

# Met kleine én grote stappen naar duurzaam substraat

## POTGROND EN SUBSTRAAT

In samenwerking met de Vereniging Potgrond- en Substraatfabrikanten Nederland (VPN) besteedt KAS Magazine in elke uitgave aandacht aan de belangrijkste thema's van de Nederlandse substraatsector: duurzaamheid, productveiligheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Verschillende leden van de VPN bieden daarbij een uniek inzicht in hun manier van werken en hun kijk op de branche.

De route naar duurzaam ondernemen kent vele wegen en ook de nodige tempowisselingen. De ene keer met reuze stappen. Dan weer met babystapjes. Zo bouwde Jiffy in 2016 een state-of-the-art substraatfabriek in Zwijndrecht waar ze het aantal shovel- en heftruckbewegingen met maar liefst 60% verminderden. Maar ze zijn net zo trots op het feit dat ze hun 'big bales' – met daarin 5.000 liter geperst substraat – niet meer van top tot teen in stretchfolie hullen, maar enkel de bovenkant. "Houdt het regenwater net zo goed tegen, is net zo stabiel en scheelt toch weer afval," aldus Henri van Beerendonk.

Tekst: Ton van der Vliet, Fotografie: Teun Peters

Henri van Beerendonk is algemeen directeur van de Nederlandse tak van Jiffy. Dat is zijn ene pet. Daarnaast is hij als directeur Supply Chain Management verantwoordelijk voor alle inkoop en logistiek van Jiffy wereldwijd, met productielocaties in 10 landen en export naar meer dan 80 landen. Het thema duurzaamheid komt dan ook van vele kanten op zijn bordje terecht, vertelt hij in gesprek met Han de Groot, directeur van de VPN, de brancheorganisatie voor substraat- en potgrondfabrikanten. Tuinbouwondernemers brengen het onderwerp steeds vaker ter sprake, zegt Van Beerendonk: "Kwekers worden steeds veeleisender. Vroeger waren de 'specs' misschien zó breed (Van Beerendonk houdt z'n opgeheven handen minstens een halve meter uit elkaar. red) en tegenwoordig zó (brengt handen nog net niet bij elkaar). Eindgebruikers willen optimaal resultaat met minimaal verlies van materiaal, water en meststoffen. De kwaliteitseisen voor ons gaan dus steeds omhoog. Het moet nóg schoner, nóg meer biologisch, nóg meer organisch..."

Om aan die vraag te kunnen voldoen bouwde Jiffy enkele jaren terug een miljoenen kostende fabriek met een mega-menginstallatie. Die oogt als een immense achtbaan, en wordt intern



dan ook aangeduid met 'De Efteling'. Alleen is deze attractie er niet om kinderen te vermaken, maar om hoogwaardig substraat volgens maar liefst 4.000 verschillende recepten te kunnen samenstellen.

#### Gezamenlijk

Behalve door de klanten wordt de roep om duurzamer produceren ook aangejaagd door Den Haag en Brussel. En 'last but not least' is er de eigen ambitie van Jiffy om anders en bewuster te werk te gaan. 'To feed and beautify the world' is hun visie, en daarbij leggen ze de lat voor zichzelf en hun leveranciers hoog. Zo leveren ze 'Growblocks' en 'Pellets' met een netje d'r omheen. Dat is nu nog voor een groot deel gemaakt van polypropyleen. Plastic dus. En daar wil Jiffy vanaf. "We willen voor eind 2021 volledig over naar biologisch afbreekbare netjes. Dat is vele malen

duurder, maar dat weerhoudt ons er niet van om toch voor de volle 100% in te zetten op die transitie. En dan is het aan ons om die meerprijs op de juiste manier te vertalen naar de markt."

Daarbij is 'gezamenlijkheid' een belangrijk begrip. In je eentje ga je de wereld niet verbeteren. Dus doet Jiffy er veel aan om behalve hun klanten ook hun leveranciers te betrekken bij het doorvoeren van hun duurzaamheidsprogramma. Een grote leverancier van afbreekbare plastics was aanvankelijk nauwelijks geïnteresseerd in de plannen van Jiffy. Te weinig volume. Totdat Jiffy inzicht gaf in hun missie en visie. Hoe zij kijken naar eerlijke en gezonde voedselproductie nu en in de toekomst. Maar ook naar het vergroenen van steden, om problemen met wateroverlast en opwarming aan te pakken. "Daar

gaan we in mee!", kreeg Van Beerendonk vervolgens te horen.

#### Green Deal

'Samen sterk' is ook de filosofie die Jiffy aanhangt om met zowel de nationale als internationale politiek in gesprek te komen en te blijven over de toekomstige ontwikkelingen. "Onze sector en onze producten kunnen invulling geven aan de duurzaamheidsagenda van de Europese Unie. De 'Green Deal' van Frans Timmermans geldt als de routekaart om de economie van de EU duurzamer te maken. Een mooi initiatief uiteraard, maar wat is de vertaalslag daarvan? Het is dus belangrijk goed op de hoogte te zijn van nationale en Europese beleidsontwikkeling. Want als het straks tot wetgeving komt, kan dat voor onze branche vergaande consequenties hebben. Dus moeten we

gezamenlijk optrekken en zowel in Den Haag als Brussel duidelijk ons verhaal vertellen."

Dat gebeurt op verschillende manieren, vertelt Han de Groot. In Nederland is de sector vertegenwoordigd door de VPN, die onlangs de aandacht van de Haagse politici nog eens op zich vestigde met het aanbieden van een nieuwe beleidsagenda (zie kader). Op Europees niveau worden de VPN en haar leden vertegenwoordigd door GME (Growing Media Europe). De Groot: "Onder het motto 'growing your food and greening your life' vertellen we hoe wij als sector kunnen bijdragen aan verduurzaming. Wij en onze afnemers weten hoe belangrijk onze rol is. We zijn een belangrijke maar relatief kleine sector. Dus aan hoe meer tafels we ons verhaal kunnen doen, hoe beter."

#### 400% Groei!

Henri van Beerendonk is een van leden die samen met vertegenwoordigers uit tal van Europese landen aan die GME-tafel zit. Sinds een half jaar trouwens met verhoogde frequentie. Van Beerendonk: "Voorheen kwam dit gezelschap twee keer per jaar fysiek bijeen. Door Covid gingen we over op video-vergaderen. Dat doen we nu vaker dan twee keer per jaar, namelijk om de paar weken. En dat is ook hard nodig. De prognose is dat in 2050 de wereld 10 miljard bewoners telt. Die moeten allemaal gevoed worden. En 2/3 van hen woont dan in steden. Dat betekent dat de behoefte aan substraat met een factor 4 moet groeien. Een groei met ruim 400%! 2050 lijkt misschien nog ver weg, maar dit vraagstuk los je niet in vijf jaar tijd op. We hebben echt geen tijd te verliezen." ■

#### IN 2025 NAAR 35% HERNIEUWBARE GRONDSTOFFEN

De Nederlandse substraatsector kan stevig aan de bak om tegemoet te komen aan de vraag vanuit de tuinbouwsector naar hernieuwbare grondstoffen. De 20 grootste bedrijven, die 98% van de Nederlandse markt voorzien van substraat en potgrond en verenigd zijn in de VPN, hebben dat vastgelegd in een ambitieuze beleidsagenda. Duurzaamheid is daarin het hoofdthema. Zo hebben ze afgesproken dat in 2025 het organisch substraat voor de professionele markt voor minstens 35% uit hernieuwbare grondstoffen bestaat. Voor de hobbymarkt ligt de doelstelling voor 2025 op maar liefst 60%. Verder moet tegen die tijd 100% van het substraatveen afkomstig zijn van RPP (Responsibly Produced Peat) gecertificeerde veenderijen. Lees het volledige rapport op [www.devpn.nl](http://www.devpn.nl).

#### GEBUNDELDE KRACHTEN

Jiffy is een van oorsprong Noors bedrijf dat in 1953 de primeur had met een 100% afbreekbare bloempot van turf en houtvezel waar de wortels doorheen konden groeien. Bij de introductie op de Amerikaanse markt kregen ze de naam Jiffy-pot en was de merknaam geboren. Het bedrijf groeide door acquisities. In 2008 werd Tref overgenomen, waarin eerder al tal van Nederlandse substraatbedrijven (Griendtsveen, Dega, De Baat, Veldkamp en EGO Potgrond) hun krachten al hadden gebundeld. Jiffy is actief in meer dan 80 landen, heeft een jaaromzet van € 100 miljoen en telt meer dan 700 medewerkers.

