



Marco de Jager, Vitacress Real:

“Nieuwe verpakkingsconcepten zetten de consument ertoe aan vaker verse kruiden te kopen”

“De grootste groeikans voor het supermarktkanaal ligt erin meer consumenten kruiden te laten eten. Er is meer groei mogelijk door het aanpassen van de verpakkingsconcepten van de traditionele kruiden zoals munt, peterselie, koriander, basilicum, bieslook en dille, dan door smaakinnovaties. Aan nieuwe smaken is, buiten het professionele kanaal, minder behoefte,” zegt Marco de Jager, directeur van Vitacress Real, dat actief is in teelt, verpakken en vermarkten van pot- en vers gesneden kruiden.



“Dus naast het in Nederland traditionele zakje van 20 gram verse kruiden, in Duitsland vaak 40 gram, ook 10 grams verpakkingen voor maaltijdpakketten en voor mensen die vaker kruiden gebruiken verpakkingen van 100 of 200 gram. Daarmee zetten we de verschillende doelgroepen die verse kruiden gebruiken ertoe aan vaker of voor het eerst kruiden te kopen en daar zit de meeste groei in.”

GEBOSTE KRUIDEN

Een voorbeeld daarvan is het ‘geboste product’, legt Marco uit. “Dat zijn kruiden die een langere lengte hebben en die in een bosje worden aangeboden, zoals bijvoorbeeld peterselie. Voor de Duitse

markt maken we nu 200-grams bosjes die we aanbieden in een sleeve, eigenlijk als een bloemenhoes, open aan de bovenkant. We zien dat dit product de afgelopen twee jaar hard is gegroeid.”

Nieuw is het concept niet, geeft Marco aan. “Het product bestond al langer in de traditionele verkoopkanalen, zoals de etnische supermarkt en de open markt. Daar worden vaak uit Afrika geïmporteerde, onverpakte bosjes aangeboden. Maar we zien dat er ook in de supermarkten een doelgroep is voor deze bosjes: consumenten die veel met kruiden koken. We merken dan ook dat het product goed wordt opgenomen door consumenten die

bekend zijn met kruiden en die vooral op zoek zijn naar versheid en volume.”

Om de geboste kruiden voor het supermarktkanaal geschikt te maken, wordt ervoor gezorgd dat het product uit Europa komt en aan de MRL-normen van de desbetreffende supermarkt voldoet. “Op deze manier bieden we een verbreding van de kruidencategorie. Waar de pot met verse kruiden een langere houdbaarheid en sierwaarde geeft en de zakjes gesneden kruiden meer gemak bieden, zit het geboste product daar tussenin. Het is bedoeld voor consumenten die veel kruiden gebruiken en die dus zoeken naar een relatief gunstige prijs. Daarmee spreken we onder meer de etnische consument



aan, maar ook de consument die op zoek is naar vers en voordeel.”

In Duitsland heeft Vitacress Real in het supermarktkanaal verpakte bosjes platte peterselie en dille geïntroduceerd. “In de Nederlandse markt experimenteren we ook met munt. In de traditionele verkoopkanalen zie je ook bosjes koriander. Vanwege de korte houdbaarheid is het nog uitdagend om dat ook voor een supermarkt op een goed niveau te kunnen krijgen. Maar uiteindelijk verwacht ik dat dit de vier artikelen zijn die succesvol kunnen worden.”

KLEINVERPAKKINGEN

Een heel ander soort kruidenverpakking is nodig voor de maaltijdpakketten, waarvan Marco ziet dat het nog steeds een groeiend segment is. “Die pakketten zijn met name door de supermarkten omarmd en groeien flink. Met kleine zakjes kruiden proberen we daar een stukje verse smaak en verbijzondering aan toe te voegen.”

Toch ziet Marco in dat segment nog meer ruimte. Hij stelt vast dat nu voor pakket-

ten vooral wat hij noemt ‘harde’ kruiden als tijm of rozemarijn worden gebruikt. “Die hebben een beperkt bladoppervlak en drogen minder snel uit.” En dat is ook de reden dat de ‘zachtere’ kruiden zoals peterselie, koriander of munt minder worden gebruikt; die moeten vanwege de houdbaarheid voorverpakt worden.

“Zachtere kruiden verpakken we in een geperforeerde folie die is afgestemd op het verpakte product. Daarmee optimaliseren we de samenstelling van CO2 en zuurstof en zo kunnen we een aantal dagen aan de houdbaarheid toevoegen. Het belangrijkste daarbij is dat de kruiden beschermd zijn en minder snel uitdrogen. Dit doen we al voor bezorgers van maaltijdboxen en we zien ook kansen voor verspakketten in het supermarktkanaal.”

KORTE KETEN EN RESTVERWAARDING

Om de versheid van de producten te garanderen, werkt Vitacress Real met een korte keten. “Wij zijn in de keten betrokken vanaf de teelt. Het biedt ons meerwaarde om dat heel efficiënt, maar



vooral ook vraaggestuurd te organiseren. We oogsten in de ochtend en wegen, sorteren en verpakken in de middag. Vervolgens gaan de producten 's nachts naar de DC's, zodat het de volgende dag in de winkels ligt.”

Marco geeft aan dat deze manier van werken een nauwe samenwerking met afnemers vereist. “Hoe beter zij de vraag kunnen voorspellen, hoe efficiënter wij de keten kunnen organiseren.” Daarbij is er soms sprake van wat overproductie, waarvoor een andere bestemming gezocht wordt. “Voor deze mooie producten zijn er, naast consumptie, nog voldoende andere mogelijkheden voor verwerking. Dat kan bijvoorbeeld in de spothandel, door verwerking tot pesto's, maar ook worden kruiden toegepast in cosmetica en parfums en als uiterste mogelijkheid is er altijd veevoer. Zo proberen we in de breedte van ons bedrijf verspilling van kruiden te voorkomen,” besluit Marco. (PB/MW) ■

info@vitacressreal.com

