

## SUPLEMENTY

# ChampFood i nic więcej!

ChampFood obchodzi w tym roku 25 rocznicę swojej działalności. Wraz z Janem Baltussenem i Erickiem Vernooijem wspominamy, jaką ewolucję przeszła firma, i jakie zmiany zaszły w tym czasie na rynku suplementów, ponieważ wiele z nich dokonało się właśnie dzięki ChampFood.

Roel Dreve

**T**oon Donkers, teść Jan Baltussena to pionier stojący za stworzeniem i produkcją pierwszego suplementu – Millichamp w 1970 roku. “Pod koniec lat 80-tych Toon zauważył, że pojawia się możliwość, aby wprowadzić na rynek nowy, ulepszony produkt. I to taki, który będzie bardziej zgodny z rozwojem, jaki następował w branży wraz z produkcją fazy III i przerostem podłoża w tunelach – w latach 90-tych były to główne tematy nad którymi debatował cały sektor grzybów uprawnych. Produkty ChampFood zawierały szerszą gamę surowców niż inne produkty na rynku oraz oferowały inne właściwości uwalniania składników dokramiających, więc producenci byli w stanie uzyskać wyższe plony w późniejszych rzutach oraz lepszej jakości grzyby o dłuższej przydatności do spożycia.

Krótko mówiąc, nowy produkt był doskonałą odpowiedzią na kompost produkowany w tunelach, co w tamtym czasie należało raczej do innowacyjnych koncepcji. Toon był więc kluczowym elementem sukcesu, jaki odniosła nasza firma.” Wraz z krewnym, Gerardem Krolem oraz zięciem, Janem był świadkiem narodzin firmy, która dziś obchodzi już 25 lat swojej działalności.

Vernooij: “Poziom wiedzy fachowej potrzebnej do produkcji dokarmiaczy jest bardzo specyficzny, a Tom posiadał tę wiedzę, on jest jak chodząca baza danych”, a jego zięć dodaje z uśmiechem: “Oficjalnie skończył działalność zawodową w 2000 roku, ale nadal wpada do nas co środę, aby sprawdzić, czy wszystko jest w porządku. Pojawienie się i rozwój produkcji fazy III nastąpiły równoległe do gwałtownej ekspansji firmy ChampFood w latach 90-tych.

“Rozpoczęliśmy produkcję w Eidhoven, aby następnie w roku 1994 przeprowadzić się do Gemert, gdzie ChampFood produkował wyłącznie suplementy. W 2008 roku, wciąż na fali chęci powiększenia naszych możliwości produkcyjnych, przenieśliśmy produkcję do Vierlingsbeek. Gdy zaczęliśmy w 1991 roku, produkcja wyno-

siła 17 ton rocznie. W tej chwili produkujemy 14 ton na godzinę! I tutaj też prawie wyczerpaliśmy nasze ‘pełne’ moce przerobowe” wyjaśnia Jan.

---

‘Od 17 ton rocznie  
do 14 ton na  
godzinę’

---

### Globalny rynek

Rynek suplementów przeszedł zmiany podobne jak rynek produkcji grzybni. W przeszłości producenci spotykali się w klubach studyjnych, często wymieniali się doświadczeniami i było o wiele mniej konkurencji. Większość producentów, którzy przestawili się na fazę III zaczęło także stosować suplementację lub ją zwiększyło. Wyniki mówiły same za siebie, a sprzedaż firmy napędzana była głównie poprzez polecenie jej sobie przez zadowolonych odbiorców. Jan wspomina: “Producenci z początku dodawali worki z suplementem samodzielnie przy pomocy ładowarki czołowej, ale później także kompostownie zaczęły stosować nasze produkty. Firma Walkro (znana później jako Theeuwen) zaczęła jako pierwsza. Z początku istniały pewne obawy o kwestie higieniczne, ale wkrótce zyskaliśmy zaufanie klientów i dopracowaliśmy sposób kontroli dawek. Zmusiło to producentów dokarmiaczy do zmiany strategii handlowej. “W Holandii sprzedawaliśmy kiedyś nasze produkty bezpośrednio pieczarkarniom, podkreślając, że ich stosowanie korzystnie wpłynie na jakość grzybów. Dziś jednak rynek jest silnie skoncentrowany na kontrolowaniu cen, a producenci podłoża stosują suplementy od różnych dostawców, więc producent pieczarek nie wie często, jaki dokładnie dokarmiacz występuje w zakupionym przez niego podłożu”, wyjaśnia Vernooij.

Zagraniczni odbiorcy ChampFood to nadal często pieczarkarze, którzy w dodatku także sami wytwarzają podłoże i to oni podejmują decyzje. “Nasze bogate doświadczenie, także poza rynkiem krajowym, oznacza, że możemy zaoferować więcej naszemu końcowemu odbiorcy i ulepszyć nasz produkt.” dodaje Vernooij. A Baltussen potwierdza: “Znamy osobiście wszystkich naszych końcowych odbiorców więc możemy aktywnie brać udział w dyskusji nad właściwościami naszych suplementów oraz doradzić, jak najlepiej



Siedziba główna firmy w Vierlingsbeek.



▲ Eric Vernooij (po lewej)  
i Jan Baltussen.

z nich skorzystać. Jesteśmy producentem, dystrybutorem i doradcą w jednym i robimy tylko ChamFood, nic więcej.” Według firmy jej udział w globalnym rynku wynosi obecnie około 40%.

### Zmiany

Wzloty i upadki w ostatnim ćwierćwieczu? Jan wzrusza ramionami: “Nie doświadczylismy raczej żadnych gorszych momentów! Rozwój następował stopniowo ale nieprzerwanie, a wprowadzanie nowych produktów i poszerzanie udziału w rynku, to ciągła zmiana. W USA spotykamy czasem firmy na targach, które mówią nam, że ulepszony produkt X pomoże nam w uzyskaniu dodatkowego plonu 1,5 kg z m2 w porównaniu ze starym produktem. Jeśli jednak podsumujemy wyniki, okazuje się, że to daje mnóstwo dodatkowych kilogramów przez lata. My jesteśmy bardziej skromni i pokazujemy bardziej realistyczny obraz tego, czego można oczekiwać, jeśli chodzi o zwiększenie plonowania. Czasem, kiedy istnieje podwyższone ryzyko infekcji lub inne problemy uprawowe, mówimy naszym klientom o ryzyku związanym z suplementacją. Przede wszystkim przecież nie powinieneś jeść lodów, gdy jesteś chory, prawda?” Jan uważa, że przyjscie do firmy Erica Vernooij to istotny zwrot w jej historii. Od 2009 roku, aż do dziś podwoiliśmy nasze obroty, częściowo dzięki zaangażowaniu Erica i możliwościom, które otworzył przed nami nowy zakład produkcyjny. A Eric dodaje: “Klienci liczą się pieniędzmi, a np.

ceny soi bardzo się wahają i w niektórych okresach jest ona dużo droższa, nawet o 30%.”

Jan jest z wykształcenia chemikiem, dlatego koncentruje się bardziej na innowacyjnych rozwiązaniach, ale także na sprzedaży, natomiast Eric ma duże doświadczenie w kompostowaniu, suplementacji i kwestiach związanych z grzybnią oraz okrywą i to on odgrywa dużą rolę jako wizytówka firmy w kontaktach z klientami. A klientom, zdaniem Eryka, brak jest wiedzy na temat różnic między poszczególnymi suplementami i czasem nie potrafią oni sprawdzić, co właściwie kupują. Jan mówi, że przyjscie Erica pozwoliło na lepsze doradztwo na poziomie hali uprawowej. “I tak ostatecznie najwięcej uczymy się od naszych klientów. Identyczny produkt będzie inaczej “zachowywał się” na różnych typach podłoża, ponieważ takie parametry jak jego struktura, wilgotność, temperatura i reaktywność biologiczna wywierają ogromny wpływ na uwalnianie składników odżywczych zawartych w dokarmiaczach. Nasza fachowa wiedza o produkcie sprzężona z informacjami zwrotnymi od naszych klientów na temat ich działania oznacza, że możemy dopasować go tak, aby doskonale spełniał indywidualne potrzeby użytkowników”. Efektem takiego działania jest obecnie produkcja ponad 40 blendów i różne kategorie cenowe. Kolejne wyzwanie dla obu panów to ich osobisty udział w spółce joint-venture z Lambert Spawn America. Przyznają oni, że to czasem wygodne dla ChampFood, jeśli muszą odwiedzić klienta dla firmy Lambert Spawn i odwrotnie. “Nie jest to jednak oczywiście układ jeden do jednego” wyjaśnia Eric. Lambert Spawn Europa BV i ChampFood to dwie osobne firmy, które mają kilku wspólnych udziałowców.

### Jubileusz

Na najbliższą przyszłość Eric i Jan przewidują wzrastające zróżnicowanie wśród suplementów. Nie pojawi się też ich zdaniem żaden pojedynczy, rewolucyjny produkt, będzie za to więcej takich z etykietą produkcji organicznej “EKO” i “BIO”. W tej chwili cieszą się oni już na duże obchody jubileuszowe zaplanowane na 31 maja, w których weźmie udział wielu partnerów biznesowych firmy. W tym samym dniu Christiaens Group zorganizuje dla swoich klientów wycieczkę, która zakończy się w Vierlingsbeek, skąd został również zorganizowany transport dla uczestników kongresu ISMS. “Planujemy fantastyczny wieczór dla wszystkich, jako sposób podziękowania naszym klientom, bez których nigdy nie moglibyśmy wprowadzić ChampFood na rynek” podsumowuje Jan Baltussen.

ChampFood ma nową stronę internetową: [www.ChampFood.com](http://www.ChampFood.com)

Firma jest Brązowym Sponsorem 19 Kongresu ISMS i oczywiście będzie obecna na Holenderskich Mushrooms Days, na stoisku 23. ←