

REO

ACTUEEL N° 121 SEP.OKT. 2018



Proef al onze smaken

INHOUD

- 01-02** Woord van de voorzitter
- 03** Maandcijfers
januari – september 2018
- 04-05** Verslag symposium 'Kolen,
een teelt met toekomst'
- 06-07** Voorstelling najaars-
campagne witloofpromotie
- 08** Voorstelling sociaal project
soepen van enVie
- 09** Voorstelling internationale
promotiecampagne VLAM
- 10** Verslag educatieve
projecten
- 11** Voorstelling onderzoek
meststoffen bij slateelt
- 12** Voorstelling online platform
bioteelt

WOORD VAN DE VOORZITTER

Beste lezer

Ondertussen ligt één van de meest extreme zomers van de afgelopen halve eeuw reeds een tijdje achter ons. Ook het najaar blijft extreem droog en warm. Dit is een duidelijke rem op de productie bij de meeste openluchtgroenten. Bij bladgewassen onder beschutting zorgt het warme weer er niet alleen voor dat een aantal plant- of zaaiwerkzaamheden in elkaar schuiven, maar ook voor pieken in productie. Wat op zijn beurt betekent dat we in de komende wintermaanden een dal in de productie verwachten. Zowel bij de openluchtteelt als bij de teelt onder beschutting blijkt nog maar eens hoe moeilijk productieplanning bij verse groenten en fruit is, en dan spreken we nog niet over de impact van dit uitzonderlijk weer op de consument en zijn consumptiepatroon.

Niettegenstaande de kritiek in het voorbije voorjaar op onze Vlaamse coöperaties en op het unieke gemeenschappelijke verkoopplatform waar producenten in Vlaanderen nog steeds over beschikken, tonen de voorbije maanden nog maar eens het belang om te beschikken over veelzijdige, reactieve en sterke verkoopplatformen die actief zijn op een brede Europese markt. Zonder het simultaan verkoopstelsel met zijn tentakels via het thuiskoopstelsel naar elke deelmarkt in de wereld van groenten en fruit,

bleef de discussie rond de prijsvorming van jullie producten de voorbije zomer hoogstwaarschijnlijk een discussie over het werken aan eerlijke handelspraktijken. Hoe belangrijk dit ook is, het blijft de kracht van de markt en de accurate vertaling hiervan doorheen coöperatieve verkoopsystemen, die uiteindelijk echt het verschil maken op jullie bedrijven en in jullie portemonnee. Een verschil dat niet meer dan billijk is als je rekening houdt met de zware inspanningen die jullie producenten dag na dag leverden om verse groenten en fruit van topkwaliteit naar de markt te brengen.

Het doet mij als voorzitter pijn vast te stellen dat de moeilijke marktperiode in het voorjaar door malafide handelspartners misbruikt wordt om producenten van de REO Veiling te dwingen seizoenscontracten af te sluiten voor prei en andere openluchtgroenten met bestemming versmarkt tegen voorwaarden die absoluut niet marktconform zijn, en dit buiten het gezichtsveld van onze coöperatie. Het losweken van producenten van hun coöperatie onder de dreiging gecontracteerde industriegroenten niet af te nemen of zwaar te tarreren, hoort niet thuis in de 21ste eeuw en getuigt van platvloers opportunisme. Als coöperatie zullen we er dan ook alles aan doen om onze leden-producenten die met dergelijke praktijken geconfronteerd worden daadwerkelijk te

verdedigen. Weet trouwens dat alle bonafide afnemers die elke dag opnieuw transparant en eerlijk met de REO Veiling werken, vragende partij zijn om deze oneerlijke concurrentie krachtadig aan te pakken. Vanuit de REO Veiling kijken we dan ook vol verwachting naar de initiatieven die momenteel binnen het ketenoverleg genomen worden om te komen tot eerlijke en transparante handelspraktijken. In deze context hebben we als veiling enkele jaren terug reeds de verkoopsvoorwaarden aangepast zodat het schaamlapje van malafide handelaars, namelijk dat zij echt niet weten wie nu veilingproducent is en wie niet, niet langer opgaat. Via een vlotte elektronische tool worden zij snel geïnformeerd of een producent al of niet lid is van onze coöperatie. Onbegrijpelijk dat enkele handelaars uit de regio deze tool werkelijk nog nooit gebruikt hebben.

Tijdens de voorbije weken werd, samen met een aantal betrokken jonge producenten, hard gewerkt aan ons 2de jongeren-event. Het volgende Pop-Up Café heeft plaats op zaterdag

1 december. Op deze avond verwachten we jonge producenten en jonge meewerkende zonen of dochters, allen jonger dan 40 jaar. Voor de uitwerking van de avond werd met een groep jonge producenten gebrainstormd rond producentenbetrokkenheid, vragen die bij onze jonge producenten leven en hoe zij de samenwerking met en binnen de REO Veiling zien. Als voorzitter wil ik alle jongeren die tijd en energie gestoken hebben in de voorbereiding van dit 2de jongeren-event heel hartelijk danken voor hun inzet en betrokkenheid. Mijn dank gaat evenzeer naar de medewerkers van de REO Veiling en Cera die onze jongeren begeleiden in deze denkoefening. Weet trouwens dat naast het jongeren-event er ook gewerkt wordt aan een vernieuwde communicatie met jullie, producenten, in 2019. In het volgende nummer van REO Actueel komen we hier trouwens uitvoerig op terug.

Rita Demaré
Voorzitter



6.400

Zoveel gezonde porties werden met medewerking van de REO Veiling gereserveerd om jullie producten te promoten tijdens de 'Dag van de Landbouw' die op zondag 16 september plaats had op de tuinbouw-bedrijven van REO producenten Koen Depreiter in Ingelmunster en Wim Myngheer in Zuidschote. Bij grondwitloofteler Koen was uiteraard dit product het hoofd-ingrediënt in soep, quiche, witloofconfituur en een kleurrijk hapje aangeboden op een blaadje van witloof. Bij hardfruitteler Wim proefden de talrijke bezoekers van zelfgemaakte appelmoes.

VZW VRIENDENKRING PERSONEEL REO NODIGT UIT

**GROENTEKAARTING
VRIJDAG 14 DECEMBER 2018**

De vzw Vriendenkring Personeel REO organiseert traditioneel op de tweede vrijdag van december haar jaarlijkse kaarting. Er wordt opnieuw gekaart voor VERSE GROENTEN en dit op **vrijdag 14 december** vanaf **18u00**.

Een aanzienlijk deel van de opbrengst wordt geschonken aan De Parel, een school voor buitengewoon onderwijs van OC Sint-Idesbald te Roeselare. De Parel biedt aangepast dagonderwijs en begeleidende zorg aan kinderen met

een mentale beperking. In De Parel lopen sinds 2001 een 60-tal kinderen van 3 tot 12 jaar school.

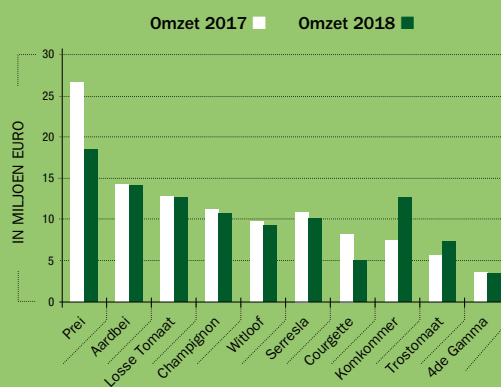
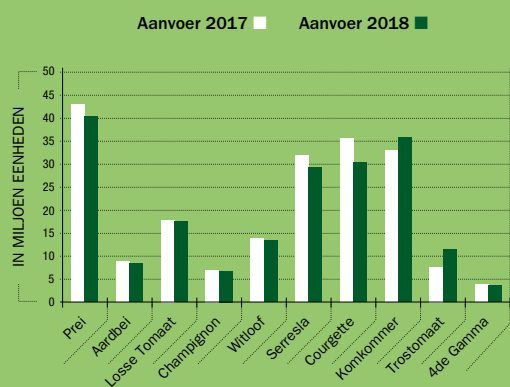
De groentekaarting heeft plaats in de cafetaria van de REO Veiling. De inleg bedraagt 1,50 euro. Er is geen drankverplichting.

De VZW-leden hopen op een grote opkomst en danken u bij voorbaat voor uw steun.



MAANDCIJFERS JANUARI – SEPTEMBER 2018 > AANVOERGEGEVENS

naam	EA	januari - september 2018			januari - september 2017		
		aantal	prijs (in €)	omzet (in €)	aantal	prijs (in €)	omzet (in €)
Prei	Kg/Bs	40.234.084	0,461	18.557.969	43.017.673	0,620	26.687.178
Aardbei	Po	8.328.286	1,695	14.115.581	8.937.805	1,592	14.224.974
Komkommer	St	35.877.846	0,351	12.599.862	32.883.962	0,229	7.518.236
Losse tomaat	Kg	17.441.181	0,722	12.589.762	17.799.414	0,721	12.825.645
Champignon	Kg	6.778.312	1,581	10.715.779	6.949.671	1,612	11.199.460
Serresla	St	29.238.158	0,349	10.193.424	31.827.832	0,342	10.880.043
Witloof	Kg	13.314.282	0,697	9.279.826	13.590.872	0,714	9.700.055
Trostomaat	Kg	11.331.973	0,643	7.290.447	7.641.888	0,735	5.616.605
Courgette	Kg/St	30.317.273	0,166	5.019.508	35.397.775	0,231	8.192.035
4de Gamma	Kg/St	3.571.734	0,937	3.348.029	3.846.655	0,917	3.528.242
Bloemkool	St	2.420.924	1,148	2.779.710	3.496.731	0,637	2.227.575
Knolselder	St	6.709.476	0,292	1.960.402	6.925.815	0,466	3.229.860
Wittekool	St	3.650.394	0,399	1.456.098	4.323.562	0,377	1.629.744
Peterselie	Bs	3.186.890	0,438	1.395.127	3.731.903	0,273	1.020.439
Multicolor	St	2.977.024	0,375	1.116.377	2.340.202	0,387	904.947
Groene selder	St/Bs	2.446.661	0,412	1.006.806	2.480.233	0,234	579.195
Framboos	Ds	986.929	0,991	978.198	1.084.613	1,034	1.121.179
Broccoli	Kg	795.395	1,183	941.308	915.323	0,930	851.096
Veldsla	Kg	497.442	1,789	889.987	395.945	4,182	1.655.768
Oesterzwam	Kg	182.452	4,236	772.822	108.071	4,330	467.958
Aardappel	Kg	1.547.282	0,427	660.659	1.839.355	0,421	774.950
Baby Leaf	Kg/Ds	224.726	2,910	654.055	260.464	2,588	673.989
Knolvenkel	St	1.031.728	0,528	545.194	953.454	0,425	405.567
Rodekool	St	1.434.846	0,380	544.786	1.584.618	0,688	1.090.002
Serresnijboon	Kg	229.917	2,337	537.405	250.876	2,200	552.001
Kiemen	Po	578.660	0,914	528.795	560.798	0,873	489.767
Lollo Bionda	St	1.440.648	0,355	511.600	985.888	0,443	436.336
Groene eikenbladsla	St	1.477.848	0,346	510.741	1.006.128	0,333	335.291
Rode eikenbladsla	St	1.295.566	0,371	480.939	857.614	0,256	219.304
Peer	Kg	590.158	0,693	408.854	688.410	0,573	394.313
Struikboon	Kg	171.465	2,323	398.308	189.278	1,756	332.436
Andijvie breedblad	St	517.524	0,674	348.805	447.688	0,522	233.549
Wortelen per bussel	Bs	686.138	0,482	330.477	815.510	0,313	255.592
Lollo Rossa	St	706.676	0,439	310.109	598.970	0,290	173.454
Spruitkool	Kg	454.564	0,638	290.000	617.788	0,978	604.404
Kruldandijvie	St	302.177	0,903	272.950	413.871	0,655	271.006
Aubergine	Kg	245.101	1,018	249.408	250.885	1,219	305.930
Savoikool	St	504.283	0,447	225.634	885.558	0,393	348.131
Witte asperge	B/S/K	55.499	3,967	220.138	120.539	2,399	289.130
Spinazie	Kg	78.445	1,496	117.334	81.236	1,252	101.714
Groene asperge	B/S/K	57.181	2,019	115.442	50.760	2,322	117.850
Radicchio	Kg	75.435	1,526	115.100	82.592	0,570	47.073
Braambes	Ds	130.183	0,835	108.767	94.149	0,847	79.749
Raap	Kg	172.493	0,625	107.827	172.150	0,555	95.568
Radijs	Bs	416.014	0,240	99.989	520.030	0,227	117.870
Pompoen	Kg	172.738	0,551	95.134	175.752	0,567	99.581
Zilverui	Bs	211.837	0,359	76.087	212.231	0,320	67.823
Witte selder	St	145.944	0,514	74.966	11.121	0,733	8.151
Appel	Kg	122.798	0,561	68.919	491.028	0,474	232.814
Schorseneer	Kg	87.036	0,775	67.474	66.348	0,915	60.712
Winterbloemkool	St	72.101	0,631	45.509	85.784	0,951	81.591
Rode bes	Ds	65.524	0,596	39.076	29.729	0,951	28.261
Augurk	Kg	47.245	0,779	36.820	43.445	1,057	45.926
Paksoi	St	40.492	0,527	21.359	36.392	0,524	19.056
Openluchtsla	St	99.768	0,207	20.660	60.868	0,143	8.698
Paprika	Kg	14.076	1,227	17.265	17.285	1,132	19.571
Kervel	Bs	44.217	0,389	17.181	48.621	0,313	15.231
Blauwe bes	Ds	9.007	1,059	9.535	300	0,900	270
Kerstomaat	Ds	26.072	0,321	8.381	35.920	0,348	12.493
Keukenraap	B/S/K	17.095	0,346	5.917	34.521	0,329	11.374
Ijsbergsla	St	4.238	0,221	936	29.954	0,132	3.959
Tuinkers	Ds	119	1,730	206	90.084	0,517	46.547



JONGE TELERS STERK VERTEGENWOORDIGD OP KOLENCONGRES

Bij Inagro in Beitem maakten de bezoekers kennis met een breed gamma van speciale koolgewassen.



De kurkdroge zomer was een belangrijk gesprekstema op het internationale kolencongres dat begin september plaats vond in West-Vlaanderen. Maar uiteraard werd er over veel meer gepraat op het symposium. In die zin deed het internationale congres haar centrale titel “Kolen, een teelt met toekomst” alle eer aan. Ruim 200 deelnemers, waaronder heel wat jonge kolentelers van onze veiling, waren op de afspraak.

SYMPOSIUM

Het internationale kolencongres werd georganiseerd door de Studiekring Koolgewassen West-Vlaanderen in samenwerking met tien projectpartners, waaronder de REO Veiling en Inagro. Tijdens de eerste congresdag in het Provinciehuis Boeverbos te Brugge gaven gastsprekers uit het binnen- en buitenland aan de hand van gedetailleerde cijfers een wetenschappelijke maar heldere en evenwichtige uiteenzetting over arealen, productie, consumptie, teelttechnieken en inno-

vaties in zowel commercialisering als verpakking. De sprekers namen daarbij diverse productiegebieden in Europa onder de loep.

De Benelux blijkt 75% van de spruitkoolproductie in Noordwest-Europa voort te brengen, terwijl spruitkool in Oost-Europa helemaal niet populair is. Het grootste koolgewas in West-Europa is bloemkool, gevolgd door wittekool, broccoli en spruitkool. De teelt en consumptie van spitskool stijgen, in tegenstelling tot spruitkool en savooikool. Ook broccoli kreeg de

laatste jaren een groeiende aandacht van zowel de consument als de producent, vooral omdat de groente heel wat gezondheidsbevorderende eigenschappen wordt toegemeten. Hetzelfde geldt voor boerenkool dat door zijn goede imago eveneens een stijgende consumptie kent.

Grzegorz Pastuszka van Bejo ging in op de situatie van kolen in Oost-Europa en stelde dat veel telers daar last hebben van klimaatverandering die zich manifesteert in ziektes en plagen, zoals de witte vlieg. Een ander prangend probleem voor de Oost-Europese kolensector is volgens deze gast spreker het vinden van voldoende arbeidskrachten. Het begrip mechanisatie kwam ook uitgebreid aan bod in de toespraak van Bernard Haspeslagh van Ardo die een beeld gaf van de verwerkende industrie: "Veel kool wordt verwerkt als diepvriesproduct en 15% van de Belgische diepvriesexport gaat naar de UK. Ons land is de grootste leverancier van bloemkool voor de diepvriessector. Diepvriesbroccoli komt vooral uit Spanje en Portugal. Het is belangrijk om het gezondheidsaspect van kolen te benadrukken en kolen niét als een ouderwetse groente te zien. Dit vergt blijvende innovaties. Een recent voorbeeld van een geslaagde innovatie is de introductie van bloemkool- en broccolirijst."

Britse en Franse producentenorganisaties lichtten de laatste vernieuwingen in commercialisering en verpakking toe. Daaruit blijkt dat Prince de Bretagne een bijzondere marketingstrategie hanteert. Het bedrijf kan rekenen op 200 'ambassadeurs' die samen zo'n 240.000 consumenten bereiken. Binnen dezelfde context maakte Gerard Barendregt duidelijk wat we kunnen leren van de "kolenhype" in de VS. "Dankzij sociale media en acties met keukenchefs en beroemdheden zijn kolen zo hip geworden dat 3 oktober er uitgeroepen is tot nationale boerenkooldag", aldus de Food & Value Chain Manager bij Syngenta.

« HET IS BELANGRIJK DAT PRODUCTIE, AFZET, ONDERZOEK, VOORLICHTING ÉN BELEID ELKAAR BLIJVEN VINDEN. »

Congresvoorzitter Mia Demeulemeester van Inagro sloot de congresdag af met een samenvatting van de verschillende toespraken. "Kool is een groente met een toekomst. Maar er zijn nog heel wat uitdagingen in de sector. Bovendien spelen allerhande factoren een rol... Factoren die een teler niet altijd in de hand heeft. Het is daarom belangrijk dat productie, afzet, onderzoek, voorlichting én beleid elkaar blijven vinden. Het symposium op de eerste congresdag heeft ontegensprekelijk daartoe bijgedragen", was haar slotconclusie.

BEDRIJFSBEZOeken

Op de tweede dag van het internationale kolencongres gingen de deelnemers met autobussen op pad voor begeleide bedrijfsbezoeken bij producenten die telen voor de versmarkt en de verwerkende industrie. De versmarkt werd vertegenwoordigd door vier REO producenten: Pieter Vandooren en Heidi Verhelst in Hooglede, Hubert Boudry en Maria Carnel samen met hun zoon Bart en schoondochter Sabine Neyens in Kemmel, Alexander Dejonghe en Mieke Depoorter in Passendale en Rik Delameilleure en Pascale Vandromme in Ardoeie.

Bij elk bezoek kregen de deelnemers een toelichting over de teelt van kolen op het bedrijf in combinatie met een bezoek aan het machinepark. Afhankelijk van het bedrijfstype toonden onderzoekers van Inagro ter plaatse resultaten of toepassingen rond diverse onderzoeksonderwerpen. Daarbij kwamen onder meer waarnemings- en waarschuwingssystemen in kolen aan bod. Maar ook het belang van een goede bodemvruchtbaarheid en de verwerking van de spuitresten via de Heliosec, Sentinel, biofilter of de fytozak kwamen ter sprake. Bij de biologische landbouw werd de nadruk gelegd op de noodzaak van afdekkingsmaterialen en netten en het voordeel van vaste rijpaden. >>

Bij REO producent Rik Delameilleure in Ardoeie toonden onderzoekers van Inagro resultaten en toepassingen rond diverse onderzoeksonderwerpen.



REO producent Alexander Dejonghe in Passendale geeft uitleg over zijn optische sorteerder voor het markt klaar maken van spruitkool.



Bij REO producenten Hubert en zoon Bart Boudry in Kemmel kregen de deelnemers een toelichting over de teelt van kolen op het bedrijf in combinatie met een bezoek aan het machinepark.



De biologische teelt van kolen stond centraal tijdens het bedrijfsbezoek bij REO producent Pieter Vandooren in Hooglede die twee jaar geleden de stap zette van gangbaar naar bio.



De deelnemers woonden ook een demonstratie bij van de toepassing van drones in precisielandbouw. Deze moderne technologie geeft een beeld van de gewasstand en de gezondheid van de gewassen tijdens het teeltseizoen. Na de detectie en analyse van de aanwezige verscheidenheid in de gewasstand kunnen plaatsgebonden en gerichte fysische of chemische behandelingen worden uitgevoerd zoals variabel bemesten. De bedoeling is geen grondstoffen te verspillen, de productie te verhogen, de kwaliteit te verbeteren, kosten te besparen en te komen tot een verdere verduurzaming van de sector.

Op de proefvelden van Inagro werd een nieuwe oogstmachine voor witte, rode en savooikool voorgesteld. Dankzij zijn hoge snijkwaliteit is de machine geschikt om sluitkolen te rooien voor zowel de versmarkt als de industrie. In Rusland worden met een aangepast model ook bloemkolen geroid. Bij Inagro maakten de bezoekers eveneens kennis met een breed gamma van speciale koolgewassen. Op het proefplatform groeien alternatieve bloemkolen zoals groene, paarse, oranje en Romanesco kolen. Ook werden er drie types frivole spruitkool met diverse bladkleuren en de nieuwe UV-bestendige bloemkool aangeplant. De bezoekers hadden tevens heel wat aandacht voor de vele speciale en vergeten koolsoorten. De brocolini, bladbroccoli, merg-, boeren-, spits- en palmkool en enkele exotische soorten als Chinese broccoli, paksoi, tatsoi en amsoi oogden overigens zeer decoratief!

Uiteraard was de droge zomer een belangrijk gespreksonderwerp op het internationale kolencongres. Inagro speelde daarop in met de voorstelling van diverse irrigatieprojecten. Zo loopt er momenteel een demoproject rond de evaluatie van diverse irrigatietechnieken. Op 1 oktober startte "Irrigatie 2.0", waarin onderzoekers nagaan welk perceel op bedrijfsniveau eerst geïrrigeerd moet worden, hoeveel water daarvoor nodig is, welk water beschikbaar en geschikt is en of dit economisch verantwoord is.

PROMOCAMPAGNE

De najaarspromotie voor witloof draagt een goed herkenbaar logo in combinatie met een duidelijke baseline.



In 284 Carrefour-winkels in Vlaanderen en Brussel loopt sinds 17 september de promotiecampagne "Heerlijk met witloof". Gedurende 10 weken hangen er recepten-affiches op verschillende plaatsen in de winkels. De receptenaffiches worden om de 2 weken vervangen door een ander verrassend witloofgerecht, waardoor in totaal 5 witloofrecepten de revue passeren. Statistieken van de 24ste Witloofbiënnale tonen het belang aan van deze promotieactie.

CONSUMPTIE

Samen met ruim 160 deelnemers uit de belangrijkste witloofproducerende landen was de REO Veiling aanwezig op de Witloofbiënnale 2018 in Etten-Leur in de Nederlandse provincie Noord-Brabant. Is er in 2030 nog witloof? Dat was de hoofdvraag waarover één congresdag lang werd gedebatteerd tijdens de 24ste Witloofbiënnale. Daarbij werden traditioneel heel wat statistieken getoond over de productie, verkoop en consumptie in de belangrijkste witloofproducerende en -consumerende landen. Deze cijfers leren

“HEERLIJK MET WITLOOF”

dat de promotieactie “Heerlijk met witloof” volledig op haar plaats is in ons land. Want alhoewel witloof in België, maar ook in Nederland en Frankrijk, nog altijd in de top tien van meest gekochte groenten staat, wijzen de gegevens van de Witloofbiënnale 2018 op een verminderde consumptie in elk van deze landen.

De Oostenrijkers eten nauwelijks witloof en ook in Duitsland, waar het jaarlijks verbruik gemiddeld amper 350 gr per persoon bedraagt, is nog werk aan de winkel. De gemiddelde Belg eet jaarlijks ongeveer 7 kg witloof. Nederlanders komen maar tot de helft. Fransen zijn de meest trouwe witloofeters. Zij plaatsen witloof op de 3de plaats in hun top 10 van meest favoriete groenten. In ons land staat witloof op de 4de plaats, in Nederland op de 8ste plaats en in Duitsland komt witloof pas op de 11de plaats.

In deze landen bestaan ook onderlinge verschillen in de manier waarop witloof wordt geconsumeerd. In Duitsland wordt witloof vooral gegeten in salades in combinatie met komkommer, appel en paprika. In Nederland wordt witloof erg gesmaakt in combinatie met ham, kipfilet en aardappelen. Witloof is onze nationale trots en witloofrolletjes met hesp en kaas-saus in de oven is één van onze culinaire klassiekers. Maar witloof is een veelzijdige groente in de Belgische keuken en wordt in ons land op meerdere manieren geserveerd samen met een brede waaier van smaakmakers. Gewokt, met spekjes, noten en een teentje knoflook bijvoorbeeld. Lekker en snel klaar ook!

PRODUCTIE

De Belgische consument kiest ook duidelijk voor los witloof, met zo weinig mogelijk verpakking. Het marktaandeel van los verkocht witloof bedraagt in België 84%. In Duitsland en Frankrijk wordt nauwelijks los witloof verkocht. Ze verpakken respectievelijk 90 en 85% van hun witloof

in flowpack. In Nederland is de verhouding nagenoeg gelijk: 45% in flowpack tegenover 55% los verkocht. Op het symposium schatte LAVA-directeur Maarten De Moor de Belgische productie van hydro witloof voor dit jaar op 32.202 ton of 11% lager in vergelijking met de vorige Witloofbiënnale in 2016. De productie van grondwitloof werd op 1.948 ton geraamd. De teelt van bio witloof nam gedurende de voorbije jaren toe.



Receptenaffiches decoreren de Carrefour-winkels zoals in Zemst (foto).

De geraamde productie van 258 ton in 2018 ligt 17% hoger tegenover twee jaar geleden. De productie van rood witloof wordt dit jaar geraamd op 32 ton. Een stijging van 26% in vergelijking met 2016.

Het Belgisch witloof is vooral bestemd voor de binnenlandse markt en de Belgische consument koopt zijn witloof via de retail. De verdeling van de markt tussen retail, tussenhandel en export bedraagt respectievelijk 58%, 11% en 31%.

Frankrijk blijft de grootste producent van witloof met een geraamde productie van 154.350 ton hydro witloof, 2.600 ton grondwitloof en 1.200 ton

biologisch witloof in 2018. Op de Witloofbiënnale noemde APEF-president Cathérine Descourcelle “het zorgelijk” dat het aantal telers in Frankrijk daalt door vergrijzing. Het aantal producenten daalde er met 65 telers ten opzichte van 2013. Het aandeel van de exporthandel bedraagt in Frankrijk slechts 8% en op de binnenlandse afzetmarkt vindt de verkoop van witloof vooral plaats via de retail (86%).

Witloofteler en Witcop-bestuurslid Dirk Spruit ziet eenzelfde trend in Nederland. Ook daar werd gedurende de laatste jaren meer hydro witloof geteeld door minder producenten. In 2018 gaat het om naar schatting 51.757 ton op ongeveer 60 witloofbedrijven. Het aantal biologische telers is wel gestegen. De globale productie in 2018 wordt geraamd op ongeveer 825 ton op 7 biobedrijven. De Nederlandse witloofexport ligt sinds 2016 rond 32%.

In Duitsland wordt de witloofproductie in 2018 geschat op 14.000 ton hydrocultuur en 400 ton bio. “In Duitsland gaat 80% van de afzet via de 5 grote discounters”, aldus Fritz Boss, voorzitter van de vereniging van Duitse witlooftelers.

ETENTJE

Alle gastsprekers op de Witloofbiënnale waren het erover eens dat het imago van witloof moet verjongen. De lopende actie “Heerlijk met witloof” in de Carrefour-winkels speelt daarop in door de consument te inspireren met hedendaagse recepten en het Belgisch witloof te promoten als een verrassend veelzijdig product met heel wat culinaire troeven. VLAM ondersteunt de witloofpromotie met een online campagne via Facebook, Instagram en www.lekkervanbijons.be Wie aan de slag gaat met witloof en zijn gerecht deelt via de Facebookpagina van “Lekker van bij ons”, maakt kans op een etentje in The Jane van Sergio Herman in Antwerpen. Je kan je kans wagen tot 3 december.

REO GROENTEN IN SOEPEN VAN ENVIE

De drie kant-en-klare soepen van enVie die momenteel in het Boni-assortiment verkrijgbaar zijn: wortelsoep (links), tomatencrème met basilicum (midden) en soep van zes groenten (rechts).



Via enVie kan de Belgische consument voortaan genieten van heerlijke soepen boordevol REO groenten. De verse groenten die enVie verwerkt in zijn soepen worden namelijk aangekocht op onze veiling. De REO Veiling creëert op die manier een extra afzetkanaal voor moeilijk verkoopbare groenten. enVie is een sociale onderneming in Anderlecht die langdurig werklozen helpt om de weg naar de reguliere arbeidsmarkt te vinden.

AFZETKANAAL

De REO Veiling levert belangrijke inspanningen om haar duurzaamheidsbeleid te versterken. Ons engagement werd opgemerkt door McCain en de Colruyt Group die ons vroegen om mee te stappen in het verhaal van enVie dat een concreet antwoord geeft op zowel voedselverlies als langdurige werkloosheid. Dit doet enVie door verse soepen te maken met moeilijk verkoopbare groenten. Deze groenten worden aangekocht op onze veiling. De REO Veiling

creëerde op die manier een extra afzetkanaal voor moeilijk verkoopbare groenten. Voorlopig bestaat het aanbod uit drie soepen. Er is wortelsoep, tomatencrème met basilicum en soep op basis van zes REO groenten waaronder prei en selder. Naargelang de seizoenen komen daar op termijn nog andere smaken bij. De soepen zijn in het Boni-assortiment verkrijgbaar in de 127 OKay en 6 OKay Compact winkels van de Colruyt Group in België.

INNOVATIEF

Het soepatelier van enVie werd onlangs in de Abbatoir, de vroegere Vleesmarkt van Anderlecht, voorgesteld aan het grote publiek. "Met enVie slaan we twee vliegen in één klap: minder voedselverlies en minder langdurig werklozen. We werken hiervoor intensief samen met vier projectpartners, elk met hun eigen expertise: McCain België, Randstad, de REO Veiling en de Colruyt Group België", vertelde Naomi Smith, oprichter en zaakvoerder van enVie, tijdens de bedrijfsvoorstelling. "enVie is een innovatief sociaal project, zowel wat de doelstellingen als de

uitvoering ervan betreft. Het is het resultaat van de wilskracht van personen en projectpartners die adequaat reageren op de reële problemen van onze samenleving. Ik hoop van harte dat enVie sociaal iets losmaakt bij de Belgische consument en dat ze natuurlijk ook onze soepen lekker vinden! De soepen worden gemaakt door langdurig werklozen die bij enVie de kans krijgen om via een opleidingsprogramma te re-integreren op de reguliere arbeidsmarkt. Onze medewerkers engageren zich voor een jaar. Twaalf maanden lang krijgen ze de opleiding en praktische ervaring die nodig zijn om een professionele productieoperator in de voedingsindustrie te worden. Daarna helpt enVie zijn medewerkers om nieuw vast werk te vinden en kunnen andere personen in het Brusselse soepatelier aan de slag. Elke fles soep die verkocht wordt, beperkt het voedselverlies en helpt langdurig werklozen aan een vaste reguliere job." De verkoop van de verse soepen in de maand september was alvast veelbelovend. Vanaf 6 tot 21 september werd meer dan 8 ton verse REO groenten verwerkt in de enVie-soepen.

De verse groentesoepen worden gemaakt met een grote aandacht voor voedselveiligheid. Deze foto toont hoe de flessen soep worden gesteriliseerd.



BELGISCH-DUITSE PROMOTIECAMPAGNE VOOR GROENTEN

VLAM en haar Duitse collega BVEO organiseren samen een driejarige promotiecampagne voor verse groenten. De campagne heeft vanaf volgend jaar tot 2021 plaats in ons land en Duitsland. De campagne richt zich specifiek op jongvolwassenen en focust bewust op de moderne communicatiemiddelen waarmee deze doelgroep actief bezig is. Online dus.



Jongvolwassenen tussen 20 en 30 jaar zijn de belangrijkste doelgroep van de geplande promotiecampagne.

VLAM.be



JONGVOLWASSENEN

Zes nieuwe VLAM projecten kunnen vanaf volgend jaar rekenen op een financiële ondersteuning vanuit Europa. Met een Europese cofinanciering van 80% zal VLAM extra impulsen geven aan de export en de promotie van Belgische voedingsproducten. Eén project is een informatie- en promotiecampagne met een looptijd van drie jaar en met als doel de consumptie van verse groenten in België en Duitsland te verhogen bij jongvolwassenen in het kader van een gezond en evenwichtig voedingspatroon.

VLAM is verantwoordelijk voor de campagne in ons land en BVEO voor die in Duitsland. Samen stelden ze een communicatiebureau aan dat een passend campagneconcept uitwerkte met acties die de juiste toon aanslaan bij de jonge generatie. Immers, de belangrijkste doelgroep van de campagne zijn jongvolwassenen tussen 20 en 30 jaar. Dit zijn

vaak studenten of jonge mensen die voor het eerst alleen gaan wonen en bijgevolg een zelfstandig leven leiden. Ze zijn bovendien in een levensfase aangekomen waarin ze eigen eetgewoonten gaan ontwikkelen. Uit recent onderzoek blijkt dat bij deze eetgewoonten de groenteconsumptie heel wat beter kan en precies daar wil de campagne verandering in brengen. Zeker ook omdat de jonge mensen van vandaag beslissen wat de kinderen van morgen op hun bord krijgen.

DIGITAAL

De Duits-Belgische partners BVEO en VLAM starten volgend voorjaar met hun gezamenlijke campagne. De informatie- en promotiecampagne werkt met verschillende concepten, zodat zowel consumenten met een lage, gemiddelde en hoge groenteconsumptie een op maat gesneden boodschap meekrijgen. Consumenten

met een hoge groenteconsumptie worden bovendien aangespoord om zich als ambassadeur voor verse groenten in te zetten op de sociale netwerken. Zo worden ze als het ware 'influencers' voor verse groenten. Dit zijn mensen die heel actief zijn op sociale media en hun volgers overtuigen dat ze op een gezonde en gemakkelijke manier heerlijke gerechten kunnen klaarmaken.

Ook wil men de nodige aandacht van de jonge consument krijgen door de campagne uit te rollen op een plaats waar jongvolwassenen erg actief zijn: de sociale media. Daarom gaat de campagne volledig digitaal via online kanalen zoals Youtube, Instagram en Facebook. Dit gebeurt aan de hand van korte kookfilmpjes, receptideeën en podcasts. Ook op kookplatforms zoals "Lekker van bij ons" komt de campagne tot haar recht.

REO VEILING LEERT SCHOOLJEUGD GEZOND ETEN



De Vlaamse schooljeugd kan dit schooljaar terug één dag in de week samen op school genieten van een gezond en lekker tussendoortje hen aangereikt dankzij 'Oog voor Lekkers', het vroegere 'Tutti Frutti'. Voor groenten en fruit worden alleen verse producten aangeboden. Fruitsap, smoothies, gedroogd fruit, noten en soep komen niet in aanmerking. Ook onze veiling doet opnieuw inspanningen om kinderen gezonde eetgewoonten bij te brengen.

Tijdens 'Comme Chez... Sport' werd in onze polyvalente ruimte gekookt met prei, kropsla, tomaat, courgette, wortelen, broccoli, bloemkool, champignon en knolselder.

OOG VOOR LEKKERS

Onderzoek in de Europese Unie leert dat de consumptie van groenten en fruit ondermaats is bij de schoolgaande jeugd. Vlaanderen vormt hierop geen uitzondering. Bij fruit haalt 36% van de Vlaamse kleuters niet de aanbevolen dagelijkse portie. Bij de 6- tot 9-jarigen is dat zelfs 93,6% en bij de 10- tot 13-jarigen 97,5%. Bij groenten zijn de cijfers nóg lager. Liefst 65% van de kleuters haalt de norm niet. Bij de oudere leerlingen is dat 99%! Deze cijfers zijn des te alarmerender als je weet dat de Vlaamse schooljeugd dagelijks tot vier keer meer calorieën eet dan nodig door de consumptie van koken en gesuikerde dranken.

De vernieuwde campagne 'Oog voor Lekkers' wil het tij keren door onze scholen aan te zetten tot het verdelen van groenten en fruit als gezond alternatief voor tussendoortjes. De verdeling is een goed aanknopingspunt om met kinderen te praten over een gezond eetpatroon met verse groenten en fruit als vaste ingrediënten. Naast het gesubsidieerde aanbod van lokale en seizoensgebonden producten stelt 'Oog voor Lekkers' daarom ook educatieve activiteiten ter beschikking om de leerlingen het belang van gezonde voeding te doen inzien en hen uit te leggen waar het vandaan komt. Vorig schooljaar namen bijna 1.200 Vlaamse scholen deel aan 'Oog voor Lekkers'. Samen goed voor ongeveer 327.500 leerlingen. Met 1.124 deelnemende scholen kent de campagne van Europa, Vlaanderen en VLAM dit schooljaar nagenoeg hetzelfde succes.

SPORTKAMP

Ook onze veiling draagt haar steentje bij om schoolkinderen in een positieve, educatieve sfeer een gezond eetpatroon bij te brengen en hen vertrouwd te maken met verse groenten en fruit. Zo was de REO Veiling opnieuw de gastheer voor de jonge

deelnemers van Zoom@regio, een provinciaal project over land- en tuinbouweducatie. Tijdens 11 projectdagen kregen we 20 klassen uit West-Vlaanderen over de vloer. Samen goed voor 404 leerlingen van de 3de graad lager onderwijs. Tijdens een bedrijfsbezoek maakten ze op een kindvriendelijke en speelse manier kennis met zowel de dagelijkse werking van de REO Veiling als de gezonde groenten en fruit die we in de markt zetten.

Onze veiling engageerde zich om ook op sportief vlak gezonde voeding te promoten bij de schooljeugd. Dit gebeurde tijdens het sportkamp "Comme Chez... Sport" van de sportdienst van de stad Roeselare. Tijdens het sportkamp maakten de schoolkinderen van het lager onderwijs gedurende een week kennis met verschillende sportdisciplines. In plaats van over de middag op Schiervelde te picknicken, kwamen de jonge sporters naar de REO Veiling voor een kookworkshop waarbij ze een volwaardig middagmaal klaarmaakten. Terwijl de potten pruttelden of de kinderen groenten versneden, vertelde onze 'huiskok' Ellen over gezond eten en genoeg bewegen als het alfa en omega voor een fitte levensstijl.

UGENT TEST ORGANISCHE MESTSTOFFEN BIJ SLATEELT



Met steun van de leerstoel Agrotopia doet Universiteit Gent wetenschappelijk onderzoek naar de inzetbaarheid van organische meststoffen bij de hydroteelt van sla. Dit onderzoek wordt misschien een eerste stap richting de teelt van biologische hydro sla. Binnen dezelfde context willen de onderzoekers ook een circulair teeltsysteem ontwikkelen om afval op te vangen en te hergebruiken.

Met steun van de Agrotopia-leerstoel zoekt UGent naar alternatieven voor chemische meststoffen bij de hydroteelt van sla.

RESTSTROMEN

Onder impuls van de REO Veiling, Inagro en Universiteit Gent werd op 20 januari 2017 de leerstoel Agrotopia geïnstalleerd. De leerstoel is een samenwerkingsverband waarin onderzoekers, telers, toelevanciers, onderwijs en samenleving elkaar ontmoeten rond onderzoek naar de moderne teelt van blad- en vruchtgroenten, maar ook innovaties en nieuwe technologieën in de glastuinbouw. In dit verband rondde Universiteit Gent met steun van de Agrotopia-leerstoel een eerste onderzoeksproject af. Concreet werd in een gesloten teeltomgeving nagegaan of het mogelijk is om met lichtsturing de voedingswaarde van bladgroenten te verhogen en hun groei te beïnvloeden.

Een nieuw onderzoeksproject is ondertussen opgestart. Universiteit Gent test daarbij organische meststoffen op hun inzetbaarheid in de hydroteelt van sla. “Een eerste reeks experimenten heeft geleid tot een selectie van enkele producten die minstens even goed werken als chemische meststoffen. Daarvoor werkte Universiteit Gent samen met de Universiteit van Napels”, legt professor Danny Geelen uit. “We willen ook een circulair teeltsysteem ontwikkelen om afval op te vangen en te hergebruiken. Een dergelijk innovatief productiesysteem kan nuttig zijn op tuinbouwbedrijven die enerzijds hun afval willen ver-

minderen en anderzijds voldoende minerale voedingsstoffen willen ter beschikking hebben.

Er wordt sla geteeld op verschillende organische reststromen, rijk aan stikstof en fosfaat. In samenwerking met professor Nico Boon zullen bacteriën geïdentificeerd worden die gelinkt zijn aan het gebruik van afvalmaterialen. Een eerste screening zal toelaten om de meest geschikte stikstof- en fosfaatbronnen te identificeren. Daarmee zullen vervolgens testen uitgevoerd worden die de omstandigheden van teeltbedrijven benaderen.” Misschien is dit onderzoek een eerste stap in de richting van biologische hydroteelt.

Meer informatie: agrotopia@ugent.be

COLOFON

REO Actueel is het informatieblad van de REO Veiling in Roeselare. Het verschijnt zesmaal per jaar op een aantal pagina's volgens noodzaak. Het wordt gratis verspreid onder haar leden, kopers en werknemers.

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Paul Demyttenaere, REO Veiling
Oostnieuwkerksesteenweg 101
8800 Roeselare - België

REALISATIE

Herwig Willaert - REO Veiling
Kliek Creatieve Communicatie

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Rita Demaré, Paul Demyttenaere, Rik Decadt, Dominiek Keersebilck, Filip Vanaken, Martine Volckaert, Lieven Delva, Herwig Willaert, Robby Mylle, Sofie Sys, Nathalie Plovie, Jürgen Lessens, Bart Verhaeghen, Elise Degroote, Sabien Pollet, Leslie Mareco, Liliane Driesen, Naomi Smith, AGF, VILT, VLAM, Thais Mees, Koen Vanswijghoven, Koen Vankeirsbilck, Paya Vermeersch, Kathleen Storme, Ine Pertry, Leen Guffens, Ilse Ceulemans.

COPYRIGHTS

Niets uit deze uitgave mag door middel van elektronische of andere communicatiedragers, met inbegrip van informatiesystemen, gereproduceerd worden zonder voorafgaandelijke schriftelijke toestemming van de verantwoordelijke uitgever.



NIEUWE BIO-CAMPAGNE

Paddenstoelen zijn het meest verkochte bio-product op de REO Veiling.



Na de promotiecampagne “Bio. Je kan er niet omheen” lanceerde het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserij-marketing (VLAM) dit najaar het nieuwe online platform www.allesoverbio.be. Consumenten die informatie zoeken over bio kunnen voortaan terecht op deze website die op een heel toegankelijke manier de voordelen en meerwaarde van de biologische teelt in de kijker zet.

WEBSITE

VLAM wil met de nieuwe campagne nog meer Vlamingen overtuigen om vaker biologische producten te kopen. In Vlaanderen steeg vorig jaar de vraag naar bio-producten met 11% tegenover 2016. Daarbij werden aardappelen, groenten en fruit (AGF) het vaakst geconsumeerd met 40% van de volledige consumptie. Dit blijkt uit een GfK-onderzoek waarbij VLAM begin dit jaar polste naar de algemene consumptie van bio-producten bij de gemiddelde Belg. De stijgende vraag van de consument naar biologische land- en tuinbouwproducten is de belangrijkste stuwende factor voor de verdere groei van de biologische sector in Vlaanderen. “Maar het verbruik bij de Vlamingen moet blijvend gestimuleerd worden. Immers, hoewel 9 op 10 Vlamingen wel

eens voor bio-product kiezen, koopt 91% van de Vlaamse consumenten slechts zelden een biologisch product”, weet Liliane Driesen van VLAM. “Met het nieuwe online platform willen we ook hen overtuigen meer biologisch geproduceerde voedingsproducten te kopen. De nieuwe website wil bovendien een goede informatiebron zijn voor de kopers die op zoek zijn naar meer achtergrondinformatie. Daarom wordt tegen eind dit jaar een luik toegevoegd aan de nieuwe website. De consument zal er heel wat praktische informatie vinden over vooral de manier waarop biologische voeding geproduceerd wordt.”

De nieuwe website zoomt in op vijf algemene eigenschappen van bio-producten. Aan de hand van reportages, foto's en filmbeelden wordt elk thema ruimschoots toegelicht door verscheidene bio-producenten die aan het woord komen. Om de lancering van de nieuwe website kracht bij te zetten, werd een geslaagde wedstrijd georganiseerd met in de prijzenpot: bio-pakketten en waardebonnen van 100 euro te besteden in een bio-speciaalzaak in je buurt. Benieuwd naar de nieuwe website? Ga naar www.allesoverbio.be

WIST JE DAT ...

- > Wist je dat REO producent Stefaan Keereman en zijn vrouw Mieke Vandaele uit Passendale in de kijker staan op de REO website. Ze delen er hun passie voor de teelt van groene selder. Lees hun verhaal op www.reo.be
- > Wist je dat de REO Veiling jullie groenten naar jaarlijkse gewoonte promoot op de Jaarbeurs in Expo Roeselare. Tijdens de 'Dag met Nocturne' op donderdag 8 november houden we er kookdemo's vanaf 14u tot 21u30. De hoofdingrediënten in onze gerechtjes zijn: prei, witloof en paddenstoelen.
- > Wist je dat onze veiling deelnam aan de allereerste PIT-beurs in Gent. De beurs stond in het teken van de korteketen. Aan de hand van een doolhof maakten we de consument duidelijk dat alle REO producten via de korteketen in hun lokale supermarkt of buurtwinkel terecht komen. Foto's zijn te zien op onze Facebook-pagina.
- > Wist je dat venkel in september de Flandria groente van de maand was. In oktober was pastinaak aan de beurt. Champignon en sla op kluit zijn de Flandria groente van de maand in respectievelijk november en december. De Flandria promotiecampagne krijgt weerklank in de sociale media, het Radio-2 programma De Madammen en Dage-lijkse kost met televisiekok Jeroen Meus.
- > Wist je dat onze veiling vorige maand in Hongkong was om nieuwe afzetmogelijkheden te zoeken op de vakbeurs Asia Fruit Logistica. De Belgische export naar Hongkong steeg gestaag in de voorbije jaren. Bij een bezoek aan een plaatselijke vroegmarkt zagen we inderdaad nogal wat Belgisch product liggen zoals tomaat, prei, venkel en verschillende slasoorten.
- > Wist je dat rode biet door het National Garden Bureau is uitgeroepen tot 'Groente van het Jaar 2018'. Deze groente wordt ook op onze veiling te koop aangeboden. Het National Garden Bureau is een non-profit-organisatie die mensen opleidt, inspireert en motiveert om het gebruik van planten in huizen, tuinen en werkplaatsen te vergroten.
- > Wist je dat buitenlandse handelscontacten voortaan nog gemakkelijker een geschikte leverancier van Belgische versproducten vinden dankzij het volledig vernieuwde exportplatform www.freshfrombelgium.com. Op de website vinden aankopers een centrale leveranciersdatabank waarin uiteraard ook de REO Veiling is opgenomen. Verder vinden de bezoekers er nog achtergrondinformatie, een beurskalender en bedrijfsreportages die een gezicht geven aan de Belgische land- en tuinbouw.