

ESTUDIO DE MERCADO FRUTILLAS CONGELADAS - SUECIA

ProChile Estocolmo Suecia, abril 2009

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

0811.1000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Frutillas congeladas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

0811 10 11 con un contenido de azúcares superior al 13 % en peso

0811 10 19 con un contenido de azúcares menor al 13 % en peso

0811 10 90 sin adición de azúcar u otro edulcorante

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

0811 10 11

ARANCEL GENERAL: 20,80% + 8,40 EUR / Kg

No hay arancel preferencial para producto chileno

Modificación No. 2204/99 publicado el 28/10/1999 en el Diario Oficial L278 página 0001

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

0811 10 19

ARANCEL GENERAL: 20,80%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0 %

Reglamento de base No. 0979/02 publicado el 30/12/2002 en el Diario Oficial L352 página 0001

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

0811 10 90

ARANCEL GENERAL: 14,40%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0 %

Reglamento de base No. 0979/02 publicado el 30/12/2002 en el Diario Oficial L352 página 0001

081110

Estadísticas Antidumping y compensatorias (erga omnes):

Reglamento de base No. 0384/96 publicado el 06/03/1966 en el Diario Oficial L56 página 0001.

OTROS PAÍSES CON ARANCEL PREFERENCIAL

0% preferencia arancelaria: Código del grupo de países EXLDC, SURV, ALLTC, 1009, SALMO, 1500, 1501, HANDY, WTO, REX2B, REX15, REX23, REX30, REX33, 9R03

OTROS IMPUESTOS

Moms (IVA) productos alimenticios: 12%

Control de importación al azar: 0,2544 EUR / cada 100 Kg
Ver página web <http://taric.tullverket.se>

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Normativa de comercialización

- Las importaciones de productos destinados al consumo humano deben responder a los criterios fijados por la Comisión Europea. Para las frutillas congeladas, deben cumplir con el Reglamento de Base 0979/02 publicado en el Diario Oficial de la CE No. L352 página 0001 del 30/12/2002.
- Además las importaciones a Suecia deben cumplir con los requisitos del país fijados por Livsmedelsverket, organismo controlador sueco, en cuanto a control y marcación del producto. Consultar en la página web www.slv.se (Svenska Livsmedelsverket – Instituto Sueco de Alimentos).
- Los productos serán sometidos a control agrícola en las estaciones de control en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Suecia, a cargo de Jordbruksverket (Instituto de Control Agropecuario – equivalente a SAG), especialmente en lo relacionado al contenido de pesticidas y puede hacerse incluso en los lugares de venta al consumidor.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

Fuente: Statistika Centralbyrån, (Oficina Central de Estadísticas de Suecia) www.scb.se. El monto es en coronas suecas (SEK) convertidas a US\$. El cambio de monedas correspondiente al tipo de cambio medio del año respectivo. Consultar www.oanda.com.

Código: 081110

Año 2008: Tipo de cambio medio: SEK 6,59 Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Toneladas)	Monto (US\$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Bélgica	2 011	4 986	29,76
Polonia	1 495	4 758	22,12
Holanda	1 273	2 994	18,84
China	1 107	1 396	16,38
Dinamarca	274	614	4,05
Noruega	260	982	3,85
Alemania	190	461	2,81
Serbia	40	126	0,59
Otros	108	211	1,60
Total Importado	6 758	16 528	100,00

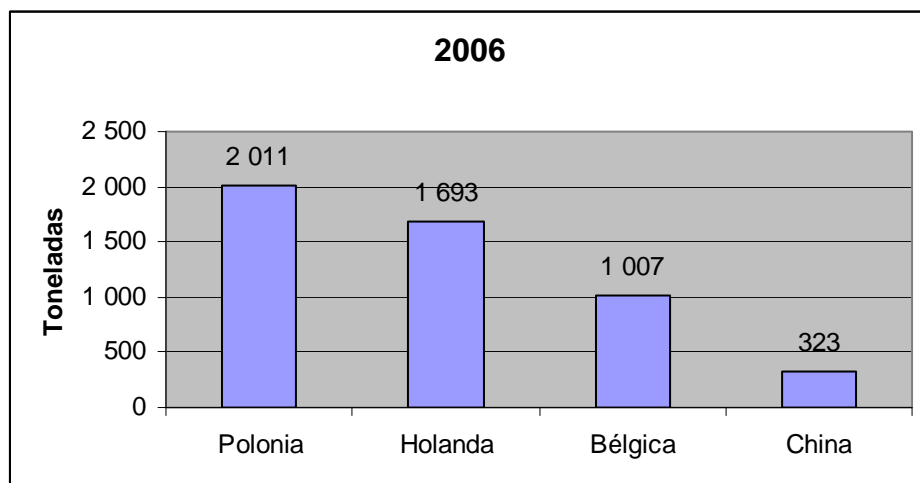
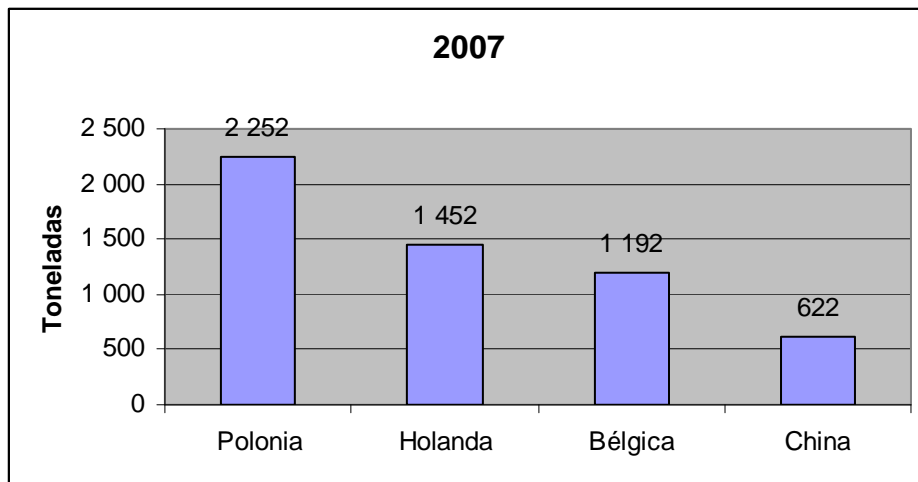
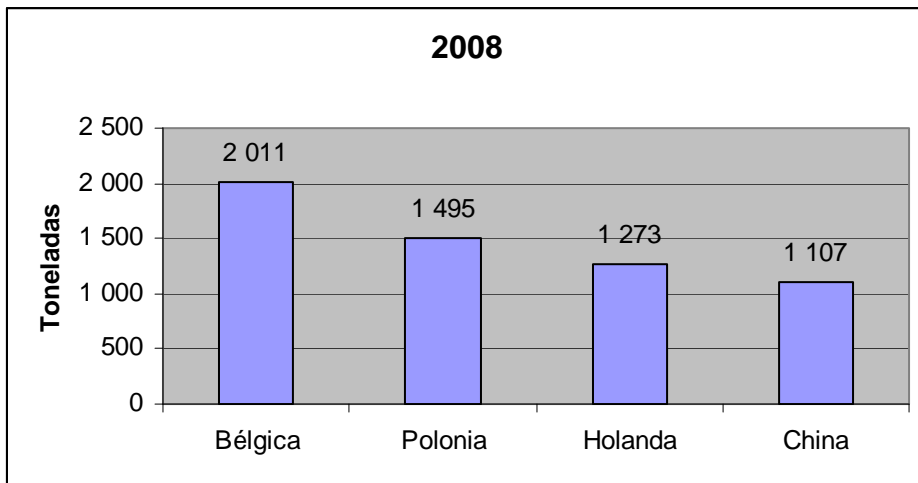
Año 2007: Tipo de cambio medio: 6,76 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Toneladas)	Monto (US\$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Polonia	2 252	5 188	32,29
Holanda	1 452	3 054	20,82
Bélgica	1 192	2 832	17,09
China	622	812	8,92
España	369	529	5,29
Alemania	369	997	5,29
Noruega	286	1 121	4,10
Dinamarca	192	415	2,75
Otros	241	580	3,46
Total Importado	6 975	15 530	100,00

Año 2006: Tipo de cambio medio: 7,38 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Toneladas)	Monto (US\$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Polonia	2 011	3 214 000	35,24
Holanda	1 693	2 207 000	29,67
Bélgica	1 007	1 652 000	17,64
China	323	234 000	5,66
Noruega	228	802 000	4,00
España	138	161 000	2,42
Dinamarca	109	142 000	1,91
Alemania	101	169 000	1,77
Otros	97	214 000	1,70
Total Importado	5 707	8 796 000	100,00

Volumen del mercado de los principales proveedores en toneladas



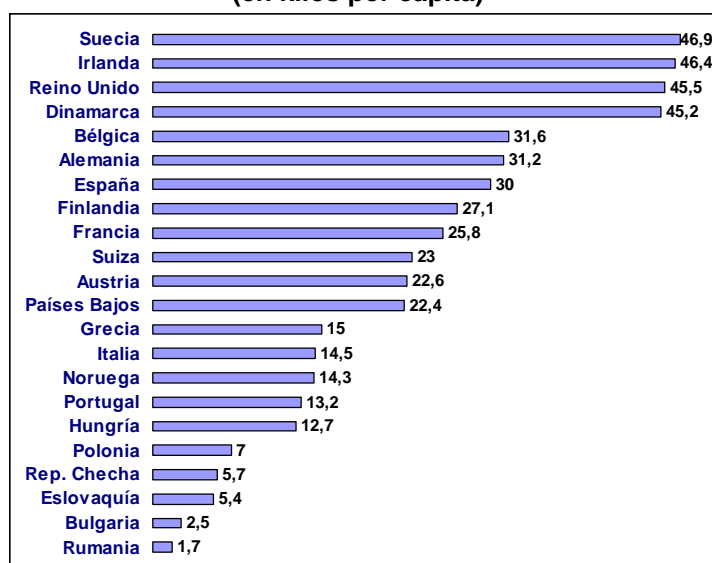
Las exportaciones de China a Suecia han aumentado notablemente debido a las malas cosechas en Polonia en los últimos años y el mejoramiento de calidad de las frutillas chinas. La mayoría de las frutillas congeladas chinas se destinan a la industria.

HÁBITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DEL MERCADO

Consumo de alimentos congelados en Europa

Suecia muestra una de las mayores tasas de consumo final de alimentos congelados de Europa, como muestra la siguiente tabla:

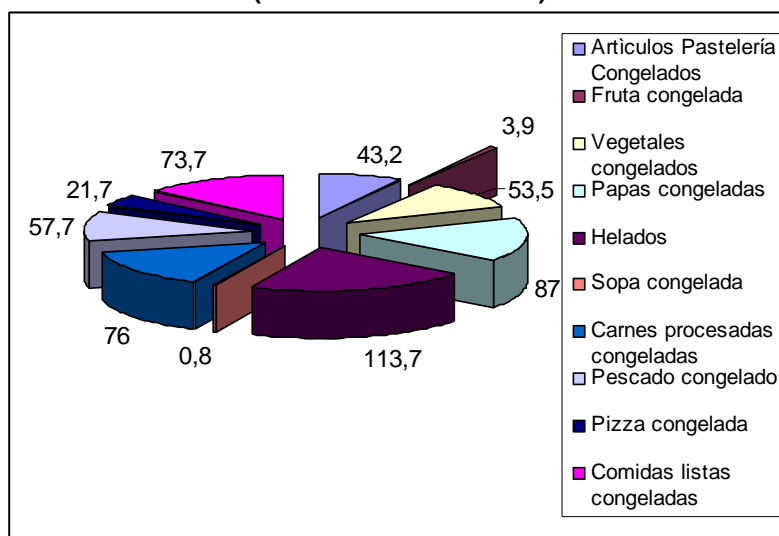
**Consumo final humano no-industrial de alimentos congelados, Europa, 2004
(en kilos por cápita)¹**



El consumo de alimentos congelados en Suecia alcanzó las 417.500 toneladas en el año 2004 y se concentró principalmente en los helados (113.700 toneladas), papas congeladas (87 toneladas) y las comidas listas congeladas (73,7 toneladas). La fruta congelada alcanzó un consumo de solo 3,9 toneladas, o menos de un 1% del total. El siguiente gráfico muestra el consumo total de las distintas categorías de alimentos congelados en Suecia.

¹ Fuente: Quick Frozen Foods International (octubre, 2005)

**Consumo final humano no-industrial de alimentos congelados, Suecia, 2004
(en miles de toneladas)**



Consumo de berries congelados en Suecia² (frutillas, frambuesas, grosellas, arándanos azules, arándanos rojos y otros) por cápita en kilo y año.

1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	2000	2003	2004	2005	2006
0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,7	0,7 (prel.)

Consumo de berries frescos en Suecia (frutillas, frambuesas, grosellas, arándanos azules, arándanos rojos y otros) por cápita en kilo y año.

1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	2000	2003	2004	2005	2006
4,6	4,8	4,1	3,9	3,9	3,7	1,3	1,8	1,8	2,1	2,3	2,3 (prel.)

La frutilla es una de las frutas de consumo tradicional en Suecia y es muy frecuente la presencia de plantas de frutillas en los jardines locales. Los suecos están acostumbrados a su sabor, por lo que junto a la frambuesa es uno de los sabores más utilizados al producir alimentos saborizados, tales como helados, jugos y salsas.

La presencia de fruta fresca de diversos orígenes en el mercado sueco durante todo el año hace que la fruta congelada no se presente como un sustituto de la fresca en temporadas de escasez. Por ello, el uso la frutilla congelada se orienta aparentemente a ser ingrediente o elemento decorativo en postres y otros alimentos. Varias fuentes entrevistadas señalaron que no conocen estudios sobre el uso final de las frutillas congeladas en Suecia, que permitieran orientar campañas promocionales.

² Fuente: Svenska Livsmedelsverket 2009 (Instituto Sueco de Alimentos)

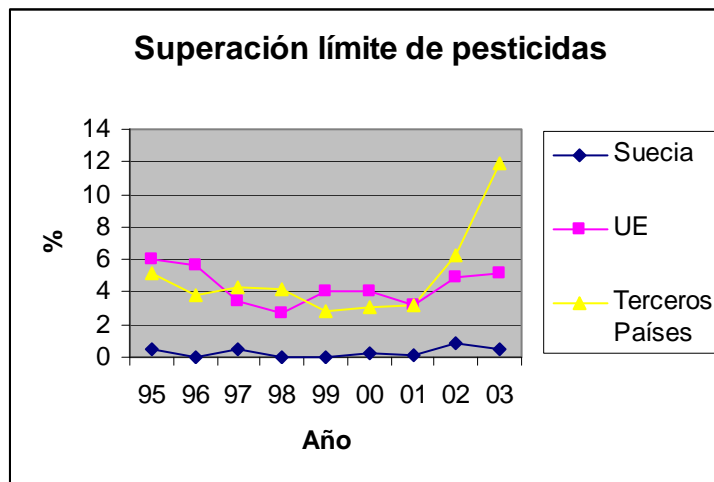
POTENCIAL DEL PRODUCTO

Hasta el momento, la principal fuente de frutillas congeladas al mercado sueco es Europea. Sin embargo, la preocupación por la presencia de pesticidas y/o virus podría abrir una ventana de oportunidad a los exportadores chilenos puesto que los productos chilenos son vistos como confiables y de buena calidad. Algunos importadores – particularmente supermercados – valoran la seguridad sanitaria de las frutillas congeladas y están dispuestos a pagar por ella. Varias fuentes entrevistadas anuncian, sin embargo, que la competencia de Polonia es muy grande. La frutilla desde un principio es un producto barato y el precio chileno y el transporte hacen que varios importadores por el momento no están interesados.

El potencial de compra es distinto según el mercado objetivo: para el mercado industrial – como la fabricación de yogurt y mermeladas – se utilizan frutillas de menor precio. Estas pueden ser de menor calidad y se importan en su mayoría de Polonia y China. La competencia por precio en el mercado industrial puede no resultar favorable para los exportadores chilenos.

Un segmento particularmente interesante en el mercado minorista es el de las frutillas orgánicas congeladas, según varias fuentes entrevistadas. También las frutillas congeladas convencionales podrían ser interesantes por su buena calidad.

Resultado de control de importación al azar en el año 2005³



³ Fuente: Naturskyddsföreningen (Asociación Protección de la Naturaleza), abril 2008

El mercado para las frutillas orgánicas congeladas

El mercado para la fruta orgánica fresca y productos basado en fruta es de alrededor de 23.000 toneladas anuales, con un valor de SEK 600 millones (US\$ 80.200.000) en el año 2005. Varios productores suecos tienen sus propias plantas en, por ejemplo, Polonia y Finlandia tanto para el cultivo de frutillas convencionales como para las frutillas orgánicas.

En contraste, el mercado de fruta congelada es muy reducido, y se limita principalmente a berries cosechados en Suecia⁴ (alrededor de 2.500 toneladas).

Sin embargo, existe un importante mercado para berries congelados utilizadas por la industria alimenticia, para hacer mermeladas y jugos, de los cuales una parte sustancial es importada (alrededor de 20.000 toneladas al año). La gama de frutas orgánicas congeladas por el momento es bastante limitada, consiste principalmente de berries producidos localmente.

El consumo total de fruta preparada (mermeladas, confituras y salsas de manzana) es alrededor de 60.000 toneladas, de los cuales las importaciones representan alrededor de 15% del total. Para la mermelada la participación en las importaciones es sustancialmente mayor.

La observación en supermercados muestra que efectivamente las frutillas orgánicas congeladas están a la venta al público – en este caso, marca Polarica en supermercados ICA, a un precio bastante superior al de los productos no orgánicos (SEK 88,- el kilo contra SEK 30,- de la marca más económica observada: Euro Shopper).

El mercado de productos orgánicos en Suecia tiene gran potencial de crecimiento, la demanda de productos orgánicos ha crecido en años recientes, al punto de que ha sido difícil cubrir la demanda. La penetración relativamente baja de los productos orgánicos (1,5% del valor total del mercado) se debe a la falta de proveedores. Desde 2004 al 2005 el consumo aumentó con un 40%, lo que significa que ese año Suecia era el sexto mayor mercado en Europa de productos orgánicos.

La buena aceptación de los productos orgánicos se debería en parte a la alta importancia que dan los consumidores suecos a la salud y al medio ambiente, por lo que se da preferencia a los productos orgánicos por sobre aquellos que han sido tratados con pesticidas y otros químicos.

La diferencia en precio entre alimentos ordinarios y orgánicos es sustancial, en promedio 20 al 40%.

⁴ Fuente: Swedish Chambers Market Briefs: Organic Food Products (diciembre de 2007)

La certificación orgánica de KRAV

En Suecia, el único certificador de productos orgánicos es KRAV. Esta es una asociación de agricultores, procesadores y distribuidores de alimentos, consumidores y grupos ambientalistas, que crean y certifican estándares para la comida orgánica vendida en Suecia. KRAV es miembro de IFOAM, la Federación Internacional de los Movimientos Orgánicos de la Agricultura⁵. Las inspecciones de conformidad con las normas de KRAV están realizadas por las empresas de certificación Aranea Certifiering AB, SMAK AB, HS Certifiering y Valiguard.

El mercado total de productos alimenticios orgánicos certificados por KRAV ha aumentado un 27% desde 2007.

Los productos certificados por KRAV pueden usar su logo, que se muestra a la derecha: Para obtener la certificación, los productos deben cumplir con los estándares establecidos en el Reglamento de la organización, cuya última versión fue publicada en enero de 2007 y que puede ser descargada en inglés de su página de Internet⁶.



Con relación a los productos importados, la organización explica que:

“KRAV estimula el comercio internacional de productos orgánicos, siempre que un cuerpo de la certificación reconocido por KRAV certifique los productos.

Una producción que no haya sido controlada y certificada originalmente por KRAV puede ser certificada por KRAV, si la producción ha sido controlada y certificada por un organismo de certificación reconocido por KRAV.

Los criterios de reconocimiento de un organismo certificador han sido diseñados para asegurar un alto nivel de seguridad e integridad de los productos certificados por KRAV. Estos criterios están especificados en la política de recertificación de KRAV.”

En América Latina, diversos países cuentan con organismos de certificación reconocidos por KRAV.

⁵ Ver: <http://www.ifoam.org/>

⁶ <http://arkiv.krav.se/arkiv/regler/StandardsJanuary2007.pdf>

PRECIOS DE REFERENCIA

El valor observado de frutillas congeladas en supermercados es el siguiente⁷:

Precios consumidor final – Suecia – marzo 2009					
Lugar de compra (nombre del supermercado)	Origen	Producto/ Marca	Envase/ Tamaño	Precio en SEK	Equivalencia en US\$
ICA	Bélgica	Euro Shopper	Bolsa 1 kilo	29,90 el kilo	US\$ 3,74 el kilo
	Desconocido	Bob	Bolsa 500 g.	53,8 el kilo	US\$ 6,73 el kilo
	Suecia	Polarica/ orgánico	Caja 225 g.	88,45 el kilo	US\$ 11,07 el kilo
Coop	Hungría	Marca Coop	Bolsa 300 g.	70,00 el kilo	US\$ 8,75 el kilo

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR EL PRECIO Y CONSUMO DE FRUTILLAS CONGELADAS

- La preocupación por la presencia de pesticidas en embarques de otros países exportadores, podría abrir una ventana de oportunidad a los exportadores chilenos. Los importadores suecos valoran la seguridad sanitaria de las frutillas, tanto frescas como congeladas.
- Puesto que el consumo de productos orgánicos aumenta, el tener una certificación permitiría obtener mejores precios y un mejor posicionamiento en el mercado.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se observa campañas promocionales por país de origen pero sí se observa en forma prominente la indicación de que un producto es orgánico, mediante la certificación de KRAV.

⁷ Tasa de cambio referencial al 24 de marzo de 2009: 8,00 coronas suecas por dólar.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN⁸

Importación

Hay tres canales principales de importación a Suecia:

- Directamente desde el proveedor. El importador en este caso será un mayorista especializado, industria alimenticia o grupo de venta minorista. Estos últimos hacen también las veces de mayoristas, al envasar (o etiquetar) como marca propia la fruta congelada importada por ellos; en el caso de las frutillas congeladas, la mayor parte de la venta en supermercados proviene de importación directa desde Bélgica, Polonia y Holanda;
- Mayoristas europeos: tanto en Amsterdam (Países Bajos), como en Hamburgo (Alemania) hay grandes mayoristas de productos alimenticios. Allí se fijan los precios, los que generalmente se expresan en Euro. Hay también varios importadores mayoristas importantes en Escandinavia a los que los mayoristas y grupos minoristas suecos pueden comprar alimentos;
- Agentes que actúan como intermediarios para una empresa: estos ocasionalmente pueden guardar existencias de alimentos envasados, que colocan en el mercado sueco. Los agentes pueden ser suecos o extranjeros.

Distribución

Las frutillas congeladas llegan a los consumidores finales a través de diversos medios, siendo uno de los principales los supermercados. Actualmente, la mayoría de las frutillas congeladas que llegan a los supermercados suecos lo hacen en envases con la marca propia de cada supermercado.

Los principales grupos de supermercados son los siguientes:

ICA Sverige: es el mayor minorista de Suecia, 1.400 tiendas en diciembre 2008 (ICA Nära, ICA Supermarket, ICA Kvantum, Maxi ICA Stormarknad – hipermercados, ICA Express).

Coop Sverige: de propiedad de cooperativas de consumidores de Suecia, tiene aproximadamente 700 tiendas (Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära, Coop Forum – hipermercado, DagLivs).

Axfood: tiene 226 tiendas propias y coopera con 650 tiendas de propiedad de los comerciantes, bajo los nombres Hemköp (80 tiendas propias), Willys (140 tiendas propias), PrisXtra (6 tiendas propias y una tienda para compras a través de internet), Axfood Närlivs (19 tiendas de mayoristas y 3 centrales de distribución), Dagab (2 centrales de distribución y 2 almacenes de productos frescos).

Bergendahls: es un grupo regional con una fuerte presencia en la zona sur del país, concentra unas 100 (CityGross, Vi, Matöppet).

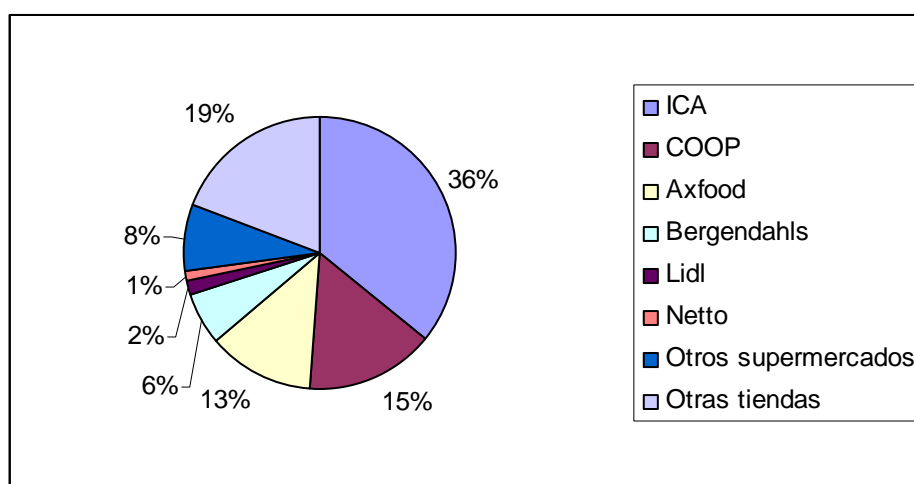
Todos estos grupos tienen también más o menos lazos comerciales con otros grupos de venta minorista, ya sea en la zona nórdica o en la Unión Europea.

Durante los años recientes, cadenas con ventas a menor precio han ingresado al mercado, y han adquirido paulatinamente mayor participación de mercado. Las principales son **Netto** (Dinamarca) y **Lidl** (Alemania).

Otros minoristas, como las llamadas “convenience stores” (por ejemplo, la cadena norteamericana “7 Eleven”) y las tiendas de estaciones de servicios, junto a las pequeñas tiendas independientes locales y kioscos, son abastecidas principalmente por los departamentos de ventas mayoristas de los cuatro grandes grupos de supermercados o a través de mayoristas especializados. Uno de los mayoristas más importantes es Martin Olsson, cadena dedicada principalmente al abastecimiento de restaurantes y empresas.

En total, en Suecia existen unos 2.000 supermercados y unas 6.100 tiendas minoristas, como “convenience stores” y tiendas locales.

Participación en el mercado de los supermercados⁸



Ventas en millones de coronas suecas (SEK)

Supermercado	SEK Millones		Cambio 2007 %	US\$ millones	
	Ventas totales	Ventas comida		Ventas totales	Ventas comida
ICA	91.700	85.800	+5,7	13 565	12 692
Coop	46.200	36.500	+3,7	6 834	5 399
Axfood	32.200	31.100	+2,3	4 763	4 601
Bergendahls	15.800	14.300	+5,7	2 337	2 115
Lidl	5.300	4.300	+22,3	784	636
Netto	2.900	2.600	+3,6	429	385
Otros supermercados	-	19.000	+6,2	-	2 811
Otras tiendas	-	46.100	-	-	6 820
Ventas totales	-	239.700	+4,2	-	35 459

Nota: otras tiendas incluyen kioscos, tiendas de tabaco, tiendas de fruta y dulces, panaderías, carnicerías y rotiserías, mercados y otros.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Las frutillas congeladas se venden preferentemente en bolsas de entre 300 gramos a 1 kilo y cajas de 225 gramos. En forma creciente, las bolsas llevan la marca propia del supermercado que las distribuye. La presentación en supermercados se muestra en las siguientes fotos, captadas en Supermercados ICA:



Frutillas orgánicas de origen sueco pero empaquetadas en Polonia



Frutillas convencionales, origen desconocido

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO

Las frutillas congeladas chilenas no tienen participación en el mercado sueco. Se sugiere las siguientes actividades:

- Fomentar los contactos con los compradores suecos sobre la base de ofertas concretas de productos, particularmente cuando el precio de venta sea igual o inferior a los competidores en países de Europa Oriental.
- Realizar en Suecia un “road show” sobre berries chilenos que visiten los distintos compradores ubicados en distantes regiones del país. Difundir las condiciones de salubridad de las frutillas chilenas, a través de contactos con importadores/mayoristas, periodistas especializados y grupos de consumidores.
- Estimular la producción y exportación de frutillas orgánicas congeladas, de gran demanda y mayor valor. Ello requerirá contar con organismos certificadores debidamente acreditados en Chile, lo que en principio puede realizarse a través de IFOAM, la Federación Internacional de los Movimientos Orgánicos de la Agricultura⁹.
- Organizar visita a principales importadores suecos para hacer presentaciones de empresas, productos y marcar presencia de Chile en el mercado sueco.

⁹ Ver: <http://www.ifoam.org/>

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

FERIAS Y EVENTOS LOCALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

Se aconseja solamente visitar las ferias a productores chilenos interesados en la introducción de berries congelados al mercado sueco.

Stockholm Food & Beverage Show – Alimentos y bebidas

Lugar: Estocolmo, Stockholmsmässan (Stockholm international Fair)

Fecha: Noviembre de cada año (06-11-2009 - 08-11-2009)

Expositores 2008: 116 expositores

Visitantes 2008: 32.511 visitantes

Superficie total: 5.958 m²

Sr. Richard Dahlin

Teléfono: +46 8 749 41 00

E-mail: richard.dahlin@stofair.se

Web: <http://webfair2.stofair.se/detgodakoket/index.asp?menulink=8>

Web: www.stofair.se

Gastro Nord y Nordic Bakery Comida, bebidas no alcohólicas, pastelería y utensilios

Lugar: Estocolmo, Estocolmo, Stockholmsmässan (Stockholm international Fair)

Fecha: Bienal (Abril 2010)

Expositores: 420

Visitantes 2008: 29.310

Superficie: 15.627 m²

Sr. Göran Ekberg

Teléfono: +46 8 749 43 06

E-mail: goran.ekberg@stofair.se

Web: <http://gastronord.stofair.se/10175/index.asp?language=EN>

Web: www.stofair.se

Interfood – comida, productores, agente, minoristas

Lugar: Gotemburgo, Svenska Mässan Göteborg (the Swedish Exhibition and Congress Center)

Fecha: Bienal, con nuevos temas cada vez, (17.05.2009 – 20.05.2009)

Expositores 2007: 336 stands

Visitantes 2007: 8.362

Superficie 2007: 3.500 m²

Sra. Angela Anyai

Teléfono: +46 31 708 80 00

E-mail: angela.anyai@svenskamassan.se

Web: www.interfood.se

ANUGA FAIR, 10 distintos trade shows

Lugar: Colonia / Alemania, Koelnmesse

Fecha: 10-10-2009 - 14-10-2009

Expositores 2008: 6.795 de 95 países, FROZEN FOOD: 471 expositores

Visitantes 2008: 163.348 de 174 países, FROZEN FOOD: 65.012 visitantes

Superficie total: 304.000 m²

Teléfono: +49 221 821- 3305 (FROZEN FOOD)

Web: www.anuga.com

E-mail: n.edewart@koelnmesse.de (FROZEN FOOD)

Es la feria principal para los importadores suecos

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

www.slv.se

Página web que informa sobre las disposiciones y controles para la importación de productos alimenticios a Suecia.

<http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>

Sitio oficial de la CE.informa sobre la legislación de la Comisión Europea.

http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm

Sitio oficial. Informa sobre la política agraria y agrícola comunitaria. Contiene: legislación agrícola, reglamentos de la CE, publicaciones, estadísticas.

www.scb.se

Central de Estadísticas de Suecia. Entrega estadísticas entre otras, de importaciones y exportaciones suecas por productos, cantidad y montos en coronas suecas.

<http://www.taric.es>

Taric página web. Informa sobre códigos internacionales de productos, disposiciones arancelarias, disposiciones legales.

<http://taric.tullverket.se>

Taric página web para Suecia. Informa sobre códigos Internacionales de productos, disposiciones arancelarias, disposiciones legales y otros pagos al momento de la importación en Suecia.

www.sjv.se Página web de Jordbruksverket, que realiza controles sanitarios agrícolas en frontera.