

Als voetbalteam scoren met veilige thee

Agriterra begeleidt boeren in Vietnam met marketing en opzetten coöperatie

Het product goed in de markt zetten; de krachten van boeren bundelen; inzicht hebben in de prijsvorming. Niks nieuws onder de zon? Wel in Vietnam, waar boeren met veilig geproduceerde thee de kost verdienen. Richard van der Maden (ZLTO) en Jan Heemskerk (FloraHolland) zijn terug van werkbezoek en geven advies.

Tientallen theeboeren uit de wijde omtrek komen zo'n twee keer per week met hun waar naar de markt van Thái Nguyên, in het noorden van Vietnam. „Je ziet met name vrouwen die met hun zak thee braaf in de rij staan voor de opkopers. 'Dit is de prijs vandaag', horen ze dan. Als een of twee opkopers niet op komen dagen, daalt meteen de prijs”, vertelt Richard van der Maden, specialist Glastuinbouw bij de ZLTO.

Hij is dit voorjaar uitgezonden door de agrarische ontwikkelingsorganisatie Agriterra, samen met Jan Heemskerk, manager bij accommodatieverhuurder Flowerdome en de Groen Groep Eelde (onderdeel van FloraHolland).

Tijdens hun tiendaagse bezoek aan de 'Aziatische tijger' reisden ze stad en land af om een goed beeld te krijgen van de lokale situatie. Met de luxe van twee chauffeurs - die manoeuvreren door het chaotische verkeer - en een volgepakt programma bezochten ze boeren, opko-

pers en vertegenwoordigers van de regionale boerenorganisatie Thái Nguyên Farmers Union. Hoogtepunt was een uitgebreide presentatie over hun bevindingen voor zo'n 120 Vietnamezen.

„In Vietnam zijn de mensen écht open”, merkt Van der Maden op. „Ze vertellen bijvoorbeeld ook gewoon wat ze precies verdienen. Daarnaast zijn de mensen die wij ontmoetten ambitieus en werken ze keihard. De mensen die overdag met ons op stap gingen, deden 's avonds laat hun gewone werk.’”

MEERWAARDE

Agriterra werkt al lange tijd samen met de nationale boerenorganisatie van Vietnam. Sinds 2007 loopt het project om op grote schaal met minder bestrijdingsmiddelen 'veilige' thee te produceren, geproduceerd met veel minder gebruik van schadelijke chemicaliën. Daarbij zijn eerst de boeren overtuigd van de meerwaarde van veilige thee en

zijn verschillende productiegroepen opgezet (achttien 'clubs' met elk zo'n dertig leden).

Nu was het aan Richard van der Maden, die eerder voor The Greenery werkte, om de boeren te adviseren om een coöperatie op te richten. En Jan Heemskerk, die binnen FloraHolland verantwoordelijk is voor de Groen Groep Eelde, mocht zeggen hoe ze de veilige thee beter kunnen vermarkten.

Met een rugzak aan westerse kennis vanuit 's wereld grootste afzetorganisatie voor bloemen en uit het land met een lange coöperatieve historie geen ingewikkelde opdracht, toch? „Het probleem was”, schetst Heemskerk, „dat de mensen die wij spraken een beetje aan het lachen waren. Wij kregen het gevoel 'ze lachen ons hier uit.’”

Meteen daarop zocht het duo contact met Agriterra. Hun begeleider Jeannette van Rijsoort gaf twee adviezen: vermijd de Hollandse directheid en zeg pas wat je vindt als je mensen wat langer hebt gesproken. En: gebruik metaforen om dezelfde boodschap nogmaals te vertellen.

Het was genoeg om de missie tot een succes te maken. Want getroffen door een jetlag zag Heemskerk in zijn luxe hotelkamer een rechtstreeks verslag van Ajax-PSV (4-1) en kwam hij met het idee om een voetbalteam als metafoer te gebruiken om de boodschap van een coöperatie en marktwerking te verpakken.

De boeren zijn daarin de verdedigers die zich concentreren op de productie. De vertegenwoordigers van de eerder opgerichte 'clubs' zijn de middenvelders die zich focussen op de afzet en toezien op de kwaliteit van de thee. De aanvallers, een nieuw te vormen managementteam, zouden zich moeten richten op strategische keuzes als het ontwikkelen van een eigen 'veilige thee'-label en het aanboren van nieuwe markten.



Richard van der Maden.



Jan Heemskerk.

Foto's: Nieuwe Oost

Met die boodschap richtten Heemskerk en Van der Maden zich tot de 120 boeren die halverwege de missie kwamen luisteren naar hun betoog. In een studiezaal, met een beeld van revolutieleider Hồ Chí Minh op een prominente plek, kregen ze daarbij de hulp van drie tolken.

„Ze kennen Van Nistelrooy en Bergkamp, dus dat praatte al makkelijker”, blikt Heemskerk terug. „Vervolgens ontdekten ze zelf dat ze een wedstrijd met alleen verdedigers niet kunnen winnen”, vult Van der Maden aan. „Tijdens die presentatie viel een last van mijn schouders. Het laatste wat je wil is dat je op missie bent en de boodschap komt niet over. Toen dacht ik: 'Yes, het slaat aan.’”

MARKTMACHT

Terug in Nederland bundelen ze nu alle ervaringen, opmerkingen en adviezen in een eindrapport. Daarin staat het voorstel om een 'veilige thee'-coöperatie op te richten in Noord-Vietnam, aangestuurd door een managementteam. Maar ook het woord

'marktmacht' krijgt een plek.

„Op dit moment kun je geen verschil zien tussen veilige en niet veilige thee”, zegt Heemskerk. „De boeren zouden zich kunnen onderscheiden in de verpakking en op termijn landelijke en internationale beurzen bezoeken. Daarnaast zouden ze inzicht moeten hebben in de prijs die voor de thee wordt betaald, zodat ze minder afhankelijk zijn van de opkopers. Ze kunnen hun productie ook vacuüm verpakken, zodat ze naar de lokale markt kunnen als er minder thee beschikbaar is.”

Het ideaal? Van der Maden: „Dat de veilige thee uit Vietnam even bekend wordt als de tulp uit Holland.”

Nog iets leuks gedaan in Vietnam? „Deze schoenen gekocht”, showt Heemskerk zijn leren aanwinsten. „Voor een prikkie ... en natuurlijk te veel betaald.”

MICHIEL ELANDS

Vrouwen plukken thee in het noorden van Vietnam.

Foto: ZLTO

Op weg naar veilige thee

De missie: Produceer thee met veel minder gebruik van schadelijke chemicaliën (safe tea)

Naar: het noorden van Vietnam, in de provincie Thái Nguyên. In deze regio wonen 1,1 miljoen mensen. Boeren verbouwen op 18000 hectare thee.

Opdrachtgever: Agriterra (in 1997 opgericht door Nederlandse organisaties waaronder LTO, om boerenorganisaties in ontwikkelingslanden te ondersteunen door financiering en advisering).

Belangrijkste conclusies:

- Richt een coöperatie op voor theeboeren.
- Zorg voor een label 'veilige thee' en vermarkt dit nationaal en in de toekomst internationaal.

