



“De route die Cosun heeft gekozen, is niet eenvoudig, maar perspectiefrijk”

‘De bietenprijs moet gezond blijven’

Door de ontwikkeling van nieuwe afzetmarkten in food en non-food is de naam ‘Suiker Unie’ veranderd in Cosun Beet Company. Die past beter bij een verbreding van de afzetmogelijkheden. Dat is nodig voor de toekomst, zegt Paul Mester. “De bietenprijs moet gezond blijven.”

Suiker is nog steeds de bestaansreden voor het bedrijf, maar het draait inmiddels om meer dan alleen ‘de’ suiker en de afgeleide producten Betacal en diervoedergrondstof. Het accent is geleidelijk aan het verschuiven naar nieuwe, andersoortige afzet. In food en in non-food. Het vertrouwde ‘Suiker Unie’ dekt daardoor steeds minder de volledige lading. “De naam begon steeds minder goed te matchen”, vertelt Paul Mesters, algemeen directeur van Cosun Beet Company. Vandaar dan ook die naamsverande-

ring, die bovendien beter aansluit bij wat Cosun wil: de plant centraal, want die heeft meer te bieden dan de huidige exploitatie.

Bij de tijd

Suiker Unie was volgens Mesters overigens al langer toe aan een modernere, eigentijdse uitstraling. “De nieuwe naam liet zich mooi combineren met een nieuw logo en een nieuwe huisstijl.” Cosun Beet Company bekt internationaal ook beter dan Suiker Unie.

‘Suiker Unie’ verwijst naar de coöperatieve suikerbedrijven die zich verenigden, zegt Mesters. “Een supercoöperatie, die ons veel goeds heeft gebracht.” Maar de afzetmarkt was nationaal, vooral door de invoering van landenquota. “Niet meer van deze tijd”, oordeelt hij, want de situatie is grondig veranderd. “We zitten nu in een geliberaliseerde markt. De marktorientatie is internationaler geworden. Van onze suikerproductie gaat 40% naar het buitenland, waarvan het merendeel binnen Europa.

'In non-foodtoepassingen zit de groei'

Bij Anklam gaat 40% in de bio-ethanolproductie", benadrukt Mesters de nieuwe realiteit.

Bietenprijs

De naamsverandering biedt Cosun een uitgelezen kans zichzelf als bedrijf opnieuw in de markt te zetten als producent van voedsel ingrediënten, grondstoffen voor bijvoorbeeld de chemische industrie, non-food-producten en bio-energie. "In non-foodtoepassingen zit de groei. Ze moeten een substantiële bijdrage aan de bietenprijs gaan leveren", zegt Mesters. Op termijn wil Cosun Beet Company een derde van zijn winst uit die nieuwe bedrijfsactiviteiten halen. "Dan moet je denken aan een termijn van tien jaar."

Andere suikerbedrijven in Europa kiezen vooral voor meer suikerexport buiten de EU. Of ze zoeken het in branchevreemde andere richtingen, zoals ABF dat naast British Sugar ook heeft geïnvesteerd in de Primark-kledingwinkels. Südzucker bijvoorbeeld doet dat met pizza's. "Desondanks blijft hun bietenprijs laag."

Die relatief lage bietenprijs is een algemeen euvel sinds de liberalisering van de suikermarkt. Mesters: "Dat is niet lang vol te houden. Er zijn al fabrieken en telers die afhaken." Het lijkt de voorbode van een nieuwe grote saneringsronde in Europa. "Vooral fabrieken met een capaciteit van

minder dan 10.000 ton bieten per dag en minder dan honderd dagen campagne hebben het nu erg moeilijk. Die hebben te weinig gedaan. In Nederland is in de afgelopen decennia stevig gesaneerd. We hebben fabrieken in Groningen, Puttershoek en Breda gesloten."

Wat veel fabrieken ook parten gaat spelen zijn de gevolgen van het klimaatpakkoord. Een aantal draait nog op bruinkool en steenkool, een enkele op stookolie. Een CO₂-heffing gaat daar pijn doen, terwijl de ombouw naar aardgas flinke investeringen vergt. Mesters: "Onze fabrieken behoren tot de modernste en efficiëntste van Europa. Dat maakt onze concurrentiepositie sterker. Als je kijkt naar het absolute CO₂-gebruik per ton suiker zitten wij vrij laag. Wat onze concurrentiepositie ondergraft, is de nationale CO₂-heffing die sommige politieke partijen nastreven."

De eiwitroute

"We zullen alles op alles moeten zetten om in de toekomst dezelfde rendementen te halen. Cruciaal is dat we de bietenprijs gezond houden. We moeten de biet nog meer uit elkaar halen om er nieuwe producten van te maken", gaat Mesters verder. "De route die Cosun heeft gekozen, is niet eenvoudig, maar perspectiefrijk", zegt hij. "Het gaat om de juiste klant op het juiste moment." Zoals de media-aandacht voor de plastic soep in de

Oceanen die de belangstelling voor bioplastics aanwakkert. In plastic zit etheen. Deze petrochemisch geproduceerde grondstof kun je ook van suiker maken. Die is afbreekbaar in de natuur. Het maakt Cosun Beet Company tot een aantrekkelijke groene partner.

De maatschappelijke roep om 'bio-based', 'meer kringloop' en 'minder broeikas' klinkt alsmaar sterker, ingegeven door milieuproblemen en schade door klimaatverandering. In Nederland, maar ook in de EU en daarbuiten gaat het die kant op. Cosun Beet Company ontwikkelt die hoogwaardige, groene grondstoffen en eindproducten, niet alleen uit suiker.

Pulp

De gekozen koers creëert ook nieuwe mogelijkheden voor waardevolle stoffen uit de pulp, zoals vezels (Betafib), maar ook eiwitten. Dat heeft tijd nodig. Het zal leiden tot nieuwe productiefaciliteiten bij de suikerfabriek, aldus Mesters. Logistiek ligt dat het meest voor de hand.

Voorlopig is er bietenpulp genoeg. De productie van 1,2 miljoen ton suiker levert ongeveer 1 miljoen ton bietenpulp op. Betere verwerking van pulp, leidt tot een betere bietenprijs. Nu gaat jaarlijks zo'n 900.000 ton pulp naar de veehouderij. Of die afzetmarkt in de toekomst zo groot blijft, is zeer de vraag gezien de discussies over de veestapel. Een deel van de pulp gaat nu in de eigen biovergisters. Op de lange termijn is de energiemarkt financieel minder aantrekkelijk. De ontwikkeling van nieuwe afzetmogelijkheden, zoals 'de eiwitroute' is dat wel. Met de winning van hoogwaardig eiwit uit bijvoorbeeld bietenblad kan de markt van vleesvervangers bediend worden. Mesters: "Uiteindelijk kan zo iets zelfs leiden tot de teelt van andere eiwitrijke gewassen door onze leden, zoals luzerne of fava-bonen."

Ton Schönwetter

