

Rungis recht de rug

tekst **Will Jansen**

'Het was zondagavond, 15 maart 2020. Om zes uur moesten alle restaurants dicht. De lockdown was begonnen.' Francis Zonneveld Piek zegt met spanning in haar stem. 'Ja, maar ik wil er geen zielig verhaal van maken, want dat is het niet.' Maar toch.. Rungis in Barendrecht, hun ruim drieëndertig jaar oude nering, de veelzijdigste groenteboer van ons land, heeft klappen gehad, want de klanten stond -en staat- het water aan de lippen door de coronaperikelen.

Francis: 'We hadden die avond de nachtploeg klaarstaan met ruim zeshonderd bestellingen die maandag bij de klanten afgeleverd moesten worden. Dus dat was een schok. Toen zag je wat onze kracht is, want het hele team stond een uur later op de stoep. Op zondagavond nota bene. Iedereen was er. We spraken onder meer af, dat we alles zouden doen om de mensen bij elkaar te houden. Tijdelijke krachten moesten jammer genoeg weg, maar het zou maar voor drie weken zijn, was gezegd. Uiteindelijk zijn er een man of dertig vertrokken. De open plekken zijn inmiddels gelukkig weer ingevuld. We hebben de loods leeg verkocht, wat best moeilijk was, want veel producten waren kwetsbaar. Het was immers voorjaar, dus kruiden, cressen en zacht fruit hebben we de mensen meegegeven voor thuis. Nou ja, en toen gingen de restaurants pas weer op 1 juni open. We stonden meteen in de startblokken, alleen de grote klanten, de cateraars, konden

nog niet starten, dus bedrijven zoals Ziggo Dome, Booking.com, Jaarbeurs en evenementenlocaties.'

Echtgenoot Gert Jan: 'Onze leveringsnelheid is ons sterkste wapen. Naast kwaliteit en gezondheid natuurlijk, maar levering ligt heel gevoelig. Zo'n grote cateraar bijvoorbeeld, heeft 120 koks in dienst. Als die een uur staan te wachten -want de groenteboer is nog niet langs geweest- is dat 120 keer een uur à 75 euro. Reken maar uit. Daarom leveren we compleet uit.'

De zomer van 2020 was voor de klassieke restaurants een hit en dus krabbelde ook Rungis weer overeind. Bij veel van hun klanten borrelde het van de creativiteit. Zaken als Fitzgerald, Héroïne, Alma, DeliCees, Zeezout en Daalder voerden een coronakaart, maakten thuismenu's en boxen. Eén restaurant haalde met cadeaubonnen zestigduizend euro op. Nadat ze eerst uitgelachen waren, bleek het een vondst

Francis: 'De restaurants mochten aanvankelijk maar tot acht uur open, maar je werd blij van al die creatieve vindingen.'

Gert Jan: 'Ja en toen moesten ze op 13 oktober weer dicht. Dat hebben we als erg oneerlijk ervaren. Dat was nauwelijks te verteren. Maar ook nu weer gingen de meesten niet bij de pakken neerzitten.'

Francis: 'Wijzelf hebben al onze processen onder de loop genomen. We hebben verbouwingen gedaan en zijn gaan kijken of we de orderpicking digitaal konden doen. Ook onze afdeling verkoop kreeg veel aandacht.'

Gert Jan: 'Maar dat tot 1 juli 2021, dat was bijna niet te doen. Elke maand erbij, was heftig. Desondanks hadden we werk genoeg. We deden mee aan

die boxen en maakten maatwerk voor veeleisende afnemers, maar dat is allemaal heel arbeidsintensief. We hebben ons team opgesplitst in twee diensten, die draaiden ieder vier dagen en waren daarna vrij. En nu alles weer open is, hebben we er tweedertig mensen bij kunnen halen.'

Je durft het bijna niet te vragen, en als je het toch doet, lijkt het alsof je net hebt zitten vloeken in de kerk, zo stil kijken ze je aan: wat is de schade?

Francis: 'De echte schade is, dat we nauwelijks hebben kunnen reizen. We hebben onze klanten niet kunnen bezoeken. Als wij op reis gaan, zijn we ook op zoek naar nieuwe producten, dus dat is erbij ingeschoten. En weet je, van dat zoombellen krijg je een bult. Dat is de schade.'

Gert Jan: 'In het begin keken we naar geld, maar dat past niet bij ons. Tuurlijk hebben we financieel een deuk opgelopen, maar we hebben ons team bij elkaar gehouden en dat is zakelijk en menselijk iets waar we trots op zijn.'

Francis: 'We doen graag dingen voor onze werknemers, dat is onze filosofie. Gelukkige mensen werken harder. We kijken naar de toekomst en niet achterom. Dit gaat ook weer over. Het is ook je kind, drieëndertig jaar al die energie. We hebben veel ondersteuning ondervonden en kregen bloemen en bonbons.'

Rungis heeft een grote binding met zijn afnemers en gaat regelmatig met chefs op pad. Naar Brazilië, Japan of Zuid-Korea. Vooral om daar nieuwe producten te ontdekken. In Japan waren ze op uitnodiging. Daar ontdekten ze hangmeloenen, *musks*, met één vrucht per plant, zodat daar alle energie naartoe gaat. En ook vierkante watermeloenen. Dat soort producten importeert Rungis per zes of tien stuks. Ze zijn peperduur. In Brazilië ontdekten ze *maniok*, een soort cassave. Daar maken ze in



Barendrecht nu frites van. Ook de aspergesla en de oca knolletjes hebben ze op hun reizen gevonden. Vaak bekijken ze met deskundigen of die producten ook hier geteeld kunnen worden. Maar dat geldt net zo goed voor de perssinaasappelen, avocado's of kiwi's.

Gert Jan: 'Onze avocado's komen nu van Kreta. Daar kweken ze met een natuurlijke watervoorziening en dat soort dingen vinden we belangrijk. Kijk, er zijn zo verschrikkelijk veel rassen. Daardoor is onze zoektocht intens, maar dat is je vak. Soms komen producenten ons nieuwe dingen brengen. Van de tien keer zit er twee keer iets bij.'

Francis: 'In Azië hebben ze altijd veel zeewieren. Vooral in China en Korea kweken ze enorme lappen. Groente uit zee, dat wilden we hier ook zo graag. Hebben we uiteindelijk Jan Kruijsse voor gevonden, die oogst in de Oosterschelde wel 155 verschillende wieren, het hele jaar door, winterwier en zomerwier. Hij oogst iedere dag. We verkopen ze in zout water, anders gaat de smaak eraf.'

Hun nieuwsbrief heeft altijd een item *de Smaak van de Chef*, waarbij de chef de aangever is: Michel van

der Kroft ('t Nonnetje), Erik van Loo (Parkheuvel), Mario Ridder (Joelia), Joris Bijdendijk (Rijks). Namen die ertoe doen. De Smaak is populair onder het koksgilde. Francis zou die artikelen graag bundelen, maar door corona is daar geen budget voor. Dat noemt ze ook schade.

Rungis wil vooral middenin het vak staan.

Francis: 'Daarom is voor ons *no waste* ook belangrijk. We hebben komkommerrepen voor sushimakers en van de komkommerharten maken we sap voor smoothies. Intussen zie je wel, dat de betere chefs -vergeleken met tien jaar geleden- meer met gezondheid en smaak bezig zijn. In Japan is *functional food* een groot ding. Gember in de winter bijvoorbeeld en meer groente en fruit sowieso. Klanten die al vanaf het begin bij ons zijn, verkopen tegenwoordig ook meer groente en fruit dan vlees. Dat is uiteraard ook beter voor de planeet. De uitwisseling met restaurants vind ik het leukst. Hebben we nieuwe producten, dan gaan die ook naar de Sterklasse. Dat vertaalt zich vanzelf. We streven ernaar ieder jaar 120 nieuwe producten te brengen.'



Over mijn vraag welke leverancier ze graag in het zonnetje gezet willen zien, hoeven ze niet lang na te denken. Dat moet toch echt **Jan Kruijsse** van de **Zeeuwse Zeewierhandel** zijn. Daar gaan we dus in ons winternummer aandacht aan besteden.