



De groei van de middenklasse in India leidt tot een steeds grotere vraag naar kwaliteitsproducten. Koeling speelt daarbij een belangrijke rol. Er liggen vele kansen in dit onmetelijke land, met de tweede grootste bevolking na China.

Marktkansen door groeiende vraag naar kwaliteitsproduct

## India: de onafwendbare groei van koelketens

In het noorden van Delhi, vlakbij waar de wegen uit het noorden en oosten van India de hoofdstad bereiken, ligt de Azadpur-groothandelsmarkt, met een oppervlakte van ruim 30 hectare de grootste fruitmarkt van Azië. Het is een komen en gaan van vrachtwagens, karren en vrachtfietsen die kostbare en bederfelijke waar komen lossen en laden. Voor elke zending staan bedrijvige handen klaar om vruchten te sorteren en te verpakken in dozen, doosjes en kratten. De markt illustreert hoe fruit decennialang verhandeld is; alles gaat hier nog zoals het altijd gegaan is. Wie naast de markt de in aanbouw zijnde zweef trein ziet, de wohntorens van de groeiende middenklasse die zich in dure auto's naar luxe winkelcentra vervoert, realiseert zich ook dat het moderne India vooruitspringt op een manier die de Azadpur-markt misschien nog niet direct overbodig maakt maar wel schreeuwt om een andere manier van vermarkting van versproducten.

### Ketenregie

De regering van India is zich bewust van de enorme behoefte aan koeltechnologie en ketenaanpak. Te veel producten gaan simpelweg verloren op de akker ('waste is low hanging fruit') of in het lange proces van verhandelen. Het aanpakken van deze knelpunten zou helpen om de voedselzekerheid te versterken en de verwerking te organiseren. Bovendien: zou India, de tweede producent ter wereld van fruit, niet meer kunnen exporteren dan de huidige 1% van wat er wordt verhandeld in eigen land?

De georganiseerde retail, verwerkers, exporteurs, *quick service restaurants* en logistieke dienstverleners zoeken elk wegen om hun koelketens te stroomlijnen. Kansen genoeg voor Nederlandse bedrijven, vooral voor clusters die het geheel van een keten kunnen overzien. Maar waar zitten die problemen dan precies, en zijn de verliezen te kwantificeren? Kun je uitvinden welke partijen het meeste



baat hebben bij een goede regie van de keten? De Landbouwrraad op de ambassade in Delhi heeft een en ander laten uitzoeken door onderzoekers van de Yes-Bank, bekend om zijn uitstekende onderzoek.

De bank ontrafelde de ketens voor een aantal geselecteerde producten in de meest prominente deelstaten en maakte inzichtelijk waar de verliezen optreden en de knelpunten zich voordoen. Yes-Bank signaleert de enorme kansen die India op dit terrein biedt: multiproduct-/multi-purpose koelfaciliteiten bestaan nog haast niet, buitenlandse retailers en fastfoodketens zijn dringend op zoek naar verbetering, er is actieve ondersteuning door de overheid en het exportpotentieel lonkt voor verschillende fruitsoorten.

Neem mango: India kent 300 variëteiten, met exotische namen als de Banganapalli, Dashehari en de Alphonso, de meest begeerde van alle. Het land produceert maar liefst 41% van het mondiale mango-aanbod, dat gedurende de vier maanden van het seizoen de markt overspoelt. Wie is in staat het seizoen door goede opslag te verlengen? Wie kan de export op poten zetten door de ketenregie te pakken? Voor druiven slaagt India er tenslotte ook steeds beter in. Toch, slechts 1% van de nationale

fruitproductie komt in een koelketen terecht. De huidige koelfaciliteiten zijn voor bijna 75% bestemd voor aardappelen, het overige vooral voor zuivelproducten en pluimveeproducten – maar niet toereikend voor het enorme aanbod.

### *‘De consumptie groeit razendsnel, en er is te weinig product’*

#### **Intensivering betrekkingen**

Het Yes-Bankrapport verscheen vlak voor de komst van een economische missie naar Delhi en Mumbai in november, en vormde een welkome ondersteuning voor de elf Nederlandse bedrijven die deelnamen aan de Cold Chain Exhibition in Mumbai (december). Een beurs in de deelstaat Kerala in november – gericht op voedselverwerking en met deelname van 21 Nederlandse bedrijven – liet zien dat er ook in die richting grote kansen zijn, niet op de laatste plaats voor het ontwikkelen van koelketens.

De goede samenwerking met het National Center for Cold Chain Development en zijn

dynamische directeur Pawanexh Kohli helpt de Landbouwrraad om vervolgvacatures te plannen, die hun beslag kunnen krijgen tijdens nieuwe missies die voor India op de agenda staan in 2015, te beginnen met Vibrant Gujarat deze januari.

#### **Onvoldoende producten**

Alles wijst erop dat India op de radar komt bij de Nederlandse agribusiness en, zoals de economische missie in november signaleerde: niet zonder reden. India groeit, maar het is de manier waarop die aandacht verdient. Het optimisme is na de komst van premier Modi bijna tastbaar. Neem het bedrijf Allfresh Supply Management, mede opgericht door Jaswinder Ghuman. Hij had een lange carrière in de IT-industrie als hoofd van een grote software-afdeling. Belichaamt die sector niet bij uitstek het nieuwe India?

“Nee”, zegt hij tijdens een matchmakingsessie in november met Frugi Venta, “wat ik nu doe, dat is het nieuwe India. Ondernemen in een richting waar ik de meeste kansen zie, en dat is versproducten leveren voor de middenklasse in mijn land. Ik verleng bewaartermijnen van lokaal fruit en importeer appels, citrus en kersen”. Het Duitse Metro en de Future Group, de grootste retailer van India, stralen hetzelfde optimisme uit.



“Er ligt hier een enorme vraag om wakker gekust te worden”, zeggen zij onafhankelijk van elkaar. De moderne georganiseerde retail groeit als kool, maar maakt op dit moment nog een beperkt deel uit van de totale handel in levensmiddelen. “Het gaat hoe dan ook hier gebeuren”, zegt Sumit Saran van de Future Group: “And when people move up on the shopping ladder, they will not go back, never”. De veranderingen betreffen niet alleen de steden, maar ook het platteland. Sterker nog, in ruraal India groeit de verkoop van verpakte levensmiddelen onder merknaam sneller dan in de steden, en ook verandert het dieet richting dierlijke eiwit op het platteland.

In veel landen in onze nabije omgeving zijn de markten verzadigd en is de groei beperkt. Nee, dan India: het is geen gemakkelijke markt, maar de consumptie groeit in een razend tempo, het is een land waar de retailers zeggen dat zij eigenlijk niet genoeg producten hebben. De Landbouwrapraad en zijn medewerkers willen graag helpen om hier een antwoord op te geven en het bedrijfsleven te faciliteren op deze groeiemarkt. De opdracht is

inmiddels uitgezet om marktonderzoek te doen voor Nederlandse verwerkte producten. Dat moet in het voorjaar van 2015 gereed zijn.

*Frederik Vossenaar, programmamanager Climate Smart Agriculture, ministerie van Economische Zaken*

Het Yes-Bankrapport *Cold Chain: Opportunities in India* is te verkrijgen via de Landbouwrapraad voor India en Sri Lanka, Wouter Verhey, via [nde-Inv@minbuza.nl](mailto:nde-Inv@minbuza.nl).

