



Groei coöperaties in China

De ontwikkeling van coöperaties is in China nog vrij nieuw. Maar de overheid ziet het belang van sterke boerencoöperaties steeds meer in.

Lees verder op blz.

4

Meer aandacht jonge boeren in zuidelijk Afrika

Agriterra heeft 2017 uitgeroepen tot jaar van de jongeren. Zonder aanwas van nieuwe, jonge leden kan een coöperatie immers simpelweg niet blijven bestaan. SACAU, een federatie van 17 boerenorganisaties uit 12 landen in zuidelijk Afrika, wil via een 'agri-agency' sociale thema's als 'jeugd' sneller en professioneler oppakken. De federatie, die in totaal zo'n 5 miljoen boeren vertegenwoordigt, heeft de hulp van Agriterra ingeschakeld bij het opzetten van deze adviestak.

Lees verder op blz.

2



Balanceren tussen overheid en ledenbelang in Ethiopië

Mascha Middelbeek draagt haar bedrijfsadvieswerk in Ethiopië met een goed gevoel over. „Er staat een sterk team dat goed samenwerkt.”

Lees verder op blz.

6



Koffieboeren in Indonesië doen aan crowdfunding

Koffieboeren in Indonesië haalden via crowdfunding 25.000 euro binnen. Ze bouwen hiervan onder meer overkappingen om bonen te drogen.

Lees verder op blz.

9



Leren onderzoeken en registreren in Nepal

Akkerbouwer en Cosun-lid Henk Meijer ging voor Agriterra naar Nepal. Via trainingen liet hij de deelnemers het belang van teeltregistratie inzien.

Lees verder op blz.

10



Agriterra helpt bij opzetten van agri-agency in zuidelijk Afrika

De Southern African Confederation of Agricultural Unions (SACAU) heeft Ariterra gevraagd te helpen bij het opzetten van een agri-agency. Via deze speciale adviestak wil SACAU haar dienstverlening klantgerichter en professioneler maken en makkelijker kunnen richten op speciale thema's zoals 'jeugd'.

Veel landen hebben een of meer belangenorganisaties maar hun invloed is vaak nog beperkt. Om hierin sterker te komen staan hebben landen in zuidelijk Afrika zich verenigd in de Southern African Confederation of Agricultural Unions (SACAU). Met 17 ledenorganisaties in 12 landen vertegenwoordigt SACAU bij elkaar zo'n 5 miljoen boeren.

De kerntaak van SACAU is de belangenbehartiging van haar leden en de boeren in zuidelijk Afrika. Daarnaast verzorgt zij organisatieadvies en trainingen bij haar leden en is zij een van de belangrijkste, sectorale informatiebronnen.

De mate van ontwikkeling van de agrarische sector in de diverse lidstaten verschilt echter enorm en daarmee ook de behoeftes die de verschillende ledenorganisaties hebben. Hierop bleek een uitzondering: ook in zuidelijk Afrika is

het wegtrekken van de jeugd uit de rurale gebieden naar de grote steden een substantieel probleem.

Sacau en Ariterra

Gecombineerde teams van medewerkers van Ariterra hebben in de afgelopen maanden, samen met Agripool-adviseurs van onder andere Flynth, LTO Nederland en ZLTO, de ledenorganisaties van SACAU in onder meer Zambia, Zimbabwe, Tanzania, Malawi en Namibië bezocht. Gevraagd is naar hun mening over SACAU en onderzocht is aan welke vormen van dienstverlening er behoefte is.

Ook hebben de directeur en een beleidsmedewerker van SACAU in december deelgenomen aan de Year Summit van Ariterra om een beter beeld te krijgen van de aanpak en adviesproducten van een agri-agency.

In februari is in Pretoria, waar het



Bij de discussie over het tegengaan van de vergrijzing van het platteland stelde Theo de Jager, voorzitter SACAU: „Nothing is sexier than profitability.”

hoofdkantoor is gevestigd, tezamen met het bestuur en de medewerkers een plan van aanpak opgesteld hoe een agri-agency op te zetten en rendabel te maken. In april heeft een team van Ariterra tezamen met SACAU alle uitkomsten en aanbevelingen op een rijtje gezet en een bedrijfsplan gemaakt. Zo wordt de agri-agency steeds meer realiteit.

Conclusie

Met de sterk groeiende wereldbevolking is voedselvoorziening en -veiligheid een belangrijk onderwerp op de internationale politieke agenda. Boeren spelen een

cruciale rol in het oplossen van de problemen waar de internationale gemeenschap mee geconfronteerd wordt. De waardering hiervoor is helaas nu nog steeds ondermaats. Met de groei van de erkenning van het belang van de agrarische sector, niet alleen nu of volgend jaar,

maar ook de vijftig jaar daarna, groeit ook internationaal de erkenning voor de werkwijze van organisaties als Ariterra. Geen directe financiële ondersteuning meer, maar kwalitatief hoogwaardige advisering door ervaren professionals.



1. Botswana Agricultural Union (BAU)
2. Lesotho National Farmers' Union (LENAFU)
3. Coalition Paysanne de Madagascar (CPM)
4. Confédération des Agriculteurs Malagasy (FEKRITAMA)
5. Farmers' Union of Malawi (FUM)
6. National Smallholders Farmers' Association of Malawi (NASFAM)
7. Uniao Nacional de Camponeses (UNAC)
8. Namibia Agricultural Union (NAU)
9. Namibia National Farmers' Union (NNFU)
10. African Farmers' Association (SEYFA)
11. African Farmers' Association (AFASA)
12. Agri South Africa (AgriSA)
13. Swaziland National Agricultural Union (SNAU)
14. Agricultural Council of Tanzania (ACT)
15. Zambia National Farmers' Union (ZNFU)
16. Commercial Farmers' Union (CFU)
17. Zimbabwe Farmers' Union (ZFU)

Colofon

Agrimondiaal is een uitgave van Ariterra en verschijnt als bijlage in de landelijke uitgave van Nieuwe Oogst.

www.agriterra.org
communicatie@agriterra.org

Concept en fotografie: Ariterra
Eindredactie: Nieuwe Oogst
Vormgeving: Content Innovators
Druk: Rodi Rotatiedruk

Met medewerking van: Sanne Hoetink, Robert Sillevius, Gea Helms en Maartje Mulder

Overname is toegestaan na toestemming van Ariterra en onder vermelding van de bron.

© Ariterra
Arnhem,
mei 2017



Frisse blik van jonge boeren

De nieuwe generatie boeren heeft een eigentijdse blik op zaken en op coöperaties. Zij vormt bij uitstek de groep die coöperaties en boerenorganisaties kan voorzien van een frisse blik. 2017 staat bij Ariterra in het teken van youth, omdat jonge boeren de toekomst zijn van de landbouwsector én van coöperaties. Dat geldt voor Nederland maar zeker ook voor coöperaties in ontwikkelingslanden!

Ledenbetrokkenheid

Zonder een aanwas van nieuwe, jonge leden kan een coöperatie simpelweg niet blijven bestaan. Daarnaast is ledenbetrokkenheid een belangrijke randvoorwaarde voor het goed functioneren van een coöperatie binnen de kaders waarvoor deze is opgericht. Een coöperatie heeft verschillende opties om de ledenbetrokkenheid onder jonge boeren te creëren, stimuleren en te vergroten. Bijvoorbeeld door jongeren een plek en



een stem binnen de organisatie te bieden, een netwerk op te zetten, mee te laten praten over interne besluitvorming en hen uitzicht te bieden op bestuurlijke functies binnen de organisatie. Dit kan worden bewerkstelligd door het opzetten van jongerenraden, maar ook door jongeren geleidelijk te laten doorstromen naar bestuurlijke functies binnen de coöperatie.

Toegevoegde waarde

Door middel van haar jongerenprogramma ondersteunt en adviseert Ariterra haar klanten om de inclusiviteit van jonge boeren te vergroten en de toegevoegde waarde daarvan in te zien. Zo zijn er workshops en trainingen, is er een uitwisselingsprogramma en is Ariterra actief op zoek naar jong Agripool-talent om adviesopdrachten uit te voeren.

Year Summit is topevenement



Ruim zestig bedrijfsadviseurs afkomstig uit veertien landen waren aanwezig bij de Year Summit 2016.

Ooit begonnen in 2012 met een team van acht bedrijfsadviseurs is de jaarlijkse Agriterra Jaartop, in de volksmond beter bekend als Year Summit, inmiddels uitgegroeid tot een bijeenkomst die zijn weerga niet kent.

Ruim zestig bedrijfsadviseurs afkomstig uit veertien landen kwamen in december bij elkaar in Elspeet om terug te kijken op de resultaten van 2016, vooruit te kijken naar de plannen en ambities voor 2017, kennis te maken met nieuwe Agriterra trainingsproducten maar vooral om met elkaar bij te praten en ervaringen uit te wisselen. Bijzonder was ook de deelname van een delegatie van SACAU, de koepel

voor boerenorganisaties in zuidelijk Afrika, die met serieuze plannen rondlopen ook een agri-agency naar voorbeeld van Agriterra op te richten. Agriterra maakt als adviesorganisatie een onstuimige groei door en aangezien adviseren eerst en vooral mensenwerk is, is het van belang om goed verbonden met elkaar te blijven en van elkaar te blijven leren. Van Peru tot Vietnam, van Zambia tot China en van Indonesië tot Nicaragua; als Agriterra daadwerkelijk de wereldwijde expert voor bedrijfsontwikkeling van coöperaties en landbouworganisaties wil worden dan is investeren in goede training en begeleiding van onze eigen adviseurs topprioriteit. Zo blijft Agriterra herkenbaar en zichtbaar en kan kwaliteit in onze dienstverlening worden gegarandeerd. Daarnaast is de Year Summit bij uitstek geschikt om

elkaar te motiveren en inspireren.

De Year Summit van 2016 was een bijzondere editie aangezien deze werd gecombineerd met een introductieweek voor alle recent aangenomen bedrijfsadviseurs (Crash Course), het personeelsuitje van Agriterra en de Agriterra relatie dag.

Inspiratie en verbinding

Het was alles bij elkaar een mega-evenement! Inspiratie en verbinding, daar stonden de bossen van Elspeet bol van in december. Met de huidige groei van het aantal bedrijfsadviseurs is het de vraag hoelang de jaarlijkse Year Summit-traditie financieel nog haalbaar blijft, maar 2017 staat in ieder geval al genoteerd, want dan viert Agriterra ook haar 20-jarig jubileum. Agriterra is begonnen aan haar tweede jeugd en de wereld zal het weten ook!

Sanne Willems, secretaris Voedselzekerheid, Land- en Tuinbouw van de Nederlandse Ambassade in Kenia overhandigt de Agriterra Award aan CEO Kenneth Gitonga van Meru Central Dairy Union. Deze coöperatie van ruim 10.000 melkveehouders, behaalde in 2015 de beste resultaten.

Tjeerd Rijpma
@TjeerdRijpma

Volgen

The real @agriterra #award ceremony for #BestPerformingCooperative #merucentraldairy by #NLEmbassy. It was #Great



Agriterra leidt Masterplan coöperatieversterking Vietnam



Directeur Kees Blokland van Agriterra heeft donderdag 23 maart een overeenkomst gesloten met de Vietnamese Coöperatieve Alliantie over een nationaal Masterplan voor coöperatieversterking. De alliantie vertegenwoordigt meer dan 15.000 coöperaties in Vietnam. „Wij voelen ons enorm verbonden met het Vietnamese streven om boeren en hun organisaties mee te laten profiteren van de economische groei in dit prachtige land. En dat kan maar op één manier: verankering van de boerenorganisaties en -coöperaties in het toenemende economisch verkeer door training, middelen en ervaringsuitwisseling”, aldus Blokland.

Voorwoord

Boerenondernemerschap is een fantastisch vak

Boer zijn in deze tijd gaat verder dan alleen gezonde en veilige producten leveren. Je zult ook rekening moeten houden met de wensen van consumenten, de maatschappij en de politiek.

Daarnaast zul je mee moeten gaan met nieuwe ontwikkelingen in de land- en tuinbouw. Bijna dagelijks worden nieuwe technieken en innovaties voor bijvoorbeeld dierenwelzijn, efficiëntere productie en precisielandbouw ontwikkeld. Denk aan nieuwe stallen zoals een Rondeelstal of een Windstreekstal, nieuwe melkrobots, het gebruik van gedragssensoren en bijvoorbeeld de aanpak om gewasbeschermingsmiddelen heel specifiek toe te passen.

Boeren en tuinders gaan mee met deze trends en zullen indien nodig hun bedrijfsvoering wijzigen. Via applicaties op je telefoon en tablet kun je tegenwoordig gemakkelijk allerlei informatie over jouw bedrijf inzien. Ook veel jonge ondernemers zijn hier volop mee bezig. Ze kiezen voor de nieuwste technieken en volgen aansluitende studies om verder te leren ten goede van hun (familie)bedrijf. Het is dan ook mooi om te zien dat jongeren nog steeds kiezen voor het boerenondernemerschap.

Als kind wilde ik boer worden en het bedrijf van mijn ouders overnemen. Maar mijn vader vond dat ik moest gaan studeren. Mijn kennis en horizon verbreden. Dat heb ik dan maar gedaan. Toen ik tijdens mijn studie op het punt kwam dat ik geen boer meer wilde worden, overleed mijn vader op 51-jarige leeftijd. Toen zijn mijn moeder en ik in maatschap gegaan en hebben de Belgische eigenaar van het bedrijf uitgekocht. Later heb ik het bedrijf volledig overgenomen. En ik beleef nog altijd veel plezier aan mijn bedrijf. Hier kan ik gewoon mijn ding doen en kom ik tot rust op de tractor.

Ik kies ervoor om naast het boer zijn altijd iets ernaast te doen. Maar ik weet dat ik altijd kan terugvallen op mijn bedrijf. Ik blijf dan ook net zo lang boer tot ik het niet meer kan.

Het boerenondernemerschap is een fantastisch vak. Het is mooi om te zien en te ervaren dat jong en oud zich voor dit vak blijven inzetten. Dat zie ik niet alleen in Nederland, maar over de hele wereld.

De kennis, innovatie en technieken van de Nederlandse land- en tuinbouw worden breed gedeeld met andere mensen in de wereld. Agriterra speelt hierin een uiterst belangrijke rol. Het delen van deze informatie met de wereld is de kracht van Nederland en de Nederlandse boeren en tuinders. En dat zal met deze sterke primaire sector altijd zo blijven.

Marc Calon,
voorzitter Agriterra



Provincies betalen mee aan boerencoöperaties



Agriterra organiseert bijeenkomsten waarbij Agripoolers tijdens velddagen voorlichtingen geven.

China

Lei Chen werkt sinds 2016 bij Agriterra als bedrijfsadviseur en is gestationeerd in Chong Qing in het zuidwesten van China. Recentelijk is met de overheid in drie provincies overeengekomen dat zij gaan meebetalen aan advies en training van boerencoöperaties.

In China is de ontwikkeling van coöperaties nog vrij nieuw. Dit komt volgens Chen doordat ze pas tien jaar geleden, sinds 2007, wettelijke status hebben gekregen. De focus van de Chinese overheid lag voorheen voornamelijk op

industriële ontwikkeling en niet zozeer op landbouwontwikkeling. Doordat men weinig kennis heeft van coöperaties, zijn er veel uitdagingen, maar Chen is van mening dat de overheid op de goede weg is. China heeft het aantal coöperaties

in de afgelopen jaren zien verdubbelen. Deze zijn op dit moment vaak nog klein en gefragmenteerd. Echter, er komen steeds grotere coöperaties bij die zich opstellen als een federatie en zich zo als een relevante speler op de markt positioneren.

Overtuigen

Chen is samen met zijn collega-bedrijfsadviseurs onder meer verantwoordelijk voor het opbouwen en onderhouden van een goede relatie met Chinese overheidsinstellingen. Daarnaast adviseert

Concrete resultaten van

In China gaan provincies meebetalen aan advies en training van boerencoöperaties. Cacaoboeren in Peru realiseerden een omzetgroei van maar liefst 340 procent. In Kenia zag een coöperatie de melkproductie stijgen met 35 procent en in Ethiopië is een coöperatie van gerst- en witte bonentelers

hij coöperaties in drie verschillende provincies en begeleidt hij Agripool-adviesmissies. Chen geeft aan dat lobbyen in China geen goed idee is. In plaats daarvan noemt hij het liever 'overtuigen door middel van voorlichting en het geven van informatie'. Agriterra organiseert bijvoorbeeld publieksevenementen waarbij managers van coöperaties worden uitgenodigd als spreker. Het in de spotlights zetten van het

de hoogte van het werk van Agriterra en de successen die worden geboekt. Het kunnen laten zien van goede 'showcases' speelt een grote rol.

In de toekomst zal support vanuit de overheid voor coöperaties waarschijnlijk toenemen in China. Volgens Chen komt dit omdat de provincies het belang van sterke boerencoöperaties steeds meer gaan inzien.

Support voor coöperaties vanuit de Chinese overheid zal waarschijnlijk toenemen

coöperatieve bedrijfsmodel blijkt een goede strategie te zijn om meer investeringen door de overheid te realiseren. Ook organiseert Agriterra af en toe bijeenkomsten waarbij Agripoolers tijdens velddagen voorlichtingen geven; het coöperatieve principe in de praktijk! Coöperatieleden uit de provincie worden uitgenodigd om deze bijeenkomsten bij te wonen.

Transparantie

Chen stelt dat in de Chinese context vooral transparantie van belang is. Hij houdt de betrokken overheidsinstanties in de provincie op

Ook ziet hij een andere trend zich ontwikkelen. Net zoals in vele andere landen, trekken er veel jongeren en hoogopgeleiden van het platteland naar de stad. Chen denkt dat dit niet alleen negatief is. Boerderijen worden namelijk logischerwijs minder gefragmenteerd als mensen wegtrekken van het platteland en dat geeft volop kansen aan degenen die wel een toekomst zien als boer. De overheid wordt zo uitgedaagd om mee te denken over een oplossing, wat volgens Chen uiteindelijk zal resulteren in betere investeringen en meer efficiency.

Ras Gayint-coöperatie scoort met gerst en witte bonen

Ethiopië

Ras Gayint Multi-purpose Farmers Cooperative Union is uitgegroeid tot een van de best presterende coöperatie unies in Ethiopië. Gerst en witte bonen is de succesformule.

De Ras Gayint-unie is gevestigd in het noorden van Ethiopië. De coöperatie is in 2005 opgericht door 32.080 kleine boeren en 21 basiscoöperaties. In 2010 kwamen leden met een bedrijfsplan voor de vermarktning van gerst en witte bonen. Voor gerst is de Gondar Malt Factory al jaren de hoofdkoper en voor witte bonen zijn dat de tussenpersonen van de Ethiopische grondstoffenbeurs ECX. Het doel is directe export naar internationale importeurs.

Bij het doorlopen van de exportprocedures had de coöperatie veel steun nodig, aangezien ze zelf geen ervaring had. Agriterra schoot te hulp bij deze en andere uitdagingen en begeleidt de unie sinds 2012. Inmiddels is de unie gegroeid tot 36 basiscoöperaties met in totaal 59.601 leden en is het ledenkapitaal - een belangrijke blijk van toegenomen ledenbinding - van de coöperatie sterk toegenomen. In vijf jaar is het volume gerst dat wordt omgezet



Agriterra gaf een training over de teelt en het naaogstbeheer van witte bonen.

door de unie gestegen met gemiddeld meer dan 124 procent per jaar en het volume witte bonen met 34,5 procent per jaar.

De coöperatie is dankzij steun van Agriterra en in samenwerking met SNV begonnen met de export van witte bonen naar Frankrijk, Engeland, Italië, India en Jemen.

coöperatiemanager. Hier ontmoeten kopers en leveranciers elkaar en wisselen ze marktinformatie en nieuwe ontwikkelingen uit. Tijdens de conferentie haalde de coöperatiemanager vijf internationale kopers binnen. Voor het schoonmaken van witte bonen heeft Ras Gayint in 2015

te bonen. Dit leidde tot een betere kwaliteit.

Uitdagingen

Al deze positieve ontwikkelingen smaken de leden naar meer. De coöperatie staat voor uitdagingen die moeten worden aangepakt. Zo schommelt de marktprijs van witte bonen aanzienlijk en zijn de faciliteiten voor het schoonmaken van witte bonen onvoldoende toereikend. In 2017 en de jaren daarop krijgt de aanpak van deze kwesties de prioriteit.

Ras Gayint maakt een prachtige ontwikkeling door en daar mogen de Agriterra bedrijfsadviseurs, de agripoolers, maar bovenal de boerenleden best trots op zijn.

De coöperatie exporteert nu witte bonen naar landen als Frankrijk, Italië, India en Jemen

Een voorbeeld van iets wat dankzij Agriterra plaats kon vinden, is het bezoek aan de jaarlijkse EPOSPEA-conferentie (Ethiopian Pulses, Oilseeds and Spices Processors-Exporters Association) door de

tweehonderd vrouwen aangenomen. Hiermee zorgt de coöperatie voor banen in de gemeenschap. Agriterra gaf een training aan 174 mannen en 24 vrouwen over de teelt en het naaogstbeheer van wit-



De coöperatie zorgt voor werkgelegenheid; 200 vrouwen maken de witte bonen schoon

aanpak Agriterra

uitgegroeid tot een van de best presterende coöperaties van het land. Zie hier enkele concrete resultaten van de invloed van Agriterra. De strategie van Agriterra om boeren wereldwijd te helpen via advies, training en uitwisseling blijft haar vruchten afwerpen.

Melkproductie stijgt explosief in Kenia

Kenia

Melkveehouders in het noordwesten van Kenia hielden jarenlang zeboes die slechts 6 kilo melk per koe per dag produceerden. Sinds ze in 2008 overstapten naar Holstein-Friesians, is de productie gestegen naar 20 tot 30 kilo melk per koe per dag.

De overstap naar Holstein-Friesians en de productiestijging hebben te maken met de komst van Lelan Highland Dairy in de provincie West-Pokot. Deze zuivelcoöperatie werd in 2008 opgericht nadat twee stammen die jarenlang met elkaar in de clinch lagen vanwege diefstal van vee en grond, vrede sloten. De boeren verkochten de zeboes en stapten over op Holstein-Friesians. Lelan Highland Dairy heeft inmiddels 5.500 leden en acht locaties met een koeltank.

Sinds begin 2016 biedt Agriterra ondersteuning aan het zuivelbedrijf. Met support van Agriterra heeft de coöperatie een professi-

onaliseringslag kunnen maken en is de bedrijfsvoering naar een hoger plan gebracht.

De melkproductie groeide explosief van 14.800 kilo melk per dag in 2015 naar 18.300 kilo melk per dag in 2016, een stijging van 35 procent. De marktontwikkeling voor melk was daarnaast ook gunstig, want de gemiddelde melkprijs voor de leden ging van 28 Keniaanse shilling (25 eurocent) naar 32,80 Keniaanse shilling (30 eurocent) per kilo melk.

Voorlichting

Crux van dit succes ligt toch wel grotendeels in de wijsheid van de



Jan Leijten en Jacob van der Zijl van Agrifirm Feed samen met het managementteam van Lelan Highland Dairy.

coöperatie te investeren in voorlichters. In 2016 stelde Lelan Highland Dairy vijf voorlichters aan en met advies van Agriterra zijn die flink aan de slag gegaan.

Twee medewerkers van Agrifirm Feed, Jan Leijten en Jacob van der Zijl, waren vorig jaar een week in Kenia om Lelan Highland Dairy te adviseren over het opstellen van een voorlichtingsplan. Ze gaven

Daarnaast zijn door Agriterra-bedrijfsadviseurs en agripoolers trainingen verzorgd op het gebied van ledenkapitalisatie, financieel management en goed bestuur.

Langetermijnstrategie

Agriterra heeft Lelan Highland Dairy ook bijgestaan bij het opstellen van het strategisch plan voor de periode tot 2019 en daaruit werd

Om dit te bewerkstelligen investeert Lelan Highland Dairy fors in voorlichting door het aantal voorlichters te verdubbelen van vijf naar tien. De ervaring in 2016 heeft tenslotte overduidelijk laten zien dat investeren in goede voorlichting loont.

Verder moet er een haalbaarheidsstudie komen naar de verwerking van melk tot verschillende zuivelproducten. Aansluitend hierop dient er een businessplan te worden opgesteld.

Ook wil men de bedrijfsvoering verder professionaliseren met het aanstellen van een algemeen directeur en zijn er serieuze plannen voor een jongerenraad. Het moge duidelijk zijn: Lelan Dairy wil een serieuze gooi doen naar de Beste Coöperatie Award van Agriterra!

Lelan Highland Dairy verdubbelt het aantal voorlichters van vijf naar tien

trainingen aan de voorlichters van de zuivelcoöperatie, die de leden moeten informeren over aspecten zoals voer, verkorten van tussenkaltijd, diergezondheid en productie van kuilvoer.

duidelijk dat de ambities van de coöperatie groot zijn. Het streven is dit jaar de productie op te schroeven naar 24.000 kilo melk per dag en in 2018 naar 30.000 kilo melk per dag.

Eerst geloven en dan pas zien

Peru

Allima is een Peruaanse organisatie van cacaoboeren uit Chazuta, in het Amazonegebied. In Chazuta houdt de begaanbare weg op. De cacao wordt daarom met bootjes vervoerd. Voor de nieuwe landbouwvoorlichter was dan ook 'vooral goed kunnen zwemmen' een vereiste.

Allima is een beginnende, relatief kleine coöperatie. Als lid van 'Verde Amazónico', de regionale koepelorganisatie van cacaoboeren uit de regio San Martín, kwamen de mensen van Allima in contact met Agriterra. Verde Amazónico versterkt kleine lokale verenigingen en coöperaties met steun van Agriterra.

identificatieronde voor mogelijke nieuwe klanten. Ondertussen werd binnen Allima al hard gewerkt aan het op orde brengen van het financieel management door een externe boekhouder in te schakelen.

Aan de identificatieronde in 2015 deden tien organisaties mee en Allima kwam als een van de drie besten uit de bus. Allima werd uit-

Het Agriterra Agripool-concept wordt steeds meer uitgebreid met experts uit de regio

Bestuurders en medewerkers van Allima namen deel aan een financieel managementtraining. Ze raakten zo overtuigd van wat Agriterra hen kon bieden dat ze de stoute schoenen aantrokken en direct contact opnamen. Bas Prins, de lokale bedrijfsadviseur van Agriterra, was onder de indruk van hun ambities en hun slogan 'eerst geloven en dan pas zien', en besloot om Allima op te nemen in de jaarlijkse

gebied doorgeleefd door Agriterra en op basis van die analyse werd een actieplan opgesteld voor het jaar 2016.

Geloof in coöperatie

Gedurende 2016 werd de vereniging Allima definitief omgevormd naar een coöperatie, waardoor leden ook financieel meer betrokken raken bij hun coöperatie. Hieraan ging een trainings- en bewustma-

kingsproces vooraf, waarbij coöperatiecollega's uit Uruguay werden ingeschakeld. Door het delen van hun ervaringen met coöperaties in Uruguay kregen de cacaoboeren van Allima meer geloof in de potentie van hun coöperatie.

In Latijns-Amerika wordt het beproefde Agripool-concept van Agriterra steeds meer uitgebreid met experts uit de regio; zij spreken tenslotte de taal en zijn vertrouwd met de lokale context en problemen.

De eerste resultaten

Op advies van Agriterra is bij Allima eerst een internetverbinding geïnstalleerd waardoor ze beter op de hoogte raakten van de markt en prijsontwikkelingen.

Daardoor konden betere prijzen worden bedongen en werden oude schulden afbetaald, waardoor het imago van de organisatie een boost kreeg.

Door een commerciële alliantie aan te gaan met een vereniging van cacaoboeren uit een andere regio, was Allima in staat een kleine lening te verkrijgen bij een Peruaanse spaar- en kredietcoöperatie. Eind 2016 zien we al de resultaten. Er werd een omzet gerealiseerd van zo'n 825.000 euro, een groei van maar liefst 340 procent. Door de verbetering van het financieel

management en de interne controle nam de efficiëntie toe. Ook de ledenbijdragen namen toe en het eigen vermogen steeg met 50 procent.

Agriterra steunt Allima ook dit jaar bij het verwezenlijken van haar

ambitie: constante verbetering van de kwaliteit, nog meer boeren bereiken met de dienstverlening, zélf exporteren én uitbreiding van de infrastructuur voor opslag, fermentatie en drogen van de uitstekende cacao uit Chazuta.



Een coöperatie-adviseur uit Uruguay deelt zijn ervaringen met de cacao-boeren van Allima.

Column

Jongeren hebben de toekomst

Het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK) is de belangenvereniging voor jonge boeren en tuinders in Nederland. Naast het opkomen voor belangen van deze doelgroep is NAJK ook actief in het ondersteunen van de ontwikkeling van het jonge ondernemerstalent. We dagen de agrarische ondernemer van morgen uit om na te denken over toekomstige uitdagingen. Dit kunnen uitdagingen op de korte termijn zijn, zoals aankomende regelgeving, maar ook uitdagingen op de lange termijn. Denk hierbij aan de vormgeving van de bedrijfsopname, maar ook aan het ontwikkelen van een visie en doelen hoe het agrarisch bedrijf toekomstbestendig gemaakt kan worden.

NAJK is één van de dragende organisaties van Agriterra. Zodoende heeft NAJK ook zitting in het bestuur. Tevens vertrekken regelmatig leden van NAJK voor Agriterra naar het buitenland als agripooler. Jonge agrariërs kunnen ervaringen delen, die ze mede bij NAJK hebben opgedaan, met hun collega's in het buitenland. Uit deze adviesopdrachten blijkt vaak dat in de landen waar Agriterra actief is, de agrarische sector onder jongeren weinig populair is.

Daarnaast zien we dat de jongeren zich moeilijk weten te organiseren en moeilijk een agrarisch bedrijf weten op te zetten, doordat ze bijvoorbeeld geen beschikking kunnen krijgen over land. Door deze agrarische jongeren te helpen bij bijvoorbeeld het opzetten van samenwerkingsverbanden, kan er verandering te wege gebracht worden. Dit draagt bij aan een betere voedselvoorziening in de betreffende landen en roept vergaande vergrijzing in de agrarische sector een halt toe.

Agriterra heeft het jaar 2017 uitgeroepen tot het jaar van de jongeren. Een mooie reden om de goede samenwerking tussen NAJK en Agriterra extra te onderstrepen en samen kennis over te brengen naar onze collega's in het buitenland. Immers jongeren hebben de toekomst!

André Arfman,
NAJK



Groei in Ethiopië



Bedrijfsadviseur Mascha Middelbeek voor de meelfabriek van coöperatie Raya Wakena.

Mascha Middelbeek begon 9,5 jaar geleden haar carrière bij Agriterra met een stage. Ze groeide uit tot een ervaren bedrijfsadviseur en vestigde zich in 2014 in Ethiopië. Begin 2017 besloot ze om Agriterra te verlaten en een nieuw avontuur aan te gaan. Ze vertrouwt erop dat het team in Ethiopië de mooie resultaten van de afgelopen jaren voortzet.

Middelbeek studeerde duurzaam toerisme in Wageningen en liep via Agriterra stage in Tanzania. Toen er daarna een vacature was voor relatiebeheerder, greep ze haar kans en werd aangenomen.

Eerst werkte Middelbeek vanuit Arnhem als relatiebeheerder en bedrijfsadviseur Oost-Afrika. In 2014 vertrok ze naar Ethiopië om daar aan de slag te gaan. „Ethiopië kwam ongeveer in 2009 in het programma van Agriterra. Werken op afstand was in het begin best lastig. Er was geen internet bij de organisaties en de communicatie verliep stroef. Pas toen we daar lokaal gingen werken, ging het lopen.” Middelbeek wilde graag dichter op het vuur zitten. Haar man en kinderen (destijds 2 en 4) gingen met haar mee naar Addis Abeba. „Voor ons als gezin was het duidelijk: op avontuur! Kinderen passen zich makkelijk aan en in Ethiopië is een grote Nederlandse gemeenschap.”

Coöperatief land

„Ik was er al diverse keren geweest en het heeft me altijd geïntrigeerd”, vervolgt Middelbeek. „Het is een mysterieus land met respectvolle, vriendelijke mensen en met cultuur, natuur en religie. Daarnaast konden we er als Agriterra veel betekenen, want het is een enorm agrarisch en coöperatief land. Het was gewoon een supermooie kans.”

Er zijn inderdaad veel coöperaties in Ethiopië: 360 agrarische unies en 65.000 primaire coöperaties. Hierdoor is het voor Agriterra niet moeilijk om aan klanten te komen.

Middelbeek: „We werken alleen met coöperaties met aantoonbare ambitie en drive.”

De coöperaties zijn wel anders dan in Nederland. Op papier betekent een coöperatie 'voor de boeren en door de boeren', maar in de praktijk bemoeit de overheid zich in Ethiopië tegen het bestuur aan. Daarom is het belangrijk om goed te balanceren tussen overheidsbelangen en de belangen van de leden.

„Het is gewoon machtig mooi werk, waarmee je het verschil kunt maken”

Middelbeek adviseert om de overheid overal bij te betrekken. „Op die manier voelen ze zich onderdeel van het veranderingsproces. Bij coöperaties waar het goed loopt, werken vaak managers die weten om te gaan met de overheidsbemoeienis en hun eigen koers varen. Dat schept vertrouwen bij de leden.” Een uitdaging is dan weer om die juiste mensen bij de unie te behouden.

Een ander probleem waar veel coöperaties mee te maken hebben, is de toegang tot financiering. Banken hebben weinig liquide middelen en het merendeel van het bankwezen wil niet investeren in de landbouw, maar in commerciële bedrijven. Agriterra speelt een belangrijke rol hierin door trainingen te geven op het gebied van ledenfinanciering, financieel management en het maken van een businessplan. Agriterra heeft volgens Middelbeek de afgelopen jaren veel kun-

nen betekenen voor de coöperaties waarmee ze samenwerken. „Bij bijvoorbeeld Raya Wakena, Ras Gayint Tsehay en Becho Woliso zie je echt een enorme vooruitgang. Ze hebben meer leden, betere toegang tot financiering en kunnen meer dividend uitkeren. Ik geniet als ik bij een boer kom die zegt: zonder jullie was het nooit zover gekomen. Het is gewoon machtig mooi werk, waarmee je het verschil kunt maken.”

Ze ziet goede kansen voor de coöperaties in Ethiopië. „Er is een toenemende interesse van het bedrijfsleven. Coöperaties zijn pas de laatste drie jaar een rol gaan spelen in het vermarkten van producten. Het marktaandeel is nog relatief laag, maar biedt perspectief voor binnenlandse en buitenlandse bedrijven.”

Daarnaast is er vanuit het ministerie van landbouw veel aandacht voor coöperaties en worden ze specifiek genoemd in het 'growth and transformation'-plan. Het zal zich de komende paar jaar uit moeten wijzen hoe dit alles wordt vormgegeven.

Wat betreft jongeren en vrouwen kunnen er nog slagen gemaakt worden. Dat is ook een agendapunt van de overheid. Hier zou Agriterra een



Mascha Middelbeek stopt als bedrijfsadviseur van Agriterra in Ethiopië.

Ethiopië in cijfers

Hoofdstad:	Addis Abeba
Regeringsvorm:	Republiek
Oppervlakte:	1.104.300 km ²
Aantal inwoners:	102.374.044 (2016)

De landbouw is de belangrijkste pijler van de economie. Ongeveer 80% van de bevolking werkt in deze sector. Ongeveer 20% daarvan is lid van een coöperatie. Dat verschilt per gebied. Belangrijke producten zijn teff, tarwe, gerst en mais. Voor de export vooral koffie, sesam en bloemen. Vlees en leerproducten zijn opkomend als exportproduct.



rol in kunnen spelen, onder andere met de training 'women leadership' die in 2017 op het programma staat. En mogelijk kan Agriterra een aantal unies begeleiden bij de opzet van een jongerenraad.

Linken

Er zitten veel Nederlandse bedrijven in Ethiopië, onder andere in de agrarische sector. Iedereen is op zoek naar de juiste toeleveranciers. Agriterra kan de bedrijven linken met de coöperaties.

„Agriterra praat de taal van het bedrijfsleven en wij kennen alle relevantie coöperaties en unies”, stelt Middelbeek. „We weten waar wat gebeurt en hoe de boeren georganiseerd zijn. Daarnaast weten we natuurlijk hoe het werkt met de overheid. We zijn een informatiebron die het verschil kan maken.”

Middelbeek vindt dat Agriterra trots mag zijn op wat er de afgelopen jaren in Ethiopië is bereikt. „We zijn in 2015 officieel geregistreerd en staan als speler op de kaart bij de overheid en de ambassade en we leveren prima werk. Vorig jaar kregen we bijvoorbeeld een prijs uitgereikt door de president voor onze bijdrage aan de coöperatieve ontwikkeling in het land.”

Het is voor haar een goed moment om Ethiopië te verlaten. „Ik heb er met plezier gewerkt en ook veel geleerd. Maar er staat nu een sterk en hardwerkend team, dat goed samenwerkt en ik kan met vertrouwen weggaan.”

„Kijk naar je eigen talenten”

Hylke van der Veen (50 jaar) woont in Drachten en is algemeen directeur van AB Vakwerk. AB staat voor Agrarische Bedrijfsverzorging en de organisatie is één van de oudste bemiddelaars van flexibele arbeid in Nederland. Ruim 4.300 agrariërs zijn lid en AB Vakwerk heeft 1.080 vaste vakkrachten in dienst en ruim 4.000 flexkrachten.

Van der Veen studeerde bedrijfseconomie aan de Rijksuniversiteit van Groningen en kwam terecht in de wereld van uitzenden. „De dienstverlening spreekt mij aan. De wereld van werk is belangrijk voor mensen. Ik vind het mooi om te zien hoe mensen doorgroeien en hun talenten ontwikkelen. Het is fijn om daar een rol in te kunnen spelen.”

Na drie jaar met veel plezier in



Engeland gewoond en gewerkt te hebben, keerde Van der Veen in 2012 weer terug naar Nederland en begon hij bij AB Vakwerk. „Als iemand ziek of op vakantie is, dan kunnen onze leden ons inschakelen. Wij stellen mensen ter beschikking met agrarisch DNA en wij garanderen arbeidscontinuïteit.” AB Vakwerk zit met haar leden in Friesland en Noord-Holland.

Adviesraad

In 2014 ontmoette Van der Veen de directeur van Agriterra, Kees Blokland. „Kees vertelde dat Agriterra in een veranderingsproces zat en dat ze professioneler wilden werken. Hij vroeg mij om plaats te nemen in hun Adviesraad en dat heb ik gedaan. Naar mijn idee is Agriterra namelijk ook een soort detacheerder: vraag en aanbod breng je bij elkaar. Er is een klus en daarvoor zoek je de beste man.”

„Ik had het idee dat het voorheen vooral veel ons-kent-ons was”, vervolgt hij. „Het is de vraag of je dan de beste mensen krijgt. Agripoolers worden nu geselecteerd op hun kwaliteiten en moeten vooraf op intake. Het is belangrijk om de lat hoog te leggen: als je een goed iemand hebt, is de kans op succes het grootst.”

Van der Veen heeft het idee dat zijn adviezen ter harte worden genomen. „Het is gewoon heel mooi dat je je kunt inzetten voor een club die als missie heeft dat iedereen genoeg te eten krijgt. Ik zit ook in de agrifoodsector en ik kan wat met mijn ervaring brengen.”

Van der Veen werd ook gevraagd om zijn kennis te delen met Becho Woliso, een Ethiopische unie met 63.000 leden. Daar hebben ze een jaar geleden een afdeling ‘exten-

Van der Veen hoopt dat er nog meer mensen van AB Vakwerk voor Agriterra op adviesreis mogen.



Hylke van der Veen was bij de unie Becho Woliso in Ethiopië om te kijken welke verbeteringen er doorgevoerd kunnen worden.

sion and investment’ opgericht om meer diensten en services te leveren voor de leden.

Samen met twee personen van de Duitse agri-agency Andreas Hermes Akademie kreeg Van der Veen als opdracht mee om die afdeling te beoordelen en te kijken welke verbeteringen er nog mogelijk zouden zijn.

Bij Becho Woliso kwam al snel het thema ‘leiderschap’ aan de orde, of eigenlijk het gebrek eraan. Dat was een rode draad door die hele week. „We bezochten spontaan coöperatie Awash Bune. Dat was gaaf. Je komt dichtbij de boeren waar het om gaat en dan hoor je mooie dingen. Maar op een gegeven moment ging het over een zaadwasmachine die het al negen jaar niet deed. Hoe is het mogelijk dat niemand opstaat en zegt: we gaan dat ding repareren of het ding gaat weg.” Volgens Van der Veen is het verlei-

delijk om het dan over te nemen. „Maar dat moet je juist niet doen. Ik hoop te bereiken dat mensen niet vragen om geld, maar dat ze gaan kijken naar wat ze hebben en wat ze daarmee kunnen. Dat is universeel. Kijk naar je eigen talenten! Zorg dat je een goed plan hebt en begin stap voor stap. Denk niet dat het met een schip geld opeens beter gaat.”

Resultaat

Het resultaat van de adviesreis was een actielijst met ongeveer twintig punten. Advies geven aan de leden was één van de speerpunten. „Onze taak was het proces begeleiden en vragen stellen. Ik ben er trots op dat ze de actielijst zelf hebben samengesteld. Aan iedere actie werd een eigenaar gekoppeld. Ook de zaadwasmachine is onderdeel van de lijst geworden. Ik ben benieuwd naar wat er uiteindelijk

allemaal opgepakt zal worden.” Afgesproken is om één keer per kwartaal contact via Skype te hebben met de lokale Agriterra-bedrijfsadviseur en de manager van de afdeling.

„Naar mijn idee is Agriterra ook een soort detacheerder”

Van der Veen hoopt dat collega's van AB Vakwerk ook de kans krijgen voor Agriterra op pad te mogen. „Het is mooi om iets door te geven en mensen te prikkelen. Je hoopt dat ze een paar dingen die je in zo'n week bespreekt oppakken. Ik denk dat AB Vakwerk veel mensen heeft die wat kunnen toevoegen. Het levert werkervaring op en dat is de mooiste ervaring die er is.”

FACT-methode in Nepal succesvol

Agriterra heeft de FACT-methode ontwikkeld voor een effectievere belangenbehartiging en lobbytrajecten door en voor landbouworganisaties. Deze methode helpt de organisaties met het maken van door leden gedragen beleidsvoorstellen waarmee de overheid onder druk wordt gezet meer te investeren in ontwikkeling van de landbouw en het platteland. In Nepal blijkt de FACT-methode zeer succesvol.

Nepal Agricultural Cooperative Central Federation Limited (NACCFL) is een landelijke federatie van 750 landbouwcoöperaties met een totaal bereik van zo'n 750.000 huishoudens als leden. Central Tea Cooperative Federation (CTCF) is een landelijke federatie van 92 theecoöperaties met 5.721 huishoudens als leden.

NACCFL en CTCF zijn de grootste coöperatienetwerken in Nepal. De Nepalese overheid vindt de

inbreng van NACCFL en CTCF bij strategische besluitvorming, beleidsontwikkeling en het opstellen van begrotingen gerelateerd aan de landbouw en de coöperatieve sector waardevol.

Agriterra werkt nu vier jaar samen met NACCFL en CTCF. Vorig jaar was er vooral aandacht voor de invoer van de FACT-methode. De twee federaties hebben in 2016 samen met hun leden geprofiteerd van de toepassing van deze methode omdat zij daarmee toegang hebben gekregen tot overheids-subsidies en het beleid hebben kunnen beïnvloeden. Zij kregen onder meer geld voor een multifunctioneel centrum, een irrigatiesysteem, een rijstverwerkingsinstallatie en een theekwekerij. Deze bijdragen kwamen van het ministerie van landbouw, een jonge-ondernemersfonds en lokale overheden. De federaties kregen niet alleen

financiële ondersteuning, maar ook technische ondersteuning en trainingen. Bovendien erkent de overheid in NACCFL een belangrijke stakeholder en discussiepartner voor het ontwerpen van nieuwe wetgeving rondom coöperaties. CTCF heeft bij de overheid een aanvraag ingediend om in aanmerking te komen voor vrijstelling van douanerechten.

Boerenleiders

Telkens weer eisen de boerenleiders hun plek op aan de onderhandelingstafel. Besluiten over de landbouw worden echter vaak zonder hen genomen. De FACT-methode helpt de boerenleiders daar wat aan te doen en ledenconsultatie staat daarbij centraal. Meningingen en problemen verzameld en besproken tijdens dorpsbijeenkomsten door het hele land worden gesystematiseerd en met inbreng van deskundigen omge-

zet in concrete en goed onderbouwde beleidsvoorstellen. Dit zorgt ervoor dat standpunten van boerenleiders daadwerkelijk zijn gebaseerd op belangen en behoeften van de leden en zij daardoor een veel sterkere positie verwerven aan de onderhandelingstafel met de overheid.

Dan kunnen zij oplossingen aan-

dragen voor de problemen die de boeren hebben. Dankzij de FACT-methode vindt er daadwerkelijk boerenparticipatie in beleidsontwikkeling plaats en die is per definitie effectief.

Agriterra werkt nu vier jaar samen met NACCFL en CTCF in Nepal.



Sustainable Sourcing Event 2017



'Let's make a deal!'

De Small Farmers Big Deal-campagne van Agriterra verbindt boerencoöperaties uit ontwikkelingslanden met Nederlandse agri(food)ondernemers. De bedrijfsadviseurs van Agriterra treden hierin op als een makelaar tussen het Nederlandse bedrijfsleven en de boerencoöperatie. Doel is nieuwe business deals te sluiten en agriproducten van deze boerencoöperaties in te kopen. Agriterra wil met deze campagne laten zien dat professionele boerencoöperaties kunnen zorgen voor een duurzame, stabiele relatie en toevoer van primaire producten. De slogan van de campagne is dan ook: 'Let's make a deal!'



www.smallfarmersbigdeal.com
[@sfarmersbigdeal.com](https://twitter.com/sfarmersbigdeal)

Innovatieve inkoopconcepten voor agri & food

In het kader van de Small Farmers Big Deal-campagne organiseert Agriterra op 29 mei in het Mauritshuis in Den Haag het Sustainable Sourcing Event. Dit jaar slaat Agriterra de handen ineen met Initiatief Duurzame Handel (IDH) en Solidaridad.

Er is een inspirerend programma ontwikkeld vol praktische tools voor iedereen die agri(food)-producten van (coöperatieve) smallholders en boeren importeert of daar geïnteresseerd in is. Op het Sustainable Sourcing Event komen koplo-

pers uit het groot- en MKB-bedrijf, non-profits en beleidsmakers bijeen om praktijkervaringen en tips & tricks te delen over winstgevende, duurzame en sociale inkoop uit het buitenland. Steeds meer bedrijven gaan directe relaties aan met toeleveranciers uit ontwikkelingslanden vanuit ecologisch, economisch en sociaal oogpunt. Een groeiende groep consumenten wil weten waar hun producten vandaan komen; als bedrijven 'sourcen' van boerencoöperaties kopen ze niet alleen een product, maar ook een

'verhaal'. Meer en meer Nederlandse verwerkers kiezen daarvoor.

Tijdens diverse workshops wordt dieper ingegaan op de praktische uitdagingen die bedrijven ondervinden bij internationale inkoop en waar de kansen voor verduurzaming liggen in samenwerking met boeren en hun organisaties. Ook worden ervaringen over publiek-private samenwerking uitgewisseld en hoe de Nederlandse overheid actief kan bijdragen aan het benutten van marktkansen op de verduurzaming van inkoop.

Kennis en ervaring van bedrijfsadviseurs

De campagne publiceert interviews met bedrijfsadviseurs van Agriterra op haar website en deelt dit op Social Media. In de interviews geven de adviseurs informatie over de landen waar Agriterra werkzaam is en hoe je als bedrijf zaken doet in opkomende economieën. Daarnaast wordt er elke maand een adviseur uitgelicht die twittert via het account van Small Farmers, Big Deal.

Indonesië

Richard van der Maden, bedrijfsadviseur Indonesië: „Agriterra kan elke stap van het maken van een 'business deal' met een coöperatie faciliteren. Wie verzorgt de verpakking van het product? Welk deel hiervan doen we in de regio en welk deel in Nederland? Hoe gaan we om met de logistieke vragen zoals het vervoeren van producten van het binnenland naar de lokale haven? Wij kunnen bijvoorbeeld helpen met uitzoeken welke export- of douanevergunningen nodig zijn. We evalueren elke stap met onze Nederlandse partner, want pionieren zal altijd deel uitmaken van dit soort overeenkomsten. Als alles volgens plan loopt, kunnen we een 'business deal' optekenen. Naderhand zal Agriterra de boerencoöperatie blijven coachen en begeleiden.”



Why are farmer coops in developing countries essential for Dutch food processing companies? @rvdmaden explains: bit.ly/2ie3n3K



Bolivia

Ninoska Gonzáles Herrera, bedrijfsadviseur Bolivia: „Door onze uitgebreide 'scoping' en bedrijfsanalyse werkt Agriterra alleen samen met erkende, financieel gezonde en capabele regionale boerencoöperaties. Wij versterken hun bestuurlijke en zakelijke vakkundigheid wat hen voordelen oplevert. Het merendeel van de coöperaties die Agriterra begeleidt heeft ruime ervaring met het exporteren van hun producten, wat bewijst dat ze betrouwbare partners zijn voor Europese en Amerikaanse bedrijven.”



Quinoa, Alpaca Wool, organic chocolate... Why are Bolivia's agri-products so incredibly on trend? Ninoska explains! tinyurl.com/z9ttpej



Nepal

Bertken de Leede, voormalig bedrijfsadviseur Nepal: „Een voorbeeld van ons werk om thee-export te promoten is onze samenwerking met MAAS, een Nederlands bedrijf gespecialiseerd in koffie- en theemachines. MAAS was geïnteresseerd in het inkopen van een exclusief theemerkt, rechtstreeks van Nepalese boeren, voor hun exclusieve premium segment. Agriterra koppelde MAAS aan Tinjure, een coöperatie in het oosten van Nepal die gespecialiseerd is in het verbouwen van thee. Zij begonnen twee jaar geleden zelf hun eigen thee te bewerken, maar waren ver verwijderd van reguliere logistieke kanalen. Zonder Agriterra had MAAS waarschijnlijk nooit deze thee-coöperatie gevonden.”



Why is the underdeveloped agri-export sector in Nepal an opportunity, not a problem? Bertken de Leede explains: tinyurl.com/z752oyu



Biologische premium koffie uit Aceh moet uniek worden

Permata Gayo oftewel 'de Juwelen van Gayo' is in 2006 geregistreerd als koffiecoöperatie en heeft momenteel ruim 3.000 leden. Dit zijn koffieboeren uit de regio Bener Meriah in de provincie Aceh in Indonesië. Ze verbouwen premium biologische Arabica koffie.

Koperasi Permata Gayo (KPG) kreeg een Fairtrade certification in 2008 en een Rainforest Alliance certification in 2010. De koffie van KPG, met een wat zoete en aardse smaak en een vleugje groene peper en donkere walnoot, wordt steeds populairder. KPG exporteert 50 procent van zijn koffie naar de Europese markt en de andere 50 procent naar de Verenigde Staten.

Shikin Mandago Armia is de zoon van een koffieboer en geboren en getogen in de Gayo-regio. Hij werd in 2009 gevraagd om KPG te leiden als General Manager. Sindsdien groeit de coöperatie gestaag en weet deze een stabiel aantal internationale kopers aan zich te binden.

Helaas vallen de oogsttijden van de koffie samen met het regenseizoen in Aceh. De koffiebonen kun-

nen daarom lokaal niet worden gedroogd en worden per vrachtwagen naar Medan getransporteerd om daar te drogen, een afstand van 600 kilometer. Door dit lange droogproces kunnen schimmels de koffie aantasten en de smaak verslechteren.

Zelf drogen

De coöperatie stelde een plan op om de koffiebonen in Bener Meriah te kunnen laten drogen door daar zelf overkappingen en droogvloeren te bouwen. De kwaliteit van de koffie en KPG's marktpositie wordt hierdoor verbeterd.

Ook zijn er plannen voor een werkingsfaciliteit. Hiervoor is al een flink stuk grond aangekocht. Uiteindelijk is in totaal een investering nodig van 250.000 euro.

Om een begin te maken is de KPG



KPG haalde in februari 2016 met crowdfunding via Agriterra en ABN AMRO 25.000 euro bij elkaar.

in februari 2016 erin geslaagd om met crowdfunding via Agriterra en ABN AMRO 25.000 euro bij elkaar te krijgen. Dit geld wordt gebruikt voor het bouwen van zes overkappingen voor het drogen van de koffiebonen.

Armia: „Van het resultaat van de crowdfundingactie is een droogvloer van 588 vierkante meter aangelegd; een andere droogruimte van maar liefst 3.800 vierkante meter is ook al gereed. Ook is er 42 vierkante meter betonvloer gelegd. De assemblage van de metalen delen gebeurt in Medan en wordt daarna naar Bener Meriah getransporteerd.”

Naast een toekomstige overkapping of luifel is al 36.000 vierkante meter geschoond voor nieuwe droogvloeren. Armia werkt momenteel aan

externe investeringsopties. Op dit ogenblik is 32.000 dollar aangevend via interne KPG-bronnen

huidige droogproces. In de periode 2015-2016 had KPG een productie van Premium special grade koffie

„Via crowdfunding is een droogvloer van 588 vierkante meter aangelegd”

voor verhoging van de productiecapaciteit van de droogruimte. Dit jaar gaat KPG nog eens 30.000 dollar investeren om de totale productiecapaciteit te verhogen met 1 container, dat is 18 ton per maand.

Grootse toekomstplannen

Armia vertelt trots over zijn ambitie om Premium special grade koffie te produceren die de reputatie van Sumatraanse koffie eer aandoet. De grootste bottleneck is nog altijd het

van slechts 600 kilo per week. Met de hulp van lokale overkappingen en droogvloeren kan dit stijgen tot maar liefst 10 ton per maand.

KPG is van plan om de grootste koffieverwerkingsfaciliteit in Bener Meriah te bouwen en treft voorbereidingen voor onderzoek naar verdere ondersteuning van de special grade koffie. Die koffie moet KPG uniek maken en zich ruim onderscheiden van andere koffie-exporteurs.

Hartelijk bedankt!

Ieder jaar weer ontvangt Agriterra donaties van mensen die de projecten van Agriterra een warm hart toedragen. Om te zorgen dat dit geld goed terecht komt, selecteert Agriterra jaarlijks een aantal projecten die deze donaties goed kunnen gebruiken.

Soms heeft een coöperatie net even een steuntje in de rug nodig.

Bijvoorbeeld als het lastig is voor hen om financiering te vinden tegen redelijke leningsvoorwaarden.

Langs deze weg wil Agriterra alle donateurs graag hartelijk danken voor hun financiële steun. Via www.agriterra.org houden we iedereen op de hoogte van de projecten waaraan gedoneerd is.

Een nieuwe fabriek en een festival

Manager David Muwonge van Nucafe (National Union of Coffee Agribusinesses and Farm Enterprises) uit Oeganda sprak onlangs in Rotterdam op het congres 'Geodata for Inclusive Finance and Food'. Ook bracht hij een bezoek aan Agriterra.

Nucafe is een voormalige klant van Agriterra. Tussen 2010 en 2014 begeleidde Agriterra Nucafe in de voorbereidende fase van de bouw van een koffie fabriek.

Volgens Muwonge leverde deze samenwerking de unie veel op. Belangrijkste daarbij was het ontwikkelen en uitwerken van een goed businessplan. Dat was een echt omslagpunt. „The implementation of the business plan brought us to the next level.”

Via trainingen en advies van Nederlandse agripoolers werd het plan bij Nucafe geïmplementeerd. Een belangrijk onderdeel van het advies was om de organisatie op te splitsen in een 'verenigings-tak' voor de lobbytaken en een 'business-tak' voor het verwerken en verkopen van de koffie.

Grote vraag aan Muwonge is natuur-

lijk: hoe gaat het nu met Nucafe? Hij kan hierop gelukkig positief antwoorden. Het aantal coöperaties dat zich bij de inmiddels grootste koffie-unie van Oeganda aansluit, groeit nog steeds. Ze hebben momenteel 198 ledenorganisaties, die samen meer dan 200.000 huishoudens vertegenwoordigen. Muwonge vertelt trots over de trainingen en services die ze hun leden bieden. De ene coöperatie heeft hulp nodig bij het management of de marketing, de ander wil informatie over hoe de koffie te planten, irrigeren of bemesten.

Wereldwijde verkoop

Zowel in Oeganda zelf als wereldwijd wordt er steeds meer koffie van Nucafe verkocht. Hun website heeft een professionele uitstraling en trekt daarmee klanten aan uit

Duitsland, Italië en Zuid-Korea. Muwonge hoopt dat er naar aanleiding van zijn bezoek ook Nederlandse bedrijven geïnteresseerd raken in de Oegandese koffie.

Koffiefestival

Nucafe organiseerde de afgelopen twee jaar het 'National Coffee Festival' in Oeganda. Dit festival trok meer dan 5.000 deelnemers aan, waaronder koffieboeren, beleidsmakers, exporteurs, financiële

instellingen en agrarische organisaties en bedrijven.

Ook jongeren waren massaal aanwezig. Voor hen is het aantrekkelijker om een festival te bezoeken dan bijvoorbeeld een congres. De grote meerwaarde is dat iedereen tezamen komt op dezelfde plek. Er kunnen dus makkelijk contacten gelegd worden. Dit jaar zal er in november opnieuw een festival georganiseerd worden.

Daarnaast staat er voor dit jaar op

het programma om de nieuwe koffie fabriek officieel te openen. Deze is in 2015 gebouwd en kan koffie sorteren, drogen en branden. De fabriek is al in gebruik en er wordt koffie van het eigen merk 'Nucafe' geproduceerd.

Andere noemenswaardige ontwikkelingen zijn het openen van een koffiewinkel in de hoofdstad Kampala en de uitbreiding van de zogenaamde 'hubs', plaatsen waar de koffie wordt ingenomen en van de buitenschil wordt ontdaan, alvorens het naar de centrale opslag wordt vervoerd.

Helaas heeft de unie het advies van Agriterra om de organisatie op te splitsen in twee verschillende taken nog niet opgevolgd. Volgens Muwonge is dat te ingewikkeld in verband met fiscale wetgeving.

De tijd zal het leren, maar als Nucafe een duurzame speler in de koffieketen wil worden, zullen ze er uiteindelijk niet aan ontkomen een goede bedrijfsstructuur op te zetten die vertrouwen wekt bij de handelaren en de financiers. Wordt vast en zeker vervolgd!



De nieuwe koffie fabriek wordt dit jaar officieel geopend.

Registratie bij Nepalese boeren

Akkerbouwer Henk Meijer uit Zeewolde is lid van de ledenraad van Cosun. Daar zag hij een advertentie waarin Agriterra een akkerbouwer zocht voor een opdracht in Nepal. Hij reageerde direct en in januari, gelukkig een rustige periode op zijn bedrijf, ging hij samen met Ron van Schaijk op reis. Van Schaijk is aangesloten bij Coopnet en al meerdere malen op pad geweest voor Agriterra.

„De opdracht was om uit te leggen hoe wij in Nederland teeltregistraties bijhouden en de resultaten in kleine studiegroepen bespreken. Dat sprak mij aan”, zegt Meijer. „Ik ben voor Aviko vier jaar actief geweest in China en heb daar mensen begeleid met het bewaren van aardappels. Ook in India heb ik een project gedaan via de Rabobank Foundation. Nu kwam dit op mijn pad.”

ook vooral door vrouwen. Tijdens de eerste training hadden de deelnemers geleerd: Wat ga je registreren en hoe? Die gegevens hadden ze allemaal bij zich en deze werden in groepen besproken en vergeleken met elkaar. Meijer: „Met de aardappelboeren keken we naar hun ingevulde gegevens en dan zag je: Hé, jij gebruikt 300 kilo chemicaliën en jij 600. Waarom is dat? Op die manier leren ze van elkaar.”

„De deelnemers vonden het geweldig dat ze een echte boer op bezoek kregen”

Het tweetal begon in Makwanpur. Daar vond een follow-up-training plaats voor akkerbouwers en melkveehouders met 70 procent vrouwelijke deelnemers. Dat komt omdat in Nepal veel mannen tien maanden per jaar in de bouw zitten in Dubai of Qatar. De zorg voor het gezin en de boerderij gebeurt dan

Meijer gaf ook een presentatie, waarin hij liet zien hoe zijn grootvader het deed, hoe hijzelf alles registreert en hoe de toekomst wordt. „Ik ben net als hen ook in een boekje begonnen. Nu doe ik alles op de computer.” Omdat hij veel weet van aardappelen, snapte hij precies waar de

boeren tegenaan liepen en kon hij praktische tips geven. „Ik adviseerde bijvoorbeeld om grover pootgoed te gebruiken. En dat het goed is om de sterkste planten uit je veld als pootgoed voor volgend jaar te gebruiken. En je oogst is beter als je je aardappelen niet altijd op hetzelfde veld plant, maar gewasrotatie toepast.”

„Ook kwam ik erachter dat sommige boeren al jarenlang hetzelfde bemestingsplan hanteren zonder dat ze grondonderzoek hebben gedaan”, vervolgt hij. „Het is echter belangrijk om ze in hun waarde te laten en ze tactisch een bepaalde kant op te sturen.”

Aan het eind van de training werd aan iedereen gevraagd: wat wil je komend jaar veranderen? Volgens Meijer is de nazorg en het blijven volgen van de deelnemers vreselijk belangrijk. „Ik zou zelf ook nog een keer graag erheen gaan om te zien of ze de tips hebben overgenomen en of de resultaten zijn verbeterd. Daarvoor doe je het uiteindelijk. Je moet hen iets aanreiken waar ze mee verder kunnen. Als de oogsten en de prijzen beter worden, dan hebben we wat bereikt.”

Leergierig

De deelnemers aan de tweede follow-up-training die Meijer en Van Schaijk gaven, waren leergierige theeboeren. „Zij maakten al kostprijsvergelijkingen zonder dat wij erom gevraagd hadden.”



Deze ‘lead-farmers’ geven de geleerde informatie zelf weer door aan hun achterban. Volgens Meijer een perfecte formule. „Met steun van Agriterra krijgen de boeren een goede basis. Ze moeten wel gemotiveerd zijn, anders werkt het niet. Dat zoekt Agriterra van tevoren wel uit. Er was slechts één deelnemer

die geen gegevens bij zich had. Die werd teruggestuurd.”

Teeltregistratie

Meijer kijkt positief terug op beide trainingen. „Teeltregistratie daar heeft iedereen wat aan. Vanuit de basis krijg je inzicht in je bedrijf en kun je het aansturen. Maar regis-

Ken de wensen van je markt

Een werkbezoek aan een coöperatie met een breed vraagstuk vraagt om een divers team waarin de leden elkaar goed aanvullen. De kunst is om taken en verantwoordelijkheden helder te verdelen. Jeen Nijboer (Rabobank) en Laurens Guelen (FrieslandCampina) gingen samen met Jasper Spikker (Agriterra) in Rwanda de uitdaging aan.

Beide Agripoolers bezochten een coöperatie van melkveehouders genaamd IAKIB. De vragen vanuit IAKIB waren: hoe kunnen we de kwaliteit van de ingezamelde melk verhogen; kunnen we zelf een verwerkingsunit opzetten en welke financiële, bestuurlijke en organisatorische stappen moeten we daar dan voor zetten?

De teamsamenstelling van Guelen, met ervaring in de melkveehouderij en zuivel, en Nijboer, met expertise binnen de melkveehouderij op financieel en organisatorisch vlak, bleek een gouden greep.

Samenwerking

Het werkbezoek zette al snel iets in gang: de ochtend na een bezoek van de mannen aan Blessed Dairies, de verwerkingsfabriek waaraan de coöperatie de melk levert, stond de manager daarvan al op de

stoep van de coöperatie. Om toch de relatie nog eens door te spreken. Een goed teken van professionaliteit, vinden de mannen.

„Als coöperatie moet je omvang hebben”

Toch ziet Guelen ook een risico: „De verwerkingsfabriek is goed georganiseerd. Er zit daar veel kennis over de zuivelmarkt en de verwerking van melk tot hoogwaardige zuivelproducten. We hebben de coöperatie dan ook geadviseerd een samenwerking te onderzoeken, bijvoorbeeld in de vorm van een joint venture. Dan moet je echter wel alert zijn op gelijkwaardigheid in de samenwerking. Een concrete, zichtbare discrepantie op dit

moment: de manager van Blessed Dairies rijdt in een 4x4, terwijl de voorzitter van de coöperatie op een brommer door het gebied rijdt.”

Het hele werkbezoek was erop gericht om de coöperatie aan een gestructureerde en professionele aanpak te laten proeven. In dit geval zelfs letterlijk. Het plan van de coöperatie om verse (gepasteuriseerde) melk te gaan verkopen heeft nogal wat voeten in de aarde en brengt forse investeringen met zich mee, met name in de koelketen. Dat ligt moeilijk omdat de stroomvoorziening vaak onbetrouwbaar is. Mede daardoor wordt bijna alle melk nu verkocht als lang houdbare melk.

Er werd besloten tot een test met bestuur en management van de coöperatie. Tijdens de afsluitende bijeenkomst werden drie verschillende soorten melk getest: lang houdbare volle en halfvolle melk en in huis gekookte melk. De melk werd blind geproefd en gewaardeerd met een smaakscore. De zes Rwandese bestuursleden bleken de gekookte melk, zoals die nog veel wordt geconsumeerd door de melkveehouders en lokale bevolking, het lekkerst te vinden. De test maakte duidelijk dat je niet

zomaar een product in de markt kunt zetten; verse maar gepasteuriseerde melk gaan verkopen terwijl de consument de voorkeur geeft aan gekookte melk met de vertrouwde smaak. Je moet de wensen van je markt goed kennen om succesvol te zijn.

Ledenbasis verbreden

Het belangrijkste advies dat Nijboer en Guelen hebben achtergelaten, is de uitbreiding van de ledenbasis. Momenteel is slechts 10 procent van de ondernemers die

melk aanleveren, lid van de coöperatie. Dit heeft vooral te maken met de ledenstop die enkele jaren geleden is ingevoerd, toen de coöperatie na een moeilijke tijd een doorstart maakte.

Wil IAKIB groeien en een verwerkingsfaciliteit starten, dan betekent dat ook meer risico en moet er een bredere ledenbasis komen. Want, zo stelt Guelen treffend: „Succes laat zich makkelijk verdelen, maar als coöperatie moet je omvang hebben om je voor te bereiden op tegenslag.”



Je kunt niet zo maar een product in de markt zetten, bleek uit een smaaktest.

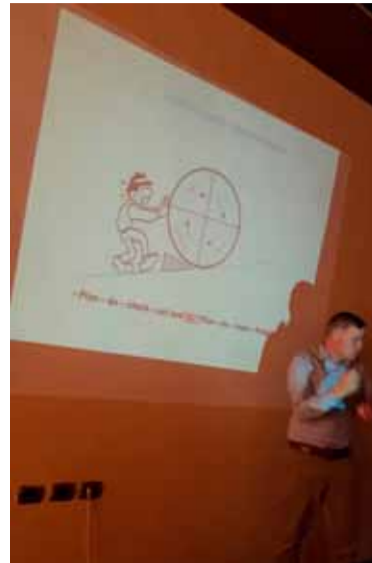


tratie is slechts een begin. Ik vond het bemoedigend dat ze oprecht geïnteresseerd waren. De deelnemers vonden het geweldig dat ze een echte boer op bezoek kregen. Ik denk dat een combinatie van een praktisch iemand met een adviseur met een financiële achtergrond perfect is.”

Henk Meijer bracht ook een middag met de boeren in het veld door.

Prioriteiten aanbrenge

De optimale opbrengst genereren voor de leden van de coöperatie. Robbert Rothkrantz doet dit al jaren voor FrieslandCampina als financieel directeur coöperatieve zaken. Afgelopen winter vertrok hij naar Ethiopië om melkveecoöperatie Ada'a hiermee te helpen. „Of je nou in Ethiopië of in Nederland bent, het principe is hetzelfde. Alleen de cijfers en aantallen zijn wat kleiner.”



Robbert Rothkrantz adviseerde melkveecoöperatie Ada'a in Ethiopië over het optimaliseren van opbrengsten.

digde onderdelen gaat bestellen. Dat laatste is belangrijk, vindt hij. „Ik zag dat niet alle adviezen van mijn voorgangers waren overgenomen. Misschien is het mijn directe en ongeduldige aard, maar ik heb meteen aangegeven dat ik als ik terug kom in Ethiopië, ik minstens wil zien dat de gaten in de vloer gedicht zijn. Dat is een kleine moeite en het geeft grote winst voor de veiligheid en hygiëne.”

Hoewel de bereidheid om mee te werken groot was, heeft Rothkrantz zijn twijfels of het de mensen lukt om op eigen kracht in de actiemodus te komen. Daarom is bege-

„Ik kon meteen monitoren hoe het ervoor stond met eerdere adviezen”

Niet dat Rothkrantz het niet spannend vond om naar Ethiopië af te reizen. „Ik zou eerst in oktober gaan, maar dat moest worden uitgesteld door politieke onrust. Voor mij was het de eerste keer dat ik naar een land ging waar dit soort dingen spelen.”

Hij was dan ook blij dat Hailat Bethane, de lokale medewerker van Agriterra, hem opving. Dat voelde veilig, maar gaf ook een extra dimensie aan het bezoek. „Ik heb ook een grote Nederlandse melkveehouder kunnen opzoeken en helpen. En ik werd uitgenodigd om mee te gaan naar een Ethiopische bruiloft. Dat illustreert hoe gastvrij de mensen daar zijn.”

Ada'a is een kleine coöperatie van melkveehouders die veel moeite heeft om stabiele inkomsten te genereren voor de leden. Dankzij de scherp geformuleerde opdracht door Agriterra konden Rothkrantz en zijn collega's echt met oplossingen komen.

Een bestuurder en twee marketing-experts van FrieslandCampina gingen Rothkrantz voor in een bezoek aan Ada'a. „Ik kon daarom meteen monitoren hoe het ervoor stond met eerdere adviezen. Ook heb ik prioriteiten aangebracht en aangegeven welk probleem het belangrijkste was om eerst aan te pakken.”

Zo constateerde hij dat de grootste belemmering was dat er onvoldoende reserveonderdelen waren voor de verwerkingsinstallatie. Daardoor lag de productie vaak stil en liep de coöperatie veel inkomsten mis. Rothkrantz maakte een lijst van belangrijkste onderdelen, spoorde een producent op en vroeg offertes op bij de Belgische fabrikant die de onderdelen kan leveren.

Actie/reactie

Door naast het advies ook werkelijk deze eerste stap te zetten, maakte Rothkrantz de kans groter dat de coöperatie ook werkelijk de beno-

leiding vanuit het Ethiopië-team van Agriterra-bedrijfsadviseurs van belang. Daarnaast vind hij het belangrijk om nog eens terug te gaan. En als het dan tegenvalt met de resultaten, dan moeten daar consequenties aan verbonden worden.

Aan het enthousiasme bij FrieslandCampina zal het in ieder geval niet liggen, want met de blogs en presentaties die Rothkrantz maakte om zijn ervaringen te delen, heeft hij heel wat collega's nieuwsgierig gemaakt.

Kennis delen in Zuid-Amerika

Landbouwkundig ingenieur Felipe Gómez de Valenzuela geeft al elf jaar leiding aan de Federatie van agrarische coöperaties in Aragón, een regio in Noord-Spanje. De federatie vertegenwoordigt 160 landbouw- en veeteeltcoöperaties met meer dan 40.000 leden, werkzaam in 14 sectoren. Gómez de Valenzuela zelf heeft twee bedrijven die zich wijden aan ecologische en conventionele extensieve teelt.

Gómez de Valenzuela is inmiddels vier keer op adviesreis geweest voor Agriterra, naar Peru en Bolivia. De adviesopdrachten hadden betrekking op het inrichten van voorlichtingsdiensten van coöperaties aan haar leden. De geadviseerde organisaties wijden zich aan de biologische productie van cacao, koffie, fruit, groenten, suikerriet en melk.

Leren van fouten

Gómez de Valenzuela is enthousiast over het feit dat hij zijn kennis kan delen met collega-coöperators in Zuid-Amerika: „Het idee om bij te dragen aan de ontwikkeling van coöperatieve bedrijven door het delen van kennis en ervaring is enorm aantrekkelijk voor iedereen die aan een coöperatie verbonden is. Het is niet alleen nuttig voor

degenen op wie wij ons richten, maar ook voor de agripooladviseur zelf, omdat het ons aanzet om ons opnieuw in onze eigen organisaties te verdiepen.”

„Ik denk ook dat de Europese coöperaties en hun leden eraan bij kunnen dragen dat collega-coöperaties in Latijns-Amerika een snellere ontwikkeling kunnen doormaken”, vervolgt hij. „In Spanje hebben we veel geleerd van de gemaakte fouten en wellicht kunnen wij eraan bijdragen dat anderen niet dezelfde fouten maken.”

Resultaten

Tijdens de workshops in Bolivia en Peru werden diverse onderwerpen behandeld, zoals efficiënte bedrijfsvoering, in- en verkoop, lobby richting landelijke politiek, communicatie met de achterban en



Een adviesreis is volgens Felipe Gómez de Valenzuela een goede manier om jezelf verder te ontwikkelen en bovendien feedback te ontvangen.

opleiding van de leden.

Volgens Gómez de Valenzuela zijn er zichtbaar resultaten behaald bij degenen die aan de verschillende trainingssdagen hebben deelgenomen.

„Hun inzicht en aanpak van de

problemen veranderde vrij snel. De deelnemers moeten echter nu binnen hun eigen organisatie veranderingen teweegbrengen en dat heeft tijd nodig. Voor mij is de toekomst iets waaraan je bouwt op een gestructureerde wijze. Een organi-

satie moet qua ambitie een duidelijke stip op de horizon hebben en moet vervolgens aan het werk gaan om dat te realiseren. Maar om de hele organisatie op één lijn te krijgen is het hebben van een gemeenschappelijk doel heel belangrijk.”

De nieuwe generatie

Agriterra is van mening dat investeren in jongeren de sleutel is tot een sterke en dynamische agrarische sector. Daarom besteedt zij veel aandacht aan deze doelgroep.



In gesprek met jongeren in Zambia.

ZAMBIA

Eind vorig jaar ging bedrijfsadviseur Nicole Sloot samen met Iris Bouwers, bestuurslid NAJK, naar Zambia om met coöperaties en hun jonge leden te praten over jongerenparticipatie. Doel was om het aantal jonge leden bij de coöperaties te vergroten, alsmede hun betrokkenheid. Jongeren zorgen voor een frisse wind binnen de coöperatie door hun kennis van en affiniteit met nieuwe technologieën en hun ondernemersmentaliteit. Via een jongerenraad kan er een platform worden gecreëerd om te netwerken, kennis uit te wisselen en een eigen agenda op te stellen.

„In Africa, the youth population is the highest. Their active participation will ensure food security and end poverty.”

Deelnemer aan het jongerenevenement in Zambia

TANZANIA

Deborah Touw, studente aan de HAS Den Bosch, voltooide haar stage bij Agriterra in het kader van jongerenparticipatie in de Tanzaniaanse landbouwsector en -coöperaties. Voor haar onderzoek bezocht zij verschillende coöperaties. Zij stelt dat er een verandering in de mind-set nodig is voordat coöperaties zullen inzien hoe de meningen en inbreng van jonge boeren van toegevoegde waarde kan zijn. Om dit te bereiken moet er worden gewerkt aan onderling vertrouwen, het delen van kennis, verkennen van afzetmarkten en het bijhouden van ledeninformatie. Ook het toepassen van technologie en ICT kan hierin een grote rol spelen; het overgrote deel van de jongeren beschikt over een telefoon met alle mogelijkheden van dien.



Jonge koffie 'agripreneurs' van coöperatie MVIWAMBI.

„From my experience, building strong farmer cooperatives is the future of our farming. Young farmers across the globe are the key to initiate this.”

Jeremiah Atuhairwe uit Oeganda



De jonge boeren die voor de Young Farmers Tour 2016 naar Nederland kwamen.

NEDERLAND

Als onderdeel van de Small Farmers, Big Deal-campagne is er in oktober 2016 een Young Farmers Tour georganiseerd, waarbij tien jonge *dairy potentials* uit verschillende landen zijn afgereisd naar Nederland. De jonge boeren schreven op de laatste dag een actieplan om bij terugkomst op hun boerderij mee aan de slag te gaan.

Deelnemer Iwan maakt deel uit van het bestuur bij coöperatie Saluyu in Indonesië en is goed op weg met het opzetten van een jongerenraad. De vier jonge boeren uit Oeganda hebben veel contact via WhatsApp om zo kennis uit te wisselen. Ze hebben een gestructureerd plan bedacht om op regionaal niveau een groep jongeren bij elkaar te brengen die plaats zullen nemen in een jongerenraad. Eén van hen is daarnaast bezig met het organiseren van een 'youth event'.



Op bezoek bij zuivelcoöperatie KPSP Saluyu te Kuningan.

INDONESIË

Bedrijfsadviseur Nicole Sloot en Kris Posthumus, vicevoorzitter van Friesland-Campina's jongerencommissie, gaven workshops aan coöperatiebestuurders om hen te wijzen op het belang van jongerenparticipatie. Ook bezochten ze zuivelcoöperatie KPSP Saluyu waar ze samen met bestuur en management een actieplan opstelden voor het opzetten van een jongerenraad. Inmiddels heeft Saluyu een selectie van jongerenraadsleden gemaakt, die nog in het tweede kwartaal van dit jaar een training krijgen. Vier andere coöperaties hebben aangegeven ook jongeren de ruimte te willen bieden om via een jongerenraad hun stem te laten horen. De workshop was een mooi startpunt en de daadkrachtige follow-up heeft zijn vruchten afgeworpen.