

Persbericht

Plukon breidt eigen Scharrelkipketen met 20% uit.

Wezep, 28 juni 2012 - Plukon Food Group gaat haar Scharrelkipketen verder uitrollen. Hiermee gaat het totale productievolume met zo'n 20% stijgen. Naast de verhoogde consumentenvraag via het supermarktkanaal komt ook de vraag vanuit de industriële klanten goed op gang.

In 2007 heeft Plukon met de Dierenbescherming een nieuw houderijconcept ontwikkeld voor vleeskuikens, bekend onder de naam Volwaard. Met dit eerste diervriendelijke initiatief is ook de basis gelegd voor het Beter Leven logo.

Met deze Volwaard-Scharrelketen is Plukon marktleider met een marktaandeel van rond de 90% van de totale afzet diervriendelijke kip in de Nederlandse supermarkten. Albert Heijn, Jumbo en Plus zijn de belangrijkste afnemers van dit unieke Nederlandse scharrelconcept. In de afgelopen jaren is de Plukon keten uitgegroeid tot meer dan 50 enthousiaste pluimveehouders die hun stallen hebben uitgebouwd naar dit houderijconcept. Naast deze groep staat er een groep van zo'n 50 Nederlandse boeren op de wachtlijst om ook te kunnen starten met duurzame en diervriendelijke houderij.

Door onder andere de acties van "Wakker Dier" ziet Plukon de belangstelling bij supermarktorganisaties en industriële afnemers toenemen. Dit is voor Plukon reden om versneld de groei naar 120.000 kippen door te voeren. De opschaling past in de ambitie van de groep om ook met het scharrelconcept een vooraanstaande positie te verwerven in noordwest Europa. Plukon blijft dan ook actief op zoek naar potentiële afnemers, zowel retailers als industrie, om dit concept te vermarkten en verdere opschaling mogelijk te maken.

Achtergrond

De Plukon Food Group heeft een omzet van circa 1,2 miljard euro, meer dan 4.000 medewerkers 13 productielocaties.

Voor meer informatie kunt u zich wenden tot:
Plukon Food Group, Gerda Zijlstra - marketing manager
Tel: +3138 – 3766777