

Corona-uitbraak zet verhouding afnemers en telers in een nieuw perspectief



Luc de Waele, Ingro

Voor industriële telers maakt het niet uit of hun product uiteindelijk naar een restaurant of een consument gaat, voor de afnemers wel. Zo wijzigt de verpakkingsgrootte en vindt een verschuiving plaats in producten en -volumes, vertelt Luc de Waele, key-accountmanager van Belgisch grootste telersvereniging Ingro. "Wortelen, savooi kool, rode kool, prei en courgettes zijn producten die grotendeels door foodservice afgenomen worden. Bloemkool en spruiten zijn producten die onze afnemers voornamelijk aan retail verkopen", vertelt Luc. "We hoopten dat de foodservicemarkt en retailmarkt elkaar zouden compenseren maar we zien nu toch dat contracten éénzijdig door de afnemers worden aangepast. Afzeggen is voor telers ook een flinke tegenvaller. Bepaalde teelten zijn al gezaaid of planten zijn aangekocht en de arealen zijn gehuurd. Als er rekening wordt gehouden met de reeds gemaakte kosten, zullen wij ons soepel opstellen als begrijpende partij in de hoop dat de industrie klaar staat om ook aan ons een toegeving te doen mocht dat nodig zijn."

Onderling begrip is van groot belang en daarom wil Luc De Waele veel vaker om tafel, liefst met alle ketenpartijen. "De werkwijze in de verwerkende groentensector is al jaren hetzelfde. Pas aan het einde van het jaar treffen we elkaar om in drie à vier vergaderingen de contracten uit te onderhandelen. Een prijszetting moet echter doorheen het jaar groeien. Door vaker contact te hebben, informatie en gegevens uit te wisselen, kun je op meer constructieve wijze op prijzen uitkomen die zowel voor teler als industrie goed zijn. Hierin is het zoeken naar de gulden middenweg. Om elkaar te begrijpen, is het enorm belangrijk dat, als er ergens een probleem is, dat onmiddellijk geweten wordt zodat een probleem uit maart niet pas op het einde van het jaar op tafel komt."

Accountmanagement is een nieuwe functie bij Ingro. Daar waar voorheen een dikke scheidslijn stond, legt Luc De Waele sinds medio vorig jaar nieuwe communicatieverbindingen aan tussen telers en industrie. "De één had alles, de ander had niets. Door goed te luisteren naar de noden van de telers en die van de afnemers wil ik de verstandhouding verbeteren en de partijen dichter bij elkaar brengen. In principe willen wij als functionele organisatie een meerwaarde bieden, meer service om onze

De corona-uitbraak vraagt een flexibele houding, ook in de verwerkende groentensector. Omdat de foodservicemarkt in één klap voor een heel groot deel is weggefallen, is de afzetmarkt van verwerkers veranderd en dit vraagt een soepele opstelling vanuit de telers. Het zet de verhouding tussen afnemers en telers ineens in een ander perspectief. Een unieke situatie voor deze sector, waar de macht vooral bij de afnemende partij ligt.

Groenten verwerkt door de industrie zijn 'vers' verwerkt en hebben een lange houdbaarheid. Ideaal voor degenen die een voorraad willen aanleggen in coronatijd. De vraag naar deze producten is bij retail

flink gestegen. Aan de andere kant zijn foodservicebedrijven en grootkeukens ook grote afnemers van vriesvers. Die markt is ingestort aangezien scholen en restaurants gesloten zijn er geen toeristen zijn.



VERANTWOORDELIJKHEID PASSIE INNOVATIE

Het lijkt geen twijfel dat we samen uitdagende tijden tegemoet gaan, maar u kunt er zeker van zijn dat TOMRA Food, als uw vertrouwde partner, u zal blijven ondersteunen zodat uw TOMRA-machines op topniveau presteren.

We hebben onze remote service- en trainingstools opgeschroefd waardoor we extra ondersteuning kunnen bieden zonder dat wij uw bedrijf moeten bezoeken. Onze prioriteit is en blijft een veilige werkomgeving voor onze werknemers, en bij uitbreiding u en uw medewerkers.

Als u meer informatie wenst over TOMRA Care, bezoek dan onze website: tomra.com/food/tomra-care

