Turkije komt ieder jaar afwisselend in Nederland en Turkije bijeen. Het doel van de werkgroep is bilaterale problemen aan te kaarten, op te lossen en de markttoegang te bevorderen. Het gaat daarbij vooral om het wegwerken van veterinaire en plantenziektekundige belemmeringen van de Nederlandse export.

Van Turkse zijde wordt vooral gestreefd naar het verbeteren van de contacten tussen het Nederlandse en het Turkse bedrijfsleven. Nederland stimuleert de Nederlands-Turkse handel via het bevorderen van joint-ventures van Nederlandse en Turkse bedrijven. Olde Monnikhof: “Tijdens deze bijeenkomst zal naar voren komen hoe we de wederzijdse handel kunnen laten groeien. Toename van wederzijdse handel leidt tot een win-win situatie, dus dit is heel belangrijk.”

Europese Unie

Een ander belangrijk punt op de agenda zijn de onderhandelingen over de Turkse toetreding tot de EU. Tijdens de bijeenkomst hield de Turkse delegatie een presentatie waarin zij liet zien hoe de toetredingsonderhandelingen over het landbouwbeleid verlopen. De toon van het overleg was positief. De Turkse delegatie liet zien dat er al veel vorderingen zijn gemaakt, en de Nederlanders lieten nogmaals weten dat zij Turkije graag willen helpen. Olde Monnikhof zei onder meer dat Nederland graag wil helpen bij het moderniseren van de voedselverwerkende industrie in Turkije.

Aan het begin van de bijeenkomst werd een promotiefilmpje van de Nederlandse landbouwsector getoond. Talat Sentürk, leider van de Turkse delegatie, gebruikte aan het einde van zijn openingsstatement het motto van dit filmpje om de warme banden met Nederland nogmaals te benadrukken: “Holland: small country, great partner.”

Column

Siem Korver

Europa verliest daadkracht!

Trage EU-regelgeving doet ons de das om

Voor de voeding van landbouwhuisdieren wordt gebruik gemaakt van verschillende stromen van akkerbouwgewassen als granen en soja. Meestal zijn dit vormen van bijproducten van de humane voedingsindustrie die op deze wijze worden omgezet in hoogwaardig dierlijk eiwit. Een goed voorbeeld is soja waarvan de sojaolie wordt gebruikt in de humane voeding en het sojaschroot onder andere in de veevoersector. We hebben hierbij te maken met grondstoffenstromen van zogenaamde commodities die wereldwijd worden verhandeld.

Een aantal grote en sterk exporterende landen past op grote schaal de resultaten van het biotechnologisch onderzoek toe bij de productie van soja en granen. Cruciaal hierbij is dat een zorgvuldige goedkeuring plaatsvindt om deze producten direct of indirect in het voedselkanaal te kunnen brengen. Deze goedkeuring dient gebaseerd te zijn op gedegen en onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek waarbij in het bijzonder wordt gekeken naar effecten op mens en milieu.

Wat is nu de praktijk? De testperiode in de Europese Unie is dubbel zo lang als in de derde landen. Het gaat hier in Europa om gemiddeld 30 maanden versus 15 maanden in de Amerika's! Daarnaast is goedkeuring van de European Food Safety Agency nog geen garantie voor werkelijke toestemming voor gebruik in de EU. In Europa hebben we namelijk nog de politieke besluitvorming voor de toelating en er is een meerderheid van de Raad van Ministers nodig.

Het gevolg is dat Europa haar daadkracht en internationale concurrentiekracht verliest. Op dit moment zien we al verschillen tussen continenten qua kostprijs voor de dierlijke producten. Er komt een schaarste van grondstoffen op de Europese markt. Terecht komt de Europese Unie in een recente economische studie tot de conclusie dat 'there is an urgent need to take action in order to avoid negative implications for EU livestock production and agriculture overall'.

Het voedselpakket in Europa zal hierdoor duurder worden of we importeren dierlijke producten uit de Amerika's en andere landen. Daarmee hebben we dan ons dilemma geëxporteerd.

Net als onze voedselvoorziening!

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

Wilt u reageren? Mail de redactie op s.h.hoff@minlnv.nl

Wat hebben 'food miles' en 'carbon foot prints' te maken met etnisch eten?

Etnische eetlust in Engeland

TV-koks, obesitas, internationalisering, duurzaam eten en inkopen, genieten en gezond blijven. Al deze factoren zijn van belang voor de toenemende interesse in etnische voedingsmiddelen. Want koken doe je allang niet meer met de drie standaard ingrediënten aardappelen, groenten en vlees. De consument wil bijzondere kruiden, exotische vruchten en gele rijst. Vers. Niet uit een pakje. In het Verenigd Koninkrijk is de diverse etnische bevolking goed voor een levendige handel in uitheemse producten. Wie dacht dat de Nederlandse keuken tegenwoordig breed georiënteerd is, moet eens aan de overkant van de Noordzee gaan kijken. Het Verenigd Koninkrijk, of Engeland zoals we het gemakshalve plegen te noemen, is een multiculturele maatschappij die in hoge mate gekenmerkt wordt door een grote verscheidenheid van diverse etnische bevolkingsgroepen. Niet zo vreemd. Het is algemeen bekend dat de zeven zeeën door de Britten zeer consciëntieus zijn bevaren, resulterend in kolonialisatie van landen als India, Pakistan, Hong Kong, Maleisië, Jamaica, Bermuda, Guyana en nog tientallen andere gebieden.

En dat is al sinds jaar en dag te merken in de Britse manier van eten. Typische traditionele gerechten als *Shepherd's pie* en de hapklare *fish & chips* gaan hand in hand met Jamaicaanse *jerk chicken* en Indiase roti. Het heeft in Nederland toch een aardig stukje langer geduurd voordat men afstapte van het exotisch doen op zondag met een bestelling van foe yong hai met ketchup bij de buurtchinese.

Een belangrijke ontwikkeling in Engeland, die overigens ook in Nederland opvalt, is dat het eten van etnische gerechten verschuift van het afhalen of eten in restaurants naar het zelf bereiden thuis. Steeds meer consumenten gaan op zoek naar al dan niet exotische ingrediënten als bijvoorbeeld chilipepertjes, tropische vruchten-, en smaakversterkende kruiden. Dat gebeurt meestal bij de plaatselijke 'Turk' waar je naast bekende paprika's ook die heerlijk gekruide lamsworstjes kunt kopen. Of bij de toko die talloze uitheemse kruiden als sereh en trassi verkoopt. De verkoop van deze exotische producten stijgt dan ook gestaag.

Jamie Oliver

Het populairder worden van het zelf bereiden van etnisch eten - en daarmee ook de groeiende vraag naar verse producten - kan deels toegeschreven worden aan veranderingen in het eetpatroon van Britten. Niet in het minst is deze ontwikkeling in gang gezet door tv-koks als Jamie Oliver. Hij stimuleert het publiek op succesvolle wijze dat eten vers en gezond het allerlekkerste is. Ook de niet aflatende tendens dat mensen in Europa steeds dikker worden, zal hier ongetwijfeld eveneens mee te maken hebben. De verstreng is overigens wel nadelig voor de afzet van de voorgekookte exotische sauzenmarkt.

Kijkend naar de plekken waar exotische producten worden verkocht, kan gesteld worden dat dit voornamelijk plaatsvindt in gebieden waar zich hoge concentraties van etnische bevolkingsgroepen bevinden. In het Verenigd Koninkrijk zijn de meesten van hen neergestreken in steden als Londen, maar ook in noordelijk gelegen steden als Manchester en Leeds.

India wint

Even wat cijfers. Van de huidige Britse bevolking maakt 10% deel uit van etnische gemeenschappen en er worden onderling meer dan 150 talen gesproken. Er wonen ruim 1,6 miljoen moslims waarvan 97% halal voedsel consumeert. Een onderzoek naar de populariteit van etnisch voedsel toont aan dat 54% van de Britse bevolking de voorkeur geeft aan Indiaas eten (hieronder wordt ook Pakistaans en eten uit Bangladesh gerekend). Eten van de Chinees staat op de tweede plaats met 52%, Italiaans voedsel scoort 27% en voedsel uit de Thaise keuken komt op 22%. Londen staat verreweg bovenaan voor Arabisch, Thais en Japans eten. In Londen wordt tien keer zoveel Arabisch en Japans eten

gegeten dan elders in het land. De halallevensmiddelenmarkt alleen al vertegenwoordigt een waarde 7,7 miljard euro. De Indiase levensmiddelenconsumptie bedraagt 2,5 miljard euro per jaar, de Chinese markt is goed voor ongeveer een miljard euro en de Caraïbisch/Afrikaanse levensmiddelenmarkt bedraagt ongeveer 350 miljoen.

Onderaan komen we de Thaise markt tegen; goed voor meer dan 150 miljoen euro. De etnische levensmiddelenmarkt groeide in 2005 met 2,9%. Het jaarlijkse inkomen van Britse etnische gemeenschappen wordt geschat op ongeveer 60 miljard euro. Jaarlijks besteden zij 8 miljard euro aan etnisch voedsel. De Chinese bevolkingsgroep is de groep met het meeste geld en dus de meest koopkracht.

Elke dag mango's

Maar niet alles is etnisch voedselgoud wat er blinkt. De huidige voedingsmiddelentrend brengt ook belangrijke vraagstukken met zich mee. Vraagstukken waar de regering door middel van beleidsvorming grip op probeert te krijgen. Zo is er het issue van *'food miles'*. Deze term geeft de afstand weer hoeveel een eindproduct gereisd heeft alvorens het verkocht wordt. Zo kan bepaald worden wat de impact is van een product op het milieu. Hetzelfde geldt voor de vaak gebezigde term *'carbon foot print'*. Deze meetmethode geeft de uitstoot van CO₂ aan zowel voor mensen als voor producten. Wat van ver komt is lekker, maar niet als het bijdraagt aan milieuvervuiling, CO₂-uitstoot en hoge prijzen. Dat betekent dat er lokaal gekocht moet worden, maar dat heeft weer ten gevolg dat ontwikkelingslanden minder markt krijgen. En bovendien is lokaal kopen jezelf vastbinden aan seizoengebonden producten. Met de verwende consument is dat niet vol te houden, die wil elke dag mango's.

Dilemma's

Onderwerpen zoals de eerdergenoemde *'food miles'* en *'carbon foot print'*, maar ook bekende klanken als *'fair trade'* en klimaatverandering, zijn steeds terugkerende thema's in de media. Hoe verhoudt zich bijvoorbeeld een streven naar beperking van *'food miles'* tot het uitgedragen beleid dat de markttoegang in de rijke landen voor in het bijzonder agrarische producten uit ontwikkelingslanden bevorderd moet worden? De minst ontwikkelde ontwikkelingslanden liggen nu eenmaal niet naast de deur. Concluderend kan gesteld worden dat etnische cuisine onverminderd populair is en blijft. Meer mensen bereiden etnische maaltijden thuis, zodat de verkoop van ingrediënten snel toeneemt, maar de afzet van etnische voorgekookte sauzen en passant afneemt. Beleidsmatige vraagstukken als *'food miles'* en de stimulering van agrarische producten uit ontwikkelingslanden blijven een hot item waar nog hele debatten aan gewijd zullen worden.

Exporterende Nederlandse bedrijven van etnische producten en ingrediënten moeten zich richten op de grote steden en dan vooral op Londen, Manchester en Leeds. Halalproducten zijn met een afzetmarkt van 97% onder moslims niet te vermijden en Chinezen staan als meest koopkrachtige bevolkingsgroep met gevulde portemonnee klaar om producten te kopen.

*Margreet Page Roberts-Klees,
LNV-bureau Londen*

Nieuwe positie, frisse uitgangspunten

Renée M. Bergkamp, directeur-generaal Ondernemen en Innovatie:

“Nederlandse agribusiness is een oersterk merk”

De nieuwe directeur-generaal Ondernemen en Innovatie op het Ministerie van Economische Zaken heet Renée M. Bergkamp en ze heeft dezelfde functie bekleed op het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Goede reden om haar te vragen naar overeenkomsten en verschillen tussen business en agribusiness. En welke rol speelt de agribusiness op het Ministerie van EZ?

Gecombineerde support

Renée Bergkamp bewandelde de weg van Justitie naar LNV om nu bij EZ uit te komen. “De totale ervaring telt en een regelmatige verandering noodzaakt je om telkens weer te ijken. Je laat alle automatisen vallen, je ziet nieuwe perspectieven, je vraagt je af waarom nieuw beleid beter is dan oud beleid. Kortom: in een nieuwe positie zet je alles weer eens opnieuw op een rijtje. Je moet wel dusdanig lang op een positie blijven dat je daadwerkelijk beleid maakt en invloed hebt. Anders gaat je inzet verloren. En al met al is de positie van directeur-generaal op de ministeries vergelijkbaar. Op EZ werk je van microkrediet tot aan Philips toe en op LNV van landbouwer tot en met grootschalige vleesverwerkende industrie”. Inhoudelijk zijn er wel degelijk verschillen. Brussel heeft een dikkere vinger in de pap als het de landbouwsector betreft. Voor het algemene bedrijfsleven geldt de marktwerking. Op het gebied van innovatie selecteerde de overheid Flowers & Food als kansrijke sector en als thema waarmee Nederland zich internationaal kan onderscheiden. Bergkamp: “En daar zie je dat de agribusiness door twee partijen wordt gesteund. De sector profiteert daar op het raakvlak van de twee beleidslijnen. De primaire sector in de landbouw is geheel toevertrouwd aan LNV. Maar Food & Nutrition wordt aangemoedigd met een doeltreffend innovatieprogramma, ingezet door EZ in samenwerking met LNV. De kansrijke tuinbouwsector krijgt ook gecombineerde support, maar daar neemt vooral LNV de initiatieven. Kijk maar naar de ontwikkeling van de kas als energiebron, waarin beide ministeries stimulerend werken, met LNV aan het stuur”.

Van subsidie naar krediet

Een goed voorbeeld is de innovatievoucher van EZ, waar ook de verwerkende agribusiness van kan meeprofiten: “Dat zijn handige, direct inzetbare initiatieven, die zonder vertragende procedures ter beschikking zijn”, zo vertelt ze. “Wil een MKB-ondernemer onderzoek laten doen, dan vraagt hij de innovatievoucher aan. Zo’n voucher geeft recht op een vergoeding van 2.500 euro bij het uitzetten van een kennisvraag. Als het project van grotere omvang is, voldoet de voucher van 7.500 euro waarbij 30% van de prijs een eigen bijdrage is. Dergelijke stimuli tot innovatie gelden ook voor de verwerkende agribusiness en blijken aan te slaan vanwege de snelle praktische inzetbaarheid.”

Dat wijst ook op een andere ontwikkeling. Subsidieregelingen zijn in het algemeen op hun retour. Die omvangrijke procedures vergen veel tijd en zullen uiteindelijk niet altijd en in elke situatie de stimulans geven waarvoor ze bedoeld zijn. Bergkamp: “Onze subsidies worden onder de loep genomen, het woud wordt uitgedund en gelijksoortige subsidies zoveel mogelijk samengevoegd. Er komen meer kredietachtige regelingen op een basisniveau, die het risico verminderen en de ondernemer werkelijk stimuleren om slagvaardig te werk te gaan. Die vorm van ondersteuning geeft ook het bankwezen meer vertrouwen om mee te financieren. Zo is Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk (WSBO) een populaire regeling, waarbij via de fiscus een deel van de loonkosten, een zwaarwegende post, wordt gecompenseerd. Voor de agribusiness goed om te weten dat deze regeling geen landbouwuitsluiting kent, dus ook kan worden aangewend door de primaire sector.”

Bedrijfsoverdracht

Renée Bergkamp heeft ruim vijf jaar met veel plezier op LNV gewerkt en daar een grote bewondering voor de succesvolle agribusiness aan over gehouden. "De Nederlandse export van landbouwproducten staat nummer twee of drie op de wereldranglijst, al naar gelang welke maatstaven je hanteert. Dat is voor ons kleine land een ongekennde prestatie. Onze agribusiness is een oersterk internationaal merk en dat heeft zelfs zijn uitstraling op onze totale economische reputatie. Je mag daaruit concluderen dat deze sector weinig steken laat vallen. En dat is mede te danken aan de manier waarop LNV in de wereld vertegenwoordigd is, met landbouwraden en –attachés. EZ kent een soortgelijke vertegenwoordiging op de ambassades, maar minder dicht en kleiner in aantal. Maar de agribusiness staat ook voor een aantal problemen, die om aandacht en wellicht nauwere samenwerking van LNV met EZ vragen.

Bedrijfsoverdracht is in het algemeen een zaak die ons bezighoudt. En in de landbouw is het probleem nog ingewikkelder. We staan aan de vooravond van een generatiewisseling, terwijl de bereidheid om het bedrijf en de boerderij over te nemen minder wordt. Hard werken in combinatie met de risico's. Banken die niet soepel zijn. Pensioenregelingen die niet voldoende aansluiten. Als we weten dat 10% van de bedrijfsoverdrachten mislukt, wijs je op een probleem waar we een oplossing voor moeten zoeken. Zo'n succesvolle sector als de landbouw mag op dat punt geen steek laten vallen en als LNV van de kennis van EZ gebruik kan maken, moeten we op dat punt samen actie ondernemen. Het heeft in ieder geval mijn aandacht."

Interventie departement

Vergelijken we het algemene ondernemen, waar Renée Bergkamp nu op EZ haar aandacht op mag richten, met de specifieke agrisector van haar vorige functie bij LNV, dan valt een aantal zaken op. Overal in de wereld kennen landbouwmensen Wageningen UR. In het bredere EZ-terrein bestaat een dergelijke focus niet.

Daarbij geeft EZ ook aandacht aan het vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven in Nederland, terwijl LNV daar voor de landbouw nauwelijks iets mee te maken heeft. In het algemeen moet EZ ook vinger aan de pols houden waar het gaat om de aansluiting van het onderwijs op het praktische bedrijfsleven, terwijl daar in de agrisector, vanwege de traditioneel meer geëffende overgang, van LNV minder aandacht naar hoeft uit te gaan. Nog iets: EZ is meer een interventie departement dat ook allerlei ontwikkelingen op ministeries als van Justitie en VWS moet volgen om de uitwerking van de regels op het bedrijfsleven in de gaten te houden. "En," voegt Bergkamp toe, "wat me opvalt, is het verschil in werksfeer. Je kunt zeggen dat EZ met het brede werkterrein en de na te streven doelstellingen wat zakelijker, wat actiever te werk gaat. Bij LNV is het werkterrein toegespitst en gaat het om doorlopende verdieping van de resultaten. En dat kost wat meer tijd."

Adequaat inspelen

Een volgende vraag betreft de ooit geopperde samenvoeging van de ministeries. In de ogen van een aantal hervormers zouden de directies van het Ministerie van LNV kunnen worden verdeeld onder andere departementen. Directie Industrie & Handel wordt in die visie toebedeeld aan EZ. "Ik denk dat je daarmee je doel voorbij schiet," meent Renée Bergkamp. "Je moet in je nationale organisatie de indeling van de EU volgen. Daar is landbouw en de agribusiness een hoofdstuk apart en die structuur moet je in Den Haag in rechte kolom volgen. Anders kun je niet adequaat inspelen op het beleid dat op Europees niveau wordt ontwikkeld en waarmee je actief en slagvaardig aan de gang moet. Dus is het volgens mij zaak de huidige indeling gewoon aan te houden en niet nu te gaan herstructureren." Overigens is ze wel van mening dat de ministeries in Den Haag meer kunnen samenwerken en dat zie je ook al gebeuren. Zo kunnen kennis en ervaring worden gedeeld. Want LNV heeft voldoende bereikt waarmee andere overheden hun voordeel kunnen doen. "Een voorbeeld daarvan is te vinden bij het CBS.

De enquêtes, nodig om inzicht te krijgen in de economische ontwikkeling, leiden bij het MKB nog wel eens tot irritaties. Nu gaat het CBS een 'gebruikersraad' invoeren die de enquêtes vooraf beoordeelt om ze toegankelijker en aanvaardbaarder te maken. Dat is een handelwijze die LNV al langer met de Dienst Regelingen hanteert. Met succes worden daar al in een voortraject eventuele onvolkomenheden opgespoord en opgelost."

Frits H. Emmerik, freelance journalist

Kort graag...

Het Ministerie van Landbouw heeft ruim 50 LNV-raden in evenzoveel landen. Elke maand maken we kennis met één van onze verre medewerkers.

12 vragen aan Geert Westenbrink, LNV-Raad te Ethiopië

Wat staat er op uw visitekaartje?

Daar staat op Geert Westenbrink, Agricultural Counsellor, Addis Abeba, Ethiopia. Ik ben hier vorig jaar maart gekomen. Het is voor LNV een nieuwe post en dit maakt mijn werk extra boeiend.

Wat heeft u het meest verwonderd bij de kennismaking met uw werkterrein?

Allereerst het vitale belang van de landbouw. 85% van de mensen is afhankelijk van de landbouw, de landbouw genereert 45% van het inkomen en is verantwoordelijk voor 90% van de export. Op de tweede plaats de ongekende snelle ontwikkeling van de bloementeel, drie of vier jaar geleden was er niets en nu zijn er al 76 bedrijven met een totale oppervlakte van 800 hectare en is Ethiopië nu de derde buitenlandse aanvoerder op de Nederlandse veilingen. Belangrijke factoren hierbij zijn goede variatie in klimaatomstandigheden, beschikbaarheid van land in combinatie met een aantrekkelijk investeringsklimaat én een betrokken overheid. Ter illustratie: het laatste: de minister van Handel en Industrie bezoekt elke drie tot zes maanden alle sierteeltbedrijven om problemen te horen en op te lossen.

Wat kan op uw werkterrein beslist beter?

Op dit moment zijn buitenlandse bedrijven nog niet toegelaten in transport/logistiek, logistiek, handel en de banksector. Dit maakt dat de dienstverlening in deze sectoren nog beneden de internationale standaard ligt. Ik heb goede hoop dat voor de tuinbouw binnenkort voor logistiek en input supply wel mogelijkheden komen. Er staan hiervoor al een paar vooraanstaande Nederlandse bedrijven in de startblokken.

Wat moet iedereen weten over het land waar u werkt?

Vrijwel iedereen heeft bij Ethiopië de associatie van droogte, woestijnachtige landschappen en extreme ondervoeding. Dit klopt voor het overgrote deel van het land niet; Ethiopië heeft een ongekend grote variatie aan landschappen en klimaten. In Ethiopië groeien vrijwel alle tropische en gematigde gewassen en dankzij de enorme variatie in ecologie heeft Ethiopië een ongekende (agro-) biodiversiteit. Ook uniek voor Ethiopië is de zeer oude christelijke traditie en de vele daarmee verbonden legendes.

Wat moet men nooit doen in het land waar u werkt?

De indruk geven dat jij het beter weet.

En wat juist wél?

Werken op basis van wederzijds respect. Ethiopiërs zijn een trots volk. Tegelijkertijd houdt men van dubbelzinnige geestige woordspelingen. Een bekende uitspraak is 'pride is the only credit on our bank account'.

Wat is het toppunt van plezier in uw werk?

Zoeken en realiseren van win-wins voor Ethiopië en Nederland, zowel op niveau van ondernemingen als op sector-/ketenniveau. In de tuinbouwsector helpen wij bijvoorbeeld Nederlandse en/of Nederlands-Ethiopische bedrijven en tegelijkertijd ondersteunen wij door middel van het Ethiopia Netherlands Horticulture Partnership de sector als geheel. Bijvoorbeeld door introductie van een code of practice, praktijktraining en het ontwikkelen van een Ethiopische Plantenziektkundige Dienst. Voor dit partnerschap zijn naast LNV ook middelen vanuit Ontwikkelingssamenwerking (OS) beschikbaar gesteld. Voor oliezaden en mogelijk zuivel gaan wij nu volgens dezelfde formule werken.

Noem minstens één dagelijks terugkerende bezigheid?

Het 's ochtends begroeten van onze koffiedame op de ambassade. Vijf minuten daarna brengt ze een heerlijke kop Ethiopische koffie.

Wat is uw grootste ergernis?

Traag internet. Een Amerikaanse collega zei: "it is like watching paint dry".

Welke wet of regel zou volgens u onmiddellijk op de helling moeten?

Ik zou de markt opengooien voor buitenlandse bedrijven op het gebied van telecom, transport en input-supply. En het land meteen openstellen voor internationale, commerciële banken.

Wat mist u het meeste van Nederland?

Een mooi, snel fietsrondje. Wij fietsen graag, maar dat gaat hier alleen maar heen en terug over dezelfde route.

Uw sleutelwoord voor de toekomst?

Landbouw is de motor voor de economische groei van Afrika. Economieën in de meeste Afrikaanse landen zijn gebaseerd op landbouw en vrijwel overal is meer dan de helft van de bevolking afhankelijk van landbouw. Voor een opwaartse economische spiraal moet er niet alleen gewerkt worden aan verbeteren van voedselzekerheid, maar ook het versnellen van de commercialisatie en marktgerichtheid van de landbouw. Het Nederlandse agro-complex kan hierbij een goede en waardevolle rol spelen.

Korte berichten uit het buitenland

AFRIKA

Ethiopië

LNV-bureau Addis Abeba

> Handelsmissie

Expansiedrift

Van 7 tot 13 oktober bracht een ambtelijke Ethiopische delegatie een bezoek aan Nederland. Voornaamste doel van het bezoek was het versterken van de bilaterale relaties op het gebied van de tuinbouw. In Ethiopië groeit de export van tuinbouwproducten met ongekende snelheid. Een van de redenen van het bezoek is de explosief stijgende ontwikkeling van de bloementeel in Ethiopië. Vier jaar geleden was er niets. Nu zijn er al 76 bedrijven met een totale oppervlakte van 800 hectare en is Ethiopië de derde buitenlandse aanvoerder op de Nederlandse veilingen. Belangrijke verbeterpunten tussen de twee landen zijn input-supply, het verbeteren van de logistieke keten en het verder ontwikkelen van de export van groente en fruit. De Ethiopische delegatie heeft tijdens de bedrijfsbezoeken kunnen zien en ervaren wat de Nederlandse klant/importeur verwacht van de kwaliteit van het product en welke eisen en verwachtingen dat met zich meebrengt ten aanzien van de productie, productkwaliteit, voedselveiligheid, inrichting en performance van de logistieke keten.

Kenia

LNV-bureau Nairobi

> Snijbloemen

Kenia profiteert

De export van bloemen vanuit Kenia heeft de eerste helft van 2007 een groei van meer dan 55% ten opzichte van vorig jaar doorgemaakt. De groei is voornamelijk te danken aan de slechte weersomstandigheden in Europa, waar de meeste bloemen naartoe zijn geëxporteerd. De totale omzet van de export van snijbloemen lag halverwege 2007 op 3,2 miljard euro. De totale omzet van 2006 bedroeg 4,5 miljard euro. Analisten schatten daarom dat de omzet van 2006 ruimschoots zal worden gepasseerd. Deze lucratieve opbrengsten zetten Keniaanse handelaren aan tot illegale kweek- en handelspraktijken om maar aan de vraag te kunnen blijven voldoen. De wildgroei aan illegale afspraken en schimmige overeenkomsten zou slecht kunnen uitpakken voor het land. Zeker met het oog op de ondertekening eind dit jaar van een nieuw Economic Partnership Agreement (EPA) met de EU.

Korte berichten uit het buitenland

AMERIKA

Argentinië

LNV-bureau Buenos Aires

> Economie

Exportbelasting omhoog

De uitgaande regering van Nestor Kirchner legt een aardig welkomstgeschenk op tafel voor de nieuwe president, Kirchner's echtgenote Cristina Hernandez. Per direct zijn de exportbelastingen verhoogd voor de volgende agrarische producten: sojabonen van 27,5% naar 35%, meel en olie van 24% naar 32%, tarwe van 20% naar 28%, maïs van 20% naar 25%, zonnebloempitten van 24,5% naar 32% en olie en meel van 20% naar 30%. De totale

geschatte extra opbrengst voor het komend jaar is één miljard euro. Dit jaar wordt bij benadering drie miljard euro verdiend aan dit soort belastingen; de afgelopen elf maanden zijn de belastingen bovendien met 15% verhoogd. Volgens kabinetschef Fernandez zijn deze belastingen een redistributief middel om de gemeenschap mee te laten delen in producten die in peso's worden geteeld en in dollars worden verkocht, en zijn ze noodzakelijk om de wereldmarktprijzen niet de binnenlandse consumptiemogelijkheden te laten beïnvloeden. China is de grootste afnemer van Argentijnse soja; bijna driekwart van de bonen en 30% van de olie ging die kant uit, terwijl India nu 20% van de sojaolie afneemt.

Costa Rica

> Marktrapporten | Handelsverdragen

Goed zaken doen

'Tuinbouw in Midden-Amerika is een bijzonder succesvolle sector. Een die mogelijkheden biedt aan Nederlandse investeerders, exporteurs en importeurs.' Dit staat te lezen in een rapport dat in opdracht van de Nederlandse ambassade in Costa Rica is vervaardigd door het Costaricaanse consultancybedrijf Ideavelop.

Andere kernpunten in het rapport: 'Het is noodzakelijk om de regio als geheel te bekijken omdat de individuele markten gering van omvang zijn. De regio heeft wereldwijd al een belangrijke rol in de productie van agrarische producten zoals bananen, ananas en verschillende andere soorten fruit. Het klimaat is gunstig, grond is beschikbaar en betaalbaar. Ook is er in de hele regio water van relatief goede kwaliteit voorhanden. Als knelpunten worden genoemd dat 'de organisatie van de sector in elk land verschillend is. Ook is er een gebrek aan fondsen en is de internationale exposure beperkt. Een regionale benadering zou de sector efficiënter en effectiever maken.' In het rapport wordt op basis van een sterkte/zwakteanalyse van de individuele landen een marktanalyse per product geschetst. De focus ligt vooral op het bevorderen van een Nederlandse strategische aanwezigheid.

Mexico

LNV-bureau Mexico

> Tarwe | NAFTA

Import schaadt soevereiniteit

Het GOM's Government Report stelt dat in 2007 70% van de rijst die in Mexico wordt geconsumeerd, geïmporteerd is. Ruwweg 57% van alle tarwe in het land wordt geïmporteerd. Ook de varkenssector in Mexico bestaat voor 33% uit import. Deze informatie werd aangehaald tijdens een seminar dat inging op de "Evaluation and Proposals for Renegotiating NAFTA's Agricultural Chapter". Deelnemers aan het seminar concludeerden dat NAFTA verantwoordelijk is voor de steeds groter wordende economische-, technologische-, sociale- en milieuverschillen tussen de leden. Mexico verliest eveneens op het gebied van voedselsoevereiniteit door de vermeende subsidies op import.

Mexicaanse boer verliest

De Mexicaanse regering staat optimistisch tegenover NAFTA's marktliberalisering voor maïs, droge bonen, suiker en poedermelk. Boerenorganisaties in het land zijn echter ontsteld over de verdere liberalisering. De versoepeling van de NAFTA-regels vormt een bedreiging voor de Mexicaanse soevereiniteit aangezien Mexicaanse boeren nooit eerlijk kunnen concurreren met hun Amerikaanse burens. In Mexico zijn ruim 2 miljoen werknemers in de landbouwsector hun baan kwijtgeraakt. En ruim 300 duizend mensen die in de landbouwsector werkzaam waren, hebben de oversteek gemaakt naar de Verenigde Staten met het oog op betere economische vooruitzichten.

Verenigde Staten

LNV-bureau Washington

> Functional Foods | WTO

Consument besteedt meer

Uit een nationaal onderzoek van de Amerikaanse International Food Information Council (IFIC) blijkt dat de Amerikaanse consument steeds meer van het verband tussen voedsel en gezondheid overtuigd is. En daar zijn ook de dagelijkse aankopen op toegespitst. De consument is kortom bereid geld aan gezond voedsel en daarbij ook aan trendy functional foods te spenderen. Zaak dus voor voedselproducenten van met name functional foods om op deze ontwikkeling in te springen. Kansen liggen vooral in de wijze van verpakken en door het product te voorzien van uitgebreide voedselinformatie. Ingrediënten als antioxidanten, omega 3 vetten en soja zijn goed bekend bij de consument en oefenen aantrekkingskracht uit. Zogenaemde 'health claims' zijn handig in het succesvol afzetten van het product maar in praktijk lastig toe te passen aangezien de wet streng toeziet op de 100% waterdichtheid van de claims.

Handige database

De internationale regulering omtrent veiligheid van voedsel, dieren en planten, is vanaf nu een stuk overzichtelijker. Met de lancering van een database op internet maakt de World Trade Organization die informatie voor iedereen toegankelijk. Een van de doelen van de database is om mogelijke handelsbarrières op het gebied van voedsel weg te nemen. De strenge eisen ten aanzien van voedselveiligheid houden competitieve export vaak tegen. Dat moet met deze database deels worden bestreden. De database biedt een schat aan informatie, waaronder de laatste exportcriteria en regelgeving maar ook bepalingen omtrent specifieke ingrediënten afkomstig uit een bepaalde regio komen aan bod. Gezocht kan worden op criteria als geografische ligging, product codes, keywords en natuurlijk voedsel zelf. De database is te bereiken via <http://spsims.wto.org>.

Verwachte exportgroei Centraal-Amerika

CAFTA is een vrijhandelsverdrag tussen de Verenigde Staten, de Dominicaanse Republiek en de landen van Centraal-Amerika. Over de Dominican Republic - Central American Free Trade Agreement (DR-CAFTA), het vrijhandelsverdrag van Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Guatemala, El Salvador en de Dominicaanse Republiek met de Verenigde Staten, is een aantal jaren onderhandeld. In Costa Rica is het verdrag in oktober 2007 geratificeerd middels een referendum. Het verdrag zal naar verwachting gaan zorgen voor groei in export, import en buitenlandse directe investeringen. Door de invoering van DR-CAFTA wordt het voor buitenlandse bedrijven interessant om te investeren in de Midden-Amerikaanse regio, omdat deze door het vrijhandelsverdrag ruimere belastingvrije toegang krijgt tot markten in de Verenigde Staten. Een recentelijk gepubliceerd rapport gaat dieper in op de kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven. Zie ook het hoofdartikel op pagina 2 van dit nummer.

Korte berichten uit het buitenland

AZIË

China

LNV-bureau Peking

> Handelsmissie

Greenports

Minister Verburg heeft eind oktober in Beijing het Sino Dutch Agricultural Innovation and Promotion Center geopend. Zij deed dit samen met haar Chinese collega Sun Zhengcai. Het doel van het centrum is het samenbrengen van Nederlands-Chinees onderzoek op het gebied van 'food and nutrition'. Het centrum is een verzamelgebouw voor alle Nederlandse

partijen die in China iets willen gaan doen op het gebied van agribusiness. De opening vond plaats tijdens een seminar over 'Innovating Metropolitan Agriculture'. Tijdens het seminar stonden 'greenports' centraal. Een greenport is een bedrijvenpark waar verschillende ondernemingen dicht bij elkaar gevestigd zijn. Deze vormen een gesloten systeem waarbij het 'afval' van de een de grondstof is voor de ander. Minister Verburg heeft tijdens het seminar afspraken ondertekend over het realiseren van een greenport in de regio Shanghai. Dichtbij Shanghai zal eveneens een agrofoodpark van 27 vierkante kilometer verrijzen. In dit agrofoodpark is ruimte voor bijvoorbeeld veeteelt, glastuinbouw, een garnalen- en viskwekerij. Omdat productie, verwerking en handel heel dicht bij elkaar plaatsvinden, zijn de distributielijnen kort en kan op een duurzame manier geproduceerd worden.

Zuid-Korea

LNV-bureau Seoul

> Biotechnologie

Grote ambities biotechnologie

Zuid-Korea heeft zich voorgenomen om wereldwijd één van de belangrijkste landen te worden op het gebied van biotechnologie. Het land ambieert een stijging van de veertiende naar de zevende plaats op de wereldranglijst. Om dit te kunnen bereiken is het plan 'Bio Vision 2016' opgesteld. De Koreaanse overheid ziet biotechnologie als een sleutelgebied voor het 'post-IT-tijdperk'. Doel is om in 2015 een totale productie te bereiken ter waarde van 45 miljard euro. Bovendien moet de exportwaarde dan gegroeid zijn tot 17 miljard euro. Op dit moment is stamcelonderzoek een van de sterkste terreinen. Met het oog op internationalisering is dit segment nog wat zwakjes maar er zijn volop groeimogelijkheden onder de zon dankzij steun vanuit de overheid. Neem het Korea Bio-Hub Center, waarmee een hoogwaardige infrastructuur voor de biotechnologische industrie gebouwd wordt. In oktober 2008 vindt Bio Korea plaats, de grootste nationale beurs in deze sector.

Korte berichten uit het buitenland

EUROPESE UNIE

Slovenië

LNV-bureau Boedapest

> Handelsmissie

Werkbezoek Verburg aan Slovenië

Minister Verburg bracht afgelopen maand een bezoek aan Slovenië. Daar vond onder andere een ontmoeting plaats met de Sloveense minister Iztok Jarc van Landbouw, Bosbouw en Voedsel. Verburg legde, in het kader van het Sloveens-Nederlands Twinningproject voor de implementering van de melkquota, ook twee bedrijfsbezoeken af. Namelijk aan een traditionele melkveehouderij met Simmentalras - met als nevenactiviteit de productie van honing en boerderijtoerisme - en aan een moderne melkveehouderij met Holsteinras. Twinning is een instrument van de Europese Commissie en heeft als doel de bestuurlijke capaciteit van de nieuwe lidstaten van de Europese Unie, kandidaat-lidstaten en nieuwe bureaus te versterken. Slovenië is in de eerste helft van 2008 voorzitter van de Europese Unie.

Roemenië

LNV-bureau Boekarest

> Retail

Groeiend aantal winkelcomplexen

De Roemeense projectontwikkelaar Plaza Centers is van plan nog in 2007 te starten met de ontwikkeling van drie nieuwe winkelcentra. Het bedrijf, dat momenteel vooral actief is in de

hoofdstad Boekarest, wil zich in de toekomst gaan richten op kleinere steden zoals Bacau, Sibiu, Cluj-Napoca en Craiova. In deze steden zijn grote winkelcomplexen nog een relatief onbekend fenomeen en Plaza Centers hoopt dan ook de concurrentie voor te zijn. De komende vijf jaar wil het bedrijf vijftien nieuwe winkelcentra openen, verspreid over heel Roemenië. Op het gebied van winkelcomplexen ligt nog een groot potentieel in Roemenië. Roemenen hebben steeds meer te besteden en winkelen verschuift steeds meer van een alledaagse, noodzakelijke bezigheid naar een populaire vrijetijdsbesteding.

België

LNV-bureau Brussel

> Voeding | Bestrijdingsmiddelen

Slanke suiker

Voedingsproducent Damhert uit Heusden-Zolder verwierf het patent op tagatose, een nieuw soort suiker dat niet dik zou maken en geschikt zou zijn voor diabetici. Het bedrijf lanceert binnenkort eigen producten met de zoetstof afkomstig uit lactose. Toch ziet Damhert vooral het B2B-segment als meest interessante afzetmarkt. Binnen- en buitenlandse fabrikanten testen tagatose momenteel. Damhert wist het patent op tagatose over te nemen van Spherix, een Amerikaans bedrijf dat de zoetstof ontdekte, maar zijn patent liet verlopen. Het maakt het Limburgse bedrijf tot de exclusieve verdeler en producent van de suiker. Damhert, een klein familiebedrijf, is zo opgewassen tegen het concurrentiegeweld van andere aanbieders van natuurproducten als bijvoorbeeld Cereal. Damhert levert vooral aan natuurwinkels en hanteert in supermarkten het shop-in-shop principe.

Spanje

LNV-bureau Madrid

> Transgene teelt | Aquacultuur

Uitbreiding genteelt

De Spaanse minister van Landbouw heeft recent in een interview verklaard dat 'wij ons niet verzetten tegen transgene teelten, op voorwaarde dat de consumenten alle garanties krijgen dat het eten dat zij krijgen veilig is'. Van tevoren had het ministerie van Landbouw een overzicht gegeven van het ingezaaid areaal Bt-mais. Dit is gestegen van 23.280 hectare in 2002 tot 75.148 in 2007. De stijging in 2007 was groot: 40% meer dan in 2006. Verdeeld over de gewesten ligt het meeste areaal in Aragón (35.860 hectare), Cataluña (23.013 hectare) en Valencia (5.327 hectare). De procentuele stijging in 2007 ten opzichte van 2006 was het grootst in de gewesten Extremadura (212%), Madrid (141%), La Rioja (100%), Andalucía (99%) en Valencia (89%). De bond van de grotere boeren (Asaja) is sterk voorstander van uitbreiding van gg-teelt, de bond van kleine boeren (UPA) blijft tegen.

Steun voor aquacultuur

De Spaanse minister voor Landbouw en Visserij heeft het parlement toegezegd dat het ministerie de in sterke groei verkerende aquacultuur volop zal blijven steunen zodat de sector een leidende rol in de wereld kan gaan vervullen. Met het Strategisch Plan voor Marine Aquacultuur en het Plan voor Internationale Actie voor de Spaanse Aquacultuur zullen productiviteit, internationalisering, concurrentiekracht en werkgelegenheid worden bevorderd. Bij internationalisering denkt de minister vooral aan het sluiten van bilaterale akkoorden en netwerken met Zuid-Amerikaanse landen. Modernisering van de sector wordt ondersteund door maatregelen uit het Strategisch Plan voor Technologische Innovatie van de Visserijsector. De Spaanse regering benadrukt dat het belang van komen tot een duurzame vorm van aquacultuur wordt onderschreven.

Portugal

> Fruitteelt | Retail en supermarkten | Blauwtong

Magere opbrengst voor tuinders

Bij de aankoop van een kilo peren (Rocha) betaalt de consument 1,40 euro. Daarvan gaat slechts 40 eurocent naar de producent. De rest blijft in de distributie, aldus een studie van het 'Observatorium van Landbouwmarkten en Import van Voedingsmiddelen'. Het grootste probleem is dat er nauwelijks verenigingen bestaan. De distributiegroep wordt steeds groter en sterker terwijl de producenten niet of nauwelijks georganiseerd zijn en ook geen capaciteit hebben om te onderhandelen. Slechts 7 à 8% van de producten die op de markt worden gezet, gebeurt via een vereniging, aldus de studie.

Jerónimo Martins opent duizendste supermarkt

De Portugese keten heeft in september haar duizendste winkel geopend in Polen. Het bedrijf opereert al twaalf jaar in Polen onder het merk Biedronka en bezit winkels verspreid over 500 steden (1,5 miljoen klanten), zes logistieke centers en 17.500 werknemers. Biedronka is dan ook de keten met de grootste turn-over van de Jerónimo Martins-groep met een omzet van bijna 2 miljard euro. Terwijl de retail in Portugal gedurende de eerste zes maanden slechts 38% van de totale factuur betrof, was dat in Polen 44%. Naast Polen wil Jerónimo Martins zich nu gaan richten op de Roemeense, Oekraïense en Russische markt.

Blauwtong breidt zich uit

Nadat eind september in Barrancos (Alentejo) blauwtong van het serotype 1 is geconstateerd, heeft dit virus zich in één week tijd verspreid over de gemeentes van Moura en Serpa. Inmiddels worden 49 bedrijven in quarantaine gehouden en een totaal van 6.216 dieren. In de Algarve zijn drie bedrijven waarschijnlijk met het virus besmet geraakt. Eind oktober verwacht men met de vaccinatie voor dit virustype te beginnen. Vaccinatie zal verplicht zijn. In Portugal kwam tot op heden slechts het serotype 4 voor. Het virus is naar verluidt afkomstig is uit buurland Spanje waar de ziekte op 21 september geconstateerd werd in het grensplaatsje Badajoz.

Nederland

> Economie

Lage dollar geen exportbelemmering

Ondanks de lage stand van de dollar is de Nederlandse export met 11% gestegen. Uit onderzoek van eerder dit jaar was al een groei van 12% voorspeld. Brancheorganisatie Fenedex die het onderzoek 'Trends in export' uitvoerde, verwacht dan ook dat de Nederlandse economie weinig hinder zal ondervinden van de huidige euro/dollar verhouding. Slechts een klein gedeelte van de Nederlandse export gaat naar de Verenigde Staten, Europa is nog steeds de belangrijkste afzet markt. Exporteurs die afhankelijk zijn van de Amerikaanse markt zullen hun concurrentiepositie ten opzichte van Amerikaanse bedrijven wel zien verslechteren. Hier staat echter weer tegenover dat het Nederlandse bedrijfsleven ook importeert vanuit de Verenigde Staten en dus juist profiteert van huidige koersen. De helft van de respondenten uit het onderzoek geeft aan hun producten in de Verenigde Staten af te zetten. Van deze ondervind 33% hinder van de lage dollar. Gemiddeld is de export van deze groep in 2007 gedaald met 26%. Voor de individuele exporteur heeft de dure euro dus zeker gevolgen. Indien de dollar zich ook in 2008 niet herstelt verwacht 31% wederom minder producten te kunnen afzetten in de Verenigde Staten. De verwachting bij deze bedrijven is dat hun export met 25% zal afnemen in 2008. Daar staat echter tegenover dat 16% van de respondenten juist verwacht dat hun export, ook al behoudt de dollar in 2008 zijn huidige niveau, zal stijgen met maar liefst 38%. Door goede partners en een blijvend groeiende vraag naar Europese producten verwachten de exporteurs toch betere resultaten te kunnen boeken dan in 2007. In het onderzoek 'Trends in Export' bleek al dat de Verenigde Staten een populaire (nieuwe) exportbestemming was,

11% van de respondenten gaf aan dat dit land wordt gezien als potentiële nieuwe markt. Opvallend is dat de zwakke dollar hier geen invloed op lijkt te hebben. Nu, driekwart jaar later, geeft bijna 25% aan de Amerikaanse markt te willen betreden in 2008, 6% van hen stelt echter de voorwaarde dat de euro/dollar verhouding gunstiger wordt. Fenedex vroeg haar leden of en waar ze Amerikaanse concurrenten nadrukkelijker tegen komen sinds de goedkope dollar. 53% gaf aan niet meer last te ondervinden van Amerikaanse concurrenten. De 47% die wel orders aan Amerikanen dreigt te verliezen, doet dit voornamelijk op markten in Azië en Zuid-Amerika. Dit is niet verwonderlijk aangezien deze gebieden zeer dollar georiënteerd zijn.

De Nederlandse exporteur ziet de toekomst niet somber in, naast nadelen werden ook voordelen van de lage dollar genoemd. De voordelen blijken zich niet te beperken tot slechts de import maar vaak wordt ook de goedkopere inkoop van producten en grondstoffen in dollars genoemd.

Bron: Fenedex

Korte berichten uit het buitenland

MIDDEN-OOSTEN

Dubai

LNV-bureau Abu Dhabi

Investerings

Zelfvoorzieningsgraad landbouw

Voor landbouwontwikkelingen in het Midden-Oosten is het essentieel dat er geïnvesteerd blijft worden in het zelf produceren van goederen en grondstoffen. Als dat niet gebeurt dan zal in 2015 ongeveer 10 miljard euro aan voedsel worden geïmporteerd. Geld dat de regio hard nodig heeft. Volgens de Arab Authority for Agricultural Investment and development (AAAID) zijn er investeringskansen genoeg. Om die kansen onder de aandacht te brengen hebben zij deelgenomen aan de AGRA Middle East Conferentie die onlangs in Dubai werd gehouden. Het evenement voor agribusiness in het Midden Oosten zegt dat de waarde van de tijdens het evenement gesloten deals in de miljoenen loopt. Twee en een half miljoen euro om precies te zijn. Volgend jaar wordt verwacht, nu landen als Zuid Afrika, Sudan, China, Korea, Bulgarije, Rusland, Argentinië en Brazilië hun medewerking en aanwezigheid hebben toegezegd, dat de beurs qua omvang met 75% groeit. Meer dan 100 toonaangevende agribedrijven uit 25 verschillende landen waren op de beurs vertegenwoordigd. In 2008 vindt het evenement van 8 tot 10 april weer in Dubai plaats.

Korte berichten uit het buitenland

OVERIG EUROPA

Rusland

LNV-bureau Moskou

Invoerrechten | Retail | Voedsel

Lagere invoerrechten

Binnenkort zullen in Rusland invoerrechten op melkproducten verlaagd worden. De beslissing is een reactie op de scherpe en recente prijsstijgingen van voedsel waaronder ook melk en melkgerelateerde producten.

Volgens de Russische Federale Statistische Dienst zijn de melkprijzen in september met ruim 9.4% gestegen en die van melkproducten met 7.9%. De stijging ligt voornamelijk aan de hogere voedselprijzen in het buitenland. De regering heeft toegezegd dit probleem aan te pakken en waar nodig hulp te bieden aan de agrisector.

Metro Cash&Carry breidt uit

Retailer Metro Cash&Carry opent op korte termijn drie winkelcentra in de Russische steden Krasnoyarsk, Novosibirsk en Omsk. Het hiermee gemoeide investeringsbedrag ligt rond 22 miljoen euro. De retailer heeft concrete plannen om daarna nog eens drie centra te openen. Het oppervlak van één van de te openen winkelcentra is 12,500 m² waarvan 9000 m² aan verkoopoppervlak gepland staat. Metro Cash&Carry exploiteert momenteel 33 winkelcentra in Rusland. In 2006 steeg de totale omzet met 40% naar ruim 2 miljard euro. De Metro Cash&Carry in Rusland is een dochteronderneming van de Duitse Metro-groep. Onder deze Metro-paraplu vallen ook winkels als de Real hypermarkten en Extra supermarkten.

Luxe Etenswaren

De Russische senator Sergei Pugachyov, eveneens eigenaar van The Luxadvor Company heeft de Franse keten Hediard gekocht. Hediard richt zich op de verkoop van luxe etenswaren en bestaat al sinds 1854. De keten die symbool staat voor Franse goede smaak, heeft 400 vestigingen in 30 landen. Het bedrijf is gespecialiseerd in exotisch fruit, hoogwaardige jam, kwaliteitskaas en heeft ruim 40 soorten koffie en meer dan 300 soorten thee in het assortiment. Het verkoopbedrag is niet bekendgemaakt.

Seminar

Op 6 december organiseert de directie Industrie en Handel een seminar over de kansen voor de Nederlandse levensmiddelensector in Rusland. Door de robuuste economische groei is de Russische markt voor voedsel en dranken sterk in beweging. Tijdens het seminar zal tevens het nieuwste levensmiddelenrapport over Rusland worden gepresenteerd. Meer informatie bij Esmaralda Geesink via e.s.geesink@minInv.nl of telefonisch 070 - 378 4272.

Nieuws

Collectieve Nederlandse inzending Fresh Summit 2008 in Amerika

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit is van plan een collectieve Nederlandse inzending op de Produce Marketing Association (PMA) Fresh Summit 2008 te organiseren in samenwerking met HBAG/groenten en fruit. De PMA, een Amerikaanse internationale brancheorganisatie voor de groenten-, fruit en sierteelthandel, organiseert deze beurs van 24-27 oktober in Orlando, Florida. De PMA 2008 is interessant voor producenten, handelaren en toeleverende bedrijven in de groenten, fruit- en sierteeltsector. Het paviljoen van HBAG is voor handelaren in groenten en fruit, de overige bedrijven zijn welkom in het naastgelegen paviljoen van het ministerie van LNV.

U kunt uw producten presenteren in de business lounge van het Ministerie middels een productendisplay of een (mini)stand. Indien uw bedrijf deelneemt, verwachten we dat er minimaal één deelnemer van uw bedrijf aanwezig is tijdens de beurs.

Belangstelling? Neem voor meer informatie via e-mail contact op met mevrouw M. de Muynck j.m.de.muynck@minlnv.nl.

Eosta wint fresh & cash export award 2007

Eosta, handelsbedrijf van biologische groenten en fruit, is de winnaar van de Fresh & Cash Export Award 2007. Het bedrijf ontving de hoofdprijs uit handen van de Minister van Landbouw Gerda Verburg. Eosta won de award met de ontwikkeling van een geavanceerd tracking & tracing systeem genaamd Nature and More.

Een sticker met een unieke code die op iedere vrucht wordt geplaatst, biedt de consument de mogelijkheid via www.natureandmore.com de herkomst van het product herleiden. Zo kan men zich ervan verzekeren dat het product gezond en klimaatvriendelijk is geteeld. Minister Verburg is vol lof over het innovatieve karakter van de sector. Ze geeft aan dat de genomineerden van de Export Award stuk voor stuk bedrijven zijn die goed luisteren naar de wensen van de Duitse consument en die weten wat er in Duitsland omgaat. Volgens de minister is de Fresh & Cash Export Award een prachtig voorbeeld van de doelstellingen van het innovatieprogramma Flowers & Food "Winnen aan Waarde". Hierin is het voorop stellen van de wensen van de consument immers een van de centrale thema's. Verder stelt ze dat de Nederlandse tuinbouwsector het niet makkelijk heeft. Op het gebied van imago en voorkeur van de consument komt Nederland op een vierde plaats, na Duitsland, Spanje en Italië. Daarentegen beseft de Duitse retailer wel degelijk dat Nederland veel te bieden heeft. Zij erkennen de kwaliteit, veiligheid en smaak van de Nederlandse groenten en fruit en de ontwikkeling die Nederland heeft doorgemaakt op deze vlakken. Deze erkenning is terug te zien in het Nederlandse marktaandeel: qua kasgroenten is het Nederlandse marktaandeel 10% hoger dan tien jaar geleden.

Willem Baljeu voegt hier als juryvoorzitter aan toe: "Uit een onderzoek dat de Duitsland Desk van het Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel deze zomer uitvoerde, blijkt dat de helft van de respondenten in de stijgende consumentenbestedingen financiële ruimte ziet voor de Nederlandse AGF-sector om te investeren in service, marketinginnovatie en kwaliteit. De juryleden waren het op dit punt dan ook unaniem met elkaar eens: het is van belang dat de Duitse handel zich bewust wordt van de grote inspanning en bereidheid van de Nederlandse AGF-sector om de Duitse eindgebruiker optimaal te bedienen met goed smakende, verse en uiterst veilige groente- en fruitproducten."

Spring Fancy Food Show

Het Ministerie van LNV overweegt een collectieve inzending naar de Spring Fancy Food Show van 26-29 april 2008 in Chicago. De Spring Fancy Food Show is een vooraanstaande beurs voor de promotie van delicatessen en specialiteiten. De beurs valt samen met All Things Organic, de belangrijkste beurs voor de promotie van biologische producten; in het bijzonder die van voedingsmiddelen in de Verenigde Staten. De Verenigde Staten zijn een groeimarkt voor biologische- en gourmetproducten. Nederland beschikt over kwaliteitsproducten waarmee het zich kan onderscheiden. Interesse in deelname? Meer informatie via de heer O.T.J. Stiekema via o.t.j.stiekema@minlnv.nl of via 070 – 378 42 35.

Seminar Nederlandse levensmiddelensector in Rusland

De directie Industrie en Handel van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselveiligheid organiseert donderdag 6 december van 14.00-17.30 uur een agribusiness seminar voor de Nederlandse levensmiddelensector in Rusland. Het centrale thema is: ontwikkeling en behoud van de Nederlandse afzet op de Russische levensmiddelenmarkt. Tevens wordt het nieuwste marktrapport gepresenteerd.

Meer informatie: de LNV-Raad voor Rusland, Marinus Overheul, telefoon 0074 95 797 2946, e-mail moslnv@sovintel.ru; Evert Jan Krajenbrink, I&H/LNV, telefoon 070 378 5140; e-mail: e.j.krajenbrink@minlnv.nl.

Link bekeken

BOB, BGA, GTS

Op de EU site http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual/quali1_nl.htm vindt u informatie over de BOB (Beschermd oorsprongsbenamingen), de BGA (Beschermd geografische aanduidingen) en de GTS (Gegarandeerde traditionele specialiteiten) alsmede het verschil daartussen. Voor elk land kunt u op de site precies zien welke producten inmiddels als beschermd staan geregistreerd in Brussel. Landen als Frankrijk, Italië en Spanje hebben meer dan 100 productnamen officieel geregistreerd. Het zijn landen met een rijke culinaire achtergrond. Landen als Denemarken, België en Ierland scoren duidelijk minder, ze zitten onder de 10. Ook Nederland hoort bij de 'kleintjes': slechts 7 producten staan officieel geregistreerd als beschermd. Op de site vindt u nadere achtergrondinformatie, de registratievoorwaarden en de onderhavige wetgeving.