

Johan Schep: 'Ons bestaansrecht is dat we de melk kunnen brengen op de plek waar deze veel opbrengt'

# Ook Farmel zoekt melk, maar werkt anders

De naam Farmel is nog redelijk nieuw in de markt, maar met een omzet van 200 miljoen liter boerderijmelk is het inmiddels een partij van formaat. Door verregaande samenwerking met Arla en Ausnutria Hyproca zoekt Farmel op een zorgvuldige manier nog eens zeker 100 miljoen liter boerderijmelk. 'Een klant binden die bij je past doe je door niet heel hard de markt in te gaan.'

tekst **Florus Pellikaan**

**H**et is in Amerika een beproefd systeem: de handel in boerderijmelk richting zuivelfabrieken die een deel van de verwerkingscapaciteit invullen met melk die niet afkomstig is van 'eigen' veehouders. In deze ruimte in de markt is Farmel gestapt. Wie denkt dat dit hetzelfde is als de handel in spotmelk die in 2007 flopte, heeft het volgens Johan Schep volledig mis. 'Alle melk die wij bij veehouders afnemen, is gedekt door contracten bij zuivelverwerkers. De melkprijs die wij gemiddeld aan boeren betalen, is daardoor ook een zuiver genoteerde prijs', vertelt Johan Schep, eigenaar van Schep Groep en sinds begin dit jaar mede-eigenaar van Farmel.

De handelsonderneming is ontstaan uit het vroegere Steegro. Dit voorjaar is Johan Schep toetreden en is hij één dag per week aanwezig om het management te ondersteunen dat verder bestaat uit Jan Henry van der Linde, Aris van Ommen en Wiecher Braad. Naast het afnemen van boerderijmelk levert Farmel ook ruwvoer, levend vee en productierechten aan veehouders.

## Partijen vragen meer melk

De plas aan boerderijmelk die Farmel dit jaar geheel op basis van langetermijncontracten verzamelt, telt inmiddels 200 miljoen liter. Deze hoeveelheid wordt uitgeleverd aan twintig melkverwerkers in Nederland en Vlaanderen. Dit varieert

volgens Schep van een paar honderd liter melk met een grotere marge voor zelfzuivelaars tot flinke hoeveelheden melk voor grote coöperaties. 'We zijn voor zuivelverwerkers een heel flexibele schil rondom de eigen melkvoorziening. Ons bestaansrecht is dat we de melk kunnen brengen op de plek waar deze nodig is en dus veel opbrengt', vertelt Schep. Bovendien zijn er ook steeds meer zuivelverwerkers die zelf geen leveranciers meer aannemen en de melkvoorziening volledig aan Farmel uitbesteden.

Dat de werkwijze van Farmel zijn vruchten afwerpt, blijkt uit een toenemende vraag bij Farmel. 'Recent spraken we met Arla de intentie uit om voor hen een grote hoeveelheid melk te verwerven voor de Nederlandse markt', vertelt Johan Schep. 'We hebben bij Arla bewezen dat we wat flexibiliteit betreft ons mannetje kunnen staan en de onderneming heeft met deze werkwijze ook in het buitenland goede ervaringen.' Ook met het Chinese Ausnutria Hyproca, dat in Heerenvveen een grote nieuwe fabriek bouwt naast die van A-Ware, heeft Farmel een verregaande samenwerking. Het is aanleiding voor Farmel om uitbreiding van de melkplas te zoeken.

De reden van Schep en Farmel om de activiteiten in de zuivel op te voeren, zijn de kansen die daar op dit moment ontstaan door de toenemende vraag naar zuivelproducten. 'We hadden er ook

voor kunnen kiezen om zelf melk te gaan verwerken, maar er wordt al 30 procent verwerkingscapaciteit bijgebouwd. Het is de vraag of dat allemaal vol komt', waarschuwt Schep. 'Daarnaast is er in de melkprijs een machts spel aan de gang vanwege een aantal nieuwe verwerkers. Met Lyempf en Katshaar zijn er al zuivelverwerkers failliet gegaan. Daarom geeft het werken zoals bij Farmel met twintig afnemers meer zekerheid dan één fabriek', verklaart Schep de keuze.

## Cent meer via management

Vanwege de toenemende vraag naar melk zoekt Farmel nieuwe leveranciers, maar het gros van de veehouders zal daar tot nu toe nog weinig van hebben gemerkt. 'We zoeken veehouders die passen bij ons profiel. Wie ons als alter-



*Farmel haalt op dit moment 200 miljoen liter boerderijmelk op en levert dit aan twintig fabrieken in Nederland en Vlaanderen*

natief ziet, is welkom. Maar een klant binden die bij je past, doe je niet door heel hard de markt in te gaan', verklaart Schep de werkwijze. 'De nieuwe leveranciers die we er dit jaar bij hebben gekregen zijn veehouders die alternatieven hebben overwogen en echt een keuze voor onze werkwijze maken. Hierdoor gaan klanten bij een van onze (potentiële) afnemers weg vanwege eigen gevoel, niet door het gevoel dat wij creëren.'

Een veehouder die bij Farmel past, is volgens Schep iemand die ondernemend en initiatiefrijk is en vanuit een positief kritische houding het laat horen als iets niet naar wens gaat. 'Vanaf onze kant willen we klantrelaties naar een hoger plan brengen dan de zuivelfabrieken. Dat moet de toegevoegde waarde van ons zijn. Zo delen wij bijvoorbeeld onze inzichten op de zuivelmarkt met onze leveranciers en kunnen we voer, vee of productierechten faciliteren.' Schep ziet ook voor veehouders die in 2015 willen gaan melken, mogelijkheden om aan Farmel te gaan leveren, omdat geen ledengeld hoeft te worden ingelegd. Daarnaast worden ook veehouders met relatief kleine bedrijven niet buitengesloten.

Farmel trekt nieuwe leveranciers niet met het beloven van een gouden melkprijs. 'We proberen de bovenkant van de markt te zoeken en betalen beslist

een marktconforme melkprijs. Aangezien FrieslandCampina marktleider is, ligt onze melkprijs rond dat niveau. Maar we gaan niet twee cent boven een bepaalde partij garanderen. Zoiets moet namelijk uit de marge van een fabriek komen en dat is niet economisch duurzaam.'

Farmel probeert de financiële meerwaarde voor zijn leveranciers op een heel ander vlak te vinden. Zo lopen er inmiddels een aantal pilots om de marge op de melkveebedrijven van de leveranciers te verhogen. 'We willen veehouders bijvoorbeeld hulpmiddelen aanbieden om de voerefficiëntie te verhogen of de tussenkalf tijd te verlagen zonder dat ze dit hoeven te betalen. Ook zullen we ze hierbij ondersteunen met kennis. Iedere cent die we hiermee de melk goedkoper maken, gunnen we de boer zonder dit uit de markt te hoeven wringen.'

### **Contract dat bij veehouder past**

Alhoewel Farmel zich wat betreft de melkprijs niet afzet tegenover melkfabrieken, is er voor veehouders wel ruimte om te onderhandelen. 'We zijn een handelspartij, dus de contracten hoeven niet voor alle veehouders hetzelfde te zijn. We luisteren naar de veehouder en doen een aanbod dat bij hem past. Sommige bedrijven kiezen voor een driepartijencontract tussen veehouder, handel

en melkfabriek. Anderen willen minimaal een bepaalde melkprijs, garanties over zondagsrust of over een opzegtermijn van enkele jaren. Het kan allemaal en hierin zijn we flexibeler dan veel fabrieken', stelt Schep.

Voor doemscenario's dat Farmel bijvoorbeeld de melk op een bepaald moment niet kwijt zou kunnen, hoeven veehouders volgens Schep beslist niet bang te zijn. 'We hebben de pieken en dalen goed in beeld en kunnen ook heel gemakkelijk wat melk omleiden door bijvoorbeeld in opslag te zetten bij een van de afnemers. Daarnaast is flexibiliteit iets van geven en nemen, waardoor we afnemers soms ook vragen wat meer melk af te nemen dan afgesproken. En als laatste mogelijkheid kunnen we melk laten verwerken tot room of poeder die we vervolgens afzetten via onze handelstak in melkingrediënten.'

Richting de toekomst wil Farmel zich primair richten op Nederland en Vlaanderen, al komen er ook verzoeken uit bijvoorbeeld Duitsland binnen. 'Een verdubbeling van omvang is niet ondenkbaar', schat Schep in. 'We zijn voor fabrieken niet de goedkoopste leverancier, maar wel een heel flexibele. Hierdoor kan een zuivelfabriek meer marge maken en kunnen wij de boer een goede melkprijs blijven betalen.'

