

VLAM verkent Japan voor afzet groenten en varkensvlees

nieuws

De Japanse markt heeft veel potentieel voor de Belgische groente- en vleessector. Dat concludeert VLAM na zijn deelname aan voedingsbeurs Foodex in Japan begin maart. “Sinds de ingang van het Russische handelsembargo werd hard gezocht naar andere afzetmarkten. Het is immers duidelijk dat onze sectoren nood hebben aan meer marktdiversificatie. Japan kan zo’n markt zijn. Het is een mature markt die kwaliteitsvolle producten vraagt”, klinkt het. Met de slogan ‘Premium quality, perfect taste’ promootte VLAM er de troeven van de Belgische producten.

🕒 15 MAART 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:29

Lees meer over:

tuinbouw

voedingsindustrie



De Japanse markt heeft veel potentieel voor de Belgische groente- en vleessector. Dat concludeert VLAM na zijn deelname aan voedingsbeurs Foodex in Japan begin maart. “Sinds de ingang van het Russische handelsembargo werd hard gezocht naar andere afzetmarkten. Het is immers duidelijk dat onze sectoren nood hebben aan meer marktdiversificatie. Japan kan zo’n markt zijn. Het is een mature markt die kwaliteitsvolle producten vraagt”, klinkt het. Met de slogan ‘Premium quality, perfect taste’ promootte VLAM er de troeven van de Belgische producten.

Foodex is de grootste voedings- en drankenbeurs van Azië. De beurs trok dit jaar 77.000 bezoekers. Delegaties uit Italië, Spanje, Frankrijk, Duitsland en België waren er aanwezig om specialiteiten uit hun thuisland voor te stellen. “België pakte uit met een zeer professioneel landenviljoen dat tot stand kwam dankzij de goede samenwerking tussen Flanders Investment & Trade (FIT), Awex, Brussels Invest & Export en VLAM. Wij hadden er zowel voor groenten als voor vlees een stand. De versproducten waren alvast een opvallende aanwezige in het land van bier, chocolade en gebakjes”, stelt VLAM. Uit een marktonderzoek naar het potentieel van Japan als exportmarkt, uitgevoerd door FIT in 2014, blijkt dat voedingswaren uit onze contreien opgang maken in het land. “Maar toch is het geen evidente keuze, want het is een markt die stap voor stap moet aangepakt worden en waar hiërarchie en langdurige procedures standaard zijn. Maar eens je een

Japanse klant overtuigd hebt, zijn het trouwe lange termijnpartners”, stelt het rapport. Het land is ook zelf vragende partij voor invoer als gevolg van de veroudering van de landbouwbevolking en het verlies van landbouwareaal.

Momenteel zijn China, de Verenigde Staten en Zuid-Korea de belangrijkste leveranciers van verse groenten aan Japan.

“Onze bijdrage aan de Japanse groentemarkt blijft bescheiden. Al kende het aandeel wel een sterke groei in 2013 met een stijging van 18,7 procent in volume. In 2013 werden 368 ton verse Belgische groenten naar Japan geëxporteerd. Ze zijn vooral bestemd voor de horecasector, maar geleidelijk aan kan je ze ook terugvinden in de schappen van Japanse winkels”, weet VLAM.

Op de beurs was er veel interesse voor de productpresentatie van onder meer Belgisch witloof, knolselder, prei, spruitjes en schorseneren. “Deze groenten leverden heel wat verbaasde en geïnteresseerde reacties op. Vooral knolselder kon op veel bijval rekenen”, staat te lezen in het beursverslag. VLAM kon dankzij een Europese subsidie extra acties uitwerken op de beurs. Zo bereidden een aantal chefs gedurende de vier beursdagen hapjes met Belgische groenten met een Japanse twist. Vertegenwoordigers van Calsa, Demargo, Bel'Export, BelOrta en Veiling Hoogstraten gaven de geïnteresseerden meer uitleg.

Vlees haalt het land vooral uit de VS, Canada en Denemarken. Voor België is er slechts een heel beperkte rol weggelegd. Van de 1,35 miljoen toen varkensvlees die Japan jaarlijks invoert, komt slechts een 1.000-tal ton uit België. Dat is vooral bestemd voor de foodservice en verwerking. “Er is dus duidelijk nog ruimte om ons aandeel te verhogen”, zegt VLAM. Het was voor het Belgian Meat Office van VLAM dan ook de eerste keer dat het deelnam aan Foodex. Zes Belgische vleesleveranciers waren op de VLAM-stand aanwezig: Covameat/Comeco, Debra-Meat, Delavi, Jademo, Locks en Westvlees.

Ondanks het feit dat Belgian Meat Office in de aanloop van de beurs een ruime uitnodigingscampagne richting vleesaankopers lanceerde, kwamen er op de stand zelf minder bezoekers langs dan verwacht. “Toch blikten de bedrijven tevreden terug gezien de kwaliteit van de gelegde contacten”, luidt het. Toch lijkt het minder evident om met Belgisch varkensvlees voet aan de grond te krijgen in het land dan met groenten. Het typisch Belgische varken is bovendien niet helemaal in overeenstemming met de Japanse vraag. Men is er kleinere varkens gewoon, wat meteen ook het succes van Denemarken verklaart.

“Voor vlees wordt de markt ook beïnvloed door een combinatie van bodemprijzen en invoertaksen. Het vergt duidelijk een vertrouwensrelatie om voet aan wal te krijgen”, klinkt het. Om die reden zal Belgian Meat Office ook volgend jaar deelnemen aan deze beurs. VLAM is ervan overtuigd dat de flexibiliteit en het maatwerk dat de Belgische bedrijven kunnen leveren, beantwoordt aan een behoefte van de Japanners. Vandaar dat het ervan overtuigd is dat het land zeker kansen biedt voor België.

Beeld: VLAM

VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles


Contact


M • info@vilt.be


Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra