

RAPPORT SURINAME

1. AGROFOOD PROGRAMMA

a. Module II : marktonderzoek

2. TMIS Groente en Fruit

3. Verkenning Website/portal STS

Aan : H. Klunder , directeur CBI
: I. Redjosentono, Mgr. Research & Strategic Planning SBC
Ratan Kalka, Manager Business Support Services SBC
Philip Tjang A Tjoi, Beleidsadviseur LVV
Van : Jenna Wijngaarde, Hans Verhulst, Onno Roukens, CBI experts
Cc : I. Petri, project officer CBI
: P. Schotel, CBI sector expert



Suriname
15-18 januari 2013

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE	2
1 INTRODUCTIE	3
2 SAMENVATTING	5
3 RESULTATEN MISSIE	6
4 TRAINING MARKTONDERZOEK MENTOREN	8
5 TMIS SURINAME GROENTE EN FRUIT	9
6 AANBEVELINGEN.....	13
ANNEX 1: AGENDA SBC.....	14
ANNEX 2: QUICK ASSESSMENT INFORMATIEDIENSTVERLENING SBC	15
ANNEX 3: KAMER VAN KOOPHANDEL.....	18
ANNEX 4.2 MI MAPPING SURINAME	20
ANNEX 5. TENTATIEVE MISSIEPLANNING	21
.....	21

1 INTRODUCTIE

‘Je stopt hier iets in de grond en je ziet het gelijk groeien waar je bijstaat’

- Quote meerdere telers in Suriname

Inleiding – De Agro Food Incubator

De belangrijkste doelstelling op resultaatniveau van de Agro Food incubator is de kennis- en capaciteitsopbouw in de (voedsel)keten. Op lange termijn moet dit bijdragen aan het vermogen van Surinaamse producenten om voedingsproducten volgens internationale standaarden naar CARIFORUM en EU markten te exporteren.

Drie speerpunten kenmerken de Agro Food Incubator:

- a) Capaciteitsopbouw bij het Suriname Business Development Centre (SBC), de werkarm van het Suriname Business Forum, platform voor overheid, bedrijfsleven en kennis- en andere instituten in Suriname.
- b) Training en coaching programma voor 20-25 mentoren op het gebied van marktonderzoek, marktentree, markttoegangseisen en andere hieraan gerelateerde onderwerpen.
- c) Coaching programma voor een aantal Surinaamse bedrijven in de groente en fruitsector - uitgevoerd door de mentoren onder begeleiding van CBI experts ter voorbereiding van exporten naar EU en CARIFORUM markten.

CBI Project Team

De regievoering op de diverse aspecten in deze module is belegd bij de lokale expert Jenna Wijngaarde (jenna@rdp2.net). Zij wordt hierbij ondersteund door extern expert Hans Verhulst (hans@cedis.nl) en MI expert Onno Roukens (o.roukens@3xf.nl). Verantwoordelijkheid, coördinatie en strategie is belegd bij Directeur CBI en tevens landaccountmanager Suriname, Hans Klunder (hklunder@cbi.eu). Project Officer is Irene Petri (ipetri@cbi.eu).

Doelstelling

De doelstelling van deze marktintelligentie missie van de Agro Food Incubator is driedelig:

- 1) Het maken van een opzet voor een “tailored market intelligence systeem” (TMIS) voor groente en fruit in EU en CARIFORUM markten ter ondersteuning van de mentoren en bedrijven in het Agro Food programma.
- 2) Het komen tot een akkoord met het SBC of en hoe dit TMIS geïntegreerd kan worden in een regionaal marktinformatie portal, dat door Caribbean Export (CEDA – <http://www.carib-export.com>) gemanaged zal worden.
- 3) Kennisoverdracht aan een groep van 20-25 mentoren plus toehoorders over
 - a. Marktonderzoek – primair en secundair
 - b. Opstellen van importeursrapporten - “buyer reports”
 - c. Implementatie van marktintelligentie bij de begeleiding van bedrijven.

Activiteiten

Vorbereiding

- MI expert Onno Roukens leest de relevante documentatie over de Agro Food Incubator.
- Onno Roukens en extern expert Hans Verhulst overleggen met coördinerend expert Jenna Wijngaarde over het curriculum van het mentoren programma.
- Onno Roukens overlegt de aanpak voor de opzet van een TMIS voor het SBC met Hans Verhulst.
- Onno Roukens en Hans Verhulst stellen een agenda vast voor de bespreking met het SBC.

- Onno Roukens en Hans Verhulst zetten de trainingsmodule voor de mentoren op, inclusief een pre-seminar assignment en een opdrachtboek voor bezoek Fruit Logistica.

Uitvoering CBI missie 15 – 18 Januari 2013

- Besprekingen met het SBC op 16 en 17 januari (ochtend).
- Besprekingen met de KKF vertegenwoordigers en andere stakeholders over een marktinformatiesysteem voor Suriname.
- Trainingsmodule voor mentoren op 16-17-18 januari 2013 (16.00-20.00).
- Presentaties aan bedrijven van het AgroFood programma.
- Trainingsmodule voor mentoren op 16-17-18 januari 2013 (16.00-20.00).
- Bespreking met KLM, Kantoor Paramaribo over medewerking aan Module “Logistiek”

2 SAMENVATTING

:: Doelstelling missie

Van 15 t/m 19 januari is er een missie in het kader van het AgroFood Incubator programma uitgevoerd door CBI experts Hans Verhulst, Onno Roukens en Jenna Wijngaarde.

Belangrijkste doelstellingen van de missie waren:

- Een trainingsmodule over marktonderzoek voor de mentoren uit te voeren
- De mogelijkheden van een TMIS (Tailor made market information system) voor de groente en fruit sector met SBC en andere stakeholders te bespreken
- Een aantal presentatie te geven aan landbouwbedrijven over het programma en hun “buy-in” te verkrijgen.

:: Activiteiten

- Besprekingen met het SBC op 16 en 17 januari (ochtend).
- Besprekingen met de KKF vertegenwoordigers en andere stakeholders over een marktinformatiesysteem voor Suriname.
- Trainingsmodule voor mentoren op 16-17-18 januari 2013 (16.00-20.00).
- Presentaties aan producenten van het Tamanredjo, Commewijne op 16 januari 2013 en Coöperatie Kwatta op 17 januari 2013.
- Bespreking met KLM, Kantoor Paramaribo over medewerking aan Module “Logistiek”

:: Resultaat trainingsmodule

De kennis over en de vaardigheden van de mentoren in het opstellen van een onderzoeksplan en onderzoeksdoelstelling, het uitvoeren van desk research, het doen van primair onderzoek en marktonderzoek via de beurs zijn vergroot via de training. De mentoren kunnen nu actief marktonderzoek doen en daardoor bijdragen aan de inhoud van een op te zetten TMIS. Het bezoek aan de Fruit Logistica kan nu effectiever plaatsvinden.

:: Resultaat TMIS Suriname GF

In Suriname is behoefte aan een TMIS Suriname GF waarmee producenten / telers / exporteurs strategische beslissingen kunnen nemen over:

- Welke producten
- Welke buitenlandse markten en
- Welke afnemers er gekozen moeten worden
- Hoe een concurrentievoordeel te behalen.

:: Resultaat presentaties aan bedrijven

Verdeeld over 2 presentaties zijn een 50-tal producenten geïnformeerd over het doel en inhoud van Agrofood programma. De producenten hebben de zorgpunten waarmee de Surinaamse tuinbouwsector zit, aangekaart. Een 10-tal producenten hebben hun e-mailadres genoteerd en hen is een aanmeldformulier gemaild.

:: Vervolg

Conclusies van dit rapport worden op 6 februari voorgelegd en besproken met Programma manager CBI. Deze zal op basis van de aanbevelingen van de experts en input van SBC een besluit nemen over het vervolg van deze identificatiemissie voor een TMIS Groente en Fruit Suriname.

3 RESULTATEN MISSIE

"If you have an apple and I have an apple and we exchange these apples then you and I will still each have one apple. But if you have an idea and I have an idea and we exchange these ideas, then each of us will have two ideas." (George Bernard Shaw)



Tabel 2.1 toont de geplande resultaten en de status na afloop van de missie.

Tabel 3.1 Missieresultaten en status

GEPLANDE MISSIERESULTATEN	STATUS NA MISSIE
1) Training marktonderzoek mentoren De groep mentoren heeft nieuwe kennis op het gebied van marktonderzoek en marktselectie. Bovendien is de groep in staat om zelfstandig een marktonderzoeksplan en een importeursrapport op te stellen dat gebruikt kan worden voor een exportaudit en voor verdere begeleiding van bedrijven binnen de Agro Food Incubator.	:: 100% behaald Nieuwe kennis is overgedragen via een interactieve training van de volgende onderwerpen: • Opstellen onderzoeksplan en doelstelling • Uitvoeren van desk research • Doen van primair onderzoek en marktonderzoek via de beurs. De tailored PPTs en een op maat opdrachtenboek bieden een goede leidraad voor het onderzoeksplan en bezoek aan de beurs Fruit Logistica. Het ontwikkelde rapport format biedt een strak kader voor het zelfstandig vervaardigen van een importeursrapport.
2) TMIS Suriname GF Er is overeenstemming tussen het SBC en CBI over de ontwikkeling en aanpak van het MIS voor Suriname GF, de Agro Food Incubator, verwoord in een gezamenlijk rapport SBC/CBI.	:: 90% behaald Raamwerk over de ontwikkeling en aanpak van MIS Suriname GF op basis van 2 uitgebreide gesprekken tussen SBC en CBI is op papier gezet. Aanvullend daarop is een samenvatting verstrekt van de huidige ideeën TMIS Suriname GF aan plaatsvervangend bestuurslid Kenneth Foe A Man. Korte weergave van de huidige ideeën is gepresenteerd aan de KKF. Ze hebben graag het TMIS in hun beheer, maar wachten op het besluit van het CBI wie dit TMIS in beheer krijgt. Feedback van CBI landenmanager en SBC moet nog in plan worden verwerkt. Ook de samenwerking tussen de SBC, LVV en KKF moet nog geconcretiseerd worden.
3) Integratie TMIS en nationaal marktinformatie systeem Gescheiden voorstel van Onno Roukens voor: • Integratie TMIS in het regionale marktinformatie portal	Eerste ideerichting op papier gezet.

• Aanpak voor een nationaal marktinformatiesysteem voor Suriname	
4) Presentatie programma aan bedrijven • Presentatie doelstellingen Agrofood programma • Presentatie inhoud Agrofood programma • Discussie en eventuele aanmelding	Presentaties aan producenten van het Tamanredjo, Commewijne op 16 januari 2013 en Coöperatie Kwatta op 17 januari 2013 over het Agrofood programma zowel de doelstellingen als de inhoud. De producenten hebben hun zorgpunten m.b.t. kwantiteit en kwaliteit van het product, maar ook logistieke aangehaald. Een 10-tal producenten hebben belangstelling getoond in het Agrofood programma en hen is een aanmeldformulier gemaild.
NIET GEPLANDE MISSIERESULTATEN	STATUS NA MISSIE
3) Verkennende gesprekken over Module “Logistiek”	• Met landenmanager KLM Suriname Hr. Arthur Dieffenthaler en Marketing Manager Mevr. Bianca Blom is een principeakkoord bereikt over medewerking van KLM aan de trainingsmodule logistiek. KLM zal de inhoud en presentatie met Jenna Wijngaarde/Hans Verhulst verder bespreken.

4 TRAINING MARKTONDERZOEK MENTOREN

4.1 Belangrijkste observaties

De groep mentoren zijn 3 dagdelen getraind op:

- marktonderzoek vaardigheden via het Internet;
- houden van interviews;
- doen van marktonderzoek via beurzen.

Daarnaast hebben de mentoren als extra opdracht gekregen de kansen voor Suriname te vinden op de beurs en/of tijdens het interview met een importeur uit Miami. In de Annex van het rapport moeten de mentoren hun bronnen / experts weergeven inclusief relevant materiaal dat ze tijdens het beurs- en marktonderzoek tegenkomen. Ook de CBI experts die nog langs moeten komen zullen belangrijke input leveren voor het Buyer report.

Het gaat hier om vaardigheden waarbij 'coaching on the job' sessies een goede aanvulling zijn op de geplande activiteiten. De mentoren leveren zo een belangrijke eerste bijdrage aan het MIS Suriname GF. Ook kan er gekeken worden naar welke andere bijdragen ze kunnen leveren aan dit MIS.

4.2 Ideeën CBI support

Eerste ideeën:

- Coaching on the job van de mentoren.

4.3 Acties

Actie	Deadline	Verantwoordelijke
De mentoren moeten in groepjes van drie personen het Buyer report gaan invullen (zie dropbox voor Rapport Format inclusief suggesties voor vragen) en aanvullende kansen voor Suriname signaleren.	15 April	Mentoren onderverdeeld naar PMCs
Het bezoek aan de beurs Fruit Logistica speelt hierbij een belangrijke rol.		

5 TMIS SURINAME GROENTE EN FRUIT

De bespreking met SBC begint met het tonen van internationale best practices (Australië, Prochile, CBI, ...) en kwaliteitscriteria voor marktinformatie. Vervolgens hebben we het raamwerk van een MIS Suriname GF werkende weg ingevuld. De CBI consultant heeft vervolgens dit raamwerk verder uitgewerkt in de volgende paragraaf.

5.1 TMIS Suriname groente en fruit

EERSTE VOORZET MIS SURINAME GF (levend document)

Inleiding

In Suriname wordt nu al meer dan 20 jaar gesproken over een marktinformatiesysteem. In de agrarische sector hebben producenten / telers / exporteurs grote behoefte aan marktinformatie over buitenlandse markten waardoor ze strategische beslissingen kunnen nemen over bijvoorbeeld:

- Welke producten
- Welke buitenlandse markten (In EU, Caricom en Noord Amerika) en
- Welke afnemers er gekozen moeten worden en hoe te produceren.

Ook is de informatie nodig om de cruciale vraag te beantwoorden: 'Hoe een concurrentievoordeel te behalen'?

Niet alleen de agrarische sector maar ook de andere sectoren in Suriname (bijvoorbeeld de toerismesector) hebben grote behoefte aan buitenlandse marktinformatie. Daarnaast hebben de buitenlandse doelgroepen als investeerders en mogelijke buitenlandse kopers marktinformatie nodig over onder meer de sectoren in Suriname, de USPs, de bedrijven en 'How to do business in Suriname'.

5.1.1 Aanpak in fasen

Samen met SBC is besloten om een stap voor stap aanpak voor een MIS op te stellen. Op deze manier kunnen we klein beginnen, op korte termijn succes boeken en het project behapbaar houden. Daarnaast kunnen we dan zeer gericht per belangrijke klantengroep gaan werken. Zie ook de best practice van bijvoorbeeld www.austrade.gov.au

Fase 1:

Belangrijkste doelgroep voor het MIS zijn dan de Mentoren / Telers / Exporteurs / Sector organisaties / en de Ministeries in Suriname binnen de verse groente en fruit sector. Vers moet hier dan ruim opgevat worden, bijvoorbeeld verse groente en fruit verpakt voor bijvoorbeeld retail voor toeristen in de Caricom markt horen hier dan ook bij.

Fase 2:

Marktinformatie gericht op:

- Potentiële afnemers op de buitenlandse markten voor Surinaams groente en fruit
- Potentiële (buitenlandse) investeerders in groente en fruit in Suriname
- Verwerkers van groente en fruit in Suriname.

Fase 3:

Naast de groente en fruit sectoren worden dan andere prioriteitssectoren en markten in het Nationale MIS voor Suriname toegevoegd en de integratie met Carib-export portal vindt dan plaats.

Fase 1 is een ideale proeftuin om te leren hoe alles werkt en hoe met elkaar samen te werken. Als fase 1 min of meer afgerond is kan verder gewerkt worden met Fase 2 en 3.



5.1.2 Doel Fase 1

Het verschaffen van marktinformatie aan de stakeholders zoals de Mentoren / Telers / Exporteurs / Sector organisaties / en de Ministeries binnen verse groente en fruit sector in Suriname. In het bijzonder om strategische beslissingen over exportmarkten te kunnen nemen. Annex 4.1 geeft een eerste indruk van de marktinformatie behoefte en de mate van belangrijkheid van de informatiecategorie van deze stakeholders volgens SBC.

5.1.3 Strategische partners

Belangrijkste partijen Fase 1

De belangrijkste strategische partijen die met elkaar zouden moeten samenwerken om de content te produceren, te gebruiken en te verspreiden zijn:

- SBC/SBF
- LVV
- KKF
- Mentoren



Met de KKF hebben we op vrijdag een verkorte versie doorgesproken. Voorstel van de CBI expert is dat SBC, KKF samen met LVV dit plan doorspreekt en gaat vastleggen wat een ieders rol zou (kunnen) zijn.

Andere partijen

Overige partijen die zowel content kunnen gebruiken, produceren alsook verspreiden zijn:

- Vereniging van Surinaamse Groente en Fruit exporteurs
- Ministeries
- Ambassades
- Universiteiten
- KLM

Het werken met MOUs is een eerste stap maar daarnaast is veelvuldige communicatie tussen de partijen noodzakelijk.

Internationale partners / donoren

Mogelijke sponsors / donoren voor budget en content zijn:

- CEDA
- IDB
- CDE
- IACA
- CBI
- (Rabobank) / (KLM).....

5.1.4 Verzamelen, processen van marktinformatie

Uit de mapping blijkt dat het TMIS Suriname GF systeem behoorlijk van scratch af aan opgezet moet worden (zie Annex 4.2). De eerste ideeën over hoe en wie de informatie gaat verzamelen en processen zijn:

Mentoren

Binnen het mentoren programma kan veel nuttige en gedetailleerde informatie verzameld en verwerkt worden. Deze groepjes mentoren gaan gedetailleerde marktinformatie voor 8 à 9 PMCs verzamelen door interviews te houden met experts, bezoek aan de Fruit logistica en het doen van desk research. Daarnaast moeten de mentoren kansen voor Suriname signaleren en belangrijk fotomateriaal schieten. Ook kan er gekeken worden naar aanvullende MI activiteiten die de mentoren kunnen uitvoeren op korte en lange termijn.

MIS medewerker(s)

Een interessante optie is om te werken met minimaal twee (drie) personen (uit elke organisatie) die voor een halve FTE werkzaam zijn in dit project. Een profiel van een dergelijke medewerker staat hieronder weergegeven en geeft ook inzicht in de activiteiten die een dergelijk medewerker gaat leveren.

Belangrijkste competenties / criteria / vaardigheden MIS medewerker
1 Project management vaardigheden (planning, communicatie, motivator, team player ..)
2 Communicatie via het Internet • Schrijf vaardigheden voor het Internet / • Processing skills / 'loves to write' / editing en • Content management systeem vaardigheden
3 Primair en desk research vaardigheden (Internet vaardigheden, social media, interview vaardigheden, analytisch ..)
Overige competenties / criteria / vaardigheden
4 Talenknobbel (Nederlands, Engels, Spaans, Chinees? ...)
5 Minimaal twee jaar werkervaring en sector specifieke kennis

Het werken met in ieder geval twee personen zorgt voor een risico spreiding van knowledge drain mocht een persoon vertrekken naar een andere baan. De MIS medewerkers vervullen ook de functie van help desk. Een reden extra dat de MIS medewerkers ook de CBI trainingen volgen. Daarnaast kunnen stagiaires een belangrijk ondersteunende bijdrage leveren in de content ontwikkeling en de promotie.

Overige partijen

Andere interessante mogelijkheden om informatie te verzamelen en te verwerken zijn:

- Beurzen / missies (refereer aan best practice Proexport en de derde trainingsavond hoe marktonderzoek te doen op de beurs)
- Ambassades
- Consultants (lokaal als internationaal)
- Universiteiten.

Een belangrijk succes factor hierbij is dat het vooraf heel duidelijk moet zijn welke marktinformatie opgeleverd moet worden met een heldere TOR en sprekende voorbeelden. Daarnaast moeten de mensen getraind worden hoe het marktonderzoek uit te voeren. Om dit traject aan te sturen zijn kwalitatief goede MIS medewerkers noodzakelijk.

5.1.5 Verspreiden van MI

De marktinformatie wordt verspreid via meerdere kanalen:

- Online portal
- Alertering van nieuwe markt informatie via een customized E-Nieuwsbrief (ook via mobiel)
- Presentaties – meetings / KKF ondernemersavond – hands-on demo's en toegangcentra v.b. Landbouworganisatie

5.1.6 Integratie andere dienstverlening

Belangrijk hierbij is de integratie met andere dienstverlening: combineer de marktinformatie met een training en/of verwerk het in de consultancy. Marktinformatie is altijd ondersteunend. Met marktinformatie worden strategisch beslissingen genomen over

- Welke producten
- Welke markten
- Welke certificering
- Welke wijze van produceren
- Welke handelspartner en hoe te benaderen.

De belangrijkste klanten zoals de producenten en telers hebben naast de behoefte aan deze marktinformatie ook behoefte aan assistentie hoe de MI te interpreteren en bij het daadwerkelijk strategische keuzes maken.

5.1.7 Kwaliteits- en kennismanagement

Het kwaliteit en kennis management bestaat uit het werken met:

- Heldere TORs / templates / sprekende voorbeelden voor de marktinformatie producten
- Het werken met een experts / FAQ database en trainingsmateriaal (voor intern gebruik)
- Het opslaan en verspreiden van interessante websites en foto/video materiaal
- Een praktisch evaluatiesysteem: het meten van klanten satisfactie via een focus groep en later wellicht een online questionnaire
- Een instructie manual voor de MIS medewerker plus training (plus intro programma).

5.1.8 Financiën: benodigdheden, middelen, geschatte kosten

Belangrijkste posten staan hieronder weergegeven:

- Budget portal plus hosting plus promotie
- 1 / 1,5 FTE MIS medewerker(s) op minimaal HBO niveau
- Werken met 1 à 2 Stagaires
- Outsourcing van marktonderzoek: bijvoorbeeld outsourcen naar de mentoren en/of lokale Surinaamse consultant(s)
- Uitvoeren van aantal trainingen / voorlichtingen
- Uitvoeren van consultancy activiteiten

Online portal via kant en klaar website template

Een interessante optie zou zijn om eerst te werken met een al eerder voor het CBI ontwikkeld Word Press Template. Voordelen zijn dan dat er snel gehandeld kan worden en dat we het website traject in eerste instantie in eigen hand hebben. In een later stadium kan dan de website overgedragen worden aan een Surinaams web bedrijf inclusief de bijbehorende kennis en vaardigheden.

5.2. Ideeën CBI support

Eerste ideeën:

- Ondersteuning ontwikkelen en implementatie projectplan(nen)
- Ondersteuning ontwikkeling Internet plan portal en implementatie
- Ondersteuning bij ontwikkelen kwaliteit en kennis management
- Training HR bijvoorbeeld de MIS medewerker en geselecteerde mentoren (marktonderzoek / schrijven voor het web / ..)

5.3 Acties

Acties	Deadline	Verantwoordelijke
SBC bespreekt samen met KKF en LVV dit plan en vult waar mogelijk aan en gaat vastleggen wat een ieders rol zou (kunnen) zijn.	Voor volgende missie	Inez Redjosentono
CBI concretiseert in een volgende missie verder het raamwerk MIS Suriname GF met SBC, KKF en LVV (en???) en de verantwoordelijkheden van een ieder. Ook wordt gestart met een project plan.		Hans Klunder

6 AANBEVELINGEN

:: Aanbevelingen mentoren

- De mentoren moeten in groepjes van drie personen het Buyer report gaan invullen en aanvullende kansen voor Suriname signaleren. Het bezoek aan de beurs Fruit Logistica speelt hierbij een belangrijke rol. Learning by doing staat hierbij centraal.
- Een aanbeveling is echter om een aantal ‘coaching on the job’ sessies van de mentoren in te plannen
- De mentoren kunnen een belangrijke rol spelen bij het ontwikkelen en onderhouden van MIS Suriname GF.

:: Aanbeveling TMIS Suriname GF

- Een aanbeveling is om het MIS Suriname GF stap voor stap aan te pakken. In fase 1 alleen richten op Surinaamse producenten / telers / exporteurs en ministeries. Potentiële afnemers en investeerders op de buitenlandse markten en verwerkers van groente en fruit in Suriname worden in het TMIS opgenomen nadat fase 1 grotendeels is afgerond.
- SBC bespreekt samen met KKF en LVV de eerste ideeën voor het raamwerk en vult waar mogelijk aan en gaat bovendien vastleggen wat een ieders rol zou (kunnen) zijn binnen de organisaties.

:: Vervolg

- Bespreking SBC
- Bespreking met SBC, KKF en LVV
- Coaching on job mentoren
- Gesprek met overige partijen zoals bijvoorbeeld Universiteit, aan aantal exporteurs van de Vereniging van Surinaamse Groente en Fruit exporteurs ...
- Focus groep telers / producenten

:: Discussie CBI

Conclusies van dit rapport worden op 6 februari voorgelegd en besproken met Programma manager CBI. Deze zal op basis van de aanbevelingen van de experts en input van SBC een besluit nemen over het vervolg van deze identificatiemissie voor een TMIS Groente en Fruit Suriname.

ANNEX 1: AGENDA SBC

Datum: 16 en 17 januari
Tijdstip: 09.00 – 13.00
Aanwezig: Ratan Kalka
Kenneth Foe A Man (donderdagmiddag)
Vincent Sanrochman
Inez Redjosentono
Hans Verhulst
Onno Roukens

AGENDAPUNTEN

1 INTRODUCTIE

2 WARMING UP: BEST PRACTICES

- Presentatie
- Ideeën voor SBC

3 TMIS AGROFOOD INCUBATOR

1. Doel 'tailored' marktinformatie systeem AGROFOOD INCUBATOR
2. Informatieproducten: exporteurs, internationale partners, investeerders
3. Klanten en behoeften
4. Verzamelen, processen, bewaren en verspreiden van marktinformatie
5. Human Resource Management
6. Kwaliteitsmanagement
7. Kennismanagement
8. Partners en Donoren
9. Integratie met andere dienstverlening
10. Financiën: Benodigdheden, middelen, geschatte kosten
11. CBI ondersteuning
12. How to make this happen

4 INTEGRATIE TMIS IN REGIONALE MARKTINFORMATIE PORTAL (<http://www.carib-export.com>)

5 AANPAK VOOR NATIONAAL MARKTINFORMATIESYSTEEM VOOR SURINAME

6 WVTTK

ANNEX 2: QUICK ASSESSMENT INFORMATIEDIENSTVERLENING SBC

Organisatie	SBC
Representative	Inez Redjosentono
URL	www.surinamebusinessforum.org
Land	Suriname
Datum	januari 2013

1 INFORMATIE PRODUCTEN: EXPORTEURS, INTERNATIONALE PARTNERS, INVESTEERDERS

1.1 Welke marktinformatie (MI) producten biedt uw organisatie nu al aan (in volgorde van belangrijkheid)?

Antwoord: Er wordt momenteel vanuit SBC geen marktinformatie aangeboden

Wat zijn mogelijke verbeteringen: Sector specifieke marktinformatie

1.2 Aan wie biedt u deze MI producten nu al aan (belangrijkste klanten/ stakeholders en in volgorde van belangrijkheid)?

Antwoord: NVT

Wat zijn mogelijke verbeteringen: sector specifieke marktinformatie aan te bieden aan de sector stakeholders c.q.: organisaties / bedrijven / ministeries / instanties

1.3 Wat zijn uw toekomst plannen ten aanzien van de marktinformatie dienstverlening de komende 3-5 jaar, (in aanvulling op de PPT TOR MIS SBC)?

Vergemakkelijken / toereiken en toegang tot marktinformatie – sectorgericht
Bruikbaarheid gericht op overige sectoren – ook industrie en verwerking

1.4 Welke prioriteitssectoren en landen worden afgedekt door uw marktinformatie dienstverlening?

Antwoord: Geïdentificeerde groeisectoren naar CARIFORUM – EU landen en Noord Amerika

Wat zijn mogelijke verbeteringen: Uitbreiding tot One Single Window – OSW met meer gerelateerde diensten

Bespreekpunt tijdens bijeenkomst in januari 2013:

- Methode die gebruikt wordt om te prioriteren
 - Essentie en behoefte binnen de sector
- Toerisme?
 - Een MIS voor Toerisme past beter in de structuur van STS (Stichting Toerisme Suriname)

2 KLANTEN EN BEHOEFTE

2.1 Beschrijf hoe u de marktinformatiebehoeften van uw belangrijkste klanten in kaart brengt?

Antwoord: Behoefte nagaan binnen de gehele productieketen m.n. de landbouwers en landbouwersorganisaties – opkopers en exporteurs

Wat zijn mogelijke verbeteringen: Importcijfers van producten uit de potentiële afzetlanden aanbieden aan deze groep binnen de productieketen

Bespreekpunt tijdens bijeenkomst in januari 2013:

- Mapping, wie doet wat voor wie?
 - LVV en SBC doen de mapping obv de behoefte van de sector

3 COLLECTING, PROCESSING, STORING AND DISSEMINATING INFORMATION

3.1A) Hoe verzamelt en produceert u uw huidige MI producten?

Antwoord: NVT (nog niet verzameld)

Wat zijn mogelijke verbeteringen: de punten genoemd onder 1 en 2 (we start from “scratch”)

3.1B) Beschrijf het werkproces van hoe nu marktonderzoek gedaan wordt?

Antwoord: NVT

Wat zijn mogelijke verbeteringen: het MIS met diens voordelen voor de sector eerst communiceren naar de stakeholders en daarna via het doen van surveys.

3.2 Hoe verspreidt / vermarkt u de marktinformatie producten?

Antwoord: NVT (na implementatie MIS: communiceren middels Nieuwsbrief / media – presentaties – meetings / KKF ondernemersavond – hands-on demo’s en toegangcentra v.b. Landbouworganisaties)

Wat zijn mogelijke verbeteringen: specifieke informatie verschaffing via feedback van de organisaties

3.3 Hoe gebruikt u de social media in uw marktinformatie dienstverlening?

Antwoord: bekendmaken van de MIS middels deze media

Wat zijn mogelijke verbeteringen: voortgang / updates

Bespreekpunten tijdens bijeenkomst in januari 2013:

- Human resources: LVV en SBC
- Training and coaching needs: leren omgaan met de MIS en dataverzameling en verwerking
- Help desk

4 KWALITEIT EN KENNIS MANAGEMENT

4.1 Hoe evalueert u de kwaliteit van uw MI dienstverlening?

Antwoord: middels de wensen van de gebruiker – tussentijdse evaluatie

Wat zijn mogelijke verbeteringen: online forum en ook tijdens meetings met de landbouworganisaties aanhoren van hun ervaringen en informatie verschaffing van het MIS

4.2 Hoe past u kennis management toe gerelateerd aan de MI dienstverlening?

Antwoord: het op peil houden middels markt- en sectoranalyse verwerking in de MIS

Wat zijn mogelijke verbeteringen: het up to date houden van deze markt- en sectoranalyse

5 PARTNERS / DONORS

5.1 Welke externe partijen zouden mogelijk kunnen bijdragen aan uw Markt Informatie dienstverlening (Ministeries, Commercial Attachés, sector associaties, ITC,)?

- wat kan dan de bijdrage zijn: aanleveren van informatie en diensten tbv het MIS
- wat zijn de ideeën om samen te werken
 - concretiseren van MoU's met LVV – ABS – HI – Douane – FIN
 - ontwikkelen van de sectoren middels de MIS obv raakvlakken

5.2 Hoe schat u de kansen in om samen te werken met sponsors / donoren in het framework van markt informatiedienstverlening?

- Wat zijn mogelijke sponsors / donoren en wat zou hun bijdrage kunnen zijn
 - HI – LVV
 - CEDA
 - IDB
 - CDE

6 INTEGRATIE MET ANDERE DIENSTVERLENING

6.1 Beschrijf hoe de informatiedienstverlening geïntegreerd is met uw andere dienstverlening?

Antwoord: het verhogen en versterken van de concurrentie positie van de lokale private sector

Wat zijn mogelijke verbeteringen: dat het een tool / middel is dat gebruikt wordt voor het excelleren van onze bedrijven en export

7 FINANCE

7.1 Wat is het budget voor de marktinformatie dienstverlening inclusief de verspreiding via een portal voor 2013?

Antwoord: ter bespreking

Wat zijn mogelijke verbeteringen: samenwerking met donoren

Bespreekpunten tijdens bijeenkomst in januari 2013:

- Business model

ANNEX 3: KAMER VAN KOOPHANDEL

Datum: 18 januari
Tijdstip: 14.00 – 15.30
Aanwezig: Aniel Padarath
Joan van Ommeren
Rachel Perri
Priya Soechitram
Nancy S. Haynes
Henk Naarendorp
Jenna Wijngaarde
Onno Roukens

Website: <http://www.surinamechamber.com/> (en business directory inclusief exporteurs)

Agendapunten

1 Introductie organisatie

- Exporteur / Importeurs / Investeerders

2 TMIS Suriname GF: Samenwerking (SBC)

3 Nationaal platform Suriname

- De inzichten over het op te zetten TMIS zijn uitgewisseld.
- De KKF stelde dat ze de voorkeur geven aan het optreden als de exclusieve gesprekspartner voor het CBI betreffende de TMIS.
- De KKF heeft graag het beheer van het TMIS in handen, maar wacht op het besluit van CBI wie het beheer krijgt over het TMIS.
- De CBI experts hebben aangegeven dat de partijen in Suriname hierover een besluit moeten nemen, maar dat ze dit voorstel zullen bespreken met de landaccountmanager Suriname.

ANNEX 4.1 MI behoefte kernklanten TMIS SURINAME GF

Tabel I Marktinformatie behoefte en mate van belangrijkheid voor Surinaamse exporteurs / telers

Informatie categorie		Behoefte / Belangrijkheid High / Medium / Low	Opmerkingen
	1 Bedrijfsinformatie		
1.1	Buitenlandse buyers/ importeurs: Inclusief Requirements / Eisen PMC	High	
1.2	Buitenlandse company credit ratings	High	
1.3	Buitenlandse suppliers/producers	Medium	
1.4	Buitenlandse concurrenten	High	
	2 Business opportunities		
2.1	International trade opportunities	High	
2.2	International trade offers	High maar ...	Fase 2 eerst sector meer op orde
2.3	Buitenlandse investeerders	Fase 2	
2.4	Relevante development projects	Medium	Packing house, veiling system Lokaal in ontwikkeling
	3 Markt information		
3.1	Nationale markt reviews		Fase 2 met name voor buyers en investeerders
3.2	Buitenlandse markt reviews (Relevante Trade Structure / Trade channels, Trends, Markt Structuur :P/C/I/E)	High	
3.3	Binnenlandse Markt Prijzen	High	Maar is uitdaging, lvv
3.4	Marktprijzen buitenlandse markten	High	
	4 Logistiek		
4.1	Binnenlands distributie netwerk	High	
4.2	Buitenlands distributie netwerk	?	Meeste exporteurs FOB... rest is aan importeur
4.3	Transport (air, sea, road, etc.)	High	
4.4	Local storage	High	
4.5	Foreign storage (koel containers...)	?	
4.6	Free trade zones	High	
	5 Marketing		
5.1	Buitenlandse beurzen /exhibitions	Medium	
5.2	Marketing in buitenland	High / medium	
	6 Market access conditions		
6.1	Buitenlandse Douane procedures en documentatie	High	
6.2	Buitenlandse handelswetgeving en procedures	High	
6.3	Handelsakkoorden, beleid (internationaal)	High	
6.4	Technische standaarden / Kwaliteit cert. (environmental, social, health&safety...)	SUPER high	
6.5	National Douane procedures & documentatie	High	
6.6	National exports privileges	High	
	7 Landen Information		
7.1	Landen profielen	Medium	
7.2	Guides doing business abroad	Medium	Kort
7.3	Landen risico informatie	Medium / low	

ANNEX 4.2 MI MAPPING SURINAME

Tabel 2 Mapping afdekking / gedetailleerdheid van Informatie door relevante informatie aanbieders

- Gedetailleerdheid / afdekking: High / Medium / Low

Informatie categorie		Informatie aanbieder					
		1 SBC	2 KKF / VSB / ASFA etc.	3 Min. LVV / Min HI	4. Lokale Sector organisaties	5. CBI	6. Buitenlandse TPO's / Sector organisaties
1 Bedrijfsinformatie							
1.1	Buitenlandse buyers/ importeurs: Inclusief Requirements / Eisen PMC						High
1.2	Buitenlandse company credit ratings						Medium
1.3	Buitenlandse suppliers/producers						Medium
1.4	Buitenlandse concurrenten						High
2 Business opportunities							
2.1	International trade opportunities	Low	Low	Low - Medium		Medium	Medium
2.2	International trade offers	Low	Low				Medium
2.3	Buitenlandse investeerders		Low				Medium
2.4	Relevante development projects	Low		Low - Medium	Low		Low
3 Markt information							
3.1	Nationale markt reviews	Low - Medium	Low - Medium	Low - Medium		Low - Medium	Low - Medium
3.2	Buitenlandse markt reviews (Relevante Trade Structure / Trade channels, Trends, Markt Structuur :P/C/I/E))	Low - Medium		Low - Medium		High	Low - Medium
3.3	Binnenlandse Markt Prijzen			Low	Low*		
3.4	Marktprijzen buitenlandse markten						Low - Medium
4 Logistiek							
4.1	Binnenlands distributie netwerk				High		
4.2	Buitenlands distributie netwerk						High
4.3	Transport (air, sea, road, etc.)			High	High		High
4.4	Local storage				High		
4.5	Foreign storage						High
4.6	Free trade zones			High			High
5 Marketing							
5.1	Buitenlandse beurzen /exhibitions	Low - Medium	High			High	High
5.2	Marketing in buitenland			High			
6 Market access conditions							
6.1	Buitenlandse Douane procedures en documentatie					High	High
6.2	Buitenlandse handelswetgeving en procedures			High		High	High
6.3	Handelsakkoorden, beleid (internationaal)			High			
6.4	Technische standaarden /Kwaliteit cert. (environmental, social, health&safety...)			High		High	High
6.5	National Douane procedures & documentatie	Low - Medium	Medium	High			
6.6	National exports privileges			High			
7 Landen Informatie							
7.1	Landen profielen			Medium			Medium
7.2	Guides doing business abroad		Medium	Medium			High
7.3	Landen risico informatie		Medium	Medium			Medium

Toelichting: * = in op start fase. Ook gericht op de low-medium dekking bij SBC is rekening gehouden met het feit dat we vanuit een opstart fase werken.

ANNEX 5. TENTATIEVE MISSIEPLANNING

[illegible]

