



DUURZAME PRODUCTIELIJNEN

- CEES-JAN ADEMA
- DUURZAME VOEDSELPRODUCTIE
- PEELPIONIERS
- DUURZAME RIJST
- NETCONGESTIE



Duurzaam desinfecteren



simpel
desinfecteren.nl

Je hebt geïnvesteerd in het verduurzamen van je productielijnen.

Met Nocotech desinfectie maak je dat duurzame plaatje compleet! Waarom? Heel simpel:

- 1 Geautomatiseerd desinfecteren;** er worden geen fouten gemaakt en jouw personeel kan op andere plekken worden ingezet.
- 2 Minimale chemie** dankzij de zeer lage dosering (bijv. 1 ml./m³).
- 3 Minder waterverbruik** omdat er geen residu achterblijft; er hoeft dus niet te worden nagespoeld.
- 4 Productiematerialen gaan langer mee** omdat de droge damp materialen niet aantast.
- 5 Geen chemie in afvalwater** omdat de ionen oplossen in de lucht.



Beheerst u uw microbiologische risico's? Onderstaande bedrijven wel!



Mooijer Volendam / Lou Snoek Sushi RAN Poppies FrieslandCampina Beyond Meat Piet de Wit Snacks Vivera
Zweistra Vlees en vleeswaren Koelewijn's Haringinleggerij Compaxo W&G Ede Vleescentrale van der Horst
ZG Slicing Lisse Ruitenburg Ter Beke Groep Neptunus Seafood ZG Slicing Nieuw Vennep Zijdenbos Peridot Food
Quik's Potato Products Hogeslag-Olst Dutch Bakery Group Chateau Briand Qizini Nive Interovo
Amazing Daily Cuisine StarCuisine VS Apple Industries Pali Group Kaas-Pack Holland ExpertCheese Farm Pack
Boermarke Vion Obela Florentin Noordzee International Van der Plas Sprouts Kitchen on a Mission
Mora Snacks Platvis Edam Lau van Haren Logistics & Coldstores

en nog vele anderen

www.simpeldesinfecteren.nl

Van de hoofdredacteur

TOEKOMSTMUZIEK

Soms, als ik 's morgens mijn krant lees, word ik wanhopig. De problemen zijn zó groot. Dan krijg ik buikpijn van de berichten over de klimaatverandering, ontbossing en vermindering van de biodiversiteit. Word ik sip van het feit dat de energietransitie spaak loopt door een 'energiecongestie'. Denk ik aan de stijgende kosten: van boodschappen, grondstoffen, verzekeringen. Ondertussen worden we als consument-burger dagelijks overspoeld met verleidingen. 'Wil mij', schreeuwen de producten in de winkels en in de pop-ups tijdens dat filmpje op je (nieuwe) mobiel. 'Koop mij!' roepen de reclames. 'Consumeer mij!'. Hoe valt dat te rijmen met dat het duurzamer en minder moet?

Mijn kinderen zijn 16, 19 en bijna 21. Over 30 jaar is mijn eerstgeborene net zo oud als ik nu. Ik stel mezelf de uiterst relevante vraag: 'Welke wereld creëren we nu; voor onze kinderen, en hun nageslacht?' Wat kan en móet ik doen, of juist laten, om het tij te keren? Koud douchen in de ochtend, zo vaak mogelijk op de fiets, nog slechts enkele dagen per week vlees en dan uitsluitend een eerlijk stukje; het is niet genoeg. Om écht duurzamere keuzes te maken, moeten we allemaal wat verder kijken dan onze neus lang is. Verder de toekomst in, en niet alleen naar morgen (een deadline!) of volgend jaar. Nee, verder vooruit: 30, 50 of 100 jaar... Het blijkt lastig om je niet te laten leiden door de waan van de dag.

De toekomst in kijken is science fiction. Dus blik ik even terug om de tijdspanne te voelen. Hoe zag de wereld er 30 jaar geleden uit? Bill Clinton volgde als 42e president van de Verenigde Staten George H.W. Bush op, de eerste browser voor het 'World Wide Web' kwam uit, Miguel Indurain won de tachtigste editie van de Ronde van Frankrijk. Vakblad Voedingsindustrie (toen nog Vakblad 'Vleesindustrie') én de OSV zagen het levenslicht.

Wat is er veel veranderd! Maar gelukkig niet alles. We hebben allemaal nog steeds evenveel behoefte aan contact als toen; contact met vrienden en familie. Met zakenrelaties. We willen nog steeds, misschien zelfs wel méér, kennis vergaren. Elkaar ontmoeten. Netwerken.

Ik stortte me vorige maand voor deze editie op het thema 'duurzame productie' en ontdekte, gelukkig, hoeveel energie er rondraast in onze branche: hoe groot de wil is om te verbeteren, te veranderen en kennis te delen. Dat je 'gewoon' ergens moet beginnen en de eerste stap moet zetten. En daarna de volgende. En de volgende. Voor je het weet zijn we 60.

Judith Witte
judith@vakbladvoedingsindustrie.nl



Inhoud

THEMA: DUURZAME
PRODUCTIELIJNEN



TRENDS & ONTWIKKELINGEN UITDAGINGEN, FRUSTRATIES EN HOOP

De voedingssector ligt onder een vergrootglas, zeker als het gaat om duurzaamheid. Niet zo vreemd. Het hele systeem van voedselproductie, verpakken, distribueren en consumptie heeft een enorme impact op de natuur. Toch kunnen we niet zonder deze industrie om alle monden wereldwijd te voeden. Twee duurzaamheidsexperts vertellen over de oplossingsrichtingen.

EN VERDER...

OSV netwerk	6
Column Pieter Vos	23
Column Roy Meenderink	29
Duurzaamheidsclaims	30
Netcongestie	34
Duurzamer met data	38

INTERVIEW

'DE HELE KETEN BIJ AMBITIES BETREKKEN'

"Nederland staat bekend om haar efficiënte voedselproductie", stelt Cees-Jan Adema, directeur van de FNLI. "De uitdaging die voor ons ligt is om dat zo te houden, maar dan tegen een significant lagere footprint. De primaire premisse voor alle duurzaamheidsopgaven zou moeten zijn: 'het moet anders'."



VAN SINAASAPPELSCHIL TOT DUURZAME GRONDSTOF

Geef PeelPioneers 50.000 kilo sinaasappelschillen en ze toveren die om tot grondstoffen voor in hamburgers, brood, koekjes, vleesvervangers en wraps. Niets wordt verspild; wat er na het verwerkingsproces overblijft als 'afval' wordt gebruikt voor veevoer. Met recht een gesmeerd en duurzaam productieproces.

OMSLAG NAAR DUURZAME RIJST

Met de bewustwordingscampagne 'SRP around the World' vraagt het Sustainable Rice Platform (SRP) aandacht voor de grote impact van de rijstteelt op mens en milieu, en de noodzaak voor de overstap naar duurzame teelt. Een aantal grote supermarktketens zoals Albert Heijn, Kaufland en Lidl hebben zich al bij het platform aangesloten.



Vakblad voor ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven: **VOEDINGSINDUSTRIE**. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar in print. Het vakblad informeert ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven met trends & ontwikkelingen, duurzaam ondernemen, innovaties, verpakken, hygiëne en voedselveiligheid, processing, procestechnologie en wetenschap. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl Oplage: 3500. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). Voorpaginafoto: @PeelPioneers Aan deze uitgave werkten mee: Daniëlle Clarisse, Naomi Heidinga, Rob Morren Vormgeving: Roy Kempers Drukwerk: SchuttersMGZ, Hasselt Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een uitgave van b2b Communications BV. Hoofredactie: Judith Witte. Uitgever: Saskia Stender. Traffic: Kiki Stender. Sales: sales@b2bcommunications.nl. Redactie en administratie: b2b Communications BV, Arnhemsestraatweg 19, Postbus 50, 6880 AB Velp. KvK 59203455. Telefoon +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl, www.b2bcommunications.nl. Abonnementen: Voor opgave abonnement +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl. Prijs per jaar € 80,00 (excl. btw); per los nummer € 15,-. Opzeggen van het abonnement kan alleen schriftelijk en uiterlijk twee maanden voor de eerstvolgende betaaldatum. Abonnementsgeld dient vooruit te worden betaald t.n.v. b2b Communications BV op NL52 RABO 0142 6810 75. **Leveringsvoorwaarden:** Op alle aanbiedingen, offertes en overeenkomsten van b2b Communications BV zijn de voorwaarden van toepassing, terug te lezen op www.b2bcommunications.nl. Copyright 2023: b2b Communications BV. Auteursrecht: Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Uitgever en redacteuren verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, evenwel kunnen zij op geen enkele wijze instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie; zij aanvaarden dan ook geen enkele aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op bedoelde informatie ISSN: 2213-5758.

Diva* **a challenging raw material*
[highly flammable, explosive]

The more complex it is to handle raw materials, the more we are in our element!

We Love Ingredients. [We also stand for simple solutions ...]

Raw materials automatically converting | storing | dosing | conveying | weighing | screening

AZO.
www.azo.com

Exclusief bij Van Uhm: robot beladingssystemen van Singer & Sohn

Of het nu gaat om dieptrek-, trayseal- of flowpack verpakkingen, alles is mogelijk. De slimme en compacte lader is de allrounder onder de beladingsrobots. Of het nu gaat om een nog te verpakken product, of reeds verpakt product, ze kunnen allemaal comfortabel worden gehanteerd met dit laadsysteem.

Bij Van Uhm professionals in food processing weten wij precies wat er nodig is om uw food proces zo efficiënt mogelijk te laten verlopen.

Machine testen?
Dat kan in onze demoruimte of bij u op locatie. Scan de QR-code, bekijk de video en maak een afspraak!

van uhm professionals in food processing
De Bieffel 3,
7622 BM Borne
T 074-2662905
E info@vanuhm.nl
W vanuhm.nl

30 JAAR OSV



OSV DOOR DE JAREN HEEN

We zijn in de afgelopen jaren bij heel wat bedrijven binnen geweest. In beeld een aantal van de bedrijven die we in 2004 en 2005 hebben bezocht! Foto's van de jaren hiervoor zijn door diverse verhuizingen helaas verdwenen. Dat was nog in het pre-digitale tijdperk. Dertig jaar OSV en een aantal leden zijn er vanaf het begin af al bij. Kijk eens naar die broekies op de foto's van 20 jaar geleden. Wat was iedereen nog jong.

- 1 Bedrijfsbezoek Bakker Wiltink in Doetinchem
- 2 Bedrijfsbezoek bij Ecolab, met mooie kleurige sjaals
- 3 Samen de golfbaan in en dat doen we nog steeds
- 4 Een sociëteitsbijeenkomst met kennissessie in Restaurant Buitenzorg
- 5 Bedrijfsbezoek bij Berendsen Textiel in Arnhem, nu Elis Nederland BV
- 6 Een heel varken op de barbecue, lekker smullen
- 7 Keygroup YFM: Voor de bijeenkomst de puntjes op de i zetten
- 8 Bedrijfsbezoek bij Giebels Meat Products in Helmond
- 9 Bedrijfsbezoek bij Givaudan in Ede
- 10 Bedrijfsbezoek bij Egro Vlees in Utrecht, nu onderdeel van Driessen Food in Bunnik
- 11 Bedrijfsbezoek bij Maasland Vleeswaren in Belfeld, nu onderdeel van Compaxo Groep
- 12 Bedrijfsbezoek bij Smurfit Kappa MNL Golfkarton in Eerbeek

WELKOM NIEUWE LEDEN OSV

Sentho BV – Anouk Leijten
VIRO Arnhem – Marcel Geboers



DETTIG JAAR, WAT VLIEGT DE TIJD

Dertig jaar geleden zat ik samen met Klaas en Monique Dijkstra aan tafel om de allereerste mailing van de OSV te versturen. Een zakje waterkersaad en een watje. De vraag was of de ontvanger samen met ons dit zaadje wilde ontkiemen, om zo symbolisch het netwerk op te starten. We kregen na die eerste mailing spontaan 30 leden uit de vleessector, want ja: toen stond de V nog voor Vleessector. Er was behoefte aan een landelijk netwerk in de branche. Die behoefte is er nog steeds.

We hebben sindsdien heel wat meegemaakt. We richtten een jongerengroep op: Young Food Management (YFM), die na 10 jaar is opgegaan in de OSV. We turnden de V van Vleessector naar de V van Voedingsindustrie, waardoor er meer bedrijven konden aansluiten. We organiseerden meer dan 100 bedrijfsbezoeken; zo'n 45 barbecues; ongeveer 60 sociëteitsbijeenkomsten; zeker 30 golfdagen. Een aantal mini-congressen; beursstands op diverse (inter)nationale beurzen en de beregezellige bijeenkomsten met het College van Advies van de OSV en de Key Group van de YFM. Teveel om op te noemen.

Dertig jaar; met een vertienvoudiging van het aantal leden. En nog steeds wordt de OSV ontdekt door nieuwe bedrijven. Elk jaar zie je nieuwe gezichten. Helaas zijn er ook bekenden weggevallen, door veel te vroeg overlijden of omdat ze een andere functie kregen.

Aan de oproep om de start van ons jubileumjaar te komen vieren tijdens de OSV Winterbarbecue van afgelopen 1 februari, gaven héél veel leden en oud-leden gehoor. Het was met recht een enorm feest met al mijn vrienden!

Op naar de volgende dertig jaar!

Saskia Stender



POMPEN

AANKOOPPRIJS VAN EEN POMP STEEDS MINDER BELANGRIJK

Lower energy bills thanks to Packo pumps

Packo
A VERDER COMPANY

Capdata

Door de wereldwijde prijsstijging van grondstoffen zijn pompen de afgelopen twee jaar significant duurder geworden. De energieprijzen zijn echter nog veel sneller gestegen. Verder en Packo, beide specialist in industriële pompen, signaleren dat de aankoopprijs van een pomp in belang afneemt en het energetisch rendement steeds meer de doorslag geeft. Met de huidige hoge energieprijzen verbruikt een pomp vaak al binnen zes maanden haar eigen kostprijs aan energie. Packo (een Verder-merk) heeft een gamma hygiënische centrifugaalpomp met een van de hoogste, zoniet hét hoogste, energetisch rendement op de Europese markt.

www.verderliquids.com/nl/nl/packo



VERPAKKEN

PROSEAL CASEPACKER CP2 DÉ END-OF-LINE OPLOSSING

Sismatec en Proseal bieden met de CP2 casepacker dé end-of-line oplossing voor het automatisch inpakken van trays, punnets en emmers (met topseal of deksel) in kratten en dozen tot wel 110 verpakkingen per minuut. Dit is de perfecte aanvulling op bestaande verpakkinglijnen en zorgt voor een besparing op - en uitsparen van - personeelskosten, continuïteit van het productieproces, een hoge mate van flexibiliteit in het verwerken van diverse verpakkingen met korte omsteltijden, en biedt de mogelijkheid tot automatische of handmatige invoer van dozen en kratten. De casepacker, ook verkrijgbaar in een CP3 en CP4 uitvoering, is eenvoudig te integreren in bestaande verpakkinglijn(en).

www.sismatec.nl

AUTOMATISERING

MY ERP: FOOD MANAGEMENT MADE EASY

De voedingsmiddelensector staat onder druk: er gelden hoge eisen ten aanzien van versheid, kwaliteit en snelheid. Bovendien moet te allen tijde een volledige traceerbaarheid van producten en processen worden gegarandeerd. Intelligent gebruik van IT voor de planning en optimalisering van de productie is daarom essentieel. Bovendien verlagen gedigitaliseerde processen de kosten. Maak kennis met de intelligente oplossingen voor de voedingsmiddelensector van CSB op de beurs 'IFE Manufacturing' in



Londen van 20 t/m 22 maart, stand 600.

www.csb.com

CIJFERS & FEITEN

RECORDWAARDE LANDBOUW-EXPORT EN -IMPORT IN 2022



De waarde van de Nederlandse export van landbouwgoederen steeg in 2022 tot 122 miljard euro. Ook de importwaarde kwam tot een recordhoogte van 88 miljard euro. De importwaarde nam procentueel meer toe dan de exportwaarde; respectievelijk 23,5% versus 17,2%. De toename is geheel toe te schrijven aan de gestegen prijzen. De belangrijkste goederengroepen bij export zijn: zuivel en eieren (11,9 miljard euro), sierteeltproducten (11,5 miljard euro), vlees (11 miljard euro), dranken (8,1 miljard euro) en natuurlijke oliën en vetten (8,1 miljard euro). De productgroep zuivel en eieren klimt van plek drie in 2021 naar de belangrijkste productgroep in 2022.

www.wur.nl

DUURZAAMHEID

MOONEN PACKAGING BEHAALT B CORP CERTIFICERING

Moonen Packaging mag zich sinds december 2022 'B Corporation' noemen: een impactvol bedrijf dat laat zien dat je als onderneming sociale en duurzame impact kunt maken én commercieel succesvol kunt zijn.

Het B Corp certificaat is het resultaat van een maandenlang assessment. Met deze certificering laat Moonen Packaging zien dat het tot de koplopers behoort op het gebied van duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid. Het bedrijf sluit zich hiermee aan bij



ongeveer 6.000 bedrijven wereldwijd, waarvan 184 in Nederland.

www.moonenpackaging.com

VOEDSELVEILIGHEID

GERIJPT VLEES KENT GEEN EXTRA VOEDSELVEILIGHEIDSRISICO'S

Gerijpt vlees is de laatste jaren in populariteit gestegen bij de voedingsindustrie en restaurants, maar tot nu toe was er een gebrek aan kennis over de veiligheid ervan. Een recent uitgebracht wetenschappelijk advies van de EFSA leert ons dat gerijpt vlees geen extra risico's oplevert in vergelijking met vers vlees, mits tijdens het rijpingsproces de specifieke combinatie van tijd en temperatuur die in het wetenschappelijk advies wordt genoemd, in acht wordt genomen. In het geval van droog gerijpt vlees adviseerden de deskundigen ook om de oppervlaktetemperatuur tijdens het rijpingsproces niet hoger te laten zijn dan 3°C. Bij hogere temperaturen kunnen namelijk schimmels groeien.



efsa.europa.eu

Renovatie in de voedingsindustrie





'Ik ben een groot voorstander van meer transparantie en true pricing'

CEES-JAN ADEMA:

'PERSPECTIEF KUN JE ALLEEN BIEDEN ALS JE DE HÉLE KETEN BIJ DE AMBITIES BETREKT'

"De intrinsieke motivatie van de levensmiddelenindustrie om met duurzaamheid aan de slag te gaan is groot," meent Cees-Jan Adema, directeur van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI). "Ook als het gaat over energiebesparing en elektrificatie. De noodzaak was nog nooit zo hoog als nu." De uitdagingen zijn groot. Een goede reden om de schouders eronder te zetten, want deze directeur denkt liever in oplossingen dan knelpunten.

"De meeste ondernemers, ook in de voedingsindustrie, willen groeien, produceren en winst maken. Als het gaat om verduurzamen horen we vaak 'het moet minder'. Dat laat zich moeilijk met elkaar rijmen. Hoe kijk jij daar tegenaan?"

Cees-Jan: "Nederland staat bekend om haar efficiënte voedselproductie. De uitdaging die nu voor ons ligt is om dat te blijven doen, maar dan tegen een significant lagere footprint. Als we kijken naar de klimaatdoelstellingen en de ambities daarin, dan geldt 'het moet minder' zeker wel voor ons fossiele energiegebruik. Ik denk alleen dat de primaire premisse voor alle duurzaamheidsopgaven zou moeten zijn: 'het moet anders' en soms is dat inderdaad ook minder."

"Producenten in de hele keten, in Nederland én internationaal, worden steeds meer aangesproken op de zogenoemde 'Scope 3-emissies'. Steeds meer bedrijven én verwerkers maken langjarige afspraken met hun toeleveranciers, waarin zij ook duurzaamheid en milieueffecten meenemen. Het gaat al lang niet meer alleen om de CO₂-uitstoot van je eigen fabriek. Ook de indirecte uitstoot van CO₂ en de Life Cycle Analysis (LCA) van de producten spelen een rol. Een nachtmerriescenario daarin zou zijn als producenten per retailer of per land apart verschillende LCA- en andere duurzaamheidsberekeningen moeten gaan uitwerken. Europese standaardisatie en harmonisatie zijn ontzettend belangrijk. Die zijn er nog niet.

Daarin doe ik graag een oproep richting het ministerie: help ons daarin! Maak je hard voor eenduidige Europese standaarden en normen."

"Nog even terug naar 'minder energie gebruiken'; dat is geen gemakkelijke opgave. Wat zijn de grote uitdagingen daarin voor food-bedrijven?"

"Ten eerste hebben ze, net als de rest van Nederland, te maken de hoge gas- en energieprijzen. Bedrijven kunnen die kostenstijgingen nu niet volledig doorbelasten in de keten. Ze hebben daardoor vaak ook minder ruimte om te investeren en te verduurzamen. Het is heel hard om dit te zeggen in een tijd waarin steeds meer mensen moeite hebben om hun dagelijk- >>

se voedingsmiddelen te betalen, maar internationaal gezien besteden we in Nederland slechts een heel klein deel van ons inkomen aan voeding. Door de druk op de kosten komen we nu in een ander speelveld terecht. Ik ben een groot voorstander van true pricing. Milieu- of duurzaamheidskosten móeten een plek krijgen binnen de hele kostprijsbepaling; dan gaat het lonen om te investeren in duurzaamheid. Het is een rare weeffout in het systeem dat als een product aantoonbaar duurzamer is, wij de consument moeten gaan uitleggen waarom je daar iets meer voor moet betalen. Dat laat onverlet dat zeker in een tijd waarin de druk op de prijzen en de koopkracht zo groot is, er een belangrijke verplichting ligt om goede voeding ook voor de smalle beurs bereikbaar te houden. Dat vraagt om gerichte inkomenspolitiek voor die groepen die in de knel dreigen te komen. Prijsbeleid en inkomensbeleid moet je wat mij betreft ook echt loskoppelen.”

“Een andere uitdaging voor bedrijven is de energietransitie. We moeten van fossiele naar hernieuwbare energie, en naar elektrificatie. Maar het elektriciteitsnetwerk loopt tegen zijn grenzen aan. In een aantal regio's in Nederland is het niet mogelijk om extra aansluitingen te krijgen. Dat is ingrijpend als je wil uitbreiden of van het gas af wil of moet. Wij willen het gesprek op gang brengen tussen het bedrijfsleven, de netbeheerders en de provincies hoe hiermee om te gaan. In Noord Brabant en Limburg bijvoorbeeld brengen we samen in kaart waar de knelpunten zitten en zoeken we naar oplossingen. Gaan we versneld investeren in infrastructuur? Daar gaan jaren overheen. Of moeten we denken aan slimme technologieën, zodat je op een andere manier met de vraag naar energie om kan gaan? Soms is er een overschot aan energie door zonnewarmte en wind, op andere momenten is er een tekort. Kunnen we wat doen met opslag? Dat zijn vragen die steeds meer op provinciaal niveau terechtkomen.”

Op nationaal niveau kwam de Tweede Kamer

eind december met een pleidooi voor een 'bijmengplicht van duurzame grondstoffen'. Die moet worden opgelegd aan de verwerkende industrie en retail. Dit zou volgens de politieke partijen die de motie indienden, kunnen bijdragen aan het verbeteren van de economische positie van boeren die duurzaam produceren. Wat vind je van zo'n bijmengverplichting?

“Ik ben daar niet over uit. We willen eerst uitzoeken wat de mogelijkheden en consequenties hiervan zijn. Belangrijk is dat we voorkomen dat door zo'n verplichting het onderscheidend vermogen van duurzaam geteelde grondstoffen verdwijnt. Ik geloof dat we op termijn vooral naar meer transparantie moeten; dat je als producent, en uiteindelijk ook als eindconsument, precies weet wat de footprint is van de grondstoffen die zijn gebruikt. Bijmengen staat haaks op die ontwikkeling.”

Wat mij opvalt is dat er in de media en de politiek veel wordt gesproken over het perspectief voor de landbouw en de boeren. Over de rol en positie van de verwerkende industrie horen we weinig. Waar passen zij in dit duurzaamheidsplaatje?

“Laten we beginnen met de constatering dat het volstrekt duidelijk is dat we tegen grenzen aanlopen; dát is de reden waarom we op zoek moeten gaan naar een hernieuwd evenwicht tussen productie en het ecologisch draagvlak van ons land. Het gaat daarbij niet alleen om de boeren. Daarom hebben we gezegd: 'Perspectief kun je alleen bieden als je de hele keten bij de ambities betreft'. Sterker: het gaat om het hele agrofoodstelsel, dus inclusief de kennisinstellingen. Daarbij moeten we in Nederland groter denken. Ketens zijn internationaal. Europa wordt steeds belangrijker. Het merendeel van de grondstoffen die in Nederland verwerkt worden, komen uit het buitenland, en het grootste deel van wat er in Nederland geproduceerd wordt aan agrarische grondstoffen gaat naar het buitenland. Het

zou helpen als we met elkaar afspreken dat onze 'thuismarkt' in een straal van zo'n 800 km rondom Nederland ligt. Zo gek is dat niet; in landen als de Verenigde Staten, China, maar ook Frankrijk en Duitsland valt alles op die afstand nog steeds onder 'domestic production'. Dat is dan gelijk een oproep naar de politiek: 'Laten we veel meer gezamenlijk optrekken, om in ieder geval binnen Noordwest Europa de grote thema's op de gemeenschappelijke agenda te zetten.’”

Samenwerken en grote thema's op de kaart om duurzaamheid te bevorderen vindt de FNLI belangrijk. Zo brachten jullie half januari samen met ketenpartners een Handvest Duurzaam Verpakken uit. Wat houdt dit handvest in?

“Verpakkingen voor voedingsmiddelen zijn nu eenmaal nodig; voor de houdbaarheid, de barrière-eigenschappen, het borgen van de voedselveiligheid, voorkomen van voedselverspilling enzovoort. We verpakken echt niet voor de flauwekul, wat sommige mensen misschien wel eens suggereren. Het is een grote uitdaging om de kringlopen te sluiten en het gebruik van nieuwe fossiele grondstoffen te voorkomen. Het gaat niet alleen om de verpakking die je als producent kiest, maar óók met hoe consumenten zich daarvan ontdoen, hoe het afval wordt gesorteerd en welke recyclingmogelijkheden er zijn. Daarom hebben we een aantal gedragsprincipes op een rij gezet. We hopen dat de verpakker van voedingsmiddelen daarmee gemakkelijker het gesprek aangaat met zijn leverancier van verpakkingsmateriaal en keuzes kan maken voor duurzamere verpakkingen.”

De concurrentie in het supermarktschap is groot. Willen producenten wel concessies doen aan hun verpakking?

“Ik denk het wel. In duurzamere verpakkingen liggen zeker kansen. Consumenten hechten steeds meer waarde aan circulariteit. Als je

kunt uitleggen waarom je bepaalde duurzamere keuzes maakt voor je verpakking, waarom er bijvoorbeeld geen plastic venstertje meer in de papieren doos zit, dat dat juist door consumenten wordt gewaardeerd. Daarbij betalen producenten allemaal een bijdrage aan het Afvalfonds voor de verpakkingen die ze op de markt brengen. Ik vind het toe te juichen om de tarieven meer te differentiëren op basis van de mate waarin een verpakking meer of minder circulair is. Ook dát kan een extra stimulans zijn voor bedrijven om nog eens goed naar hun verpakking te kijken.”



Eerder in dit gesprek gaf je aan dat de FNLI een groot voorstander is van transparantie in de keten. Dit proces staat of valt met de mate waarin je data met elkaar kunt uitwisselen. Daarvoor is verregaande digitalisering nodig. Is dat nog een speerpunt voor de FNLI?

“Jazeker. Bij digitalisering in de keten gaat het over de betrouwbaarheid van de data, en over eenduidige standaarden voor de manier waarop de informatie door de keten heen wordt geschakeld. Wij vinden het van groot belang dat hiervoor Europese transparante standaarden en normen komen, en maken ons hier hard voor.”

Wie is er eigenlijk aan zet als het gaat om het verduurzamen van de sector? Politiek, wetenschap, consument, overheid, bedrijfsleven?

Resoluut: “De bedrijven zelf. Tegelijkertijd heb je daarbij de overheid nodig, de wetenschap, en natuurlijk ook de consument. Maar het begint bij de bedrijven.”

Wat zijn verder belangrijke speerpunten voor komend jaar?

“De voedselveiligheid. Een heel belangrijk aandachtspunt is het nieuwe risicobeleid. We weten steeds meer, kunnen steeds betere labanalyses maken en tot een heel laag niveau op contaminaties meten. Maar 'nul risico' betekent dat we voedsel straks alleen nog kunnen verwerken in een cleanroom-achtige omgeving. Kleinschalige voedingsmiddelenproductie is dan op termijn niet meer mogelijk. Vanuit internationale toeleveringsketens klinkt nu de vraag: 'Kunnen wij nog wel leveren op de Europese markt? Dat leidt tot spanningen. We doen geen enkele concessie op het gebied van voedselveiligheid, laat dat duidelijk zijn! Maar het moet wel werkbaar blijven.’”

Tot slot, hoe zie jij de toekomst van de Nederlandse levensmiddelenindustrie?

“Er liggen grote kansen om als Nederland onze leidende rol in de agrofoodsector, ook internationaal, vast te houden. Ik vind dat we dat niet alleen uit economisch oogpunt moeten doen, het is ook een ethische kwestie. Door de klimaatverandering loopt het aantal gebieden waar we op een goede manier voedsel kunnen produceren terug. Wij zitten hier in een zeer vruchtbare delta en hebben met elkaar enorm veel kennis. Ik vind dat we het ons moreel niet kunnen veroorloven om te zeggen: 'We gaan de dijken ophogen, voor onszelf produceren en iedereen zoekt het verder maar uit'. We moeten onze zegeningen tellen, onze verantwoordelijkheid nemen, de kansen zien. En die laatste vooral ook aanpakken. ■

DUURZAME VOEDSELPRODUCTIE: **UITDAGINGEN, FRUSTRATIES EN HOOP VOOR DE TOEKOMST**

De voedingssector ligt onder een vergrootglas als het gaat om duurzaamheid. Niet zo vreemd, want het hele systeem van voedselproductie, verpakken, distribueren en consumptie heeft een enorme impact op de natuur. Toch kunnen we niet zonder deze industrie om alle monden wereldwijd te kunnen voeden. Het moet anders. Maar hoe?

De cijfers liegen er niet om. Tachtig procent van de ontbossing, 70% van de biodiversiteitsverlies en bijna een derde van de broeikasgasemissies worden veroorzaakt door de voedselproductie, schetst **Corné van Dooren**, Adviseur Duurzaam Voedsel bij het Wereld Natuur Fonds. “Er móet een betere balans komen tussen mens en natuur, met een voedingspatroon waarbij gezond en duurzaam samen gaan”, stelt hij. Samen met **Rob Verhagen**, Sustainability director bij de OPACKGROEP - waar Oerlemans Plastics een onderdeel van is - praten we over deze én andere prangende kwesties. Vanuit hun verschillende invalshoeken laten beide experts hun licht schijnen op de uitdagingen én mogelijke oplossingen voor de voedingssector.

“Er zijn 3 grote uitdagingen rondom duurzaamheid en verpakkingen,” geeft **Rob** aan. “Ons afvalmanagement systeem, CO₂ uitstoot verminderen en overconsumptie van grondstoffen reduceren. Door circulair te werken maken

we van afval grondstof, reduceren we CO₂ en hebben we minder nieuwe materialen nodig. Circulaire economie is dus geen doel, maar een middel om te verduurzamen. We moeten ons ook meer focussen op hergebruik en reductie: dus minder voor eenmalige - en vaker voor herbruikbare opties kiezen. Bij e-commerce is veel winst te behalen: een hele doos om een enkele pen; dat kan écht niet meer. Verder moeten we ervoor zorgen dat verpakkingsmateriaal niet in het milieu terecht komt; er moet op het gebied van afvalmanagement nog heel veel gebeuren.”

Corné: “Een grote uitdaging op korte termijn is ook het energievraagstuk: hoe gaan we voedsel produceren zonder fossiele brandstoffen te gebruiken? Kan het transport elektrisch of op waterstof? In de kassen in het Westland wordt 10% van ons aardgas verstoekt. Daar moeten we vóór 2030 vanaf; geen gemakkelijke opgave.

Op langere termijn: hoe borgen we de voedselzekerheid? Door klimaatverandering en geopolitiek is er veel fluctuatie >>



**Lti**

Littel Technische Installaties

Ambachtsweg 2 3411 MJ Lopik www.lti-bv.nl info@lti-bv.nl 0348 55 44 05

Kennis, kwaliteit en slagkracht.

Wij kunnen elke gewenste klimaatinstallatie realiseren en daar service aan verlenen.



“Al 27 jaar een betrouwbare en solide partner voor al uw koel- en vriesprocessen!”

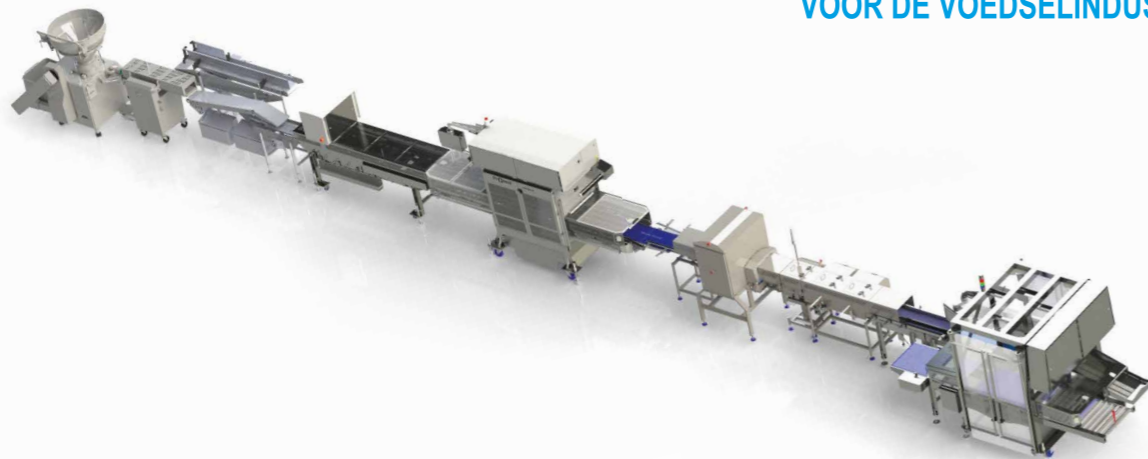


SISMATEC

process & packaging solutions

WIJ ZIJN DÉ PARTNER VOOR COMPLETE LIJNOPLOSSINGEN

PROCESS & PACKAGING SOLUTIONS
VOOR DE VOEDSELINDUSTRIE



BEREIDEN PORTIONEREN VULLEN DOSEREN VERPAKKEN SERVICE

Twentepoort Oost 8
7609 RG Almelo, Nederland

T +31 (0)546 87 41 11

info@simatec.nl
www.simatec.nl

in aanbod en prijs van grondstoffen. De primaire taak van de overheid is ervoor te zorgen dat haar inwoners genoeg te eten hebben. Dat betekent óók garanderen dat we op een goede manier aan grondstoffen kunnen komen die aan de duurzaamheidscriteria voldoen, waarbij producenten een eerlijke prijs krijgen.”

Hoe zou een ‘duurzaam voedingspatroon’ eruit moeten zien?

Corné: “Dat zou veel meer plantaardige en minder dierlijke ingrediënten moeten bevatten, en bij voorkeur verse en lokaal geproduceerde in plaats van sterk bewerkte producten. Kies zoveel mogelijk voor producten die duurzaam geproduceerd zijn, bijvoorbeeld met biologische en natuurinclusieve vormen van landbouw. Belangrijk is ook dat we gaan proberen meer variatie op ons bord te krijgen; gezond en gevarieerd eten is niet alleen belangrijk voor ons lijf, maar ook in relatie tot de biodiversiteit. Tweederde van wat we eten komt van slechts negen gewassen. Dat is te eenzijdig en maakt het voedselsysteem kwetsbaar.”

Is er binnen dat voedingspatroon nog wel een plek voor dierlijke eiwitten?

Corné: “Jazeker, wij onderschrijven het doel van 60% plantaardig eiwit in 2030. Er is dus ruimte voor 40% dierlijk. Nu eten we nog teveel dierlijk, dat mag echt veel minder. We vinden het belangrijk om optimaal gebruik te maken van de voedingsstoffen die er zijn: bijvoorbeeld door kippen en varkens niet te voeren met soja uit regenwoudgebieden of met mais, maar met diervoeder gemaakt op basis van reststromen uit de voedselproductie. In de jaren '90, toen hoge rivierpieken tot bijna-overstromingen leidden, bracht WWF het concept 'Ruimte voor Rivieren'. Dit vormde de basis voor een nationaal overheidsprogramma voor overstromingsveiligheid. Die uiterwaarden kun je blijven gebruiken voor voedselproductie door er koeien te laten gra-



zen. De impact van de vleesproductie is overigens niet het enige dat speelt. Het enorme watergebruik voor de productie van avocado's bijvoorbeeld, en de ontbossing door koffie, verdienen ook onze aandacht.”

Het kabinet stelt in een recent rapport: ‘Zonder innovatie is een concurrerende duurzame CO2-neutrale en circulaire economie ondenkbaar’. Eens of oneens?

Corné: “Eens. Voor duurzaam, betaalbaar en beschikbaar voedsel is innovatie hard nodig. Er zijn zoveel problemen die om slimme oplossingen vragen. In de landbouw zijn we bijvoorbeeld erg afhankelijk van kunstmest. Kan dat niet circulair? Hoe kunnen we fosfaat terugbrengen in de kringloop? Zijn er gewassen die beter tegen droogte en/of verzilting kunnen, en hoe komen we tot een betere opbrengst van peulvruchten in Nederland?”
Rob: “Ook eens, maar waar het volgens mij vooral om draait is focus. We moeten duidelijke doelstellingen formuleren naar de toekomst én duidelijkheid scheppen over waar

iedereen aan moet voldoen. Dat zorgt voor de juiste investeringen, en daarmee de juiste innovaties. Vanuit de overheid worden er nu heel veel ideeën neergezet en proefballonnetjes opgelaten. Als je het aan de lokale overheden overlaat, ontstaat er een lappendeken van wetgeving over Europa. Dat gaat Nederland als export- en voedselproducerend land niet helpen.”

Wat zie je als mogelijke oplossingen om de branche te verduurzamen?

Rob: “Rondom duurzaam verpakken zijn er talloze dilemma's. Ga je minder materiaal of juist meer recyclelaat gebruiken? Met een stretchhoes gebruik je significant minder materiaal, maar kan je slechts 30% recyclelaat inzetten. Met een krimphoes wordt dat materiaal een stuk dikker, maar is 60% recyclelaat mogelijk. We moeten heel goed gaan begrijpen wát een verpakking doet; is hij essentieel om de houdbaarheid te verlengen, of vooral bedoeld voor transport? Om verpakkingen echt circulair te krijgen, is het heel belangrijk om recyclelaat in

te zetten. Dat kan in de primaire verpakking, wat binnen PET al heel veel gebeurt, maar ook in secundaire verpakkingen. Hierdoor krijgt afval waarde. Afval dat waarde heeft, wordt opnieuw ingezet. Door de inzet van recyclelaat is veel CO₂ reductie mogelijk; afhankelijk van welke soort recyclelaat wel 35 tot 80%. Bovendien heb je minder nieuwe grondstoffen nodig, dus is dat probleem ook opgelost.”

Dat klinkt goed. Waarom gebeurt dat nog niet massaal?

Rob: “Er is geen eenduidigheid, en dan kom ik weer terug op het gebrek aan focus. De Europese definitie van ‘hoogwaardige recycling voor kunststof verpakkingen’ is dat een kunststof verpakking moet terugkomen als een kunststof verpakking. Klinkt logisch. Voor papier, metaal, glas en hout bestaat die voorwaarde echter niet: een aluminium drinkblikje mag ook terugkomen als een fiets en geprint papier op kantoor als toiletpapier, kranten of in dozen; dat is immers ook circulair. Voor kunststof is dat anders. Nu eist de ene wet: ‘je moet meer recyclelaat inzetten’. Een andere wet stelt: ‘daarvoor moet je een officiële goedkeuring hebben’. Bij de EFSA liggen 230 aanvragen voor voedselveilig recyclelaat, die niet worden goedgekeurd. Tegelijkertijd bestaat er ook een lijst van 900 stoffen die niet met voedsel in contact mogen komen. Daarvan is 37% technisch gezien niet te analyseren; het is niet aan te tonen dat een van die stofjes er niet inzit. Dan zit je als producent dus vast, sluiten we de cirkel niet en krijgen we geen circulaire economie.”

“Door het gebrek aan focus wordt er vaak niet goed nagedacht over onbedoelde bijeffecten van wet- en regelgeving. Dat vind ik zorgelijk,” vervolgt hij. “Zo wordt in Europa gesproken over het invoeren van een ‘plastic taks’. Dat klinkt goed, maar in de praktijk spreken de landen die de belasting willen invoeren allemaal over wat anders. In Engeland zeggen ze

‘Je moet minimaal 30% recyclelaat inzetten. Als je dat doet hoeft je geen heffing te betalen.’ In Spanje en Italië willen ze alleen nieuw kunststof belasten. Het ongewenste effect daarvan is echter dat er ander materiaal kan worden toegevoegd, om zo de heffing te omzeilen. Het risico daarvan is dat de recycleerbaarheid weer omlaag kan gaan. De basis is duidelijk: Hergebruik en reductie waar het kan. Een zo optimaal mogelijke inzet van recyclelaat en alle verpakkingen recycleerbaar. Die visie staat ook verwoord in de nieuwe Packaging en Packaging Waste Regulation. Vooruitlopend op de wetgeving hebben we als OPACKGROUP onlangs een nieuwe fabriek van 20 miljoen euro in gebruik genomen waar we recycleerbare barrièreverpakking maken. Wij lopen hiermee op de wet vooruit en nemen als onderneming heel veel risico. Toch zijn we ervan overtuigd dat dit de juiste richting is.”

Waar maak jij je de meeste zorgen om Corné?

“Absoluut om de afname van de biodiversiteit door bodemuitputting, ontbossing, overbevissing en klimaatverandering,” antwoordt hij resoluut. Gepassioneerd gaat hij verder: “De biodiversiteit vormt het fundament van een gezonde planeet. We hebben de natuur nodig; voor het voedsel van de toekomst, voor het vasthouden van CO₂. Het is vijf voor 12 als het daarom gaat. We zien ook echt wel mogelijkheden om die trend om te keren; door te gaan produceren met respect voor de natuur. We moeten het besef van de waarde van voedsel terugkrijgen. De moderne consument is té veel losgekoppeld van de manier waarop ons voedsel wordt gemaakt. We moeten ons weer realiseren dat de boer flink heeft geïnvesteerd om voedsel te produceren, de producent om het te verwerken, te conserveren, te verpakken en de kwaliteit ervan te controleren. Voor al die moeite moet je de prijs betalen die erbij hoort. Dat voedsel wil je niet verspillen. Dan maar wat minder koffie drinken of vlees eten, en er wat meer van genieten.”



Rob Verhagen

Rob: “Even inspringend op jouw ‘met respect voor de natuur’; wat mij hierin erg frustrereert is dat er nog steeds heel veel artikelen worden gemaakt waarvan we zeker weten dat ze in het milieu belanden. Denk aan ballonwedstrijden en vuurwerk – vol zware metalen, giftige stoffen en plastic deeltjes, en aan de microplastics in sommige shampoos en cosmetica; dat kan en mag allemaal maar. Om de wetgever een eenduidige aanbeveling te geven, met de focus op impact op de lange termijn, moeten we in de keten echt véél meer samenwerken.”

Om het jaar niet al te somber te beginnen; waaruit put je hoop?

Corné: “Uit initiatieven als de ‘Greendeal Eiwitrijke gewassen’. Doel is de productie én consumptie van peulvruchten in Nederland te verbeteren door onder meer een gezond verdienmodel te creëren voor Nederlandse telers van eiwitrijke gewassen, en de verkoop van levensmiddelen met in Nederland geteelde eiwitten te vergroten. De hele keten is hierbij betrokken; van overheid en onderzoeksinstituten tot en met veredelaars, telers, verwerkers en de detailhandel. Een goede samenwerking is essentieel, circulariteit het uitgangspunt. Ook zijn we blij met het in december 2022 afgesloten ‘Kumming-Montreal akkoord’. De kern

van dat akkoord is dat 30% procent van het totale landoppervlak, zowel land als zee, vóór 2030 moet worden uitgeroepen tot beschermd gebied. Andere doelen voor 2030 zijn dat voedselverspilling en het gebruik van pesticiden en schadelijke chemicaliën dan moeten zijn gehalveerd. Helaas is er nog niet bepaald hoe dat allemaal moet gebeuren, dat zal internationaal nog wel de nodige strijd gaan opleveren. Daarnaast ligt er een Europese klimaatdeal, er is de nieuwe Europese bossenwet, en er komt een wetgevingskader ‘Framework for Sustainable Food Systems’ (FSFS) aan. Die laatste heeft als doel de overgang naar duurzame voedselsystemen te versnellen en te vergemakkelijken. Wij zitten daarvoor aan tafel met de Europese Commissie. Binnen het FSFS wordt er gewerkt aan een toekomstig wetgevend kader voor duurzaamheidsetikettering, die consumenten in staat moet stellen om geïnformeerde en duurzame voedselkeuzes te kunnen maken. Al deze initiatieven laten zien dat in Europa het tij aan het keren is. Er wordt serieus aan duurzaamheid gewerkt.”

Rob: “Klopt. Ook de nieuwe wet die ondernemers verplicht om duurzaamheid te integreren in de jaarverslagen, de wet ‘Corporate Sustainability Reporting Directive’ (CSRD), bewijst dat. Het betekent dat we over heel veel onderwer-



Corné van Dooren

pen bewust goede afwegingen moeten gaan maken, gericht op hoe duurzaam jouw keuzes werkelijk zijn. Welke richting gaan we op? Wat vinden we belangrijk? Maar ook: hoe maak je als bedrijf echte impact met je bedrijfsvoering.”

Hoe kijk je naar de toekomst?

Rob: “Verpakkingsland 2025 zal er al heel anders uitzien. Zoals al ter sprake kwam komt er veel nieuwe wetgeving aan. Het Single Use Plastic document wordt verder uitgewerkt. En met de Packaging & Packaging Waste regulation komt er een belangrijk visiedocument bij. Hergebruiksystemen, met name voor de catering en on the move, worden de nieuwe standaard. Komend jaar wordt de regeling al voor koffiebekers ingevoerd. Bij fastfoodketens ga je eten uit herbruikbare en afwasbare bakjes en ook op festivals gaan we van één- naar meermalig, dát wordt de nieuwe standaard. Al het verpakkingsmateriaal moet straks recyclebaar zijn. Binnen de levensmiddelenindustrie zijn veel verpakkingen dat nu nog niet. Denk aan de vensterverpakkingen van papier met plastic, en verpakkingen waarbij verschillende kunststoffen als laagjes op elkaar geplakt zijn. Wij gaan nu de markt op met een heel nieuw volledig recyclebaar verpakkingsmateriaal. Wat we doen? We veranderen de structuur van gewoon polyethyleen verpakkingsmateriaal, door het te ‘ver-strekken’. Daardoor wordt het helderder, krijgt het een hogere barrière en een hogere doorprikweerstand en kunnen we hiermee vaak de helft van het gewicht reduceren. Dit nieuwe 7 laagse polyethyleen laminaat tegen gewone mono polyethyleen. Het resultaat is een recycleerbare barrièreverpakking gemaakt uit een 8-laagse folie. Wel een multilayer, geen multimateriaal en dus 100% recyclebaar.”

Corné: “Met WWF zetten we dit jaar in op bewustwording. Er komt een campagne die benadrukt dat er een verband bestaat tussen wat je eet en het effect daarvan op de natuur.

We willen daarbij een meer positieve boodschap uitdragen, namelijk dat door hoe en wat je eet, je de natuur ook kunt beschermen. Er is een jongere generatie die zich dat al meer realiseert en daarnaar probeert te handelen.”

Hebben jullie nog tips voor foodproducenten?

Corné: “Kijk vooruit en verder dan de eerste paar jaar. Onderzoek hoe jongere generaties tegen voedsel aankijken en wat ze belangrijk vinden in het leven, want zij zijn de consumenten van de toekomst. Er zijn veel mooie initiatieven voor nieuwe productketens in Nederland. Daarin liggen echt kansen voor voedselproducenten. Kijk naar Hak, die experimenteert met duurzame teelt van bonensoorten die oorspronkelijk niet in Nederland groeien maar hier wel verbouwd en verwerkt kunnen worden. Een ander concreet voorbeeld is de groeiende notenconsumptie. Veel van die noten komen nu uit verre landen, maar er zijn al boeren in Nederland gestart met een duurzame notenteelt. Daar moet een merk omheen gebouwd worden, een verkoopkanaal voor komen. Het is nu nog een nichemarkt, maar biedt zeker kansen voor ondernemers.”

Rob: “Mijn tip: blijf niet wachten met vernieuwen totdat het wettelijk allemaal duidelijk en rond is. Ga nú aan de slag. Een technische verandering is vaak maar een klein onderdeel van de veranderprocessen waar je doorheen moet. De verschillende afdelingen binnen je bedrijf moeten meer gaan samenwerken om gezamenlijk tot de beste, meest duurzame, oplossing te komen. Die interne besluitvorming duurt meestal langer dan de daadwerkelijke technische transitie. Complexe problemen zoals het duurzaamheidsvraagstuk kun je niet alleen oplossen, daarvoor is een integrale aanpak nodig,” besluit hij. “Samenwerken is key: ‘If you want to travel fast, travel alone. If you want to travel far, travel together.’ ■

HOE TWEE VERSCHILLENDE BEDRIJVEN VERSPILNING TEGENGAAN VAN SINAASAPPELSCHIL TOT DUURZAME GRONDSTOF

Geef PeelPioneers 50.000 kilo sinaasappelschillen en ze toveren die om tot grondstoffen voor in hamburgers, brood, koekjes, vleesvervangers en wraps. Maar ook voor cosmetica, schoonmaakmiddelen en nog veel meer. Niets wordt verspild; wat er na het verwerkingsproces overblijft als 'afval' wordt gebruikt voor veevoer. Met recht een gesmeerd en duurzaam productieproces.

Iedereen kent ze wel, de persmachines in de supermarkt waar je ter plekke je eigen verse jus d'orange maakt. Maar terwijl jij je flesje vitamines afrekent, groeit naast de persmachine

echter de berg sinaasappelschillen. Zonde toch, om weg te gooien? Dat vonden althans Lindy Hensen, Bas van Wieringen en Sytze van Stempvoort. Zo ontstond PeelPioneers; een

duurzaam bedrijf van 'pioneers' op het gebied van recycling van sinaasappelschillen. Hun doel: niks van de sinaasappelschil verloren laten gaan.

TOEKOMSTPLANNEN

In de Brabantse fabriek in Den Bosch wordt dagelijks hard gewerkt om 'afval' om te zetten in grondstoffen die andere bedrijven kunnen gebruiken als ingrediënt in hun producten. PeelPioneers produceert onder andere een vezel met nutritionele waarde die technische functies in voeding vervult: bindmiddel, verdikkingsmiddel, emulgator en het vasthouden van water. Aan dit poeder zit geen sinaasappelgeur of -smaak meer, wat het breed toepasbaar maakt. Te gebruiken in drankjes en sauzen tot vleesvervangers en bakkerijproducten. Ook maken ze er bijvoorbeeld een olie die direct uit de sinaasappelschillen wordt geperst. Daarnaast investeert PeelPioneers veel in R&D om hun toepassingsgebied nog verder uit te breiden. In de toekomst hopen ze ook andere citrusvruchten te gebruiken voor de verwerking tot grond-



stoffen. Limoenen, citroenen en grapefruits bevatten net als sinaasappelen waardevolle grondstoffen voor verdere verwerking. Duurzaamheid en innovatie zijn PeelPioneers op het lijf geschreven. Je ziet het terug door het hele bedrijf: niet alleen in de eindproducten, maar ook in het productieproces en het onderhoud.

PERSOONLIJKE INNOVATIE

Eddie den Heijer is het gezicht achter het onderhoud bij PeelPioneers, sinds oktober 2021 is hij in dienst als onderhoudsmonteur. "Ik zit al 42 jaar in het onderhoudsvak en was hiervoor een beetje vastgegroeid in mijn werk. In dit bedrijf werken veel jonge mensen. Innovatie staat voorop. Hier kom ik weer helemaal los", vertelt hij enthousiast. "PeelPioneers stelt hoge eisen aan voedselveiligheid en kwaliteit, en dat geldt óók voor de smeermiddelen. Ik wilde niet gelijk terugrijpen op de smeermiddelen waar ik in het verleden bekend mee was. Onder het mom van, 'pak het eens anders aan en kijk verder dan je neus lang is', ging ik op zoek naar wat er verder in de markt te krijgen is. Zo kwam ik uit bij

de voedselveilige BECHEM smeermiddelen van FenS. Ik heb een aantal van deze vetten getest; om ze zelf te ervaren en te kijken of ze voldoen aan onze eisen. Ze voldoen aan zowel de kwaliteits- als de voedselveiligheidseisen en sluiten naadloos aan op ons beleid: ze zijn duurzaam en gaan verspilling tegen."

SERVICE IS THE KEY

Voedselveiligheid, duurzaamheid en kwaliteit waren niet de enige redenen om voor FenS te kiezen. "Bij hun gaat het niet alleen om het verkopen van producten, zoals bij veel grote 'olieboeren' wel het geval is. Wat opvalt is hun duidelijke en snelle communicatie, en natuurlijk de vele mogelijkheden die ze bieden, zoals de nazorg en dat we een olieanalyse kunnen laten uitvoeren. Hun interesse gaat verder dan alleen het verkopen van smeermiddelen. Dat bevat ons goed", zo vat hij de samenwerking samen.

DUURZAME SMEERMIDDELEN

PeelPioneers zit inmiddels in de scale-up fase, waardoor Eddie het erg druk heeft. FenS ont-

zorgde hem door een smeerschema op te stellen. Op die manier neemt FenS hem een stukje werk uit handen zodat hij tijd heeft voor andere dingen. Het smeerschema geeft inzicht in alle machines en smeerpunten in de fabriek en heeft geholpen bij het kiezen van de geschikte smeermiddelen. Het aantal verschillende smeermiddelen is geminimaliseerd dankzij de brede inzetbaarheid van de producten. Daarnaast zorgt de lange standtijd ervan voor een lager verbruik. Ook het uitvoeren van een olieanalyse draagt bij aan een duurzaam smeerbeleid. Die analyse geeft inzicht in de kwaliteit van de olie waardoor PeelPioneers nooit té vroeg of té laat vervangt. Juist die extra service was doorslaggevend om met FenS in zee te gaan," aldus Eddie.

 www.fens.nl
www.peelpioneers.nl



Eddie den Heijer (links)
naast Erik van Eldijk,
accountmanager FenS

**EIWITTRANSITIE
IN 2040 BESTAAT EEN KWART VAN ALLE
VOEDING UIT ALTERNATIEVE EIWITTEN**

In 2040 bestaat minstens een kwart van alle voedingsmiddelen uit alternatieve eiwitten. Dit blijkt uit een enquête die machine- en installatieproducent GEA liet uitvoeren onder duizend chef-koks uit elf landen. 43 procent van de ondervraagden verwacht dat in 2040 26 tot 50 procent van alle gerechten met alternatieve eiwitten wordt bereid. Bijna een kwart van de ondervraagden verwacht zelfs dat in 2040 meer dan de helft van alle voedingsmiddelen wordt gemaakt met alternatieve eiwitten. Uit de enquête blijkt dat ongeveer 90 procent van de ondervraagden nu al alternatieven gebruikt voor vlees en zuivel. Ruim een derde doet dat zelfs in hoge mate. Lees vrijblijvend het volledige rapport.



www.gea.com

**VOORKOM DE 3 GROOTSTE VALKUILEN
BIJ AANSCHAF VAN EEN ERP PAKKET**



Wanneer je op zoek bent naar een compleet nieuw ERP systeem of een onderdeel daarvan, zijn er nogal wat valkuilen die je graag wilt vermijden. Om te helpen met

het vinden van het ERP systeem en de partner die het beste bij jouw onderneming past, heeft ERP Foodexperts een onafhankelijk assessment ontwikkeld. Vul de korte vragenlijst in en ontvang een top 5 van ERP aanbieders die het best aansluiten op jouw onderneming en situatie. Je krijgt de whitepaper 'Voorkom de 3 grootste valkuilen bij aanschaf van een ERP pakket' cadeau als je het assessment invult. Het helpt je in het gesprek met de ERP aanbieders.

www.erpfoodexperts.nl



**VOEDSELVEILIGHEID
VLEES EN VLEESVERVANGERS VEILIG
HOUDBAAR ZONDER NITRIET**

De technologen van het Wageningse TOP bv hebben een octrooi verworven op een proces om vlees, vleesvervangers en hybride producten te behoeden voor de 'botulismebacterie' Clostridium botulinum zonder dat daarvoor de reguliere nitraat- en nitrietapplicaties nodig zijn. Zeker nu de roep om het gebruik van nitraat en nitriet in levensmiddelen aan banden te leggen groeit, is de nieuwe technologie een uitkomst. Voor voedingsbedrijven die niet willen wachten tot de overheid de richtlijnen voor het gebruik van nitriet en nitraat aanscherpt, ontwikkelde TOP een combinatie van een beperkt aantal cruciale milde conserveringsprocessen die gezamenlijk in vleesproducten en vleesvervangers de groei van C. botulinum reduceren.

www.top-bv.nl

**GROENTE EN FRUIT
CONSUMPTIE VERSE GROENTEN EN
FRUIT STABILISEERT**

Consumenten willen graag worden geholpen bij het kiezen van hun maaltijd. De verkoop van verspakketten, met bijna alle ingrediënten om een maaltijd te bereiden, groeit onverminderd door, zo blijkt uit de analyse van GroentenFruit Huis op basis van cijfers van GfK en Foodstep. Ten opzichte van 2021 groeide deze productgroep met 20 procent. Het aantal kopers nam met 3 procent toe. De groei zit dus vooral bij de huidige kopers, die vaker een pakket kochten. Na een hele scherpe terugval in 2020 en 2021 aten we in 2022 ook weer volop in (bedrijfs)restaurants. De consumptie van groenten en fruit thuis daalde daardoor in 2022: met drie procent. In horeca en catering groeide het verbruik juist; met 58 procent. Onder de streep geeft dit voor 2022 hetzelfde resultaat voor consumptie van groenten en fruit als in 2021.

www.groentenfruihuis.nl

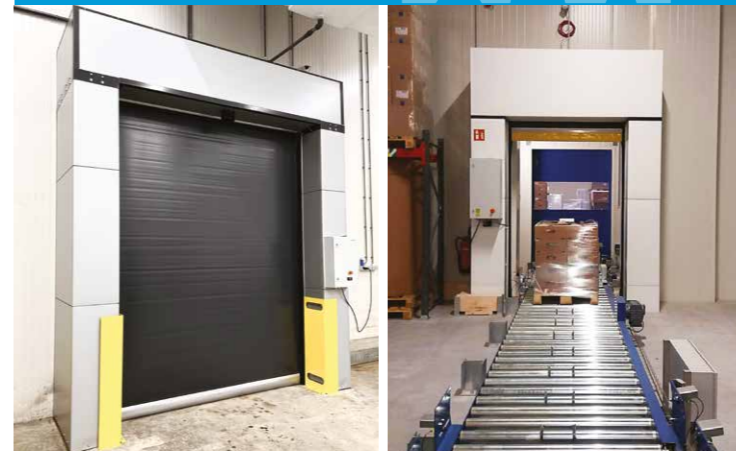


**Een vriesdeur die
écht probleemloos
werkt!
No cure, no pay.**

**DD Speed Roll 500
Cool/Cold tot -40°C**

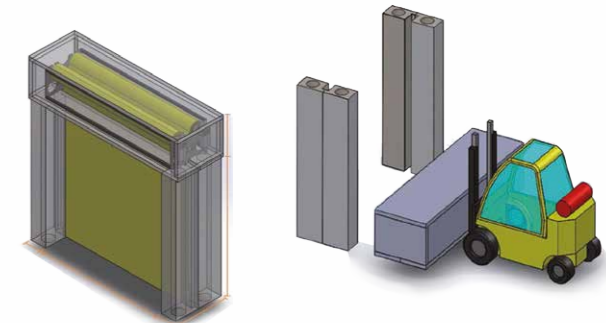
**Bekroond als meest innovatieve
en energiebesparende oplossing
voor het koel- en vriesbereik.**

De DD Speed Roll 500 Cool/Cold is een verticale energiebesparende supersnelle industriedeur speciaal voor vries- en koelcellen. Deze deur kan zowel aan de warme als aan de koude zijde worden geïnstalleerd en werkt geheel probleemloos zonder spoor van ijs of rijpafzetting tot - 40°C. Energiezuinig door slimme recuperatie van de restwarmte van de aandrijving die het inwendig systeem continu boven de 0°C houdt.



Alle voordelen op een rij:

- ✓ Slechts 1 deur in uw vriesdoorgang.
- ✓ Deurblad opgebouwd uit 6 lagen. (K=0,31W/m2/K)
- ✓ Gesplitste oprolling via 2 synchroon aangedreven wikkellassen
- ✓ Opensnelheid tot 2.5 M/s.
- ✓ Gelakte of RVS Quad-Core panelen behuizing.
- ✓ Na een eventuele aanrijding binnen enkele seconden weer operationeel.
- ✓ Max breedte 5.000 mm; Max hoogte 6.000 mm.
- ✓ Modulaire constructie; geheel voorgemassembleerd.
- ✓ Eenvoudig geïntegreerd met bestaande sandwichwand zonder koudebrug.
- ✓ Bestaande vloerverwarming is niet vereist.



Neem contact op voor meer informatie:



Ray Denessen
06 27 17 92 42
r.denessen@dendoor.eu
www.dendoor.eu

DenDoor.
All Industrial Door Solutions





Mijn ERP. Daarmee heb ik alles onder controle.

Efficiëntie, transparantie, flexibiliteit - daar gaat het nu om. IT is hiervoor de sleutel. Of het nu gaat om ERP, MES, traceerbaarheid of intelligente planningssoftware: het CSB-System is de complete oplossing voor levensmiddelenbedrijven. U kunt vandaag uw productie optimaliseren en morgen uw hele bedrijf digitaliseren.

Meer over onze oplossingen voor levensmiddelenbedrijven:
www.csb.com



Zodiac-printer

Eagle, Hawk en Falcon

- ✓ Lintbesparingsfunctie
- ✓ Geen perslucht nodig
- ✓ Minimale slijtage

AUTOMATOR
CODING — MARKING — LABELING

Breevaartstraat 37 3044AG Rotterdam +31 (0)10 415 64 00 info@automator.nl

DEZE BESPARING KUNT U NIET LATEN VLIEGEN!

COLLECTIEVE INKOOP ZAKENREIZEN
PRE-TRIP FARE SCAN (ROBOTIC)

- 1 boeken zoals u gewend bent, via uw reisagent of internet
- 2 tot 40% korting op vliegtickets, hotels en autohuur
- 3 vele reizigersvoordelen en gunstige boekingsvoorwaarden
- 4 monitoring vluchtreserveringen op goedkopere tarieven
- 5 notificatie naar uw reisagent voor omboeken (like for like)

ONS CONCEPT UITGELEGD IN 1,5 MINUUT
SCAN DE QR-CODE OF GA NAAR
WWW.LEANTRAVELMANAGEMENT.NL

MEER GRIP OP HET ONBEWUSTE

Wist u dat we slechts 2 tot 4 procent van onze beslissingen écht bewust maken? Ooit een kater gehad? Te veel gegeten waardoor je misselijk werd? Overgestoken bij rood licht en nét niet aangerezen? We dénken graag dat wij rationele wezens zijn. Maar 98 tot 96 procent van onze beslissingen nemen we ondoordacht. De mens is een impulsief wezen.

Ik verzin dit niet zelf. De wetenschapper Kahneman ontdekte dat we twee denksystemen hebben: een emotioneel, onbewust, snel en automatisch systeem; en een rationeel, bewust, langzaam en weloverwogen systeem. Ruim 96% van ons denken en de beslissingen die we nemen, vindt plaats in dat eerste systeem. Persoonlijk krijg ik van deze feitelijke kennis een beetje de kriebels. Blijkbaar hebben we minder grip op ons doen en laten dan ik dacht. Maar het verklaart wél waarom wij mensen zo vaak verkeerde inschattingen maken en beslissingen nemen.

Als het gaat om duurzaamheid in het bedrijfsleven, staat naar mijn mening 'continuïteit' met stip op één. Wie de boel verkwanselt, houdt immers niets over. Om de continuïteit van je bedrijf te borgen, zijn weldoordachte beslissingen en keuzes natuurlijk een must. Dus wát kunnen we doen om daarbij die 2 tot 4 procent van ons brein te bereiken?

Startpunt is bewustwording: waardoor wordt ieders onderbuikgevoel gevoed? Wat zijn de onderliggende meningen en normen van alle teamleden? 'De som van de waardes van de teamleden is de set van waardes van de organisatie', stelde prof. Hemel. En die set is dus bepalend voor de richting waarin je bedrijf beweegt!

Met enige regelmaat houden wij speciale teamsessies waarin we die waardes, meningen en normen in kaart brengen. Zo worden we ons meer bewust van de onbewuste processen. Volg je me nog? Prima, dan zitten we nog steeds in systeem 2!

Pieter Vos
Directeur Nutrilab



OMSLAG NAAR DUURZAME RIJST

Met de bewustwordingscampagne 'SRP around the World' vraagt het Sustainable Rice Platform (SRP) aandacht voor de grote impact van de rijstteelt op mens en milieu, en de noodzaak voor de overstap naar duurzamere teelt. Een aantal grote supermarktketens zoals Albert Heijn, Kaufland en Lidl hebben zich al bij het platform aangesloten.

"In Nederland was lange tijd niet veel aandacht voor duurzame rijst," vertelt Jop Blom, duurzaam ondernemer en woordvoerder van Sustainable Rice Platform in Europa. "Dat heeft vooral te maken met het feit dat het niet het hoofdingrediënt is van onze keuken. In Nederland wordt wel rijst gegeten, maar niet zoveel als bijvoorbeeld in Azië. Andere productgroepen

gingen rijst daarom voor. Koffie, bananen en chocolade: deze producten lopen voor op rijst." SRP richt zich met name op retailers en andere bedrijven in de rijstketen, en niet zozeer op de consument.

VRAAG VAN RETAILERS

De vraag naar duurzame rijst komt in Nederland

op dit moment niet van de consument, maar vooral van de retailers. "Duurzaamheid is een belangrijk thema voor bedrijven binnen de voedselketen, waaronder supermarkten. Zij zijn zelf op zoek naar meer duurzame producten. Door het gebruik van duurzame rijst als voorwaarde te stellen aan hun leveranciers, kunnen ze helpen om de verduurzaming van de rijstketen



te versnellen. Hoe meer retailers kiezen voor duurzame rijst, hoe eerder er een omslag kan plaatsvinden."

OMSLAG NODIG

Die omslag is nodig, legt Wyn Ellis, Executive Director SRP, uit. "De huidige manier van rijst telen draagt bij aan de klimaatverandering. Voor het verbouwen van rijst wordt momenteel 30 tot 40 procent van het wereldwijd beschikbare zoetwater ingezet. De sector is verantwoordelijk voor bijna 10 procent van de totale door mensen geproduceerde methaan-emissies. De klimaatverandering heeft op haar beurt een negatieve invloed op de rijstteelt. Als er niet wordt ingegrepen, kan de wereldwijde opbrengst met 15 procent afnemen. Dat is alarmerend, zeker wanneer je in ogenschouw neemt dat bijna de helft van de wereldbevolking afhankelijk is van rijst als het belangrijkste basisonderdeel van hun dieet. En meer dan een miljard mensen is afhankelijk van de rijstindustrie voor hun werk en inkomen. De vraag naar rijst zal de komende jaren alleen maar verder toenemen, heeft het Internationale Rijst Onderzoeksinstituut (IRRI) berekend. Wij zetten ons in om een duurzaam antwoord te bieden op deze groeiende vraag."

KEURMERK

De consument kan duurzame rijst sinds 2021 herkennen aan het 'SRP Verified' keurmerk. "Een aantal producten met dit keurmerk zijn op dit moment te koop bij Lidl, Albert Heijn en binnenkort ook bij Jumbo," aldus Blom. "Dit keurmerk is in 2022 door Milieu Centraal aangemerkt als een van de 12 topkeurmerken op het gebied van voeding. Die uitverkiezing helpt ons bij het over de streep trekken van retailers die duurzaam-

heid hoog in het vaandel hebben staan: ze willen graag dit keurmerk aan hun aanbod toevoegen." Blom hoopt dat, in samenwerking met supermarkten en andere bedrijven in de voedselketen, de consument kan worden bereikt. "Wij richten ons in eerste instantie op het beïnvloeden van bedrijven. Een marketingcampagne gericht op consumenten is vele malen kostbaarder, en valt buiten ons budget. We willen bedrijven stimuleren om zelf over duurzame rijst te gaan communiceren naar hun klanten. Zij hebben een veel groter bereik dan wij. Bovendien geeft het de boodschap meer gewicht wanneer bedrijven laten zien dat ze onze visie ondersteunen en willen samenwerken aan een duurzame toekomst."

DUURZAME LANDBOUWMETHODES

Het platform richt zich echter niet alleen op de vraagkant, maar ook op de producent. "We zijn samen met partners wereldwijd actief met meer dan twintig grootschalige projecten om rijst duurzamer te maken. Meer dan 150.000 boeren in verschillende landen zijn bij ons aangesloten en passen duurzamere landbouwmethodes toe. De eerste analyses van een aantal van deze projecten wijzen uit dat dit gemiddeld voor een vermindering van 50 procent CO₂ uitstoot, 20 procent waterreductie en 10 procent vermindering van het gebruik van pesticiden heeft gezorgd. De afname in het gebruik van pesticiden zorgt voor een verlaging van de kosten voor de boer. Tegelijkertijd is de kwaliteit van de oogst veelal hoger. Dit zorgt voor een betere opbrengst. Dit zijn sterke argumenten om boeren te overtuigen dat het anders kan en moet," aldus Ellis. Er zit nóg een voordeel aan het gebruik van duurzame landbouwmethodes. "Een van de


grootste problemen voor rijsttelers is dat de oogst niet erg betrouwbaar is. Door de klimaatverandering wordt dit verergerd. We leren telers teelttechnieken die zorgen voor meer continuïteit qua opbrengst."

OPSCHALEN

Bang voor een tekort aan duurzame rijst bij een plotselinge stijging van de vraag is Ellis allerm minst. "Het voordeel van het SRP-keurmerk is dat er relatief weinig tijd overheen gaat voordat een boer onder het keurmerk kan opereren. In het geval van het keurmerk 'biologisch' duurt het drie jaar, mits de boer aan alle eisen voldoet. Bij ons keurmerk kan de boer, wanneer deze aan de eisen voldoet, dat bij de volgende oogst al doen. Wanneer de vraag snel stijgt, hoeft het aanbod daardoor niet ver achter te blijven."

OVER SUSTAINABLE RICE PLATFORM

Het Sustainable Rice Platform is een initiatief van onder andere het VN-Milieuprogramma, het International Rice Research Institute, het Duitse GiZ en ruim 110 private en publieke leden en spelers binnen de wereldwijde keten van de rijstproductie. In 2011 lanceerden zij het SRP multi-stakeholderprogramma. Hierbinnen wordt onderzoek gedaan om duurzamere rijstteelt, productie, beleidsvorming, handel en consumptie te bevorderen. De visie van het platform en zijn leden is erop gericht om de wereld duurzaam te kunnen blijven voeden door een verandering in de sector teweeg te brengen waarbij gezonde, hoogwaardige en voedzame rijst voor de consument centraal staat. Tegelijkertijd helpt het platform de werknemers en kleine boeren om de werk en leefomstandigheden te verbeteren en ook onze planeet verder te beschermen.

 www.sustainableice.org

- ✓ Totaalleverancier van reinigingssystemen voor de voedselverwerkende industrie
- ✓ Vervaardiging in eigen werkplaats, maatwerk mogelijk
- ✓ Betrouwbaar



Besparen door automatisering!



Het Weerij 2 8253 PP Dronten +31 (0)321 - 386 600 verkoop@letsbv.nl



Dieptrekfolie

GF GLOBAL FLEXIBLES

Innovatief verpakken!

- ✓ Dieptrekfolie voor vacuüm- en gasverpakking
- ✓ Skinverpakking, glasheldere folie voor optimale presentatie
- ✓ Topsealfolie voor gebruik op elke traysealer
- ✓ Flowpackfolie voor horizontale en verticale vorm-, vul- en sluitmachines
- ✓ Vacuümzakken, sterk en helder
- ✓ Recyclebare folie
- ✓ Hersluitbare verpakkingen
- ✓ Tot 10 kleuren bedrukt, plus papertouch-effect

Global Flexibles Europe B.V.



T: +31 (0) 180 - 55 11 33
info@globalflexibles.com

www.globalflexibles.com

Stormsweg 94 | NL - 2921 LZ | Krimpen aan den IJssel

PIJNPUNTEN AANSTIPPEN

Je hoort niet anders. 'We moeten verduurzamen'. Je weet, het is noodzakelijk voor het behoud van onze aarde. Toch hóór ik je bijna denken: 'Tis allemaal duur zat. Wat kost me dat?'

Kosten besparen doe je door zo zuinig mogelijk om te gaan met je middelen en grondstoffen. Duurzaam produceren doe je eveneens door zuinig om te gaan met energie, grondstoffen efficiënter in te zetten, afval te verminderen, kortom: door niets te verspillen. Hé, dat komt goed uit: verduurzamen en kostenbesparen gaan dus hand-in-hand. Wat je nodig hebt om te sturen en vlot te anticiperen op wat er gebeurt? Real-time data.

Kijk eerst eens kritisch naar je productieproces. Of beter, durf een ander dat te laten doen. Een buitenstaander kijkt met een frisse blik en is niet bang om pijnpunten aan te stippen. Het zal je bijvoorbeeld verbazen hoe vaak productiedata nog handmatig op lijstjes worden ingevuld om deze op een later moment in te kloppen in een Excel-sheet. Auw! Dit gaat je niet helpen. Niet in je verduurzamingsproces. En zeker niet bij kostenbesparingen.

Real time data genereer je door je processen te automatiseren, robotiseren en digitaliseren. Als je live kunt zien dat de gewichten van de hamburgers afwijken van de norm, kun je direct de machine bijstellen. Zo sta je aan het eind van de week niet voor onaangename verrassingen. Robots maken minder fouten, zijn nooit ziek en voeren zware taken sneller uit; met de huidige personeelskrapte geen overbodige luxe. Je personeel ontlasten van zwaar werk draagt trouwens ook nog eens bij aan hun duurzame inzetbaarheid. Laat robots bijvoorbeeld kazen omdraaien tijdens het rijpingsproces. Dat scheelt weer rugpijn.

Het hele spelletje staat of valt met een passend en integraal systeem dat ál die data snel kan verwerken tot relevante informatie en jou op ieder gevraagd moment volledig inzicht geeft. Antwoord geeft op de vraag: 'Wáár kan ik mijn processen verbeteren? Wáár valt winst te behalen?' Wacht even; hoor je daar... winst? Dat klinkt toch als muziek in de oren.

Roy Meenderink

food business development expert, delaware



DUURZAAMHEIDSCLAIMS

‘MISLEID NIET, WANT DAN ZIJN DE POPPEN AAN HET DANSEN’



Beter voor de planeet! Een duurzamere keuze! Wanneer u een duurzaam voedingsmiddel ontwikkelt of op de markt brengt, wilt u dit als ondernemer natuurlijk graag vermelden op de verpakking en in reclame. Hier zijn echter steeds meer regels aan verbonden.

Ebba Hoogenraad en Lianne Steenbergen van advocatenkantoor Hoogenraad & Haak kennen de kansen en valkuilen bij het gebruik van duurzaamheidsclaims. Lianne: “Zomaar iets roepen? Die tijden zijn voorbij.” Ebba: “Duurzaamheid kan van alles zijn. Zo kan het product of de productiewijze beter voor het milieu zijn. Maar ook ethische zaken, zoals dierenwelzijn en arbeidsomstandigheden, vallen onder het begrip. Daarom moeten ondernemers in hun uiting specificeren in welk opzicht hun product duurzaam is. En je moet stevig bewijs voor je claim op de plank hebben. Uit de Wet oneerlijke handelspraktijken volgt: je mag niet misleiden of belangrijke informatie weglaten. Deze basisregels zijn er al jaren, maar er komen steeds meer specifieke regels bij voor duurzaamheidsclaims.”

PRAKTISCHE ADVIEZEN

Ebba: “Ons advocatenkantoor houdt zich specifiek bezig met onder andere merkenrecht, auteursrecht, reclamerecht en food law. We zijn gewend om met onze cliënten mee te denken vanaf het allereerste concept. Daarbij geven we niet alleen de juridische grenzen aan, maar vooral ook wat wel kan. We hebben nauwe contacten met relevante brancheverenigingen en zijn het enige Nederlandse kantoor dat onderdeel is van GALA, de Global Advertising Lawyers Alliance. Via dat netwerk kunnen we effectief internationale checks doen.” Lianne: “We vragen bijvoorbeeld advocaten in Amerika om een vraag naar Amerikaans recht uit te zoeken. Tussen EU-landen kan de precieze uitwerking en toepassing van de EU-regels rondom voeding en reclame ook verschillen.”

CONTROLE DOOR ACM EN RCC

Ebba: “In Nederland kan je bij het niet-naleven van de duurzaamheidsregels te maken krijgen met de Autoriteit Consument & Markt (ACM), de Reclame Code Commissie (RCC) en de rechter. De ACM heeft momenteel een focus op duurzaamheidsclaims. Recent grepen ze in

bij duurzaamheidsclaims in de kledingsector. Onthoud dus: als het misgaat en de ACM zit je op de hielen, kan dat tot hoge boetes leiden.” Lianne: “De RCC kan geen boetes opleggen, maar geeft een aanbeveling om niet meer op deze wijze te adverteren. De RCC is opgericht door stakeholders uit de reclamebranche en behandelt klachten van consumenten en bedrijven. Deze vorm van zelfregulering werkt goed in Nederland. Daarnaast stappen concurrenten en NGO's steeds vaker naar de rechter; bij misleiding volgt dan een verbod met dwangsom, vaak ook een rectificatie en daarmee reputatieschade.”

NIEUWE MILIEU- EN DUURZAAMHEIDS-RECLAMECODE

Lianne: “De RCC baseert zich op specifieke codes, zoals die voor voedingsmiddelen en ook eentje voor duurzaamheidsclaims. Naar verwachting geldt vanaf begin 2023 een geüpdatete versie van de Milieu- en Duurzaamheidsreclamecode. Daarin zijn de regels voor duurzaamheidsclaims concreter uitgewerkt. Een voorbeeld is de term ‘klimaatneutraal’. Voor deze claim geldt inmiddels een extreme bewijslast; het is haast onmogelijk om ‘klimaatneutraal’ voldoende te onderbouwen. Zo lastig zelfs dat verwijzing naar het gelijknamige keurmerk ‘Klimaatneutraal’ allerlei strenge eisen met zich meebrengt. Het College van Beroep van de Stichting Reclame Code heeft geoordeeld dat een groot zuivelbedrijf de claim ‘klimaatneutraal’ niet zomaar los mag gebruiken, maar uitsluitend nog in rechtstreeks en zichtbaar verband met het keurmerk. Bijvoorbeeld: ‘klimaatneutraal in de zin van het keurmerk.’”

Lianne: “Zorg ervoor dat de onderbouwing van de claim 100% op orde is vóórdat je hem communiceert. Als je vergelijkt met een concurrent, is er sprake van vergelijkende reclame; ook dan moet je een hoog (bewijs)hekje over. Als je beweert of suggereert dat je ecologische voetafdruk lager is dan concurrenten, moet dat


juridisch kloppen ten opzichte van elke mogelijke concurrent waar een consument aan kan denken.” Ebba: “Zeggen dat je huidige product duurzamer is dan je vorige product mag ook. Of een ambitie uitspreken, zoals bedrijven doen met het keurmerk On the way to PlanetProof. Wat je claimt moet je wel toelichten op de verpakking; het mag geen vage claim zijn. En wat daar niet past, zet je op een landingspagina op je website. Misleid niet, want dan zijn de poppen aan het dansen.”

RECYCLEBARE FLES?

Lianne: “Klachten over plastic flessen zorgden voor interessante voorbeelden. Een sausfabrikant claimde dat hun fles 100% recyclebaar is. In de reclame was duidelijk te zien dat het etiket wel eerst afgeritst moest worden. Dat vond de RCC voldoende duidelijk. Een frisdrankfabrikant claimde dat hun flessen van ‘100% recycled plastic’ zijn gemaakt. Dat gold echter niet voor de dop en het etiket; alleen voor het flesdeel van de verpakking. De RCC concludeerde in dit geval dat een duidelijke disclaimer ontbrak. In beide gevallen is de vraag: wat verstaat een consument onder een fles? Horen de dop en het etiket bij de fles of niet? Verplaats je daarom altijd in je consument: hoe vat de consument jouw uiting op?”

DUURZAAMHEIDSCLAIMS ALS USP

Ebba: “Ik hoop vooral dat onze tips zorgen voor bewustzijn bij ondernemers. Kies welk duurzaamheidsaspect je wilt communiceren, verzamel stevig bewijsmateriaal, wees eerlijk, denk goed na over je formulering en laat alles door legal checken. Heb je vervolgens een heldere, pakkende, bewijsbare claim? Gebruik hem dan. Dat fabrikanten verduurzamen is belangrijk voor een betere wereld. Als daar een sterke claim bij past, is dat een mooie manier om je te onderscheiden.”

 www.abnamro.nl
www.hoogenhaak.nl

AL 38 JAAR DUURZAAM...

- toekomstbestendig
- maximale up-time
- laagste TCO

www.repak.nl




DUURZAAMHEIDSCCLAIM 'NOW IN A PLANT BASED PACK' AFGEKEURD

CoolBest legde in haar vernieuwde verpakking de nadruk op duurzaamheid met de claim 'now in a plant based pack'. De Reclame Code Commissie oordeelt dat dit in strijd is met de artikelen 2 en 3 Milieu Reclame Code (MRC).

- In artikel 2 van de MRC staat: "Milieuclaims mogen geen mededelingen, afbeeldingen of suggesties bevatten waardoor de consument misleid kan worden over milieuaspecten van de aangeprezen producten, of over de bijdrage van de adverteerder aan het handhaven en bevorderen van een schoon en veilig leefmilieu in het algemeen".
- Artikel 3 MRC luidt: "Alle milieuclaims dienen aantoonbaar juist te zijn. De bewijslast rust op de adverteerder. Naarmate de milieuclaims absolueter zijn geformuleerd, worden zwaardere eisen gesteld aan het bewijsmateriaal".

aal, waarbij de tall olie (uit oogpunt van kosten) meegaat in het reguliere proces met fossiele grondstoffen. Het betreft een systeem op basis van massa balans dat ISCC gecertificeerd is, waarbij de exacte hoeveelheid plastic van plantaardige oorsprong per verpakking niet bekend is, aldus de adverteerder. Op de website staat ook: "Omdat de plant based materialen gemixt worden met de fossiele grondstoffen, is het percentage plant based materialen per pak niet te bepalen."

De Commissie begrijpt hieruit dat het 'plant based pack' een onbekend deel fossiele grondstoffen bevat. Ook om deze reden is de verpakking niet geheel plantaardig te noemen. CoolBest heeft meegedeeld de verpakking te zullen aanpassen.

 www.reclamecode.nl

Door de absolute claim 'now in a plant based pack!' wordt gesuggereerd dat de verpakking geheel plantaardig is. Dit is echter niet het geval. In de eerste plaats omdat, zoals adverteerder heeft erkend, de verpakking deels uit aluminium bestaat. Verder heeft de adverteerder meegedeeld dat de mededeling 'now in a plant based pack!' gebaseerd is op het gebruik van plastic, geproduceerd van tall olie ofwel plantaardig materi-



©MARTIN VAN GALEN/SHUTTERSTOCK.COM

”Huur een elektrische stoomketel voor extra capaciteit



Scharff Techniek verhuurt compacte, in bedrijfsruimte opstelbare, efficiënte stoomketels. De oplossing voor tijdelijke stoomvraag, ook bij clean steam.

Reserveer via 06-22806711 of www.scharfftechniek.nl



Onafhankelijk advies bij

- Afstemming koelbehoefte aan uw productieproces
- Aanschaf nieuwe of vervanging bestaande koelinstallaties
- Subsidiemogelijkheden & Energiebesparing
- Begeleiding & controle bij uitvoering

GO Consulting
T +31 (0)6 832 349 02

E info@goconsulting.nl
I www.goconsulting.nl

WAT TE DOEN BIJ NETCONGESTIE?

Het elektriciteitsnet loopt tegen zijn grenzen aan. Op (nieuwe) bedrijventerreinen is 'de stroom op'. Opeens hoorde je het overal: 'netcongestie' was eind 2022 hét nieuwe buzz-woord.

Het doel uit het Klimaatakkoord om in 2030 35 terawattuur (TWh) elektriciteit op te wekken met windmolens en zonneparken lijkt gehaald te gaan worden. Tot zover het goede nieuws. Want de voortgang bij de concretisering van de voorgenomen Regionale Energiestrategieën (RES'en) stagneert. Voor veel van de geplande initiatieven zijn de trajecten om te beginnen namelijk nog niet afgerond of zelfs nog niet gestart. Dit komt onder meer omdat de processen rond het verkrijgen van een netwerkaansluiting, vergunningverlening, financiering en het betrekken van burgers onvoldoende op elkaar aansluiten, waardoor projecten vertraging kunnen oplopen, zo concludeert het Planbureau.

Grootste belemmering bij de uitvoering van de RES-plannen vormen de grenzen aan de capaciteit van het elektriciteitsnetwerk (netcongestie). In grote delen van Nederland is op dit moment geen ruimte op het stroomnet om grote zonneparken aan te sluiten. Hierdoor worden projecten afgeblazen of uitgesteld en raken ambities zoals het CO₂-neutraal maken van de energievoorziening voor 2045 uit zicht.

WAT IS ER AAN DE HAND?

Vroeger was het leveren van elektriciteit eenrichtingsverkeer. Stroom ging van de centrale naar woningen en bedrijven. Maar met de komst van duurzame energie is dit dus tweerichtingsverkeer geworden. We schakelen over van fossiele brandstoffen op duurzame vormen van energie zoals zonne- en windenergie. In veel gevallen wordt deze energie teruggeleverd aan het elektriciteitsnet. Maar daar is het Nederlandse elektriciteitsnet niet voor ontworpen. Het leidt tot spanningsproblemen op het elektriciteitsnet. Op veel plekken is een tekort aan transportcapaciteit. Er is sprake van 'netcongestie' als de vraag naar transport van elektriciteit (zowel bij de aanbieder als de afnemer) groter is dan de transportcapaciteit van het net.

Het probleem is groot. Uitbreiding kost jaren vanwege vergunningstrajecten, er is gebrek aan technisch personeel, en elektrificatie gaat niet snel genoeg. Maar ondernemers willen dóór. Oplossingen waar de voedingsindustrie op terugrijpt om aan de stroomvraag te kunnen voldoen zijn op dit moment bijvoorbeeld

het inzetten van gasturbines, een nood-aggregaat op diesel, of met zonnepanelen opgewekte energie opslaan in een zogenaamde 'powerbooster'.

BATTOLYSER

In de haven van Rotterdam werd onlangs de eerste grootschalige 'Battolyser-fabriek' gebouwd om tegemoet te komen aan de stijgende vraag naar groene waterstof en de opslag van elektriciteit. Een Battolyser kan waterstof produceren uit zon en wind wanneer de energieprijzen laag zijn en elektriciteit leveren aan het net wanneer de prijzen hoog zijn. Het systeem is flexibel, efficiënt en robuust. Het kan de congestie op het net verlichten, de bouw van meer zonne- en windenergieprojecten mogelijk maken en de goedkoopste groene waterstof aanbieden. De technologie is uitgevonden door prof. dr. Fokko Mulder en zijn onderzoeksteam van de Technische Universiteit Delft.

BATTERYBOX EN POWERBOOSTER

Equans biedt als (tijdelijke) oplossing onder meer 'Battery Boxen' en 'PowerBoosters'. De eerste zijn lithium ion accu's die tot 600kW



energie kunnen opslaan uit zon, wind, het vaste net of een aggregaat. Een PowerBooster is een effectieve combinatie van een batterij, zonnepanelen, slimme aansturing en indien nodig een generator waarmee je elektriciteitstekorten kan voorkomen. Handig wanneer je een ad hoc of tijdelijke energie-uitdaging hebt. Deze innovatieve modulaire installatie overbrugt een periode van ongeveer 2 jaar van netcongestie.

BIG ASS BATTERY

Een soortgelijke oplossing biedt Big Ass Battery, een jonge Nederlandse scale-up. Volgens eigenaar Nico van Dijk valt er veel winst te behalen in innovaties voor het opwekken, de

opslag en het verminderen van het verbruik van energie. "De uitdaging ligt vooral in het betaalbaar houden én maken van de innovaties", meent hij. "Met ons energieopslagsysteem ben je on- en off-grid overal razendsnel voorzien van krachtige, groene batterijstroom en sla je efficiënt energie op. Geen uitstoot, geluidsoverlast en brandstofkosten." Het bedrijf maakt daarbij gebruik van de nieuwste batterijtechnologie, zonder kobalt. "Namelijk LFP-batterijen (lithium ijzer fosfaat). Deze batterijcellen zijn duurzamer en veiliger dan de meest gebruikte lithium-ion, gaan 15-25 jaar mee en worden daarna gerecycled of ingezet voor minder zware toepassingen."

Big Ass Battery bedient onder meer de bouw/infra voor de bouwplaatsvoorziening en het opladen van elektrisch materieel, en industrieën en productie voor opslag van zonne-energie, laadinfra en verzwaring van de aansluiting. "We hebben systemen draaien bij agrariërs, producenten van zaden, voedingsfabrikanten en bijvoorbeeld ook bij een brouwerij. Ons energieopslagsysteem is oneindig schaalbaar, we kunnen dus altijd de gewenste capaciteit leveren. Dit is al mogelijk in stappen van 75 kWh of een veelvoud daarvan. De Big Ass Battery heeft een hoge energiedichtheid. Daardoor neemt de container weinig plek in beslag." Lachend: "Zo'n big ass- heeft hij dus niet!" ■

BIOLOGISCH
CONSUMENT BESTEEDT 36% MEER AAN BIO-PRODUCTEN IN 2022

Consumenten hebben in 2022 36% meer uitgegeven aan biologische producten, zo blijkt uit een nieuwe GfK analyse over 2022 die gepresenteerd werd op de Biobeurs. De totale biologische omzet bedroeg 1,4 miljard euro. De verkoop van biologische versproducten groeide in 2022 met 41%. In de verkoop van biologische kruidenierswaren nam de omzet met 25% toe. Biologische versproducten zijn goed voor 68% van de biologische omzet. Biologisch wordt vooral gekocht door huishoudens met kinderen met een bovengemiddeld inkomen, tweeverdieners, kostwinners en welgestelde gepensioneerden. Samen zijn zij goed voor 60% van de totale omzet.

www.bionext.nl



BIOLOGISCH
GEEN BTW-MAATREGEL OM BIOLOGISCH ETEN TE STIMULEREN

De overheid heeft nog geen concrete plannen om het prijsverschil tussen gangbaar en biologisch te beïnvloeden. Dat liet het ministerie van LNV weten op de Biobeurs. Een btw-verlaging op biologische producten lijkt er voorlopig niet in te zitten. Wel kijkt het ministerie naar de mogelijkheden voor true pricing, een manier van beprijzen waarbij men niet alleen naar de productiekosten kijkt, maar ook naar de maatschappelijke kosten, zoals de effecten op natuur en milieu. De kritiek luidt dat deze maatschappelijke kosten niet zijn verwerkt in de prijzen van reguliere producten.

www.gfactueel.nl



DUURZAAMHEID
NEDERLANDSE ECONOMIE VERTRAAGT IN VERDUURZAMING

16,5 procent van het Nederlands bedrijfsleven is duurzaam. Dat blijkt uit de Nieuwe Economie Index 2023 (NEX), het cijfer dat MVO Nederland jaarlijks toekent aan de duurzaamheid van de Nederlandse economie. De index stijgt daarmee 1,1 procentpunt ten opzichte van 2022, wat de kleinste jaarlijkse stijging is sinds de lancering van de eerste NEX in 2020. Verreweg de laagste score in de NEX 2023 is voor het thema 'nieuwe rijkdom' (4,9 procent), dat in de basis draait om 'ondernemen en investeren vanuit meer dan financiële waarden'. Denk daarbij aan gezondheid, welzijn, tevredenheid en harmonie met de omgeving.

www.mvonderland.nl



VERPAKKEN
EOSTA BESPAART 50 MILJOENSTE PLASTIC VERPAKKING



Eind 2016 begon Eosta (onder merknaam Nature & More) als eerste in Europa lasertechniek toe te passen op verse biologische groente en fruit. Eosta noemde het natural branding: een manier om stickers en verpakkingen in de supermarkt te besparen. Inmiddels, zes jaar later, heeft Eosta al 50 miljoen plastic verpakkingen bespaard met deze techniek en hebben talloze andere groothandels en supermarkten de techniek omhelsd. De methode bespaart niet alleen veel plastic en papier, maar ook veel energie en uitstoot. Een lasermerkje kost slechts 1% van de energie die nodig is voor een sticker.

www.eosta.com

VISVERVANGERS
SCHOUTEN EUROPE INTRODUCEERT PLANTAARDIGE VISFILET

Vervangers voor vis zijn sterk in opkomst. Het aantal introducties in supermarkten in West-Europa is de laatste twee jaar exponentieel gegroeid. Schouten Europe introduceert in januari 2023 een plantaardige visfilet. De filet weegt 120 gram en heeft een basis van tarwe en rijst. "Het is goed gelukt om de smaak en textuur van kabeljauw na te bootsen, met een krokante laagje aan de buitenkant en een zachte binnenkant," vertelt Annemiek Vervoort, Product Manager bij Schouten.

www.schoutenfood.com



BIOLOGISCH
HAK GAAT OVER OP BIOLOGISCH

HAK wil in 2027 volledig zijn overgestapt op biologische teelt voor alle groenten en peulvruchten uit Nederland. Dat staat in het 'Groene Akkerplan' van HAK, een actieplan dat de groente- en peulvruchtenfabrikant volgt om de teelt verder te verduurzamen. HAK is zich bewust van de grote opdracht die zij zichzelf hiermee stelt, maar ziet het als een strategisch belangrijke stap voor de organisatie. Daarbij zet het bedrijf het stimuleren van de consumentenvraag naar biologisch voorop, waarbij het verdienvermogen voor en een nauwe samenwerking met de teler belangrijke voorwaarden zijn.

www.hak.nl

FOODVALLEY
NIEUW: ONLINE AGRI-FOOD NETWERK FOODLEAP

Foodvalley heeft een online agri-food netwerk Foodleap gecreëerd dat de foodsector de mogelijkheid biedt om interessante partners te vinden en met hen in contact te komen. Door simpelweg uw behoeften in te voeren, presenteert Foodleap beschikbare contacten, bijvoorbeeld per thema, regio, technologie of type organisatie. Het platform is niet alleen een zoekmachine, maar ook een plek om vragen te stellen en ideeën uit te wisselen. Het is een uitstekende gelegenheid om eerdere bevindingen met

de community te bespreken en contacten binnen het Foodleap netwerk te bereiken.

www.foodleap.com



EUROPESE VOEDSELSYSTEMEN

DUURZAMER MET DATA

Kunnen gegevens ons helpen om Europese voedselsystemen duurzamer te maken?

'Ja', stellen onderzoekers van het project Data4Food2030, '...mits we de gegevens goed beheren en vertrouwen opbouwen bij alle belanghebbenden.' Daar is nog werk aan de winkel.

De technologie om aan onze duurzaamheidsbehoefte te voldoen wordt elke dag toegankelijker. We kunnen sensoren installeren op de boerderij om uitstoot te meten (zoals CO₂ en stikstof). We kunnen die sensoren zelfs bij elke stap in de voedselwaardeketen inzetten: op het veld, in de productieketen en in de retail. Deze informatie bereikt steeds vaker de consument. Het verkrijgen van grote

hoeveelheden gegevens was nog nooit zo eenvoudig, maar er is meer: "Datagestuurde innovaties veranderen de manier waarop we voedsel produceren, consumeren en delen," stelt George Beers, project coördinator Data4Food2030 bij Wageningen University & Research. "Data transformeren onze economie en samenleving. Deze veranderingen gaan snel en zijn ingrijpend."

SCHEMERGEBIED

De veranderingen zijn veelbelovend. "Voedselsystemen zullen, ondersteund door datagestuurde innovaties en dataplatforms, naar verwachting transformeren tot een voedsel-economie met dataspaces als basis. Om Big Data effectief te gebruiken voor voedselsystemen, moeten deze gegevens eerst worden vastgelegd, geanalyseerd en goed worden

benut. Er wordt veel geld uitgetrokken voor technische wetenschap en Big Data. Wij vinden dat er meer aandacht moet komen voor de manier waarop deze de samenleving als geheel beïnvloeden. De digitale transformatie van voedselsystemen is in een schemergebied terechtgekomen," aldus George. "Er moet veel meer gekeken worden of degenen die data delen, wel vertrouwen hebben in de manier waarop de gegevens worden gebruikt," zegt hij.

Tot nu toe lag de focus van onderzoek vooral op de technologie achter data. Het project Data4Food2030 richt zijn pijlen juist op de sociale context. Naast zorgen over het vertrouwen in al die data, zijn er ook vragen over het eigendom van gegevens. Gebruikers zijn bijvoorbeeld bang dat gegevens kunnen worden misbruikt om monopolistische posities te creëren.

ONDERZOCHT GAAT WORDEN:

- hoe data onze samenleving beïnvloeden;
- of gebruikers begrijpen hoe gegevens worden behandeld;

- hoe mensen gegevens kunnen vertrouwen en hoe data veilig bewaard kunnen worden;
- hoe toezicht moet worden gehouden op de data-economie;
- en wie dat zou moeten gaan doen; onder wiens gezag moet dat gebeuren?

9 CASESTUDIES

Data4Food2030 heeft als doel 'het verbeteren van de data-economie voor voedselsystemen' door de branche ontwerpprincipes, aanbevelingen en oplossingen te bieden. Het project Data4Food2030 staat onder leiding van Wageningen University & Research, en kreeg 10 miljoen euro van de Europese commissie voor het onderzoek.

Belanghebbenden uit negen verschillende EU-landen gaan binnen het project deel uitmaken van negen casestudies. Dit zijn praktijkvoorbeelden van de data-economie op micro- en meso-economisch niveau. Elke casestudie stelt een specifieke vraag om de gegevensruimte in haar context beter te begrijpen.

Zo richt een studie zich op de beschikbare gegevens van varkenshouderijen, waaronder het meten van het effect van hygiënemaatregelen en het voldoen aan de verwachtingen van de consument als het gaat om het dagelijks beheer door de boeren.

Een andere casestudie kijkt naar het plan van Amsterdam om tegen 2050 volledig circulair te worden. Hoe kunnen gegevens over afvalstromen worden gevaloriseerd om economische-, sociale- en milieu inzichten te creëren voor stakeholders die werken aan het verminderen van voedselverspilling?

Alle negen casestudies worden bestudeerd om de data-economie in kaart te brengen, te verbeteren, en tot voorbeeld te dienen voor nieuwe datagedreven bedrijfsmodellen: die eerlijk en inclusief zijn voor voedselproductie, toeleveringsketens en de circulaire economie.

 www.wur.nl





GEA PAKT IN. GEA PAKT AAN.

Dunnere folies en monomaterialen, met GEA PowerHeat voert u ze moeiteloos door in uw dieptrek verpakkingsproces.

In de nieuwe serie 'PowerPak Thermoforming Packaging Systems' introduceert GEA 'PowerHeat'. Met individueel regelbare hittezones en -pixels zorgt deze verwarmingstechnologie voor een optimaal thermoformingproces. Moeiteloos verwerkt het folies die wel 40% dunner kunnen zijn. Bovendien zorgt deze technologie voor een perfecte seal van monomaterialen - uiteraard met behoud van productkwaliteit, houdbaarheid en functionaliteit. Dat noemen wij 'Engineering for a better world!'

Verpakken kan duurzamer. Op naar een circulaire economie.



Meer weten?

Scan de QR-code of ga naar www.gea.com/nederland.