



INTO FOOD

7 NOVEMBER 2011



ONDERZOEK CONSUMENTEN- TRENDS IN DE SUPERMARKT

De branchegroep Retail van Deloitte heeft haar jaarlijks onderzoek naar consumententrends in de supermarkt gepresenteerd. Met dit onderzoek worden ontwikkelingen in consumentgedrag in kaart gebracht zodat retailers hier met hun bedrijfsvoering op in kunnen spelen.



Hoewel het aantal consumenten dat altijd of soms duurzame producten koopt gelijk is gebleven ten opzichte van het voorgaande jaar, is de gemiddelde besteding per consument toegenomen. Zes op de tien klanten heeft altijd of soms duurzame producten in het winkelmandje liggen. Deze duurzame producten in het winkelmandje liggen. Deze duurzame producten besteden. Dat is ruim 20 procent meer dan in 2010.

Deloitte denkt dat klanten bereid zijn nog meer duurzame producten te kopen. Hoewel de prijs een belangrijk aspect blijft, spelen ook zichtbaarheid en herkenbaarheid van duurzame producten een grote rol. Veel consumenten die zelden of nooit duurzame producten kopen, geven namelijk aan dat zij er eenvoudig niet op letten (74 procent), of het verschil niet weten (47 procent). Volgens Deloitte zullen meer consumenten hun weg naar duurzame producten vinden als aspecten zoals dierenwelzijn, belasting van het milieu en arbeidsomstandigheden duidelijker op de verpakking worden gecommuniceerd.

Bron: websites CBL en Deloitte

Het volledige consumentenonderzoek kunt u downloaden op:

Tweede Beter Eten Congres

In samenwerking met Agro & Co en de Wageningen Universiteit organiseert (Z)LTO op maandag 7 november het Beter Eten Congres. Verspilling in de voedselketen is het centrale thema.

Het congres gaat over voedsel dat beter is voor jezelf, dat de producent de waardering geeft die hij verdient en dat beter is voor de (directe) omgeving en in de meeste situaties ook voor het milieu. "Dat is de reden dat dit jaar het terugdringen van de verspilling op de agenda staat. Overigens zijn veel boeren en tuinders zich al lang zeer bewust van reststromen en de kansen die hergebruik bieden. In de varkenshouderij, de tuinbouw, overal zie ik dit bewustzijn terug", zegt Kees van Heesbeen van (Z)LTO.



De agrofoodsector ziet Beter Eten meer en meer als een overtuigende strategie om de verduurzaming van de voedselkolom te versnellen, waarbij kwaliteit, smaak en veiligheid van de producten voorop staan, maar de positieve effecten op het milieu ook meetellen. Behalve primaire producenten, voedselverwerkers en retailers hebben vertegenwoordigers

van kennisinstellingen en belangenorganisaties hun deelname aan het Beter Eten Congres al toegezegd.

Voor (Z)LTO is het congres een van acties die de achterban stimuleert tot verduurzaming en daarmee aan de doelstellingen die door het platform verduurzaming voedsel zijn geformuleerd op de negen thema's. Jaarlijks wordt in Nederland 'van grond tot mond' 30 tot 50 procent van het voedsel weggegooid, blijkt uit onderzoeken. Dat is niet alleen zonde van het geld, maar ook zonde van het eten. "Dat is de reden om dit jaar voor 'Verspilling in de Voedselketen' en dan vooral aan de zijde van de consument, extra aandacht te vragen", aldus Van Heesbeen.

Het Beter Eten 2011 Congres wordt gehouden op maandag 7 november 2011, van 13.00 – 20.00 uur in het 1931 Congrescentrum van de Brabantshallen in Den Bosch.

Meer informatie over het congres:

INNOVATIEPILOT

Zuiniger met voedsel in de catering

Per jaar wordt door de Nederlandse consument gemiddeld 20% van het gekochte voedsel weggegooid. Het is niet bekend wat er in de contractcateringbranche wordt weggegooid. Ook is niet bekend wat de oorzaken zijn van voedselverspilling in deze branche.

Daarom is de WUR een onderzoek gestart in de contractcateringbranche. Alle Veneca-leden die aan contractcatering doen nemen deel aan dit onderzoek. Het onderzoek is opgebouwd uit drie fasen. Allereerst wordt de voedselverspilling per productgroep in kaart gebracht. Vervolgens wordt gekeken wat de oorzaken van de voedselverspilling zijn. Als laatste worden er oplossingen gezocht en geïmplementeerd. De oplossingen worden met de hele branche gedeeld, zodat alle bedrijven kunnen profiteren van de bevindingen.

Op basis van gedetailleerde inventarisatie van der-

ving kunnen gericht oplossingen worden aangedragen voor het terugdringen van voedselverspilling op locatie. Dit gebeurt in unieke onderlinge samenwerking met ruim 90% van de cateringmarkt in Nederland.

De hele branche werkt samen om voedselverspilling te voorkomen. "Deze samenwerking is uniek te noemen", zegt Veneca projectleider Liesbeth Dirven.

"De deelnemende cateraars doen dit puur uit verduurzamingsbelang. Als er minder eten wordt weggegooid kan men of toe met minder productie of er blijft uiteindelijk genoeg over om de hele wereldbevolking te kunnen voeden. Resultaten van het onderzoek, dat mede door het Platform Verduurzaming Voedsel werd gefinancierd, zullen binnenkort gepresenteerd worden door Veneca en WUR wetenschapper Han Soethoudt.

Nieuwe, goedgekeurde innovatiepilots



INTRODUCTIE PLANTAARDIGE VLEESALTERNATIEVEN IN HET OUT-OF-HOME KANAAL

De beoogde Productpilot heeft tot doel het aanbod van plantaardige vleesalternatieven in het out-of-home kanaal te bevorderen door daar de fysieke en sociale omgeving beter geschikt te maken. Deelnemende bedrijven zijn Albron, Ojah (producent van alternatieven voor vlees en vis), een aantal restaurants en de stichting Natuur & Milieu.

GROOTVERPAKKINGEN VAN HET FAIRTRADE ASSORTIMENT VOOR DE OUT-OF-HOME MARKT

Duurzame producten worden steeds meer gebruikt in het Out-of-Home kanaal. Stichting Max Havelaar, Sodexo en Deli XL nemen het voortouw om te onderzoeken hoe het aanbod grootschaliger kan worden.

ONTWIKKELING VAN EEN DUURZAAM LUNCH-PRODUCT MET INSECTEN

Het cateringbedrijf Appèl wil graag een duurzaam aanbod in de bedrijfsrestaurants. Deze product-pilot wil onderzoeken welk duurzaam concept met insecten qua smaak en uiterlijk het beste aanslaat bij de wensen en eetgewoonten van de gasten in de bedrijfsrestaurants.



GEVARIERED RESIDUVRIJ FRUIT OP HET WERK

Een project van Willem & Drees samen met Sodexo. De aanpak biedt consumenten de mogelijkheid om lekkere, duurzaam geteelde appels en peren

te consumeren en het verhoogt hun betrokkenheid bij het eten en de leefomgeving. Een ketenbreed-project doordat een samenwerking van fruitelers, Willem & Drees als volgende schakel, en Sodexo als aanbieder aan consumenten, gerealiseerd gaat worden.

DUURZAAMHEIDSSCAN VOOR DE FRUITTEELT

De duurzaamheidsscan is enerzijds gericht op het ondersteunen van de telers in het verduurzamen van de teelt en anderzijds is het voor afzetpartijen en consumenten een tastbaar bewijs van een goed en verantwoord product. De vakgroep fruitteelt van ZLTO gaat deze pilot uitvoeren.

MERK VAN HET JAAR

FNLI maakt Merk van het Jaar bekend tijdens Jaarbijeenkomst



In diverse categorieën wordt het Merk van het jaar gekozen: dranken, zuivel en kaas, vers, zoetwaren e.d. Nieuw dit jaar wordt er ook een extra categorie geïntroduceerd, namelijk de 'Grootste maatschappelijke bijdrage'. Dit is de award voor het merk dat in de ogen van supermarktklanten het hoogst scoort op de mate waarin het een bijdrage levert aan de maatschappij. Voor deze award zijn (in willekeurige volgorde) Campina, Bio+, Alpro,

Verkade en Becel genomineerd. Op de Jaarbijeenkomst op 7 oktober werd Bio+ de winnaar van dit laatste genomineerde award. Gezien de actualiteit van dit thema, is het levensmiddelenmerk dat in de ogen van shoppers de grootste maatschappelijke bijdrage levert tijdens de FNLI Jaarbijeenkomst in het zonnetje gezet.



OP ZOEK NAAR INITIATIEVEN

No Waste Network zoekt initiatieven voor No Waste Award

Het Ministerie van EL&I en haar partners willen samenwerking en innovatie op het terrein van voedselverspilling stimuleren. Zij namen daarom het initiatief tot het No Waste Award. Een koppelen daar een prijs aan vast de No Waste Award. Deze award belooft de meest innovatieve samenwerkingen op het terrein van voedselverspilling en wordt maandag 7 november a.s. tijdens het Beter Eten Congres in 's Hertogenbosch uitgereikt.

Het No Waste Network zoekt ondernemers die – in of buiten de eigen keten – samenwerkingsaan gaan om voedselverspilling te verminderen. Innovatieve initiatieven die reeds zijn gestart zijn én die u graag deelt met uw collega's.

Karpathios (chefkok restaurant Vork & Mes) en Toine Timmermans (programmamanager Duurzame Voedselketens – WUR) – beoordeelt de inzendingen zorgvuldig. De winnaar wordt gekozen op basis van hoe vernieuwend de aanpak van het initiatief is, hoeveel minder voedsel er (potentieel) verspild wordt én hoe bijzonder vernieuwend de samenwerking is met ketenpartners.

Wij zoeken nog initiatieven. Heeft u als ondernemers een initiatief dat mee kan dienen naar de No Waste Award? Of weet u een ondernemer met mooie plannen? Meld het initiatief voor 14 oktober 2011 aan via info@nowastenetwork.nl of bel Willemijn Dekker (071-5127707/06-55577644).

Meer informatie over de award en het netwerk vindt u op www.nowastenetwork.nl. Hier vindt u ook het inschrijfformulier.

BUURLANDEN

VERKENNING VAN DIERLIJKE TUSSENSEGMENTEN IN ONZE BUURLANDEN

Groot-Brittannië voorbeeld voor tussensegment vlees en eieren

Een tussensegment slaat in het land meer aan dan in Nederland, blijkt uit een LEI-onderzoek in opdracht van het ministerie van EL&I. De populariteit van het Britse tussensegment is interessant, omdat de Britse aanpak om dierenwelzijn te verbeteren lijkt op de Nederlandse. Zo kent Groot-Brittannië ook standaarden voor dierenwelzijn en kan de consument producten onderscheiden op dit gebied.

In Frankrijk is de aanpak van dierenwelzijn verbetering niet vergelijkbaar. In Denemarken speelt het tussensegment nauwelijks een rol van betekenis, behalve in eieren. Voor de Deense overheid spelen klimaat en volksgezondheid (salmonella's) een belangrijke rol.

De Britse overheid laat dit over aan de markt en de NGO's, zo blijkt uit de studie Buurlanden van dierenwelzijn in de ondiepe buurlanden. De onderzoekers onderzochten het tussensegment in varkensvlees, pluimveevlees en eieren in Denemarken, Duits-

land, het Verenigd Koninkrijk, België en Frankrijk.

In Duitsland en België is het tussensegment nog onontgonnen. Gebrek aan regie lijkt een belangrijke oorzaak. Duitsland heeft een latente markt voor het tussensegment. Dit betekent dat onderzoekers kansen voor Nederlandse export.

RAPPORT TOEKOMST VAN DE VEEHOUDERIJ

'Business as usual' in veehouderij geen begaanbare weg

Begin september presenteerde de commissie Van Doorn haar rapport rond de toekomst van de intensieve veehouderij. Dat rapport, gemaakt in opdracht van de provincie Noord Brabant, gaf als conclusie: de enige weg die je kunt gaan, is de weg van verduurzaming.

volgens is de dialoog gevoerd op het internet, zijn er burgerpanels op pad gestuurd en zijn er gesprekken gevoerd met stakeholders. Volop discussie, en dus beweging. Betrokken partijen, variërend van voerbouwers, tot boeren, verwerkende industrie en retail, zijn zich bewust dat er "iets" moet veranderen. Hoe en wat, daar gaat het nu om, wat wordt de uitvoeringsagenda?

Eind september presenteerde Hans Alders zijn rapport "Van Mega naar Beter", een maatschappelijke dialoog over schaalgrootte en toekomst van de veehouderij.

Het bericht over de presentatie kunt u hier lezen, het volledige rapport van de commissie Alders is hier te downloaden.

De dialoog geeft inzicht in beelden en opvattingen over de Nederlandse veehouderij. Basis daarvoor vormde een representatief publieksonderzoek. Ver-

KLIMAAT NEUTRAAL

CONO Kaasmakers naar klimaat neutrale kaasmakerij



CONO Kaasmakers, een coöperatie met ongeveer 500 veehouders, heeft een haalbaarheidsonderzoek gedaan om tot de bouw van een klimaatneutrale kaasmakerij te komen. Dit onderzoek werd mede ondersteund door het Platform Verduurzaming Voedsel, en werd in samenwerking met Urgenda gedaan.

gericht op het verduurzamen van de keten van koe tot kaas en ijs.

CONO Kaasmakers, bekend van onder meer Beemster kaas, produceert jaarlijks zo'n 28 miljoen kilo kaas. Daarnaast levert CONO Kaasmakers de zuivel die wordt verwerkt in de bekende Ben&Jerry ijsproducten. Samen met Ben&Jerry's wordt gewerkt aan het duurzaamheidsprogramma Caring Dairy dat is

De plannen voor de nieuwbouw zijn inmiddels gepresenteerd aan de Raad van Bestuur van CONO Kaasmakers, en zullen binnenkort aan de leden worden voorgelegd. In die nieuwe kaasmakerij, die een capaciteit heeft van 48 miljoen kilo kaas, wordt verduurzaming toegepast door het gebruik en inzet van biovergisting, zonne-energie, en programma's om watergebruik te optimaliseren, en de stroom afvalstoffen te verminderen.

Wilt u zich aanmelden of juist afmelden voor deze nieuwsbrief? Stuur dan een mail naar: secretariaat@verduurzamingvoedsel.nl