

Job van den Berg:
**“Kortere keten
 in biologisch
 noodzakelijk”**

Met het aantrekken van de economie komt ook de groei in de biologische sector weer op stoom. De markt groeit, maar maakte afgelopen jaar ook een omslag door: van een vraagmarkt naar een aanbodmarkt. Job van den Berg is al jaren actief in de biologische sector. Hij zag de markt veranderen en vertelt over de nieuwe aanpak binnen de biologische tak van de Best Fresh Group.

Drie jaar geleden stond de Westlander aan de wieg van Bio Montaña, de Spaanse afdeling voor biologische producten van de Best Fresh Group. Momenteel wordt onder zijn leiding de samenwerking tussen de biologische onderdelen van de groep (Bio World, Bio Montaña en Bio Frucht) gestroomlijnd.

Wat is de grootste verandering in de biologische sector uit de afgelopen jaren?

“Toen ik negen jaar geleden in de biologische sector begon, was het een vraagmarkt. We weten allemaal dat het inmiddels is omgeslagen naar een aanbodmarkt. Dat brengt veranderingen met zich mee. Toen kon een pallet komkommers uit Spanje via een tussenhandelaar in Perpignan in Nederland terecht komen, waar het nog twee keer werd doorverkocht voor het bij een Britse verpakker terecht kwam en in de Britse supermarkt verkocht werd. Al die schakels konden er ook nog aan verdienen. Dat kan nu niet meer. De hele keten is kleiner en duidelijker geworden. Alleen als je het voor elkaar krijgt om de keten te verkorten en duidelijkheid kunt bieden over een product, dan heb je nog toegevoegde waarde.”

Was de omslag van een vraag- naar een aanbodmarkt te voorzien?

“Een markt verandert niet zomaar. We zagen het aankomen en we hebben er ook op geanticipeerd. Drie jaar geleden voorspelden wij bij Bio World al dat dit moment zou komen, wat ook een belangrijke reden was om met Bio Montaña te starten. Als je nu terugkijkt, denk ik dat we, als biologische sector in het algemeen, er beter mee om hadden kunnen gaan, maar dat is met de kennis van nu.”

Wat betekent die verandering voor de biologische tak van de Best Fresh Group?

“Er zijn twee belangrijke ontwikkelingen in de markt. Enerzijds willen de klanten terug

naar de bron en willen ze weten waar de producten vandaan komen. Daarom werken we om telers aan ons te binden, zodat we openheid kunnen geven aan onze klanten. Binnen onze groep hebben we eigen productie in Nederland en Spanje en we zijn bezig om ook in Duitsland projecten op te zetten. Daarmee hebben we structureel eigen afzet en kunnen we openheid bieden aan onze klanten. Aan de andere kant zie je dat klanten steeds meer ontzorgd willen worden. De bedrijven hebben het te druk om constant alles in de gaten te houden, dus moet je de klant ontzorgen met een goede service.”

“Drie jaar geleden zijn we begonnen met Bio Montaña in Spanje. Toen zagen we de trend dat bedrijven rechtstreeks gingen inkopen in Spanje waardoor de rol van Bio World kleiner werd. We besloten toen dat een Spaans filiaal nodig was. Door de veranderingen in de markt van de laatste tijd willen we de drie biologische bedrijven binnen de groep, Bio World, Bio Montaña en Bio Frucht, tot één organisatie samenbinden. Dat betekent dat de klant en leverancier één aanspreekpunt hebben en dat alle communicatie via die persoon loopt. Dat betekent een efficiëntieslag waardoor we betere service kunnen verlenen naar de klant. Concreet betekent dit dat een Britse klant die een rechtstreekse lijn via onze Spaanse filiaal heeft, via dezelfde contactpersoon bijvoorbeeld een extra pallet uit Nederland kan bestellen. Daarmee spelen we ook in op de behoefte van de markt en kunnen we ook de aanvoer beter programmeren. Als onze Spaanse productie zometeen klaar is, kunnen we de klanten met onze Nederlandse productie doorbeleveren. Maar we halen ook bijvoorbeeld Nederlands product naar Spanje.”

Betekent de hechtere samenwerking binnen Bio World, Bio Montaña en Bio Frucht ook dat jullie de productie beter kunnen plannen?

“We kunnen de productie beter sturen en onze klanten beter informeren over de producten om de continuïteit te garanderen. Je moet in de planning wel rekening houden met de kwaliteiten van de telers: een komkommer is een ander product dan een tomaat. Niet elke teler heeft kennis van elk product. In Spanje speelt de locatie van een teeltbedrijf ook een grotere rol. Er zijn grote verschillen tussen de regio's als het gaat om lichtinval, watervoorziening en waterhardheid, waardoor niet elke plek geschikt is om een product te telen. In Granada, ook wel de Costa Tropical genoemd vanwege het tropische fruit dat daar geteeld wordt, is het bijvoorbeeld structureel twee tot drie graden warmer dan in Almeria. Daarnaast is de waterkwaliteit in deze regio heel goed om komkommers, cherrytomaten en bonen te telen, dus die producten telen we daar. Almeria is echter een echt tomatengebied door de ligging aan zee. Dat zijn zaken waar je rekening mee moet houden in de productieplanning. Daarnaast kunnen we bijvoorbeeld een klant aan het einde van het Spaanse trostomatenseizoen al adviseren om over te gaan op Nederlandse trostomaten omdat die kwaliteit beter aansluit bij zijn wensen.”

Er zijn wisselende berichten over de groei in het biologische areaal in Spanje. Hoe ontwikkelt de biologische sector in Spanje zich?

“Er komt veel areaal bij, dat is absoluut waar. Je ziet wel dat er hier en daar problemen zijn met bijvoorbeeld de watervoorziening, ziektegevoeligheid of weersgevoeligheid. Dat laatste zie je dit jaar terug. We hebben dit jaar in Spanje een winter met een stabiele temperatuur die net een paar graden te laag is. Daardoor is de productie lager dan wanneer er een topproductie zou zijn. In Nederland is het areaal niet zo hard gestegen. In totaal heeft Nederland ongeveer 120 hectare biologische kasteelt. Als daar een paar hectare per jaar bijkomt, is het veel. In Spanje gaat het om honderden

van der **Pol**
 PALLETS EN KISTEN

Woensdrecht
 Tel.: +31 (0)164 613355
 Fax.: +31 (0)164 615888
 Mail: info@polpallets.nl

www.polpallets.nl

