



Wat wil de consument in 2021?

Vind opportuniteiten in trends

Produceren doen we voor de consument. Maar wat wil die consument nu precies? En hoe kan ik wat ik produceer ook effectief verkocht krijgen? Innovatiemanager bij Flanders' FOOD Margaux Leemans licht dé trends in voeding voor 2021 toe. En het blijft niet bij enkel theorie. Via het project CropExplore worden telers en bedrijven samengebracht om ervoor te zorgen dat er echt gericht kan worden geproduceerd.

Liesbet Corthout



Peulvruchten zoals kikkererwten winnen aan populariteit.



Margaux Leemans:

“Mensen zijn zich bewust van de impact die voeding heeft op hun gezondheid.”

Margaux Leemans werkt bij Flanders' FOOD aan de programmalijs *New & Shifting Resources* met focus op de eiwittransitie. “We kijken hier vooral naar alternatieven voor grondstoffen die we vandaag gebruiken. Dat kunnen producten zijn die we hier nog niet kennen, maar bijvoorbeeld ook grondstoffen die we vroeger gebruikten, maar nu niet meer. In onze programmalijs zijn dat overigens niet enkel plantaardige grondstoffen, maar werken we onder andere aan projecten rond microbieel eiwit. Specifiek in het project CropExplore, dat gesteund wordt door het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen (Vlaio), willen we voedingsbedrijven stimuleren om aan de slag te gaan met nieuwe plantaardige grondstoffen. Daarvoor moeten die grondstoffen natuurlijk wel geproduceerd worden en dus zijn er primaire producenten nodig.”

Wat zoekt de consument nu?

Maar hoe weet je nu wat je moet produceren? Margaux licht de belangrijkste trends voor 2021 toe. “In grote lijnen kunnen we vier trends waarnemen. **Transparantie en korte keten**, consumenten weten namelijk graag waar hun voedsel vandaan komt en liefst van dichtbij huis; nutritioneel rijke voeding op maat, zoals voeding specifiek voor sporters of aangepast aan een bepaalde allergie; **duurzame voeding**, geproduceerd met oog voor het milieu; en **plantaardige voeding to the next level**, waarbij het aanbod aan vegetarische alternatieven steeds uit-

gebreider wordt. Concreet zie je bijvoorbeeld dat peulvruchten heel hard in opmars zijn. Denk aan kikkererwten, diverse soorten bonen ... Daarbij is het lokale verhaal heel belangrijk. Bedrijven spelen graag in op die vraag van consumenten. Zeker tijdens de coronacrisis toonde de Vlaming dat hij zijn lokale handelaar steunt. Hij koopt via de korte keten en heeft zo meteen ook zekerheid over waar zijn voedsel vandaan komt. Die transparantie is vandaag belangrijker dan ooit.”

Groter bewustzijn

“Anno 2021 zijn mensen zich steeds meer bewust van de impact die voeding heeft op hun gezondheid”, vervolgt Margaux. Ze kiezen vaker voor functionele voedingsmiddelen zoals algen en andere superfoods, die van nature de nutriënten bevatten waarnaar ze op zoek zijn. Daarnaast verkiezen ze ook producten die aangerijkt zijn met gezonde vetten, of meer vitaminen en mineralen bevatten. Of neem nu kikkererwten. Enkele jaren geleden vond je met moeite een potje hummus in de supermarkt. Nu zitten kikkererwten ook in koekjes, chips ... De markt voor plantaardige producten als alternatief voor dierlijke producten groeit ook gestaag. Zo zie je dat steeds meer vleesbedrijven ook een vegetarisch gamma aanbieden. Maar ook hybride producten, waarbij een deel van het vlees vervangen werd door een plantaardig ingrediënt, zijn al op de markt.”

De wereld bij mij thuis

Minder voedselkilometers en meer lokale teelt is wat de consument wil, maar hij wil zich niet beperken tot typisch Vlaamse gerechten. “Een goed voorbeeld is Belcampi, een Belgisch pastamerk. De pasta wordt gemaakt met dezelfde tarwesoort waarmee de wereldberoemde Italiaanse pasta's worden geproduceerd, maar dan geteeld op Kempense bodem. De consument kan zo een lokaal geteeld alter-

natief kopen voor een basisvoedingsmiddel als pasta. En bij supermarktketen Colruyt vind je ook al enkele jaren Belgisch geteelde quinoa, een graangewas dat oorspronkelijk uit Latijns-Amerika komt maar dat nu ook lokaal wordt geteeld.”

De kip of het ei

“Ik merk dat er heel veel land- en tuinbouwers zijn die op zijn minst interesse hebben om te starten met een nieuwe teelt. Maar er is echt wel begeleiding nodig, want er zijn nog heel wat vragen. Daarom is het goed dat het Innovatiesteunpunt in het kader van CropExplore een lerend netwerk opstart, waar telers elkaar helpen en inspireren, en ze op sleeptouw worden genomen door geëngageerde voortrekkers. Door te leren van voorbeelden en ervaringen te delen, krijgen nieuwe teelten bij ons echt een kans. Het is ook het verhaal van de kip of het ei. Boeren willen niet zomaar met een nieuwe teelt starten, zonder dat ze zekerheid hebben dat verwerkers er iets mee willen doen. En verwerkers staan zeker open voor lokale grondstoffen, maar dan moet er genoeg product beschikbaar zijn. We gaan nu proberen die schakels in elkaar te haken door beide partijen met elkaar in contact te brengen. Overigens is het niet enkel de consument die op zoek gaat naar duurzaam geproduceerde voeding. Ook de overheden willen hier actief op inzetten. Passend in de Europese *Farm to Fork*-strategie kondigde Vlaams minister van Landbouw en Voeding Hilde Crevits onlangs de Vlaamse voedselstrategie aan, waarin gefocust wordt op lokale, gezonde en duurzame voeding met aandacht voor eiwitdiversificatie.” ■




Jana Roels

innovatieconsulent Klimaat, sluiten van kringlopen & voedselverliezen
jana.roels@innovatiesteunpunt.be

Stap mee in ons lerend netwerk

Flanders' FOOD onderzocht in het kader van het project CropExplore de vraag naar nieuwe gewassen voor humane consumptie. Het Innovatiesteunpunt was vooral geïnteresseerd in de gewassen die ook lokaal kunnen worden geteeld. Daarbij horen veel eiwitrijke gewassen zoals peulvruchten, maar ook (pseudo-) granen en knollen. Het doel van een lerend netwerk is om met een kleine groep gelijkgezinde land- en tuinbouwers aan onderlinge kennisdeling te doen en te leren van experts, mogelijke afnemers en gastsprekers.

Thema's die tijdens dit lerend netwerk rond nieuwe teelten aan bod kunnen komen: het opzetten van een nieuw verdienmodel en vermarkting; afzet, prijsbepaling, bewaring; teelttechnische sessie door iemand van een praktijkcentrum; sessie rond opzetten van een samenwerking (bijvoorbeeld coöperatie) of zakenrelatie.

 De eerste sessie vindt begin maart plaats. Interesse om deel te nemen aan dit lerend netwerk? Laat het me dan weten via bovenstaand e-mailadres.

“We hebben interesse in gewassen die ook lokaal kunnen worden geteeld.”