

VERBINDEND

in biologisch



De aarde doorgeven

**“Daarom is
biologisch zo
belangrijk”**



gesloten
keten



werken
bij Udea



nieuwbouw-
special



UDEA
Verbindend in biologisch

YAKSO
ORGANIC WORLD

KRUPUK

60 G

UDEA
BESTELNUMMER
5009716

BEVAT MAAR LIEFST
19%
GARNAAL

YAKSO
ORGANIC WORLD

KRUPUK
PRAWN CHIPS/KRABENCHIPS/
CHIPS DE CREVETTES
BIO ORGANIC

60g

DUURZAM

Colofon
Dit is een uitgave
van Udea.
www.udea.nl

Productie:
www.caplan.nl

Redactie:
Simone de Clerq
Tefke van Dijk
Mirjam van
Immerzeel
Sigrid Koeleman

Fotografie:
Nick Dors
Joost van der
Vleuten
Miriam van der
Hoek



inhoud

- 04** Een overname, een fusie en een verhuizing: Udea is in beweging
- 09** Biofresh en Udea bundelen hun krachten
- 10** Verbindend in biologisch sinds 1990
- 14** High techpand met wereldprimeur in koeling en opslag
- 22** 5 waarden die wij belangrijk vinden
- 26** We werken aan transparantie in de voedselketen
- 33** Duurzaamheid is ook hoe je met elkaar om gaat
- 36** Samenwerking met Udea is van groot belang om de afvalberg aan te pakken
- 40** Verbinden is onze toegevoegde waarde
- 42** Nieuw: verse maaltijden van Ekocuisine





< Erik Does en
Erik-Jan van
den Brink

'We zetten samen de schouders eronder.'

*Een overname, dan een fusie en ondertussen alle activiteiten naar een heel **nieuw hightech bedrijfspand** verhuizen. Het is niets niks, erkennen directeuren **Erik Does** en **Erik-Jan van den Brink**. "Maar we doen het samen, met alle medewerkers, en hebben veel vertrouwen in de toekomst. Zulke kansen laten we niet lopen."*

Het is een late maandagmiddag in augustus. In een balzaal van een ruimte op de tweede verdieping van het nieuwe bedrijfspand van Udea in Veghel, treffen we Erik Does. Niet dat de algemeen directeur zo'n enorm eigen kantoor heeft. Zeker niet. Maar de verhuizing en inrichting van de hele verdieping zijn nog in volle gang. Net als in de rest van het bedrijf.

Toch gaat het gesprek in eerste instantie niet over

zakelijke strategieën, verhuisdozen en bijbehorende logistieke actieplannen. Het gaat over waarden en mensen. Dat gemeenschapszin een belangrijke pijler is, die juist in deze bewogen tijden telt. En dat een zo natuurlijk mogelijke voeding het beste is voor mens en planeet. Over de missie van het bedrijf zou Erik wel tot diep in de avond kunnen vertellen. "Sinds ons prille begin in biologische producten, zo'n veertig jaar geleden, zien we

dat de focus van het 'voedselprobleem' is verschoven. Er is namelijk nu genoeg voedsel voor iedereen in de wereld. De vraag van vandaag is hoe produceer je het duurzaam."

Onze mentaliteit

Het onderwerp gaat duidelijk hem aan het hart. Maar er speelt meer bij Udea. Als Erik-Jan van den Brink aanschuift bij het gesprek heeft hij zijn telefoon nog in de hand: "ja, dat is goed, we spreken elkaar later" sluit

hij af. Het zijn extra drukke tijden, excuseert de commercieel directeur zich. Al is het woord 'druk' misschien wat zacht uitgedrukt. Want de afgelopen anderhalf jaar was er eerst een

Duurzame hightech in Veghel

Waar Erik-Jan van den Brink vooral naar uitkijkt is volgend voorjaar, als het nieuwe hightech distributiesysteem in bedrijf gaat. De keuze voor de wereldvermaarde 'overbuurman' VanderLande is geen toeval, vertelt hij. "Voor VanderLande zijn wij nog een relatief kleine klant, maar wel erop gericht om de laatste technologie te gebruiken. De afgelopen tijd zijn we dus samen ook wat duurzame experimenten aangegaan. Alle productstromen komen bijvoorbeeld bij elkaar: droge kruidenierswaren, zuivel, gekoelde, verse en diepvriesproducten. Verschillende producten moeten bij verschillende temperaturen worden bewaard, vandaar dat er zogeheten temperatuurzones zijn gecreëerd. En dat alles in dezelfde ruimte, een enorme ruimtebesparing dus ook. We krijgen nu bezoekers uit heel de wereld, en zelfs de grote reguliere supermarktketen zijn geïnteresseerd – terwijl ze zelf hun deuren gesloten houden. Wij delen graag onze ervaringen en zeggen: hier staan we voor. Die transparantie hoort ook bij ons bedrijf."

overname, toen een fusie en tegelijk de bouw van het nieuwe bedrijfspand, plus de hele verhuizing die daarbij komt kijken. "En ondertussen blijven we gewoon onze klanten bedienen", voegt

Erik-Jan er nuchter aan toe. "Vanzelfsprekend doen we dat, maar het vraagt natuurlijk veel van alle medewerkers. Wat we zelf kunnen doen, doen we zelf én samen, dat is de mentaliteit hier. Zo hebben onze eigen chauffeurs de verhuizing van het kantoor kunnen doen." (zie ook kader)

De operationele kant van het bedrijf neemt Erik-Jan voor zijn rekening. "Hij heeft het nu wat drukker dan ik", lacht Erik, "Aan mijn kant is het weer wat in rustiger vaarwater gekomen."

Belang vergroot

De achtbaan begon in 2018 met de overname van Natudis Nederland, inclusief het Belgische zusterbedrijf Hagor en versleverancier Kroon. Daarmee heeft Udea zijn belang in de biologische retail- en groothandel in de Benelux flink vergroot. Meer natuurwinkels, meer slagkracht bij de inkoop en verkoop van biologisch producten, meer direct contact met consumenten via webwinkels en personalisering van maaltijdpakketten. "De weg naar de overname van Natudis was intensief", vertelt Erik, "net als de fusie met Biofresh Belgium dit jaar. Het zijn veel stukken ineens op het schaakbord, maar sommige kansen komen maar een keer voorbij en die moet je grijpen. Het



"De fusie past precies bij de groei die ons bedrijf en de biologische sector doormaakt"

gaat om onze toekomst. De fusie past precies in de groei die ons bedrijf en de biologische markt doormaakt. Samen kunnen wij ons nog meer onderscheiden van grotere reguliere marktpartijen in de Benelux."

Geen geitenwollensokken

Voor wie nog niet zo bekend is met de voor geschiedenis van Udea: in 1980 opende de vader van Erik zijn eerste natuurvoedingswinkel in Amsterdam. Het werd een familiebedrijf dat uitgroeide tot een keten. Erik-Jan richtte in 1992 zijn biologische groente- en fruitgroothandel op. Uit beide bedrijven is uiteindelijk Udea ontstaan. Trouwens ook de voorloper van Natudis is begin jaren tachtig opgericht. Dat is geen toeval, in die periode groeide het besef van het belang van milieubescherming, biologische landbouw en voedselproductie. De pioniers werden dikwijls afgedaan als een stelletje 'geitenwollensokken', herinnert Erik-Jan zich. "Maar meer dan ooit zien we nu de noodzaak van een omslag in denken, produceren en consumeren. En niet alleen wij. Niets geitenwollensokken, we zien het toch allemaal om ons heen gebeuren: smeltende ijskappen daar, loeihete zomers hier." Erik: "Het besef dringt nu echt door dat de wereld niet op dezelfde voet kan doorgaan. Zakelijk gezien geeft dat veel vertrouwen voor de toekomst van ons bedrijf. Maar ik ben reëel in onze reikwijdte: ik verwacht heus niet dat we iedereen overtuigen om biologisch te gaan eten. 25 procent vind ik al heel wat. En we beïnvloeden de rest van de branche enorm."



Scherp houden

De opmars van biologische producten is dagelijks te zien in de reguliere supermarkten. Dat is een groot goed, vindt Erik. "En het houdt ons scherp in onze business. Verantwoord en transparant produceren en consumeren is de trend, maar bij ons zit het in de genen." (zie artikel over transparantie op pagina 26)

Erik-Jan: "Je ziet nog veel van wat wij 'green washing' noemen in reguliere supermarkten. Want hoe groen ben je bezig als je naast een biologisch product een hele winkel volzet met niet zo groene producten? Vaak blijkt zo'n biologisch product ook niet eens zo biologisch te zijn als het zich op de verpakking voordoet. Om niet te spreken over de plastic verpakkingen..."

Menselijke maat

De twee mannen vullen elkaar aan in hun kijk op Nederlandse en wereldwijde problemen en oplossingen voor klimaatverandering en voedselproductie. Als voormannen van het bedrijf is dat niet anders. Ze komen beide voort uit de traditie van het familiebedrijf en de waarden die daarbij horen. Zeker nu de organisatie en medewerkers voor grote uitdagingen staan, telt de menselijke maat meer dan ooit.

Samen optrekken

"We zetten samen onze schouders onder de integratie van de organisaties die er bij zijn gekomen. Dat heeft nu prioriteit, tegelijk met de verhuizing van alle activiteiten naar het nieuwe bedrijfspand. Iedereen moet wennen aan de veranderingen. Wij zelf ook. Maar als we samen optrekken binnen dit bedrijf, gaat het goed." Erik: "De komende tijd gaat daar al onze aandacht naar toe. Soms kan ik niet wachten tot alle praktische zaken zijn geregeld en we de vruchten plukken van al onze inspanningen. Maar de weg ernaar toe is me ook veel waard, want het vergroot de betrokkenheid van iedereen."

Samen sterker voor meer slagkracht

Door de krachten van Udea en Belgische marktleider Biofresh te bundelen ontstaat de grootste specialist in biologische producten van de Benelux. Eerst maar de cijfers: een gezamenlijke omzet van 300 miljoen euro en zo'n achthonderd medewerkers. Tel daarbij nog eens op negentig Ekoplaza's in Nederland en zestien Origin'O-vestigingen in Vlaanderen en Brussel.



Filip Fraeye

Deze ontwikkeling stemt directeur van Biofresh Filip Fraeye enorm tevreden. "Samenwerken is een veel betere optie dan elkaar te bekampen", vertelt hij, "zeker in een marktsegment dat moet opboksen tegen de grote supermarktketens. Samen zijn wij een beetje minder klein ten opzichte van dat reguliere voedingskanaal." De waarden die Udea en Biofresh delen, zijn doorslaggevend wat Filip betreft. "Wij streven gezamenlijk naar een toonaangevend voedingsbedrijf dat de broodnodige 'change' in voeding kan stimuleren. Wij worden in de Lage Landen hét alternatief, met eerbied en respect voor mens, dier en planeet. Het voelt aan als een soort missie, een heel zinvolle missie waaraan het aangenaam bouwen is met een partner als Udea."

Constructief en met gelijke waarden

Filip benadrukt dat hij fier is op het Biofresh-team, dat werkt naar een niveau om partner-waardig te worden. Vanaf het begin van de fusiebesprekingen is het contact bijzonder aangenaam, vertelt hij. "Het is constructief en gebaseerd op waarden die ik ook zelf hoog in het vaandel draag. Ik heb een heel groot respect voor de teamspirit van Udea, filosofie, professionele accuratesheid en zelfvertrouwen. Er zijn heel wat parallellen te trekken tussen Biofresh en Udea. Natuurlijk zijn er ook verschillen, maar daarmee vullen we elkaar mooi aan."

Verbinden en versterken

Ondertussen is de samenwerking volop van start. Wat de verkooppunten betreft onderzoeken de bedrijven nu hoe het snelst

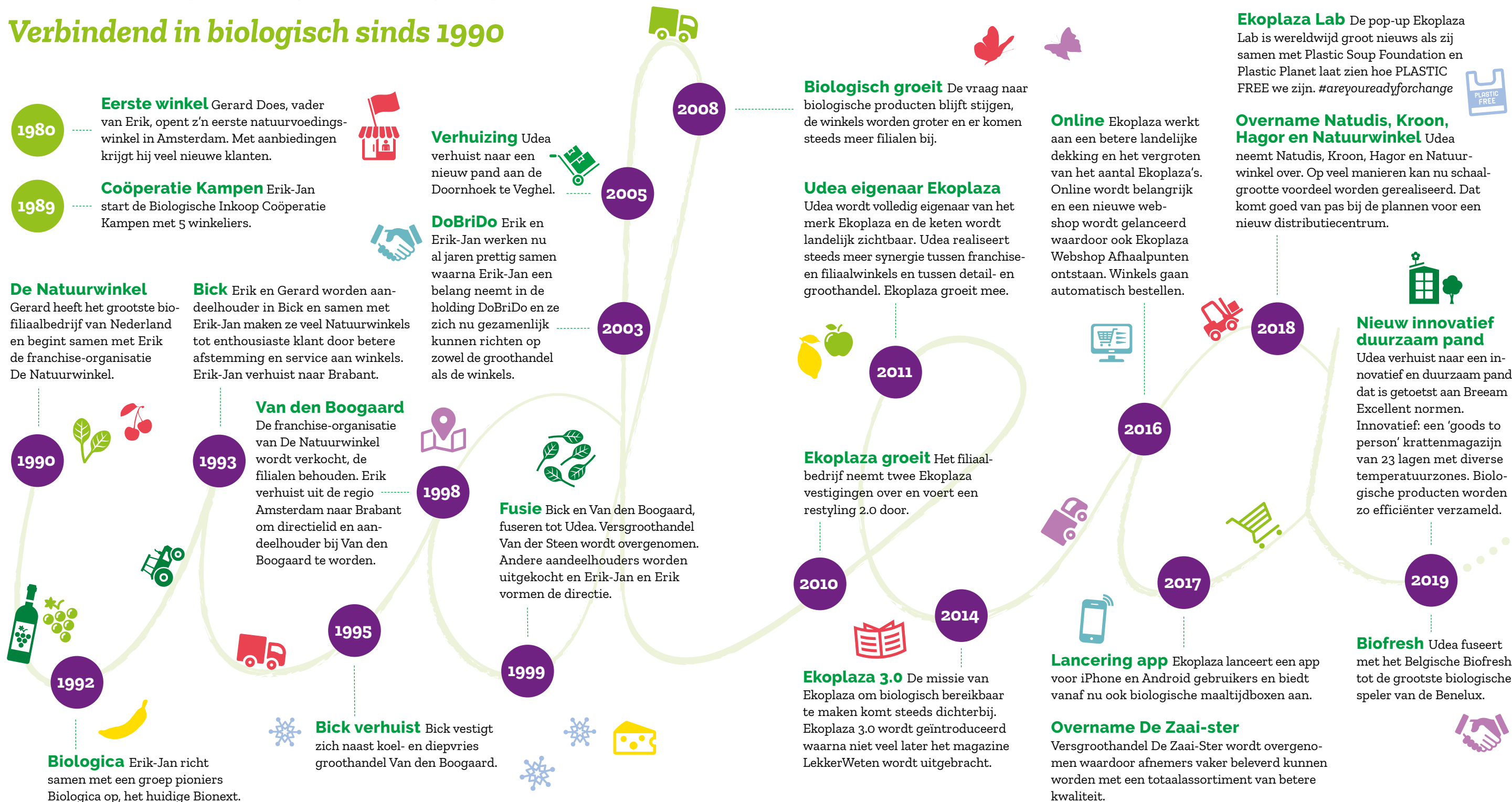
synergie valt te behalen voor Ekoplaza en Origin'O. "Ik zie ook dat het contact groeit tussen mensen en afdelingen van de bedrijven binnen onze fusie. Ik ben er zeker van dat de teams elkaar vinden en versterken en ik ben er ook rotsvast van overtuigd dat wij samen groeien naar een mooie toekomst", aldus Filip.

Huzarenstukje

Natuurlijk verliepen de eerste weken van de fusie wat hectisch, beaamt hij. "Op zeer korte tijd werden bergen verzet en dat in een zomerperiode, waarin mensen normaliter wat tijd nemen om even wat rust in te bouwen. Maar het gaat ons lukken. Parallel loopt natuurlijk ook de integratie van Natudis bij Udea, gecombineerd met het nieuwe distributiecentrum in Veghel, ook een heus huzarenstukje. Ik kijk in ieder geval uit naar de toekomst en hoop snel meerdere Udeamensen en Ekoplaza'ers te ontmoeten."

Historie Udea

Verbindend in biologisch sinds 1990



Boerenkaas van Ravenswaard

Met zorg voor de aarde, plant en dier



Boerenkaas van Ravenswaard

Boeren graskaas wordt gemaakt van zuivere, rauwe melk en er worden geen conserveringsmiddelen, smaak- of kleurstoffen toegevoegd. Voor de kaas wordt het traditionele leb-enzym gebruikt. Dat zorgt voor de goede bacteriën in je maag-darmstelsel. Ook is er vegetarisch gestremde kaas die qua smaak niet onderdoet. Zo zijn alle kruidenkaas vegetarisch. Kortom: Ravenswaard maakt een puur natuurlijk product dat naar gelang het weer en het seizoen, altijd weer anders zal smaken en nooit zal vervelen.

De biologische boerenkaas van familieboerderij Ravenswaard is niet voor niets zo lekker: deze wordt direct gemaakt van de verse rauwe melk van de koeien van boer **Gerard Litjens** en zijn vrouw **Liesje**. Gerard: "Voor ons staat de gezondheid van de koeien voorop. Alles wat ik mijn koeien geef, moet ik zelf ook kunnen eten. Dat is niet alleen beter voor de koe, het is ook belangrijk voor de toekomst van de aarde."

G

Gerard: "Onlangs presenteerde Carola Schouten, de minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, de kringlooplandbouw als toekomstvisie. In het huidige systeem gaat het om zo veel mogelijk produceren tegen zo laag mogelijke kosten. Dat gaat ten koste van de biodiversiteit en de bodem dreigt inmiddels uitgeput te raken. Daarom is het volgens de minister tijd voor de volgende uitdaging: om minder belastend voor het milieu ons voedsel te produceren. Goed nieuws: dat doen wij al jaren, want wij zijn niet anders gewend! Met onze biologische landbouw zijn we voorloper op het gebied van lokaal gemaakte streekproducten en kleinschaliger werken. Het is goed dat de minister beseft dat hier veel doorzettingsvermogen bij komt kijken om de continuïteit en kwaliteit te waarborgen."

Gerard: "Waar voor de minister voedsel produceren minder belastend voor het milieu moet worden, zijn wij niet anders gewend. Wij zorgen voor een vruchtbare aarde waar onze koeien kruidenrijk gras van eten, aangevuld met gentechvrij voer. Dat houdt onze dieren

gezond en dus ook hun melk waar wij de lekkerste kaas van kunnen maken."

Bijna een halve eeuw ervaring

"Door de enorme technische vooruitgang en mechanisatie ging het bij de meeste boerenbedrijven de laatste jaren vooral om schaalvergroting. Op onze familieboerderij in het Land van Maas en Waal doen we het anders. Onze koeien grazen buiten op het land met kruidenrijk gras, waarna mijn vrouw Liesje er op de boerderij de lekkerste boerenkaas van maakt. Dat doen we al meer dan 48 jaar, waarvan ruim 24 jaar met een biologisch keurmerk. Alles begint met een vruchtbare aarde. Dat houdt in dat we geen kunstmest of chemisch-synthetische bestrijdingsmiddelen gebruiken op het weiland. We houden onze grond gezond en vruchtbaar met eigen mest en biologische compost. Echte kringlooplandbouw dus."

Niet de makkelijkste weg

"Als biologisch boerenbedrijf zijn wij ook gewoon innovatief en kijken altijd naar nieuwe ontwikkelingen. Zo zijn we nu bezig onze daken te voorzien van zonnepanelen voor de energievoorziening en we zaaien akkerranden in voor de biodiversiteit. Dit is een aantal hectare en echt substantieel voor onder meer het behoud van de bijen. Biologisch boeren is misschien niet de makkelijkste weg, maar volgens ons wel de enige juiste. Het is goed dat de minister dit eindelijk erkent en nu ook deze weg inslaat. Ze moet dat nog concretiseren met positief beleid en meer achter de biologische landbouw gaan staan. Dus qua regelgeving niet gangbaar en biologisch over één kam scheren."



Nieuwbouw met hightech inrichting

Wereldprimeur in koeling en opslag

Supermodern, hightech, immens, uniek, groots; alle superlatieven schieten tekort voor het **nieuwe bedrijfspand van Udea** in Veghel. Maar de nieuwbouw is behalve innovatief vooral heel **duurzaam** en **milieuvriendelijk**. Volledig in de geest van het bedrijf.

De hele nieuwbouw van Udea bestaat uit een totaaloppervlak van maar liefst 32.000 m². Dat omhelst onder meer 3.430 m² aan kantoren, 25.276 m² voor warehouse met vrieshal en orderpicksysteem en 3.965 m² voor de mezzanine. De enorme grootte van de nieuwbouw is veelzeggend voor de groei en bloei van Udea. Maar niet het aantal vierkante meters is het meest opzienbarende van het nieuwe onderkomen van Udea, het gaat om de

inrichting van dit alles. Dat is een knap staaltje innovatie van wereldformaat.

Waarom schuilt de innovatie?

Het nieuwe distributiecentrum dient als op- en overslagpunt voor ruim 11.000 biologische producten, van gekoelde en bevroren artikelen tot kruidenierswaren. Wat dit distributiecentrum zo innovatief maakt is dat er sprake is van geconditioneerde warehousing in combinatie met een

< Kempkens
1000 in
Veghel

krattenmagazijn. Dit krat-
tenmagazijn is een volledig
geautomatiseerd logistiek
systeem. Waar voorheen
bemande orderpicktrucks
door het magazijn reden,
brengen nu in totaal 138
shuttles volautomatisch de
'goederen naar de man'.
Het krattenmagazijn telt 23
lagen. De kratten worden
door de shuttles via 14 liften
naar 100.000 opslaglocaties
gebracht. Efficiënt, ergono-
misch verantwoord en met
een minimale foutmarge.

Geconditioneerde koelomgeving

Een tweede innovatie: het
krattenmagazijn staat in een
volledig geconditioneerde
koelomgeving, met voor de
diverse lagen verschillende
temperatuurzones om de
voedselveiligheid te garan-
deren. In de onderste lagen
ligt die temperatuur rond de
2 graden, bovenin rond de
12 graden. Met dit systeem
heeft Udea wereldwijd de pri-
meur, samen met Vanderlan-
de – marktleider in bagage-
systemen en distributiecentra
– die dit logistieke systeem
speciaal voor het bedrijf ont-
wierp en uitvoerde.

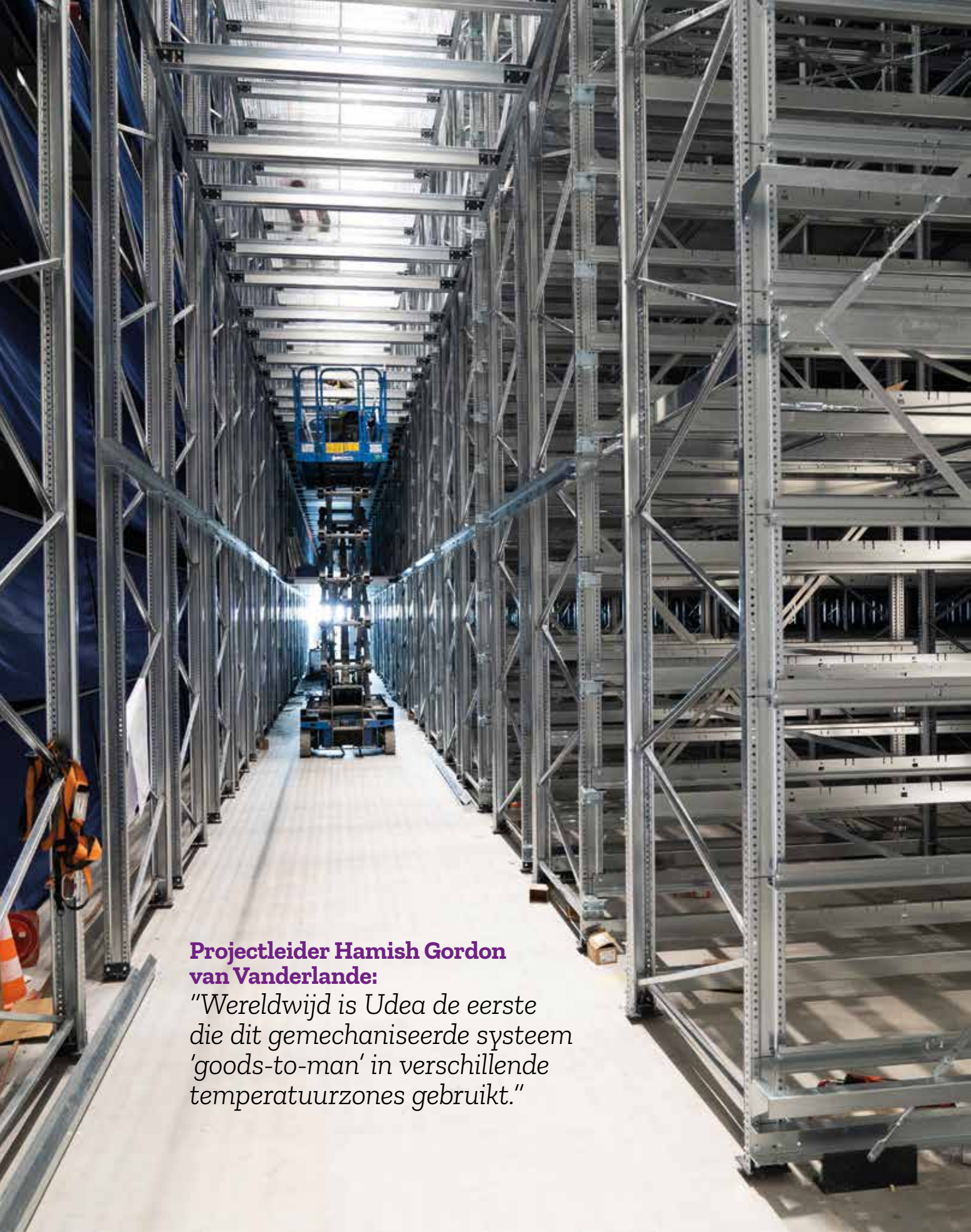
Wie tekenen er nog meer voor dit unieke project?

De nieuwbouw is het resultaat
van een nauwe samenwerking.

Udea-directeur Erik Does:

*"Ons doel is niet te groeien om het groeien.
Kwaliteit staat altijd boven kwantiteit.
Maar een zekere schaalvergroting is wel zo
handig om onze visie nóg beter te verkopen."*





**Bouwdirecteur
Herbert van
der Heijden:**
*"Het nieuwe
Udea-onder-
komen is duur-
zaamheid ten top.
Het is zoveel
mogelijk zelf-
voorzienend en
er is ook aan het
welbevinden van
de medewer-
kers gedacht. In
de bouwwereld
wordt er met veel
interesse naar
deze nieuwbouw
gekeken."*

**Projectleider Hamish Gordon
van Vanderlande:**

*"Wereldwijd is Udea de eerste
die dit gemechaniseerde systeem
'goods-to-man' in verschillende
temperatuurzones gebruikt."*

Tussen Udea, Van der Heijden Bouw & Ontwikkeling, DENC, Vanderlande en diverse installatiebedrijven. De ambitieuze plannen van de Udea-directie vormden de basis. Die bespraken ze in 2012 al met bouwdirecteur Van der Heijden, maar ze besloten dat de tijd er nog niet rijp voor was en zijn eerst het bestaande pand gaan uitbreiden. De groei zette door en in 2018 kwamen de ideeën voor innovatieve nieuwbouw weer uit de kast. Van der Heijden benaderde DENC Oisterwijk voor het gebouwwontwerp, een gerenommeerd bureau waarmee hij vaker projecten uitvoerde. De partijen waren op elkaar ingespeeld en dat leidde tot korte doorlooptijden, koste efficiënte bouw en hoge kwaliteit. In juni 2018 is met de bouw gestart en in april 2019 is het pand opgeleverd. Ongekend snel voor een gebouw van deze omvang en complexiteit.

Duurzaam en milieuvriendelijk?

Voor Udea, belangrijke voorloper in de biologische en groene wereld, is duurzaamheid natuurlijk een vereiste. Een van de kernwaarden van Udea is innovatief en duurzaam ondernemerschap. Dat uitgangspunt wilde het bedrijf natuurlijk ook waarmaken in de eigen nieuwbouw. Dat is gelukt: op 25 februari 2019 ontving Udea het Ontwerpcertificaat Breaam Excellent. Breaam is

hét keurmerk in Nederland dat nieuwbouwprojecten en renovaties beoordeelt op duurzaamheid in negen categorieën: management, gezondheid, energie, transport, water, materialen, afval, landgebruik, ecologie en vervuiling. De nieuwbouw van Udea scoorde op al deze punten bovengemiddeld en kreeg vier sterren. Die duurzaamheid is in de nieuwbouw terug te zien. Zo zijn veel wanden van natuurlijke (veelal hergebruikte) materialen. Het gebouw is voorzien van warmtepompen; de warmte van de koelinstallaties in het magazijn wordt hergebruikt om de kantoren te verwarmen. Overal hangt LED verlichting, op het dak zijn zonnepanelen (PV cellen) aangebracht en er is gedacht aan oplaadpunten voor elektrische fietsen en auto's. Zodat ook werknemers milieuvriendelijk naar het nieuwe gebouw kunnen komen.



Zonder MSC-logo eet je juist een duurzaam visje



Veel mensen kiezen voor vis met MSC-keurmerk. Dat dit zeker bij tonijn niet de beste optie is, zal hen verbazen. Voor milieuactivisten en mariene experts is **tonijncertificering** een van de belangrijkste gevechten tegen de MSC. **Charles Redfern** van Fish4Ever: "Het is een van de redenen waarom dit keurmerk niet meer op onze producten staat, hoewel we beseffen dat het de verkoop kan schaden."

Sinds 2000 voert Fish4Ever campagne tegen de industriële visserij. In 2007 lanceerden ze de 'Hidden cost of Tuna'-campagne, waarop Greenpeace in 2008 met een campagne voor duurzame tonijn kwam waarin ze Fish4Ever als een wereldwijde leider typeerden.

Charles: "De MSC certificeert industriële visserij ten koste van kleinschalige ambachtelijke visserij. De grote volumes vis die door fabrieksboten gevangen worden zijn interessant voor grote multinationals en supermarkten, waar de MSC graag mee samenwerkt. Voor de MSC staat een gezond visbestand voorop, maar ze gaan voorbij aan de zeer complexe kwesties van vangstrechten, wie de vis vangt, waar en op welke manier. Uiteindelijk is hun aanpak de doodsteek voor de kleinschalige visserij en geven ze hun duurzaamheidslogo aan visserijen die hier juist niet voor in aanmerking zouden moeten komen."

Bijvangst enorm probleem

"Met hun jaarlijkse bijvangst (wereldwijd geschat tussen de 8 en 20 miljoen ton) is de industriële visserij de hoofdoorzaak van overbevissing. Bovendien zijn ze door hun vismethoden op de zeebodem verantwoordelijk voor bijna alle ecologische schade en het verlies van mariene biodiversiteit. Dankzij massale politieke lobby's en de samenwerking met multinationale belastingbedrijven ontvan-

gen ze bijna alle subsidies die vervolgens nog meer overbevissing veroorzaken. Het is absoluut goed om de wanhopige situatie in onze zeeën te verbeteren, maar nooit ten koste van kleinschalige lokale visserij. Hoewel reclames kleine boten laten zien met gelukkige kapiteins en ambachtelijke vissers, komt zo'n 90 tot 95% van het MSC-volume van industriële boten."

Volledig transparant

"Voor Fish4Ever is wie, wat, waar en hoe belangrijker dan een MSC-keurmerk. Onze vis komt van vissers die preciezere vangstmethoden hebben met vrijwel geen bijvangst. Ze hebben geen impact op de zeebodem, maken deel uit van een visserijgemeenschap, staan geregistreerd in het land waar ze vissen (legaal) en dragen bij aan de lokale economie. Het ambachtelijk verwerken van hun vis zorgt voor fatsoenlijke lokale werkgelegenheid en dankzij het precieze handwerk voor de best mogelijke vis. Dit is de best beheerde tonijnvisserij ter wereld met een onafhankelijke waarnemer per 2 visreizen en een enorme wetenschappelijke database. Dankzij ons unieke traceerbaarheidssysteem heb je als consument via een code op



Met Fish4Ever tonijn van de Azoren steunt u niet alleen de lokale vissers, maar ook hun vrouwen die de vis verwerken op dit afgelegen eiland in het midden van de Atlantische Oceaan.

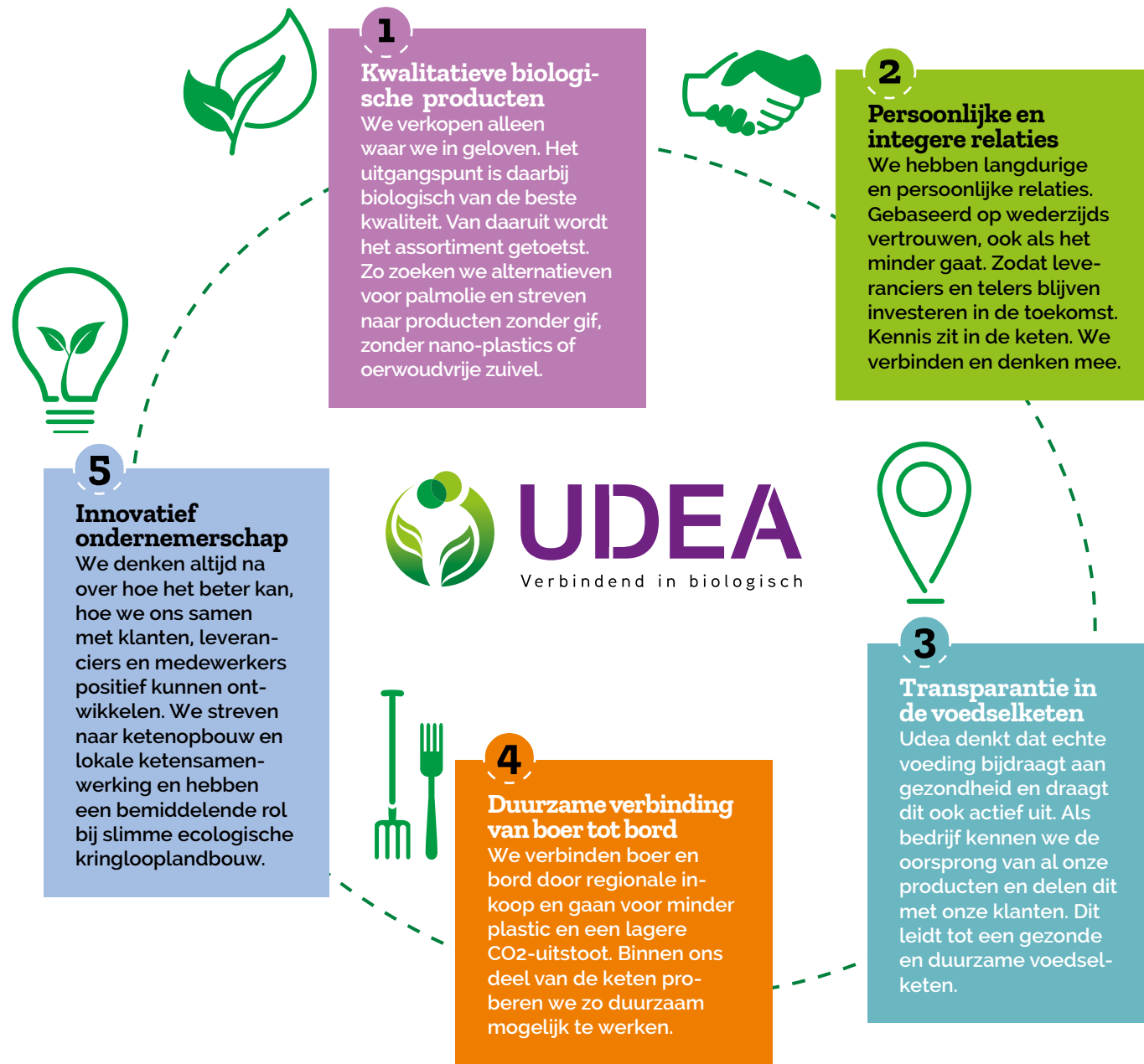
ons product volledig inzicht waar, op welke boot en hoe de vis is gevangen."

Verdedigen van rechten

Net als een voormalig Britse minister van Visserij en vooraanstaande visspecialisten is Fish4Ever lid van On the Hook Campaign. Deze bekritiseert de MSC voor het certificeren van de Parties to the Nauru Agreement-tonijnvisserij. De hierin zittende landen vangen 50% van de wereldwijde tonijn in wateren waar ook kleine vissersgemeenschappen vissen. Hun destructieve vangstmethode zorgt voor een miljardenomzet. Ze negeren de sociaal-economische impact op de lokale vissersgemeenschap voor wie het onmogelijk is om nog geld te verdienen. Voor ons gaat duurzaamheid ook over het verdedigen van de rechten van lokale vissersgemeenschappen."

Wat wij belangrijk vinden

Als speler van formaat binnen de biologische wereld nemen we onze verantwoordelijkheid. Dit doen we vanuit vijf kernwaarden met als motto 'Verbindend in biologisch.' We voelen ons verantwoordelijk voor een gezonde en duurzame voedselketen en willen dat die transparant is zodat mensen weten waar hun voeding vandaan komt.



Zonnemaire
PURE ORGANIC

EERLIJK BIOLOGISCH BROOD EN BANKET

Zonnemaire en Udea maken samen het verschil. Door bij te dragen aan duurzame oplossingen en eerlijke producten. Bedankt Udea, voor de prettige en jarenlange samenwerking. Veel succes in het nieuwe bedrijfsspan.

advertenties

New!

ProLaTerre
appetite for a better world

Vegan Gehakt / Haché

100% Vegan
Bevrijd / Bevrijd - 20% Plantaardig / Planten

Biologische erwten, specerijen en een snufje zout? **ProLaTerre maakt er gehakt van!** Meer gaat er niet in ons nieuwe Vegan Gehakt. **Wel zit het bomvol eiwitten en vezels.** Van erwteneiwit ontwikkelden wij een uniek en makkelijk product. **We hebben het al voor je gebakken,** dus het kan zo in je plantaardige pasta, ovenschotel, taco's, chili sin carne, wraps, quiche, gevulde groenten, rijstgerecht... **moeten we nog doorgaan?**

Zo duurzaam kan voeding zijn



Het zijn spannende tijden voor **Jan Willem Helming** (Marketing Manager) en **Anique van Eeuwijk-Vroonland** (Senior Brand Manager) bij Provamel. Het merk staat aan de vooravond van een rebranding en herpositionering. Anique: "Als **100% biologisch** en **plantaardig** merk streven we sinds 1983 elke dag naar verbetering. Wij zijn niet perfect, maar willen zo duurzaam en transparant mogelijk zijn. Ook in de communicatie over wat er in onze plantaardige producten zit."

A

Anique: "Daarbij staat de gezondheid van mensen en de zorg voor onze planeet voorop. We hebben al onze producten onder de loep genomen en gekeken waar onze ingrediënten vandaan komen en waarom ze erin zitten. Heeft het geen toegevoegde waarde, dan laten we dat eruit. Om nog transparanter te zijn, staat op onze nieuwe verpakkingen de ingrediëntenlijst voor op het pak. Al onze plantaardige producten zijn gecertificeerd biologisch, dus GMO-vrij. Dit betekent geen synthetische bestrijdingsmiddelen en toevoegingen."

Waar komt het vandaan?

"Onze soja, haver, amandelen en rijst kopen wij niet op de wereldmarkt, maar bij biologische boeren in Europa. We werken via betrouwbare coöperaties en leveranciers die we jaarlijks bezoeken. Zij werken met kleine, lokale, biologische boeren. Hun soja bevat hoogwaardige eiwit en is 100% vrij van ontbossing. De onafhankelijke organisatie Foodchain controleert streng op traceability en doet een GMO-audit. Zij reiken ook het ProTerra-certificaat uit voor kwalitatieve soja. Zo weten we van elke batch precies waar die vandaan komt en kunnen we die traceren tot het zaad. Voor onze amandelen werken we rechtstreeks met lokale coöperaties in Zuid-Europa. Watergebruik is daar erg belangrijk. Daarom kijken we samen kritisch naar de impact die het telen heeft en hoe we het kunnen verbeteren."

Op naar 100% bio-based

"Ook qua verpakkingen hebben we een doel. Momenteel zijn onze houdbare drinkverpakkingen recyclebaar en al voor 80% gemaakt van bio-based materiaal. We willen naar 100% bio-based materiaal en werken daar hard aan. Onze houdbare verpakkingen hebben nu nog een voering van aluminium om de kwaliteit te garanderen. Die kunnen we nog niet vervangen, want er is nog geen alternatief."

Samen naar de toekomst

"We zijn blij met de goede samenwerking die we met Udea hebben, die is veel intensiever dan met andere groothandels. We kijken sa-

men naar de ontwikkelingen en kunnen ook op de winkelvloer samen dingen doen. We hopen dat Udea door de overname meer slagkracht krijgt en dat de relevantie van de bio-supermarkt nog beter onder de aandacht gebracht kan worden. Plantaardige voeding heeft een lage ecologische voetafdruk op het vlak van grondgebruik, water en CO2. Uiteindelijk heb

"In ons plantaardige zuivel-schap is Provamel een belangrijke leverancier. Zij durven een stap te maken en een flinke rebranding neer te zetten om nog transparantere en duurzamere producten te maken. Precies waar wij als Udea ook voor staan."

category manager Vivian Bakker

je als consument een keuze in de supermarkt. Kies je daarbij voor biologische producten in de biologische speciaalzaak, dan kies je voor veel meer dan alleen je eigen gezondheid."



keeping only what matters.

#TrustYourFood

Provamel



Transparant over ons eten

Weet wat je eet, is het motto van de nieuwe consument. Als je weet wat er in je voedsel zit en wie het heeft gemaakt, kun je **bewuste keuzen** maken bij de dagelijkse boodschappen. Met dat idee werkt Udea aan grotere transparantie in de voedingswereld. **Erik-Jan van den Brink** vertelt hoe.

Wat eten we vanavond? Deze vraag klinkt al generaties in gezinskeukens wereldwijd. Of het antwoord nou extra hongerig maakt of niet, eigenlijk weten we vaak toch niet echt wat we nou precies eten. En van wie. Althans, als je geen biologische producten bereidt. “Er zit een hele wereld achter voedselproductie waar je als consument geen weet van hebt”, legt Erik-Jan van den Brink uit. “Dan gaat het niet alleen over ingrediënten en voedingswaarden, maar ook waar producten vandaan komen, wie ze maken en tegen welke prijs. Tussen landbouw en ons bord gaan voedselproducten over zo veel schakels dat ook leveranciers vaak geen zicht hebben op wat met hun waren gebeurt. Laat staan de consument. Zo maken in Europa maar vier grote inkopers de dienst uit. Zij bepalen wat er in de reguliere supermarkt komt te liggen, en met welk prijskaartje.”

Volledig traceerbaar

Van oudsher is de productie van biologisch voedsel al veel meer transparant. Dat heeft vooral te maken met de vaak kortere lijnen tussen producent, handel en consument. De laatste kan in de winkel op het etiket lezen wat er precies in het product zit en waar het is geproduceerd. En dan zijn er nog tal van keurmerken waaraan biologische producten moeten voldoen.

“Maar wij willen een stap verder”, zegt Erik-Jan. “De biologische boer is bij uitstek een zogenoemde ‘gemengd bedrijf’. Dat betekent dat hij of zij door de tijd heen verschillende gewassen verbouwt. Het is natuurlijk fijn als die boer op een zekere afzet kan rekenen voor alle oogsten. Wij kunnen hem of haar daarbij helpen door producten slim te vermarkten.”

Een van de manieren om dat te doen is door de banden tussen leverancier en consument aan te halen. Erik-Jan heeft een voorbeeld. “Neem havermost. Anderen gaan op zoek naar de allergeedkoopste leverancier, dan weer in Finland dan weer elders. Wij willen

< Varkens in de modderpoel bij Familie Overesch in Raalte

volledig traceerbare haver 'van Jan' bieden, uit Nederland. De consument wil gezond voedsel van dichtbij, met een eerlijke prijs."

Onderscheiden met transparantie

Onder meer met het initiatief Puur NL maakt Udea werk van een transparante voedingsketen. Puur NL werkt namelijk alleen met boeren, telers en producenten die hun producten lokaal aan de man willen brengen en openheid van zaken willen geven. Zo weet de consument wie precies achter elke aardbei, ui of ei zit. Tot en met de eiercodes toe. Ook



De biologische boer is bij uitstek een zogeheten 'gemengd bedrijf'

informeert Puur NL over de natuurlijke beschikbaarheid door het jaar heen, en hoe de leveranciers te werk gaan op hun bedrijf. Verder staan de ingrediënten en voedingswaarden vermeld. Net als informatie over de milieuvriendelijke verpakking. "Deze werkwijze geeft biologisch voedsel een gezicht en daarmee weet

de consument waar hij of zij aan toe is", zegt Erik-Jan. "Zoiets zal met reguliere supermarktp producten nooit lukken omdat hun ingewikkelde handelsmarkt tot veel ondoorzichtigheid leidt." Maar hij wil meer, want met vergaande transparantie kan Udea zich immers nog meer onderscheiden van de reguliere concurrentie. Het

helpt ook consumenten bewustere keuzen te maken bij de dagelijkse boodschappen is Erik-Jans overtuiging. "Tot nu toe gaat het alleen om versproducten; groente, fruit en eieren. We bekijken nu hoe we deze filosofie van transparantie kunnen toepassen bij droge kruidenwaren."

NATUR
COMPAGNIE

Vaarwel palmolie,
vaarwel gist, vaarwel suiker!

Een innovatie: bouillon met '3 x zonder'!

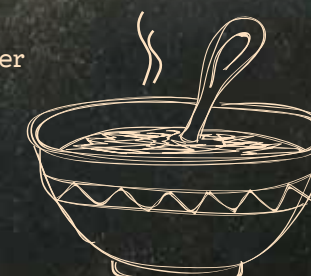


NIEUW

Eet smakelijk!



- ✓ Nieuw: eersteklas bouillons van biologische kwaliteit, zonder palmolie, zonder gist en zonder suiker
- ✓ Ideaal voor het bereiden, kruiden en op smaak te brengen van de heerlijkste gerechten
- ✓ Ook lekker om als bouillon te drinken
- ✓ Bekijk online het uitgebreide en gevarieerde assortiment



www.natur-compagnie.com

Eet je vlees en wil je iets eerlijks en goeds?

Slager **Henk van Oers** ziet dat een plantaardige en vegetarische leefstijl heel veel aandacht heeft: "Dat is goed, want je hoeft ook **niet elke dag vlees** te eten. Maar de meeste mensen hebben dierlijke eiwitten wel gewoon nodig. Kies je af en toe voor **biologische vleeswaren**, dan is dit de perfecte leverancier als het gaat om dierenwelzijn, biodiversiteit en smaak."



Voor boerenzoon en slager Henk van Oers, oprichter van St. Hendrick (en de 'Hendrick') staat het als een paal boven water dat transparantie, smaak en voedselveiligheid het allerbelangrijkste zijn: "Ik ben overal aanwezig in de keten, want als wij er alles aan doen om onze worsten en hammen zo lekker en eerlijk mogelijk te maken, proef je dat in het resultaat. Dat begint bij de basis: dieren van Nederlandse bodem, die een biologisch leven met voldoende (buiten)ruimte en biologisch ruwvoer hebben gehad."

Z"Zelfs als je veganistisch eet zijn dieren betrokken bij de voedselketen. Alles hangt namelijk met elkaar samen. Een biologische landbouwer gebruikt dierlijke mest om bijvoorbeeld zijn graan op te laten groeien waar weer brood van gebakken wordt. Bij gangbaar is dat kunstmest, maar dat is niet bevorderlijk voor de bodem en biodiversiteit. Eet je vegetarisch, dan gebruik je zuivelproducten en eieren. Onze kipvleeswaar komt van uitgelegde hennen die hier uitermate geschikt voor zijn. Juist biologische kippen van 1 ½ jaar oud hebben meer rondgelopen en ruwvoer gegeten. Hun vlees heeft meer smaak dan van een kuiken dat maar 5 tot 6 weken oud is geworden."

Geen chemische hulpstoffen

"Het onderscheid in onze bio vleeswaren, zeker in worstsoorten, is zeer groot. Wij gebruiken geen chemische geur-, kleur- en smaakstoffen om onze worsten en hammen te maken. Wij gaan zelfs verder dan de biologische richtlijnen, bijvoorbeeld op het gebied van productontwikkeling. Zo gebruiken wij zo min mogelijk zout en vrijwel geen suiker. In combinatie met onze manier van roken op hout, droogzouten van ons spek en rauwe ham en het rustig laten rijpen daarna, geeft echt een andere smaak. Als je een keer een lekkere rookworst of spekjes bij de stampot wil, ben ik er trots op om onderdeel van deze keten te mogen zijn."

Meer dan een bio-certificaat

"Biologisch is voor ons meer dan een certificaat. Het persoonlijke aspect is ook heel belangrijk. Zit ik bij een nieuwe boer aan de keukentafel en heb ik er geen juist gevoel bij, dan wordt een samenwerking niets. Ik zit bijna 40 jaar in het ambachtelijke, biologische slagersvak en heb langdurige relaties opgedaan met onze biologische varkens- en koeienboeren. Daar ben ik heel zuinig op. Ik

ken ze allemaal en weet precies welk 'vlees' ik in de kuip heb. Zij werken met hart en ziel vanuit de biologische gedachte, met veel binnen- en buitenruimte voor hun dieren die onbespoten ruwvoer krijgen. Door het vele bewegen en goede voer is dit vlees lekker stevig met meer vetweefsel en dus meer smaak."

"Wij kiezen al jaren voor Henk van Oers voor onze vleeswaren. Juist in deze categorie is een betrouwbare partner belangrijk die voor het beste, meest smakelijke vlees van goede komaf zorgt."

**Category manager
Marco Mulder**

Plasticvrij

"Behalve smaak is ook voedselveiligheid bepalend voor ons. Vandaar dat onze producten nog steeds in plastic zitten. Als er producenten zijn die een plasticvrije verpakking weten te maken die ook qua voedselveiligheid door de Voedsel en Warenwet goedgekeurd wordt, dan zijn wij de eerste klant."

De beste ambassadeurs

Bij Udea draait het om de mensen

Door diverse overnames en andere ontwikkelingen is Udea de afgelopen jaren flink gegroeid. Inmiddels werken er ruim 380 mensen bij het bedrijf. Maar die schaalvergroting zal niet verhinderen dat Udea de benodigde aandacht aan de werknemers blijft besteden. En die werknemers voelen zich op hun plek in het bedrijf en de waarden waar Udea voor staat.



A

Alle verschillende afdelingen van Udea werken als één team aan de duurzame uitdaging. Maar bedrijf en werknemers hebben in meerdere opzichten een gedeelde passie: naast duurzaamheid is daar ook de wens om alle klanten zo goed mogelijk te bedienen, afnemers én leveranciers. Bij Udea gaan klant- en medewerkerstevredenheid vóór winstmaximalisatie. En als werknemers fijn kunnen werken, zal dat ook op de klanten een positieve uitstraling hebben.

Gezond en vitaal

Udea vindt het als werkgever belangrijk dat werknemers met veel plezier en in goede gezondheid kunnen werken. De nieuwbouw bood de kans daarvoor optimale voorwaarden te scheppen. Hier kon de groothandel de ultieme werkplek creëren, ergonomisch en ecologisch verantwoord. En er is een bedrijfskantine waar iedereen lekker en gezond kan eten.

Udea biedt de arbeidsvoorwaarden om mensen gezond en vitaal te houden. Dat begint met een goede werk-privé balans, maar ook met een gezonde leefstijl: medewerkers kunnen tegen een mooi tarief biologische voeding kopen en gratis sporten. Wie regelmatig beweegt, is lichamelijk en geestelijk fitter. Met zoveel positieve energie krijgen stress en vermoeidheid veel minder kans.

Ambassadeurs

Udea heeft voor mensen met talent aantrekkelijke functies met veel vrijheid en ruimte tot ondernemerschap. Doorgroeiperspectief is belangrijk. Daarom krijgen medewerkers de kans zich te ontplooiën en zich persoonlijk verder te ontwikkelen.

Category managers, transportbegeleiders, processpecialisten; in alle diverse functies zijn de werknemers zich bewust van de duurzame uitdaging van de biologische en groene groothandel. Ze staan achter de missie van het bedrijf en voelen zich verant-

woordelijk voor een gezonde voedselketen. Bij Udea zijn de eigen mensen de beste ambassadeurs.



Kwaliteitsmedewerker Sabine Tielemans (36), werkt bijna 2 jaar op het Udea-kantoor:

“De afdeling Kwaliteit wordt wel de Smaakpolitie van Udea genoemd. Wij verzorgen audits en interne kwaliteitsrondes, en beantwoorden we vragen van de klantenservice. Het gaat hier niet alleen om geld verdienen, dat spreekt mij aan. Alle mensen werken hier met passie en toewijding. Zelf leef ik suikerbewust en ik zie het als een missie mensen goed voor te lichten over een gezonde leefwijze. Mensen weten steeds beter wat voeding met hen doet, maar er is nog een hoop werk aan de winkel.”

Duurzaamheid is ook een kwestie van hoe je met elkaar omgaat

Hoofd Personeelszaken Jeroen Nooijen (47), nu 6 jaar bij Udea:

"Ik heb heel bewust voor Udea gekozen. Van jongs af aan ben ik al geïnteresseerd in duurzaamheid en alles wat daarmee te maken heeft. Voor mij is duurzaamheid ook een kwestie van hoe je met elkaar omgaat, het maken van eerlijke afspraken. En, belangrijk in mijn functie als P&O-manager, werknemers laten inzien wat hun



bijdrage is en hoe belangrijk die is. Persoonlijk contact, korte lijntjes en echt luisteren naar je medewerkers, dat hoort voor mij bij goed personeelsbeleid."



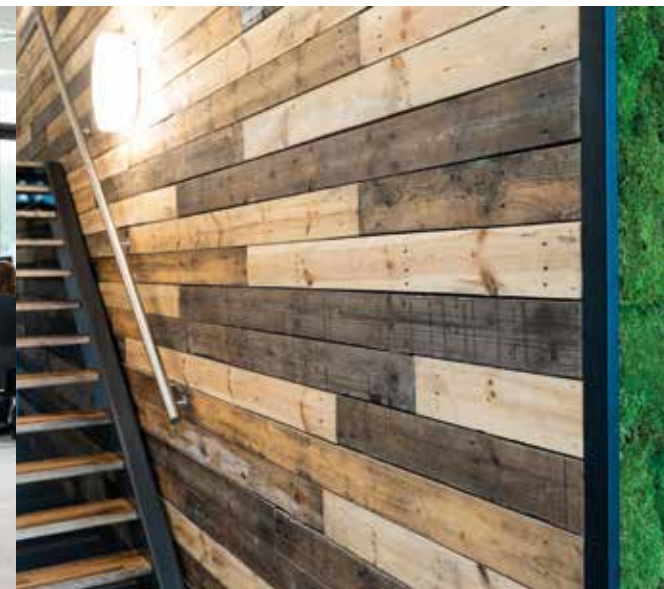
Category Manager Vivian Bakker (25), werkt ruim 1 jaar bij Udea:

"Voor met name de ontbijtcategorieën ben ik verantwoordelijk voor het selecteren, inkopen en managen van het assortiment. Ik volg de trends en heb contact met onze leveranciers. Zo ben ik continue bezig om de categorieën te optimaliseren en innoveren. Ik hecht al lange tijd veel waarde aan duurzame en verantwoorde voeding: voor mijn master deed ik onderzoek bij een bedrijf in de foodbranche. Daarna wist ik zeker dat ik in deze branche wilde werken. De focus van Udea op duurzame en biologische voeding sloten hier perfect op aan. Udea is een flexibele werkgever waar je veel vrijheid krijgt om jezelf verder te ontwikkelen. Een dynamische organisatie waar geen dag hetzelfde is."



Kees van der Zande, winkelbegeleider/adviseur (61), 10 jaar in dienst bij Udea:

"Ik begon bij Ekoplaza franchise, maar sinds drie jaar bezoek ik zelfstandige ondernemers met formulevrije winkels. Mijn werk varieert van begeleiding bij verhuizingen tot marketingadviezen. Ik vertaal het beleid van de groothandel naar de winkel en voed de groothandel met feedback uit de winkels. Werken met zelfstandig ondernemers is mijn passie. Onze verschillende kennis en ervaring samengevoegd leidt vaak tot mooie resultaten en plezierige samenwerking. 'Niet lang denken, maar doen' die instelling maakt Udea tot voorloper in de branche. Had natuurvoeding tot voor kort nog een oubollig karakter, Udea heeft met hun retailtak dat imago rigoureus veranderd. De recente bouw getuigt opnieuw van lef. Het is mooi voor zo'n bedrijf te werken. Dat het ook nog een sportief bedrijf is, maakt het alleen maar mooier!"



PLASTIC DOSSIER

'Het zit in de genen van de CEO van Udea om écht het verschil te maken.'

Jouw plastic afval gaat toch gewoon in de plastic bak? Hoezo draag jij dan bij aan het wereldwijde probleem van de plasticsoep? Volgens Maria Westerbos, directeur van de Plastic Soup Foundation, ligt het heel wat ingewikkelder: "Er is een afvalcrisis gaande in de wereld. Dat maakt de samenwerking met Udea van nog groter belang."

< Maria Westerbos

Maria: "Van al het afval in de wereld belandt 70 tot 80% op de vuilnisbelt. Onlangs sloot de Amsterdamse afvalcentrale vier ovens omdat ze niet goed meer werkten. Ook dit afval wordt nu gewoon weer gestort. Net als andere landen exporteren ook wij een deel van ons afval, soms zelfs illegaal. Maleisië stuurt het inmiddels weer terug. We produceren met 7 miljard mensen inmiddels zoveel afval, dat we het niet meer aankunnen. Het meeste daarvan is plastic en dat verteert niet."

We ademen plastic in

"Het regent inmiddels plastic op Antarctica. In 1 liter water zijn 1900 microplastics gevonden. Schrikbarender kan het in mijn ogen niet worden. Plastic lekt in het milieu en wordt uiteindelijk zo klein dat het ook in de lucht zweeft en getransporteerd wordt. Ook in Nederland zweeft plastic in de lucht. Dat ademen we dagelijks in. Als PSF denken wij dat je daar ziek van wordt. Daarom moeten we veel minder en niet-giftig plastic produceren. Al was het maar voor de kinderen en kleinkinderen na ons. Udea was met haar franchisewinkelketen Ekoplaza de eerste supermarkt die de handschoenen op pakte in het verkleinen van de plastic footprint en doet dat heel serieus."

Nieuwe wet in 2021

"Sinds 2015 werken we samen, wat voor ons van ongelooflijk belang is. Als het gaat over het dossier plastic vervuiling, komt alles samen in de supermarkt. Daar liggen heel veel plasticverpakkingen met schadelijke stoffen. De consument kan zelf beslissen appels zonder of met plastic te kopen. Udea neemt daarin haar verantwoordelijkheid en daar word ik heel blij van. Er is niet één andere keten die dat zo serieus doet. Laatst had een keten extra dik plastic wegwerpbestek, dat 100 keer in de vaatwasser kan. Dat is echt geen slimmigheid en gelukkig zorgt de nieuwe wet in 2021 dat je hier gewoon een boete voor krijgt. De enige oplossing is minder wegwerpplastic gebruiken, zoals Udea doet."

Impact op de wereld

"Udea heeft plastic uit z'n transport gehaald, het nieuwe distributiecentrum met zo min mogelijk plastic ingericht, de cosmetica plasticproof gemaakt en hun productverpakkingen zoveel mogelijk vervangen door bio-afbreekbare, gemaakt van hernieuwbare materialen die op termijn vergaan."

De Plastic Soup Foundation haalt geen plastic uit het water; ze zorgt dat het er niet (meer) in komt. Sinds de oprichting in 2011 probeert ze dit doel te bereiken door bronnen van plasticsoep aan te pakken, zoals microplastics in cosmetica en vezelverlies uit kleding. Op 5 juni 2015 tekende de Plastic Soup Foundation en Ekoplaza een samenwerkingsovereenkomst om elkaars missies aan te vullen en te versterken. Inmiddels is Ekoplaza frontrunner als het gaat om het vermindere van de plastic footprint.

Dat is altijd beter dan plastic gemaakt op basis van olie. Omdat we elkaar versterken, kunnen we impact op de wereld hebben. Een mooi voorbeeld is de wereldprijs met de eerste Plasticvrije Supermarkt, begin 2018. Zo laat Udea zien dat je als supermarkt je plastic footprint kan verkleinen. Dat is niet eens zo heel erg moeilijk, het is vooral een kwestie van gewoon doen."

Ongepasteuriseerde Italiaanse olijven

met een Nederlands zorgverhaal

Zorgboer Marc (32) van Niekerk is sinds deze zomer samen met zijn vrouw Sanne (30) eigenaar van boerderij GroeiZaam in Emmeloord. Met een team van begeleiders en vrijwilligers bieden ze werk aan mensen met een zorgvraag die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben.

Samen met de cliënten verbouwen ze onder meer biologische producten op het land, die ze verkopen in de boerderijwinkel. Ook verwerken ze de biologische groene en zwarte olijven die Marc en Sanne sinds tien jaar uit Zuid-Italië halen. Onder het merk Marc't verkopen ze die aan Udea.

Van oorsprong is Boerderij GroeiZaam een initiatief van ouders van kinderen met een verstandelijke beperking en vrijwilligers die zich betrokken voelen bij de combinatie van zorg en landbouw. Wil je meer weten of zelf zien hoe Marc en Sanne op GroeiZaam werken? Maak dan een afspraak voor een rondleiding via info@boerderijgroeizaam.nl

"Boer worden was altijd mijn droom maar leek mij onmogelijk, aangezien mijn ouders geen boerderij hadden. Vandaar dat ik mijn eigen bedrijf in olijven begon. Mijn moeder werkte in de zorg en was in de beginperiode van GroeiZaam hier begeleider. Als kind nam ze mij regelmatig mee. Dat ik samen met Sanne, die een opleiding in de zorg heeft, hier twintig jaar later eigenaar van zou zijn, had ik nooit durven dromen."

Knoflook van eigen erf

"Naast ons olijvenbedrijf werkten Sanne en ik ook op GroeiZaam. Nu we eigenaar zijn, blijft die combinatie bestaan. Samen met onze cliënten bouwen we het olijvenbedrijf verder uit en krijgen onze olijven komend jaar een Nederlands tintje. Onze olijven halen we rechtstreeks

bij een Italiaanse biologische olijfboer, die ook onderdeel is van een kleine coöperatie. Hun rauwe, ongepasteuriseerde olijven zitten in zout water, zodat ze goed houdbaar blijven. Op bestelling verwerken wij ze hier rauw verder en voegen Italiaanse kruiden en knoflook toe, die we altijd inkochten. Omdat we hier natuurlijk biologische landbouwgrond hebben, experimenteerden we het afgelopen jaar met eigen knoflookteelt. Dat lukte, dus beginnen we vanaf oktober met het planten van meer knoflook. Vanaf het begin kunnen onze cliënten daar heel goed bij helpen: vanaf het planten en schoonhouden tot aan het oogsten en drogen ervan in de kas. Volgend jaar gaan we kijken of het ook met de Italiaanse kruiden lukt."

Marc en
Sanne van
Niekerk >

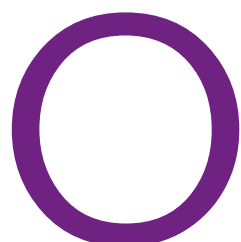


"Een week na de overname trouwden we op de boerderij en vierden dat ook met de cliënten die er die dag waren. Deze olijfboom kregen we als cadeau. We kunnen zo van ons zinvolle werk en de cliënten genieten. Door deze mensen in hun eigen kracht te zetten, kun je veel bereiken. Daar plukken zij, wij en jij als je onze olijven koopt de vruchten van."



‘Verbinden is onze toegevoegde waarde’

*Wat hebben we onze partners te bieden? Welke keuzes maken we daarvoor? En waarom is de Udea-slogan ‘Verbindend in biologisch’? Kwaliteitsmanager **Steven IJzerman** en marketingmanager **Hans van Mierlo** vertellen er meer over.*



Om bij de slogan te beginnen. Volgens Steven en Hans is Udea niet alleen dé speler in de biologische markt, maar ook dé partij om alle schakels in de keten te verbinden. Van boer tot bord, of van akker tot aanrecht. “Eerst waren we ‘bijzonder in biologisch’ maar daarin zijn we niet onderscheidend meer”, vertelt Steven. “Het aanbod van biologische producten is groter en dat is mooi, maar daardoor moeten we kijken wat ons nu bijzonder maakt. De fusie en ons nieuwe pand spelen daarbij ook een rol.”

Groei in biologisch kan volgens Hans alleen met verbondenheid in de keten. “Streven naar een gezonde en duurzame voedselketen kan alleen als je verbonden bent met de oorsprong van je voedsel. Als klant moet je de leverancier kennen.” Volgens Steven vormen veel groothandels een muur tussen leveranciers en klanten. “Bij Udea zetten we in op transparantie in duurzame relaties. Met sommige telers en leveranciers werken we al twintig jaar samen. Je verbreekt zo’n samenwerking niet bij problemen, die los je

samen op. We willen ook beter worden door hun wensen te horen en ze in contact te brengen met onze klanten.”

Faciliterende partij in de keten

Udea zorgt voor de randvoorwaarden. Hans: “Dat is de service die we bieden. Onze eerdere slogan ‘ondernemend in biologisch’ klopt nog steeds, maar dekt niet meer volledig de lading. We gaan verder dan producten efficiënt van A naar B brengen en willen de waarde van verbinding beter communiceren.” “Eerdere waarden waren vooral praktisch”, voegt Steven toe. “Bijvoorbeeld dat we zeven dagen per week leveren, ook in kleine hoeveelheden. Inmiddels zijn dat basisvoorwaarden. Ons zwaartepunt is veranderd.” Een betrouwbare partner zijn, meedenken over schapindeling, adviseren over assortiment of meekijken naar het lokale gebied van de winkel. Dat is wat Udea kan doen. Hans: “Samen knokken voor de biospeciaalzaak en het verbeteren van diens concurrentiepositie. We kijken mee met alles wat er bij een winkel komt kijken. We ontzorgen

Verantwoord ondernemen is geen marketingtool

Maatschappelijk ondernemen zit in het DNA, benadrukt Hans. “Udea is nog steeds een familiebedrijf met een platte organisatiestructuur. De eigenaren zijn altijd aanwezig, staan met hun schoenen in de modder en handelen waardegedreven. Als zij plastic willen terugdringen, doen we dat gewoon.” Persoonlijke betrokkenheid is belangrijk bij Udea. Iedere medewerker vindt duurzaamheid belangrijk en denkt mee over hoe het beter kan.



Hans: “Iedereen ziet wat er in zijn of haar omgeving gebeurt: Opwarming van de aarde, afvalprobleem, teruggang van biodiversiteit. Als je nog niet duurzaam-minded bent, dan word je het hier wel. Het is mooi als je op je werk kunt bijdragen aan oplossingen.” Keuzes worden bij Udea niet gemaakt vanuit kosten oogpunt. Steven: “Het speelt natuurlijk wel een rol, we zijn niet radicaal of onrealistisch maar willen vooral stappen zetten naar een duurzaam einddoel.” Hans: “Winstgedreven bedrijven gaan uit van minder, minder, minder. Waar kunnen ze de kosten verder drukken?” Wij kijken naar meer, meer, meer. Waar kan het beter? We gaan altijd verder dan noodzakelijk en willen onze partners laten samenwerken. We hoeven ons niet in te zetten voor deze samenwerking, maar doen dat toch. Omdat we het belangrijk vinden om te verbinden.”

door goed in te kopen en winkeleigenaren te faciliteren zodat zij op de winkelvloer met klanten bezig kunnen zijn.” Biologisch specialisten zijn sterk in een aantrekkelijk en afwisselend assortiment met kwalitatief goede en onderscheidende producten. Udea levert overigens niet alleen aan de de bio-speciaalzaak, maar ook aan biologische supermarkten, cateringbedrijven, restaurants, kinderdagverblijven en ziekenhuizen.

NIEUW: Ultra verse to-go maaltijden van Ekocuisine



Anne-Floor Kruitwagen is **category manager verse maaltijden en salades** bij Udea. Om een mooi to-go assortiment met ultra verse maaltijden onder één merk overzichtelijk in de biologische speciaalzaak te krijgen, ontwikkelde ze **Ekocuisine**. Anne-Floor is bij de hele fase betrokken geweest: van het zoeken naar de beste leveranciers, daarmee nieuwe maaltijden bedenken en de receptuur samenstellen. Uiteraard zijn alle maaltijden geproefd en goed bevonden.

Anne-Floor: Verse maaltijden vormen een groeimarkt. Eerst alleen onder het Ekoplaza-huismerk te leveren, maar met Ekocuisine voldoen we nu aan de vraag van andere klanten. Met deze verse maaltijden sluiten we aan bij de huidige trends, maar denken we ook aan de traditionele klant. Hardlopers als vegan maaltijden en gerechten met favoriete granen als bulgur blijven behouden. Daarnaast worden Hollandse maaltijden toegevoegd, zoals hutspot met stoofvlees en hachee met rode kool. Regelmatig komen er nieuwe maaltijden en salades in het assortiment, zoals verse pizza's eind dit jaar.

Biologisch vanuit overtuiging

Voor de maaltijden werken we met diverse leveranciers, ook die we al kenden, zoals KOOC en De Oorsprong. Belangrijk voor mij is dat een leverancier puur biologisch werkt en vanuit overtuiging, niet vanuit winstoogmerk. De herkomst van hun ingrediënten moet ook duidelijk zijn. Vaak komen die van leveranciers waar wij ook zaken mee doen, zoals Bastiaansen voor de kaas en DO-IT voor de granen. Ik ga altijd langs om te kijken hoe de leverancier met

voedselveiligheid omgaat en of ze passen bij Udea. We krijgen zes dagen in de week maaltijden geleverd om de versheid te garanderen.

Gezond, smakelijk alternatief

Versheid is wat onze maaltijden anders maakt dan die van andere aanbieders. Zijn die maaltijden vaak drie weken houdbaar, bij ons is dat zo'n 5-7 dagen. Daarnaast zijn onze maaltijden E-nummervrij en ze smaken alsof je ze thuis gekookt hebt. Zelf vind ik koken heel leuk, maar sinds een half jaar ben ik moeder en heb daar gewoon minder tijd voor gekregen. Met deze verse maaltijden zetten we toch een gezond alternatief op tafel, dat vooral ook heel smakelijk is. Dat weet ik, want ik heb ze samen met collega's vooraf uitgebreid geproefd. De maaltijden zijn met onze feedback doorontwikkeld, waarop een tweede proefsessie volgde.

Volume-opbouw drukt prijs

De Ekocuisine verse maaltijden zijn allemaal voor 1 persoon. De prijs staat op het product, losse kaartjes in de vitrine zijn niet nodig. We hanteren vaste prijzen: € 4,99 voor de instaplijn met basismaaltijden als nasi en lasagne. Om volume op te bouwen heeft de middenlijn

van € 6,99, met maaltijden als Indiase curry en Rendang een vaste multi-buy actie met 2 voor € 12,50. De kosten voor het maken van een verse maaltijd liggen vooral in het opstarten van het kookproces, het inpakken en schoonmaken. Door volume te generen kan de kostprijs omlaag. Daarnaast vind je

'Nu ik moeder ben komen de verse maaltijden goed van pas. Mijn favoriet is de vegan pasta Bolognese. Die bevat lekker veel geroosterde groente wat een heerlijke smaak geeft en het is volkoren-pasta waardoor het een voedzame maaltijd is.'

bij Ekocuisine standaard salades voor € 4,99 met een multi-buy van 2 voor 8 euro. Verder zijn er kleine to-go lunchsalades voor € 3,69. In de lente breiden we uit met ontbijtjes en soepen.

Ekocuisine is vanaf week 42 te bestellen via de webshop.

Omega & More Kokoswater

Biologisch, bewust duurzaam en fair trade



Met de aankoop van een pak Omega & More kokoswater koop je meer dan alleen een gezond product. Leverancier Martien Witsenburg, oprichter en directeur van Witsenburg Natural Products, wil alleen biologische kwaliteit leveren: "Dat zit in mijn hart en het is belangrijk voor de toekomst. Mensen hebben er ook echt iets aan. Dat geldt voor de consument hier en de boeren op de Filipijnen."

"Ik wil absoluut geen concessies doen aan de kwaliteit van ons kokoswater. Daarom halen we die uit kokosnoten van biologisch gecertificeerde kokosplantages op de Filipijnen. Daar kopen we ze direct bij de boeren in, wat in veel landen vanwege de hiërarchie niet lukt. Door de boeren persoonlijk te bezoeken kan ik uitleggen wat ik wil en waarom. Door de biologische certificering van onze producten waarborgen we een productiewijze met respect voor de natuur, zonder chemische bestrijdingsmiddelen en kunstmest. Daarbij staat lokale menskracht boven machines."

Martien: 'Het moet altijd biologisch zijn. Dat zit in mijn hart en is ook belangrijk voor de toekomst'



Pionier in kokosproducten

"Als pionier startte ik in 1994 met het importeren van biologische kokosolie in Europa. Sindsdien hebben we onze expertise tot het hoogste niveau ontwikkeld, samen met een producent op de Filipijnen. Om de oorsprong

van mijn producten te blijven monitoren, heb ik sinds september 2018 ook een kantoor op de Filipijnen. Van daaruit bezoeken we voortdurend leveranciers en plantages. Daardoor weten we alles uit de eerste hand, we zitten er immers 'bovenop'."

Vermindering CO2 uitstoot

"Over het verscheppen van onze producten hebben we zorgvuldig nagedacht. Andere merken kokoswater praten voortdurend over het feit dat hun kokoswater niet van concentraat gemaakt is en proberen de consument ervan te overtuigen dat dat beter is. Wij kiezen juist bewust om dat wel te doen. Zo verscheppen wij slechts één container kokoswaterconcentraat, waar voor 'vers' kokoswater minimaal 13 containers nodig zijn. In mijn ogen is dit gewoon water over de oceaan verscheppen. Iedereen heeft de mond vol over CO2. Wij zorgen juist voor een vermindering van de CO2-uitstoot én maken een prachtig product, met een houdbaarheid van 14 maanden, dat heel dicht bij het origineel ligt. Er wordt alleen wat ascorbinezuur, oftewel vitamine C, toegevoegd als antioxidant en absoluut geen suiker."

Nemen betekent geven

"Persoonlijk vind ik het essentieel om iets terug te

doen, hier en in de landen waar wij onze producten vandaan halen. Wij verdienen geld, maar als je ziet hoe het levensonderhoud van de mensen op de Filipijnen is, dan kun je niet anders dan iets terug doen. Wij ondersteunen allerlei so-

Omega & More Kokoswater

In Aziatische landen drinken mensen al eeuwen kokoswater. Deze vloeistof uit het binnenste van de harde, bruine kokosnoot is iets heel anders dan kokosmelk, dat wordt gemaakt uit het vlees van de kokosnoot. Natuurlijk kokoswater is gemaakt door de natuur zelf en zit vol mineralen en vitaminen. Het heeft een lage caloriewaarde en een hoge voedingswaarde. Kokoswater is een isotone drank, die je lichaam snel kan hydrateren in geval van verlies van vocht of uitdroging. Maar Omega & More kokoswater is ook heerlijk als basis voor allerlei cocktails en smoothies.

cialen projecten en brachten de internationaal bekroonde speelfilm 'Lilet Never Happened' uit, die gaat over de strijd tegen kinderprostitutie. Daarnaast hebben we in Nederland geïnvesteerd in het behoud van natuurgebieden om dit te beschermen tegen bebouwing."

YogiTea®
BIOLOGISCH

EEN NATUURLIJKE FRISDRANK, GEMAAKT VAN VERS GEZETTE KRUIDEN- EN SPECERIJENTHEE

NU VERKRIJGBAAR IN 2 SOORTEN VERPAKKINGEN

Ideaal voor
onderweg!

Ideaal
voor thuis!



YOGI TEA GmbH
Burchardstraße 24
20095 Hamburg
Duitsland

Telefoon: +49 40 423011-77
info@yogitea.com
yogitea.com
facebook.com/yogitea



HET IS "JAMMIE TIME" BIJ UDEA!

GreenAge verrijkt het assortiment met meer dan 115 verschillende producten: van onze beroemde Sardijnse parelcouscous tot kleurige linzenmix, risotto porcini en zongedroogde mango. Rechtstreeks van de boer naar GreenAge en van GreenAge naar Udea, speciaal voor het HFS kanaal en 100% biologische supermarkten.

BINNENKORT
IN 100%
COMPOSTEERBARE
VERPAKKING!



Mail of bel ons voor meer informatie & vragen op:
088 - 6366636 (vraag naar Wieneke of Sascha) en info@greenage.nl



www.greenage.nl

advertenties



100% BIOLOGISCHE THEE & KRUIDENINFUSIES



NIEUW

Vrij van (natuurlijke) aroma's.
100% echt fruit, planten, bloemen & kruiden.
Theezakjes gemaakt van ongebleekt papier,
vrij van nietjes en 100% biologisch afbreekbaar!



Meer informatie: Frenchtop Natural Care Products BV. • Tel: 0226-364400 • www.royal-green.eu

Biologische muesli van lokale en duurzame granen



< Rob van den Berg (l) en Rene van der Locht (r) in de nieuwe granola-bakkerij.

De Halm is de enige biologische mueslifabriek in Nederland. Sterker nog: De Halm is al biologisch sinds de oprichting in 1977, ver voordat de duurzaamheidsbeweging zoals we die nu kennen was 'uitgevonden'. Directeur Rob van den Berg: "Duurzaamheid zit in ons DNA."

Rob: "Tweeënvertig jaar geleden bestond de markt voor biologische producten nog niet. Harrie van Grinsven, de oprichter van De Halm, was een pionier op dat gebied. Na de oorlog maakte hij de opschaling van de landbouw mee. Vanwege de armoede waren grotere oogsten meer dan welkom. Men gebruikte landbouwgif om de oogst te redden, maar dat maakte de akker en zijn bewoners ziek. Harry besloot het anders te doen. Hij knapte een gammel pletwalsje op en begon biologische granen te pletten. Hij vond dat gezond eten niet alleen een kwestie van eigenbelang moest zijn, maar ook gezond moet zijn voor de ander en het milieu. Dat gegeven zit bij De Halm in ons DNA."



Biologisch en fair trade

"Omdat onkruid op een biologische akker niet wordt doodgespoten, ontstaat er op en rondom de akker een veel rijkere flora en fauna. De (on)kruiden zorgen voor meer bloemen waar insecten en bijen op af komen. Deze insecten trekken weer meer vogels en kleine zoogdieren aan. Omdat wij zo veel mogelijk Nederlandse granen verwerken, dragen we niet alleen bij aan een gevarieerder landschap in Nederland, maar ook aan verlaging van de food miles. Omdat een bioteler meer tijd en energie steekt in het vruchtbaar houden van

de bodem, is de graanopbrengst lager dan bij conventionele akkerbouw. Wij vinden het belangrijk dat onze telers hiervoor een duurzame en reële prijs krijgen om dit ook te kunnen blijven doen. Dat is de fair trade gedachte. Stunten met prijzen van eten zorgt er uiteindelijk voor dat je de flora en fauna uitput en dat is in onze visie niet duurzaam. In dat opzicht houden wij er dezelfde gedachten op na als Udea doet."

No plastic, no food waste

"Dat we alleen biologische ingrediënten verwerken, is natuurlijk al puur en duurzaam, maar daar stoppen we niet. We gebruiken uiteraard groene stroom, maar kijken vooral hoe we energie kunnen besparen en zo min mogelijk verspilling hebben. Dat doen we onder andere door warmte uit

"De Halm is een leverancier die altijd met ons mee wil denken om samen stappen te zetten in duurzaamheid."
category manager Vivian Bakker

ons productieproces te hergebruiken. Ook de reststromen die bij ons productieproces ontstaan, worden hergebruikt; als diervoeder of als grondstof voor biogasinstallaties. En we zijn overgestapt op een composteerbare verpakking. Die is gemaakt van onder andere suikerriet en houtvezels en mag bij het GFT-afval. Na het composteren blijft er alleen water en CO2 over. Op die manier helpen we mee het plastic probleem (zoals de plastic soup) aan te pakken."

Minder suiker

"Het afgelopen jaar hebben we drie nieuwe granola producten geïntroduceerd waarbij we kritisch hebben gekeken naar de hoeveelheid suiker. Op dit moment zijn we bezig de hoeveelheid suiker in onze overige producten te verlagen. Duurzaamheid betekent immers ook dat we moeten zorgen dat voeding voor een duurzamer leven zorgt."



universalhealthstyle

mattisson.eu

Mattisson heeft een complete range aan natuurlijke & biologische gezondheidsproducten waaronder foods & fruits, supplementen, (plantaardige) proteïnen & oliën, zaden, greens, glutenvrije melen, healthy snacks, herbs en gefermenteerde drinks.



Ontbijt



Smoothie



Sport



Tussendoor



Lunch



Diner



Bakken



Wij feliciteren UDEA
met hun duurzame pand!



advertenties



KIM
NEDERLAND

K.I.M. Nederland B.V.
Tweelingenlaan 144
7324 BP Apeldoorn

T. +31 (0)55 368 91 91
info@kim-nederland.nl
www.kim-nederland.nl

KOEL- EN VRIESHUISBOUW * ISOLATIESYSTEEMBOUW

Bij K.I.M. Nederland profiteert u van een unieke expertise in de koel- en vrieshuisbouw en isolatiesysteembouw. Deze is volledig afgestemd op uw logistieke organisatie en de actuele marktontwikkelingen in uw branche.

Dat zorgt voor een eindproduct dat exact aansluit op uw eisen en wensen!

TAMARI-SHOYU

EEN PURE SUBTIELE TRADITIE



Gecontroleerd door Certisys BE-BIO-01

Lima introduceerde de eerste sojasauzen op de Europese markt **meer dan 60 jaar geleden**. Bekend voor zijn smaak en kwaliteit van de fermentatie, is het gamma sojasauzen vandaag nog steeds **het meest complete in de markt**.



VOLUIT LEVEN

Meer info:

<https://www.limafood.com/nl-be/tamari-et-shoyu-gefermenteerde-sojasauzen>