

Rendementen telers onder druk

2008 was een redelijk jaar voor ZON fruit & vegetables (in dit hoofdstuk verder aangeduid als ZON), maar een moeilijk jaar voor de telers. De rendementen stonden onder druk, met name door de gestegen (energie)kosten en de druk op verkoopprijzen.

De omzet van ZON bleef in 2008 in vergelijking met 2007 nagenoeg gelijk, waarbij volume en areaal stegen. Het betreft niet alleen de zuivere productomzet, maar ook de omzet uit verpakkingen en dienstverlenende activiteiten, zoals logistiek en kwaliteitszorg.

Door Sjaak van Zuijlen

Marktontwikkelingen

In 2008 werd opnieuw duidelijk hoezeer de economische ontwikkelingen mondiaal worden bepaald. Het afgelopen jaar stond sterk in het teken van de wereldwijd stijgende energieprijzen. Met name de glastelers zagen zich geconfronteerd met hoogoplopende energiekosten. Ook de vollegrondtelers merkten dit bij de inkoop van kunstmest en andere oliegerelateerde producten.

De prijzen in de markt waren gelijk of lagen net onder het niveau van 2007. Nadelig van invloed op de verkoopprijzen was de combinatie van een versnipperd aanbod en overproductie.

Voor ZON als bedrijf verliep het jaar, zeker gezien de omstandigheden, redelijk. Het productievolume nam toe en de totale omzet daalde licht.

Een veelbelovende marktontwikkeling is de groeiende toenadering tussen ZON en de foodretailsector. Evenals in 2007 werden contracten afgesloten en afspraken gemaakt met een aantal specifiek gekozen foodretailers. Hierbij ging het om divers samengestelde productpakketten. Bovendien denkt en praat ZON met retailpartijen mee over nieuwe marktconcepten, logistiek, verpakkingen, productinformatie en productpresentatie. De toenadering verloopt in goede harmonie met bestaande handelspartners van ZON.

Tijdens een verkenning door diverse omringende landen bleken ook buitenlandse retailpartijen geïnteresseerd in een een-op-een relatie met ZON. Hoewel het ontginnen van de retailmarkt in tijd en energie zijn beslag legt op de ZON-organisatie, bieden de resultaten voldoende aanleiding om gestaag door te gaan teneinde nieuwe contracten met de retail af te sluiten.

In het verlengde van deze foodretailcontacten in binnen- en buitenland oriënteert ZON zich ook op de foodservicemarkt. Deze markt maakt een sterke groei door, al was er in 2008 voor het eerst sprake van afvlakking vanwege de economische situatie. Ook liggen hier kansen. Met name in Duitsland, het belangrijkste afzetgebied van ZON.

Fresh Park Venlo

De foodservicemarkt heeft ook een duidelijk raakvlak met Fresh Park Venlo, de merknaam die op 6 juni officieel werd gelanceerd. Onder deze naam vallen de vastgoedactiviteiten van ZON, waarmee Fresh Park Venlo zich wil profileren. Partijen die kiezen voor vestiging op Fresh Park Venlo krijgen er méér dan een gebouw voor hun specifieke activiteiten. Ze vinden zich terug op een terrein met uitsluitend verspartijen, die elkaar desgewenst kunnen versterken door samen te werken. In de directie omgeving van Fresh Park Venlo zijn veel grootschalige en belangrijke ontwikkelingen gaande, zoals Klavertje 4, Floriade 2012 en de Greenportlane. Bij al

deze ontwikkelingen is Fresh Park Venlo betrokken. Ondanks de problemen op de vastgoedmarkt beleefde Fresh Park Venlo een goed jaar.

Beleid

In 2007 formuleerde ZON Coöperatie een ambitieus groeiscenario onder twee herkenbare merken: ZON fruit & vegetables en Fresh Park Venlo. Alle bedrijfsonderdelen die in de jaren daarvoor zelfstandig hadden geopereerd, worden sindsdien weer onder de merknaam ZON fruit & vegetables gecommuniceerd. De vastgoedactiviteiten worden onder de merknaam Fresh Park Venlo gecommuniceerd.

Door de keuze voor twee merken wil ZON Coöperatie regionaal, nationaal en internationaal meer herkenbaarheid en eenheid uitstralen en samen met de telers proactiever inspelen op wensen en vragen vanuit de markt. Verder wil ZON met name het beeld versterken dat zij zich naast de verkoop van groente en fruit ook bezighoudt met een breed scala van marketing- en dienstverlenende activiteiten. Bovenal streeft ZON met het groeiscenario voor de telers een stabielere en sterkere marktpositie na.

In 2008 is er hard gewerkt om uitvoering te geven aan dit beleid. Uitbreiding van volume en areaal, het gericht aanboren van nieuwe markten (nationaal en internationaal), contacten leggen met binnen- en buitenlandse retailpartijen, het introduceren van nieuwe producten, maatwerk in logistiek, een efficiëntere dienstverlening aan telers en kopers, en het verder ontwikkelen van Fresh Park Venlo. Het behouden van voldoende schaalgrootte, het vergroten van de commerciële en logistieke slagkracht en het verder optimaliseren van de dienstverlening is immers hard nodig om in de markt een voorname rol te kunnen blijven spelen.

In korte tijd staan de twee merken inmiddels voor een aantrekkelijke en betrouwbare businesspartner en beide merken worden door de medewerkers positief uitgedragen. Zo bracht het nationaal diverse nieuwe telers, en vanuit het buitenland twee Spaanse coöperaties op het spoor van ZON. Sinds het najaar betreft ZON diverse producten (waaronder paprika, ijsbergsla en pruimtrostomaten) van deze bedrijven. Klanten kunnen hierdoor rekenen op jaarrond kwaliteitsproduct.

Vooruitblik 2009

In 2009 wordt de lijn doorgetrokken die twee jaar geleden is ingezet en waarin de focus ligt op groei van de kernactiviteiten (marketing & verkoop, logistiek en vastgoed). Om dit te kunnen bewerkstelligen is het belangrijk dat ZON zich nationaal en internationaal meer profileert, actiever buitenlandse markten en productiegebieden verkent, nieuwe leden en contractaanvoerders aantrekt, focust op waardevermeerdering in de keten, klantgericht blijft werken en aandacht blijft houden voor kostenbeheersing ten behoeve van een efficiënte bedrijfsvoering. Ook werkt ZON verder aan de afzet richting retail, evenals aan het verder professionaliseren van de samenwerking met de retail en de handel.

Op logistiek gebied wordt verdere uitvoering gegeven aan het optimaliseren van de dienstverlening en uitbreiding van het dienstenpakket. Hierbij valt te denken aan het ontwikkelen en uitbreiden van de activiteiten op het gebied van value added logistics. Daarnaast blijft kwaliteitsborging een punt van aandacht.

De ambities met betrekking tot vastgoed liggen met name op de verdere ontwikkeling van Fresh Park Venlo als toplocatie in de verswereld en op het aantrekken van nieuwe bedrijven, alsmede nieuw- en verbouwactiviteiten.

Verder blijft ZON betrokken bij landelijke projecten, zoals die van Frug I Com en het Platform Agrologistiek. Ook heeft ZON aansluiting bij diverse regionale projecten, zoals het Ondernemersinitiatief Greenport Venlo (de ontwikkeling van de Regio Venlo tot tuinbouwgebied). Door haar lidmaatschap van de Dutch Produce

Association en de Nationale Coöperatieve Raad is ZON tevens verzekerd van goede belangenbehartiging.

In het najaar van 2008 werden verkennende gesprekken gevoerd met Komosa en Sun Quality om te komen tot een bundeling in de afzet van komkommers. De verwachting is dat dit in 2009 gerealiseerd zal worden.