



Grenzeloos

In een serie artikelen komen tuinbouwondernemingen aan het woord die de stap hebben gewaagd om in het buitenland in een opkomende markt te investeren. Zij werden hierbij geholpen door de Nederlandse Ontwikkelingsbank FMO (Financierings Maatschappij voor Ontwikkelingslanden). Dit keer Koppert Biological Systems.



‘HET POTENTIEEL IS ENORM, de uitdagingen ook’

Koppert Biological Systems producent van biologische gewasbescherming en natuurlijke bestuiving, nam halverwege vorig jaar Itaforte, een Braziliaanse producent van microbiologische producten, over. Het Fonds Opkomende Markten (FOM) hielp het bedrijf uit Berkel en Rodenrijs met de overnamekosten. Wat zijn de motieven en strategische belangen voor Koppert om in Brazilië voet aan de grond te krijgen?

Jacco Strating

Het FOM-instrument komt vaak in beeld als een Nederlands bedrijf in een opkomende markt een project of een dochterbedrijf wil starten waarbij commerciële banken (zowel die in Nederland als de banken ter plaatse) de lening een (te) hoog risico vinden. Het fonds is een initiatief van FMO en het ministerie van Economische Zaken. Koppert is de internationale marktleider op het gebied van biologische gewasbescherming en natuurlijke bestuiving. FOM verstrekke in 2012 een lening aan Koppert

BV zodat die het Braziliaanse Itaforte kon overnemen. Itaforte is een bedrijf in microbiologische gewasbeschermingsproducten en een gevestigde speler in het Zuid-Amerikaanse land. Voor de huidige producten van Itaforte, aangevuld met het vollegrondspakket van Koppert, liggen er volop kansen in de Braziliaanse markt. “Met de techniek en kennis van Koppert verwachten we dat Itaforte haar productie en verkoop in de vollegrondsgewassen aanzienlijk verbetert”, zegt Paul Koppert, managing director van Koppert.

Welke kans(en) ziet Koppert in deze markt?

“Brazilië heeft een enorm landbouwpotentieel. Er staat een groot areaal aan producten die in de buitenlucht worden geteeld, zoals soja en granen, suikerriet, koffie en groenten en fruit. Het land heeft goede grond en goed water en er heerst over het algemeen een goed klimaat voor land- en tuinbouwproducten. Verder is Brazilië export georiënteerd en heeft het een goede politieke context. Al langer worden er in Brazilië nuttige schimmels ingezet voor de bestrijding van ziekten en plagen. Qua klimaat en grondstructuur is dat daar goed mogelijk. Binnen de microbiologie-afdeling van Koppert leveren we een grote onderzoeksinspanning om producten te ontwikkelen, ook voor gewassen in de buitenlucht. De ontwikkeling en registratie van nieuwe producten duurt zo maar drie tot vijf jaar. Om de hoge kosten van dit onderzoek terug te verdienen, moet er een grote markt tegenover staan. Koppert was al bezig om producten in Brazilië te laten regis-

treren, dat is een langdurig en bureaucratisch proces. Tijdens het bijbehorende marktonderzoek kwamen wij Itaforte tegen dat actief was in onze markt. Itaforte heeft voor landbouwgewassen haar eigen productie, en registratie van



micro biologische producten voor toepassing in soja, suikerriet en vollegrondsgroenten en koffie. De overname van Itaforte was dus een ware kans. Zij wilden verkopen om te zorgen voor continuïteit en wij wilden de Braziliaanse markt op. Door Itaforte over te nemen, ontstaat er een enorm marktpotentieel voor ons. In de eerste plaats zoeken we in Brazilië naar afzet van ons product op de klassieke manier, dat wil zeggen bespuitingen met biologische middelen in de volle grond. Interessant is ook de ontwikkeling met betrekking tot zaadbehandeling. In tegenstelling tot het spuiten op planten groeit de schimmel bij een zaadbehandeling met de plant mee. In dit segment zijn granen wellicht van meer belang dan de overige producten. Wat we leren van de Braziliaanse markt, verwachten we te kunnen toepassen in andere markten, zoals Afrika en Europa. Tot nu

toe zaten we als Koppert voornamelijk in de bedekte teelt. We gaan nu de buitenteelt in. Het potentieel is daarmee natuurlijk enorm, de uitdagingen trouwens ook. Als je bedenkt dat er in de sojateelt diverse ziektes zijn waar geen chemische oplossing voor beschikbaar is, dan liggen er enorme kansen. Stel dat van de 28 miljoen hectare sojabonen, 4 tot 5 miljoen hectare last heeft van een ziekte of plaag. Met al onze concurrenten bedienen we momenteel misschien maximaal 1 miljoen hectare. Potentie te over dus.”

Waar verwacht u over vijf jaar te staan met dit initiatief?

“Koppert Brazilië gaat belangrijk worden. Wij moeten als Koppert in staat zijn daar een flinke groei door te maken. De chemische producenten richten hun pijlen wereldwijd op producten voor vier à vijf gewassen. De tuinbouw is een soort proeftuin waar afgeleide landbouwproducten in worden gebruikt. Voor de chemie is productontwikkeling in de tuinbouw geen prioriteit. Omgekeerd: komend vanuit de tuinbouw, helpt de uitontwikkeling in de vollegrond enorm. Over vier jaar kijken we wat we bereikt hebben met de overname en of we op het goede spoor zitten wat betreft de mensen die er werken en de middelen waarover we daar beschikken. Synergie is er al volop. Bij Koppert in Nederland hebben wij de high-tech geconcentreerde productie van schimmels. Daar kunnen we sommige producten voor de Braziliaanse markt verwerken, verpakken en distribueren. Op beide locaties, in Nederland en in Brazilië, produceren we daardoor efficiënter. De >>

markt in Brazilië groeit 20 tot 30 procent per jaar. Hierdoor verwachten wij op termijn dat de omzet van Itaforte vervijfvoudigd.”

Wat bleek achteraf de grootste uitdaging?

“Wij hebben lang gewerkt aan dit overnametraject. Wij hebben bewust de tijd genomen voor de prijsonderhandeling, anders betaal je teveel. Verkopende partijen weten de waarde van de grootte van de markt en prijzen daar vervolgens op. Zowel Itaforte als wij zijn hier uiteindelijk zakelijk mee omgegaan. Het overnameproces zelf verliep redelijk soepel, zakelijk en in een prettige sfeer.”

Op welke manier is de organisatie van uw bedrijf aangepast om de extra werklust van het project te kunnen dragen?

“Ik heb het project getrokken. Daarnaast hadden wij al sinds 2010 een vestiging opgezet (Koppert Brazilië) voor registratie. Dat proces moest tenslotte ook lokaal ondersteund worden. Daarvoor zijn twee mensen full time in dienst gekomen. Zij zijn goed bekend met en in



de markt. Deze twee mensen vormen nu de directie van Itaforte. Wij hadden de juiste mensen dus klaar staan en dat heeft goed uitgespakt. Deze directeurs hebben rechtstreeks contact met alle afdelingen binnen Koppert.”

Wat is het voornaamste winstpunt geweest van de samenwerking met FMO?

“Voor de snelle groei die we als bedrijf willen

‘Wij hebben bewust de tijd genomen voor de prijsonderhandeling, anders betaal je teveel.’

doormaken, is meer kapitaal nodig. FMO helpt ons hierbij. Voor ons was de overname in Brazilië het eerste contact met FMO. Het FOM -instrument is mooi, maar het kost wel de nodige tijd. Naast het extra kapitaal, is het goed dat FMO actief met ons meedenkt over de kansen en de mogelijkheden. Het is heel verhelderend om zo nu en dan vanuit een ander perspectief naar jezelf te kijken en FMO dwingt ons daartoe. Zo blijven we leren.”



Zekerheid van voedsel

Een stijgende wereldbevolking vraagt ook voor de langere termijn om betaalbaar en zekerheid van voedsel. Dat laatste is cruciaal in ontwikkelingslanden, waar 60 tot 80 procent van het inkomen wordt besteed aan voedsel. FMO neemt de wereldwijde waardeketen als uitgangspunt bij het investeren in de landbouw, de verwerking en distributie. “Het bereiken van duurzaamheid op lange termijn in de mondiale agribusinessproductie vereist grote investeringen die gericht zijn op het verbeteren van landbouwmethoden, het verhogen van de opbrengst en het verminderen van afval”, zegt Bert van Oudvorst, senior investment officer en verantwoordelijk voor de regio Zuid-Amerika bij FOM. Met de investeringen worden gericht knelpunten weggehaald en zwakke schakels versterkt. “FMO brengt sectorexpertise bij elkaar, heeft een breed netwerk en stimuleert innovatie en opleiding. En we helpen onze klanten internationale normen te bevorderen in hun waardeketen.”

