Franken Agro
Postel

CATEGORIE
Vlaanderen - Flandre

Inno POTATO AWARD

FRESH FROM THE FARM

Jos Franken teelt samen met zijn vrouw en kinderen Dirk, Ann en Leen aardappelen, vollegrondsgroenten en graszoden in Postel. Destijds begon hij op vraag van klanten die hun wintervoorraad aardappelen kwamen kopen ook hun groenten van eigen teelt te versnijden en te verpakken. Ondertussen biedt hij een ruim assortiment van om en bij de 40 referenties aan met onder meer versneden prei, wortelen en selder, geschilde aardappelen en frieten aan in zijn mooi uitgebouwde hoevewinkel. De familie Franken belevert ook restaurants, frituren, groot- en detailhandel. Zij telen jaarlijks 400 ha aardappelen, deels in Wallonië. Belangrijke rassen zijn naast Bintje ook Nicola en Charlotte als vastkokende rassen en Red Scarlet om een erg veelzijdige aardappel in het assortiment te hebben.

Probleemstelling
Samen met zijn medewerker Niels Stilman, stelde Jos vast dat er een markt is voor producten die recht van bij de boer komen. Vers, kwalitatief en authentiek zijn de kernbegrippen daarbij. Warenhuisketens spelen daar op in door de boer terug in beeld te brengen bij hun cliënteel. Jos en Niels wilden echter de kans grijpen om dit segment zelf in te vullen.

Oplossing
Voortbordurend op 'van eigen bodem', een logo dat al gebruikt werd voor de graszoden, ontwikkelden ze het concept 'Fresh from the Farm'. Alle verpakte producten van Franken Agro, zoals soep- en wokgroenten, geschilde aardappelen, frieten en Postelgr@s (heel fijn gesneden frietjes) dragen dit logo op de verpakking.

Het systeem werd ook opengetrokken naar andere producenten van groenten en fruit of andere boerderijproducten wiens producten en visie in het gamma passen. Samen met hen onderschrijft Franken Agro een charter dat de visie en ethische aspecten behelst zodat de filosofie achter het project gewaarborgd blijft. Deze nauwe samenwerking creëert ruimte om een open relatie te onderhouden op het gebied van kwaliteit, prijs en kosten.

Meerwaarde voor de Belgische aardappelteelt
Franken merkt dat dit logo de bekendheid van zijn producten en ook het bereik vergroot. Carrefour was bijvoorbeeld heel enthousiast en startte 1,5 jaar geleden al een samenwerking op. Momenteel belevert Franken Agro reeds 24 filialen van verschillende retailers. Het is met dit concept niet nodig om op de knieën te gaan zitten om te mogen leveren. De meerwaarde van de producten wordt duidelijk gemaakt aan de consument zodat de prijzen op niveau kunnen worden gehouden.

Doordat de geleverde producten recht van de boerderij komen en kraakvers zijn, biedt dit initiatief ook een meerwaarde voor het imago van de aardappel en van de aardappelteler. Kwalitatief hoogstaande en duurzame producten kunnen ook perfect van een boerderij afkomstig zijn!

FRESH FROM THE FARM

Jos Franken cultive à Postel avec ses enfants Dirk, Ann et Leen des pommes de terre, des légumes et également des bandes de gazon. Il offre dans son magasin à la ferme un large éventail de produits : poireaux, carottes et céleris préparés, pommes de terre épluchées et frites fraiches,… La famille Franken fournit également des restaurants, frituristes et commerces de gros et de détail. Ils cultivent environ 400 ha de pommes de terre dont une partie en Wallonie. La principale variété cultivée est la Bintje mais on retrouve également dans son exploitation Nicola et Charlotte et Red Scarlet.

Problématique
Avec son assistant Niels Stilman, Jos Franken a noté qu'il existe un marché pour les produits en provenance directe de la ferme. La fraicheur, la qualité et l'authenticité en sont les concepts clés. Les supermarchés souhaitent y répondre en intégrant l'image des agriculteurs afin de mieux promouvoir leurs produits auprès de leur clientèle. Jos et Niels voudraient combler d'eux-mêmes une partie de ce secteur.

Solution
En se basant sur un label existant pour la production de leur gazon « du pays », la société a développé le concept « Fresh from the Farm ». Tous les produits emballés de Franken Agro, tels que la soupe, les légumes pour wok, les pommes de terre épluchées, les frites Postelgr@s (frites extrafines) portent ce label sur l'emballage.

Le système a également été adopté par d'autres producteurs de fruits et légumes ou d'autres produits de la ferme dont les produits et la vision correspondent au concept. Ensemble avec ces producteurs, Franken Agro adopte une charte qui les engage à respecter la vision et les aspects éthiques du label. Cette collaboration permet d'entretenir une relation de confiance au niveau de la qualité, du prix et des coûts.

Plus-value du projet pour le secteur de la pomme de terre en Belgique
Jos Franken a noté que ce Label renforce la notoriété et la portée de ses produits. Par exemple, Carrefour était très enthousiaste et avait déjà entamé une collaboration il y a plus d'un an. Pour l'instant, non moins de 24 magasins Carrefour sont fournis en produits « Fresh from the Farm ». Il n'est pas nécessaire avec ce concept de s'épuiser pour distribuer ces produits et cela signifie que les prix peuvent rester à niveau. La plus-value des produits est claire pour le consommateur et permet de maintenir les prix à un certain niveau.

Parce que les produits viennent directement de la ferme et sont ultra frais, cette initiative fournit une valeur ajoutée pour l'image de la pomme de terre et des producteurs de pommes de terre. Des produits de haute qualité peuvent donc également parvenir directement de la ferme !

Op het bedrijf worden aardappelen geschild, tot frieten gesneden en verpakt.

Les pommes de terre sont pelées, coupées en frites et emballées à la ferme.

Producten die aan het charter voldoen mogen het 'Fresh from the Farm' logo dragen.

Les produits répondant à la charte peuvent porter le label « Fresh from the Farm ».

Consumenten waarderen vooral de versheid en het feit dat de producten recht van bij de boer komen, iets dat ook samenhangt met traditie en kwaliteit.

Les consommateurs apprécient particulièrement la fraîcheur et le fait que les produits viennent directement de la ferme qu'ils lient à des produits de tradition et de qualité.