

‘Uitzonderlijke economische

Ierland ligt zo dichtbij en toch weet men over het algemeen niet heel erg veel van deze republiek die al sinds 1973 lid is van de Europese Unie. Feit is dat Ierland de snelst groeiende bevolking van Europa heeft, en de bevolking steeds meer te besteden heeft. En dat betekent dat er kansen liggen voor Nederlandse levensmiddelenexporteurs. Een reis door het land ondersteund door feiten en cijfers.

De Republiek Ierland heeft ruim 4 miljoen inwoners waarvan 60% woonachtig is in de steden. Dublin is het grootst met 1,9 miljoen inwoners. Ierland is verdeeld in graafschappen, waarvan 26 de Republiek Ierland vormen en de andere zes de provincie Noord-Ierland die deel uitmaakt van het Verenigd Koninkrijk. Op het gebied van welvaart staat Ierland op de derde plaats binnen de OESO. Engels is vanzelfsprekend de hoofdtal hoewel het Gaelic (Iers) nog door 10% van de bevolking bijna dagelijks wordt gesproken. De bijbehorende Gaelische cultuur vormt een belangrijk onderdeel van de Ierse nationale identiteit.

Landbouw speelt een beduidende rol in de Ierse economie. Zo'n 5% van het GDP gaat naar landbouw. De landbouwsector levert 6% van de totale werkgelegenheid in Ierland. Ongeveer 4,3 miljoen hectare grond van de totale landoppervlakte van 6,9 hectare, wordt voor landbouw gebruikt. Ongeveer 80% van de landbouwgrond (3,4 miljoen hectare) is grasland. Grazend vee neemt 11% (0,5 miljoen hectare) in beslag is en 9% (0,4 miljoen hectare) is bestemd voor de teelt van gewassen. Ierland heeft volgens de laatste telling in 2005 132.700 landbouwbedrijven. De gemiddelde grootte van een landbouwbedrijf is 31,8 hectare. Het gemid-

delde inkomen per bedrijf (exclusief uit ander inkomen dan landbouw) was in 2006 16.405 tot 39.520 euro.

Net als Nederland, is de Ierse agrarische sector zeer export geïënteerd. De belangrijkste agrarische sector is de rundveehouderij, gevolgd door de zuivelsector. Deze vertegenwoordigen 55% van de totale landbouw output. De Ierse overheid stimuleert de groente- en fruitproductie die momenteel enigszins achterblijft. De totale export van Ierse levensmiddelen en frisdranken groeide in 2007 met 5% tot een recordwaarde van 8,62 miljard euro.

De Ierse economie is de laatste jaren getransformeerd van landbouw naar een moderne kennisgerichte economie, die zich concentreert op dienstverlening en hightech industrieën en afhankelijk is van de handel, industrie en investeringen. De industriële sector is op dit moment de leidende sector en vertegenwoordigt 46% (in 2007) van het bruto nationaal product.

De economische groei vertegenwoordigde van 1995 tot 2000 een relatief hoog gemiddelde van 10%. Deze economische periode van hoge welvaart, ook wel de jaren van de Keltische Tijger genoemd, hebben de bevolking een stuk welvarender gemaakt met een inkomen dat boven het Europese gemiddelde ligt. De laatste jaren is de economische groei wat vertraagd en wordt Ierland geconfronteerd met sterke prijsstijgingen en een inflatie die nauwelijks daalt (5%; de hoogste in de eurozone). Ierland is dan ook momenteel het duurste land in de eurozone, gevolgd door Finland. Het BNP per inwoner in Ierland was 31.903 euro in 2005.

De uitzonderlijke Ierse economische groei kan toegeschreven worden aan de Europese steun van cohesiefondsen, maar ook andere elementen hebben hiertoe bijgedragen. Ierland heeft een jonge, goed opgeleide bevolking, een dynamisch beleid voor het aantrekken van buitenlandse investeringen



De vernieuwde Superquinn, de supermarktketen die tot 2005 eigendom was van de Quinn familie. Het is nu een dochteronderneming van Select Retail Holdings Limited.

groei in Ierland'

en een voordelig belastingstelsel. De overheid bevordert de buitenlandse investeringen onder meer door een aantrekkelijk vennootschapsbelastingtarief van 12,5% voor bepaalde industriële productiebedrijven en internationaal dienstverlenende bedrijven. Er zijn ruim 60 bedrijven met Nederlandse connecties in Ierland gevestigd waaronder de Rabobank, ING, Nutricia en Unilever. De Murphy Brouwerij in Cork opereert onder de naam Ierland Heineken.

De laatste jaren hebben meer dan 100 multinationals op het gebied van de voedingsmiddelen- en drankindustrie zich in Ierland gevestigd om vanuit Ierland de Europese handelstransacties te kunnen verrichten. Nederland nam in 2006, na het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, Duitsland, België en Frankrijk, de zesde plaats in voor wat betreft de totale export vanuit Ierland. De invoer vanuit Ierland naar Nederland van agrarische producten bedroeg in 2006 ruim 444 miljoen euro. In 2007 wordt de waarde geschat op bijna 418 miljoen euro. Dit is een afname van 6%.

Nederland staat na het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland op de vierde plaats als importhandelspartner van Ierland. De uitvoer vanuit Nederland naar Ierland van agrarische producten bedroeg in 2006 bijna 674 miljoen euro. In 2007 wordt de waarde geschat op 769 miljoen euro, een groei van 14,1%. Dit is een opvallende stijging in waarde van export van planten, (varkens)vlees en (wei)producten.

Levensmiddelenmarkt

De totale Ierse levensmiddelenmarkt behaalde in 2006 een omzet van 17,8 miljard euro, met een totale exportwaarde van 7,5 miljard euro. In 2007 is de export van levensmiddelen en drank vergeleken met 2006 met 5% toegenomen tot een recordwaarde van 8,6 miljard euro. De EU is het belangrijkste afzetgebied voor de sector. Door de sterk gestegen inkomens, een veranderende

Kansmakers...

Potentiële geïdentificeerde kansmakers voor de import van Nederlandse producten zijn:

Groenten en Fruit

Ierland is voor de fruitconsumptie afhankelijk van import. Vanwege het gematigde klimaat moet Ierland alle tropische, citrus en andere groenten en fruit buiten het seizoen importeren. Vooral in de fruitsector liggen groeikansen, omdat de Ierse fruitconsumptie per persoon op de helft van dat van de andere lidstaten ligt.

Frisdranken en vruchtensap

De grootste groei voor de toekomst wordt verwacht in de verse vruchtensappensector. De gearomatiseerde (met vruchtensap) bronwatersector heeft al een belangrijke toename vertoond en groeit nog steeds. Zo neemt ook de energie- en sportdrinkjesverkoop toe. De concurrentie is echter groot.

Babyvoedsel

Vergeleken met het jaar 2006 groeide in 2007 de markt voor babyvoedsel met 13,2% tot een waarde van 75 miljoen euro per jaar.

Koffie

Hoewel het koffiegebruik achter ligt op het Europese gemiddelde, is door het ontstaan van een cafécultuur in Ierland de belangstelling voor gespecialiseerde vriesgedroogde verse koffie, ook voor thuisgebruik toegenomen.

Bier

Ierse groothandelaren zijn voortdurend op zoek naar nieuwe geïmporteerde merken bier in flessen en blikjes. Ook hier is de concurrentie hevig.

Zoetwaren

De Ierse consument kiest voor duurdere producten. Geïmporteerde luxe merken zijn populair en blijven nieuwe afzetmarkten vinden. Ierland is één van de grootste consumumenten van chocolade in de wereld.

...en een bedreiging

Hoge kosten van zeevracht verkleinen de winstmarges voor zowel de import als de export van producten. Met ruim vier miljoen inwoners is de marktomvang betrekkelijk klein.

levensstijl, waarbij steeds meer vrouwen werken, groeit de omzet uit kant-en-klaar maaltijden gestaag. Hoewel het thuis bereiden van maaltijden nog de regel is, is de groei in kant-en-klaarvoedsel kenmerkend voor dit land met zijn jonge bevolking en de toename van éénoudergezinnen. Vergeleken met de jaren negentig toen 20% van het voedsel buitenshuis geconsumeerd werd, is het percentage gestegen naar 35% in 2007. Uit eten gaan blijft populair. Restaurants met

een internationale keuken zijn er in overvloed. Vooral wordt een groeiende belangstelling voor de Oosterse keuken, voor Indisch, Chinees, Thais en Japans voedsel waargenomen. 'Take-aways' en 'fast food' restaurants zijn talloos. De Ierse markt staat open voor nieuwe ideeën op levensmiddelengebied. Een gezond dieet wordt zeer belangrijk geacht. Obesitas en gezondheidsaspecten zijn onderwerpen die momenteel voortdurend

Relevante websites:

An Bord Bia, het Ierse levensmiddelen productschap, geeft nuttige informatie voor de potentiële exporteur op de website:

www.bordbia.ie

Food Safety Authority of Ireland:

www.fsai.ie

Department of Agriculture:

www.agriculture.gov.ie



Die Ierse markt biedt goede kansen voor de afzet van Nederlandse producten.

in de belangstelling staan. De consument wil *functional food* producten met een lager vet/zout/suikergehalte en is eveneens zeer geïnteresseerd in biologische producten. Levensmiddelen uit andere EU-landen, zowel vers als verwerkt, zijn bijna overal verkrijgbaar. De Ierse consument kiest net zoals in andere lidstaten steeds meer voor kwaliteit bij het inkopen van levensmiddelen en is bereid daarvoor ook wat meer te betalen. Een andere belangrijke ontwikkeling is het brede assortiment van levensmiddelen en dranken in de winkels bij tankstations en het verschijnen van supermarkten die 24 uur, zeven dagen per week open zijn. Daarnaast winnen de ‘farmers markets’ aan populariteit.

Distributiekanalen

Net zoals in het Verenigd Koninkrijk vindt de verkoop van levensmiddelen voornamelijk plaats in de grote supermarkten. Dit zijn naar orde van grootte, de Musgrave Group, de Britse supermarktketens Tesco, Dunnes Stores, Spar Ireland en Superquinn). Maar ook de Duitse discounters Aldi en Lidl zijn actief

op de Ierse markt. Deze ontwikkeling wordt met argwaan gevolgd, want men vreest dat de werkloosheid zal toenemen als gevolg van het inkoopbeleid van de buitenlandse ketens. De kreet ‘buy Irish’ wordt steeds meer gehoord.

Praktische tips

Het zakelijk contact verloopt over het algemeen informeel. Het is gebruikelijk om elkaar met de voornaam aan te spreken vanaf de eerste ontmoeting. Dit wil niet zeggen dat het gemoedelijk zaken doen is. Ieren zijn scherpe onderhandelaars. Het spreekt vanzelf dat een goede kennis van het Engels onmisbaar is. Waar ook rekening mee gehouden moet worden is om zelf het initiatief te nemen en niet te wachten tot de Ierse contactpersoon dat doet. En indien daadwerkelijk interesse getoond wordt, aarzel dan niet onmiddellijk naar Ierland af te reizen. Zonder regelmatige bezoeken aan Ierland zijn de kansen om zaken te doen bijna nihil. Vergeet ook de sterke Ierse cultuur niet. De joviale Ieren stellen het niet op prijs als een buitenlander met hun land zou durven

spotten. En heel belangrijk: vergelijk Ierland vooral nooit met het Verenigd Koninkrijk.

Hoewel de Ierse markt klein is, biedt Ierland goede kansen voor de afzet van Nederlandse producten. De Nederlandse exporteur zou zich moeten richten op de hoofdstad Dublin en onmiddellijke omgeving waar alle grote supermarktketens geconcentreerd zijn en zich moeten concentreren op het leggen van contacten met de inkopers van de grote supermarkten. De hoge groei cijfers, gekoppeld aan een jonge koopkrachtige bevolking en eenheid van munt met de Eurozone landen, maakt Ierland een aantrekkelijke markt voor Nederlandse producten. Vooral producten met toegevoegde waarde van hoge kwaliteit, zoals luxe producten, functioneel voedsel en biologische producten vallen bij de Ieren in de smaak.

Margreet Page-Roberts, LNV-afdeling Londen

Bronnen:

EVD, LEI, Euromonitor, CSO (Central Statistics Office Ireland)