

Werkbezoek aan VION Food Group op 1 augustus 2018

Samen met 10.2.e een werkbezoek gebracht aan het bedrijf (in Boxtel), specifiek gericht op de 'varkensdivisie'. Gesprek was met 10.2.e en 10.2.e . Afsluitend was ook een rondleiding door het slachthuis Boxtel.

Enkele indrukken:

- Wij kregen een uitvoerige toelichting adhv een 11.1 presentatie over het bedrijf en hun (relatief) recente verandering van zienswijze op de rol en betekenis van slachterijen in de hele (varkens-)keten. 10.2.e
- 10.2.e geeft een presentatie (zie aangehecht)
- Een aantal opvallende zaken en bevindingen daarbij zijn: 1. Rol vd retail 2. Verdeling van markt in twee stukken (vers vlees; relatief klein met 30% en 'vleeswaren' met een aandeel van 70%). Bij de vleeswaren ligt de grootste mogelijkheid van meerwaarde creëren.
- "Verwaarden is key".
- Die markt heeft veel verschillende behoeften (bijv mager vs. vet of groot vs kleiner varken).
- Relatief recent inzicht dat de sector zou moeten weg bewegen van de 'uniforme commodity' en juist richting spreiding en meer diversiteit van varkens zou kunnen gaan, waardoor verschillende combinaties voor verschillende markten mogelijk zijn.
- Er zijn enkele belangrijke knelpunten. Deze moeten worden aangepakt en opgelost en zeker niet op de lange baan geschoven. Denk aan milieu, dierenwelzijn, diergezondheid en korte (nieuwe) ketens. Dit zijn voor het bedrijf geaccepteerde voorwaarden om toonaangevend te blijven in de sector.
- Japan en Azië is een belangrijke markt ("hoogste marge markt")
- Er wordt ook gekeken naar het DK-model (arbeidskosten /kg hoog, maar de productiviteit is zeer hoog!). In NL is lange tijd gestuurd op lagere arbeidskosten.
- Constatering dat in de varkenketen door de boer steeds veel meer vertrouwen was/is in de (meng)voederbedrijven, vergeleken met de slachterij. O.m. door de manier van contact houden en relatiebeheer, dat ontbrak. Daarin waren/zijn grote stappen te zetten. Enkele jaren terug is daarom het model ontwikkeld van Good Farming Balance.
- Good Farming Balance kent vier pijlers: differentiatie; vertrouwen; rendement (borging van continuïteit); rendement in vakmanschap/ management.
- Volgens VION zou snel moeten worden gekomen tot het benoemen van de CO2 footprint op vlees(waren)verpakkingen, zodat de klant daar inzicht in kan krijgen en zijn keuze gericht kan maken bij aankoop. Zij investeren hierin door onderzoek te doen (privaat). Volgens VION is de footprint echt te verkleinen in deze sector en is NL hierin ook goed: contrair aan de beleving van velen kunnen met name de grotere bedrijven hierin een belangrijke rol spelen en resultaat boeken.
- Valorisatie-effect op de waarde van varkens is zeker 5 maal zo hoog (aantonbaar via cijfers) als kostprijseffect. (kostprijs is traditioneel waar de NL varkensboer op stuurde.)
- VION noemt expliciet dat we snel verdere stappen moeten zetten op twee zeer belangrijke knelpunten: 1. Voeder en 2. mestverwaarding. Dit in het kader van de fosfaatplafond-discussie.

10.2.e , 3 augustus 2018