



Alexander Verduyn (rechts) is samen met zus Valerie en broer Nicolas als derde generatie betrokken bij Group Verduyn



Group Verduyn geeft aan dat de wortelrendementen op het veld dit seizoen ongezien waren

Group Verduyn:

“Hoge opbrengst wortelen beïnvloedt markt, maar vraag trekt aan”

“Er gaan genoeg wortelen naar buiten, maar de rendementen op het veld waren ongezien,” laat Alexander Verduyn weten, die als CEO samen met zus Valerie en broer Nicolas als derde generatie betrokken is bij familiebedrijf Group Verduyn. Het bedrijf richt zich op de teelt, het verpakken en de vermarkting van vollegrondsgroenten in Europa, waarvan een groot gedeelte wortelen. “Hoewel de volumes die buitengaan, met zelfs wat export, zeer correct zijn voor de tijd van het jaar, zorgen de extra rendementen die we dit groeiseizoen hebben gehad voor voorraden en wat overaanbod. Ten opzichte van vorig jaar is dat een wereld van verschil, toen hadden we tekort aan rendement.” Alexander wijst de groeizame zomer aan als reden voor de overvloedige wortelopbrengst. “Ten opzichte van vorig jaar, hadden we een zeer groeizame zomer; vooral de aanzet bij het zaaien van de wortelen was goed, waardoor vrijwel alles is gekiemd en er op het veld heel weinig verloren is gegaan. Daarbij is door de goede kwaliteit de volledige opbrengst gebruikt.”

POSITIEVE EVOLUTIE

Alexander merkt op dat door deze goede oogst de prijzen wat onder druk hebben gestaan, maar ziet half januari dat de vraag weer aantrekt. “We zien een positieve evolutie. De rest van het seizoen hangt af van waar er tekorten gaan zijn en hoe groot die zullen zijn.” In elk geval

stelt Alexander vast dat de kwaliteit van de wortelen in de Verduyn koelcellen prima is en geeft hij aan dat overaanbod altijd een tijdelijke situatie is. “Een aanbod kan snel stijgen als er ineens een tekort komt ergens op een markt. Als bijvoorbeeld de primeurs in Spanje en Italië enkele weken vertragen door slecht weer, kan de situatie er alweer heel anders uitzien. Uiteindelijk bepaalt het weer nog altijd onze sector.”

RECYCLEERBAAR EN GROTER

Qua verpakkingen van wortelen ziet Group Verduyn dat de trend steeds meer gaat richting het gebruik van ecologische materialen en weg van plastic. “Ook wij zijn bezig om verpakkingen van recycleerbare materialen te ontwikkelen.” In deze beweging past ook de losse verkoop van wortelen, waarvan de wortelteler zegt dat dit voor de pandemie in opkomst was. “Voor Covid was de tendens dat er meer wortelen in vac verkocht werden. Het is misschien wat tegenstrijdig dat we ondanks de wens om weg te bewegen van het gebruik van plastic, zien dat er sinds Covid minder wortelen los verkocht worden en dat men tijdelijk toch liever een zakje heeft.” Overigens geeft Alexander aan dat hoewel de kleinverpakkingen goed blijven scoren, dit zakje wel vaker iets groter is dan voorheen; de verpakkingen van twee en drie kilo winnen aan populariteit.

BOEIENDE SECTOR

Een ander aspect van verpakkingen is dat de kosten ervan stijgen, laat Alexander weten. Net als bijvoorbeeld de loonkosten en kosten van elektriciteit. Daarnaast verwacht hij dat de rendementen op het veld als gevolg van de verminderde beschikbaarheid van toegestane gewasbeschermingsmiddelen voor zowel de teler als voor de handel omlaag zullen gaan, wat zal zorgen voor een hogere kostprijs. “De



kostprijs staat onder druk, want de toenemende kosten zijn niet evenredig met onze verkoopprijzen.” Toch realiseert Alexander zich dat uitdagende situaties een momentopname kunnen zijn. “Het is een boeiende sector. Wat vandaag niet goed is, kan morgen beter zijn en andersom. We moeten altijd scherp blijven.” (MW) ■

alexander@verduyn.be