

# Van boer naar buurtsuper: een kwestie van doen



**PRAKTIJK** De verbondenheid met de streek, het aanbod van seizoensgroenten en een grotere smaakbeleving. Consumenten zien een duidelijke meerwaarde in streekproducten. Toch domineren overzeese voedingsmiddelen in de supermarktschappen. Vanwege het centrale inkoopbeleid van grote retailers of de prijs. Willem&Drees doorbreekt dat patroon.

Al werkende in de levensmiddelenbranche bij Unilever kwamen bij Willem Treep en Drees Peter van den Bosch een aantal vragen op. Zit de voedselketen logisch in elkaar? Waarom komen we gemakkelijk traceerbaar fruit niet tegen in winkels in de buurt? Vanuit hun eigen verbazing en een stukje idealisme ontstond Willem&Drees, een bedrijf dat eten uit de buurt naar winkels in de buurt brengt. Van den Bosch: 'Tussen onze voornamelijk biologische aardappelen, groenten en fruit zijn veel seizoensgroenten en vergeten groenten, zoals tuinbonen en paarse koolrabi. Het gaat ons erom dat consumenten weten waar hun eten vandaan komt en meer met de seizoenen mee-eten. Daarom zoeken we naar bijzondere rassen met een herkenbaar verhaal.'

## Ontzorgen met een bestelbus

Echter, de concurrentie in supermarktland is moordend. Grote retailers kopen centraal in en concurreren op prijs. De uitdaging is om de appel uit de regio in hún schap te krijgen. 'De pragmatische factor is ontzettend belangrijk. Bij de start van ons bedrijf inventariseerden we het productaanbod van

boeren en telers in Amersfoort. Daarna presenteerden we ons bij omliggende supermarkten. Onze boodschap: tijdens een proefperiode van acht weken leveren wij de grotendeels biologische producten uit de buurt, waarvoor consumenten speciaal naar de winkel komen. Wij vullen uw vak bij en zorgen voor de marketing. In eerste instantie lag de nadruk op ontzorgen. Zo startten we in 2009 bij tien winkels, die ons na de proefperiode graag zagen terugkomen, enkel met een bestelbusje, houten schapkisten en afspraken met lokale telers en supermarkten. Inmiddels vertellen telers ons dat ze door consumenten op straat worden aangesproken op hun appel. Alles draait om de verbondenheid met de streek.'

## Kwestie van doen

Twee jaar later is Willem&Drees actief in vijf regio's: Utrecht, Amsterdam, Rotterdam, Arnhem/Nijmegen en Zwolle/Deventer. En levert aan filialen van Jumbo, Super de Boer, Spar, Coop en Plus en een aantal groenteboeren, natuurwinkels en cateringbedrijven. 'De dagverse producten zijn herkenbaar en supermarktklaar. Dat vraagt om een andere

bedrijfsvoering bij de teler. Terwijl de logistiek de grootste uitdaging is, hebben we deze niet ingenieus uitgedacht. Naast een aantal basisprocessen is het gewoon een kwestie van doen. Onze eigen chauffeurs richten de schappen in en zorgen voor de productcommunicatie. Door die verbondenheid met de supermarkt slaat het concept veel beter aan.'

## Lokale voedselvoorziening

Volgens Van den Bosch biedt een simpelere en kortere voedselketen veel voordelen. 'Uit onderzoek met de Taskforce Multifunctionele Landbouw blijkt dat aardbeien uit de regio 15 procent beter verkopen dan niet-regionale aardbeien. We zijn van toegevoegde waarde voor de teler, die toegang heeft tot de lokale markt en een betere prijs krijgt. En voor de supermarkt, die een hogere verkoop heeft. Het mooie is dat de directe levering aan supermarkten ook bijdraagt aan de verdere verduurzaming bij boeren en telers. Daarnaast professionaliseren zij zich in termen van kwaliteit, betrouwbaarheid en onderscheidend vermogen. Voor onze voedselvoorziening moeten we als land minder afhankelijk worden van grote, wereldwijde stromen. Aan het ministerie de taak om te werken aan vormen om de lokale voedselvoorziening en -vraag op peil te houden.'

[www.willemendrees.nl](http://www.willemendrees.nl)