

# Flandriamail Professional

## Maart 2010

In deze aflevering:

- ✓ Seizoengroente in de kijker: Asperges ‘koningin der groenten’
- ✓ Bekendheid Flandria bij Duitse inkopers stijgt  
*“Flandria emotioneel verankeren, is een uitdaging”, aldus Paul Coenen.*
- ✓ Smaakvol seizoen met All Day Long  
*Met Week van de groenten en fruit als apotheose*
- ✓ Flandria-primeurs prille voorbodes van de lente
- ✓ Flandria opvallend in de kijker op Fruit Logistica
- ✓ Marktvoorblik voor april 2010 (week 13 t/m week 17)
- ✓ Kort nieuws

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](mailto:lava@lava.be)



*Flandriamail Professional*

Maart 2010

Met dank voor opname!

## **Seizoengroente in de kijker**

### **Asperges, nog steeds ‘de koningin der groenten’**

*Binnenkort is het weer genieten geblazen van witte asperges, een topproduct van eigen bodem. Deze delicatessen weten echte liefhebbers te waarderen. Dit jaar wordt de eerste aanvoer van Flandria-asperges uit beschermde teelt verwacht in week 11. Het hoogseizoen loopt nog altijd van mei tot 24 juni.*

#### **Bijzondere groente**

Het klinkt wellicht wat vreemd, maar asperges behoren tot de familie van de liliaceae. Het zijn feitelijk scheuten die groeien op de wortelstok van de aspergeplant. Door de aspergebedden op te hogen, groeien de stengels in het donker en blijven ze bleek.

Van zodra de temperatuur stijgt, beginnen de scheuten te schieten. De kunst is om de asperge te snijden (te steken) nét op het moment dat die zijn kopje boven de grond steekt. Zo voorkomt men verkleuringen. De groene asperge wordt boven de grond geteeld - vandaar de groene kleur - maar is afkomstig van dezelfde aspergeplant.

Door moderne teeltmethoden loopt het seizoen van de serreteelt van december tot april. Daarna volgen de asperges uit vollegrondsteelt.

#### **Traditioneel met wit koordje**

Het oogsten zelf is zwaar werk, want elke scheut moet één voor één uit de grond worden gehaald. In piekperiodes steken de telers dagelijks wel 700 kg asperges per ha. Op het bedrijf worden ze minstens zes uur ondergedompeld in koud water om zo hun witte kleur te bewaren. In de koelruimtes worden ze afgedekt tegen verkleuring.

De bussel blijft nog altijd populair, want de echte liefhebber wil asperges zien en ruiken. Een bussel mag geen gaten onderaan vertonen door te korte stengels en moet rechtop blijven staan. Elke bussel wordt dus eerst nog onderaan gelijk gesneden. Daarna komt er een Flandria-wikkel om. Flandria-aspergebussels van 500 g gebonden met twee witte koordjes vormen een exclusief ambachtelijk product, want dit vraagt meer handenarbeid én grote handigheid.

### **Strengere eisen voor Flandria-asperges**

Sinds 1998 is 'de koningin van de groente' opgenomen in het Flandria-gamma. 's Morgens geoogst en 's nachts aangevoerd op de veiling, en dit zes dagen op zeven. De asperges met Flandria-label worden door de keurders gecontroleerd op de witte kleur, properheid, lengte en mooie presentatie.

Alleen perfect witte asperges met kopjes die mooi gesloten zijn, komen met het Flandria-label op de markt. Ze worden aangeboden in verschillende sorteringen: nl. 12-16 mm, 16- 22 mm en 22-28 mm diameter. De Flandria-telers doen permanente inspanningen om te voldoen aan deze strenge eisen.

- Witte Flandria-asperges zijn absoluut vers en wit
- Goed gevormd, voldoende lang en recht
- Een vast en onbeschadigd kopje
- Het onderste gedeelte van de stengel mag niet houten, hol of droog zijn
- Geen roze of blauwe tint vertonen

Ook groene asperges worden aangeboden onder Flandria. Groene Flandria-asperges zijn groen tot lichtgroen en mogen niet vezelig zijn.

### **Sortering en verpakking**

Machinaal worden de asperges onderaan op 22 cm afgesneden, de minimumlengte. De sortering gebeurt op basis van kleur en stengeldiameter (diktemaat):

- Witte Flandria-asperges: 12-16 mm (B), 16-22 mm (A), 22-28 mm (AA)
- Groene Flandria-asperges: 8-12 mm(C), 12-16 mm(B), 16-22 cm(A), 22-28 cm (AA)

### **Nieuwe trends in verpakking**

Naast de traditionele bussels van 500 g zijn asperges in gesloten verpakking in schaaltes of los in blauwe EPS-kisten leverbaar. De klant vindt op de verpakking een kleursysteem dat verwijst naar de sortering. De blauwe kleur verwijst naar de dikste, rood naar dikke, geel naar gemiddelde en groen naar het normale formaat. Een deksel over elke kist moet uitdroging van de asperges voorkomen. Tevens vermeldt het deksel het week- en dagnummer van verkoop. Op vraag van de klant vermelden we productieweek en datum van verpakking op het schaalte. Alleen op bestelling worden ook geschilde, vacuüm verpakte asperges geleverd.

### **Voedingswaarde**

Asperges zijn zeer rijk aan vitamine C. 100 gr asperges bevat 50% van de dagelijkse behoefte. Ze zijn héél rijk aan vezels, kalium en ijzer. De groente is vochtafdrijvend.

Uitgedrukt per 100 gram product.

Energetisch: 67 Kj / 16 kcal

Vitamine A: 3 mg

Vitamine B1: 0,10 mg

Vitamine B2: 0,07 mg  
Vitamine C: 30 mg  
Calcium: 20 mg  
Fosfor: 60 mg  
IJzer: 1 mg  
Vezels: 1,5 g

### **Klantenadvies**

Asperges worden best bewaard bij een temperatuur van 1 °C tot 5 °C met een relatieve vochtigheid van 90 à 95 %. Presenteer in het groenterayon in de originele verpakking om veelvuldig manipuleren te vermijden. Het product moet beschermd worden tegen daglicht en tegen uitdroging. Stal asperges nooit uit in de zon, in de tocht of buiten.

Als je asperges tegen elkaar wrijft en ze piepen hard, dan zijn ze echt kraakvers. In een vochtige doek in de koelkast bewaren ze nog een dag of twee. De asperge is een ontzettend lekkere groente en de combinaties zijn eindeloos. Ze kunnen zowel koud als warm geserveerd worden. Kook de pellen van de asperges in water en gebruik dit als basis voor een heerlijke aspergesoep of saus. Asperges op z'n Vlaams met snippers hardgekookt ei en verse peterselie blijft een overheerlijke klassieker.

### **Aanvoerperiode**

De Mechelse Veilingen zijn marktleider voor België met 97% van de veilingaanvoer. Dit jaar werd op 5 februari de eerste serreasperges van het nieuwe seizoen verhandeld. Het seizoen van deze uitzonderlijke groente begint echt op gang te komen vanaf half maart. In week 11 kunnen de handelaars een aanvoer van 10.000 kg asperges uit serreteelt verwachten. In week 15 leveren de telers al 30.000 kg. In week 16 komen asperges geteeld onder plastic tunnels, zo'n 60.000 kg. In week 18 wordt 140.000 kg aangevoerd. Vanaf eind april begint de oogst uit vollegrond die duurt tot 24 juni, feestdag van St. Jan.



## Flandriamail Professional

Maart 2010

Met dank voor opname!

### **Bekendheid Flandria bij Duitse inkopers stijgt**

*Flandria is het best gekende groentemerk en geniet de hoogste voorkeur bij Duitse groente- en fruitinkopers. 88% van hen heeft perfect begrepen waarvoor het Belgische keurmerk staat. De objectieve informatieverstrekking heeft dus uitstekend gewerkt. “We slagen in ons opzet”, stelt Paul Coenen, directeur van het VLAM-kantoor in Keulen. “Het unieke en attractieve van Flandria communiceren, dat is de volgende stap in het communicatieproces met de Duitse handel. Flandria emotioneel verankeren, is een uitdaging”, aldus Paul Coenen.*

#### Vruchtbare campagnes

VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) investeert al jaren in de promotie van Flandria in Duitsland, onder andere door de kwaliteit onder de aandacht van Duitse aankopers van groenten en fruit te brengen. Dit gebeurt via samenwerking met de belangrijkste vakbladen (publicitair en redactioneel) en via promotie- en folderacties bij de belangrijkste distributieketens. Ook de aanwezigheid van VLAM op buitenlandse vakbeurzen blijft een belangrijk onderdeel van die buitenlandse promotiewerking.

“Na tien jaar B2B-acties blijkt duidelijk dat onze campagnes vruchten afwerpen. We slagen in ons opzet”, stelt Paul Coenen, directeur van het VLAM-kantoor in Keulen. “Volgens een recente imagoanalyse(\*) is Flandria het best gekende groentemerk bij 88% van de ondervraagde Duitse handelaars. Dat percentage is sinds 2004, bij de eerste meting, alsmear gestegen.”

Paul Coenen staft zijn uitspraak met overtuigende cijfers. Van de 870.000 ton groenten bestemd voor de versmarkt, dragen er 500.000 het Flandria-label. 165.000 ton van deze verse groenten worden naar Duitsland uitgevoerd, met tomaten als veruit het belangrijkste product (76.000 ton). België is daarmee de vijfde grootste leverancier van verse groenten in Duitsland.

#### Belgische exporteurs scoren

De communicatiestrategie blijkt doeltreffend. Duitse inkopers associëren het keurmerk Flandria vooral met professioneel (77%), ervaren (hoogste score 79%) en aantrekkelijk (72%). De Duitse inkopers hebben perfect begrepen waarvoor het Flandria-keurmerk staat. Bij hun aankoop van groenten spelen volgende criteria een hoofdrol: versheid, betrouwbare kwaliteit, mooi uitzicht en lekkere smaak. De objectieve informatieverstrekking heeft dus uitstekend gewerkt.

“Duitse inkopers zijn ook erg tevreden over de samenwerking met België. Belgische Flandria-exporteurs staan voor betrouwbaarheid: gegarandeerde versheid en korte levertijd, correcte prijs, kwaliteitszekerheid en service. Positieve aspecten die een stevige commerciële band tussen Belgische exporteurs en Duitse importeurs hebben gesmeed.”

### **Flandria ‘top of mind’ houden**

Naast het belang van persoonlijke contacten (91%) spelen vaktijdschriften een grote rol als informatiever spreider onder de doelgroep. “Deze recente meting bevestigt het. Vaktijdschriften blijven ontegensprekelijk een belangrijk communicatiekanaal. Het vakblad *Fruchthandel* wordt door de Duitse inkopers gelezen. Onze drie katerns in de loop van het jaar en andere redactionele bijdragen in *Fruchthandel* bewijzen hun waarde (78%). Ook onze publiciteit in vaktijdschriften blijkt hoog te scoren als informatiebron (57%). Er is wel groeiende belangstelling voor newsmail, en internet als informatiebron neemt zeker toe (64%). “Artikels uit de maandelijkse Flandriamail Professional en VLAM-berichten worden beknopt opgenomen in de newsmail van Fruchthandel.de en Fruchtportal.de.”, aldus Paul Coenen.

“De resultaten van deze meting zijn een stimulans voor VLAM en LAVA om te blijven investeren in samenwerking met Duitse vakbladen. Zowel met advertenties als redactionele bijdragen blijft Flandria aanwezig in *Fruchthandel*. Door de verspreiding van de Flandriamail Professional naar buitenlandse handelscontacten en deelname aan vakbeurzen in Duitsland willen we Flandria ‘top of mind’ houden bij de Duitse inkoopverantwoordelijken.”

### **Nieuwe campagne, nieuwe accenten**

Naast goede service en goede kwaliteit blijken Duitse inkopers ook op zoek naar een uniek product. Het unieke en attractieve van Flandria communiceren, is een noodzakelijke volgende stap in het communicatieproces met de Duitse handel. Op basis van de resultaten van het DIMA-onderzoek van 2009 wordt nu een nieuw communicatieconcept ontwikkeld.

“Handel drijven is héél belangrijk, maar de inspanningen van alle partners om een mooi product af te leveren, moeten ook worden bekendgemaakt. We moeten die boodschap op een duidelijke manier overbrengen. We zullen in onze nieuwe campagne ook investeren in emotionele verankering. Flandria biedt een authentieke meerwaarde, daar draait het om. In het voorjaar van 2012 meten we of deze nieuwe communicatiestrategie werkt”, besluit Paul Coenen.

\* Bron: DIMA Marktforschung, August 2009.



*Flandriamail Professional*

Maart 2010

Met dank voor opname!

## **Smaakvol seizoen met All Day Long**

### **Met de Week van Groenten en Fruit als apotheose**

*'Ik heb er de hele dag zin in'. Onder dit motto moedigt Kim Gevaert, intussen het bekende gezicht van de All Day Long-campagne, de consument aan om meer groenten en fruit te eten op elk moment van de dag. Acties en wedstrijden moeten in de tweede jaargang van deze campagne de verbruikers directer en actiever bij de campagne betrekken. Het hoogtepunt wordt de Week van Groenten en Fruit, van 22 tot en 28 maart 2010, boordevol activiteiten op diverse locaties.*

#### **Iedereen heeft iets met groenten en fruit**

Als groenten en fruit meer dan ooit in de markt liggen, heeft dit zeker voor een deel te maken met de impact van de All Day Long-campagne. Een jaar geleden werd ze gelanceerd om mensen zin te doen krijgen in verse groenten en fruit, dit op verschillende momenten van de dag: bij het ontbijt, het 10-uurtje, de lunch, het 4-uurtje, het avondmaal én de laatavondsnaak.

Kim Gevaert geeft als ambassadrice de campagne mee inhoud en ondersteunt ze actief onder het motto 'Ik heb er de hele dag zin in!'. Naast de sprintkampioene helpt ook groentekok Frank Fol de campagne mee dragen.

Elk moment van de dag is goed om groenten en fruit te eten. All Day Long verspreidt deze boodschap via de nationale en de regionale media, zijn nieuwe website [alldaylong.be](http://alldaylong.be) en andere belangrijke kanalen zoals scholen, sportclubs, bedrijven, de distributie en de openbare markten. Want ... iedereen moet aan de groenten en het fruit!

#### **'Smaakvol seizoen'**

Onder het thema 'Smaakvol Seizoen' voert All Day Long het hele jaar door acties om groenten en fruit van het seizoen op een smakelijke manier onder de aandacht te brengen. Per trimester zullen telkens drie seizoensproducten als trekker van de campagne fungeren.

Wedstrijden dagen de verbruiker uit om zelf recepten te bedenken voor de zes eetmomenten per dag. Eenvoudige receptideetjes moeten de consument aansporen om groenten en fruit de klok rond op het menu te zetten. Op de nieuwe website kan de consument dagelijks terecht voor culinaire tips en recepten rond groenten en fruit. Hij kan zo ook alle initiatieven, acties, wedstrijden,... van All Day Long op de voet volgen.

## **Cooking Challenge**

All Day Long nodigde alle kookgrage groente- en fruitliefhebbers uit om het lekkerste van zichzelf te geven in de All Day Long Cooking Challenge. De kookwedstrijd draaide uiteraard rond seizoensgroenten en –fruit op de zes eetmomenten per dag. De jury legde bij haar keuze het accent op snel, lekker, gezond en boordevol verse groenten en fruit. Zo moesten de koks zeker witloof, appel of appelsien verwerken en groenten en fruit een hoofdrol geven in het recept. De kookwedstrijd bleek alvast een succes!

De drie winnaars: 1 voor ontbijt/snackmoment, 1 voor lunch en 1 voor diner, werden in de bloemetjes gezet tijdens de apotheose van de Cooking Challenge op een stomende kooksessie met Frank Fol en Kim Gevaert op 17 februari.

## **Wie wordt All Day Long-school, -bedrijf en -sportclub?**

En omdat ook scholen, bedrijven en sportclubs een belangrijke rol kunnen spelen, nodigt Kim Gevaert hen uit om deel te nemen aan de All Day Long wedstrijden. De scholen wordt gevraagd de klassen aan het werk te zetten door hen rond een van de zes eetmomenten een speciaal groente- en/of fruitgerechtje te laten verzinnen. De bedrijven en sportclubs moeten dan weer aantonen hoe zij (willen) bijdragen tot een gezond groente- en fruitverbruik bij hun werknemers/collega's. Ze kunnen dit doen aan de hand van een vragenlijst die ze op de website kunnen invullen. Inschrijven kan tot maandag 15 maart via [www.alldaylong.be](http://www.alldaylong.be).

Welke school of klas heeft het beste groente- en fruitidee? Welk bedrijf toont zich het creatiefst als promotor van groenten en fruit binnen de eigen onderneming? Welke sportclub zet op een originele manier groenten en fruit op het menu of doet iets leuks en verrassend rond de zes eetmomenten met groenten en fruit?

De acties worden gevoerd via de All Day Long-website, [www.alldaylong.be](http://www.alldaylong.be), en leveren uiteindelijk zes winnaars op die zich respectievelijk All Day Long-school, All Day Long-bedrijf en All Day Long-sportclub mogen heten.

## **Week van Groenten en Fruit als apotheose**

Het hoogtepunt van deze groente- en fruitcampagne wordt de Week van Groenten en Fruit, van 22 tot en 28 maart 2010, boordevol activiteiten op diverse locaties. Die week staat het lenteseizoen met de nieuwe oogst overal in de kijker. Speciale acties in het hele land willen jong en oud nog een keer extra warm maken voor verse groenten en vers fruit: op de schoolbanken, in de lunchboxes, in de bedrijfskantines, op openbare plaatsen. Overal zullen de kleuren, de klokjes en de recepten van All Day Long te zien en te proeven zijn.

Tijdens de Week van Groenten en Fruit mogen de twee winnende scholen, bedrijven en sportclubs alvast een bezoekje verwachten van Kim Gevaert. Zij komt hen persoonlijk de prijzen overhandigen, samen met het All Day Long-team.

**Meer informatie over de acties:** [www.alldaylong.be](http://www.alldaylong.be)

*Handelaars en winkeliers die willen inspelen op de Week van Groenten en Fruit in de winkel of in hun reclamefolder, kunnen contact opnemen met mevrouw Anneleen Leon van VLAM, [anneleen.leon@vlam.be](mailto:anneleen.leon@vlam.be), t. 02 552 81 41.*



## *Flandriamail Professional*

Maart 2010

Met dank voor opname!

### **Flandria opvallend in de kijker op Fruit Logistica**

*De editie 2010 van de Fruit Logistica versterkte ook dit jaar haar positie als meest toonaangevende internationale vakbeurs voor de AGF-sector. De kwaliteit van de beurs wordt tevens gegarandeerd door het hoge aantal beslissingsnemers onder de bezoekers. Op een forum over samenwerking in de AGF-keten kwam Flandria opvallend in de kijker.*

#### **Toch vertrouwen in groei**

De Fruit Logistica behoeft weinig uitleg in de AGF-wereld. De impact van deze hoogmis van de aardappel-, groente- en fruithandel reikt tot ver buiten de Duitse grenzen. Op deze jaarlijkse beurs te Berlijn komen alle aspecten van deze business aan de orde, van teelt tot het eindstation, de verkoop. Van 3 tot 5 februari trokken liefst 53.000 bezoekers uit 130 landen door de beurshallen om hun handelscontacten aan te scherpen.

“Ondanks de moeilijke marktsituatie, trok Fruit Logistica een record aantal bezoekers aan, 6% meer dan vorig jaar, toen net de kaap van 50.000 gehaald werd”, zegt Paul Coenen, directeur van het VLAM-kantoor in Keulen. “Bovendien kwam 80% van buiten Duitsland. Deze editie spreidde een prestigieuze en grote internationale uitstraling tentoon. Het vertrouwen in de groei van de handel houdt stand, ondanks de economische crisis.”

#### **Hoogstaande handelscontacten**

Het belangrijkste is natuurlijk niet zozeer het aantal, maar wel de kwaliteit van de bezoekers. En net daar schuilt het grote succes van de Fruit Logistica. Naast het internationale karakter wordt de kwaliteit van de topvakbeurs gegarandeerd door het hoge aantal beslissingsnemers onder de bezoekers.

Fruit Logistica biedt interessante kansen op hoogstaande handelscontacten. Geen wonder dus dat steeds meer bedrijven met een stand aanwezig zijn. Dit jaar telde de organisatie 2.302 exposanten uit 71 landen, een kleine groei in vergelijking met de editie van 2009. 89% kwam uit het buitenland. Ze toonden de nieuwste ontwikkelingen in de AGF-branche op maar liefst 88.000 m<sup>2</sup>.

#### **Flandria Specialty Street publiekstrekker**

De aanwezigheid op de belangrijkste buitenlandse vakbeurzen blijft een belangrijk aspect van de buitenlandse promotiewerking van VLAM. Op zijn vertrouwde stek in hal 6.2 bouwde VLAM een groepsstand voor 20 exporteurs van aardappelen, groenten en fruit. Ook vertegenwoordigers van de beroepsorganisaties Belgapom, Fresh Trade Belgium, LAVA en

VBT waren paraat. Internationale aankopers gaven present voor speciale acties. Er heerste een zakelijke, doch gemoedelijke drukte. “Onze aanwezige exporteurs waren alvast zeer tevreden” getuigt Paul Coenen.

Boven de stand hingen banners met opvallende productfoto's, afgewisseld met de logo's van Flandria, Specialty Street en de fruitmerken. Bezoekers zijn natuurlijk geïnteresseerd in het product zelf. VLAM schonk daarom weer grote aandacht aan mooie productpresentaties die het ruime assortiment van de Belgische kwaliteitsproducten in de kijker plaatsten. Een publiekstrekker was ongetwijfeld Flandria Specialty Street, dat het innovatieve karakter van de Belgische telers weerspiegelt.

### **Flandria groeit op Duitse markt**

Tijdens een forum over samenwerking in de AGF-keten plaatste Paul Coenen de klantgerichtheid van het Flandria-label in de kijker. “Ik wilde aantonen dat Flandria bovenop de hoge kwaliteitsstandaards ook wil voldoen aan specifieke eisen van klanten of deelmarkten, ook in de exporthandel. Flandria blijkt volgens recent onderzoek het best gekende groentemerk bij 88% van de ondervraagde Duitse handelaars. Flandria kent dus een duurzame groei op de Duitse markt.”



## Flandriamail Professional

Maart 2010

Met dank voor opname!

### Marktvooruitblik voor april 2010 (week 13 t/m week 17)

*Deze marktvooruitblik voor de belangrijkste Flandria-producten geldt voor de maand april en werd afgesloten op woensdag 10 februari. De voorspellingen zijn gebaseerd op de aanvoerverwachtingen tot die datum. De actuele veilingprijzen worden vergeleken met de prijzen in dezelfde periode vorig jaar. Het zijn geen prijsvoorspellingen.*

#### Losse tomaten

**Aanvoer:** na de doorlopende aanvoer in het winterseizoen volgt een lineaire stijging, die in week 13 al 300.000 kg bereikt. In week 14 verwachten de Flandria-veilingen 600.000 kg. Het seizoen groeit stilaan naar een piek. In week 15 bereikt het aanbod 1,2 miljoen kg. In de weken 17-18 is dit al aangegroeid tot 2 miljoen kg.

**Prijs:** in februari was de aanvoer te gering om een prijsvergelijking met 2009 te maken.

#### Trostomaten

**Aanvoer:** de vooruitzichten voor april geven een continue groei aan van 300.000 kg in week 13 naar 600.000 kg in week 14. Deze evolutie zet zich in de volgende weken door. In weken 15-16 betekent dit al zo'n 1,2 miljoen kg, in week 17 wordt 2 miljoen kg aangevoerd.

**Prijs:** in februari was de aanvoer te gering om een prijsvergelijking met 2009 te maken.

#### Kropsla:

**Aanvoer:** in de weken 13-14 zal er een topaanvoer zijn voor Pasen tussen 4,5 en 5,5 miljoen stuks. Na deze piek volgt een gestadige productievermindering voor weken 17-18 met 3,5 tot 4 miljoen stuks kropsla.

**Prijs:** de prijs van kropsla lag in de tweede maand van het jaar lager dan in dezelfde periode in 2009.

#### Prei:

**Aanvoer:** de producenten leveren rond 2 miljoen kg prei per week in week 13 t/m week 14. Daarna daalt de aanvoer geleidelijk tot 1,5 miljoen kg in weken 15-17 en tot 1,2 miljoen kg vanaf week 18.

**Prijs:** de preiproducent kreeg in de tweede helft van februari een vergelijkbare prijs voor zijn product als in dezelfde periode vorig jaar. Gemiddeld valt de prijs iets lager uit dan in februari 2009.

#### Witloof:

**Aanvoer:** tot en met week 13 zien we nog een piekaanvoer van 1,3 miljoen kg. Nadien is er een geleidelijke afname tot 1 miljoen kg in week 16. Deze tendens houdt aan, zodat in week 17-18 nog 800.000 kg witloof wordt aangeleverd.

**Prijs:** voor witloof bracht februari 2010 een vergelijkbare prijs met 2009. Dit was ook zo voor de gemiddelde prijs.

#### Asperges:

**Aanvoer:** het aspergeseizoen start in week 11 met een eerste aanvoer met 10.000 kg uit serre-teelt. In week 15 wordt al een opbrengst van 30.000 kg verwacht. Daarna worden asperges onder plastic-tunnels geoogst. De telers zullen in week 16 al 60.000 kg leveren. Vanaf week 18 wordt zo'n 140.000 kg asperges uit de vollegrond aangevoerd.

#### Paprika:

**Aanvoer:** de aanvoer van groene paprika groeit sneller dan van gele en rode. De productie verloopt in golven met pieken en dalen.

*Groene:* een wat grotere hoeveelheid, 80.000 tot 150.000 kg, wordt verwacht in de weken 13-18. Voor een prijsvergelijking met 2009 is het nog te vroeg en dat geldt ook voor de andere kleuren.

*Rode:* het nieuwe seizoen start iets later, rond week 13 met 10.000 kg. In week 14 zal de aangroei al verdubbeld zijn tot 20.000 kg. De productie bereikt een eerste piek rond week 16-18 met 250.000 kg/week.

*Gele:* ook voor de gele paprika komt het nieuwe seizoen stilaan van de grond, met in week 13 zo'n 30.000 kg. In week 14 kan de handel al rekenen op 100.000 kg en in de weken 17-18 op 120.000 kg/week.

#### Aubergines:

**Aanvoer:** het aubergineseizoen komt op kruissnelheid. In week 13 schommelt de productie rond 120.000 kg, in week 15 is dit al 180.000 kg. Daarna zien we een pijlsnelle stijging met in week 17-18 tussen 200.000 en 250.000 kg.

#### Komkommers:

**Aanvoer:** in week 13 verwachten de Flandria-veilingen 2 miljoen stuks. Na Pasen, in week 14 ligt het niveau al op 2,5 miljoen stuks komkommers. Rond week 15 tot 17 gaat het al om 2,7 miljoen stuks per week.

**Prijs:** de prijs lag iets lager dan in 2009.

#### Courgette:

**Aanvoer:** in week 13 wordt 100.000 stuks verwacht. De productie groeit stelselmatig en bereikt een eerste piekje tussen weken 16 en 18, met een aanvoer van 200.000 tot 250.000 stuks/week.

#### Veldsla:

**Aanvoer:** de producenten garanderen 60.000 tot 70.000 kg per week in de weken 13 t/m 17.

**Prijs:** De eerste weken van februari vertoonden voor veldsla een gevoelig lagere prijs dan vorig jaar. Ook de middenprijs lag in 2009 duidelijk hoger dan dit jaar.

### Witte kool

**Aanvoer:** in de weken 13 t/m 14 blijft de aanvoer op peil. Er worden nog zo'n 130.000 stuks witte kool per week aangeboden. In de weken 15 tot 17 geven de voorspellingen een kentering aan met een daling tot 100.000 stuks/week.

**Prijs:** in februari stonden de prijzen voor witte kool op hetzelfde niveau als vorig jaar.

### Rode kool

**Aanvoer:** het volume stagneert op 60.000 stuks in de weken 13 t/m 14 om in de volgende weken te dalen naar 40.000 stuks (weken 15 tot 18).

**Prijs:** rode kool vertoont voor februari een vergelijkbare prijs met 2009.

### Groene kool

**Aanvoer:** in april (weken 13 t/m 14) kan de handel nog rekenen op 60.000 stuks per week. De weken 16 tot 18 geven het einde van het seizoen aan met nog 20.000 tot 25.000 stuks per week.

**Prijs:** groene Flandria-kool was in de tweede helft van februari iets duurder dan in dezelfde periode vorig jaar. Gemiddeld komt de prijs echter in de buurt van vorig jaar.

### Knolselderij

**Aanvoer:** het aanbod wordt geleidelijk kleiner: in april (weken 13 t/m 17) nog 80.000 tot 120.000 stuks.

**Prijs:** in februari resulteerde de prijsvorming voor Flandria-knolselderij in een hoger bedrag. Gemiddeld genomen is de prijs ook hoger dan de eerste maanden van vorig jaar.

### Spruiten

**Aanvoer:** het volume daalt verder. In week 13 zou er nog 20.000 kg zijn, in week 14 nog 5000 kg. Dit betekent het einde van het spuitjesseizoen.

**Prijs:** de prijs voor spruiten lag in februari lager dan in 2009.



## *Flandriamail Professional*

Maart 2010

Met dank voor opname!

### **Kort nieuws**

#### Nieuwe look voor Flandria-website

[www.lava.be](http://www.lava.be), de website van LAVA, werd recent in een nieuw kleedje gestoken.

Mooie kleuren en prachtige foto's van Flandria-kwaliteitsproducten geven een frisse look. De overzichtelijke homepage met een beperkt menu maakt de website héél handig in gebruik. De website biedt in het Nederlands en het Engels professionele informatie over de veilingen van de LAVA-groep en over het Flandria-keurmerk. Productfolders, Flandria-catalogus, Flandriamails, actuele dossiers raadplegen? Het lukt allemaal met enkele muiskliks. Je zoekt info over een specifiek product of onderwerp? Met de handige zoekfunctie krijg je snel een overzichtlijst van de links.

Ook voor de consument blijft [www.lava.be](http://www.lava.be) een leuke website. 'De Groenteman' geeft wekelijks op vrijdag suggesties voor voordelig geprijsde groenten en fruit met een eenvoudig en lekker recept als toemaatje. De recepten blijven een paar weken beschikbaar op de website, maar je kunt ze ook gemakkelijk downloaden.

Informatie: [www.lava.be](http://www.lava.be)

#### Flandria-primeurs: prille voorbodes van de lente

In februari zorgden de telers al voor mooie Flandria-primeurs. Komkommers, aubergines, groene paprika en serreasperges werden onder het Flandria-label in de markt gezet. Flandria-telers leverden aan de LAVA-veilingen primeurtomaten met zorg geteeld, geplukt en gesorteerd. Er waren de eerste losse tomaten (tussentype) in het Flandria-segment Prince en Flandria-Princess trostomaten. Ook de eerste CherryStar-tomaatjes van het nieuwe seizoen waren er al. CherryStar is een kerstrostomaatje in de specialiteitenlijn Flandria Specialty Street. Het heeft een gemiddeld vruchtgewicht van 10 à 12 g, is uiterst zoet en dus ideaal als snoepje.

Flandria-primeurs zijn prachtig 'materiaal' voor een fris lenteassortiment in het groenterayon. Een slaatje met Flandria-botersla, komkommer, tomaat, gesnipperde paprika en verse asperges op tafel en ... daar is de lente!

Meer informatie over Flandria CherryStar en de andere specialiteiten van Flandria is terug te vinden op [www.specialtystreet.be](http://www.specialtystreet.be).

## **Start to Run ... go!!!**

Het partnership tussen Flandria en Start to Run loopt op stevige benen, ook dit jaar. Het startschot van de Start to Run-happenings wordt op 21 maart in Dendermonde gegeven. Tussen maart en december 2010 zal Flandria maar liefst 11 keer met een stand aanwezig zijn op Start to Run. Alle deelnemers zijn welkom bij de Flandria-kok voor lekkere hapjes en soepjes bereid met gezonde, verse Flandria-groenten.

Beweging en evenwichtige voeding vormen de basis van een gezonde levensstijl. Daarom geeft Start to Run op [www.starttorun.be](http://www.starttorun.be) elke week een recept voor een lekkere en gezonde hap. De 'aftrap' van Start to Run-recepten gebeurde met een lekkere slasoep. De Start to Run-recepten komen van Flandria, hét Belgische kwaliteitslabel voor groenten en fruit, dat een meerwaarde geeft aan verse producten.

Informatie: [www.starttorun.be](http://www.starttorun.be)

## **Flandria present op 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.

Bezoek de Flandriastand in hall 4 en proef onze culinaire hoogstandjes!

Informatie: [www.tavola-xpo.be](http://www.tavola-xpo.be)