



Rob Langeveld, GreenS & SaladS:

“Kansen voor kant-en-klaar”

“De totale AGF-markt is zo’n twee procent in volume gegroeid. Er worden dus meer groenten gegeten en dat is positief,” zegt Rob Langeveld, Sales Director van GreenS & SaladS, leverancier van vers gesneden groenten en fruit. “Dat de waarde van de AGF-verkopen volgens GroentenFruit Huis niet meegroeide, wijt Rob aan de prijsdruk waar de retail mee te maken heeft. “Retailers zetten AGF steeds vaker in om consumenten naar de winkel te trekken.”

Die ontwikkeling zorgt voor dynamiek in de markt, ook binnen de categorie bewerkte groenten. “Als je kijkt naar gesneden en bewerkte groenten zie je wel enige verschuivingen. Bewerkte groenten staan soms wat onder druk, maar dat wordt deels weer gecompenseerd door de groei van maaltijdpakketten. Daar zitten ook steeds vaker bewerkte groenten in.”

De groentesnijderij die de kunst van vers maatwerk verstaat!

GreenS & SaladS

T +31522244397
greensandsalads.eu

Vers gesneden groenten en fruit. Op maat verpakt en geleverd zoals jij dat wilt.
Altijd vers • Puur natuur • Flexibel en snel



STRUCTURELE GROEI

Voor GreenS & SaladS ligt de focus echter niet op retail. “Wij zitten vooral op industrie en foodservice. Denk aan producenten van broodjes, sandwiches en snacks, fabrikanten van kant-en-klaarmaaltijden en partijen in de zorg. Daarnaast leveren we via groothandel aan horeca en speciaalzaken.” Dat de groenteconsumptie groeit, ziet Rob als een structurele ontwikkeling. Verschillende trends spelen daarbij een rol. “Je ziet een duidelijke beweging van dierlijke naar plantaardige consumptie. Daarnaast heb je hybride producten en er is aandacht voor vezelrijke voeding. Groenten passen natuurlijk perfect in die trends,” zegt hij.

“We hebben de afgelopen jaren veel aandacht gehad voor eiwitten, maar nu zie je ook meer focus op vezels. Groenten zijn daar een belangrijke bron van.” De vraag naar gemak blijft daarnaast een belang-rijke drijvende factor. “Mensen zijn

steeds meer op zoek naar convenience. Ze hebben minder tijd of minder zin om zelf te snijden en te koken. Dat geldt voor consumenten thuis, maar ook voor horeca en andere outlets waar voedsel wordt bereid. In de horeca speelt overigens ook een tekort aan personeel nog een belangrijke rol.”

GROTERE FOCUS OP KANT-EN-KLAAR

Binnen de activiteiten van GreenS & SaladS ligt het zwaartepunt duidelijk in de out-of-home-markt. Vooral de groei van kant-en-klaarmaaltijden speelt daarbij een rol. “Kant-en-klaarmaaltijden groeien en daar worden natuurlijk ook groenten in verwerkt,” geeft Rob aan. “Als consumenten minder vaak zelf koken, betekent dat niet dat ze minder groenten eten. Ze eten die groenten alleen in een andere vorm.” Maar ook de vergrijzende populatie speelt een rol. “Mensen blijven langer thuis wonen. Als je alleen bent of het niet meer ziet zitten om zelf te koken,

dan kom je al snel bij kant-en-klaarmaaltijden uit. Wij leveren aan fabrikanten die dat soort maaltijden produceren.” En ook jonge consumenten grijpen al snel naar kant-en-klaare producten. “Veel jongeren hebben simpelweg minder tijd of minder interesse om zelf uitgebreid te koken.”

Daarnaast is de grootte van de huishoudens een factor bij de groei van convenience. “Huishoudens worden kleiner. Als je met z’n tweeën bent, koop je geen hele bloemkool meer. Dan koop je liever een zakje met bloemkoolrosjes of een kleinere portie gesneden groente.” Daarbij ontstaat volgens Rob een breed assortiment aan producten. “Er is tegenwoordig een enorme variatie aan bewerkte groenten beschikbaar. Dat maakt het voor consumenten makkelijker om te kiezen.”

KWALITATIEF GEMAK

Voor horeca en speciaalzaken heeft GreenS & SaladS concepten ontwikkeld

die inspelen op die behoefte aan gemak. “Zo hebben we bijvoorbeeld het 1-2-3 rauwkostconcept gelanceerd dat bestaat uit onze rauwkostmixen en de bijbehorende sauzen en basissalades van onze partner. Of wij leveren de groentecomponent en de slager of groentezaak voegt de proteïne en koolhydraten toe. Zo kan een slager of speciaalzaak snel een complete maaltijd of rauwkostsalade samenstellen. Dat is een ontwikkeling die we veel zien en deze producten geven consumenten waar ze naar op zoek zijn: kwaliteit.”

BESCHIKBAARHEID GRONDSTOFFEN

Eén van de uitdagingen die Rob ziet voor bewerkte AGF, is de beschikbaarheid van grondstoffen. “Door klimaatverandering wordt de beschikbaarheid van groenten wel een punt,” zegt hij. “Overstromingen in landen als Spanje en Marokko hebben impact op het aanbod. Dat kan ook gevolgen hebben voor de kwaliteit en de prijs.” Maar ook de kosten baren Rob zorgen. “Met de oorlog in het Midden-Oosten zie je weer stijgende energiekosten, hogere transportkosten en duurdere brandstof.

Dat heeft allemaal invloed op de kostprijs en dat zie je uiteindelijk terug in de prijzen.”

Ook binnen de sector zelf ziet hij veranderingen. “Er vindt op sommige plekken consolidatie plaats. Schaalgrootte wordt belangrijker, maar tegelijkertijd wil je als bedrijf ook flexibel blijven.” Het is de reden dat hij waarschuwt voor de afhankelijkheid van een klant of leverancier. “Het is belangrijk om je klanten te spreiden. Als je te afhankelijk bent van één partij, word je kwetsbaar.”

De uitdagingen nemen overigens niet weg dat Rob met vertrouwen naar de toekomst van bewerkte AGF kijkt. “De vraag naar gemak blijft groeien. Consumenten, horeca en industrie zoeken allemaal naar oplossingen die tijd besparen. En juist daar liggen voor bewerkte groenten de volop kansen.” (MW)

verkoop@greensandsalads.eu



Kant-en-klaar maaltijden bieden kansen, ziet GreenS & SaladS