



Herstart agenda voor handelsbevordering post Corona

FoodTech Midwest, Verenigde Staten

Commissioned by NLinBusiness

**GLOBAL CHALLENGES,
DUTCH SOLUTIONS.**

Re-Start handelsbevordering FoodTech Midwest, VS

Een analyse van de impact van de coronacrisis, behoeften en actieagenda op basis van consultatie met bedrijven voor het herstarten van handel bevorderende activiteiten gericht op de FoodTech sector in de Midwest, Verenigde Staten.

Den Haag, 22.07.2020

Uitgevoerd door FME in nauwe samenwerking met Topsector Agri Food en NLinBusiness.



1. Achtergrond

Nederland is een vooraanstaand land als het gaat om het ontwikkelen, produceren en exporteren van innovatieve kennis en technologie voor de voedingsindustrie. Echter, als land met een hoge exportgerichtheid maakt dat we extra kwetsbaar zijn in tijden van crisis. Middels een consultatie met bedrijven en organisaties is een analyse gemaakt van de impact van de coronacrisis op handel bevorderende activiteiten, de kansen en uitdagingen die deze periode brengt, de behoeften aan collectieve handelsactiviteiten en een follow-up actieagenda.

Dit re-start traject heeft betrekking op de Midwest, Verenigde Staten, een regio die sinds 2017 door de topsector Agri Food als belangrijke markt is aangemerkt.

2. Methode

In dit re-start project heeft FME gewerkt aan de voorbereiding voor het herstarten van handelsactiviteiten naar de Midwest. De inzet was met name gericht op het identificeren van het MKB welke actief is in deze regio. Hierin stond de FoodTech sector centraal maar er ligt ook een duidelijk link naar industrie 4.0 en water, afval & energie oplossingen bij voedselverwerking. Via een gerichte netwerkanalyse zijn bedrijven geïdentificeerd en consulteert om de impact corona en behoeften naar handelsactiviteiten nader vast te stellen. Deze aanpak biedt de basis om het netwerk verder uit te bouwen en activiteiten meerjarig programmeren.

Door FME zijn de volgende activiteiten uitgevoerd:

- In overleg met de Topsector Agri Food, Ambassade Washington en Consulaat Generaal Chicago gekomen tot een selectie van kansrijke FoodTech thema's in de Midwest;
- Het informeren van DutchBaseCamp, FoodValley, Oost NL, BOM en Innovatiemakelaar Topsector Agri Food over dit re-start project en het bespreken van hun kennis en ervaring, activiteiten en plannen voor de Midwest regio;
- Gesprekken met ENVAQUA en Water Alliance om de link tussen food en water, afval en energie nader te verkennen en mogelijke interesse in VS, Midwest;
- Het selecteren van bedrijven die actief zijn in de VS op basis van ledenbestand en relaties FME, IFT leadslijst en contacten Topsector Agri Food;
- Het opstellen van een vragenlijst aan bedrijven gericht op marktontwikkelingen, activiteiten VS/Midwest, impact corona, samenwerking en activiteiten post-corona;
- Interviewronde langs 20 bedrijven en private netwerkorganisaties en analyse van de resultaten;
- Op basis van de resultaten komen tot een voorstel voor re-start van handelsbevordering en follow-up actieagenda.

3. Thema's Alternatieve Proteïne en Processing & Packaging

De Midwest is een uniek ecosysteem waar ondernemers in de voedingsindustrie kansen zullen identificeren in het volledige spectrum van de voedselwaardeketen. In het marktrapport met titel Food Tech in Midwest¹ worden trends geformuleerd gericht op New Foods, Farm of the Future, Processing and Manufacturing, Packaging, Food Distribution en daarnaast is ook Food Waste &

¹ Food Tech in Midwest, by Sente Innovation + Acceleration, prepared for The Netherlands Consulate General in Chicago, January 2019.

Losses benoemd. Deze trends bieden allemaal grote uitdagingen voor gevestigde spelers uit de industrie en bieden voldoende kansen voor bedrijven om te exploiteren. Er zijn drie grote kansen samengevat²:



Voor dit re-start project hebben we door de beperkte omvang en korte tijdsduur gekozen om te richten op twee thema's en bedrijven voor de interviewronde te selecteren die hiervoor oplossingen bieden. Andere thema's zouden in een latere fase nog meegenomen kunnen worden.

Als eerste sub thema is gekozen voor processing & packaging. Hierin wordt ingezet op sleutel technologieën en digitalisering benodigd voor duurzame verwerking en verpakking. Kansen worden bijvoorbeeld gezien voor data-analyse en -aggregatie om de productie-efficiëntie te verbeteren, automatisering en robotisering, hulpmiddelen voor voorspellend onderhoud, innovatieve nieuwe technologieën die voedselpathogenen vernietigen en houdbaarheid verlengen zonder de kwaliteit te verminderen, actieve en intelligente verpakkingen, en efficiënt en duurzaam (her)gebruik van hulpmiddelen zoals water, energie en afval. In Nederland hebben we een aantal mooie bedrijven op dit gebied en daarnaast zijn er ook verschillende fieldlabs (in ontwikkeling) gericht op Smart Food Processing, Predictive and Smart Maintenance en duurzame verpakking. Bovendien maken ontwikkelingen op Industrie 4.0 steeds verdere digitalisering, flexibilisering en optimalisering van de industrie mogelijk. Dit biedt voldoende aanleiding om dit thema te selecteren als eerste thema voor de Food regio bij uitstek, de Midwest.

Als tweede sub thema is gekozen voor alternatieve proteïne. In het eerste kwartaal van dit jaar zijn in de Verenigde Staten grote bedragen geïnvesteerd in producenten van vleesvervangers, kweekvlees en plantaardige zuivel. Er is zo'n 13% meer geïnvesteerd in plantaardige eiwitten dan vorig jaar. In totaal werd er \$930 miljoen geïnvesteerd ten opzichte van \$824 miljoen vorig jaar. Ondanks dat veel bedrijven geraakt zijn door de sluiting van de restaurants, zet de trend naar 'milieuvriendelijk, gezond en diervriendelijk' eten zich voort. De verkopen van plantaardige eiwitten is in de weken tot midden april met 265% gestegen in de Verenigde Staten, blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau Nielsen. Dit ten opzichte van een 39% stijging voor vers vlees³.

Na consultatie met de Topsector Agri Food, de ambassade in Washington en consulaat in Chicago is gekozen om dit ook als sub thema te kiezen voor dit re-start project, alleen te verbreden naar het bredere begrip alternatieve eiwitten. Mede ingegeven door het netwerk dat is opgebouwd van partijen in NL die actief zijn in het (alternatieve) ingrediënten segment en jarenlang hebben deelgenomen aan de IFT beurs.

² Bron: Food Tech in Midwest, by Sente Innovation + Acceleration, prepared for The Netherlands Consulate General in Chicago, January 2019.

³ Bron: VMT. VS: Grote investeringen in plantaardige eiwitten door corona.

4. Resultaten

De bedrijven zien veel potentie in de Midwest, en de Verenigde Staten in bredere zin. De Midwest biedt een hoge dichtheid aan gevestigde food & beverage bedrijven wat veel marktkansen biedt. De corona crisis heeft er niet toe geleid dat NL-bedrijven hier anders naar zijn kijken. Ze willen de kansen aldaar nog steeds graag verzilveren. De totale verwachte marktvraag naar voeding van de bijna 330 miljoen inwoners blijft onveranderd groot.

De impact van deze crisis voor Amerikaanse klanten van de gesproken Nederlandse bedrijven verschilt enorm. De lokale food bedrijven die toeleveren aan de supermarkten hebben een flinke groei doorgemaakt, en anderen hebben 50-80% van de productie verloren omdat zij restaurants bevoorraden. Verder wordt gemerkt dat investeringen on-hold worden gezet en dat het contact langzaam verloopt. De hele wereld doet even een pas op de plaats en hoopt dat het niet komt tot een zogenoemde en gevreesde tweede golf van coronabesmettingen of lockdowns.

In de VS legt de crisis nu de kwetsbaarheid van de afhankelijkheid van goedkope arbeid bloot waarmee de trend om te automatiseringen verder wordt versterkt. Sommige slachthuizen en vleesverwerkende bedrijven waren tijdelijk gesloten in verband met ziek personeel. Hierdoor ontstaat een hernieuwde interesse in alternatieve eiwitten. Voedselveiligheid blijft voor de hele food sector hoog op de agenda staan.

Voor de Nederlandse bedrijven zullen Innovaties zich met name richten op het ontwikkelen van nieuwe producten van alternatieve eiwitten, milde verwerking en duurzame verpakking, technologieën die naast productie ook sterk inzetten op hygiëne en reinigbaarheid wat inhoudt dat de machine ook snel te de-assembleren moet zijn na productie en makkelijk te desinfecteren, performance based productie met oog voor digitale werkinstructies, voorspellend onderhoud en IOT-oplossingen.

De Nederlandse bedrijven ondervinden nu de grootste uitdagingen bij het betreden van de markt, het verder ontwikkelen en onderhouden van hun netwerk, het aanjagen van sales en vinden van launching customers, het niet fysiek aanwezig kunnen zijn voor business development maar ook voor installatie en onderhoud, en projecten die on-hold worden gezet.

De corona crisis maakt dat het ontwikkelen van de Midwest, en internationale markten in het algemeen, erg moeilijk te realiseren is. Ze kunnen niet naar beurzen of andere events, waardoor het een uitdaging is om in contact te komen met prospects en mogelijke partners. Ze hebben hierdoor nu sterk de behoefte om te werken aan een digitale propositie, sterkere marketing om naamsbekendheid te vergroten, support bij het uitbreiden van het lokale netwerk en potentiële leads (via een lokale partner) en toewerken naar hybride (online-offline) events.

Verwacht wordt dat na de corona crisis bedrijven wel kritischer gaan kijken naar het veelvuldige internationale reizen. Er zal meer toegewerkt worden naar hybride events waar mensen lokaal de moeite nemen om fysiek aanwezig te zijn, maar heel veel zal ook online plaatsvinden, tot 1-op-1 gesprekken aan toe. Het voordeel van online events is ook dat je bereik veel groter is, doordat je meer bedrijven kan benaderen maar ook doordat er meerdere personen met verschillende functies in een bedrijf zullen deelnemen zoals de R&D manager, de commerciële manager, de regio sales lead welke allen beïnvloeders zijn. Uitdaging hierin blijft wel dat een kwalitatief goed netwerk ontwikkeld en onderhouden kan worden. Dit is lastig alleen online of vanuit Nederland te ontplooien. Bovendien is het voor het sluiten van deals nodig om elkaar fysiek te ontmoeten.

5. Activiteiten

Van belang om in deze tijden te blijven investeren in onze internationale handelspositie om optimaal gepositioneerd en zichtbaar te blijven. Hiervoor is het van belang om de handelsbevordering te versterken door de Nederlandse kennis en kunde goed in de etalage te zetten en nieuwe marktbewerking strategieën concreet uit te werken voor FoodTech samenwerking met de Midwest.

Op basis van de interviews met de bedrijven zijn de volgende activiteiten hiervoor benoemd:

- *Platform in Nederland creëren waarin Nederlandse FoodTech bedrijven met focus op de Midwest of VS zijn aangesloten*
Bedrijven komen graag in contact met bedrijven die ook een focus op de Midwest hebben. Het delen van kennis en ervaring in het gehele traject van marktbetreding en – ontwikkeling hierop wordt als waardevol gezien. Ze lopen veelal tegen dezelfde uitdagingen aan, alhoewel het per Staat in de VS verschilt. Er zijn een aantal bedrijven die financiering zouden willen ophalen in de VS, ook dit betreft een onderwerp wat hierin terug zou kunnen komen. De vorm waarin dit zou moeten gebeuren, kan in een gezamenlijke sessie besproken worden. Voordeel van samenwerking of gericht netwerk is dat tijd en geld bespaart zou kunnen worden dan dat ieder dat voor zich doet, er effectief gewerkt kan worden aan concrete activiteiten en doelstellingen, risico's gespreid kunnen worden en dat het reproduceerbaar zou kunnen zijn naar andere regio's.
- *Propositie digitaal uitwerken*
Wil je groeien in een (nieuwe) markt dan heb je naamsbekendheid nodig. Dit betekent dus enerzijds de promotie van NL met wat we te bieden hebben, met daarachter de bedrijven en instellingen. Van belang om te zorgen dat die propositie goed aansluit bij uitdagingen van de lokale food bedrijven waaronder productie, food safety, hygiëne en onderhoud en dat we uitleggen wat we 'techwise' maar ook 'moneywise' te bieden hebben (ROI). Vervolgens goed om dit digitaal weer te geven met visuele componenten. De spanningsboog bij klanten lijkt steeds korter te worden. Je moet dus 'blijven hangen'. Met filmpjes of virtuele showrooms is dat misschien mogelijk. Daarbij is het bij deze middelen van belang dat je kan tracken wie het download, bekijkt of leest, zodat je deze prospect kan opvolgen met de juiste content.
- *Digitale propositie promoten*
Verkopen is verleiden, maar hoe moeten we die verleiding dan aangaan? Beurzen en speaker slots op seminar waren daar uitstekende middelen voor. Nu zullen we ook naar digitale mogelijkheden moeten kijken zoals een digitale ronde tafel over digitalisering van de food sector met concrete cases en kwalitatief goed deelnemers. Inhoudelijke webinars met korte pitches om kennis te delen en ons imago te versterken. Hiervoor kan je prospects en klanten uitnodigen. Tegenwoordig is de helft van het bezoek voor B2B, is LinkedIn gerelateerd. Gebruik maken van bepaalde bestaande infrastructuren en het niet zelf doen. We moeten onze boodschap breder verkondigen zodat we ook bekend worden bij partijen die misschien niet direct bij bedrijven op het netvlies staan.
- *Verbinden met lokale ecosystemen (middels een lokale partner)*
Verbinden met lokale ecosystemen werkt erg goed. Denk hierbij aan Food & Beverage netwerk in Chicago. Een samenwerking met hen zou erg goed zijn. Deze en andere netwerkgroepen organiseren vaak ook online allerlei events waarop we zouden kunnen aanhaken, danwel iets in gezamenlijkheid organiseren.

- *1-op-1 matchmaking en lokale partner*

Vervolgen is het voor alle bedrijven van belang dat ze in gesprek komen met de juiste partijen. Hiervoor is matchmaking of een online bedrijven tinder van toegevoegde waarde. Je hebt hiervoor een lokale partner nodig met een sterk food & beverage netwerk en hierdoor de bedrijven kan matchen, of partners zoeken die dat goed kunnen of daar belang bij hebben. Een lokale partner is ook van belang in het gehele traject omdat zij het netwerk lokaal verder kunnen ontwikkelen wat noodzakelijk is in de voorbereiding naar alle genoemde activiteiten.

- *Vorbereiding - Beursbezoek – Opvolging*

Beursbezoek blijft een belangrijke activiteit voor bedrijven om business te bestendigen maar ook om nieuwe contacten op te doen. Naast de IFT beurs, zijn ook de ProFoodTech Chicago (April 13-15, 2021) genoemd als belangrijke beurzen. Ook de PMA Fresh en IPPE Atlanta worden door een aantal bezocht.

Bij voorkeur gebeurt dit fysiek. De kracht van een beurs is dat je mensen tegenkomt, vooral mensen die je niet kent. Van belang voor de kleinere bedrijven is om in een Holland Paviljoen een business lounge te hebben zodat zij hier met klanten kunnen afspreken. Een eigen stand vraagt een behoorlijke investering en moet vaak ook door meerdere collega's bemand worden.

Bedrijven zullen de komende maanden ook kijken naar digitale beurs bezoeken die nu voor andere regio's georganiseerd worden. Idee is om te bekijken of we moeten toewerken naar een virtuele showroom met onze NL FoodTech kennis en kunde.

Ongeacht de vorm, online versus fysieke beurs, geven bedrijven aan het belangrijk te vinden om dit intensiever voor te bereiden. Uitdaging is namelijk een kwalitatief goede aanloop van mensen te hebben op een beurs. Je moet van tevoren dus al de eerste connecties hebben gelegd. Dit kan gefaciliteerd worden door bijvoorbeeld een maand voorafgaand te starten met digitale matchmaking. Hierdoor kan je je tijd op de beurs effectiever besteden aan partijen die echt interesse hebben en de gesprekken van hogere kwaliteit voeren.

Een ander idee om de voorbereiding vooraf goed te starten is middels het opnemen van speaker slots. Je maakt een online hub waar abstracts met nieuwe content van tevoren gedeeld kunnen worden met de mensen die zich daarvoor hebben aangemeld. Je gaat dan veel meer in een elevator pitch denken dan in hele lange presentaties. Dat is in een sales gesprek ook, daar wordt het vaak ook in de eerste 30 seconden bepaald. Na de elevator pitch weten partijen of het interessant is of niet. Deze 'plenaire' vorm kan je dan opvolgen met digitale matchmaking zoals eerder beschreven. Beide dus in voorbereiding op de beurs.

Voor de opvolging van de beurs kan het voor een aantal bedrijven interessant zijn om gebruik te kunnen maken van een business office in Chicago. Hier kunnen zij gesprekken met prospects, klanten en partners op een later moment opvolgen. Ook zouden ze daar wat spullen kunnen laten staan, omdat het een uitdaging is om samples door de douane te krijgen, zeker rond een drukke beursperiode.

- *Marktverkenning op eiwitten en voedselverwerking*

Voor sommige bedrijven is het belangrijk om te snappen hoe de markt op eiwitten eruit ziet in de Midwest/VS, welke spelers zijn er actief, hoe lopen de stromen, welke ontwikkelingen en waar zitten de marktkansen. Dit is specifiek gericht maar nodig voor het bepalen van de strategie op de VS. Ditzelfde geldt ook voor processing en packaging. Hiervoor is het nodig om de netwerken, branches, food bedrijven in kaart te krijgen en te begrijpen aan welke (innovatie)uitdagingen zij werken. Dit helpt bij het vormgeven van de positionering en marktwerking strategie.

- *Market pull*

Van belang om te kijken wat we aan market pull kunnen gaan doen. Amerikaanse bedrijven richten zich ook steeds meer op vestiging in Europa en Nederland is daar, zeker na de Brexit, een goede springplank voor. Door te sturen op meer inkomend bezoek kunnen, zeker kleinere Nederlandse bedrijven, zichzelf beter laten zien. De fieldlabs (in ontwikkeling) in Nederland op het gebied van bijvoorbeeld Smart Food Processing, Robotica, Predictive and Smart Maintenance en duurzame verpakking kan dan ook als magneet werken en partijen aantrekken.

6. Follow-up actie agenda

De volgende operationele agenda is opgesteld om vervolg te kunnen geven aan deze eerste analyse van bedrijven en activiteiten.

Maand	Activiteit
Aug – Sept	Continueren van identificeren en consulteren van bedrijven met interesse in Midwest/VS voor breder draagvlak en interesse peiling.
Aug – Sept	Opvolgen eerste gesprekken met ambassade en consulaat en afstemmen opvolging van dit herstart traject en behoeften van bedrijven.
Aug – Sept	Opvolgen eerste gesprekken met organisaties als BOM, Oost NL, DutchBaseCamp en FoodValley opvolgen en interesses voor vervolg concretiseren.
Sept	Gesprek met NFIA plannen voor bespreken van activiteiten rondom het spoor van markt pull.
Aug – Sept	Verkennen link naar Proteïne Cluster Canada, Kentucky kassenbouw project en mogelijk verdere ontwikkeling van de keten, NBSO Texas en NLIB Chicago Hub
Aug – Sept	Mogelijke propositie met link van food bedrijven naar water, energie en afval in food processing nader bespreken en uitwerken met ENVAQUA en Water Alliance. Dit in aanvulling op de link tussen food en industrie 4.0 waarin sleutel technologieën en digitalisering oplossingen bieden voor optimalisatie, flexibilisering, besturing en onderhoud, en voedselveiligheid.
Sept-Okt	Resultaten van dit onderzoek delen met al gesproken bedrijven en geïnteresseerden middels een bijeenkomst eind september/begin oktober a.s. waarin tevens de marktwerkingsstrategie verder uitgedacht en ontwikkeld kan worden.
Okt-Dec	Toewerken naar een kerngroep op de twee thema's en meerjarige actieagenda ontwikkelen (2021-2023).
Aug-Dec	Promotie digitaal ontwikkelen middels Ag Food Tech Guide met interactieve componenten

Bijlage 1. Overzicht bedrijven en organisaties

Organisatie	Status
NL Ambassade in Washington	Gesproken
NL Consulaat in Chicago	Gesproken
DutchBaseCamp	Gesproken
FoodValley	Gesproken
Oost NL	Gesproken
BOM	Gesproken
Topsector Agri Food Innovatiemakelaar	Gesproken
ENVAQUA	Gesproken
Water Alliance	Gesproken
Protifarm	Gesproken
NIZO	Gesproken
Niacet	Gesproken
Avebe	Afspraak in augustus
Corbion	Te benaderen
Newtricious	Gesproken
Greenboy Grop	Gesproken
Protix	Te benaderen
Meatless	Te benaderen
SwipeGuide	Gesproken
Singa	Gesproken
QING	Gesproken
OMVE	Gesproken
Sormac	Gesproken
Jasa	Gesproken
ZTI	Gesproken
New Cold	Afspraak in juli
Royal HaskoningDHV	Afspraak in juli

Bijlage 2. Vragenlijst bedrijven

Inleiding

- Persoonlijke introductie
- Doel gesprek, open uitwisseling, anonimiteit & opname
- Introductie Topsector AF en nagaan in hoeverre ze bekend zijn met de Topsector en haar instrumenten die positionering bedrijfsleven ondersteunen

Deelnemer visiegesprek – persoon

- Ambitie en ideaal in 1) eigen werk en 2) de organisatie
- Wat zijn de grote thema's die hem/haar nu bezighouden

Organisatie

- Typische vragen die jullie krijgen
- Waarop trots
- Wat zijn de goede voorbeeldprojecten
 - Resultaat
 - Aanpak
- Algemeen beeld ontwikkelingen organisatie:
 - Stand van zaken (groei/ krimp)
 - Drivers in de markt
 - Eigen strategie& vraagstukken (wat lukt er nog niet goed genoeg/niet)

Marktonwikkelingen

- Welke trends en ontwikkelingen spelen en raken de business
- Wat zijn kansen voor de toekomst, maar ook bedreigingen
- Wat zijn daarin de grote uitdagingen 1) voor de organisatie en 2) voor de sector

Internationaal

- Welke geografische markten nu actief
- Welke nieuwe geografische markten willen jullie ontwikkelen
- Wat maakt ons als Nederland uniek/van toegevoegde waarde en hoe kunnen we dat het beste internationaal laten zien

Verenigde Staten/ Midwest

- Reeds actief in de Verenigde Staten (marktomvang, marktaandeel, klanten, projecten, partner/distributeur/eigen vestiging, strategie marktontwikkeling)
- Reeds actief in Midwest en omvang (marktomvang, marktaandeel, klanten, projecten, partner/distributeur/eigen vestiging, strategie marktontwikkeling)
- Welke kansen en ontwikkelingen zie je in de Midwest (thema, technologie, kennis)
- Welke bedreigingen en barrières zie je in de Midwest
- Wat willen jullie daar bereiken? Wanneer zijn jullie tevreden?

Impact COVID-19

- Impact COVID-19 op de activiteiten van het bedrijf op de Midwest? Wat zijn de grootste belemmeringen?
- Zijn jullie voornemens om jullie internationale strategie aan te passen n.a.v. corona, hoe ziet dat eruit?

Samenwerking in de sector

- Is er iets te zeggen over (nieuwe) samenwerkingsmodellen in de sector (of daarbuiten);
- Welke thema's zijn 'bigger than us' en zouden in gezamenlijkheid opgelost moeten worden
- Wat zou er eigenlijk moeten gebeuren, dat nu niet van de grond komt (inzoomen op welke support K2K, G2G, B2B)
- Wat kunnen jullie hierin zelf inbrengen (e.g. bereidheid tot delen contacten/netwerk voor bredere coalitie)
- Wat is de ideale rol van de overheid en kennisinstellingen hierin

Activiteiten Post-COVID 19

- Behoeftte van bedrijf tav re-start activiteiten en ondersteuning
- Hoe in te vullen (digitaal/fysiek, kleinschalig/grootschalig, webinars, digitale missies, matchmaking, beurs, ronde tafel, etc)
- Strategische Beurs deelname IFT2021 Chicago
- Spreker op congres voor IFT 2021 Chicago

Afsluiten, samenvatten & vervolg

- Korte terugkoppeling en vervolgactiviteiten worden kenbaar gemaakt
- Eventueel marktrapport Midwest kan verzonden worden
- Vragen of in verdere opvolging van dit onderzoek betrokken wil blijven



This is a publication of NLinBusiness

Bezuidenhoutseweg 12
2594 AV The Hague
The Netherlands
T: +31 (0) 79 34 67 850
E: info@nlinbusiness.com
www.nlinbusiness.com

This publication was commissioned by NLinBusiness
June 2020

Information from NLinBusiness reports may be reproduced on condition that the source is acknowledged: NLinBusiness, the title of the publication and the year of publication.

NLinBusiness was initiated by the Confederation of Netherlands Industry and Employers (VNO-NCW) and The Royal Association of Small and Medium-sized Enterprises (MKB-Nederland) in close partnership with the Dutch Ministry of Foreign Affairs, the Dutch Ministry of Economic Affairs and Climate Policy, the Dutch employers' organisation in the technology industry (FME), the Dutch employers' organisation for international trade and logistics (evofenedex) and the Dutch employers' organisation of SMEs active in the metal industry