

# Ondernemen in innovatie

Foto: JayWalkers

Nieuwsbrief van het ministerie van LNV



## Inhoud

nummer 16 • april 2007

- 1 De V van Voedsel
- 2 "LNV en VWS vullen elkaar goed aan"
- 3 "Gezondheid is een trend"
- 3 Korte berichten
- 4 Wat gaan we eten?
- 5 TNO op koers
- 6 Gezond én eetbaar
- 7 Meer uit een ei halen
- 8 LNV in bedrijf

## De V van Voedsel

"Als het aan mij ligt, ziet u mij over vier jaar niet langer alleen als de minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, maar net zo gemakkelijk als de minister van Voedsel, Natuur en dus ook Landbouw (...) Ik heb de V van LNV als één van de speerpunten van mijn beleid gekozen."

Aldus minister Gerda Verburg op 27 maart in een toespraak op het *Well Being Food Congres* van het Centraal Bureau voor Levensmiddelenhandel (CBL). Ze zet daarmee de naamsverandering (sinds kabinet Balkende II) volop in de schijnwerpers. Voedselkwaliteit is dan ook één van de belangrijkste doelstellingen van het kabinet Balkenende IV.

### Samen optrekken

Eén van de aspecten van voedselkwaliteit is gezond voedsel. Bijna de helft van de volwassen Nederlanders kampt met overgewicht. Daarnaast komt de 'ouderdomssuikerziekte' steeds vaker voor bij jongeren. De gezondheidsproblematiek is omvangrijk en divers. Vandaar dat de verschillende departementen meer dan ooit samen optrekken. Zo gaven de ministeries van LNV en VWS gezamenlijk aan verschillende onderzoeksinstituten opdracht om de 'uitdagingen voor onderzoek' naar voeding en gezondheid op een rijtje te zetten. Het eindrapport 'Wat gaan we eten?' werd begin april gepresenteerd (zie de pagina's 2 en 4).

### Food & Nutrition Delta

Ook het bedrijfsleven neemt verantwoordelijkheid voor het gezonder maken van ons voedsel. De stichting Food & Nutrition Delta, een conglomeraat van bedrijven, maakt zich sterk voor 'het ontwikkelen van innovatieve, nieuwe of verbeterde voedingsmiddelen' (pagina's 6 en 7). LNV ondersteunt dit initiatief en streeft daarbij naar een gerichte inzet van kennismiddelen. Zo coördineert het ministerie de Kennisarena Voeding (pagina 5), een platform van grote onderzoeksinstituten. De inzet: onderzoek beter laten aansluiten bij vragen in de samenleving.

Deze nieuwsbrief wordt verspreid onder overheden, onderzoeksinstituten, maatschappelijke organisaties, bedrijven en andere belanghebbenden die met innovatie te maken hebben.

Nieuwe abonnees kunnen zich aanmelden bij [D.Rijnen@minlnv.nl](mailto:D.Rijnen@minlnv.nl)

Zie verder pagina 2 >>

Eén van de meest gestelde vragen in de Nederlandse huishoudens: wat gaan we eten? Het aanbod is gigantisch. Maar is ons voedsel ook gezond? En zo ja, hoe zorgen we ervoor dat consumenten die producten ook kopen? Vragen die centraal staan in het onlangs gepresenteerde onderzoeksverslag *Wat eten we vandaag?* Een gesprek hierover met de twee 'opdrachtgevers', de DG's Hans de Goeij (VWS) en Renée Bergkamp (LNV).

## “LNV en VWS vullen elkaar goed aan”

De behoefte aan gezond voedsel neemt toe. Zo'n 10% van de jaarlijkse sterfte is gerelateerd aan een 'ongunstige voedingsamenstelling' en 5% aan overgewicht. Een groot probleem dus. LNV richt zich voornamelijk op de productie en de kwaliteit van voedsel. VWS richt zich vooral op de veiligheid van het voedsel tot op het bord van de consument en op een gezonde levensstijl. Een interessante én noodzakelijke mix. “Gezondheid begint bij gezond eten en voldoende bewegen”, zegt Renée Bergkamp. “We moeten aan de ene kant zorgen voor gezonde, veilige en kwalitatief goede producten. Aan de andere kant moeten we proberen het gedrag van mensen te beïnvloeden. LNV en VWS vullen elkaar goed aan. We kijken allebei naar de hele voedselketen, maar we leggen daarbij andere accenten.”

Zo wil LNV voedselproducenten stimuleren om hun producten gezonder te maken. Daarnaast wil het de informatievoorziening aan de consument ondersteunen, hen met keurmerken verleiden om duurzame producten te kopen. VWS sluit zich daarbij aan. Hans de Goeij: “Wij benadrukken vooral het belang van een evenwichtige opname van verschillende

voedingsstoffen. En we moeten het mensen gemakkelijk maken om gezonde producten te kiezen. Het is prettig om daarbij samen op te trekken met LNV. Twee weten meer dan één.”

### Niets nieuws

Terug naar het onderzoek. Het doel was de toekomstige onderzoeksbehoeften in kaart te brengen (*zie kader en pagina 4*). Leidde het tot opzienbarende resultaten? Bergkamp: “Ons voedsel is nog nooit zo veilig geweest, maar dat betekent niet dat het automatisch ook gezond is. Dat is natuurlijk niets nieuws, maar het is goed om het nu expliciet op de onderzoeksagenda te zetten. Het blijkt moeilijk om mensen te beïnvloeden. Misschien moeten we onze pijlen meer richten op het aanbod, op gezonde producten. Dat betekent in elk geval meer transparantie bij voedselproducenten. Maak het leuker en spannender!”

De Goeij is het daarmee eens. “Het onderzoek laat zien dat we in Nederland op het terrein van gezonde en veilige voeding veel doen; door de onderzoeken beter op elkaar af te stemmen, kunnen we nóg beter scoren. Wel zie ik nog de nodige witte vlekken op het snijvlak tussen de *opname* en het *verbruik* van energie in voedsel. Ik pleit dan ook voor meer gericht voedingsonderzoek naar die samenhang. Daarbij moet ook de sociale omgeving van de consument worden betrokken.”

### Jong geleerd...

Opvallend in het onderzoeksrapport is de sterke focus op kinderen. Jong geleerd is oud gedaan. De Goeij: “Het is van belang om direct vanaf de geboorte - en zelfs al tijdens de zwangerschap - aan een goed en gezond voedingspatroon te werken. Wij noemen dat de 'genetische en sociale inprenting'. Daarom bevorderen we steeds meer het geven van borstvoeding; een groot deel van de moeders stopt al na één maand. Nog een wereld te winnen dus. We moeten niet slordig en onverschillig omspringen met kinderen, ons menselijk kapitaal!”

Bergkamp vult aan: “Kinderen zijn de volwassenen van de toekomst. En meer dan vorige generaties kampen ze met overgewicht. Velen hebben gebrek aan beweging en buitenlucht. Bovendien weten ze niet meer waar voedsel vandaan komt. Eieren en melk komen volgens hen uit de winkel, niet van de boerderij. We hebben ook wat dat betreft nog een lange weg te gaan.”

Voor meer informatie: [www.minvws.nl](http://www.minvws.nl) en [www.minlnv.nl](http://www.minlnv.nl)

### De vijf belangrijkste aanbevelingen

1. Versterken van samenwerking en samenhang in het onderzoek
2. Preventie van chronische ziekten (vanuit de doelgroep kinderen)
3. Verbetering kwaliteit van leven (vanuit de doelgroep ouderen en patiënten)
4. Ondersteuning van een gezond voedingspatroon (vanuit de groepen met een lage sociaal-economische status)
5. Onderbouwing en monitoring van de gezondheidswaarde van voedsel

Op *pagina 4* gaan we dieper in op het onderzoek.



## “De volgende grote trends worden ‘duurzaamheid’ en ‘dierenwelzijn’”

### “Gezondheid is een trend”

“Voeding en voedsel staan in de schijnwerpers. Gezondheid en voedselkwaliteit zijn de grote thema's, met overgewicht aan kop. Het Voedingscentrum geeft invulling aan de rol van de overheid op dit gebied, als onafhankelijke stichting die wordt gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Het gaat hierbij om drie rollen. In de eerste plaats is in de wet geregeld dat de consument recht heeft op informatie. Daarvoor kunnen consumenten bij ons terecht. In de tweede plaats is het de rol van de overheid het inzicht in de kwaliteit van voedsel te vergroten en te stimuleren dat mensen gezond en veilig eten. Wij geven daaraan invulling door te waarschuwen voor risico's, praktische adviezen te formuleren en campagnes te voeren. In de derde plaats heeft de overheid een rol bij de aanbodzijde. Daarom werken wij intensief samen met het bedrijfsleven, de wetenschap en de politiek.

Bij het vervullen van deze rollen hebben wij de positie en de ambitie om het maatschappelijke 'vliegwiel' aan te drijven. Doel is alle actoren, professionals én individuele burgers uit te dagen hun gedrag aan te passen om zo het gewenste effect te bereiken. Daar ligt ons 'ondernemerschap'. Door campagnes en bijvoorbeeld door activiteiten voor het onderwijs zetten we onderwerpen op de kaart en zetten we consumenten aan tot

ander en bewuster eet- en koopgedrag. Zo helpen we de vraag te creëren naar andere producten. Aan de andere kant gaan we de dialoog aan met de voedingsmiddelenindustrie. We stimuleren hen om producten te verbeteren en marktkansen te grijpen.

Deze tweeledige aanpak blijkt te werken. Gezondheid is in voedselland een grote trend. Steeds meer consumenten kopen bewust gezondere producten en hebben daar in toenemende mate geld voor over. Producenten springen daar weer op in. De kunst is 'gezond', 'gemak' en 'lekker' te combineren; denk aan de voorgesneden, lang houdbare saladeverpakkingen.

De volgende grote trends worden 'duurzaamheid' en 'dierenwelzijn'. Het Voedingscentrum gaat de consument dit jaar aanzetten tot een bewustere keuze op deze thema's. Ook deze trends gaan geweldige marktkansen bieden. De uitdaging is om producten met meerwaarde herkenbaar te maken (bijvoorbeeld met merken) en laagdrempelig (door een aantrekkelijke prijs). En wellicht ook om producten te introduceren in het segment tussen regulier en biologisch geproduceerd in. Zo 'onderneemt' het Voedingscentrum met en voor u. We gaan de dialoog ook graag met u aan!”

Yvonne van Sluys, directeur Voedingscentrum

[www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl)

## Korte berichten

### BioBites

Biologische broodjes, melk, vleeswaren en fruit op school kopen? Dat kan vanaf 18 april in de kantines van 26 middelbare scholen in Noord-Holland. Het gaat om een proef om te achterhalen hoe we jongeren kunnen stimuleren om biologische producten te kopen. De proef richt zich op zo'n 80.000 scholieren en duurt tot 2007. Meer info: [www.biobytes.nl](http://www.biobytes.nl).

### Smaaklessen

Proeven, ruiken, voelen en kijken. Dat kan met het lesprogramma Smaaklessen. Met al hun zintuigen verkennen kinderen het dagelijks eten. Ze beleven het voedsel. Het lesprogramma is geschikt voor de groepen 1 tot met 8. Achterliggend doel is dat jongeren zich interesseren voor voedsel. Zodat ze bewuste keuzes (kunnen) maken. Meer info: [www.smaaklessen.nl](http://www.smaaklessen.nl).

De overheid moet de komende jaren vol aan de bak met de onderwerpen Voeding en Gezondheid. Om die taak voortvarend op te pakken, is een goede kennisbasis noodzakelijk. Vandaar dat in 2005 het initiatief werd genomen voor programmeringstudie Wat gaan we eten? Een studie naar waar het onderzoek (vanuit de overheid) zich op moet richten.

## Wat gaan we eten?

Het onderzoek is een initiatief van de ministeries van LNV en VWS. Aanleiding was het alsnog ongezond worden van de Nederlandse bevolking - met hoge maatschappelijke kosten tot gevolg. Om de overheidsinspanningen goed te richten, is het belangrijk dat de verschillende departementen, onderzoeksinstituten en maatschappelijke organisaties hun kennis bundelen. Een grote lappendeken die het hele veld bestrijkt. Wageningen UR pakte de handschoen op, samen met TNO, RIVM en ZonMw (gezondheidsonderzoek en zorginnovatie).

### Kinderen

Interviews, workshops, bureau studies. Alles werd uit de kast gehaald om de kennisbehoefte in kaart te brengen. De onderzoekers concluderen dat een grootschalige, maatschappelijke gedragsverandering met betrekking tot voeding alleen op lange termijn mogelijk is. Vergelijk het met de antirookcampagne, ook een traject met een lange adem. Het is zaak nu alle kennis te ordenen, aan te vullen én te richten, zodat we straks met zijn allen gezond(er) eten.

De onderzoekers komen met een vijftal aanbevelingen, concrete onderzoeksbehoeften (zie kader pagina 2). De eerste heeft betrekking op de samenhang en afstemming van onderzoek. Vrijwel alle universiteiten en hogescholen zijn actief op het gebied van voeding en gezondheid, alleen vaak te versnipperd en geïsoleerd van elkaar. Twee: de grote uitdaging op dit moment is de preventie van chronische ziekten. Door de focus daarbij vooral op kinderen te richten, voorkomen we ziekten op latere leeftijd.

### Ouderen

Nederland vergrijst. De onderzoekers concluderen dat we nog veel kunnen doen om de kwaliteit van het leven van ouderen te verbeteren. Zodat ze tot op hoge leeftijd zelfstandig kunnen blijven wonen. Aanbeveling vier: meer kennis vergaren over de ondersteuning van een gezond voedingspatroon bij de lagere sociale klassen. Het laatste punt dat de onderzoekers eruit lichten is de gezondheidswaarde. In grote lijnen lijkt er duidelijkheid te bestaan over gezonde producten, maar een goede onderbouwing daarvan ontbreekt. Wanneer is een product 'gezond' genoeg?

Volgens de onderzoekers is het aan de overheid om met gericht beleid te komen om bovenstaande aanbevelingen op te pakken. Ze definiëren deze als kansen. Ons onderzoek staat (internationaal gezien) op een hoog peil, we hebben een goede kennisinfrastructuur en de Nederlandse voedingsindustrie heeft een vooraanstaande positie in de wereld. Kortom, de randvoorwaarden zijn aanwezig. Aan de slag!

Voor meer informatie: [www.afsg.wur.nl](http://www.afsg.wur.nl) en [www.zonmw.nl](http://www.zonmw.nl)

### We eten ongezond

Slechts 1,8% van de Nederlandse bevolking voldoet aan alle voedingsrichtlijnen. Zo ligt de groenten- en fruitconsumptie ver beneden de gewenste hoeveelheid en krijgt vrijwel niemand genoeg vezels binnen. De richtlijnen worden opgesteld door de Gezondheidsraad, een wetenschappelijk adviesorgaan van de regering. Ze zijn vooral gericht op de preventie van chronische ziekten die in verband worden gebracht met voedsel, zoals overgewicht, hart- en vaatziekten, diabetes en kanker.



Het vorige kabinet concludeerde dat grote onderzoeksinstituten meer vraaggericht moeten werken, dieper moeten wortelen in de samenleving. Het BTG-traject werd geïntroduceerd: de Brugfunctie TNO en Grote Technologische Instituten. Rond een twaalftal thema's formeerde het kabinet zogenoemde kennisarena's. LNV werd trekker van de arena Voeding.

De kennisarena's zijn platforms waarin bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties, overheid én kennisinstellingen met elkaar praten over de kennisbehoefte. De tijd is voorbij dat grote onderzoeksinstituten hun eigen agenda bepalen. Waar heeft de maatschappij behoefte aan? Om die vraag moet het draaien. Alleen zo kunnen we als Nederland kennisland optimaal anticiperen op de wereldeconomie.

TNO is een belangrijke speler binnen de arena Voeding. Heeft het instituut niet het gevoel dat het een beetje aan banden wordt gelegd? "Helemaal niet", reageert Niek Snoeij, directeur Markt van TNO Kwaliteit van Leven. "Er is niks mis met scherper luisteren naar de samenleving en naar onze opdrachtgevers, de ministeries. Zo weten we wat er van ons wordt verwacht, wel zo prettig. Ik heb liever te maken met een overheid die zich betrokken toont, dan één die weinig van zich laat horen."



### Obesitas

Snoeij ziet de kennisarena Voeding als een goede zaak. Zo kunnen TNO en andere kennisinstellingen hun kennis meer bundelen en gericht inzetten. "Kinderen worden steeds dikker. Frisdrank, slecht ontbijten, weinig beweging. Obesitas dreigt epidemische vormen aan te nemen. Een prima aanleiding om het onderzoek in de volle breedte opnieuw te 'ijken'. Eens in de tien, twintig jaar krijgen we te maken met zo'n koerswijziging. Met de Voedingsarena breekt de overheid met het verleden. LNV en andere ministeries zetten nu kaders neer, waar kennisinstellingen en onderzoeksbureaus als TNO zich op kunnen richten."

Bijkomen effect is volgens Snoeij dat de relevantie van het onderzoek toeneemt. Het krijgt weer (meer) gezag en draagvlak. "Niet dat we in het verleden alleen maar met losse flodders schoten en er niet naar ons werd geluisterd. Maar het is goed te weten aan welk soort onderzoek de maatschappij behoefte heeft. Die input is meer dan welkom. We krijgen zo een bredere focus, waarbij zowel voor de maatschappij als het bedrijfsleven aandacht is."

### Wat gaan we eten?

Binnen de context van de kennisarena komt ook Wat gaan we eten? voort. TNO participeerde daarin. Senior Adviseur Cootje van Zandvoort: "Op grond van deze studie zijn een vijftal concrete adviezen gedaan aan de ministeries. Belangrijk voor ons is de vraag: wat voor onderzoek moet je doen om een bepaalde gezondheidsclaim te kunnen onderbouwen? Het rapport biedt daarvoor aanknopingspunten." Bijkomend effect: de studie 'dwong' verschillende grote instellingen met elkaar samen te werken. Zó wil de kennisarena Voeding het toekomstig onderzoek dan ook inrichten.

Snoeij: "Dat is wel het meest spannende van zo'n arena: als onderzoeksinstituten de handen ineenslaan. Er is wat dat betreft nog een wereld te winnen. In een klein land als Nederland kunnen we het ons niet permitteren dat er overlap is. Hier ligt een gezamenlijke opgave: onze kennisprogrammering beter op elkaar afstemmen." Snoeij verwijst naar de Food & Nutrition Delta. Ook een voorbeeld van hoe het móet. Maar de nieuwe, integrale aanpak vraagt ook iets van de overheid. "De ministeries moeten visie tonen, visionair zijn. Meer dan ooit moeten de ministeries laten zien waar we als samenleving heengaan, de koers uitzetten en het proces faciliteren."

Voor meer informatie: [www.tno.nl](http://www.tno.nl)



Dé leidende innovatieregio van Europa! Dat is de inzet van de stichting Food & Nutrition Delta, een consortium van foodbedrijven. New business development in de volle breedte van de voedingsmiddelenindustrie. Voeding als genotsproduct is daarbij het adagium van directeur Kees de Gooijer. “Gezonde producten moeten wél lekker zijn, anders koopt niemand ze.”

## Gezond én eetbaar

De agro-foodsector is een van de belangrijke pijlers onder de Nederlandse economie. Met 600.000 werknemers staat de bedrijfstak garant voor 10% van het Bruto Nationaal Product (BNP) en 20% van de export. Het doel is die leidende positie uit te bouwen. De hefboom daarvoor is de Food & Nutrition Delta; een organisatie van bedrijven die door open innovatie geen nieuwe producten ‘verzint’, maar bestaande voedingsmiddelen helpt innoveren. Naar de wensen van de markt.

### Eetbaar

Die laatste toevoeging is volgens De Gooijer essentieel. “We zijn voor de start, in november 2004, begonnen door ‘gewoon’ naar de consument te kijken. Wat wil die? Wat missen ze in de schappen van de supermarkt?” Daarop formuleerden we onderzoeksvragen. Vanuit die kennis ontstaan nu innovatieprojecten. En allemaal hebben ze tot doel te komen tot producten die ook daadwerkelijk verkocht worden, producten die ‘eetbaar’ zijn in de ogen van de consument. De stichting werkt het liefst met bedrijven die bij elkaar in de buurt zijn gevestigd. Korte lijnen. De Gooijer: “Dat werkt het beste. Niet omdat het allemaal nu zo leuk en gezellig is, maar omdat met name MKB-ondernemers uit dezelfde buurt elkaar kennen en vertrouwen. Twee Drenten praten gemakkelijker met elkaar dan een Zeeuw en een Drent. En daarna de resultaten uitrollen, op Europese schaal.”

### Groeimarkt

Het gaat goed met het consortium van foodbedrijven. Gezondheid blijkt inderdaad de groeimarkt te zijn, zoals vier jaar geleden werd voorspeld. De vraag naar vet-, zout- of suikerarme producten overstijgt de verwachtingen. De Gooijer: “Laatste sprak ik iemand uit de directie van Ahold. Die wist mij te vertellen dat de verkoop van vers geperste sappen nu al 1% van de totale omzet van de Albert Heijns vormt! Iets soortgelijks gaat op voor producten met het ‘kies bewust’ keurmerk: die omzet groeide vorig jaar maar liefst 23%.”

De Gooijer prijst de inzet van de regering die het aandurfde in te zetten op ‘gezond’. “Daarmee is Nederland het eerste Europese land waar de regering dit zo sterk uitdraagt en ondersteunt. We lopen voorop in Europa, en dat hoort ook zo!” De directeur blijft ondersteuning zoeken bij de departementen. Hij hoopt binnenkort aansluiting te krijgen bij de Groene Kenniscoöperatie, het door de overheid gefinancierde samenwerkingsverband van ‘groene onderwijsinstellingen’. Om kennis te vergaren én om tijdig in te spelen op het toekomstig personeelstekort in de branche.

### Koken met moleculen

“Ik denk dat we veel voor elkaar kunnen betekenen. Toen we op Wageningen Universiteit een hoogleraar moleculaire gastronomie uitnodigden voor een gastcollege, haalden we alle kranten. Iedereen vond het spannend: ‘koken met moleculen’. Food is zo’n mooi vak, maar je moet het laten zien. Studenten moeten het ervaren. En zeg nou zelf: we zijn de bouwers van het fundament van goede gezondheid. Samen met de Groene Kenniscoöperatie kunnen we dat!”

Voor meer informatie: [www.foodnutritiondelta.nl](http://www.foodnutritiondelta.nl)



## Meer uit een ei halen

Eén van de projecten van Food & Nutrition Delta: het ‘gezondheidsei’. Nee, het is een gewoon ei. Het nieuwe: we halen er gewoon meer uit, met technologische snufjes. Het eiwit bevat meer gezonde bouwstenen dan we denken. Het einde van het ei als bulkgoed? Een gesprek met Jos Nelissen van Globus-ei. “Het verlaagt de bloeddruk.”

De weg was lang. Al in de jaren negentig dachten Nelissen en een aantal collega’s na over hoe ze hun producten meerwaarde konden geven. Zo ontwikkelden ze een palletiser; een speciale machine waarmee eieren met zo min mogelijk beschadiging gestapeld konden worden. Hierop volgde een verdere stroomlijning van het logistieke traject. Maar de echte plus ontbrak nog.

### Spijsvertering

Totdat de ondernemer beseftte dat om echt te innoveren, hij beter naar het bestaande product moest kijken. “Want dáár liggen de kansen”, vertelt hij. “We bestudeerden de literatuur over de gezonde stoffen in eieren. En wat bleek? Het ei zit er vol mee!” Nelissen en co gingen vervolgens met die onderzoeken aan de slag; was het in de praktijk hard te maken? De experts wezen inderdaad op de actieve bestanddelen die voedingsmiddelen kunnen verrijken. Maar daarmee waren ze er nog niet. Want hoe realiseren dat ze ook werkzaam zijn? Onze spijsvertering breekt immers de meeste bestanddelen af.

### Filteren

Nelissen: “We halen die stoffen nu uit het eiwit. De moeilijkheid is de actieve ingrediënten, zogenoemde peptiden, uit het eiwit te isoleren. En die zo aan te passen dat het menselijk lichaam ze opneemt.” Een moeizaam proces dat heel wat laboratorium uren vergde. Samen met gerenommeerde kennisinstellingen kreeg Nelissen het onder de knie. De stukjes uit het eiwit, de bio-actieve peptiden, overleven nu de spijsvertering en doen hun werk.

Dat komt er in het kort op neer dat ze de groei van een enzym remmen, waardoor de bloeddruk wordt verlaagd. Een mooi resultaat, waarvoor hij een octrooi aanvraag. Hiermee zette Nelissen een spin-off op voor de doorontwikkeling: Newtricious. Samen met een groot Nederlands voedingsmiddelenconcern en kennisinstellingen startte hij een nieuw project. “Doel is nu de bio-actieve peptiden in concrete voedingsmiddelen te verwerken. Dat we nu al zover zijn, is fantastisch!”

### Onmisbaar

Dat alles was niet mogelijk geweest zonder hulp van de Food & Nutrition Delta, onderstreept Nelissen. “Een onmisbare factor. Dit zijn trajecten waar bijna geen andere bedrijven aan beginnen. Vier, vijf jaar ontwikkeltijd zijn zo voorbij. Het is risicovol en kostbaar. De ‘Delta’ zag brood in dit miljoenenproject. Bovendien brachten ze ons in contact met verschillende partijen. Zo kwamen we ook in contact met andere innovaties. Ik merk dat het innovatieve klimaat in de foodsector verandert. Ik voel een positieve flow! Die moeten we vasthouden!”

Voor meer informatie: [www.globus-ei.nl](http://www.globus-ei.nl)



In het InnovatieBeraad werken de drie directies Industrie & Handel, Landbouw en Kennis nauw samen. Elke maand presenteren ze op deze plek de meest actuele ontwikkelingen.

## LNV in bedrijf

### Directie Kennis in bedrijf

#### Diervoeder

De kennisbehoefte en kennisvragen die leven bij het diervoederbedrijfsleven zijn in 2006 in kaart gebracht, in opdracht van LNV. Daarbij werden naast bedrijven die in de productieketen van dierlijke producten (in)direct met diervoeder te maken hebben ook maatschappelijke organisaties, onderzoeksinstituten en de overheid betrokken. Dit leidde onder meer tot het voornemen om kennisvragen die bij bedrijven leven samen met LNV te beantwoorden. Om deze samenwerking vorm te geven nodigden Directie Kennis en Directie Voedselveiligheid en Diergezondheid het bedrijfsleven uit om voorstellen voor onderzoeksprojecten in te dienen. Op het gebied van diervoederonderzoek is dit een nieuwe aanpak. Daarom wordt in eerste instantie gestart met twee pilotprojecten. LNV stelt hiervoor in het kader van beleidsondersteunend onderzoek in totaal een bedrag van € 165.000,- beschikbaar. Het bedrijfsleven legt eenzelfde bedrag bij. Eind 2007 wordt deze aanpak geëvalueerd en moet blijken in hoeverre een meer structurele samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven op het gebied van diervoederonderzoek mogelijk en wenselijk is.

met 20% en de bijdrage die duurzame energie daaraan kan leveren. Aangezien voedsel en bio-energie vaak dezelfde grondstoffen gebruiken, kan er een spanning tussen voedsel en energie ontstaan. Voorafgaand aan de bijeenkomst organiseerde het platform drie paneldiscussies en hield het een enquête onder consumenten. 60% van de ondervraagden vindt het belangrijk dat biobrandstoffen als alternatief voor fossiele brandstoffen worden ingezet, 27% twijfelt door de mogelijke nadelen. Het Consumentenplatform deed een aantal concrete aanbevelingen. Het pleit voor een gecontroleerde ontwikkeling van bio-energie. Certificering van biobrandstoffen is daarbij noodzakelijk. Verder pleit het platform voor investeringen in onderzoek en innovatie naar bio-energie in Europees verband. De aanbevelingen van het LNV Consumentenplatform zijn input voor de ontwikkeling van duurzaam energiebeleid in Nederland (energietransitie). En specifiek voor de inzet van biomassa voor bio-energie, chemie en materialen, de 'bio-based economy', waarin LNV een trekkersrol heeft.

Voor meer informatie: [g.j.greutink@minlnv.nl](mailto:g.j.greutink@minlnv.nl)

Voor meer informatie: [i.m.mouthaan@minlnv.nl](mailto:i.m.mouthaan@minlnv.nl)

### Directie Industrie & Handel in bedrijf

#### Voedsel versus (bio)energie

Het Consumentenplatform van het ministerie van LNV boog zich onlangs over het thema 'voedsel versus (bio)energie, een dilemma?' Een actueel onderwerp gezien de recente afspraken in Europees verband over de vermindering van CO2 uitstoot

#### Toezending, opmerkingen of vragen

Dit is een nieuwsbrief van het ministerie van LNV. U kunt zich op deze nieuwsbrief abonneren door uw naam, functie, organisatie(-onderdeel), e-mail adres en postadres door te geven aan de Service Unit Innovatie: [D.Rijnen@minlnv.nl](mailto:D.Rijnen@minlnv.nl). Ook voor vragen of opmerkingen over deze nieuwsbrief kunt u dit e-mailadres gebruiken. Of bel naar de Service Unit Innovatie tel. 070 - 378 48 47. Voor alle overige innovatievragen: [innovatieunit@minlnv.nl](mailto:innovatieunit@minlnv.nl).

#### Archief op Internet

U kunt oudere nummers van deze nieuwsbrief lezen op de website van het Ministerie van LNV: [www.minlnv.nl](http://www.minlnv.nl) (rubriek publicaties/periodieken).



**landbouw, natuur en  
voedselkwaliteit**

#### Colofon

Hoofdredactie:  
Helmy van Erp, LNV  
Productie en realisatie:  
Communicatiebureau Textuur, Tilburg  
Vormgeving:  
Jaywalkers, Tilburg  
Drukker:  
Drukkerij Groels BV  
Redactie-adres:  
Nieuwsbrief Ondernemen in innovatie  
T.a.v. Corrie van Zundert (coördinatie)  
Postbus 20401, 2500 EK Den Haag  
Tel. 070 - 378 48 47