



'Pak die vergroening'

# Duurzaamheid is een verdienmodel

**De verduurzaming biedt Cosun nieuwe kansen, kan leiden tot kostenbesparing en opent de weg naar nieuwe markten. Investering daarin creëert het rendement van de toekomst, stelt Albert Markusse, de voorzitter van de conserndirectie.**

Naar omstandigheden heeft Cosun in 2020 goed gepresteerd, vindt Albert Markusse. "Als je inkomsten ineens wegvallen, zoals vorig jaar, dan staat je bedrijf te trillen op zijn grondvesten. Je moet alles mobiliseren om de winst in de benen te houden. Maar uiteindelijk zijn we toch krachtig genoeg gebleken en hebben we zelfs een iets hogere bietenprijs dan een jaar eerder", vertelt hij. Het resultaat kwam er mede dankzij eenmalige baten van 32 miljoen uit de verkoop van fabrieksterrein in Puttershoek. "Een hele grote meevaller. Daarmee hebben we deels de klap van de coronacrisis kunnen opvangen. Maar ook kostenbesparingsmaatregelen en extra inkomsten uit bio-ethanol hebben

ons goed geholpen. Gelet op de omstandigheden hebben we heel acceptabel gepresteerd. Wees blij dat je dat kunt als onderneming. Daar mag je best trots op zijn."

De voortekenen voor dit jaar zijn gunstig. De suikerprijzen zien er hoopvol uit. "De suikermarkt was verziekt. De prijs is al hoger dan hij was, maar nog steeds laag. We moeten het hebben van fundamentele verbeteringen. In sommige regio's in Europa zijn ze helemaal klaar met bieten en zijn fabrieken gesloten. Er wordt minder ingezaaid. Dat is gunstig voor de suikerprijs. Ook bij Aviko zal het dit jaar beter gaan. Daarentegen zijn de bio-ethanolprijzen voor desinfectie weer gezakt." Mogelijk komen daar

ook dit jaar weer eenmalige baten bij uit de verkoop in Puttershoek.

## Voor de bietenprijs

Markusse: "Het algemene streven is in de toekomst een duidelijk hogere bietenprijs dan de afgelopen jaren." Om dat te kunnen realiseren moet ook worden geïnvesteerd. Cosun doet dat in efficiencyverbetering, in uitbreiding van de productiecapaciteit en in de ontwikkeling van nieuwe markten. Alles voor een steviger basis onder de bietenprijs. Een deel van die investeringen is bestemd voor de ontwikkeling van nieuwe afzetmarkten, in food en nonfood. Vandaar ook de langjarige investeringen in innovatie, in onderzoek en ontwikkeling.



“Alles draait om plantverwaarding. Cosun verdient zijn geld in food, coproducten, bio-energie en nonfood”, zegt Markusse.

“We investeren om uiteindelijk zoveel mogelijk winst te genereren voor de bietenprijs. Een deel daarvan reserveren we, een deel keren we uit. Hoe hoger de winst, hoe hoger de bietenprijs. Het financieel ‘aandeelhouderchap’ in de bedrijven loopt via de bieten. Daar waar dat kan, moeten we zoveel mogelijk de gezamenlijke belangen van de telers behartigen”, zegt Markusse. Ook in de teeltondersteuning zoekt het concern het steeds meer in ‘Cosun-breed’. Dat gebeurt ondermeer via gezamenlijk onderzoek via het IRS, maar ook bijvoorbeeld via het kennisplatform Groeikracht, waarin de kennisuitwisseling rondom duurzaamheid centraal staat. “We zoeken synergie door samenwerking. One Cosun. Dat gaat dan over innovatie in de teelt, het transport en de communicatie. Over alle bedrijven. We proberen de aardappel-, bieten- en cichoreitellers te helpen en te stimuleren en we komen voor hen op in Den Haag en Brussel. Bijvoorbeeld als het gaat om gewasbescherming en regelgeving.”

### Trend

Markusse: “Duurzaamheid is een maatschappelijke trend. Veel telers zien bij verduurzaming alleen de regels en dat het geld kost. Maar het kán en moet uiteindelijk ook geld opleveren. Cosun Beet Company bijvoorbeeld produceert groen gas. De afzet wordt gestimuleerd via heffingen en subsidies van de overheid. Er koken nu 20.000 huishoudens op ons restproduct. Ons helpt dat in de bietenprijs. Het gaat om vele miljoenen. Hetzelfde geldt voor bio-ethanol. Dat wordt op aandringen van de overheid bijgemengd in de autobrandstof. In onze fabrieken heeft verduurzaming geleid tot flinke energie- en kostenbesparingen. En als wij nog meer bioplastics uit suiker kunnen maken helpt ons dat echt. Net als de trend van dierlijke naar plantaardige eiwitten dat doet.”

De vergroening biedt kansen en groeimogelijkheden. Zo’n kans is bijvoorbeeld het gebruik van bietvezels in wasmiddelen. “Pak die vergroening”, stelt Markusse. Verduurzaming is ook klantenbinding. Cosun Beet Company weet afnemers aan zich te binden die duurzaam geproduceerde ingrediënten willen en daarvoor ook willen betalen. Dat verschaft concurrentievoordeel. “In sommige andere Europese landen draaien suikerfabrieken op bruinkool. Daarmee sta je toch op een achterstand.”

## ‘Alles voor een stevige basis onder de bietenprijs’

“Verduurzaming is een verdienmodel”, zegt Markusse. “De burger wil het. De klant wil het. De samenleving wil het. De overheid wil het. Dwingt dat ook af via regelgeving. Duurzaamheid moet wel een fair verdienmodel zijn”, gaat hij verder. “Dat is het nog lang niet altijd en overal. We knokken er elke dag voor dat dit wel gebeurt. Knok je niet, dan wordt het alleen maar slechter.” De verduurzaming biedt ondermeer Duynie uitgelezen nieuwe ontwikkelingsmogelijkheden. “Als de veestapel krimpt, is er minder mengvoer nodig. Coproducten blijven. Duynie ontwikkelt steeds meer hoogwaardige producten uit de coproducten. Dan gaat het om eiwitten, zetmeel, vezels. Om van alles.”

Ook voor suiker zijn er tal van nieuwe mogelijkheden. De suiker gaat nu vooral naar de lucratieve foodsector. Maar ook de groene chemie biedt aantrekkelijke mogelijkheden. Markusse: “Suiker biedt oplossingen bij de vergroening van de chemie. Maar het heeft alleen zin als het iets oplevert. Als er niet fatsoenlijk voor betaald kan worden, doen we het niet.”

### Innovatie

Bij het concern staat innovatie hoog op de agenda. Of investeringen snel rendement opleveren, hangt af van de aard van de investering, het type afnemer, de marktsituatie en de kosten die je zelf moet maken om iets te kunnen produceren. Het kan snel gaan, zegt Markusse. “Een investering in groen gas levert snel rendement op. Bij een nieuw vrieshuis heb je direct rendement. Net als bij een investering in een achttrapsverdamping in de suikerfabriek. Maar wil je bijvoorbeeld een chemisch product vervangen door een plantaardig ingrediënt, dan kan het jaren duren. Ook bij investeren in de bouw van een nieuwe fabriek kan het lang duren voor je rendement ziet. Elke investering heeft zijn eigen merites.”

Overigens: Cosun verdient zijn geld nog steeds hoofdzakelijk in de voedselketen. In totaal gaat dat om meer dan 90% van de omzet. Albert Markusse: “De meeste van onze markten groeien jaarlijks wereldwijd met 3 tot 6%. Denk aan bevroren aardappelproducten, frites en inuline. Die groene grondstoffen voor nonfood en chemie zouden heel groot kunnen worden. Maar we zijn een voedingsmiddelenbedrijf. Dat blijven we ook.”

Ton Schönwetter



‘Als er niet fatsoenlijk voor betaald kan worden, doen we het niet’