

VIP geeft voorbeelden van agroketens op Fort IJmuiden

## Visserscoöperatie met alles in eigen hand?

IJMUIDEN – Doen! Reder Willem Brands (LT 162) reageert enthousiast op het verhaal over aardappeltelersorganisatie Nedato, een coöperatie die tot en met de leverantie aan de supermarkt alles in eigen hand heeft. „Wij onderhandelen niet, wij leveren gegarandeerde service en vullen de prijs zelf in.“

Het verhaal van directeur Wim van de Ree van Nedato uit Oud-Beijerland is een van de vier voorbeelden van agroketens die deze maand met vertegenwoor-

digers uit de viswereld werden besproken. Op een informatieve door het Visserij Innovatie Platform belegde bijeenkomst op het Forteiland in de haven van IJmuiden. Het VIP legt haar laatste jaar de nadruk op de markt. Meer specifiek: op ketensamenwerking. Succesvolle marktintroducties in andere sectoren kunnen de vissector inspireren.

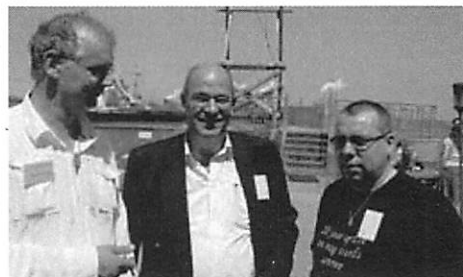
Directeur Wim van de Ree van Nedato bat na het openingswoord van VIP-voorzitter Bram Bierens de spits af. Nedato is een coöperatie van vijfhonderd aardappeltelers uit het zuidwesten en Flevoland, goed voor circa 15 procent van de Nederlandse productie. Jaarlijks wordt 400.000 ton aardappels verkocht. Kernpunten zijn: alles in één hand en kwaliteit extra belonen. Kernwaarde: vertrouwen. Grootste toegevoegde waarde: leverantie aan de retail. „Wij verkopen niet aardappels, maar een vol schap aan de supermarkt. Desnoods importeren we als we de gevraagde kwaliteit niet zelf in huis hebben. Die import gaat niet ten koste van eigen rentabiliteit, integendeel. We voeren zelf de regie, van plant tot klant“, aldus Van de Ree. Een verschil met vissers: met de boeren wordt aan het eind van het seizoen in juni afgerekend, tussendoor kan er een voorschot betaald worden.



★ Wim van de Ree met een voorbeeld uit de akkerbouw. „Wij onderhandelen niet.“

Een voorbeeld uit de varkenshouderij is De Hoeve uit Deurne. De Hoeve is een ketenorganisatie met varkenshouders, keurslagers, grossiers, een slachterij, vleeswarenfabrieken, supermarkten, een foodprocessor en een restaurantketen. Per week worden 15.000 varkens geslacht, ongeveer tien procent van de Nederlandse markt. Uitgangspunt is: respect voor het vakmanschap en ondernemerschap van de varkenshouder. Er wordt gewerkt volgens de regels van het onafhankelijk en beschermd merk Milieukeur. Dat gaat zagezegd van zaadje tot karbonaadje. Met maatschappelijke organisaties wordt overlegd en samengewerkt om tekortkomingen in de varkenshouderij vaarwel te zeggen. „Uit de negatieve publiciteit blijven, maar wel praktisch kunnen werken. In de wetenschap dat de burger anders reageert dan de consument“, aldus directeur Mark van den Eijnden van De Hoeve.

Een heel ander verhaal is dat van Ward de Grootte over de koffie. Wereldwijd een enorme branche. Vier A-merken hebben



★ Netwerken over noodzaak van MSC. V.l.n.r.: Klaas Jelle Koffeman (FD 281), Johan Nooitgedagt (Vissersbond) en Albert Baaij (TH 10).

55 procent van de markt in handen. Retailers zijn buitengewoon bepalend. In opdracht van Ahold deed Grootte onderzoek naar de herkomst van de koffie. Er is duurzame koffie op de markt: Max Havelaar. Tachtig procent van de consumenten kent het, nog geen twee procent koopt het. Grootte constateerde dat tachtig procent van de koffie in Brazilië oké was. Dus niet alles. Issues zijn: kinderarbeid, milieuzorg, sociale omgang met plukploegen. Om daar verbetering in aan



★ In kleine groepjes nadenken over mogelijkheden voor ketensamenwerking.

te brengen is het UtzCertified-keurmerk voor duurzame koffie in de markt geïntroduceerd. Het volume is omhoog gevlogen.

Christy Kool van Kruidenier Foodservices uit Rotterdam vertelde het verhaal over de rol die haar werkgever Kruidenier Foodservices uit Rotterdam speelt in de terugkeer van de blaarkopkoe in het steeds nattere Nederlandse landschap. En passant maakte zij duidelijk niet van plan te zijn om in de zec van logo's te gaan betalen voor het zogeheten

chain-of-custody certificaat om MSC-vis te mogen doorvoeren. Het familiebedrijf Kruidenier is een logistieke dienstverlener met eigen distributiecentra dat levert aan catering, horeca, tankstations, zorginstellingen en retail. „Als de verpakking gesloten is, gaan wij niet ook nog eens betalen voor een label.“

Na de pauze werd in kleine groepjes kort doorgesproken over de presentaties. In de terugkoppeling concludeerde Klaas Jelle Koffeman (FD 281) dat eens te meer duidelijk was geworden dat certificering de grootste prioriteit in de visserij verdient. Vissersbondvoorzitter Johan Nooitgedagt wil graag doortrappen en ondersteunde dat we in de sector een balans moeten vinden tussen rivaliteit en samenwerking. Volgens Ed de Heer van het InnovatieNetwerk is het een idee om producent en consument samen de keten te laten verkorten. Vanuit het LEI werd teruggekoppeld dat er meer zit tussen staart en kop, kortom: verkoop vis met een verhaal.