

Deelnemers BioImpuls werken samen aan productverbetering

Biologische tafelaardappels: Eet smakelijk?

De kassaomzet van biologische tafelaardappelen stagneert. Klanten van supermarkten vinden het prijsverschil tussen biologisch en regulier groot, en verwachten daarvoor een hoog kwaliteitsniveau. Het project BioImpuls probeert met alle ketenpartijen hieraan te werken. De deelnemers gingen samen op pad en bezochten enkele verpakkers van tafelaardappelen.

Foto's DLV Plant



Deelnemers BioImpuls op bezoek bij verpakker Leo de Kock, in het midden: Claris ten Napel.



BioImpuls veredeling ging in 2008 van start met een project dat zich richt op veredeling van rassen voor de biologische teelt. In dit project zijn een flink aantal boerenkwekers en kweekbedrijven actief.

BioImpuls kennisuitwisseling ging in 2010 van start en richt zich op het verbeteren van de teelt en afzet van biologische aardappelen. Telers, onderzoek, advies en bedrijfsleven werken hierbij nauw samen. De projectuitvoerders zijn DLV Plant, Wageningen UR en het Louis Bolk Instituut. Een aantal belangrijke ketenpartijen heeft inmiddels medewerking toegezegd: Agrico, McCain en Nedato. Het project loopt van mei 2010 tot mei 2013

Aardappelen worden in vele varianten en verpakkingen verkocht. Naast huismerken voeren de verpakkers zelf concepten in diverse maten en kleuren. In alle gevallen verwacht de afnemer jaarrond een kwalitatief goed product. Claris ten Napel, directeur van verpakker Leo de Kock, vertelt de bezoekers wat hij onder kwaliteit verstaat: “Voor ons betekent dit vooral vrij van ziekten en spruiten, een mooie kleur, de juiste maat en gave vorm. Bij de beoordeling vragen we ons altijd af: ‘zou ik dit zelf kopen voor de consumentenprijs op het label?’” De meest pijnlijke klacht – die gelukkig zelden voorkomt – is dat er rot tevoorschijn komt uit de zak. Dit wordt veelal veroorzaakt door bacterierot, ontstaan na schimmelinfecties tijdens de teelt, maar ook door beschadigingen bij de oogst en in de bewaring en behandeling erna. Ten Napel legt uit waarom zij in kleine charges werken en niet meer spoelen dan dezelfde dag wordt verpakt. “Door de tijd richting winkelschap kort te houden, blijft de kleur en daarmee een goede uitstraling langer aanwezig. Dat geldt ook voor

bio-aardappelen.” Als dochterbedrijf van Agrico verpakt De Kock biologische aardappelen uit de Agrico pool, “maar we kopen ook zelf aardappelen uit buiten- en binnenland. Vooral de Franse aardappelen winnen het op kleur en uitstraling”, verklaart Ten Napel ons.

Het verhaal van Christine Loogman, directeur bij verpakker Loogman BV, komt in grote lijnen op hetzelfde neer. Zij noemt zilverschurft in het bijzonder als kwaliteitsprobleem dat snel kan toeslaan nadat het product verpakt is. Wassen komt de bewaarbaarheid van de aardappelen niet ten goede, maar is een harde eis van de supermarkten. Opvallend was dat het nabijgelegen bedrijf Vroegop, dat onder meer aardappelen verkoopt aan detaillisten in Amsterdam, wel ongewassen product verkoopt. De verkoop van ongewassen aardappelen biedt vooral kansen bij afzet via groentespecialzaken en natuurvoedingswinkels.

Oogstzekerheid

Na het Phytophthora-jaar 2007 is de roep om rassen die hiertegen beter bestand zijn sterk toegenomen. Met enkele nieuwe, minder gevoelige rassen is de oogstzekerheid wat toegenomen. Maar volgens Ten Napel is de prijsafstand ten opzichte van regulier nog steeds te groot. Telers zullen zeker richting een stabiele opbrengst van 35 ton per hectare toe moeten om bij te blijven en grote prijschommelingen zien te voorkomen. Maximale aandacht voor vervroegen van de teelt is en blijft daarbij een belangrijk aspect. Binnen het project ‘BioImpuls veredeling’ werken veredelaars, kwekers en telers aan oogstzekerheid door ontwikkeling en introductie van nieuwe minder ziektegevoelige rassen.

Waarde toevoegen

De helft van de aardappelkopers koopt weleens biologische aardappelen. Uit onderzoek in opdracht van de Taskforce blijkt dat het prijsverschil een grote belemmering vormt bij het al dan niet aankopen van bio-aardappelen. Hetzelfde onderzoek wees uit dat kopers van bio-aardappelen vooral te vinden zijn onder de zogenoemde ‘culinair’. Dit zijn consumenten die zelf (veel) tijd besteden aan eten en de bereiding daarvan en uit zijn op speciale producteigenschappen. De prijs doet er dan minder toe. Dit wordt bevestigd door het feit dat de meeste bio-aardappelen tegen het weekend worden aangekocht. De uitstraling van de verpakking kan de aankoop stimuleren. Vooral als de uitstraling gezondheid en smaak weergeeft, omdat dit aansluit bij de associatie die de consument bij biologische aardappelen heeft. Ook belangrijk zijn de relatief kleine verpakkingen waarbij het product altijd zichtbaar blijft.

Smaak en beleving

Uit smaakproeven door PPO-WUR in 2009 binnen het assortiment van rassen blijkt dat hier nog veel winst te behalen is. Smaak wordt deels bepaald door het ras zelf. Daarvoor is het noodzakelijk dat smaak als selectiecriteria in het veredelingsprogramma wordt ingepast. Maar smaak ontwikkelt zich ook tijdens de teelt. Het adagium voor de biologische aardappelteelt is: hoe vroeger, hoe beter. Dit geeft de grootste kans op kwaliteit: een redelijke opbrengst en een voldoende afgerijpt gewas.

Na de bezoeken aan de verpakkers en gesprekken groeide het huiswerk voor ons allemaal (zie het schema hieronder). Ieder heeft zijn eigen specialisatie, maar tegelijkertijd is het belangrijk om in gesprek te blijven. ■



Deze machine sorteert de aardappelen volautomatisch

Aardappelverpakker Leo de Kock bestaat bijna honderd jaar en is van oorsprong een familiebedrijf. Vanaf de jaren zestig verpakt het bedrijf aardappels voor vele afnemers. Nu is het bedrijf een dochteronderneming van Agrico. De verpakker is zich, naast het moderniseren, vooral gaan specialiseren naar herkomst, verpakking en marketingondersteuning. Biologisch vormt een belangrijke stroom in het bedrijf, circa 20% van het volume. Zowel ontvangstruimte, spoelinstallatie en opslag zijn volledig gescheiden van de reguliere aardappelstroom.

Aardappelverpakker Loogman in Amsterdam is kleinverpakker van aardappelen. Dit familiebedrijf is gevestigd in hartje Amsterdam op de groothandelsmarkt. Het bedrijf verpakt drie verschillende rassen biologische aardappelen in diverse verpakkingen voor verschillende afnemers. Biologische aardappelen worden apart verwerkt. Omdat het volume relatief klein is, gebeurt dit elke week alleen op maandag, in een geheel schoongemaakte lijn.

| Verbeteractie | Kweker | Teler | Verpakker |
|----------------------------|---|--|--|
| Oogstzekerheid vergroten | Nieuwe resistente productieve rassen | Toetsen nieuwe rassen en teeltmaatregelen (vervroegen, bemesten, etc.) | Zoeken van het juiste segment met passende verpakking |
| Smaak als waarde toevoegen | Vroeg selecteren op smaak incl. kookeigenschappen | Teeltwijze richten op kwaliteit en smaak (vervroegen en juist bewaren) | Aardappel aanbieden als special in verpakking die beleving oproept |
| Kwaliteit borgen | Selectie op gewenste vorm, kleur en maat | Teeltmaatregelen tegen schimmels, snel drogen na oogst en juist sorteren voor aflevering | Streng keuren en afwijkingen direct terugkoppelen Snelle doorstroom en korte tussenopslag periode |