

78th International Agriculture Fair
Novi Sad - Serbia, 14-21 May 2011



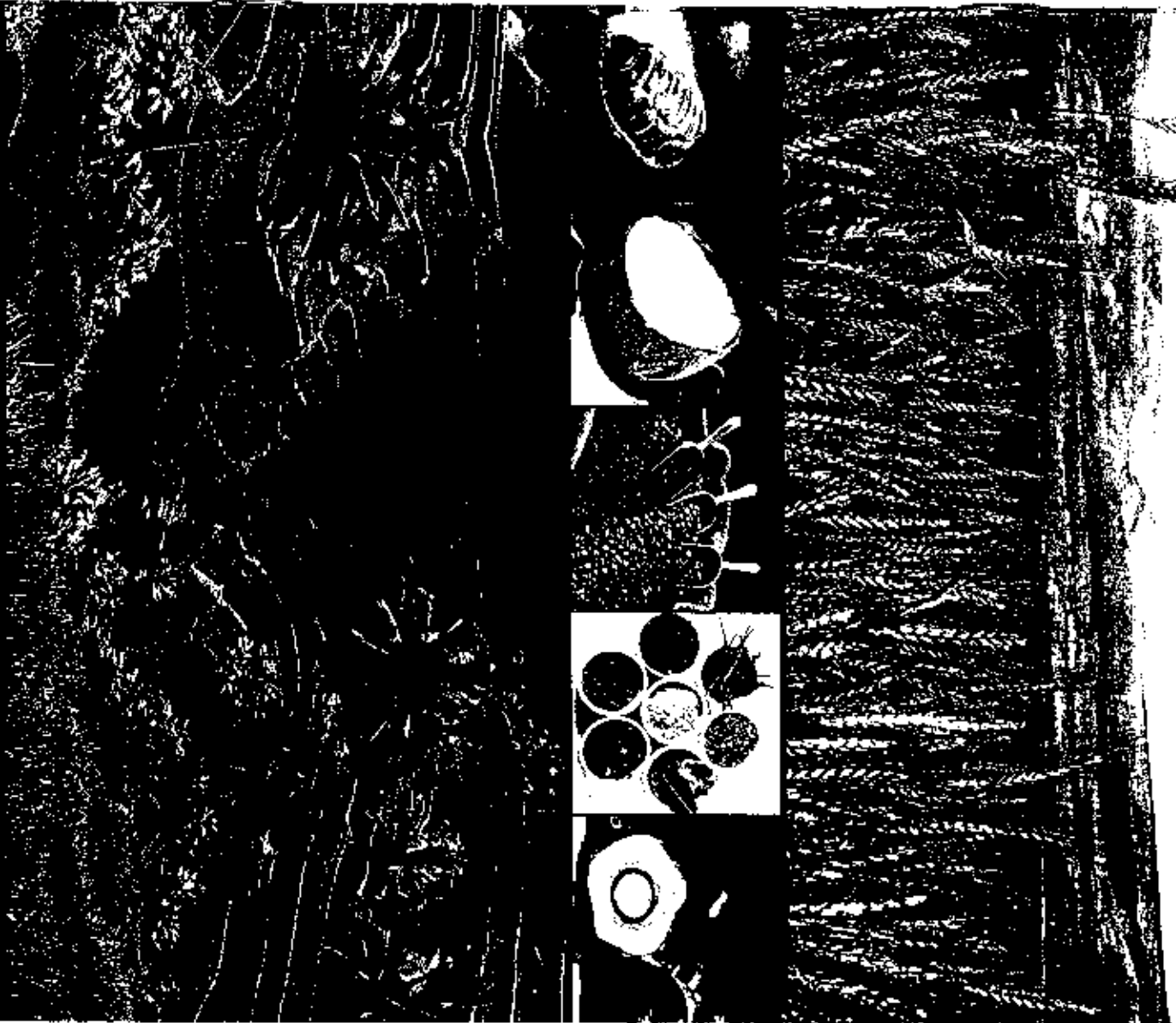
KEMENTERIAN PERTANIAN
REPUBLIK INDONESIA



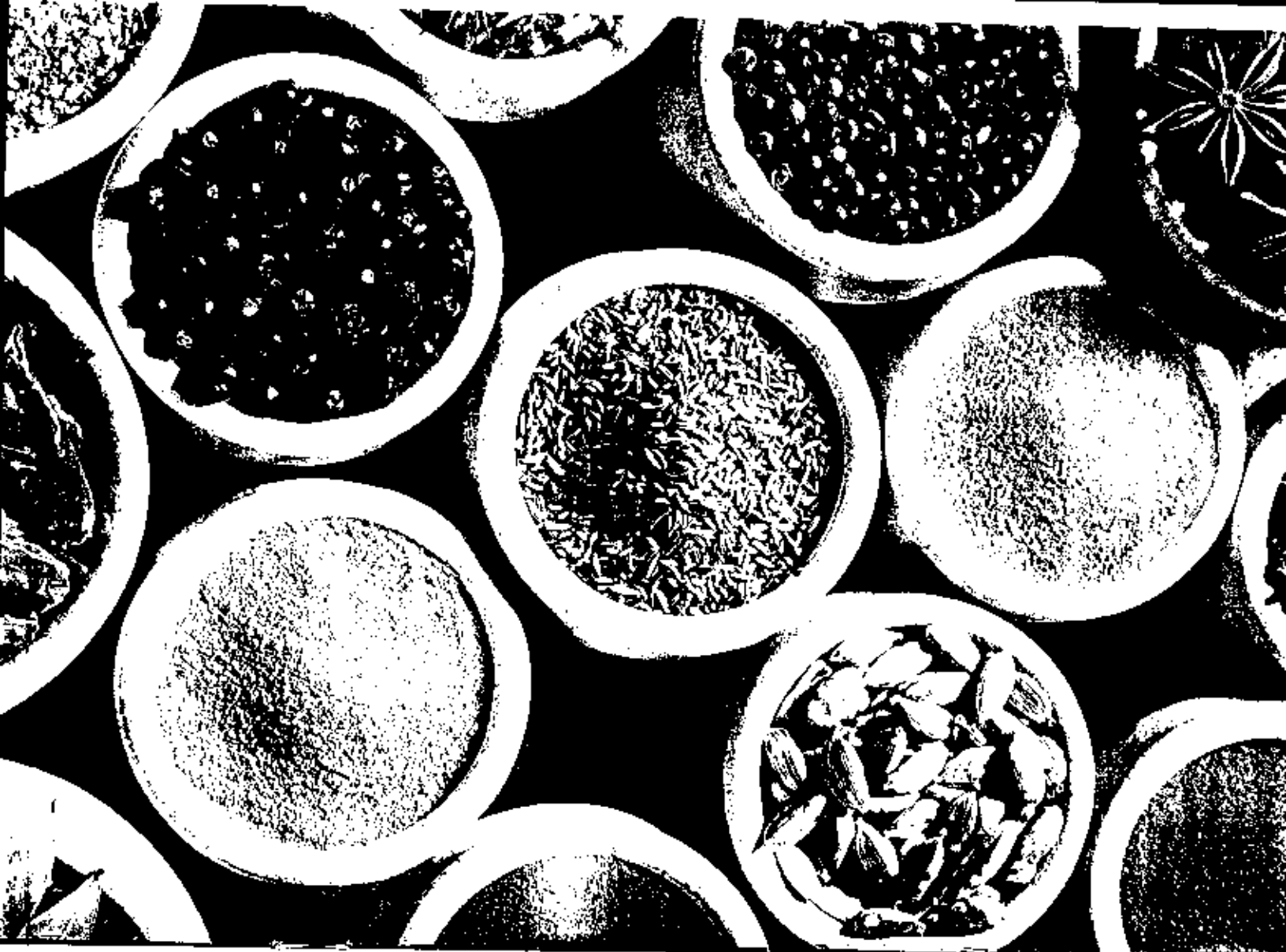
KADIN INDONESIA

Indonesia
E-Imbank

www.kemlu.go.id/belgrade



Embassy of the Republic of Indonesia
Belgrade - Serbia



Kedutaan Besar Republik Indonesia
Beograd - Serbia

Bulevar Kneza Aleksandra Karađorđevića 18
11040 Beograd - Serbia
Pp. +381.11.3635665, fax. 3674239, e mail: kbri.beograd@eunet.rs
www.kemlu.go.id/belgrade



Duta Besar Republik Indonesia
Semuel Samson

Serbia memiliki posisi strategis di kawasan Balkan, Eropa Tengah dan Timur (ETI), serta Eropa Barat dan AS, merujuk pada berbagai perjanjian perdagangan bebas dengan negara-negara kawasan (CEFTA), Rusia, Turki, Belarus, Kazakhstan; pengaturan preferensi dengan negara-negara Uni Eropa dan Generalized System of Preferences (GSP) dengan AS, yang secara keseluruhan mencakup potensi pasar bagi satu milyar penduduk.

Selain itu, Serbia adalah negara tujuan investasi yang memberikan banyak kemudahan dan insentif baik di tingkat pusat maupun daerah, seperti kemudahan administratif, pemberian insentif atas setiap tenaga kerja yang dipekerjakan, pemberian tax holidays hingga 10 tahun, maupun pemberian lahan untuk pembangunan industri dan berbagai infrastruktur dasar yang tersedia di kawasan-kawasan industri (industrial estate) seperti jaringan listrik, saluran air, saluran pembuangan, jaringan telepon, infrastruktur jalan dan sebagainya.

Serbia juga memiliki berbagai potensi seperti industri dasar, pertanian dan industri pertanian serta SDM yang terdidik dan bersaing di pasar tenaga kerja. Kemampuan industri dasar Serbia diwarisi sejak jaman Yugoslavia yang saat itu mencapai swa-sembada. Sementara sektor pertanian adalah sektor yang selalu surplus bagi Serbia didukung oleh faktor lahan dan cuaca yang mendukung serta fasilitas penelitian dan pengembangan yang maju dan memiliki reputasi internasional.

Di lain pihak, Indonesia adalah produsen berbagai jenis produk pertanian / perkebunan yang dibutuhkan Serbia seperti palm oil terbesar dunia tahun 2010 terbesar 22,3 juta ton (47,8% dari 46,7 juta ton produksi dunia); produsen coklat ketiga terbesar dunia dengan produksi diperkirakan mencapai 574.000,- ton tahun 2010 atau 16% produksi dunia dan produsen kelapa kedua terbesar dunia setelah Filipina dengan

produksi mencapai 15.319.500,-ton pada tahun 2009.

Impor Serbia untuk produk-produk lemak dan minyak hewan dan tumbuhan pada tahun 2010 yang terdiri dari crude animal and vegetable materials mencapai \$ 39.338.000,-; animalis oils and fats mencapai \$ 2.872.000,-; fixed vegetables fats and oils, crude, refined or fractioned mencapai \$ 30.948.000,-; animal or vegetable fats and oils, processed, waxes of animal or vegetable origin mencapai \$ 5.164.000,-.

Ekspor lemak dan minyak hewan dan tumbuhan Indonesia ke Serbia tahun 2010 misalnya hanya mencapai \$ 784.000,-. Terdapat peluang untuk meningkatkan ekspor produk-produk lemak dan minyak tumbuhan Indonesia ke pasar Serbia dan kawasan maupun ke negara-negara dimana Serbia memiliki preferensi perdagangan. Dengan demikian sudah saatnya meningkatkan hubungan ekonomi dan perdagangan RI - Serbia yang memiliki posisi strategis di kawasan. Selain itu terdapat permintaan nyata atas produk pertanian – perkebunan Indonesia dari Serbia.

Misalnya kebutuhan atas CPO, coklat dan kelapa parut dari beberapa perusahaan misalnya (Povi Com, Wunder, Unijpack) di kota Nis:

- Coklat	: 725 ton / tahun,
- Kelapa parut	: 467 ton / tahun
- Lemak tumbuhan	: 1050 ton / tahun
- Merica	: 22 ton / tahun
- Wijen	: 40 ton / tahun

Guna mendukung langkah konkrit peningkatan neraca perdagangan Indonesia dan Serbia serta untuk mempromosikan potensi produk pertanian / perkebunan Indonesia, KBRI Beograd akan mengikuti Pameran Pertanian Internasional (*International Fair of Agriculture*) di Novi Sad, Serbia, pada tanggal 14 - 21 Mei 2011. Kelikutsertaan KBRI Beograd adalah untuk kali kedua dalam dua tahun secara berturut-turut secara mandiri. Diharapkan para pamanaku kebijakan dan para pelaku usaha Indonesia dapat hadir pada kesempatan tersebut untuk secara bersama-sama dengan KBRI Beograd melakukan upaya promosi terintegrasi mengenai potensi hasil-hasil / produk pertanian – perkebunan Indonesia kepada para pelaku usaha Serbia dan negara-negara kawasan peserta pameran.

Langkah tersebut merupakan pengembangan tugas kami sebagai Duta Besar RI di Boogrod, melalui berbagai misi yang salah satunya

adalah untuk meningkatkan hubungan dan kerjasama bilateral di segala bidang dengan Republik Serbia sebagaimana tertera dalam Rencana Strategis (Renstra) KBRI Beograd 2010 - 2013. Penjabaran misi tersebut kami terjemahkan ke dalam program dan kegiatan yang saling menunjang dan bermuara pada meningkatnya hubungan nyata di segala bidang kerjasama secara khusus di bidang perdagangan, pariwisata dan investasi (TI) dalam artinya yang luas dan strategis. Hal tersebut bukan merupakan tonggak yang berdiri sendiri melainkan diنادasi oleh hubungan politik bilateral yang sangat baik antara Indonesia dan Serbia sejak era Yugoslavia serta berbagai terobosan sebagai penghalak laju peningkatan hubungan kerjasama dua negara seperti Pameran Pariwisata Internasional di Beograd pada bulan Februari 2011, perayaan 50 tahun Gerakan Non Blok di Bali dan Beograd pada tahun 2011 ini, penyelenggaraan Indonesia – Serbia Bilateral Interfaith Dialogue ke-1 pada tanggal 6 – 10 April 2011 di Beograd dan sebagainya.

Untuk mengambil manfaat dari landasan dan terobosan di bidang politik dan sosial budaya tersebut, perlu upaya diseminasi informasi kepada para pemangku kebijakan dan kepentingan secara berkelanjutan tentang berbagai potensi kerjasama antar kedua negara baik di bidang politik, sosial budaya, militer, terutama di bidang ekonomi.

Penjabaran Renstra KBRI Beograd tersebut memerlukan berbagai langkah strategis internal maupun eksternal KBRI. Internal, KBRI melakukan berbagai langkah konsolidasi ; penguatan infrastruktur ; profesionalitas ; sinergitas ; KIS (Koordinasi, Integrasi dan sinkronisasi) ; berbagai terobosan seperti penerbitan buletin Equator, penyelenggaraan pendidikan di Sekolah Indonesia Beograd dengan metode Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) untuk KBRI sekawasan dan rencana pengembangan Indonesian Corner ; kreatifitas ; kerja keras dan kepemimpinan. Selain itu dilakukan pula upaya peningkatan dan pembicaraan dengan para pemangku kepentingan dan kebijakan di Serbia dari kalangan pemerintahan, polisi, usaha, kalangan pers dan media, agama serta akademi misi guna menselaraskan cara pandang bersama.

Eksternal, KBRI Beograd melakukan berbagai peningkatan dan pembicaraan dengan para pemangku kepentingan dan kewenangan di Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, Kementerian Budaya dan Pariwisata, Kementerian Pendidikan Nasional, Kementerian Pertahanan, pihak Kadin dan Asosiasi Dunia Usaha. Hasil umum berbagai rangkaian eksternal tersebut memperoleh

tanggapan yang positif dimana berbagai pihak memahami dan siap mendukung pengembangan perspektif (Serbia sebagai "hub" dalam artian yang luas dan strategis), kinerja dan terobosan KBRI Beograd.

Sejumlah perjanjian pending antara RI - Serbia akan segera dituntaskan pada tahun 2011, selanjutnya KBRI Beograd akan menandatangani berbagai perjanjian baru dan konkretnya. Secara khusus berbagai pihak terkait di Tanah Air, menyambut baik tawaran berpartisipasi dalam Pameran Pertanian Internasional Novi Sad ke-78 (78th International Agricultural Fair), 14 – 21 May 2011, Novi Sad, yang melibatkan komitmen Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri, Kadin, Asosiasi Usaha dan lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (Indonesia Exim Bank).

Sinergitas seperti ini diperlukan untuk mewujudkan spirit Indonesia Incorporated di pasar dagang dan ekonomi internasional, sehingga kehadiran produk-produk hasil alam, olahan dan kapasitas investasi Indonesia ke luar negeri terus meningkat secara sinergis. Hal tersebut dimaksudkan untuk merobos pasar potensial di luar negeri di samping pasar domestik agar produk-produk Indonesia kian meluas, dirasakan dan disegani dan pada akhirnya menimbulkan efek ketergantungan dunia internasional.

Mengingat waktu yang kian sempit ke hari "H", maka tanggapan cepat yang terintegrasi dari para pemangku kepentingan dan kewenangan Indonesia akan menjadi salah satu faktor penopang suksesnya kehadiran Indonesia pada Pameran Pertanian Internasional Novi Sad ke-78.

Semoga,

Semuel Samson

Duta Besar RI Beograd

Daftar isi

Kata Pengantar Duta Besar R	1
Keterangan Dasar Serbia	7
Potensi Pasar Serbia	8
Keterangan Mengenci Fair Novi Sad	12
Jadwai Pameran Fair Novi Sad	13
Pameran Pertanian Internasional: Novi Sad	14
Pameran Pertanian Internasional: ke 77	14
Keikutsertaan KBRI Beograd pada Pameran Pertanian Internasional ke 77	15
Pameran Pertanian Internasional ke-78	15
Rencana Keikutsertaan KBRI Beograd pada Pameran Pertanian Internasional ke-78	18
Rancangan Stand Indonesia	19
Potensi Hasil dan Produk Pertanian/ Perkebunan Indonesia	19
- Kepala Sawit	
- Kakao	
- Kelapa	
- Kopi	
- Teh	
- Karet	
- Rempah-rempah	
- Indomie	

Populasi

Jumlah penduduk : 7.306.677 (1 Januari 2010).

Pertumbuhan : Minus 0,36%

Struktur umur : 0-14: 15,4% (pria 586.806 / wanita 549.900); 15-64:

67,8% (pria 2.503.194 / wanita 2.502.807); 65 keatas: 16,8% (pria 508.606 / wanita 728.026) (tahun 2010).

Nasionalitas : Serbs, Serbian

Kelompok etnis : Serbia, Hungaria, Bosnia, Romany, Albania, Montenegro

Agama : Ortodoks 85%, Katolik 5,5%, Protestan 1,1%, Islam 3,2%, unspecified 2,6%, lain-lain, tidak diketahui, atau atheis 2,6%, sensus 2002

Bahasa : Serbia 88%, Hungaria 3,8%, Bosnia 2%, Albania 1%, lain-lain 5%.

Tingkat kemiskinan : 7,9% '08

Kesehatan

Tingkat kelahiran : 9,2 / 1000 (2010).

Tingkat kematian bayi : 6,65/1000 (2010).

Tingkat harapan hidup pria : 71,26 tahun (2010).

Tingkat harapan hidup wanita : 77,1 tahun (2010).

Pendidikan

Bebas sekolah dasar (wajib 8 tahun) dan menengah (4 tahun); 78% [sekolah dasar], 11% [sekolah menengah] (tahun 2009).

Geografi

Luas : 77.474 km².

Lahan : Lendrock: Utara: subur, landai, Timur: batu kapur, lembah;

: Tenggara: bergunung, berbukit.

Iklim : Utara: iklim kontinental (winter yg dingin, summer yang panas & lembab dengan hujan merata); Tengah: iklim kontinental dan Mediterania; Selatan: summer yang panas & kering dan winter dengan salju yg tebal.

Pemerintahan : Republik

Ekonomi PDB : \$ 40,28 milyar (2010).

Pertumbuhan : 1,8% (2010).

Per kapita : \$ 11.000 PPP (2010).

Komposisi PDB : Pertanian 13%, industri 22,6%, jasa 64,5%.

Inflasi : 6,5%.

Sumber Daya : Batu bara, minyak, gas, antimon, tembaga, timah, seng, kayu, bauksit, emas, perak, sungai.

Pertanian : 10% PDB, gandum, jagung, gula bit, bunga matahari, raspberries, daging sapi, babi, susu.

Industri : 13,6% PDB, pertambangan, tenaga thermal, hydro electricity, makanan, tekstil, pemrosesan metal, kendaraan, industri pertanian, furnitur, industri militer.

Jasa : Real estate, 12,3% PDB; transportasi/telekomunikasi 14,1% PDB, konstruksi 3,2% PDB.

Tenaga kerja : 3,25 juta (2010).

Lapangan kerja : Pertanian 23,9%, industri 20,5%, jasa 55,6% (2009).

Pengangguran : 17,2% (2010).

Perdagangan

Ekspor : \$ 9,372 milyar (2010).

Produk ekspor : Besi baja, pakaian, gandum, buah dan sayur, metal non ferrous.

Mitra utama : Italia, Bosnia, Montenegro, Jerman, Romania

Impor : \$ 15,78 milyar (2010).

Produk impor : Minyak, gas alam, metal non ferrous, mesin listrik, besi dan baja.

Mitra utama : Rusia, Jerman, Italia, China, Hungaria.

Investasi : 8,5 % PDB (2009).

Hutang Publik : 37,8% PDB (2010).

Potensi Pasar Serbia

Saat ini Serbia adalah negara yang memiliki potensi sebagai "hub" untuk manufaktur yang memiliki akses ke pasar 1 milyar penduduk berdasarkan rejim bebas bea. Termasuk di dalamnya adalah Uni Eropa, AS, Rusia, Kazakhstan, Turki, CEFTA, EFTA dan Belarus. Rejim ini meliputi hampir semua produk industri utama dengan beberapa pengecualian dan kuota tahunan untuk sejumlah kecil jenis produk.

Belarus

Pejantian Perdagangan Bebas dengan Belarus ditujukan bagi penghapusan bersama pajak bea dan cukai maupun non bea dan cukai dalam perdagangan antara kedua negara. Terdapat pengecualian tertentu dalam pejianjian, yaitu gula, alkohol, rokok serta kendaraan bekas, bus dan ban.

Pasar Lokal

Dengan penduduk sebanyak 7,3 juta orang, pasar Serbia adalah terbesar ke-2 di Eropa Tenggara. Gaji rata-rata per bulan naik dari € 194 tahun 2004 menjadi € 350 tahun 2010. Didorong oleh pengembangan pinjaman konsumen, permintaan lokal meningkat tajam yang tercermin dalam peningkatan dua digit perputaran perdagangan eceran setiap tahunnya. Dalam menghadapi permintaan lokal, cabang ritail internasional telah membuka sejumlah besar cabang baru di seluruh Serbia. Sebagai ilustrasi, dari tahun 2004 hingga 2009, investasi total bidang ritail dan perdagangan besar mencapai € 1,6 milyar.



Area Pameran Novi Sad adalah 300 ribu m² yang terdiri dari 240 ribu m² area terbuka dan 60 ribu area dalam ruangan. Pameran Novi Sad telah memiliki bangunan Kongres yang baru "Master Centre" dengan luas 2.700 m². Pameran Novi Sad adalah anggota dari The Global Association of the Exhibition Industry, International Congress & Convention Association, The Exhibition Association of Southeast Europe, World-Wide Business Centres Network, and Central European Fair Alliance. Pada abad ke-19, Novi Sad adalah tempat yang terkenal bagi para pedagang karena letaknya pada sungai Danube dan pada perbatasan dalam antara wilayah Boška dan Symia.

Novi Sad yang merupakan kawasan pertanian paling maju di Wojvodina pada saat masa Kerajaan Yugoslavia, adalah tempat pertama kali pameran pertanian diselenggarakan pada tahun 1923 dan sejak tahun 1930 pameran tersebut bersifat internasional.

Pada tahun 1958, Pameran Novi Sad menjadi anggota Organisasi Internasional untuk Pameran dan memperoleh reputasi sebagai pameran pertanian paling penting di eks SFR Yugoslavia. Selain menyelenggarakan pameran pertanian tahunan, Pameran Novi Sad juga menyelenggarakan berbagai jenis pameran, seperti keuangan, komputer, perbankan, mobil, buku, obat-obatan dan farmasi dsb.

1. Media Fair	March
2. International Fair of Furniture and Interior Equipment 'Ambienta'	April
3. International Fair of Civil Engineering	April
4. International Fair of motorcycles, bicycles and accessories 'Moto Bike EXPO - Novi Sad'	April
5. International Book Fair	April
6. International Fair of School and Office Equipment 'SCHOOL & OFFICE EXPO'	April
7. International Exhibition of Art 'ART EXPO'	April
8. International Agricultural Fair	May
9. International Fair of Medicine and Pharmacy 'PRO-MEDKA'	June
10. Exhibition of Dentistry Equipment and Scientific-Professional Gathering 'PROMODENTIS - NOVI SAD'	June
11. International Fair of Hunting, Fishing and Sport	September
12. International Fair of Nautical Equipment	September
13. International Fair of Horticulture	September
14. International Fair 'Eko-Svet' - Ecology, Medical Herbs And Water	September
15. International Fair of Tourism	October
16. Hotelkeeping and Catering	October
17. Gastronomic Festival	October
18. 'Car Show - Novi Sad'	October
19. Fair of Finance 'Finmar'	November
20. Fair of Investment	November
21. Power Supply, Electronics and Telecommunications	November
22. Fair of Logistics	November
23. Fair of Entrepreneurship	November
24. International Exhibition of Jewellery, Watches and Optics 'SJAJ'	November
25. New Year's Sales Fair of Consumer Goods	December

Selama lebih dari tiga perempat abad keberadaannya, International Agricultural Fair Novi Sad telah berkembang menjadi pameran terbesar di Eropa Tenggara. Pameran bertujuan mengumpulkan semua pihak yang mencari sesuatu di bidang pertanian, industri makanan, peternakan, dan cabang-cabang ekonomi yang berasal dari pertanian atau yang terkait dengan pertanian. Kepertingan dan alasan bisnis yang baik untuk tampil di "Pameran Mei" ditunjukkan oleh keikutsertaan lebih dari 1.500 peserta pameran, 30 persen di antaranya berasal dari luar negeri dan memamerkan produk dari 60 negara.

Sejumlah besar peserta pameran dalam area Pameran Pertanian Novi Sad Fair dan lebih dari 300.000 pengunjung memberikan konfirmasi atas kualitas dari Pameran, dan begitu juga hasil transaksi selama pameran yang mencapai beberapa ratus juta euro.

Kehadiran institusi yang kompeten, seperti Kementerian-Kementerian di Pameran Pertanian Internasional di Novi Sad bertujuan untuk memungkinkan para produsen pertanian dan pengunjung untuk belajar langsung di lokasi tentang program saat ini, mendapatkan informasi yang tepat terhadap bentuk pembiayaan, co-financing atau keurlungan yang diberikan oleh dana-dana, serta untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah saat ini di sektor pertanian.

Pameran Pertanian Internasional ke-77

- 15 - 22 Mei 2010.
- Dihadiri 1.300 peserta pameran.
- Dihadiri 24 negara peserta pameran (negara-negara Balkan, Eropa Barat, Asia (termasuk Indonesia melalui KBRi Beograd)
- Dihadiri 9 Menteri Pertanian Eropa.
- Dikunjungi 300 ribu orang.
- Negara Mitra adalah Hongaria.

Antara tanggal 15 – 22 Mei 2010, KBRI Beograd telah mengikuti Pameran Pertanian Internasional ke-77 di Novi Sad. Pameran ini diikuti oleh 1.300 perusahaan dari Serbia dan 24 negara lainnya. Keikutsertaan KBRI di tahun 2010 tersebut merupakan upaya untuk memperkenalkan produk-produk hasil pertanian, perkebunan (lahan maupun non-lahan) Indonesia kepada publik dan kalangan pengusaha Serbia. Keikutsertaan KBRI Beograd adalah bersifat mandiri dengan stan seluas 30m².

Dalam pameran saat itu, KBRI Beograd mendapat dukungan dari 4 perusahaan Indonesia melalui pengiriman contoh produk (Kopi Bali – kopi & kopi luwak, PT. Kalitum Kencana Aromatics – minyak cengkeh diji, PT. Neka Boga Parisa – rempah-rempah dan Indofood melalui agen penjualan di Serbia). Selain produk-produk tersebut, KBRI juga menampilkan berbagai produk lain: minyak kelapa sawit, teh, kopi instan, susu manis, kecap. Selama pameran, terdapat minat yang cukup besar terhadap berbagai produk Indonesia yang dipamerkan baik dari kalangan pengusaha Serbia maupun asing.

Pengamatan KBRI

Pameran Pertanian Internasional di Novi Sad merupakan salah satu pameran yang berkaitan dengan pertanian (bahan baku, olahan, mesin, alat pertanian, pelemtakan) terbesar di kawasan. Pameran ini telah memasuki usia ke-77 dan terus berkembang dari tahun ke tahun. Selain berbagai perusahaan lokal, para pengusaha dari negara kawasan maupun Eropa lainnya ikut berpartisipasi dalam pameran ini. Pameran ini merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan berbagai produk Indonesia tidak hanya untuk pasar Serbia namun juga untuk pasar di kawasan.

Pameran Pertanian Internasional Ke-78

14 – 21 Mei 2011

Diperkirakan akan dihadiri 1.500 peserta pameran.

Dipertkirakan akan dihadiri 30 negara peserta pameran (negara-negara Balkan, Eropa Barat, Asia termasuk Indonesia melalui KBRI Beograd)).

Perkiraan pengunjung 500 ribu orang.

Negara Mitra adalah Portugal.

Pengelompokan negara dalam pameran menciptakan kemungkinan untuk presentasi peluang, kerjasama, dan perdagangan di bidang pertanian dan cabang yang menyertainya. Pameran Pertanian Internasional ke-78 adalah kesempatan yang tepat untuk belajar tentang pengalaman dari negara-negara tetangga. Kontak yang tercipta, hasil yang dicapai tercermin dalam dimulainya kerjasama jangka panjang perdagangan, produksi dan investasi serta pertukaran pengalaman dengan perusahaan-perusahaan dan asosiasi dari negara-negara maju dan para peserta pameran yang tidak memiliki untuk penentuan posisi industri pertanian nasional.

Promosi di Bosnia dan Herzegovina, Kroasia, Makedonia, Republik Spska, Slovenia, dan Serbia akan diselenggarakan sebelum Pameran. Berbagai pertemuan ilmiah, presentasi, dan promosi akan diadakan di Pusat Kongres "Master".

Portugal adalah NEGARA MITRA dalam PAMERAN PERTANIAN INTERNASIONAL KE – 78. Sementara Mitra Strategis adalah Kementerian Pertanian, Pengelolaan Air dan Kehutanan Republik Serbia dan Pemerintah Otonom Vojvodina.

Hasil-hasil yang dapat dicapai dengan adanya Pameran Pertanian Internasional di Novi Sad adalah sebagai berikut:

- Memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk unggulan Indonesia di sektor pertanian, perkebunan, pelemtakan dan consumer goods.
- Menjalaki kerjasama investasi di bidang pertanian, perkebunan, peternakan dan consumer goods baik dalam perspektif G to G maupun B to B dengan Serbia dan negara-negara di kawasan ETT/ peserta pameran.
- Mulai menggerakkan emerging market Serbia/ETT sebagai alternatif pasar tradisional Eropa Barat.
- Menjalaki kerjasama di bidang research baik dari sisi pemerintah maupun dari sisi swasta.
- Pertukaran pengalaman dengan peserta pameran yang jumlahnya lebih dari 1500 peserta.
- Untuk mewujudkan spirit Indonesia incorporated antara Pemerintah Pusat di Tanah Air, KBRI Beograd, kalangan dunia usaha, kalangan akademisi, perguruan tinggi Indonesia dan pers.
- Memberikan masukan lebih lanjut kepada KBRI Beograd untuk terus bertindak secara tepat guna bagi kepentingan NKRI.

Guna mendorong peningkatan kehadiran produk-produk Indonesia terutama hasil dan produk pertanian / perkebunan di pasaran Serbia dan kawasan, diperlukan upaya secara terus menerus memperkenalkan potensi yang dimiliki Indonesia kepada masyarakat dan kalangan usaha Serbia dan kawasan Eropa Tengah dan Timur. Pameran Pertanian Internasional ke-78 merupakan ajang yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Waktu : 14-21 Mei 2011.

Stand : Seluas 60 m2 (diupayakan lebih luas dari tahun 2010).

Produk : Berbagai produk yang memiliki potensi (Kelapa sawit, coklat, kopi, teh, Kelapa, rempah-rempah, karet dan produk Indo Food).

Tema : "Remarkable Indonesian Products"

Sub Tema : "Sustainable Indonesian Products for the Dynamic Market of Serbia and the Region"

Skenario :

I. H-2 bulan : Pendaftaran, pemberitahuan dan penyampaian undangan kepada para pemangku kepentingan dan palaku usaha Indonesia.

II. H-1,5 bulan : Perencanaan stand.

III. H-1 bulan : Persiapan internal KBRI.

IV. H-2 hari : Kedatangan delegasi Indonesia.

V. H-1 hari : Persiapan stand Indonesia di Novi Sad. Courtesy Call kepada Mendag & Mentan Serbia, pemaparan di Kamar Dagang Serbia, kunjungan ke Maize Research Institute Zemun Polje.

VI. Hari H : Pembukaan Pameran, pemaparan di arena pameran (LPFI, Gapki, dll), pertemuan B to B, kunjungan ke Institute of Field & Vegetable Crops NS Seme, delegasi kembali ke Beograd.

VII. H+1 : Pameran - tema: Kelapa sawit, peninjauan kawasan industri.

VIII. H+2 : Pameran - tema: Indofood, peninjauan pelabuhan Rijeka (Croatia).

IX. H+3 : Pameran - tema: Kakao, peninjauan pelabuhan Koper (Slovenia).

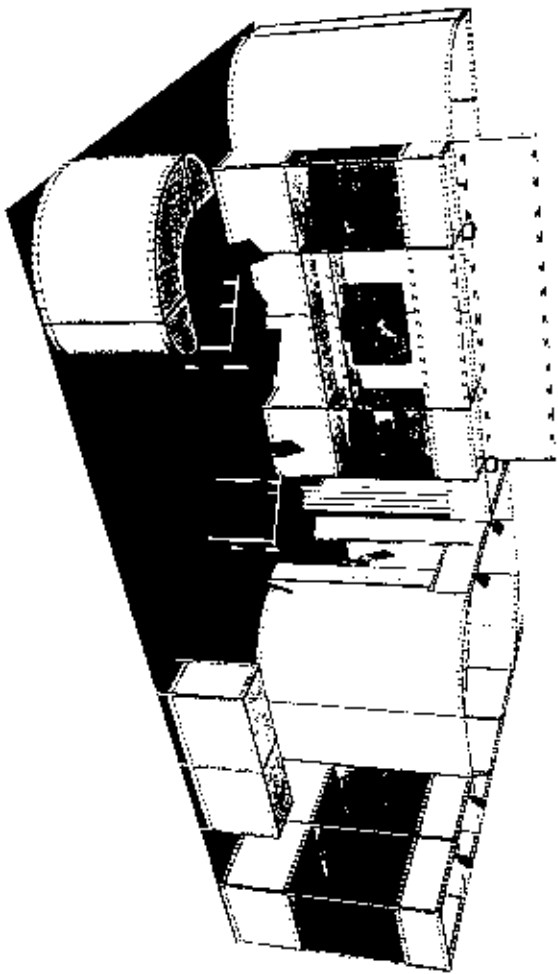
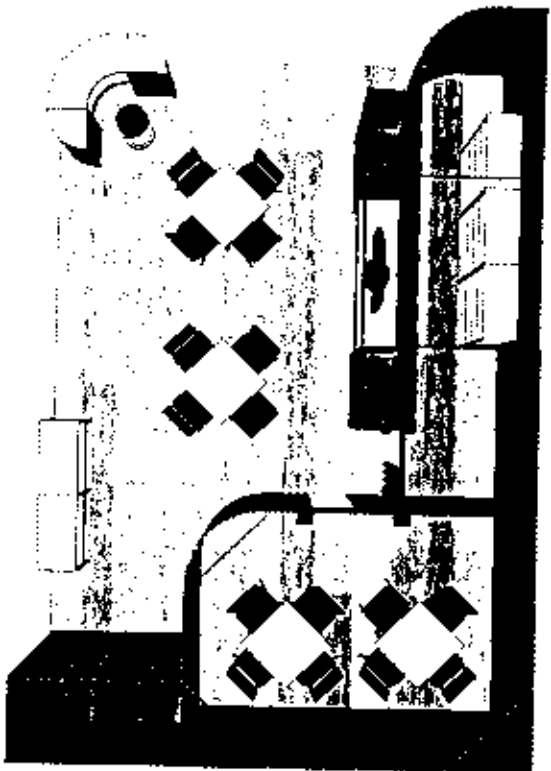
X. H+4 : Pameran - tema: Kelapa.

XI. H+5 : Pameran - tema: Kopi.

XII. H+6 : Pameran - tema: Teh.

XIII. H+7 : Pameran - tema: Rempah-rempah.

XIV. H+8 : Penutupan.



Kelapa Sawit

Kelapa sawit *Elaeis Guineensis* berasal dari Afrika dan *Elaeis Oleifera* berasal dari Amerika Tengah. Kelapa sawit diadatkankan oleh Gubernur Jenderal Inggris, Sir Thomas Stamford Raffles sebagai koleksi sekolihus tanaman hias pada Kebun Raya Bogor tahun 1848.

Minyak sawit digunakan sebagai bahan baku minyak makan, margarin, sabun, kosmetika, industri baja, kawat, radio, kulit dan industri farmasi. Produksi minyak sawit meningkat seiring dengan tumbuhnya permintaan atas lemak dan minyak. Pada tahun 2009, minyak sawit menduduki peringkat 1 dengan produksi mencapai 45,06 juta ton dari 163,94 juta ton dari produksi lemak dan minyak dunia.

Minyak kelapa sawit merupakan penyumbang kedua terbesar PDB setelah minyak dan gas. 40% luas area ditanami oleh para petani kecil dan perkebunan kelapa sawit berkelokasi dengan pengentasan kemiskinan dengan menciptakan 27 juta lapangan kerja dimana 4 – 5 juta orang tergantung kepadanya.

Kelapa sawit tertinggi dalam produktivitas dibandingkan minyak sayur / tanaman lainnya dan superior dalam pemanfaatan lahan. Perkebunan kelapa sawit dapat menyerap sejumlah besar karbon dioksida dalam jangka panjang (umur tanaman 25 – 30 tahun). Selain itu perkebunan kelapa sawit mengikuti pengawasan ketat dalam penanaman kelapa sawit.

Indonesia sejak tahun 2007 menjadi produsen CPO terbesar dunia dan dipkirakan produksi tahun 2010 mencapai 22,91 juta ton. Diperkirakan permintaan akan lemak dan minyak dunia pada tahun 2010 akan mencapai 169,5 ton sementara produksi lemak dan minyak dunia mencapai 168,8 juta ton.

Pasar utama minyak sawit saat ini adalah India, China dan Eropa dengan pangsa sebesar 49,2%. Pasar untuk minyak dan lemak di kawasan Eropa Tengah dan Timur cukup menjanjikan dengan permintaan berdasarkan proyeksi FAO) mencapai 3,458 juta ton untuk tahun 2010 (termasuk minyak kelapa sawit).



Kakao

Kakao dibawa ke Indonesia oleh kolonial Belanda yang mulai penanaman di beberapa perkebunan di Jawa. Iklim tropis Indonesia menjadi habitat yang sempurna untuk kakao, dan menyebar secara pesat di seluruh nusantara. Sulawesi Selatan, Tenggara, dan Tengah merupakan daerah produksi utama menyumbang 75 persen dari total produksi kakao Indonesia. Daerah penghasil penting lain adalah Sumatera Utara, Kalimantan Timur, Lampung, dan Jawa Timur. Petani di kawasan memulai panen tanaman utama dari bulan April sampai bulan Juni atau Juli, sementara hasil panen pertengahan tahun berkisar dari Oktober sampai Desember. Kakao Sulawesi diperdagangkan dalam bentuk biji tidak difermentasi, mentega dan dalam jumlah masa. Sebagian besar biji kakao diekspor melalui Makassar, Sulawesi Selatan.

Dalam hal produksi, kakao Indonesia juga menunjukkan kecenderungan meningkat. Kementerian Pertanian melaporkan bahwa produksi kakao meningkat dari 769.386 ton di tahun 2006 menjadi sekitar 776.618 ton pada tahun 2010. Dari angka 2010 total produksi diperkirakan, 91,63 persen berasal dari petani kecil; 4,35 persen dari tanah pemerintah, dan sisanya 4,02 persen dari perusahaan swasta. Indonesia dikenal sebagai produsen ketiga kakao terbesar di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana.

Sebagai salah satu produsen terbesar di dunia, Indonesia juga memainkan peran penting di pasar kakao dunia. Importir utama kakao Indonesia termasuk Malaysia, Amerika Serikat, Singapura, Brasil, dan China. Pada tahun 2009, ekspor biji kakao Indonesia jatuh atau pecah, mentah / panggang mencapai 439.305 ton, naik dari 380.513 ton pada tahun 2008. Dalam hal nilai, ekspor pada tahun 2009 membukukan nilai sebesar US\$ 1.090.000.000, naik dari US\$ 854.590.000 pada tahun 2008. Nilai ekspor kakao pada tahun 2009 memberi kontribusi sebesar 1,12 persen terhadap ekspor total non migas negara dan gas. Harga kakao menunjukkan kecenderungan meningkat dalam lima tahun terakhir dan ini dapat dilihat dari nilai ekspor yang dibukukan selama periode tersebut. Nilai ekspor kakao Indonesia meningkat dari US\$ 467.830.000 pada tahun 2006 menjadi US\$ 1.090.000.000 pada tahun 2009, yang meningkat dua kali lipat.



Kelapa

Sebagai negara kepulauan tropis dengan 17 ribu pulau, Indonesia memiliki sejumlah besar tanaman kelapa di seluruh hamparan negara. Tanaman kelapa menghasilkan banyak produk dari buah, batang, dan bagian pohon lainnya.

Sebagai salah satu produsen utama dan eksportir kelapa dan produk lainnya yang dihasilkan dari pohon kelapa, Indonesia adalah produsen dan eksportir yang dapat diandalkan.

Indonesia memproduksi dan mengekspor berbagai produk dari pohon kelapa terutama kelapa, kopra, dan produk lain yang dibuat dari bagian-bagian pohon kelapa seperti furnitur, kuas, aksesoris tempurung kelapa, dll. Produk ekspor utama adalah minyak kelapa, mentah atau olahan. Pada tahun 2007, Indonesia adalah eksportir terbesar kedua kopra / minyak mentah kelapa setelah Filipina. Ekspor Indonesia tahun itu mencapai nilai US \$ 466.500.000, dan ekspor Filipina senilai US \$ 508.200.000. Nilai ekspor dunia pada tahun tersebut mencapai US \$ 1.119,04 juta. Eksportir utama lainnya adalah: Papua New Guinea (US \$ 30,9 juta), Malaysia (US \$ 31.100.000), Belanda (US \$ 22,7 juta); Pantai Gading (US \$ 8,4 juta); Mozambik (US \$ 6,9 juta), Singapura (US \$ 4,7 juta); Kepulauan Marshall (US \$ 4,6 juta), dan Amerika Serikat (US \$ 4,1 juta).

Pasar utama Indonesia (kopra) / minyak kelapa mentah di tahun 2007 adalah: Belanda (US \$ 192.100.000); Malaysia (US \$ 111.700.000), China (US \$ 77,5 juta); Amerika Serikat (AS \$ 47.100.000); Turki (US \$ 9.100.000); Singapura (US \$ 8,5 juta), Spanyol (US \$ 8.020.000); Mesir (US \$ 4,2 juta), Filipina (US \$ 2,4 juta); dan India (US \$ 2,1 juta. Indonesia juga merupakan eksportir terbesar kedua kelapa (kopra) dan fraksinya, dimurnikan tetapi tidak secara kimia dimodifikasi yang mencapai US \$ 103.900.000. Eksportir terbesar pada tahun itu adalah Filipina dengan US \$ 225.700.000. Total ekspor dunia mencapai US \$ 579,4 juta. Eksportir utamanya adalah Malaysia (US \$ 93,8 juta), Belanda (US \$ 89.300.000), Jerman (US \$ 21,3 juta), Amerika Serikat (US \$ 8,4 juta); India (US \$ 6,8 juta), Singapura (US \$ 5,5 juta); Kanada (US \$ 4,3 juta), dan Perancis (US \$ 3,5 juta).

Pasar utama untuk minyak kelapa Indonesia (kopra) & fraksinya, dimurnikan tetapi tidak dimodifikasi pada tahun 2007 adalah: Korea Selatan (US \$ 7.300.000), Rusia (AS \$ 25,5 juta), Cina (US \$ 8,9 juta), Malaysia (AS \$ 7,9 juta), Amerika Serikat (\$ 7,7 juta), Ukraina (\$ 4,8 juta), Brasil (US \$ 1,8 juta), Pakistan (US \$ 1,2 juta); India (US \$ 1,1 juta), dan Turki (US \$ 1.010.000).

Sementara itu, Indonesia juga mengekspor kelapa kering. Ekspor pada tahun 2007 mencapai US \$ 46.400.000. Pasar-pasar utama adalah: Singapura (US \$ 21,0 juta), Jerman (US \$ 2,9 juta), Rusia (US \$ 1,8 juta), Argentina (US \$ 1,7 juta), Polandia (US \$ 1,7 juta), United Arab Emirates (US \$ 1,6 juta), Pakistan (US \$ 1,5 juta), Belanda (US \$ 1,5 juta), dan Malaysia (US \$ 1,0 juta).

Kopi

Sejak beberapa dekade, Indonesia telah menjadi salah satu eksportir utama kopi di dunia. Menurut data dari International Trade Center (ITC), pada tahun 2007 Indonesia adalah eksportir terbesar keenam kopi ke pasar dunia dengan pangsa pasar 3,57%. Eksportir terbesar di tahun yang sama adalah Brazil dengan pangsa pasar 19,09%, diikuti oleh Vietnam (pangsa pasar 11,15%), Kolombia (pangsa pasar 9,72%), Jerman (8,29% pangsa pasar) dan Italia (4,6% pangsa pasar).

Kopi pertama kali dibawa dan dibudidayakan di Batavia, sekarang Jakarta, oleh Perusahaan Hindia Timur Belanda (VOC) pada akhir abad ke-17. Dalam beberapa tahun, koloni Belanda (Jawa di Asia dan Suriname di Amerika) telah menjadi pemasok utama kopi ke Eropa.

Tanaman kopi adalah salah satu genus Rubiaceae Family. Genus kopi ini memiliki sekitar 100 spesies. Namun di antara 100 spesies, hanya ada dua spesies yang bernilai ekonomi, yaitu Robusta dan Arabika. Hampir 75% dari produksi kopi dunia berasal dari varietas kopi Arabika ini dan Indonesia menyumbang 10% dari total jumlah produksi dunia. Kopi robusta menghasilkan sekitar 25% dari produksi dunia dan dari jumlah ini, Indonesia menyumbang 90%. Biji kopi Indonesia berasal dari perkebunan di daerah seperti Aceh, Medan, Toraja, Jember, Lampung, Bengkulu dan Mataram. Sebagian besar tanaman kopi di Indonesia tertetak di daerah katulistiwa seperti di bagian selatan Sumatra, Jawa, bagian selatan Sulawesi, Bali, dan Nusa Tenggara.

Biji kopi Indonesia memiliki nama komersial sebagai berikut:

1. Kopi Robusta Aceh (dari Aceh).
2. Kopi Robusta Sidikalang (dari Sumatera Utara).
3. Kopi Robusta Padang (dari Sumatra Barat).
4. Kopi Robusta Palembang (dari Sumatera Selatan).
5. Kopi Robusta Bengkulu (dari Bengkulu).
6. Kopi Robusta Lampung (dari Lampung).
7. Kopi Robusta Bali (dari Bali).
8. Kopi Robusta Flores (dari Nusa Tenggara Timur).
9. Kopi Robusta Celebes (dari Sulawesi Selatan).
10. Pengalihan Robusta basah dari Propinsi Jawa Tengah dan Timur.
11. Mandheling Arabica Coffee (dari Sumatera Utara).
12. Golden Mandheling Arabica Coffee (dari Sumatera Utara).
13. Kopi Gayo Arabika Takengon (dari Aceh).

14. Lintong Kopi Arabika (dari Sumatera Utara);
15. Jawa Kopi Arabika (dari Jawa Timur);
16. Kopi Arabika Toraja Kalosi (dari Sulawesi Selatan);
17. Bali Kopi Arabika (dari Bali).

Menurut data dari Peta Perdagangan ITC, Indonesia menduduki peringkat 5 sebagai pengeksport produk-produk kopi di dunia pada tahun 2008, setelah Brasil (US \$ 4.167,9 juta), Kolombia (US \$ 1.917,3 juta), Jerman (US \$ 1.723,5 juta), dan Belgia (US \$ 1.106,5 juta). Namun, data tersebut tidak termasuk Vietnam. Kelika data dari Vietnam telah tersedia kemudian, Brasil akan menjadi peringkat kedua dunia dan hal ini akan membuat Indonesia berada di tempat keenam.

Mayoritas produk kopi yang diekspor oleh Indonesia adalah kopi yang tidak digongseng dan tidak dihilangkan kafeinnya. Nilai ekspor pada tahun 2008 mencapai US \$ 988.800.000, dan Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai pemasok dunia setelah Brasil (US \$ 4.131,6 juta), dan Kolombia (US \$ 1.883,2 juta).



Teh

Teh telah menjadi bagian dari cara hidup di Indonesia selama lebih dari 200 tahun. Belanda mendirikan perdagangan teh di Indonesia pada 1700. Industri ini mengalami penurunan setelah Perang Dunia 2. Pada tahun 1984, industri teh di Indonesia dihentikan kembali setelah puluhan tahun mengalami isolasi. Setelah banyak usaha dan investasi, ekspor teh dari Indonesia mulai memperkuat posisi di pasar teh dunia.

Produk utama teh Indonesia adalah teh hitam dan sekitar 80% dari produksi diekspor. Teh Indonesia berkarakter ringan dan beraroma serta sebagian dijual untuk menjadi bahan campuran. Lembaga Penelitian Teh dan Kina di Gambung, Jawa Barat, memiliki tanggung jawab penting untuk meningkatkan produksi teh dan untuk meningkatkan kualitas, beberapa klan telah diciptakan yang lebih cocok dengan iklim, tanah dan untuk pemrosesan teh modern di Indonesia. Ekspor teh berkualitas dijual terutama melalui lelang di Jakarta.

Perkebunan dan industri teh menyerap 450.000 tenaga kerja dan memberikan dukungan terhadap 2,25 juta orang. Dukungan terhadap 2,25 juta orang / rasio menjadikan perbandingan perhektarnya adalah 3 orang / ha. Industri teh memberikan kontribusi sebesar 0,3% dari total PDB. Total nilai produksi sebesar Rp 2,1 triliun. Volume produksi mencapai 150.000 ton / tahun dan menduduki peringkat 6 setelah China, India, Sri Lanka, Kenya dan Vietnam.



Karet

Indonesia seringkali dirujuk sebagai produsen kedua terbesar karet dunia yang termasuk dalam 6 produsen besar penyumbang 89% dari permintaan total dunia. Dengan produksi sekitar 2,7 juta metrik ton per tahun, Indonesia berada pada peringkat kedua setelah Thailand. Bersama dengan Thailand dan Malaysia, Indonesia telah membentuk the International Tripartite Rubber Council (ITRC) yang memungkinkan para negara produsen untuk melakukan pengawasan ketat terhadap suplai karet dunia.

Karet alam dan produk karet memiliki peranan penting bagi penciptaan devisa dan perekonomian domestik. Pada tahun 2009, ekspor karet alam dan produk karet menghasilkan nilai sebesar US\$ 4,91 milyar atau memberikan kontribusi sebesar 5,04% dari total ekspor komoditas non minyak dan gas. Nilai ekspor tumbuh rata-rata 13,49% dalam 4 tahun terakhir.

Indonesia mengekspor karet alam dan produk karet ke 40 negara dengan tujuan ekspor utama adalah Amerika Serikat (20,28%), China (17,08%), Jepang (14,81%), Singapura (4,57%) dan Korea Selatan (3,47%).

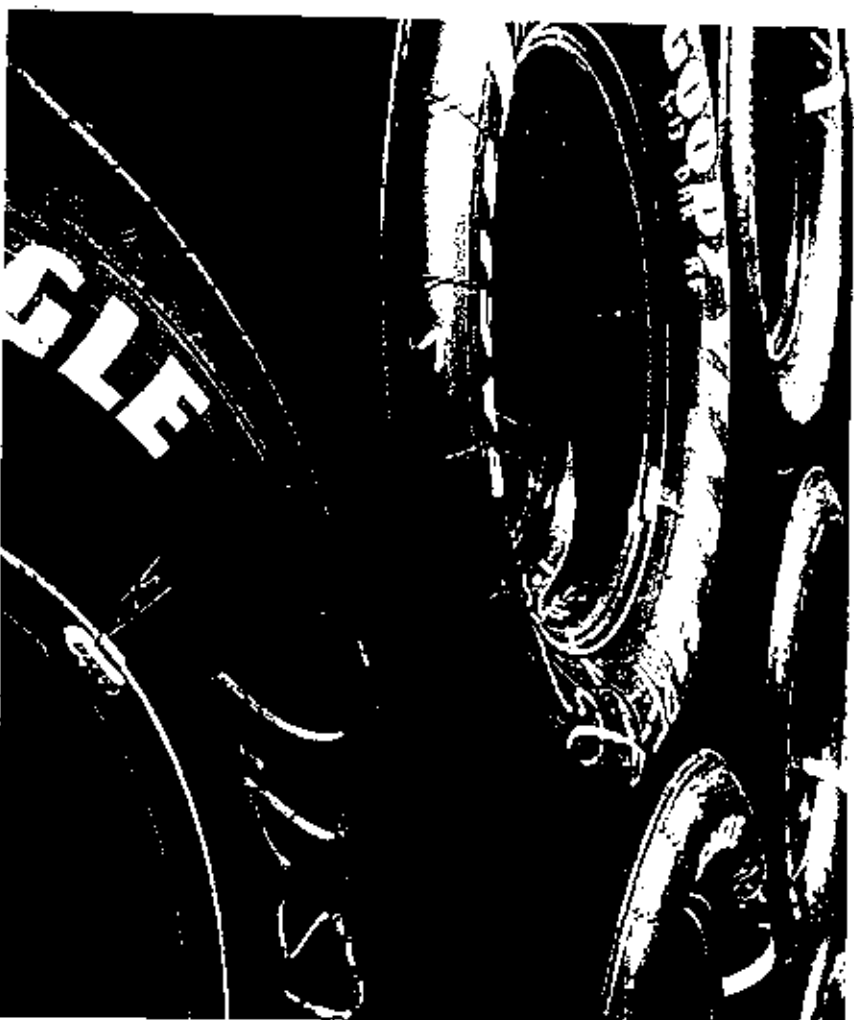
Di Indonesia, perkebunan karet mayoritas berada di pantai timur Sumatera, dari Aceh hingga Sumatera Selatan dan Sumatera Barat, Kalimantan Timur dan Selatan, Jawa Barat dan Timur. Pada kawasan produksi utama dilengkapi dengan pelabuhan ekspor.

Berdasarkan data Gapkindo tahun 2009, terdapat 23 pelabuhan ekspor yang beroperasi. Volume ekspor dari pelabuhan-pelabuhan ekspor tersebut bervariasi, berkisar dari 4 metrik ton per tahun hingga 657.758 metrik ton per tahun. Pelabuhan ekspor utama dengan volume ekspor terbesar adalah Pelabuhan Sungai Musi di Sumatera Selatan dengan 657.758 metrik ton / tahun, Pelabuhan Belawan di Sumatera Utara dengan 567.639 metrik ton / tahun, Pelabuhan Jambi dengan 181.404 metrik ton / tahun dan Pelabuhan Teluk Bayur di Sumatera Barat dengan 177.247 metrik ton / tahun.

Hingga tahun 2009, Asosiasi Karet Indonesia (Gapkindo) memperkirakan luas area tanam perkebunan karet di Indonesia mencapai 3,45 juta hektar. Dari total perkebunan tersebut, hampir 85% dimiliki oleh petani kecil sementara perkebunan pemerintah dan swasta memiliki

7,15% dan 8,13% luas tanah. Tingginya proporsi kepemilikan petani kecil menunjukkan bahwa karet tidak hanya sebagai penghasil devisa namun juga tulang punggung perekonomian banyak rumah tangga.

Indonesia tidak hanya mengekspor karet alam, namun produk karet seperti ban, sarung tangan dan produk lain termasuk produk untuk keperluan industri. Menurut penelitian Pusat Penelitian Bogor Untuk Teknologi Karot, pada tahun 2008, produk karet domestik berkontribusi 15% dari total produksi sementara industri ban berkontribusi 65% bagian. Dari seluruh produk karet yang diproduksi Indonesia, ban memberikan kontribusi paling besar dalam ekspor. Indonesia merupakan basis produksi ban merek global seperti Goodyear dan Bridgestone. Industri ban mampu menghasilkan berbagai jenis produk ban termasuk untuk kendaraan, sepeda motor, sepeda, kendaraan pertanian dan kebutuhan dan mesin bahkan ban untuk pesawat. Semua jenis ban tersebut tidak hanya dijual di pasar domestik namun juga untuk memenuhi permintaan pasar dunia.



Rempah-rempah

Indonesia mengajarkan dunia mengenai pemanfaatan rempah-rempah dan ramuan daun-daunan. Masakan Indonesia dikenal dengan kombinasi rasa yang kontras (berbumbu, asam, manis dan pedas) serta bertekstur (basah, kesat, kenyal dan keras). Masyarakat Indonesia telah mengembangkan tema gastronomi orignai dengan serai dan laos (Alpinia galanga), kapulaga dan cabai, asam jawa dan kunyit. Dalam masakan Jawa yang kompleks, cuka dan asam jawa dimanfaatkan dalam gula merah untuk menghasilkan cita rasa asam manis.

Rempah-rempah Indonesia antara lain, cabe, merica, laos, kunyit, cengkeh, buah pala, jahe, lengkuas, kencur. Kecuali di Indonesia dan Asia, beberapa bumbu ini jarang dipergunakan seperti – bumbu pala, merica, pala, dan cengkeh- yang memberikan nama "Spice Islands" untuk Indonesia. Serai Indonesia (kunyit) digunakan untuk hidangan nasi kuning dengan warna yang kuat dan menyediakan nasi dengan rasa pedas.

Terasi, pasta udang merah-coklat di fermentasi dengan aroma yang kuat, yang digunakan dalam jumlah kecil di sebagian besar saus. Hal ini dianggap sangat penting bagi rasa "rijsttafel". Ada banyak jenis pasta cabai (sambal) yang selalu dibuat dari cabai merah, bawang merah dan tomat. Sambal dari Padang, Sumatra Barat adalah beberapa yang terpedas di Indonesia. Jika hidangan terlalu pedas, peras sedikit jeruk dengan garam di atasnya untuk mengurangi rasa pedasnya.



Indomie

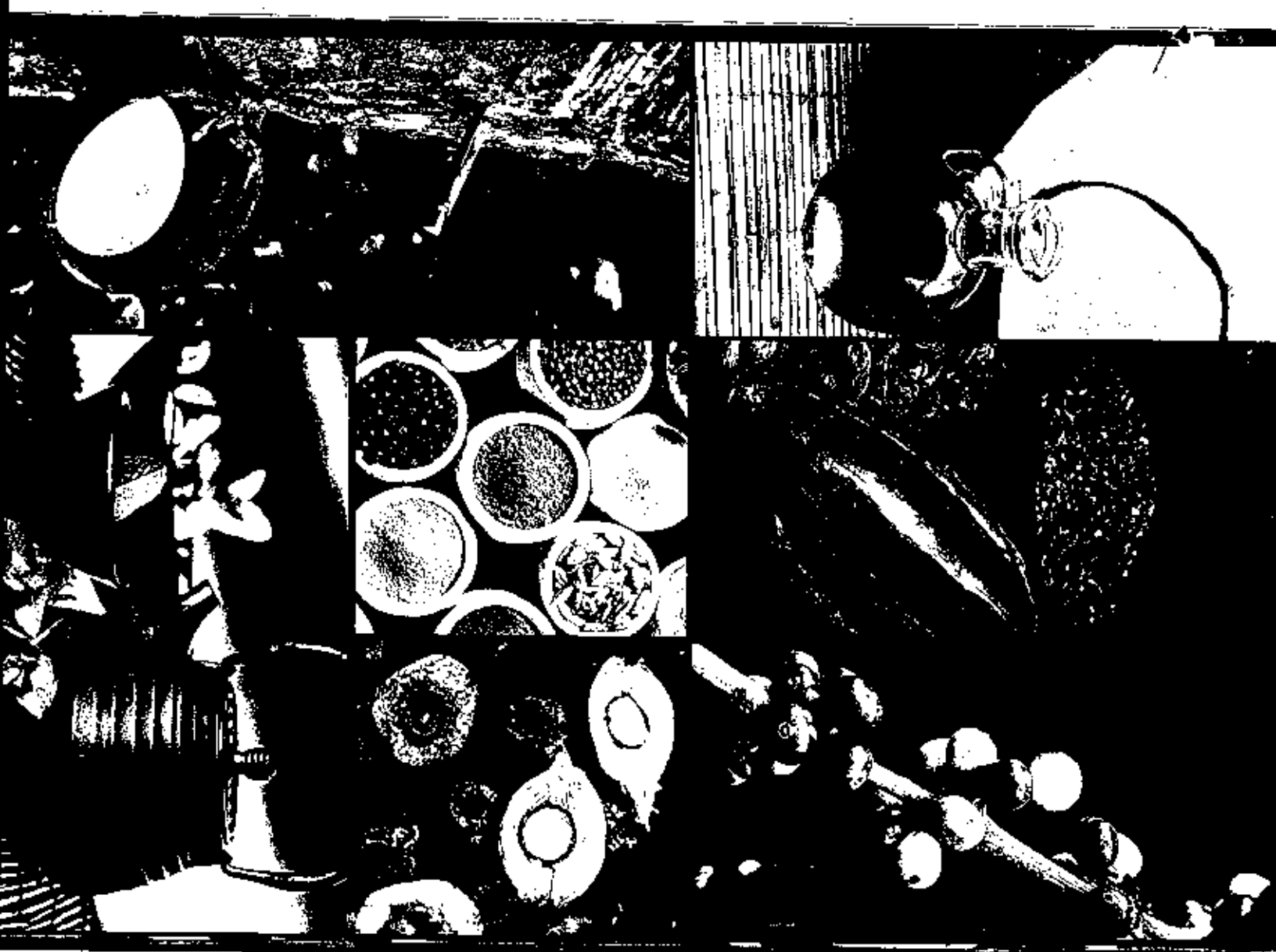
Pasar Serbia dan kawasan sejak tahun 2010 ditangani oleh Indo Food Serbia yang terdaftar sejak tanggal 12 Agustus 2010. Perusahaan saat ini sudah melakukan konsolidasi dengan menyewa kantor dan gudang penyimpanan serta pembelian aset-aset tetap.

Pada saat ini terdapat 7 staf permanen dengan 1 orang Manajer yang bertanggung jawab terhadap pasar Serbia. Perusahaan berencana untuk menyewa 10 – 20 pekerja paruh waktu terutama dalam rangka promosi pengenalan produk kepada masyarakat dan para pelaku usaha Serbia di beberapa daerah seperti: Beograd, Vojvodina, Cacak dan Nis.

Produk Indomie diimpor langsung dari Indonesia, terdapat 4 jenis rasa produk Indomie yang beredar di pasar Serbia saat ini, yaitu Rasa Ayam, Sapi, Sayuran dan Kari Ayam. Produk-produk tersebut dapat ditemukan di toko-toko Delta, hypermarketi Delta Maxi dan Metro (Jerman).

Sasaran Indo Food Serbia untuk tahun 2011 adalah membangun citra alas merk Indomie, meluncurkan Indomie Cup dan Mie Goreng. Strategi yang digunakan adalah Pull strategy, dengan melakukan pemasaran eceran agar produk Indomie dapat masuk ke semua toko di Serbia; mendorong produk dan membuat promosi; memperkenalkan produk kepada masyarakat; melakukan pendidikan sederhana cara memasak; menjual produk di tempat-tempat strategis dalam pasar eceran. Selain itu perusahaan juga menggunakan Push strategy melalui promosi beli 4 dapat 5; promosi jangka panjang; pengendalian harga khusus untuk pelajar; akan membuat promosi komersial melalui billboard, majalah, koran dan melakukan promosi di arena-arena sosial.

Pada tahun 2011, perluasan pasar juga akan dilakukan ke berbagai jaringan hypermarket seperti Merkator dan Roda (perusahaan Slovenia), TUS (Slovenia), Intorex (Perancis), DAS, Hyper Cort, dsb. Indo Food Serbia juga aktif dalam berbagai kegiatan yang diikuti / dilaksanakan KBRI Beograd, seperti Pameran-pameran Furniture, Film, Budaya, Bazar Wanita Internasional. Pariwisata melalui penyediaan produk-produk Indomie untuk keperluan promosi. Kerjasama saling menguntungkan tersebut diharapkan dapat ditingkatkan pada hari-hari mendatang.



sinar mas



SINARMAS GROUP
Sinar Mas Group is one of the largest conglomerates in Indonesia. It was formed in 1962 and has many subsidiaries including Asia Pulp & Paper and palm oil producer PT SMART. Sinar Mas Group was founded by a Chinese tycoon Eka Tjipta Widjaja. Its main businesses are: Pulp and Paper, Agribusiness, Property and Financial Services. Today, Sinar Mas is a rapidly growing member of the international market place.

www.sinarmas.com



BT COCOA

BT Cocoa established in 1993, processes a total 55,000 tons of cocoa annually to produce high-quality processed cocoa products such as cocoa liquor, deodorized cocoa butter, cocoa cake and cocoa powder. Our goal is to be your number one partner for cocoa products, especially for companies specializing in the chocolate industry who wish to grab new business opportunities in a fast-changing market.

www.btcocoa.com



INDOMIE

Indomie is a brand of instant noodles by Indofood Sukses Makmur, the world's largest instant noodle manufacturer, located in Indonesia. It is distributed in Australia, Asia, Africa, the United States and European and Middle Eastern countries. Indofood is one of Indonesia's largest pre-packaged food companies, and was founded in 1982 by Sudono Salim.

www.indomie.com