

'Plotseling staan supermarkten in de rij voor onze appels'

Lokaal product geeft Canadese fruitteler vleugels

De Canadese familie Martin heeft een groot appelteelt- en verpakingsbedrijf. Na jaren van slechte prijzen en dito vooruitzichten, bloeit het bedrijf als nooit tevoren. Dat is vooral te danken aan de populariteit van lokaal geteelde producten. "Plotseling staan supermarkten in de rij voor onze appels."

Egbert Jonkheer
freelance journalist
fruittelt@nfofruit.nl

Op twee uur rijden ten westen van Toronto ligt het plaatsje Waterloo. Hier staat het bedrijf van Leighton, Steve, Ken en Kevin Martin. De historie van de familie op deze plek voert terug tot het jaar 1820. Lange tijd was het een gemengd bedrijf, totdat in 1971 Leighton, een Joegoslavische medewerker, Martin ervan overtuigde honderd appelbomen te planten. Dat bleek een keerpunt in de geschiedenis. Want veertig jaar later staat er een bloeiend fruitbedrijf met 283 hectare eigen teelt, diverse koelhuizen en een grootschalige verpakkinglijn waarop medewerkers eigen en ingekocht product in allerlei soorten verpakkingen verzendklaar maken. Via de in aanbouw zijnde CA-bewaring



Steve Martin: "Op de exportmarkt kunnen wij niet concurreren."

Foto's: Egbert Jonkheer

loodst Steve Martin zijn bezoek naar de centrale verwerkingsruimte waar te zien is hoe de appels vanuit de plukkisten in netzakjes belanden. Vandaag gaat het populaire ras McIntosh over de lijnen, vernoemd naar de Schotse immigrant John McIntosh, die het ras precies tweehonderd jaar geleden introduceerde. "Het is de eerste pluk", zegt Martin terwijl hij een appel van de lijn raapt. "Eigenlijk heeft hij nog te weinig kleur. We willen een mooie rode blos zien."

Meer betalen

Zo enthousiast als Martin vandaag de bedrijvigheid laat zien, zo somber zag het er vijf jaar geleden uit, vertelt hij openhartig. "Had je hier vijf jaar geleden gestaan, dan was ik ronduit negatief geweest over de appelbusiness. In de jaren '80 zijn we hard gegroeid om aan de vraag te kunnen voldoen. Daarna werd het een gedwongen groei. We moesten wel uitbreiden om zaken te kunnen blijven doen met onze afne-

Fruittelt in Canada

Ontario is de grootste appelprovincie van Canada, met 6.200 hectare, op de voet gevolgd door Quebec. Het totale areaal appel in Canada bedroeg in 2010 18.000 hectare, goed voor een productie van 347.000 ton. De sector is in de afgelopen jaren sterk gekrompen, ook in On-

tario. Ten opzichte van vijftien jaar geleden is het areaal appel bijna gehalveerd. Dit heeft te maken met de slechte appelprijzen en de sterk gegroeide wijnteelt in het gebied nabij de Niagara watervallen. Vroeger was dit een groot steen- en pitfruitgebied. Nu maakt het succes van de grote wijn-estates druiven tot het

grootste fruitgewas van Ontario. In totaal wordt in Canada 120.000 hectare fruit geteeld. Bosbessen zijn verreweg het grootste fruitgewas, met 64.000 hectare. Het areaal peer stelt met 800 hectare weinig voor.



Het ras McIntosh is tweehonderd jaar oud en nog steeds de meest verkochte appel in Ontario.

mers anders haalden zij hun appels ergens anders vandaan. Het was een heilloze weg omdat we hier niet kunnen concurreren tegen de grote, fruitexporterende landen. De appelteelt in Canada krimpt nog altijd, dit jaar weer met 6 procent. Gelukkig is de situatie voor ons nu veranderd. 'Buying local' is sinds enkele jaren een belangrijk thema onder consumenten in Ontario. Mensen willen ons product weer hebben. Nu komen

ook eigen merken, bieden we hen de mogelijkheid om zich te onderscheiden."

Contact met de klant

Hoewel Martin zijn omzet en productiehoeveelheden niet prijsgeeft, is rechtstreekse verkoop aan de consument ook een belangrijke poot onder het bedrijf. Wie bij hem het erf oprijdt, ziet meteen de winkel, waar behalve appels ook een keur aan ander vers fruit en groente, eigengemaakte appelcider, jams, honing en ingemaakte producten te vinden zijn. Van de prijzen in het schap word je als Europeaan niet direct wijzer. Wat te denken van een 'drie-literbakje' met Gala-appels voor 7,50 Canadese dollar? Na wegen en omrekenen blijkt dit neer te komen op een prijs van 2,40 euro per kg. Behalve aan de deur bij de familie Martin kan de consument ook terecht op de nabij gelegen St. Jacobs Farmers Market. Op deze dagelijkse en uiterst populaire markt komen klanten uit de wijde omtrek hun verse producten kopen. Martin vindt het contact met de klant belangrijk. Via een uitgebreide

op hoogstam. Maar pal naast het bedrijf heeft hij nu enkele percelen ingeplant met haagteelt. In dit 'intensieve systeem', zoals hij het noemt, staan per hectare ongeveer 1.400 bomen. Naar onze begrippen niet zo heel intensief, maar het ziet er zeker anders uit. "Zelf vind ik het prachtig, maar de meeste klanten moeten er nog aan wennen. Dat zal wel een generatie duren." ❖

Martins Family Fruit Ltd

De familie Martin heeft een appelteelt- en verpakkingsbedrijf in het plaatsje Waterloo, in de Canadese provincie Ontario. De eigen teelt omvat 283 hectare, verdeeld over meerdere locaties. Martin kan zestien rassen leveren: McIntosh, Empire, Gala, Honey Crisp, Red Delicious, Golden Delicious, Jonagold, Red Prince, Fuji, Spy, Idared, Crispin, Cortland, Ambrosia, Russet en Spartan. Daarnaast zijn er enkele vroege rassen, zoals Melba, Jersey Mac en Paula Red omstreeks eind augustus/begin september beschikbaar. De eigen teelt is goed voor 30 procent van de verkoop. De rest koopt hij in bij een vaste groep van ongeveer twintig telers. De meeste appels gaan naar supermarkten. Daarnaast verkoopt Martin rechtstreeks aan de consument, via een winkel aan huis en een vaste stand op een grote boerenmarkt. Meer informatie op: www.martinsapples.com, of [Twitter@MartinsApples](https://twitter.com/MartinsApples).



Farmers Markets zijn populair in Ontario. Martin heeft daar een vaste kraam.

de inkopers van de supermarkten naar ons toe en vragen: 'Wat kunnen we doen zodat jij ons appels blijft leveren?' Nou, een beetje meer betalen", zegt Martin lachend. Dan serieus: "We zitten echt in een andere positie ten opzichte van onze afnemers. Er gaat nauwelijks meer iets weg voor de export, we bedienen nu meer binnenlandse afnemers. Via speciale verpakkingen, en soms

de website, spotjes op de lokale radio, zelfplukdagen en Twitter, probeert het bedrijf de klanten zo goed mogelijk te binden. "We hebben al zo'n duizend volgers op Twitter. En het mooie is: het kost niks." Op één punt heeft Martin nog wat uit te leggen aan zijn klanten, zegt hij zelf, als we even later de boomgaard inlopen. Verreweg het grootste deel van zijn fruit groeit nog