

Bart Verlegh

In de serie *Michiel F. van Ginkel in gesprek met* praat directeur Michiel F. van Ginkel van ZON fruit & vegetables voor *ZON magazine* telkens met een andere gesprekspartner die een relatie heeft met ZON. Deze keer is dat Bart Verlegh, directeur van Innoveins, een ecosysteem van meerdere organisaties die een brug willen slaan tussen de agrariër en de techneut.

TEKST JOHN HUIJS FOTO'S RICHARD FIETEN



Michiel: Wie zien jullie als jullie klanten en hoe moet ik me die samenwerking voorstellen?

Bart: Onze klanten, dat is de hele agrofoodketen, waarbij we in eerste instantie kijken naar de primaire sector en daarnaast hightechbedrijven die technologische oplossingen willen bedenken voor de agrofoodketen. Dus dat gaat van een komkommerteler tot een producent van sensortechnologie en een robotproducent of bijvoorbeeld een bedrijf als Brightbox, dat zou zomaar een klant van ons kunnen zijn. Dat is ook het gave eraan. Een agrariër heeft nooit leren praten met een techneut en andersom misschien nog wel veel minder. Een techneut begrijpt niks van waar een tuinder zoal mee bezig is. Wij proberen de interface tussen beiden te zijn door met beide partijen in gesprek te gaan en daaruit te halen welke problemen en uitdagingen daar liggen. Vervolgens proberen we gezamenlijk een businesscase te bouwen, waarbij alle partijen geld inbrengen.

Waar nodig maken we gebruik van subsidieregelingen. Dat gedachtegoed kun je ook doortrekken naar ZON, naar Fresh Park Venlo of naar de logistiek, de verwerkende industrie en naar de verpakingsbedrijven.

Michiel: Dat is dus best een brede benadering, want zowel de partners in de keten als de uitdagingen kunnen heel verschillend zijn. Wat jullie dan bindt is met name de vertaling tussen de techneut en de agrariër. Jullie zijn daar net een jaar mee bezig?

Bart: Ja, we zitten inmiddels in de fase dat we clusters aan het vormen zijn. Dit kwartaal denken we de eerste paar clusters ofwel samenwerkingsverbanden te kunnen lanceren. Het eerste is al informeel gelanceerd, dat is het komkommercluster.

Michiel: Kun je wat meer over het komkommercluster vertellen, want dat spreekt mijn achterban natuurlijk aan of is dat nog te vroeg?

Bart: Daar kan ik zeker wat over vertellen, daarom noem ik dat cluster ook direct. We hebben een twintigtal komkommertelers uit het hele land weten te verenigen rondom vier innovatiethema's, zeg maar vier businesscases: robotica, licht, nieuwe teeltsystemen, en gewasbescherming en waterzuivering. Op die thema's hebben die telers elkaar gevonden om hierin geld te investeren omdat zij verwachten zich daarmee te kunnen differentiëren van hun concurrenten, daar x op te kunnen besparen, x efficiënter te zijn of x biologisch of milieutechnisch beter te worden. Intussen hebben we ook intentieovereenkomsten getekend met een aantal technische bedrijven. Dat moet je denken aan Philips en Crux Agrobotics, die ook een geldelijke bijdrage willen leveren rondom het vraagstuk dat de telers hebben. Samen organiseren we events, maar ook gebruikersgroepen waarin je echt gaat inzoomen op technische behoeften. Let op: dat is dan voor het eerst dat die partijen met elkaar spreken. Dat is bijna te bizar voor woorden zeg ik als marketeer, maar

het is kennelijk een gat in de markt waar ook heel veel interesse voor is. Sinds we in september het komkommercluster aangekondigd hebben, zie je dat het ook in allerlei media wordt opgepakt en dat daar ook weer nieuwe contacten uit voortkomen.

Michiel: Springen jullie een beetje in het gat dat is ontstaan door het wegvallen van het Productschap Tuinbouw?

Bart: Dat zou je kunnen zeggen. Echter, wij voegen daar wel één ding aan toe: ons gaat het echt om het verenigen van de verticale keten, want als je voor de hele sector werkt, wat maakt je dan nog onderscheidend? Dan ben je eigenlijk één bedrijf. Wij proberen juist die partijen te vinden die bereid zijn nét dat stapje meer te zetten, om zichzelf te onderscheiden van hun concullega's. Dat hebben we met die twintig komkommertelers gedaan. Dat komt van de gewascoöperatie komkommer, die bestaan uit een zeventigtal telers. Daarvan hebben we er twintig

geïdentificeerd die bereid zijn om die stap te zetten, en daartussen heb je ook nog nuanceverschillen. Een stuk of vijf zeggen: wij gaan voor licht, een stuk of tien gaan voor robotica, en die andere gaan weer voor andere thema's. Daarbij is kennis en ervaring uitwisselen wel een wezenlijk onderdeel.

Michiel: Die aanpak past ook goed bij ZON. Met VanEigenBodem.nl proberen wij ook een aantal telers een voorsprong te geven. Telers sluiten zich niet aan bij een coöperatie omdat ze elkaar zo vriendelijk vinden of koffie met elkaar willen drinken. Een enkeling doet dat misschien wel, maar het gaat hen om het gemeenschappelijk belang en dat belang is groter dan wanneer ze individueel zouden opereren. Dus zul je als coöperatie iets onderscheidends moeten kunnen bieden, iets dat voor een ander niet beschikbaar is. De sectoraanpak werkt op het moment dat er bijvoorbeeld een virus moet worden bestreden. Heb jij trouwens een oorsprong in deze sector, in de tuinbouw?

'Innoveins is een soort coöperatief denken in een nieuw jasje'

Bart: Nee, persoonlijk heb ik geen oorsprong in de agrarische sector, behalve wat ik vanuit de uitzendbranche daar mee deed; dat was heel minimaal. De reden waarom ik hier heel enthousiast van word, is vanwege het ecosysteem dat erachter zit. Dat is iets wat de afgelopen jaren enorm in opkomst is gekomen. Je kunt het niet meer alleen. Willen wij internationaal concurrerend blijven dan heb je zo'n ecosysteem voor co-creatie nodig. Je zou kunnen zeggen: coöperatief denken in een nieuw jasje.

Michiel: Mooie titel voor dit verhaal.

Bart (lacht): Misschien wel goed om te benadrukken dat wij het op onze beurt niet kunnen zonder de inhoudelijke kennis. Die halen we bij de andere initiatiefnemers van Innoveins vandaan. Blue Engineering als het gaat om hightech en bij Botany, dat echt middenin de sector staat. Dus daarom kunnen wij als Bluehub dit ook. Voor Innoveins is het wezenlijk dat we die drie competenties in één weten te integreren.

Michiel: Waar staan jullie als we jullie over vijf jaar weer interviewen?

Bart (lacht weer): Is dit voor het programma *5 Jaar Later*? Over vijf jaar hebben wij een eigen toko, een fysiek pand, waar een twintigtal clusters, dus zeg maar twintig keer een komkommercluster, verenigd is. Dus dat betekent minimaal een honderdtal bedrijven, waarvan een substantieel deel bij ons gevestigd

is en die elkaar dagelijks ontmoeten. Enerzijds is dat een aantal R&D-afdelingen van grote telers of grote verwerkers. Anderzijds zijn dat hightechbedrijven die daar lokaal ook deels produceren. Dat pand bestaat uit drie delen: een klein deel is kantoor, een substantieel deel bestaat uit een bedrijfshal voor technische ontwikkeling, testing, laboratoria en een derde onderdeel is sec kas, R&D-kassen, showkassen waar tests plaatsvinden voor inhoudsstoffenonderzoek, maar waar je ook een sensor of klimaatsystemen kunt testen.

Michiel: Wel alles op het gebied van de tuinbouw of is het landbouw?

Bart: Het is voornamelijk glastuinbouw, maar we hebben ook een cluster in ontwikkeling voor blauwe bessen. De blauwe-bessentelers willen al heel lang dat de blauwe bes een gezondheidsclaim krijgt. Daar wordt al jaren onderzoek naar gedaan, maar ze hebben het nog niet bereikt. Maar je kunt natuurlijk met neuro-marketing een stukje bewustwording bij de consument creëren. Eigenlijk is dat een marketingvraagstuk. R&D, juridische vraagstukken en marketing zouden best in één cluster kunnen passen. Zover zijn we nog niet in de discussie met de blauwe-bessentelers, maar het leeft daar wel heel erg om te kijken of we daar niet één geheel van kunnen maken. Dus het gaat verder dan de primaire sector, efficiency en effectiviteit creëren.

Michiel: Precies, het is ook een stuk communicatie en positionering. Waar zie jij de grootste mogelijkheden, zijn het inhoudsstoffen, is het de duurzaamheid, verwerking?

Bart: Waar wij het meest in geloven is hightech ook echt geïntegreerd krijgen in de primaire sector. Daar zien we de meeste kansen, maar dat is ook de grootste uitdaging als je kijkt naar deze regio. We hebben te maken met een enorm voedselvraagstuk op de lange termijn en



Wie is Bart Verlegh?

Bart Verlegh is 32 jaar, kersverse vader van een zoon, is sinds zeven jaar zelfstandig ondernemer. De eerste vier jaar daarvan werkte hij als zzp'er in de uitzendbranche, omdat hij voor die tijd als marketingmanager bij OTTO Work Force werkte. Vestigde zich daarna in zijn woonplaats Venlo in het Blue Innovation Center, destijds een innovatiecentrum op de crossover tussen hightech, agro en duurzaamheid. Daarna met Jeroen Rondeel de oprichter van het Blue Innovation Center gaan uitbouwen tot het bedrijf Blue Engineering. Sinds een paar jaar is het Blue Innovation Center gevestigd in Villa Flora op het voormalige Floriadeterrein. Zelf heeft Bart samen met zijn compagnon Pim Deuling het bedrijf Bluehub, een marketing en businessdevelopmentbureau, dat zich heel erg richt op de Euregio. Focus ligt op de drie topsectoren: agrofood, logistiek en hightech. Met Bluehub doet Bart mee in Innoveins vanuit een hartgrondig geloof in ecosystemen, samenwerking met anderen co-creatie, wat kunnen we samen bouwen. Innoveins is een samenwerkingsverband tussen hightechengineersbureau Blue Engineering, businessdevelopment- en marketingbureau Bluehub en tuinbouwonderzoeksbureau Botany. Daarnaast is Bart Verlegh bekend als voorzitter van TEDxVenlo.

met enorm veel concurrentie en prijsdruk. ZON weet daar alles van. En we hebben ook te maken dat we als Nederland en als regio wereldwijd vooroplopen op het gebied van hightech. Dus als je die koploperspositie en al die knowhow toepasbaar kunt maken in de primaire sector, dan kunnen we ook dat gedeelte weer wereldwijd tot de top laten behoren. Onze voor-sprong wordt langzaam ingelopen. Dat is denk ik de grootste uitdaging en ik denk ook de grootste kans.

Michiel: Eens. Er is een aantal zaken dat onze positie bedreigt. Allereerst onze license to produce. We willen geen fossiele energie, maar ook geen windmolens in de achtertuin. Dat zien we ook in de landbouw. Daarnaast is er de verleiding om aan cherry picking te doen. Zo van: robotica en zaadveredeling is mooi, mensen die al die hightech kassen bouwen ook, maar laten we de rest maar zo minimaal mogelijk doen, want dat vervuult alleen maar. Blijkbaar zijn er mensen die denken dat het een zonder het ander kan. Alsof die hightechbedrijven allemaal hier blijven zitten als de land- en tuinbouw voor lokaal gebruik gaan produceren.

Bart: Dat is een heel naïeve gedachte.

Michiel: Op het gebied van efficiency en milieu moeten we inderdaad een aantal dingen oplossen en daar speelt techniek ook een rol bij, net als veredeling.

Bart: Wat ik in ieder geval hoop is dat we met zijn allen de brug over de A73 binnen afzienbare tijd wat vaker gaan gebruiken. Ik ben marketeer dus ik kijk naar mijn klanten en die zitten aan de overkant; dat zijn jullie. Aan deze kant van de A73 is het nog vooral vergane glorie en moet het weer tot leven komen. Maar over vijf jaar, laat ik daar nog één ding aan toevoegen, dan wordt die brug drukbelopen. Want bij jullie gebeurt het reële economische en hopelijk kunnen we vanaf vandaar vanuit de Brightlands Campus het economisch gedeelte voor over vijf jaar neerzetten.

ZON licht complianceregeling toe aan leden en medewerkers

Tijdens recente bijeenkomsten voor leden en medewerkers heeft ZON de complianceregeling uitgebreid toegelicht. Daarbij kwamen ook nieuwe ontwikkelingen aan de orde. Compliance Officer Michael Thewessen vertelt er meer over.

TEKST JOS CAUBO

Voor het geval mensen het nog niet precies weten: wat is compliance?

'We hebben tijdens de recent gehouden bijeenkomsten alles nog eens uitgebreid aan de orde gesteld, inclusief de begrip-kennis. Compliance is een ingesteld programma c.q. beleid om te borgen dat binnen onze ZON-organisatie wet- en regelgeving wordt nageleefd. We hebben het dan concreet over de Europese en Nederlandse GMO Erkenningsregeling en over mededinging. De directie van ZON denkt op dit moment na of we daar mogelijk ook nog de privacywetgeving aan toe gaan voegen.'

Is de complianceregeling met betrekking tot GMO nog nodig, nu ZON een pauzejaar heeft genomen?

'Jazeker, want ZON is als producentenorganisatie erkend volgens de regels van GMO en dat betekent dat leden zich dienen te houden aan de regels voor erkenning. Het maakt dan geen verschil of je als organisatie een pauzejaar neemt.'

Zijn er wijzigingen in de regeling?

'Ja, de voorwaarden ten aanzien van de vrijstelling van de lever-plicht zijn gewijzigd. Tot en met 2016 golden er verschillende voorwaarden voor respectievelijk thuisverkoop, marginale verkoop en rariteitenverkoop, maar vanaf 2017 geldt hiervoor dat voor alle drie de genoemde zaken samen het percentage niet hoger mag zijn dan 25% van de totale productie van een lid.'

Zijn er ook wijzigingen op het gebied van mededinging?

'Er zijn wel twee voorstellen tot wijzigingen opgenomen in het Regeerakkoord 2017, maar die zijn nog niet concreet uitgewerkt tot feitelijke maatregelen. In mijn presentatie aan leden en medewerkers heb ik ten aanzien van mededinging vooral op de zaken gewezen die strijdig zijn met het mededingingsrecht en daarbij ook een aantal praktijkvoorbeelden genoemd. Met andere woorden: we hebben heel duidelijk aangegeven wat wel en wat niet mag.'

Wat is het belang van de complianceregeling?

'Op de eerste plaats kan het niet voldoen aan de criteria zoals gesteld in de GMO-regeling leiden tot een schorsing of intrekking van de GMO-erkenning, met grote financiële schade als gevolg. Individuele leden of productgroepen kunnen daarvoor aansprakelijk worden gesteld. Verder kunnen er forse boetes worden opgelegd bij overtreding. Al met al meer dan voldoende redenen om strak vast te houden aan de naleving van onze complianceregeling.'