

Niels van den Berg, Rungis: “Biologisch maakt deel uit van het gehele duurzaamheidsbeleid”

Horecaleverancier Rungis maakt zich op voor de laatste loodjes van 2018. “Een drukke tijd bij ons”, aldus Niels van den Berg, verantwoordelijk voor communicatie en trends. Ook met het biologisch merk Ecoville gaat het goed. “De vraag naar biologisch groeit gestaag”, vertelt Niels.



Rungis levert groenten en fruit aan de Nederlandse horeca. “Wij leveren een breed groenten- en fruitassortiment aan zo’n 600 restaurants in Nederland. Ecoville is ons biologische merk, dat al sinds lange tijd gespecialiseerd is in contact met bio-telers en restaurants.” Leuk om te vermelden is dat Niels zelf ook een horeca-achtergrond heeft. “Ik heb zelf hiervoor ook altijd in restaurants gewerkt. Ik heb altijd gekookt en ben ook meesterkok geworden. Veel mensen die bij ons werken hebben een horeca-achtergrond.” Zoals gezegd is Ecoville het biologische merk van Rungis, waar Niels de vraag jaarlijks van ziet stijgen. “De vraag naar bio groeit, maar niet spectaculair. Tien jaar geleden stond biologisch meer op zichzelf, nu is het onderdeel van het totale duurzaamheidsbeleid. Je merkt dat het duurzaamheidsaspect terrein wint bij klanten en bij ons zelf natuurlijk ook. Het gaat mensen niet alleen om biologisch, maar bijvoorbeeld ook om seizoenen en herkomst. Dat is veel breder dan alleen biologisch.”

Ecoville koopt rechtstreeks in bij de telers en maakt met hen duidelijke afspraken. “Samen met de teler bereiden wij een gewasplan voor. We bepalen samen met

hen hoeveel zij telen van een bepaald gewas op basis van de vraag die er is. Daarom kunnen wij vrijwel altijd voldoen aan de vraag van onze klanten. Wij specialiseren ons ook in nicheproducten, omdat wij daar het verschil mee kunnen maken. Klanten kunnen bij ons terecht voor producten die ze in de supermarkt niet kunnen vinden. Een voorbeeld hiervan, wat alleen niet biologisch gecertificeerd is, zijn de zeevieren uit de Oosterschelde. Die halen we twee keer per week en bewaren we hier in bassins met Oosterschelde-water.” “Wij werken bijvoorbeeld samen met de Kleine Hoeve in Breda. Dat is een zorgboerderij waar ze kleinschalig en biologisch telen. Wij nemen hun hele oogst af, waardoor zij zich geen zorgen hoeven te maken of het verkocht wordt. Zij telen voor ons veel verschillende soorten groenten maar dan een kleiner oppervlak. Op deze manier zorgen wij voor een aanbod dat op veiligen moeilijk te verkrijgen is.”

Ondertussen nadert het einde van het jaar en komende de feestdagen eraan. “De feestdagen zijn voor ons altijd een drukke periode. De vraag naar biologische groenten loopt dan gestaag door. Er zijn verschillende producten die er uitspringen in deze tijd



van het jaar. Het eerste voorbeeld is kool. Er zijn in deze periode heel veel mooie koolsoorten beschikbaar, van spruitjes tot minikool tot cavolo nero. Een ander mooi product is de yacon-wortel. Die is heel sappig, zoals een peer en heeft een hele zoete smaak.”

De media berichtten dit jaar dat er meer restaurants dicht zouden gaan tijdens de feestdagen. “Wij merken daar eigenlijk weinig van”, aldus Niels. “Maar ik vind dat daar wel iets voor te zeggen valt. Voor restaurants is de zakelijke markt ook belangrijk en die is er niet met Kerst. Veel gasten zijn dan bijvoorbeeld op wintersport.”

MEER GROENTEN OP HET BORD

Al een aantal jaren is er een trend naar meer groenten en fruit op het bord in de horeca. “Die trend zet zeker door en gasten gaan dat ook steeds meer waarderen”, weet Niels. “Voor chefs is dat wel een uitdaging, want de bereidingen moeten echt kloppen dan. De smaken moeten dan echt goed zijn. Het is veel moeilijker om van groenten iets bijzonders te maken dan om een biefstuk te bakken”, vergelijkt hij.

Kansen – en tegelijkertijd ook uitdagingen – ziet Niels vooral in smaak van groenten en fruit. “Wij willen ons vooral kunnen onderscheiden op smaak. Dat is bepalend en daar nemen we de telers ook in mee. Op die manier kunnen we alle neuzen dezelfde kant op krijgen”, besluit Niels. (AJ)

niels@rungis.nl

Striktere eisen en een beter verhaal

De groente- en fruitsector staat aan alle kanten onder druk. Meer beperking bij import, local for local en voedselverspilling. De politiek heeft cosmetische eisen hoog op de agenda gezet. Is deze druk terecht? Veelal niet. Daarom is de titel van het Jaarplan 2019 van GroentenFruit Huis zoals de titel hierboven. Dit jaarplan is door de leden goedgekeurd tijdens de ALV op 28 november jl. Het is een nadrukkelijke wens van het bestuur van GroentenFruit Huis om te werken aan een goede beeldvorming over onze sector. Hierbij kunnen we gebruik maken van de positieve aandacht voor groenten en fruit op vele fronten zoals in de gezondheidszorg, de groeiende aandacht in de horeca en de steun van milieu organisaties die van mening zijn dat we veel meer plantaardig moeten eten.

Voedselveiligheid blijft prioriteit. Consumenten mogen er vanuit gaan dat de producten die ze eten voedselveilig zijn. Als sector doen we er alles aan om daarvoor te zorgen. Niet alleen door analyses maar ook

door samen data te delen en inzichtelijk te maken. Op die manier beschikken we over bewijsvoering en bewerkstelligen we transparantie in de keten. Het is belangrijk dat alle partijen uit de keten daaraan bijdragen ongeacht of het leden of niet-leden zijn van GroentenFruit Huis.

Ook verpakkingen is een hoofdonderwerp in het jaarplan. Er wordt gewerkt aan een nieuw Brancheplan Verduurzaming Verpakkingen. In de beeldvorming van onze sector en onze producten, spelen verpakkingen een belangrijke rol. We moeten er als sector voor zorgen dat we de hoeveelheid verpakkingen zo gering als mogelijk houden, maar ook duidelijk maken dat verpakkingen producten beschermen en voedselverspilling kunnen voorkomen.

Internationaal gezien is het belangrijk dat we sterke allianties vormen. De regels bij import worden steeds strenger. Deels komt dit voor uit protectionisme. Als (klein) handelsland met grote handelsbelangen hebben we



baat bij open grenzen. Daarbij hebben we ook een verhaal te vertellen over responsible trade en duurzame productie. Ook dat draagt bij aan positieve beeldvorming over de sector. Dat zal zeker zijn vruchten afwerpen op het aantrekken van jong talent. Want daar hebben we ook zeker behoefte aan. Ik kijk er naar uit, om samen met mijn team, het bestuur en alle leden in 2019 te bouwen aan een positieve beeldvorming over onze sector.

Gert Mulder, algemeen directeur GroentenFruit Huis

Verduurzaming verpakkingen onderdeel duurzaamheidsprogramma GroentenFruit Huis

Met twee enthousiaste medewerkers en veel ambitie werden dit jaar de eerste concrete stappen gezet met het duurzaamheidsprogramma van GroentenFruit Huis. Zo was GroentenFruit Huis betrokken bij de ontwikkeling van ‘On the way to Planet-Proof’, bij het opzetten van een Verspuit voor voedselbanken in West-Nederland en wordt er gewerkt aan het nieuwe Brancheverduurzamingsplan verpakkingen (2019-2022).

GroentenFruit Huis wil, als brancheorganisatie van de Nederlandse groente- en fruits-

ector, gezamenlijk met haar leden stappen zetten in verdere sectorverduurzaming en een belangrijke bijdrage leveren aan de circulaire economie. Verpakkingen is één van de focusgebieden van het duurzaamheidsprogramma. Het nieuwe Brancheplan Verduurzaming Verpakkingen is hier een onderdeel van.

Het huidige brancheplan loopt af in 2018. De sector wil op basis van ervaringen en evaluaties graag nieuwe doelen stellen. Het brancheplan wordt gezamenlijk opgesteld door een werkgroep van bedrijven aange-

sloten bij GroentenFruit Huis en is bedoeld als bruikbaar kader voor bedrijven om zelf aan de slag te gaan met verduurzaming van de eigen verpakkingen, bij voorkeur in samenwerking met afnemers. Ook in 2019 werkt GroentenFruit Huis actief verder aan het duurzaamheidsprogramma.

Wilt u hier of over het Brancheverduurzamingsplan verpakkingen meer weten?

Neem dan contact op met Daan van Empel (vanempel@groentenfruihuis.nl).

Nederland gaf mooi visitekaartje af tijdens ICOP 2018 in Rotterdam

Ruim 160 vertegenwoordigers uit 21 Europese landen waren van 21 t/m 23 november aanwezig bij de 13e ICOP conferentie in Rotterdam. Het driedaagse evenement stond in het teken van kennis (uitwisselen) en netwerken met collega's uit de sector. Op woensdag 21 werden ruim 90 deelnemers op sleeptouw genomen naar de CoolPort en het Rotterdams Havenbedrijf. Hier maakten ze kennis met het belang van de haven voor de groente- en fruithandel en kregen ze een beeld bij de omvang van de Nederlandse groente- en fruitsector.

Donderdag was de conferentiedag en stond in het teken van GMO en landbouwpolitiek, die met name relevant zijn voor PO's. De aftrap werd gedaan door Marjolijn Sonnema, Directeur Generaal Agro en Natuur. Daarnaast was er aandacht voor markt-trends, zoals kansen in de foodservice, digitalisering en nieuwe mogelijkheden voor een duurzame productie van groenten en fruit. Diverse PO's uit Europa presenteerden hun Best Practices. Daan van Empel, Wilco van den Berg en Harrij Schmeitz spraken namens GroentenFruit Huis over respectie-

velijk duurzaamheid, markttrends en digitalisering.

Afsluitend waren er op vrijdag vier bedrijfsbezoeken georganiseerd. De organisatie van ICOP2018 was in handen van de oprichter gfa-consulting uit Oostenrijk in samenwerking met Dutch Produce Association (DPA). De volgende ICOP conferentie vindt plaats van 20 t/m 22 november 2019 in Hamburg, Duitsland.