



● ● ● ● ● De 26 jonge medewerkers van het ministerie van EZ die in april voor tien dagen naar Brazilië vertrokken, zijn niet met lege handen thuisgekomen. Hier in vogelvlucht de eerste bevindingen van hun onderzoek naar de zuivelsector.

Kansen op het gebied van farmmanagement en technologie

## De Braziliaanse zuivelsector

In drie groepen onderzochten de jonge medewerkers de mogelijkheden voor het Nederlandse bedrijfsleven in verschillende sectoren, waaronder de zuivelsector. Opdrachtgever Suzanne van Tilburg, strategisch programmamanager Topsector Agrofood Internationaal: "Brazilië is één van de focuslanden van de Topsector Agrofood. Bij een focusland richten we ons op bepaalde ketens in landen die een economische groei beleven, een stijgende koopkracht hebben en een ambitie in voedselvoorziening laten zien. Brazilië is volop in ontwikkeling, maar er is ruimte voor efficiëntieverbetering. De Topsector Agrofood richt zich in Brazilië op onder andere agrologistiek en zuivel". Het onderzoek identificeert de kansen voor Nederland op die uitdagende markt.

Het onderzoek bouwt voort op het lopende startkapitaalproject van Wageningen University & Research (WUR) voor de Topsector. WUR brengt kansen en obstakels in Braziliaanse zuivelsector in beeld en identificeert welke Nederlandse bedrijven en kennisinstellingen interesse hebben in samenwerking met

bedrijven in Brazilië. Van Tilburg licht toe: "Als opdrachtgever stuurden wij onze onderzoekers naar Brazilië om de lokale zuivelsector met bedrijven, boeren en kennisinstellingen te vragen wie er op Nederlandse kennis en expertise zit te wachten en of de Brazilianen bereid zijn om in de samenwerking te investeren."

### Schets van de sector

De Braziliaanse zuivelproductie was in 2012 de op drie na grootste van de wereld. De productie van ruim 32 miljoen ton melk is bijna drie keer zo groot als die in Nederland, dat het in 2012 op een kleine 12 miljoen ton hield. Die Braziliaanse productie komt voor rekening van zo'n 1,2 miljoen bedrijven. Deze bedrijven variëren enorm in omvang. Zo zijn er ongeveer 6000 bedrijven met meer dan 200 koeien. Die nemen gezamenlijk 21% van de totale melkproductie voor hun rekening en bezitten 6% van de totale veestapel. Dit staat in schril contrast met de één miljoen bedrijven met minder dan dertig koeien die 20% van de productie verzorgen en daar 58% van de veestapel voor nodig hebben. Die kleinere

bedrijven bevinden zich veelal in Minas Gerais, de belangrijkste 'zuivelstaat' van Brazilië. De omvangrijkere bedrijven zijn vaak gevestigd in de zuidelijke staten Paraná, Santa Catarina en Rio Grande do Sul.

Brazilië produceert zijn melk voornamelijk voor de eigen markt. Aan die eigen markt heeft Brazilië dan ook de handen vol; zeker in de toekomst. Er wordt op dit moment onvoldoende melk geproduceerd om aan de vraag te kunnen voldoen. Brazilië moet dan ook zuivel importeren. De consumptie van kaas, yoghurt, maar vooral melk is de afgelopen vijf jaar toegenomen en de verwachting is dat deze ontwikkeling de komende jaren zal doorzetten. De bevolking groeit en de verhoudingen komen anders te liggen: waar in 2003 nog 38% van de bevolking tot de middenklasse behoorde, was dat in 2011 al 55%. Ook het toenemende Westerse consumptiepatroon en de verstedelijking zal de vraag naar zuivelproducten verder laten stijgen.

### Ontwikkelingen en uitdagingen

De productie van zuivel in Brazilië is indrukwekkend gegroeid in de afgelopen tien jaar. Toch kost het Brazilië nog altijd moeite om aan de stijgende binnenlandse vraag te voldoen. De landbouwraad te Brazilië, Patricia de Vries-van Loon, weet dat er met gerichte investeringen in de Braziliaanse zuivelsector nog winst is te behalen op het gebied van productiviteit en het benutten van het potentieel. Nederlandse bedrijven kunnen die kansen grijpen.

#### Patricia de Vries-van Loon

"De Braziliaanse zuivelsector is één van de weinige sectoren die ver achterblijft bij het potentieel. Het is geen gemakkelijke sector. Maar we kunnen hier de Nederlandse knowhow en technologie inzetten om het beste uit de Braziliaanse zuivelsector boven te halen. Iets waarin ook de Brazilianen bijzonder geïnteresseerd zijn. Een typische win-winsituatie dus."

Op dit moment zijn er veel (nieuwe) ontwikkelingen in de Braziliaanse zuivelsector gaande, waaronder de stijgende productiekosten en de concurrentie om landbouwgrond, waardoor de zuivelsector gedwongen wordt



efficiënter te produceren om winstgevend te blijven. Dit leidt tot een toenemende specialisatie van melkproducenten, ook in het midden- en kleinbedrijf, en tot de concentratie van melkverwerkingsbedrijven. De verhoging van productiviteit blijft de komende tijd bovenaan de agenda staan van Braziliaanse investeerders (zoals boeren en melkverwerkers).

Een grote uitdaging aan de aanbodzijde is de kwaliteit van de geproduceerde melk. De federale overheid stelt hoge kwaliteitseisen aan zuivel. Veel boeren uit het mkb hebben moeite om te voldoen aan deze kwaliteitseisen en weten niet hoe ze de kwaliteit van hun melk kunnen verbeteren. Zij hebben dus behoefte aan bedrijfsadviezen.

Naast deze uitdagingen op het gebied van productiviteit en kwaliteit is de rol van coöperaties een ontwikkeling die aandacht verdient. Coöperaties zamelen de meeste melk in en bieden vaak ondersteuning aan het mkb, in de vorm van technische assistentie. Hierdoor kunnen coöperaties een ingang zijn voor zakendoen. Patricia de Vries-van Loon wijst erop dat zeer grote Braziliaanse vleesbedrijven die nu al op de wereldmarkt actief zijn in de traditionele coöperaties instappen. Deze bedrijven verleggen daarmee hun focus van het produceren van vlees naar het produceren van dierlijke eiwitten. Hierdoor zal een verdere schaalvergroting optreden in de Braziliaanse zuivelsector.

Een typisch kenmerk van de Braziliaanse markt zijn verder de invoerregels. Brazilië legt hoge invoerheffingen op aan ingevoerde producten. De Braziliaanse deelstaten kunnen aanvullende fiscale heffingen opleggen. Het Braziliaanse beleid is erop gericht is om zoveel mogelijk kennis en werkgelegenheid

naar Brazilië te importeren. De invoerregels worden soepeler als 60% van het eindproduct in Brazilië zelf wordt gemaakt. Indien aan die vereiste wordt voldaan, komen sommige bedrijfsmiddelen voor de zuivelsector in aanmerking voor medefinanciering van de Braziliaanse (deel)staat. Als er geen Braziliaanse equivalenten van een product aanwezig zijn, zijn de invoerregels minder belastend. Dit heeft tot gevolg dat vooral de export van nicheproducten naar Brazilië laag wordt belast. Een Nederlands bedrijf dat de Braziliaanse markt op wil, zal dus een goede Braziliaanse accountant in de arm moeten nemen.

#### Custo Brasil

'Custo Brasil' betekent: de kosten van zakendoen in Brazilië. Dit houdt onder andere in dat de juridische en fiscale systemen gecompliceerd zijn en gewerkt wordt vanuit vertrouwen en relaties. Flexibiliteit, ondernemingsgeest en doorzettingsvermogen zijn nodig om de Braziliaanse markt te betreden, maar eenmaal binnen en gevestigd zijn de opbrengsten en kans van slagen hoog. Een Braziliaan is merktrouw en wanneer de basis van vertrouwen bestaat, zal hij alles voor je doen.

#### Kansen voor Nederland

Op basis van het WUR-onderzoek hebben de EZ-medewerkers de kansen van het Nederlandse bedrijfsleven op het gebied van farm management en technologie in de Braziliaanse zuivelsector in kaart gebracht. De medewerkers concluderen dat op deze gebieden bij middelgrote melkveehouderijen de grootste kansen liggen. Om winstgevend te



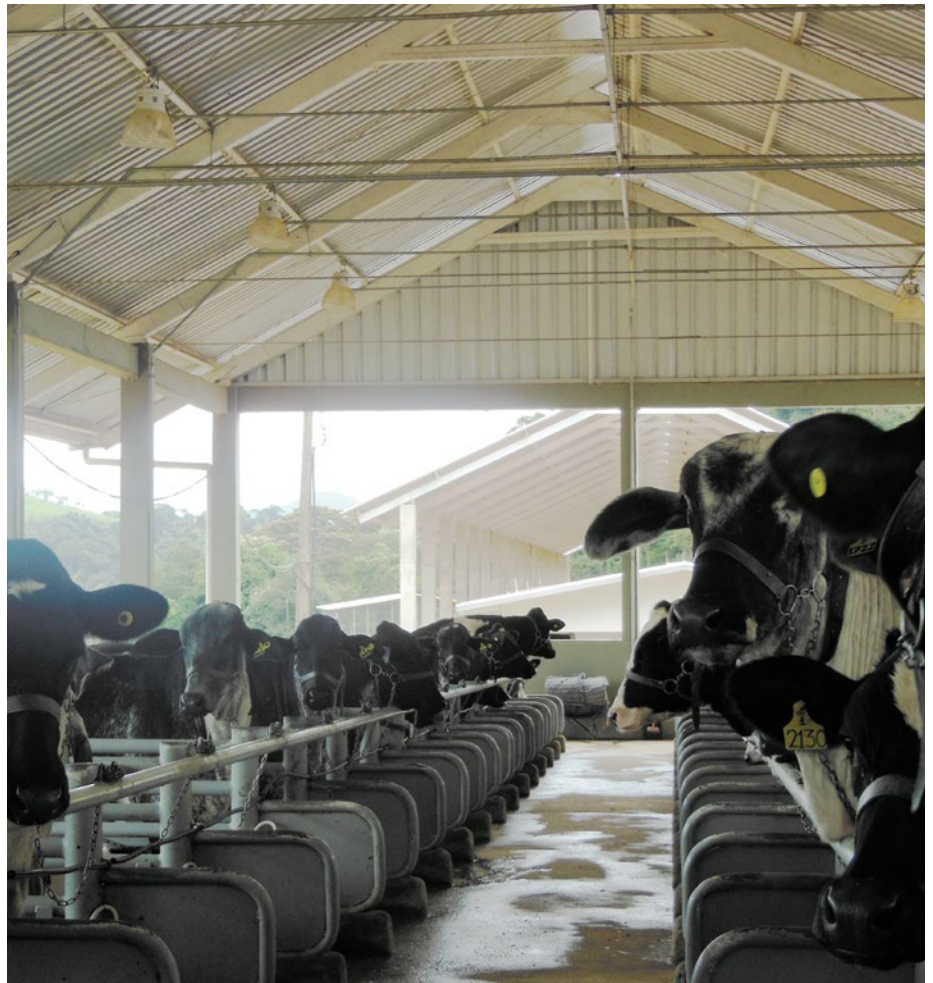
Heeft u interesse in de Braziliaanse zuivelsector en wilt u op de hoogte blijven van dit project? Neemt u dan voor meer informatie over de Braziliaanse zuivelsector contact op met de landbouwraad in Brazilië, Patricia de Vries-van Loon (BRA-LNV@minbuza.nl). Over het voortgang van dit project kunt u terecht bij Suzanne van Tilburg (suzanne.vantilburg@minez.nl).

blijven, moeten deze Braziliaanse bedrijven zich professionaliseren. Op dit moment profiteert het middelgrote bedrijf, in tegenstelling tot grotere bedrijven, niet van schaalvoordelen, maar door de hoeveelheid werk is het wel noodzaak arbeid in te huren. Vanwege het stijgende minimumloon liggen er dus kansen om met de inzet van technologie en automatisering de productiekosten van de middelgrote melkveehouders te verlagen.

Ten aanzien van de grootschalige melkveehouderijen zien de EZ-medewerkers minder potentieel. Deze bedrijven beschikken al voor een groot deel over dezelfde bedrijfsmiddelen en technieken van bedrijfsvoering als in Nederland. Daar komt bij dat investeringsbeslissingen in de Braziliaanse cultuur gebaseerd zijn op langlopende relaties tussen kopers en verkopers. In Brazilië zijn die relaties vaak stevig geworteld. Een Nederlands bedrijf dat een aandeel op deze markt wil veroveren, zal bij deze bedrijven dus tegen een culturele barrière oplopen, in aanvulling op de gebruikelijke concurrentie op de markt van bijvoorbeeld melkrobots, maaimachines of koeltanks.

De vraag naar technologie en automatisering bij Braziliaanse mkb-zuivelbedrijven biedt het Nederlandse bedrijfsleven wel kansen om waarde te creëren met export van kennis, technologie en concepten voor hogere productiviteit. De Nederlandse zuivelsector staat bekend om kwaliteit en de ontwikkeling van innovatieve producten op dit gebied en beschikt hierdoor over een groot concurrentievoordeel voor het bedienen van opkomende markten, zoals Brazilië.

Aanpassingen naar de lokale markt en lokale omstandigheden in Brazilië zijn nodig. Zo is er bijvoorbeeld ruimte voor leveranciers van



irrigatiesystemen en mestverwerkingsystemen. Ook is er ruimte op markten waar relatief goedkope maar innovatieve nicheproducten de boventoon voeren. Het leveren van een totaalpakket is noodzakelijk, met elementen als machines, technische assistentie, reparatiediensten, capaciteitsopbouw, financiering en de demonstratie van nieuwe producten.

Doordat de Nederlandse zuivelsector met de bovenstaande elementen ervaring heeft, de technische apparatuur en de zakelijke en financiële dienstverlening in huis heeft, is dit de mogelijkheid voor de Nederlandse zuivelsector om haar internationale concurrentiepositie nog meer te versterken.

#### Follow-up

Om de kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven tot verdere uitwerking te brengen, vertalen de EZ-medewerkers de komende tijd de 'business leads' naar concrete follow-upactiviteiten. Hierbij wordt bijvoorbeeld gedacht aan

mogelijke samenwerkingsvormen tussen het bedrijfsleven, de kennisinstellingen en de overheid in zowel Nederland als Brazilië. Enkele partijen hebben al aangegeven in de toekomst duurzame samenwerking met het Nederlandse bedrijfsleven vorm te willen geven door ook van Braziliaanse zijde te investeren.

#### Suzanne van Tilburg

"De bereidheid om te investeren van Braziliaanse zijde is een belangrijk onderdeel om een concreet businessplan op te zetten, hier staat de Topsector Agrofood voor. De tijdgeest is veranderd: geen subsidies meer maar juist een win-win situatie als doel."

Ivo Paulissen, JongEZ

Voor het volledige rapport, zie <http://brazilie.nlambassade.org>