

Flandriamail Professional

Februari 2010

In deze aflevering:

- ✓ **Flandria in binnen- en buitenland**
Naambekendheid bij Belgische consument significant gestegen in 2009
- ✓ **Kerncijfers van 2009: productie en omzet**
- ✓ **Populaire wintergroenten van bij ons met verkooptroeven**
- ✓ **Marktvooruitblik voor maart 2010 (week 9 t/m week 13)**
- ✓ **Kortnieuws**

Voor meer informatie over de inhoud van deze nieuwsbrief:
LAVA, tel. +32 (0)15.50.42.50 – fax + 32 (0)15.50.42.60 - e-mail lava@lava.be



Flandriamail Professional

Februari 2010

Met dank voor opname!

Flandria in binnen-en buitenland

Promotie-inspanningen van de voorbije jaren hebben duidelijk hun vruchten afgeworpen. Uit de jongste peiling blijkt dat de naambekendheid van Flandria bij de Belgische consument vorig jaar significant is gestegen. In Frankrijk is Flandria bij professionele aankopers opgeklommen naar de 6e plaats in de totale merkbekendheid. In Duitsland wordt in de toekomst vooral ingezet op emotionele criteria in het aankoopgedrag.

België: consumentenonderzoek

Sinds enkele jaren zijn de LAVA-veilingen de weg ingeslagen van de consumentencommunicatie met als doel: de naambekendheid van Flandria bij de consument te verhogen.

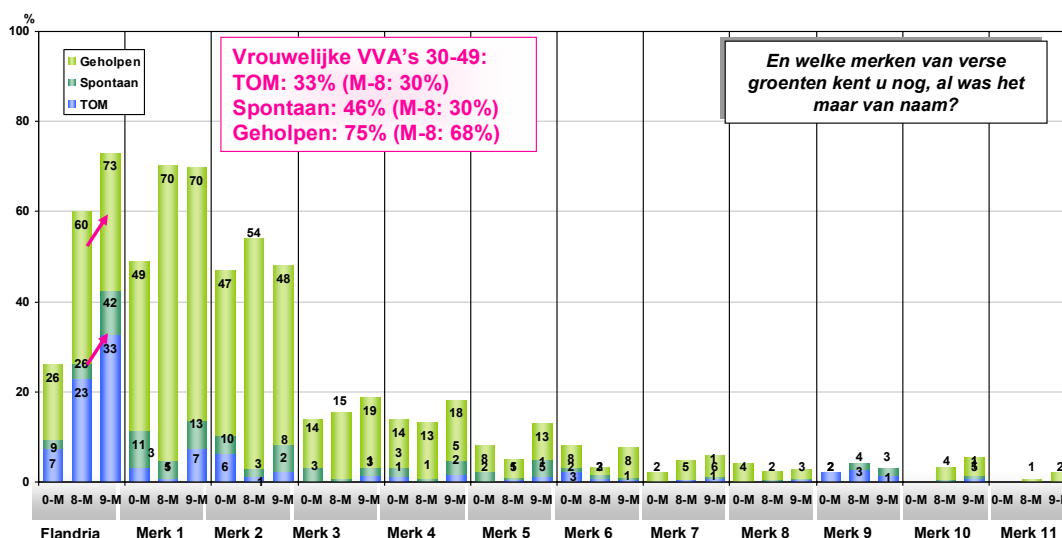
Om deze doelstelling te bereiken worden verschillende acties uitgevoerd:

- acties op het winkelpunt
- acties met nadruk op gezonde voeding
- acties in de media onder de vorm van televisiespots en advertenties

Om de doeltreffendheid van deze acties te meten wordt jaarlijks een consumentenonderzoek uitgevoerd bij een steekproef van meer dan 500 personen. In 2009 bestond de steekproef (n) uit 515 personen die geïnterviewd werden, waarvan 142 vrouwelijke VVA's (Voornaamste Verantwoordelijke voor Aankoop).

In vergelijking met 2008 is de merkbekendheid van Flandria significant gestegen. De top op mind (*) merkbekendheid steeg tot 33% (23% in 2008), de spontane merkbekendheid (**) tot 42% (26% in 2008) en de geholpen bekendheid (***) steeg tot 73% (60% in 2008). Een nog duidelijkere stijging wordt vastgesteld wanneer de data van het jaar 2000 (o-meting) worden genomen als basis. De diverse marketingactiviteiten van de laatste jaren hebben dus duidelijk hun vruchten afgeworpen.

Zowel TOM, spontane als geholpen merkbekendheid van Flandria zijn significant gestegen, mede door een toename bij vrouwelijke VVA's. - **Merkbekendheid**



Basis : allen metina 0 (n=511); Metina 8 (n=526); 9-metina (n=515)

Bron: onderzoek uitgevoerd door Dimarso in opdracht van² LAVA

Hoe kijken consumenten naar het kwaliteitsmerk Flandria? Met andere woorden, welk imago heeft Flandria door de jaren opgebouwd? Uit onderzoek terzake blijkt dat kopers van het kwaliteitsmerk er positiever tegenover staan dan in 2008. De mening van niet-kopers bleef onveranderd. De top-5 van de eigenschappen die aan Flandria werden toegemeten zijn: vers, gezond, lekker, van onberispelijke kwaliteit en breed assortiment. Deze eigenschappen komen overeen met de boodschap die we wilden meegeven: “Die van Flandria zijn niet van gisteren, maar van vandaag”, waarmee we kenbaar wilden maken dat Flandria-producten vers zijn. Tegenover 2008 is de stijging van ‘milieubewust imago’ wel opvallend, dit zowel bij kopers als bij niet-kopers. D

2010: Iedereen heeft iets met Flandria

Deze positieve resultaten zijn een mooie afsluiter van het concept met de sprekende groenten en de slogan ‘Die van Flandria zijn niet van gisteren, .. maar van vandaag’.

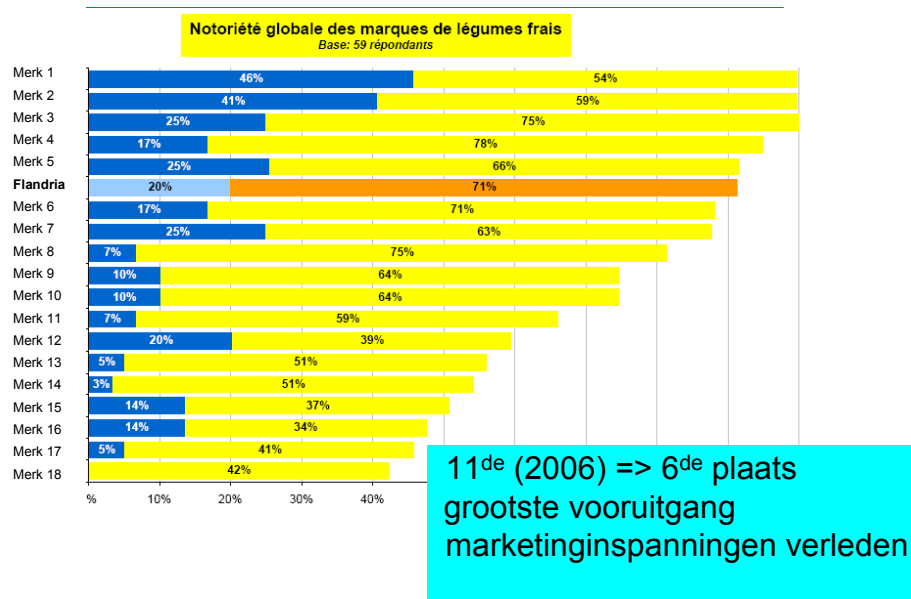
In 2010 willen we van Flandria een voorkeurmerk maken waarbij de consument zelf actief op zoek gaat naar het Flandria-label in de winkel, want: “Iedereen heeft iets met Flandria”.

Frankrijk: onderzoek naar bekendheid en imago van Flandria bij distributie

Om de drie jaar wordt ook in Frankrijk onderzoek gedaan naar de merkbekendheid en het imago van Flandria bij professionele aankopers van de groot- en detailhandel. In 2009 werden daarvoor 59 telefonische interviews afgenomen bij aankopers van de Franse groothandel (49) en detailhandel (10). Op de vraag ‘Welke merken van groenten kent u?’, antwoordde 20% spontaan “Flandria”. Dit zeer goede resultaat is vergelijkbaar met de resultaten van het laatste onderzoek dat in 2006 werd uitgevoerd.

Bij de totale merkbekendheid is Flandria (71%) van een 11^e plaats in 2006 opgeklommen naar de 6^e plaats in 2009. Deze grote vooruitgang is te danken aan de marketinginspanningen in het verleden. Bij de meest gekochte merken staat Flandria op een gedeelde 4^e plaats.

Totale merkbekendheid (spontaan + geholpen)



De belangrijkste aankoopcriteria voor een groentemerk bij de Franse aankopers zijn:

- traceerbaarheid
- strikte kwaliteitscontrole
- bekendheid
- smaak

Communicatie belangrijk

De spontane associaties die men maakt met Flandria-groenten zijn over het algemeen positiever dan bij vorige onderzoeken in 2003 en 2006. Op nr. 1 staat kwaliteit, gevolgd door conditionering van het product. De ondervraagden markeerden traceerbaarheid als een werkpunt.

In de versnipperde Franse agf-markt blijft het belangrijk om goed te communiceren. Aankopers herinneren zich vooral het logo bij de visuele communicatie. Vooral associaties met de aankoopcriteria zijn belangrijk (zoals smaak). Er zal vooral naar beïnvloeders worden gecommuniceerd én naar de gebruiker. Het doel blijft hetzelfde: het Flandria-merk verder uitdragen en het imago verstevigen.

Duitsland: het imago van Flandria bij distributie

Ook in Duitsland werd het aankoopgedrag van de verantwoordelijken voor de aankoop van groenten bij groot- en detailhandel (130 aankopers) onderzocht. De voornaamste aankoopcriteria, zo blijkt uit het onderzoek, hebben voornamelijk te maken met productkwaliteit, versheid, betrouwbare kwaliteit, smaak en uitzicht. Daarnaast spelen voor de groothandel het serviceaspect (korte levertijd en de mogelijkheid om grote volumes te kunnen verhandelen) mee. Voor de detailhandel speelt traceerbaarheid een belangrijke rol bij de aankoopbeslissing.

Großhandel / GH			Lebensmitteleinzelhandel / LEH
Großhandel speziell für Obst & Gemüse	Großhandel Food / Non – Food	Einkauf für Großverbraucher / Caterer	Zentraleinkauf des Lebensmitteleinzelhandels
n = 103	n = 10	n = 5	n = 12
n = 130			

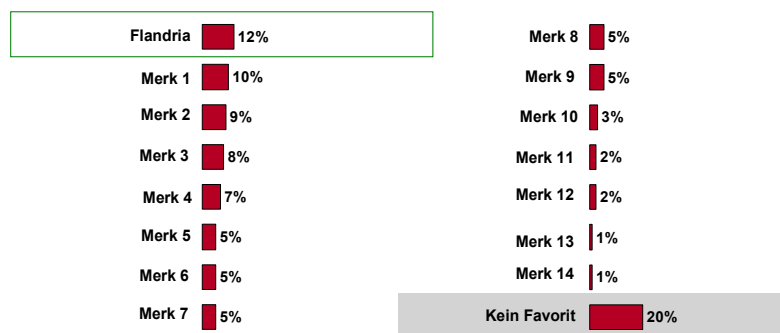
Emotionele criteria opwaarderen

Belgische groenten worden in Duitsland geassocieerd met 'ruim assortiment' en 'hoge kwaliteit / versheid'. Flandria wordt er gezien als een merk met betrouwbare kwaliteit en korte levertijd. Om de aantrekkingskracht van het merk te verhogen zal er moeten gewerkt worden op emotionaliteit. Sympathie en vertrouwen, de emotionele criteria, worden amper met Flandria geassocieerd. Toch spelen deze emotionele criteria een belangrijke rol in de aantrekkingskracht van een merk.

Favorit der Marken und Prüfsiegel

„Und welche dieser Marken ist Ihr Favorit bzw. kaufen Sie am häufigsten?“

- gestützte Abfrage, Einfachnennung -



→ Zwar höchste Präferenz für Flandria. Aber: keine großen Unterschiede zwischen den Marken. Keine Marke verfügt über einen eindeutigen USP.

Bron: DIMA in opdracht van VLAM

BESLUIT

Het is duidelijk dat de communicatiecampagnes hun vruchten afwerpen in zowel binnen- als buitenland.

In het binnenland ligt de nadruk op vers, kwaliteit, gezond en willen we in de toekomst nog meer inhoud geven aan het keurmerk.

In het buitenland zal de nadruk gelegd worden in Frankrijk op traceerbaarheid, controles en in Duitsland zal meer aandacht geschonken worden aan het emotionele aspect in de campagne.

De cijfers tonen aan dat de communicatie doeltreffend en efficiënt is.

***Top of Mind naambekendheid:** het deel van de respondenten dat de betreffende naam ongeholpen, als eerste noemt wanneer gevraagd wordt namen te noemen mbt een specifiek onderwerp. In dit geval groentemerken en Flandria.

** **Spontane naambekendheid:** deel van de respondenten dat de betreffende naam ongeholpen noemt wanneer men gevraagd wordt namen te noemen mbt een specifiek onderwerp.

*** **Geholpen naambekendheid:** het deel van de respondenten dat na het tonen van een naam zegt de naam te herkennen.



Flandriamail Professional

Februari 2010

Met dank voor opname!

Kerncijfers van 2009

De productie van de voornaamste Flandria-producten op de LAVA-veilingen

Product	Aanvoer in 2008	Aanvoer in 2009	Vershil %
Losse tomaten (kg)	108.048.879	106.459.602	-1,47%
Trostomaten (kg)	84.329.419	104.089.913	23,43%
Komkommers (stuk)	67.970.806	71.179.010	4,72%
Paprika (kg)	20.092.097	26.007.389	29,44%
Aubergine (kg)	6.330.121	8.599.224	35,85%
Courgettes (stuk)	24.355.269	28.996.099	19,05%
Serresla (stuk)	132.042.312	116.819.539	-11,53%
Veldsla (kg)	2.370.476	2.130.780	-10,11%
Lollo bionda (stuk)	10.986.638	11.037.623	0,46%
Lollo rossa (stuk)	5.918.750	7.039.064	18,93%
Eikenbladsla (stuk)	8.855.658	9.329.732	5,35%
Bloemkool (stuk)	11.700.134	11.697.481	-0,02%
Broccoli (stuk)	3.473.052	3.765.892	8,43%
Prei (kg)	61.825.076	63.421.136	2,58%
Prei (bundel)	9.749.958	7.974.297	-18,21%
Asperges (bundel)	1.472.039	1.592.559	8,19%
Knolselderij (stuk)	4.694.281	5.149.002	9,69%
Groene kool (stuk)	3.852.805	3.296.262	-14,45%
Rode kool (stuk)	2.453.477	2.621.043	6,83%
Witte kool (stuk)	4.760.968	5.522.261	15,99%
Witloof (kg)	56.528.853	57.656.419	1,99%
Spruiten (kg)	3.079.461	3.097.307	0,58%
Venkel (st)	1.887.835	2.115.210	12,04%
Chinese kool (st)	878.487	1.291.128	46,97%

Andijvie (st)	3.175.013	3.029.679	-4,58%
Groene selder (st)	3.899.996	3.914.963	0,38%
Radijs (bu)	1.102.851	1.832.390	66,15%

De omzet van de voornaamste Flandriaproducten op de LAVA-veilingen

Product	Omzet 2008 (euro)	Omzet 2009 (euro)	Vershil %
Losse tomaten (kg)	84.885.984	61.459.597	-28%
Trostomaten (kg)	76.257.765	62.460.901	-18%
Komkommers (stuk)	17.759.890	16.985.789	-4%
Paprika (kg)	29.405.402	22.162.258	-25%
Aubergine (kg)	5.924.670	6.550.897	11%
Courgettes (stuk)	5.969.508	4.060.922	-32%
Serresla (stuk)	40.595.066	33.866.470	-17%
Veldsla (kg)	8.292.411	4.870.766	-41%
Lollo bionda (stuk)	4.684.308	4.039.781	-14%
Lollo rossa (stuk)	2.881.146	2.102.007	-27%
Eikenbladsla (stuk)	3.887.101	3.130.650	-19%
Bloemkool (stuk)	8.332.269	6.767.286	-19%
Broccoli (stuk)	2.075.608	1.496.575	-28%
Prei (kg)	25.909.427	37.792.474	46%
Prei (bundel)	5.497.042	5.978.310	9%
Asperges	4.137.136	3.742.342	-10%
Knolselderij (stuk)	1.799.981	1.919.373	7%
Groene kool (stuk)	1.384.094	1.220.152	-12%
Rode kool (stuk)	936.967	731.425	-22%
Witte kool (stuk)	2.436.633	1.195.864	-51%
Witloof (kg)	43.360.852	48.079.310	11%
Spruiten (kg)	2.254.328	2.207.916	-2%
Venkel (st)	798.654	913.976	14%
Chinese kool (st)	377.749	427.477	13%
Andijvie (st)	1.406.935	954.224	-32%
Groene selder (st)	623.807	491.090	-21%
Radijs (bu)	414.084	584.734	41%



Flandriamail Professional

Februari 2010

Met dank voor opname!

Populaire wintergroenten van bij ons

Geef in de winterperiode typische seizoensgroenten zoals witloof, frisse slasoorten met kluit en geurige, witte champignons een ereplaats in de groenterayon. Kwaliteitsproducten van Flandria met heel wat troeven voor de handel.

Flandria-witloof verrassend veelzijdig

Geen enkele groente heeft zo'n diep Belgische roots als witloof. Moderne teelttechnieken maken onze nationale trots het jaarrond beschikbaar. De wintermaanden kennen traditioneel wel een grotere aanvoer van het Flandria-grondwitloof.

Flandria ruim beschikbaar

Vorig jaar had de droge zomer een wat ongunstige invloed op de Europese witloofteelt. Samen met andere negatieve weersfactoren zorgde dit ook in ons land voor een lager productievolume. "De kwaliteit van de wortels is echter wel goed tot zeer goed. Er was weinig ziektedruk en de wortels hebben een grote groeikracht", verduidelijkt Louis Vicca, verantwoordelijke Veiling Brava (Kampenhout).

Veiling Brava vermarktte vorig jaar zo'n 28,7 miljoen kg witloof. Dit is een stijging met 11% tegenover 2008 en het hoogste volume ooit. Alle Flandria-sorteringen en kwaliteiten waren in ruime mate beschikbaar. De wintermaanden kennen traditioneel een grotere productie van Flandria-witloof. De aanvoer is het grootst in januari, februari en maart, maar deze lekkere groente ligt het hele jaar in de groenterayon.

Ideale standaardwitloofkrop

"Het witloof is veeleer aan de zware kant, maar zoals verwacht, van zeer goede kwaliteit, zowel bij het grondwitloof als witloof uit hydrocultuur", bevestigt Louis Vicca. Het gaat hoofdzakelijk om Flandria-witloof kort dik, dit zijn kropjes met een lengte van 11-16 cm en 4-7 cm dikte. Door de vorm en de lange houdbaarheid is dit de ideale standaardkrop voor de handel.

Flandria-witloof beantwoordt aan hoge kwaliteitsnormen.

- Lengte 11-16 cm; diameter 3-5 en 5-7 cm
- Symmetrische vorm
- Fris uitzicht
- Vaste krop met gave bladeren

- Geen kleurafwijkingen
- De top mooi gesloten

“Alle volumes van alle Flandria-sorteringen en kwaliteiten zullen in ruime mate beschikbaar zijn”, verzekert Louis Vicca.

- Zeer kort: 3 - 5 cm dik en 9 - 12 cm lang
- Kort dun: 3 - 5 cm dik en 11-16 cm lang
- Dik: 4 – 7 cm dik en 12 – 18 cm lang

Voor de meest kieskeurige klanten kiest de handelaar voor Flandria Q, het topsegment in het assortiment Flandria-witloof. De kwaliteitseisen liggen nog hoger dan voor het standaard Flandria-witloof: een nog uniformere sortering en superieure kwaliteit. Aan deze prachtige, uniforme kroppen zullen de klanten moeilijk kunnen weerstaan.

Verpakking op vraag

Flandria-witloof wordt standaard per 5 kg EPS-kist geleverd. Er zijn doosjes met 2,5 kg witloof in alle sorteringen en kwaliteiten.

“Meer dan de helft van ons witloof leveren we in de verpakking die de klant wenst. De Flandria-veilingen leveren op dat vlak heel veel inspanningen”, aldus Louis Vicca. “Flandria-witloof is een gegeerd exportproduct. Voor Amerika, Japan en Canada gebruiken we bijvoorbeeld standaardkistjes met kartonnen deksel met het merk van de verdeler.”

- vrac 5 kg in EPS-kisten, plooidozen of koperverpakkingen;
- zakken van 500 g, 1 kg en 2 kg (met evt. merk van grootdistributeur);
- schaaltes of flowpack van 500 g;
- P+-laszakjes 500 g en 1 kg (betere houdbaarheid);
- Exportkistjes van 4,5 kg.

Nieuwigheden in verpakking

Sinds begin februari stelt Flandria-veiling BRAVA sommige witloofverpakkingen beschikbaar voor een breder koperspubliek, dit op vraag van producenten en handel.

- doosjes met 2,5 kg met dekvel (analoog aan 5 kg-dekvel);
- zakken van 1 kg (met o.a. Flandria-kwaliteit) worden tijdens normale simultaanveiling aangeboden in neerzet en voorverkoop. Bij voorverkoop kan de klant in eigen klein- en omverpakking laten vullen.

De nieuwe 2,5 kg-doosjes zijn voorlopig alleen op bestelling verkrijgbaar.

Het dekvel met witloofkropjes in bloemvorm oogt fris en subtiel. Dit maakt de 2,5 kg-doosjes héél geschikt voor een aantrekkelijke palletverkoop op de winkelvloer. Deze verpakking creëert door zijn gewicht ook voordelen voor de groothandel.

For all seasons

Overtuig klanten van de grenzeloze veelzijdigheid van deze seizoensgroente. Zet in dit koude seizoen acties op die het Flandria-witloof in de schijnwerpers plaatsen als een gezonde en lekkere 'groente van bij ons' met ontelbare mogelijkheden. Witloof maakt immers in de keuken een mooie beurt. Het kan gekookt, gestoofd, gestoomd, gebakken, gefrituurd en gegrild worden. Witloof doet het uitstekend bij vlees, gevogelte en wild van dit seizoen. In de wok is witloof perfect op zijn plaats, maar ook rauw in salades. Het is een origineel ingrediënt voor desserts, zoals witloofijs en witloofconfituur. Witloofsoep met croûtons en een stoofpotje met witloof en andere wintergroenten zijn dankbare suggesties voor klanten.

Ook op vlak van gezondheid scoort witloof goed. Het is caloriearm en rijk aan vezels. Het is gezond voor lever, gal en bloedzuiverend.

Garantie bevoorrading

De Flandria-veilingen verwachten in de weken 6 tot 13 wekelijkse 1,3 tot 1,4 miljoen kg Flandria-witloof. De aangevoerde volumes zijn vergelijkbaar met deze van de vorige jaren. Vanaf april volgt een lichte daling.

“Verwacht wordt dat in het tweede kwartaal van 2010 de buitenlandse vraag naar Flandria-witloof zal aantrekken. De Flandria-veilingen kunnen de bevoorrading van de exporthandel garanderen”, aldus Louis Vicca.

Flandria-champignons willen met kwaliteit verleiden

Enkel champignons van de beste kwaliteit vinden nog hun weg naar de versmarkt. De huidige marktsituatie weten de Vlaamse champignon telers om te buigen in een uitdaging. Ze onderscheiden zich door kwaliteit! De familiale bedrijven bezitten hiervoor de kennis en de kunde. Voor de consument blijven de belangrijkste redenen om voor inlands te kiezen: betere kwaliteit en betere smaak. Flandria garandeert dit al jaren.

Godenvoedsel voor Azteken

De Romeinen hadden wilde paddestoelen al op de menukaart staan, voor de nog oudere Azteken was het godenvoedsel, en in Egypte een exclusief hapje voor de farao's. Over de teelt van paddestoelen zijn er verhalen uit Azië die stammen uit de vroege middeleeuwen.

In Europa is de witte champignon de eerste, gekweekte paddenstoel. Dat begon met een Franse meloenteler die halverwege de 17e eeuw witte champignons op het mestafval van zijn meloenenteelt ontdekt. De naam was snel gevonden: champignon de Paris. Eerst geteeld in de koele en vochtige catacomben van Parijs, ideaal voor paddenstoelen, later in natuurlijke grotten. Zo wint de champignon steeds meer terrein.

In het begin van de 19e eeuw maken ook onze contreien kennis met het witte bolletje. Na 1900 groeit de productie gestadig, aanvankelijk in Limburgse mergelgrotten. In de jaren 60 verschuift de teelt richting West-Vlaanderen.

Duurzame en schone teelt

De klassieke, witte champignon is de populairste en meest gekweekte eetbare paddestoel. Eigenlijk zijn champignons vruchten van een veel groter gewas dat onder de grond groeit, een schimmel. Het substraat, dit is de compost waarop champignons geteeld worden, is hun ideale bedje waar alles inzit wat ze nodig hebben: propere, organische materialen.

De championenteelt is van nature al een milieuvriendelijke teelt. De gemakkelijk te kweken witte paddestoel groeit onder nauwkeurig gecontroleerde omstandigheden. Omdat championontelers zeer hygiënisch en geordend werken, is er tijdens de groei van de paddenstoelen geen bestrijdingsmiddel nodig.

Zorgvuldig plukken

Bij de championontelers groeien de champignons in speciale, donkere kweekruimtes (cellen). In deze cellen is het altijd de geschikte 'groeiperiode', zodat de consument het hele jaar door van verse champignons kan genieten. Elke cel heeft een cyclus van vijf weken van het vullen van de bedden met compost tot de laatste oogst. Elke dag worden de grootste champignons geogst. Zo krijgen de kleinere ruimte om verder te groeien.

Het plukken zelf gebeurt met de hand. Dit is erg arbeidsintensief, maar is de beste garantie om de champignons onbeschadigd en zonder restjes aarde van hun bedjes te halen. Zo komen er geen bruine plekjes op de mooie, witte champignons.

De plukkers sorteren de champignons meteen op kwaliteit, gewicht en grootte en leggen ze in de bekende blauwe bakjes. De dikke, vlezige, witte hoed van de champignon kan een doorsnede van 10 cm bereiken. Ook de steel die 2 tot 5 cm lang wordt, is wit.

Flandria topkwaliteit

De champignon telers telen volgens strenge kwaliteitseisen en lastenboeken van Flandria. Enkel champignons van de beste kwaliteit vinden nog hun weg naar de versmarkt.

Flandria-champignons zijn:

- vers en vast
- vrij van vreemde geur en smaak
- vrij van abnormale vochtigheid
- hebben geen bruine vlekjes
- zijn niet gevliemd of geschubd

Flandria-champignons worden ingedeeld volgens kwaliteit en diameter van de hoed. De hoed is fijn, middel of reuze. Champignons worden standaard in blauwe, lage EPS-kisten verpakt. Elke gewenste verpakking is echter mogelijk.

Fijn: 20 – 45mm in punnets van 250 g; 6 x 250g potjes in multikist

Middelgroot: 35 – 60 mm in punnets van 500 g; 4 x 400g, potjes in multikist

Reuzen: 55 – 110 mm in punnets van 500 g of los verpakt per 2 kg in multikist

Om de kwaliteit en de versheid te garanderen, worden de champignons direct na de pluk koel bewaard bij een temperatuur tussen 0 en 4°C en een luchtvochtigheidsgraad van ±95%. Ook tijdens het transport worden deze omstandigheden constant gehouden. Zo komen de champignons op hun best aan op hun bestemming.

Delicaat product

Door hun exclusief uitzicht garanderen Flandria-champignons een exclusief uitzicht en een mooie presentatie in de groenterayon. Champignons zijn zeer delicaat. Presenteer ze altijd in de originele verpakking om manipulatie te vermijden. Bewaar ze best bij een temperatuur van 1 °C (min 0 - max 4 °C) en een relatieve vochtigheid van 90 à 95 %. Besprenkel ze nooit met water, want dan ontstaan bruine vlekken en is het product onverkoopbaar. Stal champignons nooit uit in de tocht of in de zon. In de groenterayon kun je best een kleine hoeveelheid tegelijk presenteren en regelmatig aanvullen. Bewaar champignons nooit bij vruchten die ethyleen afgeven, zoals appels en exotische vruchten.

Perfect in slaatjes

Champignons worden best droog schoongemaakt door ze met een borsteltje of vochtig keukenpapier schoon te vegen. Te lang in het water laten liggen, komt de goede smaak niet ten goede. Ze lenen zich voor zowel koude als warme bereidingen en zijn snel en gemakkelijk te bereiden. In de winter luisteren ze met hun smaak en aroma winterse stoofpotjes op, maar ze komen ook perfect tot hun recht in frisse slaatjes. Citroensap houdt champignons mooi wit. Grotere champignons zijn ideaal om op te vullen.

Adviseer klanten om de gekochte champignons in de originele verpakking in de koelkast te bewaren. In een papieren zak of vochtige doek gewikkeld bewaren ze een week.

Breng ook de gezonde eigenschappen van champignons onder de aandacht van klanten.

- Ze brengen weinig calorieën aan, want bestaan voor ongeveer 90 % uit water
- Bevatten veel mineralen en sporenelementen (kalium en fosfor).
- Zijn rijk aan vezels en een goede bron van vitaminen.

Wisselende marktbehoeften

De internationale concurrentie zet heel wat druk op de afzet van champignons. Er doen zich duidelijk verschuivingen voor op de exportmarkt. De moeilijke marktsituatie die hieruit voortvloeit, weten de Vlaamse champignontelers om te buigen in een uitdaging. Dankzij hun extra inspanningen onderscheiden ze zich door de kwaliteit. De familiale bedrijven bezitten hiervoor de kennis en de kunde.

Telers willen ook inspelen op de voortdurend veranderende marktbehoeften. Onze multiculturele wereld heeft nieuwe paddestoelen in onze keuken geïntroduceerd, zoals reuzenchampignons, kastanjepaddestoelen (licht- of donkerbruin), oesterzwammen, shii-take en pied bleu. Ook de horeca en de toprestaurants maken graag gebruik van deze exclusieve soorten.

De Flandria-veilingen staan er borg voor dat telers alleen de beste champignons op de markt brengen. De meerwaarde van Flandria is dat de Flandria-veilingen het hoogwaardige product transparant op de klok verkopen. De aanvoer van Flandria-champignons op REO schommelde in het eerste kwartaal van 2009 tussen 33.000 en 45.000 kg per week. De komende weken wordt hetzelfde productievolume van 2009 verwacht, dit is 33.000 tot 45.000 kg per week.

Kropsla en alternatieve slasoorten met kluit: variatie binnen handbereik

Flandria biedt al langer alternatieve slasoorten met kluit aan. Ook kropsla wordt sinds een paar jaar op de markt gebracht met een verzorgde presentatie in een wortelzak. De handel krijgt met Flandria de garantie van een kwaliteitsproduct met interessante houdbaarheid. Voor de consument blijft sla een aantrekkelijke, gezonde wintergroente.

Langere houdbaarheid

“Sinds een tweetal jaar zit ook kropsla met kluit in een wortelzak in de groep van Flandria Specialty Street. Alternatieve sla heeft zich stevig in de toptien van onze omzet genesteld. De sla met kluit ligt hieraan ten grondslag”, bevestigt Gert Vets, supervisor Kwaliteit bij de Mechelse Veilingen.

Kropsla en alternatieve slasoorten met wortelzak worden geleverd onder het Flandria-keurmerk. Ze beantwoorden aan dezelfde kwaliteitsnormen als de gewone Flandria-sla. De bladeren zien er mooi fris uit zonder gedroogde randen of andere beschadigingen. Het grote verschil is dat deze groenten na de oogst en het verpakken nog actieve wortels bezitten en in een speciale wortelzak vocht blijven opnemen. Dit verlengt aanzienlijk de levensduur en de houdbaarheid van het product.

Mixverpakking mogelijk

De kropsla weegt ongeveer 400 gr/stuk (gewogen zonder aardkluit) en wordt individueel verpakt in een wortelzak. Bij Multicolorsla is het gewicht van het volledige product (Lollo Rossa, Lollo Bionda en Rode Eikenbladsla) gelijkwaardig aan dat van één sla met kluit.

De zakverpakking is per type slasoort mooi bedrukt met een eigen barcode. Deze verpakkingswijze is al langer gekend bij de lollo-types en de verschillende soorten eikenblad, maar wordt ook toegepast bij kropsla. Kropsla en alternatieve slasoorten met kluit worden standaard aangevoerd in de EPS-star hoog met 8 stuks per kist.

Alternatieve verpakkingen zoals klapkisten, IFCO en dozen, waarbij ook het aantal stuks kan worden gewijzigd (bv. 9 stuks) zijn mogelijk op bestelling. Op vraag kunnen ook mixverpakkingen met verschillende soorten sla worden geleverd. De klant bepaalt zelf welke slatypes erin verwerkt moeten worden. De teler kan ook zelf de grootte van de krop bepalen volgens de wens van de koper. Een kleinere kropsla speelt beter in op de behoefte van kleinere gezinnen en eenpersoonsgezinnen. Het is dus een product met een hoog conveniencegehalte.

“Bij bestelling van sla op kluit in alternatieve verpakking moet de klant wel rekening houden met de hoogte van het product, aangezien er nog een kluit onderaan de sla zit. Aanvoer in een mediumkist is dus niet mogelijk”, verduidelijkt Gert Vets.

Uniek in de handel

- Hoog conveniencegehalte
- Mooie presentatie in de groenterayon
- Geteeld volgens de Flandria-richtlijnen
- Versheid lange tijd gegarandeerd

Kies voor smaak, kies voor kropsla

In Flandria-kropsla en alternatieve slasoorten met kluit proeft de consument de frisse smaak van de zomersla. Zo haalt hij een beetje de zomer in huis.

- Één product zorgt voor variatie
- Gemakkelijk in gebruik
- Versheid gedurende lange tijd gegarandeerd
- Supergezonde groente: rijk aan vitamines, mineralen, anti-oxidanten en vezels

Aanvoer verzekerd

Alternatieve slasoorten met kluit blijkt een successtory. “We zien de vraag van de handel naar dit product stijgen. De productie is met zo’n 15% stijgen en we verwachten nog uitbreiding dit jaar.

Tussen week 5 en week 13 zal de aanvoer op de Mechelse Veilingen toenemen:

- Lollo Bionda van 40.000 stuks in week 5 naar 65.000 stuks in week 13;
- Lollo Rossa 40.000 stuks in week 5 naar 50.000 stuks in week 13;
- Rode Eikenbladsla 30.000 stuks in week 5 naar 50.000 stuks in week 13;
- Groene Eikenbladsla 30.000 stuks in week 5 naar 40.000 stuks in week 13;
- Multicolor 45.000 stuks in week 5 naar 75.000 stuks in week 13;
- Kropsla 1500 stuks per week.

“De aanvoer verloopt in de lente in stijgende lijn met een piekaanvoer rond Pasen en de feestdagen in het voorjaar. Daarna houden de producenten een hoog niveau aan”, verzekert Gert Vets van de Mechelse Veilingen.



Flandriamail Professional

Februari 2010

Met dank voor opname!

Marktvooruitblik voor maart 2010 (week 9 t/m week 13)

Deze marktvooruitblik voor de belangrijkste Flandria-producten geldt voor de maand maart en werd afgesloten op woensdag 20 januari. De voorspellingen zijn gebaseerd op de aanvoerverwachtingen op dat tijdstip. De actuele veilingprijzen worden vergeleken met de prijzen in dezelfde periode vorig jaar. Voor een vergelijking van de middenprijzen 2009 en 2008 is het nog wat te vroeg. Het zijn geen prijsvoorspellingen.

Kropsla:

Aanvoer: maart garandeert een grote aanvoer van Flandria-kropsla met tussen 2,5 en 3 miljoen stuks in week 9. Enkele weken later, in week 13 (rond Pasen) loopt het aantal op tot 4,5 miljoen stuks. April geeft het vooruitzicht van een verdere toename tot 5 miljoen stuks kropsla.

Prijs: de prijs van kropsla lag in de eerste periode van het jaar iets lager dan bij de start van 2009.

Prei:

Aanvoer: deze maand belooft een vrij stabiele aanvoer. De producenten leveren rond 2 miljoen kg prei per week in week 9 t/m week 13.

Prijs: de preiproducent kreeg in januari een vergelijkbare prijs voor zijn product als in dezelfde periode vorig jaar.

Witloof:

Aanvoer: het witloofseizoen is nog volop bezig. Dit manifesteert zich door een piekaanvoer van 1,3 tot 1,4 miljoen kg/week van week 9 t/m week 13.

Prijs: januari 2010 bracht een prijs van gelijk niveau als in 2009.

Veldsla:

Aanvoer: de producenten garanderen 45.000 tot 50.000 kg per week in de weken 9 t/m 13.

Prijs: De eerste weken van januari vertoonden voor veldsla een gevoelig lagere prijs dan vorig jaar. De middenprijs lag in 2009 duidelijk lager dan in 2008.

Witte kool

Aanvoer: in de weken 9 t/m 12 blijft de aanvoer op peil. Er worden nog zo'n 120.000 stuks witte kool per week aangeboden.

Prijs: in januari stonden de prijzen voor witte kool op een iets hoger niveau dan vorig jaar.

Rode kool

Aanvoer: het volume stagneert op 50.000 stuks in de weken 9 t/m 13.

Prijs: rode kool levert voor de eerste weken van januari een prijs die vergelijkbaar is met deze van 2009.

Groene kool

Aanvoer: in maart (weken 9 t/m 10) kan de handel nog rekenen op 100.000 stuks per week. In de weken 11 tot 13 zakt de aanvoer naar 80.000 stuks per week.

Prijs: voor groene kool is de prijsvorming vergelijkbaar met vorig jaar.

Knolselderij

Aanvoer: het aanbod wordt geleidelijk kleiner: in maart (weken 9 t/m 13) nog 80.000 tot 90.000 stuks.

Prijs: begin 2010 zag de prijsvorming voor Flandria-knolselder er wisselvallig uit. Gemiddeld genomen is de prijs vergelijkbaar met begin vorig jaar.

Spruiten

Aanvoer: de productie van deze typische wintergroente had te lijden onder de vorst. Het volume daalt verder. In de weken 9 t/m 10 verwachten de Flandria-veilingen nog 90.000 kg per week. In de weken 11 t/m 12 worden er nog 40.000 kg per week aangevoerd. In week 13 zou dit nog 20.000 kg zijn. Het spruitjesseizoen loopt dan naar zijn einde.

Prijs: de prijs voor spruiten lag in januari lager dan vorig jaar.

Losse tomaten

Aanvoer: in de winterperiode kan de handel op een beperkt aanbod van tomaten (belichte teelt) rekenen. In week 10 klimt de nieuwe productie al naar 40.000 kg. Daarna volgt een lineaire stijging, die in week 12 al 200.000 tot 250.000 kg bereikt. De groei houdt aan en in week 14 verwachten de Flandria-veilingen een volume tot 700.000 kg/week.

Prijs: de eerste weken van januari vertoonden veilingprijzen op hetzelfde niveau als januari vorig jaar.

Komkommers:

Aanvoer: eind januari verschijnen de primeurkomkommers op de veilingen. In de weken 7 en 8 verwachten de Flandria-veilingen 250.000 stuks Flandria-komkommers. Eind februari, begin maart (week 9-10) zal de aanvoer meer dan verdubbelen tot 600.000 stuks. Rond week 12 gaat het al om 1,5 miljoen stuks per week.

Trostomaten

Aanvoer: rond week 9 komen er al kleine volumes, zo'n 30.000 kg. De aanvoer breidt gestaag uit en in week 11 wordt 80.000 kg bereikt. De vooruitzichten voor de weken nadien voorspellen een continue groei tot 250.000 tot 300.000 kg in week 13 en verder tot 500.000 kg in week 14.

Prijs: trostomaten haalden in januari een iets hogere prijs dan in de eerste maand van 2009.

Paprika:

Aanvoer: het nieuwe paprikaseizoen komt eind februari stilaan op gang.

Groene: de groene Flandria-paprika bijt de spits af met een productie van 5.000 tot 10.000 kg rond week 9 en 10. Een wat grotere hoeveelheid, 70.000 kg, wordt verwacht in de weken 12-13.

Rode: het nieuwe seizoen start iets later, rond week 12, met 10.000 kg. In week 14 zal de aangroei al 30.000 kg hebben bereikt.

Gele: ook voor de gele paprika start het nieuwe seizoen rond week 12 met 20.000 kg. In week 15 kan de handel al rekenen op 50.000 kg.

Aubergines:

Aanvoer: de eerste Flandria-aubergines zien we op de veiling verschijnen vanaf week 8 of 9 met 10.000 kg/week. Het seizoen komt pas echt op gang in week 11. Met 20.000 kg is er dan al een verdubbeling van de productie. In week 13 schommelt deze rond 90.000 à 100.000 kg.

Courgette:

Aanvoer: vanaf week 11 kan de handel met kleine hoeveelheden courgettes worden bevoorrad. In week 11 wordt 75.000 stuks verwacht. De productie groeit stelselmatig met in week 13 een aanvoer van 100.000 tot 120.000 stuks.

Prijs: 2009 gaf gemiddeld een lagere prijs voor courgettes dan 2008.



Flandriamail Professional

Februari 2010

Met dank voor opname!

Kort nieuws

Fruit Logistica 'The world of fresh produce'

Van 3 tot 5 februari 2010 verwacht de Messe Berlin meer dan 2000 standhouders en tienduizenden professionele bezoekers. De Fruit Logistica te Berlijn is de grootste AGF-vakbeurs van Europa en dé internationale ontmoetingsplaats van professionals uit de aardappel-, groente- en fruitsector. De beursoppervlakte blijft jaar na jaar groeien. De teller staat nu op 88.000 m². 2283 standhouders uit 78 landen tonen hun brede productassortiment, met tal van innovaties die inspelen op de huidige trend naar gezonde en evenwichtige voeding. In 2009 bezochten circa 50.000 vakbezoekers uit 125 landen deze wereldvakbeurs. Ongetwijfeld wordt dit record dit jaar weer gebroken.

VLAM heeft de beurs grondig voorbereid en is helemaal paraat om het vakpubliek te ontvangen. Op de grote en stijlvolle groepsstand kunnen exporteurs van groenten en fruit en beroepsorganisaties hun klanten en relaties ontmoeten. De aanwezigheid van Flandria op grote buitenlandse vakbeurzen zoals de Fruit Logistica blijft een belangrijke strategie in de promotie voor de Flandria-kwaliteitsproducten in het buitenland.

Met hooggespannen verwachtingen trekken de Vlaamse AGF-handelaars, vertegenwoordigers van VLAM en van Belgapom, Fresh Trade Belgium, LAVA en VBT naar Berlijn, begin februari het kloppend hart van de hele AGF-wereld.

Informatie: www1.messe-berlin.de; www.fruitlogistica.de

Flandria present op vakbeurs Tavola

Om de twee jaar presenteert Tavola een uitzonderlijk aanbod van hoogwaardige producten in het segment van de fijne en verse voeding aan de sector van de voedingsdistributie (retail) en grote cateringorganisaties. De doorgedreven selectiviteit, de bijzondere aandacht voor trends en nieuwe producten, en de verzorgde inrichting maken van deze vakbeurs een uniek businessforum. De beurs biedt volop kansen voor netwerking tussen fabrikanten en aankopers uit de voedingsbranche in de Benelux en de omliggende landen.

De organisatie hanteert uiterst strenge kwaliteitseisen bij de toelating van haar exposanten. Flandria is met een mooie stand aanwezig om zijn dagverse en hoogkwalitatieve producten aan het exclusieve publiek voor te stellen.

Tavola 2010, de 15e editie van de Vakbeurs van de Fijne en Verse Voeding, vindt plaats op zondag 14, maandag 15 en dinsdag 16 maart 2010 in Kortrijk Xpo.

Informatie: www.tavola.be

Primeurverkoop ten voordele van Haïti

Op vrijdag 22 januari werden op de klok van twee Flandria-veilingen, de Mechelse Veilingen en de REO Veiling, de eerste Belgische komkommers van het nieuwe seizoen geveild. Producenten en veilingen toonden zich solidair met de slachtoffers van de humanitaire ramp in Haïti. Beide veilingen verdubbelden de opbrengsten en schonken de opbrengsten aan Haïti Lavi 12-12. De Mechelse Veilingen storten 6.000 euro. Het finale steunbedrag bij de Veiling REO bedroeg iets meer dan 1.200 euro. In totaal werd 7200 euro geschonken aan Haïti Lavi 12-12.

Op de Mechelse veilingen werden diezelfde ochtend ook de eerste losse tomaten geveild. Ook die opbrengst werd integraal doorgestort aan het hulpfonds voor Haïti. Bovendien planden de kopers van de tomaten 's anderendaags consumentenacties ten voordele van Haïti, waardoor de uiteindelijke opbrengst nog aardig kan oplopen.

Vlaams-Brabant investeert in witlofonderzoekscentrum

De provincie Vlaams-Brabant heeft 150.000 euro geïnvesteerd in de Nationale Proeftuin voor Witloof in Herent. De Proeftuin voert onderzoek uit en verschaft voorlichting over duurzame en rendabele witlofteelt. Het geld gaat naar de aankoop van een gps-gestuurde tractor die ecologisch verantwoorde landbouw mogelijk maakt, de vernieuwing van de forceerinstallatie en de aanleg van een rietveld voor natuurlijke waterzuivering, dit in het kader van duurzaam watergebruik.

De Proeftuin is het aanspreekpunt voor witlooftelers in Vlaanderen waar, vooral in de streek van Asse en Kampenhout, elk jaar 60 miljoen kilo witloof wordt verhandeld.