



●●●●●●●● *Inova Fruit levert de appelboom met de betere appel. Het fruit spreekt in de winkel vooral de kieskeurige klant aan. De teler en vervolgens de keten hebben een hoogwaardig product met een succesvolle afzet. Inova Fruit staat aan de wortel.*

Inova fruit groeit in Europa

De gemiddelde appelboom levert een tiental jaren mooie vruchten en begint het dan van de volgende generatie te verliezen. In die periode moet de investering in ontwikkeling, teelt en marketing door de keten worden terugverdiend, liefst met een gezonde marge er bovenop. De betere appel in het hogere segment biedt daarop een meer stabiele kans dan de gemiddelde appel. Men moet het niet hebben van de bulk, zoals de gewone appel. Er moet een aantal waarden zeker worden gesteld. Kwaliteit en prijs, bijvoorbeeld.

Inova Fruit opereert met appels als de Junami, Wellant en Rubens al jaren succesvol in dit segment. In de beperking toont zich de meester en het bedrijf richt zich dan ook slechts op de specialiteit. De boomgaarden waar de appels van Inova Fruit groeien liggen verspreid over heel Europa. Het noordelijk deel is een belangrijk doelgebied omdat de soorten het in Nederland, Duitsland, België en Engeland zowel qua groei heel goed doen en de markten ze weten te waarderen. "Het is toch zo'n beetje het topsegment," legt supply manager Marian Tromp uit. "Dat moet je wel op een hoogwaardige markt brengen. Mensen moeten de merken kennen en ze op waarde kunnen schatten. Ze zijn een paar centen duurder. De consument heeft een ruime keuze, dus je moet het uiteindelijk op de winkelvloer, bij de groente- en fruitafdeling of de speciaalzaak, kunnen winnen. Onze afnemers weten dat en hebben hun promotie goed voor elkaar. Hebben ze hulp nodig dan hebben we voldoende kennis en ervaring in huis om ze van dienst te zijn."

Brede kennis

De aandelen van Inova Fruit zijn in handen van een aantal gerenommeerde veilingorganisaties en distributeurs, die begin deze eeuw een gat in de markt zagen voor de betere appel en grip wilden hebben op het aangeleverde product. Het bedrijf wist met een conceptuele ketenaanpak succes af te dwingen. Daardoor verkreeg het brede kennis. Op basis van marktonderzoek leerden de fruitspecialisten de wensen van de consument kennen. De ontwikkeling van geschikte appels werd in samenwerking ter hand genomen. Marketingbureaus wisten met treffende promotie de Inova-appels naar het hoogste marktsegment te lanceren. "Met die naam en faam hebben we ons inmiddels meer op onze kerntaken kunnen richten," legt Tromp uit, "De omzet- en volumegroei dwingt ons daartoe. We planten in de Europese boomgaarden ruim 3 miljoen bomen op jaarbasis. De veredeling, gericht op uiteindelijke smaak, ziekteresistentie, boomarchitectuur en gezondheidsbevorderende stoffen, doen we samen met onder andere Plant Research International, onderdeel van Wageningen-UR. Vervolgens richten we ons op de levering van de bomen en de begeleiding van de kwekers. Nogmaals, Inova Fruit beschikt over de kennis om de hele keten succesvol met onze appels te laten omgaan. Maar de schakels distributie en retail hebben inmiddels zelf voldoende kennis en brengen onze appels winstgevend aan de man. Er is veel overleg en samenwerking, zeker ook met onze exportlanden. De smaak en de perceptie van de consument is voortdurend aan verandering onderhevig en daar moet je bij de veredeling al rekening mee houden."

Voor meer informatie:
www.inovafruit.nl



De appels worden door gerenommeerde bedrijven gedistribueerd.