

Authentieke producten centraal op Food Week

Tijdens de jongste uitgave van Food Week presenteerden veel fabrikanten authentieke producten. Producten waar veel belangstelling voor bestaat, zo blijkt uit navraag onder bezoekers en standhouders.



Internationale producten zijn niet meer weg te denken in de supermarkt.

Food Week trok samen met de Slavakto 14.995 bezoekers. Uit de bezoekersevaluatie blijkt dat 36% slager of poelier was; 13% was afkomstig uit de supermarkt. Eveneens 13% van de bezoekers was fabrikant of leverancier en 9% was afkomstig uit de groot-

handel. De interesse van 40% van de bezoekers ging uit naar brood en banket. 35% gaf aan interesse te hebben in biologische (vers) producten, gevolgd door 34% kaas, 31% AGF en 30% verse en gekoelde kant-en-klaarmaaltijden. In het licht van deze interes-

segebieden waren Food Week-bezoekers van mening dat niet alle marktsectoren voldoende breed vertegenwoordigd waren op de beursvloer.

Internationaal

Op Food Week was er veel aandacht voor internationale producten. Niet verwonderlijk gezien de toenemende populariteit van het gebruik van deze producten in de Hollandse keuken. Het internationale paviljoen telde 25 deelnemers uit Zweden, Spanje, Polen, Frankrijk, Zuid-Afrika en Italië. Tegenover het paviljoen was de stand Four Food te vinden. Dit bedrijf is gespecialiseerd in authentieke food-producten uit de hele wereld en speelt in op het groeiende potentieel van de buitenlandse straat in de supermarkt. Op de stand was onder meer de Grand Cru onder de olijfoliën, afkomstig van het Griekse Lyrakis, te zien. Deze Kretenzer olijfolie wordt al generaties lang volgens de beproefde receptuur geproduceerd in het bedrijf van de familie Lyrakis.

Nederlands

Op de beurs was ook aandacht voor Nederlandse biologische en streekproducten. Het Bio & Streek Paviljoen was opgezet in samenwerking met de Taskforce



Griekse producten stonden volop in de aandacht. Zoals de Lyrakis-olijfolie, de Grand Cru onder de olijfoliën.

Biologische Landbouw en de Taskforce. "Biologisch is al lang geen mode meer, maar een duurzame trend," zegt André Brouwer van de Taskforce Marktontwikkeling Biologisch, "Je kunt stellen dat biologisch 'exclusief is voor iedereen'; het is anders dan gangbaar, maar toegankelijk voor iedereen." In ▶



Plus en Spar waren dit jaar zichtbaar aanwezig op de beurs.





Patisserie maakt zijn entree in de supermarkt.

Weidenaar, World Wide Cheese geitenkark met Raspberry Maxx frambozensaus, ambachtelijke Hoeckse Chips met Streeck mosterd sambal dip, Hartverwarmde Bastiaans Blauwe Kaassoep en Chai Lassi van Yugo met Ecomel yoghurt. Met het Japanse keizerlijke rundvlees van de Wagyu-farm wordt niet 'gemixt'. Van der Staal: "Dit vlees heeft zo'n unieke en verfijnde smaak, je moet het in zijn eigen vet bakken en serveren met mooie groenten, zonder saus."

Supermarktplein

Op het Supermarktplein presenteerde een aantal winnaars van de Supermarkt van het Jaar Verkiezing 2008 zich. De Albert Heijn in Boxtel van Ronald de Jong was winnaar in twee categorieën en staat op het plein met het Puur & Eerlijk-concept. De Jong: "We hebben laten zien waarom wij een winnaar zijn." Geert Benders van Plus Venlo won de Jan Uffing-prijs voor een uitstekend personeelsbeleid en presenteerde op het plein de Plus-wijnselectie. Spar toonde er zijn broodmodule.

Aanbod

Hoewel de kwaliteit van het beursbezoek door de beursdeelnemers over het algemeen als goed werd beoordeeld, waren de verwachtingen van een aantal exposanten gematigd optimistisch als het gaat om daadwerkelijk resultaat uit de deelname. Men gaf aan het jammer te vinden

40 jaar SCCL

Tijdens Food Week werd ook het veertigjarig bestaan van de Stichting Contact Centrum Levensmiddelenhandel, kortweg SCCL, gevierd. Speciaal voor deze bijeenkomst sprak oud-minister en tegenwoordig bestuurder bij ABN Amro, Joop Wijn, de gasten toe. Hij waarschuwde de aanwezige foodretailers voor het elkaar beconcurreren louter op de efficiency van de organisaties. "Dit leidt onherroepelijk tot verschraling. Door de focus op prijs, wordt de consument verkeerd opgevoegd. Vorig jaar stegen in Groot-Brittannië de prijzen in de keten met 23%, terwijl de consumentenprijs gemiddeld met 6% steeg. Dat houdt je natuurlijk niet lang vol." Wijn bood de aanwezigen de oplossing voor de huidige problematiek in de levensmiddelenbranche. "Geïstitutionaliseerde samenwerking is de oplossing voor de te lage rendementen op innovatie. Fabrikanten en retailers moeten samen op zoek naar innovaties om er vervolgens samen beter van te worden."

Joop Wijn.



- ▶ een tijd waarin duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen steeds belangrijker worden, kan biologisch zich verder professionaliseren. Nederlandse streekproducten hebben veel te bieden op het gebied van smaak, kwaliteit en productiewijze.

Stimuleren

Om de afzet van deze authentieke, regionale producten te stimuleren, werkt de Taskforce Multifunctionele Landbouw in samenwerking met marktpartijen aan marktontwikkeling, professionalisering en nieuwe keteninitiatieven in de sector.

Food Week-bezoekers werden getraakteerd op originele recepten van de hand van Organic Chef Olivier van der Staal. Hij stelde bijzondere gerechten samen met producten van de paviljoendeelnemers. Onder andere op het menu: rode erwtensoep met Friese droge worst van

dat de breedte van het aanbod op de beurs verminderd was ten opzichte van eerdere edities. Beursorganisator VNU Exhibitions Europe zal in nauw

overleg met exposanten en overige betrokken partijen de beurs grondig evalueren om een toekomststrategie rond het beursconcept te bepalen.



Bio was een van de speerpunten op Food Week.



Uiteraard kon er veel geproefd worden.