

Nieuwe keten voor Afrikaans fruit



De haven van Johannesburg.

Wageningen UR Food & Biobased Research werkt aan een nieuw systeem waarmee kleinere Afrikaanse fruitproducenten gedurende het jaar aan retailers kunnen gaan leveren. Supermarkten kunnen dan flexibeler inkopen en meer exclusieve producten aanbieden.

Versproducten gaan in een dikke, continue stroom de wereld over. Ze worden vaak eerst een tijd opgeslagen voor ze naar de winkels gaan. Besluit Albert Heijn een actie met mandarijnen te houden, dan kunnen die dus zo uit de voorraden geleverd worden. 'Wij werken nu toe naar een directer contact tussen producent en afnemer', vertelt onderzoeker Willie van den Broek. 'Retailers hebben zestig tot tachtig procent van hun leveringen al vastliggen voor het seizoen begint en vullen dat gedurende het seizoen aan. Ons concept geeft kleine spelers een kans om hierop in te spelen en zorgt voor een betere afstemming van vraag en aanbod

van kleinere partijen fruit gedurende het hele seizoen.'

Daarnaast gaat de export en import van een container uit bijvoorbeeld Zuid-Afrika nu over vele schijven, die ook iedere keer een prijsopslag betekenen. 'Wij proberen daarom nieuwe directe ketens te stimuleren waarin die dikke stroom niet nodig is en er minder wordt doorgedraaid en afgekeurd. Dat biedt ook kansen voor exclusievere producten. Bijvoorbeeld andere rassen pitloze druiven dan de twee die je nu slechts op de markt ziet, de Thompson en Crimson.'

Het nieuwe systeem vraagt veel planning. Het kost een week om het gevraagde fruit te plukken en in een koelcontainer te krijgen met alle benodigde stempels, en de boottocht van Zuid-Afrika naar Nederland duurt twee weken. Verder moet een teler zijn oogst zodanig plannen dat hij inderdaad op het juiste moment de gevraagde maat sinaasappels kan oogsten bijvoorbeeld. Dit vraagt een goede organisatie

bij de kleine producenten. Wageningen UR helpt mee om dit proces op gang te brengen. Van den Broek: 'De benodigde kennis wordt verwerkt in een ICT-systeem dat draait op internet. Het geeft advies op beslismomenten. Als een producent inlogt kan hij vertellen wat hij kan leveren, een retailer kan het aanbod zien.' Daarnaast maakten de onderzoekers een dik maar toegankelijk handboek met alle technische details, en filmpjes die het proces visualiseren en zo voor iedereen begrijpelijk maken. Omdat het in de vrije markt zeer lastig bleek om het concept uit te testen, wordt het binnen dit project uitgeprobeerd. 'Maar als we vanuit het project laten zien dat het werkt, kunnen kleinere producenten er ook direct mee aan de slag', besluit Van den Broek.

Domein	Internationaal
Informatie:	www.ikhaya.nl
Contact:	Willie.vandenBroek@wur.nl 0317 - 48 13 17