

VOORWOORD

Er werd veel over beweerd, maar cijfers waren er niet. Nu staat het vast. Cosmetische kwaliteitseisen veroorzaken wel degelijk voedselverliezen. Vlaamse landbouwers lijden gemiddeld een afzetverlies van 10 procent omdat groenten en fruit moeten voldoen aan specifieke eisen in verband met kleur, vorm en afmetingen. Meer dan de helft van deze producten verdwijnt uit de humane voedselketen. Dat blijkt uit een onderzoek van de Universiteit Gent in opdracht van het Departement Landbouw en Visserij, dat de problematiek voor het eerst cijfermatig in kaart brengt. Het onderzoek levert de broodnodige kennisbasis, maar brengt ook opportuniteiten in beeld voor alle actoren uit de keten om hiermee aan de slag te gaan. De ketenpartners en de Vlaamse overheid kunnen er alvast mee aan de slag in het kader van de Ketenroadmap Voedselverlies.

In Nederland wordt de ambitie om voedselverliezen terug te dringen kracht bijgezet met een Green deal en een Taskforce. En het Europese beleid wordt scherp gehouden door adviezen van de Europese Rekenkamer en het Europees Parlement. Het thema blijft hoog op de politieke agenda staan. En terecht!

Naast beleidsmakers zie je ook in de keten, het middenveld en bij jonge innovatoren initiatieven ontstaan en – nog belangrijker – matuur worden. In februari werden vier succesvolle Vlaamse projecten gehonoreerd met de allereerste Food Waste Awards. Met een nieuwe sterke naam, Foodsavers, geeft de groeiende sector van organisaties en besturen die sociaal aan de slag gaan met voedseloverschotten hun activiteiten en diensten meer zichtbaarheid en meer cohesie. Het FSE Network vervelt zich tot FoodWIN, het Food Waste Innovation Network dat zich richt op innovatoren en lokale besturen met impactvolle projecten.

Voedselverliezen reduceren brengt op. Dat voel je instinctief aan, maar het is nu ook berekend. Voor elke euro dat een bedrijf investeert in het terugdringen van voedselverliezen, krijg hij 14 euro terug. Door deel te nemen aan de projecten 'Food From Food' of 'Food Heroes' kunnen bedrijven inspelen op deze opportuniteiten.

De consument kan ook zijn steentje bijdragen en staat daarin niet alleen. De consumentenorganisaties brachten het verspillingsgedrag in kaart om zinvolle acties te detecteren. De OVAM, FEE en Recupel lanceren alvast deel twee van de campagne 'Koelkast in orde' om de consument een handje te helpen.

U leest er alles over in het nieuwe e-zine. Veel leesplezier!

Dirk Van Gijseghem

Afdelingshoofd Monitoring en Studie

Departement Landbouw en Visserij – Vlaamse overheid



INHOUD

Voorwoord	2
Beleid	4
Cosmetische eisen veroorzaken voedselverlies	4
Green Deal en taskforce zetten Nederlandse ambities kracht bij	4
Weglaten houdbaarheidsdata blijft op de politieke agenda	4
EU-aanpak op de korrel genomen	5
Brits voedselafval stijgt ondanks engagement bedrijven	5
Keten en stakeholders	6
Prijzenregen voor succesvolle projecten	6
FSE Network wordt FoodWIN	6
Colruyt en Delhaize zijn gul met overschotten	6
Foodsavers gaan sociaal aan de slag met voedseloverschotten	7
Voedsel redden in Gent	7
Brusselse koekjesbakker is nieuw merk van het jaar	7
Inspirerende voortrekkers van circulaire economie	7
Sterke drank van fruitoverschotten?	8
Amerikaanse hotelfederatie werkt samen met WWF	8
Duitse supermarkt met enkel overschotten	8
Consument en burger	8
Een op de twee Belgische consumenten verspilt	8
Haal meer uit uw koelkast	9
Datumduikers gesignaleerd	9
Boodschappenlijstjes onder de loep	9
Onderzoek	10
Een euro uitgeven, 14 euro verdienen	10
Data over valorisatie van reststromen gebundeld	10
Overconsumptie erger dan voedselverspilling	10
Koelkasten kunnen beter	10
Dien uw project in	11
Leestips	11
Meer dan de rest	11
Sociale media effectief tegen voedselverlies?	11
Organiseer uw eigen event op basis van overschotten	12
Agenda	12
Citaat	12



BELEID

COSMETISCHE EISEN VEROOZAKEN VOEDSELVERLIES

Vlaamse landbouwers lijden gemiddeld een afzetverlies van 10 procent omdat groenten en fruit moeten voldoen aan specifieke eisen in verband met kleur, vorm en afmetingen. Meer dan de helft van deze producten, goed voor net geen 120.000 ton voor de belangrijkste teelten, verdwijnt uit de humane voedselketen. Dat blijkt uit een [onderzoek](#) van de Universiteit Gent in opdracht van het Departement Landbouw en Visserij, dat de problematiek voor het eerst cijfermatig in kaart brengt.

Ruim twee op de drie landbouwers kunnen door de cosmetische kwaliteitseisen een deel van hun afzet niet verkopen in het beoogde afzetkanaal. In minstens een derde van de gevallen krijgt het afzetverlies een humane valorisatie door verwerking, sociale initiatieven of thuisverkoop. Actoren zoals de retail, de verwerkende industrie en nieuwe innovatieve ondernemingen beschikken over potentieel om de voedselverliezen door cosmetische eisen te reduceren.

[11.11.11](#) eist naar aanleiding van het rapport gepaste maatregelen. De ontwikkelingsorganisatie denkt daarbij aan een afschaffing van het verbod om producten te verkopen die niet aan bepaalde normen voldoen. Want: "hoge kwaliteitsnormen zijn een tweesnijdend zwaard: ze leveren een goede prijs op voor de conforme producten, maar ze leiden ook tot verspilling van voedsel, water, energie enz."

Uit recent Nederlands [onderzoek](#) van Wageningen Universiteit in samenwerking met agrarisch marktonderzoeksbureau Geelen Consultancy blijkt dat telers en supermarkten positief staan tegenover de verkoop van afwijkende groenten en fruit, mits ze niet op dezelfde manier als normale producten worden gepositioneerd. De respondenten geven de voorkeur aan de verwerking van afwijkende groenten en fruit in salades, soepen en sauzen. De verkoop van lelijke groenten en fruit tegen een lagere prijs draagt volgens de supermarkten bij tot een positief imago.

GREEN DEAL EN TASKFORCE ZETTEN NEDERLANDSE AMBITIES KRACHT BIJ

In Nederland slaan de overheid en de voedingsindustrie de handen in elkaar om voedselverspilling aan te pakken. Tijdens de Nationale Voedseltop in januari 2017 ondertekenden ze de [Green Deal 'Over de Datum?'](#). De partijen willen de betekenis van houdbaarheidsdata en de houdbaarheid van producten (ook na openen) uitleggen aan consumenten.

Tegelijk is een [Taskforce Circular Economy in Food](#) in het leven geroepen, een initiatief van Wageningen Universiteit in samenwerking met het ministerie van Economische Zaken en de Alliantie Verduurzaming Voedsel. De taskforce wil initiatieven tegen voedselverspilling bundelen en ervoor zorgen dat agrofood-reststromen optimaal worden hergebruikt en grondstoffen hun waarde behouden. 25 schakels uit de voedselketen, van kmo's en multinationals zoals Unilever en Ahold Delhaize tot maatschappelijke organisaties, sloten zich al aan. In de tweede helft van 2017 komt er een nationale strategie en routekaart. De taskforce is gekoppeld aan het Europese onderzoeksprogramma [REFRESH](#), waarin 26 partners uit 12 Europese landen en China samenwerken aan de reductie van voedselverspilling.

WEGLATEN HOUDBAARHEIDSDATA BLIJFT OP DE POLITIEKE AGENDA

De Nederlandse staatssecretaris van Economische Zaken Martijn van Dam ziet zich gesterkt in zijn eis om houdbaarheidsdata op lang houdbare producten zoals rijst, pasta, koffie, stroop en soep uit blik weg te laten. Uit kwalitatief [onderzoek](#) van Wageningen Food & Biobased Research blijkt dat de voedselverspilling met 12 procent daalt, als er op die producten geen THT-datum op de verpakking staat.

////////////////////////////////////

Ook Ahold Delhaize maakt de balans op. In 2016 schonk Delhaize in België en Luxemburg 2.317 ton voedseloverschotten weg aan meer dan 130 liefdadigheidsverenigingen. 125 van de 138 supermarkten en alle distributiecentra nemen deel aan het programma (zie [filmpje](#)) Een van de drie focuspunten van de onlangs voorgestelde [Sustainable Retailing Strategy](#) is de vermindering van voedselverspilling. Tegen 2020 wil Ahold Delhaize wereldwijd haar voedselverlies met 20 procent reduceren. In België wil Delhaize tegen 2020 50 procent van haar onverkochte voedingsmiddelen wegschenken. De keten zet verder in op preventieve acties, samenwerking met haar leveranciers en sensibilisering van haar klanten.

FOODSAVERS GAAN SOCIAAL AAN DE SLAG MET VOEDSELOVERSCHOTTEN

Er is een nieuwe naam en een nieuw logo voor de talrijke organisaties, bedrijven of besturen die sociaal aan de slag gaan met voedseloverschotten: [de Foodsavers](#).

Sociaal aan de slag gaan met voedseloverschotten zit duidelijk in de lift. Vele sociale organisaties, sociale-economiebedrijven en lokale besturen in Vlaanderen zijn al jarenlang bezig om sociale- en milieumeerwaarden te combineren. Het aantal initiatieven groeit sterk en de resultaten volgen.

Met een nieuwe sterke naam en een nieuw logo wil deze groeiende sector zijn activiteiten en diensten meer zichtbaarheid geven en meer cohesie creëren. Foodsavers is een gezamenlijk initiatief van vele organisaties en wordt getrokken door [KOMOSIE](#) vzw.

VOEDSEL REDDEN IN GENT

Onder de noemer [Foodsavers Gent](#) haalt het Gentse OCMW elke dag onverkochte voedseloverschotten op bij de groente- en fruitveiling in Roeselare en bij een twintigtal grootwarenhuizen in het Gentse. Het eten wordt in een centraal koeldepot opgeslagen en vervolgens verdeeld naar sociale restaurants, sociale kruideniers en organisaties die voedsel uitdelen aan mensen in armoede. Foodsavers zou 100 ton voedsel per jaar moeten redden. De stad en het OCMW trekken 280.000 euro voor de opstart van het project, dat sociale en milieudoelstellingen dient. Tien à twaalf OCMW-cliënten krijgen een opleiding als logistieke medewerker met de bedoeling dat ze doorstromen naar de arbeidsmarkt Bovendien helpt de beperking van CO2-uitstoot door de recuperatie van voeding Gent zijn klimaatdoelstellingen te halen.

BRUSSELSE KOEKJESBAKKER IS NIEUW MERK VAN HET JAAR

Koekjesbakker [Generous](#) is uitgeroepen tot 'Belgium's New Brand of the Year 2016'. Het Brusselse echtpaar Christophe en Theodora Harou begon in 2013 met de productie van biologische, glutenvrije koekjes en hoopt na een gestage groei in 2017 een omzet van 1 miljoen euro te realiseren. Het bedrijf geeft werk aan 13 mensen uit een beschutte werkplaats en draagt er zorg voor om geen grondstoffen verloren te laten gaan. "Kapotte koekjes sturen we naar speciale gelegenheden of organisaties die het kunnen gebruiken, zoals Eatmosphere", zegt Christophe Harou. De verkiezing wordt georganiseerd door de kranten De Tijd en L'Echo en de marketingvereniging Stima. De vorige laureaat was het Gentse project Wasbar.

INSPIRERENDE VOORTREKKERS VAN CIRCULAIRE ECONOMIE

Samen met een team van experts selecteerde de Bond Beter Leefmilieu tien inspirerende voortrekkers van circulaire economie. Voedselverlies is een concrete maatschappelijke uitdaging, waarbij gezocht moet worden naar een betere sluiting van de kringloop. Geen wonder dus dat een aantal van de geselecteerde voortrekkers zich bezig houden met de valorisatie van voedseloverschotten. [Eatmosphere](#) zet zich in voor tal van initiatieven die met voedseloverschotten te maken hebben. Zo zet het

////////////////////////////////////

bijvoorbeeld restaurants op waar voedseloverschotten op gastronomische wijze worden verwerkt. [De Schenkingsbeurs](#) is een online platform dat het schenken van voedseloverschotten aan sociale- en voedselhulporganisaties vergemakkelijkt. Elk bedrijf uit de voedingssector kan bv. in een paar muisklikken een schenking kenbaar maken aan geïnteresseerde sociale organisaties in zijn buurt. Al meer dan 550 ton voedseloverschotten kregen zo een zinvolle bestemming in plaats van als afval beschouwd te worden. Lees meer over de tien geselecteerde voorbeelden op de [website](#).

STERKE DRANK VAN FRUITOVERSCHOTTEN?

In Limburg rijpt het idee om fruitoverschotten te verwerken tot cognac, calvados, jenever of cider. Bij [Syntra](#) in Hasselt zijn drie groepen van ongeveer 20 personen gestart aan een cursus 'distillateur'. Geurt van Rennes, die de cursus uitwerkte, gelooft in het potentieel. Tegen het vakblad [Fruit](#) zegt hij: "Misschien zijn de fruitsoorten die we nu vernietigen wel ideaal om cider en eau de vie uit te stoken en naar China te exporteren?" Het samenwerkingsproject 'Limburg finest' experimenteert al met twee eau de vies uit eigen regio: een van Boskoop-appel en een van Durondeau-peer.

AMERIKAANSE HOTELFEDERATIE WERKT SAMEN MET WWF

De Amerikaanse hotelfederatie [AHLA](#) slaat de handen in elkaar met de natuurorganisatie WWF om voedselverspilling in de hotelsector aan te pakken. Er komen verschillende pilootprojecten om voedselverlies op regelmatige basis te meten, trainingsprogramma's voor werknemers te verbeteren, aangepaste menu's op te stellen en het bewustzijn bij klanten te verhogen. InterContinental Hotels Group (Holiday Inn, Crowne Plaza), Hilton, Hyatt en Marriott maken deel uit van AHLA.

DUITSE SUPERMARKT MET ENKEL OVERSCHOTTEN

In Keulen is er een supermarkt opengestaan waar enkel overschotten verkocht worden. De naam: [The Good Food](#). Initiatiefneemster Nicole Klaski en haar team halen bij landbouwers groenten en fruit op die anders niet verkocht zouden raken. Voor de gewone markt zijn ze te klein, te groot of te krom. Of er is een overproductie. Ook droge voeding waarvan de houdbaarheidsdatum ('ten minste houdbaar tot') nadert of verstreken is, maakt deel uit van het assortiment.

Sommige bedrijven nemen zelf contact op met de winkel omdat ze het als een oplossing zien voor hun niet verkochte waren. The Good Food betaalt voor de inkomende producten enkel de eventuele verzendingskosten of het leeggoed. De klanten bepalen zelf wat ze willen betalen. De winkel werkt voorlopig enkel met vrijwilligers. Met het initiatief zegt Klaski het bewustzijn bij consumenten en bedrijven te willen vergroten over voedselverspilling.

CONSUMENT EN BURGER

EEN OP DE TWEE BELGISCHE CONSUMENTEN VERSPILT

49 procent van de Belgen gooide de voorbije dagen voedsel weg en 9 procent verspilde drank. Een opvallend groot aandeel van de niet opgegeten voeding gaat naar dieren. Belgen gooien vooral eten weg omdat de houdbaarheidsdatum ('te gebruiken tot' of 'ten minste houdbaar tot') verstreken is. Belgen verspillen ook voedsel omdat ze te veel klaarmaken of een overschot een product niet meer

////////////////////////////////////

gebruiken, uit tijdsgebrek of omdat ze een product niet correct bewaren. Dat blijkt uit een peiling van consumentenorganisaties bij 1.700 volwassen Vlamingen, Brusselaars en Walen.

Naarmate consumenten ouder worden, verspillen ze minder vaak. Wie kinderen in huis heeft, loopt meer kans op verspilling. Anderzijds is het aandeel verspilling binnen eenpersoonshuishoudens, weten we uit onderzoek in Engeland, tot 50 procent hoger dan in grotere huishoudens. Het percentage alleenstaande huishoudens neemt nog steeds toe.

Een op de drie Belgen ontvangt graag info en tips over minder voedsel verspillen. Er is bij uitstek vraag naar informatie over beter bewaren (koelkast, diepvries of in de huiskamer) en het opnieuw gebruiken van restjes. Deze informatiebehoefte is groter naarmate consumenten beter opgeleid zijn en een hoger inkomen hebben en is sterker aanwezig bij jongere consumenten.

Meer info over het onderzoek en de resultaten kan verkregen worden bij jan.velghe@oeco.be.

HAAL MEER UIT UW KOELKAST

Wat is de ideale temperatuur in een koelkast? Hoe lang blijft elke fruit- en groentesoort goed? Hoe vermijd je ijsvorming? Een antwoord op die en nog veel meer vragen vind je op www.koelkastinorde.be. De website maakt deel uit van een brede campagne van de Federatie van de Elektriciteit en de Elektronica, Recupel en de OVAM in uitvoering van de Ketenroadmap Voedselverlies.

Na een geslaagde campagne in de kerst- en nieuwjaarsperiode, staat deze zomer de barbecue centraal. De organisatoren zetten ook nu een arsenaal aan sociale media in om de campagne een brede weerklink te laten vinden. Met deze tools kan u ook de strijd tegen voedselverlies mee op de agenda zetten. Deel de filmpjes op [YouTube](https://www.youtube.com), de blogs van de [‘foodhelden’](#), de posts op [Facebook](https://www.facebook.com) en share de [Twitterberichten](https://twitter.com) naar hartenlust met uw netwerk.

DATUMDUIKERS GESIGNALEERD

Het is een bekend fenomeen. In de versafdeling van supermarkten grijpen klanten in het koelvak achteraan naar het product met de langste houdbaarheidsdatum. Er bestaat een woord voor, laat de [Taaltelefoon](#) weten: datumduiken. Volgens sommigen leidt datumduiken ertoe dat goede producten uiteindelijk onverkocht worden weggegooid. Al kunnen singles en kleine eters gebaat zijn bij een langere houdbaarheidsdatum.

BOODSCHAPPENLIJSTJES ONDER DE LOEP

Het Nederlandse Voedingscentrum analyseert in een nieuwe campagne de verborgen boodschappen in boodschappenlijstjes. De consumenten hebben in april de gelegenheid gekregen om lijstjes in te sturen waarvan er acht op de [website](#) en de sociale media verschijnen. Tefke van Dijk, columnist van De Volkskrant, analyseert het lijstje en kijkt naar het profiel van de opsteller. Zijn het chaoten, routeplanners, indelers of afvinkers? Kennisexpert Corné van Dooren van het Voedingscentrum neemt het consumptiegedrag onder de loep vanuit duurzaamheids- en gezondheidsoogpunt "Als je je aan je boodschappenlijstje houdt, koop je precies wat je nodig hebt en laat je je minder snel verleiden tot impulsaankopen. Zo kun je jaarlijks zo'n 4 kilo voedsel van de afvalbak redden", zegt Van Dooren.

////////////////////////////////////

ONDERZOEK

EEN EURO UITGEVEN, 14 EURO VERDIENEN

De helft van de bedrijven die voedselverlies tegengaan, spaart voor elke geïnvesteerde euro 14 euro uit. Dat straffe cijfer staat in een nieuw [rapport](#) van het World Resources Institute (WRI) en WRAP, die 1.200 productiesites van 7000 bedrijven in 17 landen onder de loep namen. De studie kwam er op vraag van [Champions 12.3](#), een coalitie van ongeveer 40 hoogwaardigheidsbekleders die zich inzetten om het duurzame ontwikkelingsdoel 12.3 te halen om het voedselverlies tegen 2030 te halveren.

Volgens het onderzoek rendeert de financiële inspanning bij 99 procent van de bedrijven. Ze investeren bijvoorbeeld in het meten van het voedselverlies, de opleiding van het personeel, de verbetering van het inventarisbeheer en de verandering van de verpakking. De winst zit hem in de verkoop van onvolmaakte producten, de creatie van nieuwe producten, de vermindering van de kosten voor afvalbeheer en het vermijden van kosten voor niet verkocht voedsel.

DATA OVER VALORISATIE VAN RESTSTROMEN GEBUNDELD

Bent u op zoek naar onderzoek over valorisatie van reststromen in de agrovoedingsindustrie of wil u uw eigen praktijkvoorbeelden in de kijker zetten? Dat kan via de [Agrocycle-databank](#), die beheerd wordt door het Instituut voor Landbouw- en Visserij- en Voedingsonderzoek (ILVO). De databank is het resultaat van een project dat liep van 2011 tot en met 2013, met als partners UC Leuven-Limburg, Opleiding Voedings- en dieetkunde en het Innovatiesteunpunt voor landbouw en platteland (Boerenbond).

OVERCONSUMPTIE ERGER DAN VOEDSELVERSPILLING

Bijna de helft van de geogste gewassen wereldwijd (48,4 procent) gaat verloren omdat het voedsel slecht wordt of weggegooid wordt, omdat het inefficiënt gebruikt wordt en gewoon omdat we te veel eten. Overconsumptie zou zelfs tot meer verlies leiden dan voedselverspilling. Tot die conclusie komt een [rapport](#) van een internationaal team van onderzoekers op basis van cijfers van de FAO. De auteurs bevelen aan om het consumentengedrag te beïnvloeden. Mensen zouden minder dierlijke producten moeten eten, minder voedsel verspillen en hun verbruik verminderen, zodat het dichter bij de nutriëntenbehoeften aansluit. Dat is nodig om de voedselzekerheid voor de groeiende wereldbevolking te garanderen en de impact op de planeet te verminderen.

KOELKASTEN KUNNEN BETER

Een recent [rapport](#) van de Europese Commissie wijst erop dat ruim 85 procent van de koelkasten – naast een vriesvak – slechts één voedselcompartiment heeft met een temperatuur van 4°C. Dat is voor ongeveer de helft van de verse voeding (en dranken) te warm of te koud. De aanwezigheid van een apart koelvak (-1°C) en een 'keldercompartiment' (8-14°C) zou de levensduur met een factor 3 of 4 verhogen. Zo zou vlees in een koelvak 3 tot 20 dagen langer goed blijven.



DIEN UW PROJECT IN

- Gebak met preivezels? Pastasaus met wortelkleurstof? Via het project **Food From Food** wil ILVO, samen met partners in Vlaanderen en Nederland, natuurlijke ingrediënten distilleren uit reststromen van groenten en fruit. Op die manier wordt verspilling tegengegaan en kunnen restproducten meer geld opbrengen. De voedingsindustrie kan natuurlijke voedingsstoffen gebruiken, zoals vezels, vitamines, eiwitten, kleur- en geurstoffen. Het Interreg V-programma, dat loopt van 1 januari 2017 tot 31 december 2019, biedt veel lekkers aan: inspiratiedagen, een online database met aanbieders, vragers en technologie in een grensoverschrijdend netwerk, matchmaking, advies, demonstraties en pilootprojecten. Bedrijven kunnen van 1 juni 2017 tot 31 oktober 2018 projectvoorstellen indienen om in aanmerking te komen voor ondersteuning bij de uitwerking van hun innovatieve voorstel. 20 projecten worden gefinancierd met een budget van 40.000 euro per project. Voor meer informatie, ga naar www.foodfromfood.eu of neem contact op met Marie.Demarcke@flandersfood.com.
- **Food Heroes** is een ander grensoverschrijdend project van Interreg Noord-West Europa, waar Flanders DC en Innovatiesteunpunt Boerenbond bij betrokken zijn. Het ondersteunt innovatieve voedselondernemers die strijden tegen voedselverlies in de eerste schakels van de keten in drie subsectoren (vis, vlees, groenten & fruit). Het is de bedoeling dat de innovatieleiders Noord-Brabant, Zuid-Ierland en Hessen hun kennis overdragen aan de volgers Lincolnshire, de rest van Ierland, Vlaanderen en West-Frankrijk en dat er in kmo's door middel van co-creatie 15 innovatieve toepassingen ontwikkeld, getest en geïmplementeerd worden. De beste ideeën zullen worden bekroond met de Food Heroes Award. Het project loopt van 15 september 2016 tot 31 december 2019. Voor meer informatie zie de [projectwebsite](#). Wilt u deelnemen, neem dan contact op met bianka.kuhne@flandersfood.com.

LEESTIPS

MEER DAN DE REST

Na Pain Perdu, het project van het Brusselse restaurant AUB-SVP en Eatmosphere om op basis van voedseloverschotten een gastronomisch menu aan te bieden, is er van dezelfde mensen ook een kookboek. 'Meer dan de rest' beschrijft gerechten waarin vergeten seizoensgroenten, lokale onbekende vissen of miskende stukjes vlees van bij ons schitteren. Je leert ook experimenteren met technieken zoals fermenteren en het gebruik van de volledige groente, zodat niets verloren gaat. Daarnaast bevat het boek inspirerende interviews met gepassioneerde ambachtslui zoals slager Hendrik Dierendonck en Bruno Greindl, die met Agrobio brood, bloem en deegwaren op basis van biograan op de markt brengt. Het boek van Steven Desair, Joris Lens en Mathias Dirckx is verschenen bij [Lannoo](#) en kost 24,99 euro.

SOCIALE MEDIA EFFECTIEF TEGEN VOEDSELVERLIJES?

Kunnen sociale media bijdragen tot gedragsverandering bij de consument inzake voedselverspilling? Uit een [onderzoek](#) bij klanten van de Britse supermarkt Asda blijkt dat de balans gemengd is. Weliswaar zeggen de respondenten dat ze zich door een Facebook-campagne anders dan voorheen gedragen, maar hetzelfde effect wordt ook bereikt door een elektronische nieuwsbrief. Zelfs een controlegroep

////////////////////////////////////

