

Brazilië en het biologische product

Het biologische segment in Brazilië maakt sinds kort een 'boom' door. Zo lijkt het althans. Supermarkten hebben een uitgebreid aanbod en adverteren groots met deze produtos orgânicos. Regelmatig is er berichtgeving over groeiende omzetten. Maar er is een wirwar van logo's en (huis)merken. En hoe biologisch zijn deze producten eigenlijk? Is het een marketingtruc, omdat 'groen' nu eenmaal goed verkoopt? **Overzicht van een groeiende sector.**



Brazilië is op het gebied van biologische producten een *slow starter*. In buurland Argentinië kwam in de eerste helft van de jaren '90 wetgeving en op exportgerichte productie van biologische producten soepel van de grond. Brazilië begon een decennium later en ook daarna was de ontwikkeling aanzienlijk langzamer.

De exacte omvang van de biologische sector is niet bekend, deels omdat de wetgeving over wat biologisch is en wat niet nog in ontwikkeling is. Tot 2006 ging men ervan

uit dat het land 15.000-20.000 biologische boeren kende, met een totaal areaal van circa 800.000 hectare. Dat jaar werd dit aantal nauwkeuriger bepaald, op 90.000 boeren. Is dat juist, dan bedraagt de oppervlakte enkele miljoenen hectare. Dat is exclusief de biologische producten 'geplukt in de natuur'. Omdat certificering en registratie per 1 januari 2011 verplicht is, zal het per die datum gemakkelijker zijn om de omvang van de sector in kaart te brengen. De jaarlijkse export ligt rond 13.000 ton, waarbij Nederland, Zwitserland, de Verenigde Staten en het Verenigd

Koninkrijk de belangrijkste exportbestemmingen zijn. Belangrijke exportproducten zijn suiker, koffie, rundvlees en fruit.

Wetgeving

De Braziliaanse wetgeving voor biologische productie is ingewikkeld. Dat komt deels door de gebruikelijke bureaucratie in dit land, anderzijds zijn er vele bijzondere omstandigheden die maken dat uitzonderingen of alternatieve regelgeving gewenst zijn, zodat bijvoorbeeld ook kleine boertjes biologisch gecertificeerd kunnen worden.

De Wet voor biologische producten van 2003 fungeert als kaderwet. De nadere invulling is daarna vormgegeven. Thans zijn de vereisten voor plantaardige en dierlijke biologische productie vastgelegd, evenals die voor verwerkte producten en producten uit de natuur. Ook de regelgeving voor certificering en controle is op zijn plaats. Momenteel wordt nog gewerkt aan regels voor biologisch textiel, cosmetica, viskweek en landbouwinputs. Vanaf begin 2011 dienen alle biologische producten voorzien te zijn van het nieuwe logo.

Certificering

Er zijn drie verschillende certificeringmethoden. De 'gewone' certificering zoals



‘Binnenlandse vraag stuurt ontwikkeling biologische sector’



Fazenda Malunga

we ook in Nederland kennen, waarbij een onafhankelijke certificeringmaatschappij audits verricht en door de overheid is gemachtigd om, indien voldaan is aan de eisen, goedkeuring te verlenen aan het bedrijf.

Voor kleine(re) boeren is er een tweetal andere mogelijkheden. Certificering kan namelijk ook plaatsvinden als groep, zolang er een formeel akkoord is tussen de groepsleden en er interne controle binnen de groep bestaat. Leden van de groep dienen dan ook toegang te verschaffen tot hun bedrijf aan andere groepsleden. Ook bestaat de mogelijkheid tot directe verkoop van biologische producten zonder certificering. Daarvan wordt voornamelijk gebruik gemaakt door kleine boeren in het armere noordoosten, die hun producten rechtstreeks op lokale markten verkopen. In dit geval vereist de wet wel dat (een familie-lid van) de boer zelf aanwezig is, zodat hij eventuele vragen van de consument kan beantwoorden. Ook moet hij geregistreerd staan en een verklaring van die registratie kunnen overleggen.

Biologische (super)markten

De Braziliaanse detailhandel wordt gedomineerd door een drietal supermarktketens: Pão de Açúcar, Carrefour en Wal-Mart. Met name bij de eerstgenoemde twee is het laatste jaar een sterke toename van het biologische assortiment waarneembaar. Bij WalMart Brazilië groeide de biologische omzet 20% in 2009. Daarnaast spelen (boeren)markten een belangrijke rol als afzetkanaal van biologische producten. Er zijn in São Paulo tien en in Rio de Janeiro acht van dergelijke markten.



Het nieuwe logo dat vanaf 2011 verplicht is voor elk biologisch product.

Op 70 kilometer van de hoofdstad Brasília bevindt zich één van de betere biologische productiebedrijven van Brazilië: *Fazenda Malunga*. Door velen gezien als hét voorbeeld van biologische landbouw, waarbij naast aandacht voor mens en milieu, ook een royaal belegde boterham wordt verdiend. 20 jaar geleden begonnen met twee medewerkers, nu werken er ruim 180. Inmiddels produceert men op 130 hectare voornamelijk biologische groenten, maar ook zuivelproducten, pluimveevlees en eieren. Certificatie en controle-audits gebeuren door ECOCERT. Verkoop gaat via verschillende kanalen: via internet met bezorging aan huis, boerenmarkten en supermarkten. De jaarmzet is bijna € 5,5 miljoen. De oprichter en eigenaar, Joe Carlo Viana Valle, is niet alleen een biologisch ondernemer van het eerste uur, hij had tot maart dit jaar als directeur-generaal tevens een hoge functie bij het ministerie van Onderzoek en Wetenschappen. Tijdens de rondleiding op zijn bedrijf, zegt de heer Valle dat de meeste productietechnieken door hen zelf ontwikkeld en verbeterd zijn. Biologische bestrijding in een subtropisch klimaat is niet gemakkelijk, maar inmiddels heeft men veel ervaring opgedaan. Volgens hem betalen supermarkten gemiddeld slechts 70% van de vooraf afgesproken prijs. Hij wil daarom extra inzetten op bezorging aan huis: hoewel dat logistiek een extra uitdaging vormt, garandeert het een betere betaling.

Zowel Pão de Açúcar als Carrefour hebben een eigen biologisch merk (Taeq respectievelijk Viver Orgânico) en adverteren daar uitgebreid mee. Ook zijn de producten duidelijk zichtbaar opgesteld in de winkels; je hoeft er niet speciaal naar te zoeken. Onlangs heeft Pão de Açúcar in São Paulo een luxe speciaalzaak geopend met een uitgebreid biologisch assortiment; er zijn ruim 750 verschillende biologische producten.

De prijsvorming is moeilijk in kaart te brengen. Zo zijn groenten in supermarkten, zowel gangbaar als biologisch, doorgaans duurder dan dezelfde groenten, gangbaar of biologisch, op open markten. Op open markten zijn biologische producten soms goedkoper dan dezelfde producten uit de gangbare landbouw. Door regionale verschillen, zowel geografisch als economisch, lopen de prijzen tussen verschillende steden echter ook sterk uiteen. Er is geen sprake van dé prijs in dé supermarkt. Gemiddeld lijkt de prijs in het biologisch segment twee tot drie maal zo duur als die van niet-biologische producten.

Biologische vakbeurzen

Jaarlijks wordt in Brazilië een tweetal biologische beurzen gehouden: de Bio Brazil

Fair en de BioFach America Latina, het kleine broertje van de jaarlijkse biologische vakbeurs in Neurenberg.

Daar waar de BioFach America Latina de eerste jaren relatief klein en 'gemoedelijk' was, bleek in 2009 dat er een duidelijke professionaliseringslag is gemaakt. Multinationals als JBS-Friboi en Pão de Açúcar hadden een grote stand, en diverse buitenlandse bedrijven waren vertegenwoordigd, waaronder de Nederlandse producent van groentezaden Bejo Zaden.

Regiomanager Dick Sinnige van Bejo Zaden is positief over hun deelname aan de BioFach America Latina en overweegt ook weer in 2010 een stand te hebben. "Onze ervaringen op de beurs waren zeer goed, zeker als standhouder krijg je toch altijd een betere indruk en meer informatie dan wanneer je als bezoeker rondloopt. Onze insteek nu is om als standhouder weer aanwezig te zijn. Wij denken dat biologisch in dit land geen eendagsvlieg is, maar zeker bestaansrecht heeft als product voor de consument. De wetgeving is nog niet duidelijk, maar daar ligt ook een rol voor ons als zaadbedrijf. Duidelijk zijn wat er mogelijk is met zaden en een adviesrol."



Biologische rundvlees uit wetland Pantanal

WK voetbal 2014

Zoals bekend, zal Brazilië in 2014 het wereldkampioenschap voetbal organiseren. Brazilië heeft tijdens de BioFach 2009 in Neurenberg aangekondigd dat de catering van het WK 2014 biologisch zal zijn. Uit navraag bij het Braziliaanse ministerie van landbouw blijkt dat het land dit evenement inderdaad aangrijpt om een grote stap voorwaarts te zetten in de bekendheid en het gebruik van biologische producten. Streven daarbij is 'zoveel mogelijk', zonder dat per definitie alle catering geheel biologisch zal zijn. Men probeert door zoveel mogelijk biologisch voedsel aan te bieden aan de sporters, op menukaarten in restaurants en hotels en de catering in de stadions, veel aandacht te genereren op het moment zelf, in de hoop dat het beklijft in de jaren daarna.

Vooruitzichten

De biologische sector in Brazilië was tot voor kort klein en onbetekenend. Inmiddels is er het een en ander veranderd, en de verwachtingen voor de komende jaren zijn hooggespannen. De wetgeving staat op de rails en vanaf 2011 zal het biologisch logo over de volle breedte zijn ingevoerd, waardoor de herkenbaarheid bij consumenten naar verwachting toeneemt.

Daarnaast zorgen betere teelttechnieken voor enkele steeds hogere opbrengsten. Met name de biologische bestrijding van

Al meer dan 200 jaar vindt in de Pantanal rundvleesproductie plaats. Het is het grootste wetland ter wereld, met een oppervlakte van 195.000 km². Dat is ongeveer vijf maal zo groot als Nederland. In het gebied leven meer dan 1000 vogelsoorten, 400 vissoorten, 300 zoogdiersoorten en bijna 500 verschillende reptielen. Gemiddelde jaarlijkse neerslag ligt rond de 1200 mm. Het overgrote deel is in particulier bezit.

Hier worden naar schatting 22 miljoen koeien gehouden, een tiende van de totale Braziliaanse rundveestapel. Rundvleesproductie is dan ook de belangrijkste economische activiteit in dit gebied. Hoewel de productie altijd erg extensief is geweest, was er toch druk op de biodiversiteit. Als voorbeeld geldt de met uitsterven bedreigde jaguar: omdat deze jager wel eens een kalf verorberde, waren de boeren niet zo blij met deze diersoort. Bovendien dacht men extra status te ontlenuen als de kop van een geschoten jaguar thuis aan de muur prijkte.

Om aan dergelijke praktijken een einde te maken, is Wereldnatuurfonds Brazilië, met financiële ondersteuning van de LNV-afdeling Brazilië, met de boeren de voordelen van een duurzamere productie gaan bespreken. Dat heeft ertoe geleid dat er inmiddels gecertificeerd biologisch JBS-Friboi rundvlees uit de Pantanal bij supermarkt Carrefour in de schappen ligt. Er zijn 26 bedrijven biologisch gecertificeerd (in totaal 90.000 dieren op 110.000 hectare) en sommige bedrijven genereren neveninkomsten uit agrotourisme. En niet onbelangrijk: het aantal getelde exemplaren van jaguars loopt weer iets op en wordt nu op enkele honderden geschat.

mieren was aanvankelijk een probleem. Dit jaar zullen de eerste technici afstuderen die enkele jaren terug een biologische opleiding zijn gestart, waardoor deze kennis breder verspreid kan worden door middel van technische assistentie aan boeren.

Tenslotte zijn de verwachtingen hoog gespannen van de extra stimulans die het WK voetbal 2014 zal geven aan de bekendheid en het gebruik van biologische producten.

Volgens het ministerie van landbouw is het verschil tussen Brazilië en buurlanden dat daar veelal een exportgerichte biologische sector is opgekomen, terwijl er in Brazilië in rap tempo een aanzienlijke interne vraag is ontstaan. Diverse omringende landen zouden plannen hebben om biologische producten naar Brazilië te exporteren.

*Bart Vrolijk
LNV-Raad Brasília*

Websites

Ministerie van Landbouw

Biologische sector

Fazenda Malunga

Biologisch rundvlees Pantanal

Rundvleesslachterij

Biowinkel Pão de Açúcar

www.prefiraorganicos.com.br

www.planetaorganico.com.br

www.malunga.com.br

abpopantanalorganico.com.br

www.jbs.com.br

www.paodeacucarverde.com.br

Vakbeurs

BioFach America Latina

3-5 november 2010 São Paulo

www.biofach-americalatina.com.br