

Workshop GoodFood B2B - 18/03/2024

Quelle filière pour transformer les invendus alimentaires ?



Workshop Good Food B2B
« Quelle filière pour transformer les invendus alimentaires ? »
« Welke keten voor de verwerking van onverkocht voedsel »

BRUT Food
Rue Antoine Labarre 49, 1050 Ixelles
Antoine Labarrestraat 49, 1050 Elsene

18/03/24
14h-17h

Organisé par/Georganiseerd door
Good Food B2B

UNE INITIATIVE DE / EEN INITIATIEF VAN
bruxelles
environnement
leefmilieu
brussel
.brussels

GoodFood
MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN
.brussels

1. Stratégie Good Food

Good Food est la stratégie bruxelloise pour l'alimentation durable. La stratégie Good Food 2 a été votée en 2022 jusqu'en 2030. Aujourd'hui on parle du dernier axe : la réduction gaspillage alimentaire (prévention à la source et transformation alimentaire).

L'équipe de facilitateurs Good Food B2B fait le lien entre tous les producteurs Good Food belges et acheteurs professionnels bruxellois (transformateurs, restaurants, cantines, hôtels, ...) :

- Aide pour la recherche de fournisseurs ou recherche de clients.
- Organisation d'événements thématiques pour faire rencontrer offre/demande.

Filières déjà travaillées : viande, produits laitiers, légumes, céréales etc. Cette année focus sur les fruits et légumes, légumineuses et céréales.

Offre des services Good Food pour les professionnels

- Guide et outil sur le portail : [La Good Food pour les pro | Good Food](#)
- Référencement : inscription sur le bottin : [Bottin des points de vente, restaurants et cantines Good Food | Good Food](#)

2. RABAD – Les facteurs de réussite de la transformation d'invendus (Rob Renaerts)

Le RABAD (Réseau des Acteurs Bruxellois de l'Alimentation Durable) est un réseau d'acteurs professionnels travaillant sur l'alimentation durable, avec un focus sur la transformation et l'HoReCa. Activités : organisation de networking, helpdesk, facilite la distribution d'infos sur l'alimentation.

Gaspillage alimentaire

Gaspillage alimentaire : produits destinés à être mangés mais qu'on ne peut plus consommer. Quelques chiffres : producteurs de pommes de terre ont 50T / semaine d'invendus ; les criées belges 9500 T/an, ...

Les raisons :

- Spécification pure
- Tout doit être disponible (produits toute l'année)
- Manque de connaissances sur comment transformer les produits.

Les prix des matières premières grimpent, les consommateurs s'intéressent à des nouveaux produits et donc il y a des opportunités !

Quelles sont les catégories de produits ?

1. *Les produits non récoltés*

- Avantages : ne coûte rien, facile à transformer
- Inconvénients : demande des équipes disponibles à court terme et souvent travaillant à certaines périodes de l'année, demande une grande flexibilité au niveau de la récolte. Il y a également des grandes fluctuations.
- Produits qui viennent chaque année : tomates vertes, plus facile car certain d'en avoir. Il faut chercher ses propres points de vente car les agriculteurs ne vont pas les vendre.

2. *Produits récoltés, frais mais en trop*

- Avantages : facile à transformer
- Inconvénients : difficile d'entrer ce type de marché, attention au calibre des produits (doit avoir des machines adaptées), faire le tri, parfois gros lots et la moitié doit être jetée. Demande une grande flexibilité, doit être traité très rapidement.
- Ex : Pour les soupes, sauces, produits ultra-murs pour les purées, ...

3. *Les produits en fin de vie*

- Avantages : flux stables mais dispersés, adapté à certaines transformations (ex. bananes trop mures)
- Inconvénients = Travail de tri souvent nécessaire.

4. *Co-produits d'industrie alimentaire : champignons sur le marc de café, farine de drèche, etc.*

- Avantages : flux très stables, opportunités d'innovation : nouvelle technique, nouveau produit
- Inconvénients : génère beaucoup de déchets, le coproduit ne donne généralement pas un bon rendement en produit fini ou est utilisé comme substrat.

Facteurs de réussite

5. *Sécurité alimentaire*

Les normes AFSCA font souvent peur. Or, il n'y a pas de DLC sur des produits frais d'origine végétale, il faut qu'ils soient achetés, même à une valeur symbolique.

6. *Transformer des produits bio*

Plus rentable, car le prix d'achat d'inendus BIO est équivalent aux inendus conventionnel, alors que les coûts de transfo sont relativement similaires, le prix de vente est bcp plus élevé. Mais bcp plus difficile de trouver des inendus.

7. *Flux de déchet stables et concentrés*

Aller vers les grandes sources d'inendus, ne jamais aller dans le magasin du coin, impossible d'être rentable logistiquement. Lorsque les flux sont stables, permet de faire une sorte de planning de la transformation et d'investir dans du matériel adapté.

8. *Difficulté de rentabilisation des investissements*

La fluctuation des flux (saisonniers ou inopinés) permet plus difficilement de rentabiliser les machines, ou alors il faut trouver un transformateur partenaire capable de mobiliser ses infrastructures très rapidement. Dans ces conditions des mutualisations peuvent être intéressantes, notamment avec des ETA (entreprises de travail adapté). Notamment les ETA qui fonctionnent « en enclave », qui envoient du personnel dans des ateliers délocalisés.

9. *Conservation après transformation*

La pression économique et logistique sur des produits à DLC courte (jus cold press, crèmes glacées), les rends inadaptés à la valorisation des inendus. Privilégier des produits à la DLC longue : confiture, barres énergétiques, farine, etc.

10. *Flexibilité et contractualisation*

Travailler avec des inendus demande aux transformateurs d'être très flexibles pour saisir les opportunités. Toutefois, si un flux d'approvisionnement est rompu, c'est tout le modèle économique qui s'effondre, il est donc nécessaire de passer des accords stables avec les fournisseurs.

11. *Privilégier la simplicité*

Il y a des projets très innovants qui veulent extraire une molécule d'un déchet pour l'utiliser comme additif. C'est trop risqué selon le RABAD, c'est trop coûteux, le rendement est trop faible, c'est trop hightech. Bref c'est inadapté aux prix dans l'industrie alimentaire. Privilégier les processus simples qui minimisent les coûts de production.

12. Privilégier la plus grande valeur ajoutée

Privilégier la solution de transfo qui conserve le plus de valeur du produit (compostage en dernière priorité). Toujours essayer d'aller vers un produit niche avec un prix plus élevé que la moyenne ou alors un produit innovant qui n'existe pas sur le marché.

13. Etat du marché

Le marketing antigaspi est très privilégié par les jeunes générations, qui n'ont pas beaucoup de pouvoir d'achat à cause de leur jeune âge. On peut penser que le potentiel de marché va grandir avec cette génération qui vieillit.

Conclusions

- Travailler avec des invendus, c'est un métier très différent de la transformation classique.
- La rentabilité d'une entreprise de transformation d'invendus est possible aujourd'hui. Toutefois, pour que cela marche, il est nécessaire d'aligner de nombreuses conditions.
- Il est à prévoir que la rentabilité de ces projets va augmenter, avec l'augmentation du coût de matières premières, une plus grande taxation des déchets, etc.

Témoignages

Brut Food

Dès le début question du gaspillage alimentaire : choix d'un menu unique. **Transformateur qui valorise au mieux le produit.** N'ont pas la contrainte de la DLC après transformation.

Petite structure qui peut se permettre d'essayer différentes techniques, fonctionne comme un laboratoire. Utilisation de techniques de déshydratation, lactofermentation.

Reprise d'une asbl pour valoriser les invendus alimentaires, issus de chez Barn pour les transformer et donner aux personnes dans le besoin.

Modèle unique avec un repas suggéré aux clients, limite le choix et donc gaspillage. En parallèle des techniques dans la cuisine, comme un mini laboratoire : ex. peaux de courge en crumble, sirop à base de fruits, etc.

Peu de pertes, seulement quelques légumes ou parfois des restes de légumes qui sont compostés ou donnés à Recyclo.

Lors des événements, les invendus sont récupérés par des acteurs du social puis redistribués à des personnes dans le besoin.

Les Gastrosophes

Asbl qui transforme des invendus, début 2016. Fait à la fois de la récupération et de l'aide alimentaire. Propose des services alimentaires pour des administrations, entreprises, particuliers + service gratuit pour les personnes dans le besoin.

Projet : créer une maison de l'alimentation à Anderlecht pour recréer tout le circuit alimentaire

Raison : de plus en plus de bruxellois ont vraiment du mal à accéder à l'alimentation et les maraichers n'arrivent pas à se dégager des salaires décents

Autre projet « transformerie low tech » : comment transformer sans consommer des énergies fossiles, sans abimer les propriétés nutritives, gustatives, etc.

Hearth Project ASBL

Paradoxe : le gaspillage alimentaire et la précarité alimentaire grandissante.

Ils ont identifié dans la grande distribution deux flux d'invendus de bonne qualité.

- Des produits transformés qui entrent dans les centrales doivent avoir une DLC de plus de trois mois
- Des produits qui changent de prix, et qui sont donc emballés avec un mauvais code barre.

Histoire du projet : a débuté avec la récupération d'invendus alimentaires avec des formats événements plutôt gastro pour montrer quoi faire aux invendus, puis reversait à des associations.

Puis période covid où ils ont pu utiliser des cuisines inoccupées ce qui a permis d'avoir de l'espace et des invendus, ainsi que de former une équipe.

Modèle après covid : a obtenu le soutien de be.circular ce qui a permis de continuer le projet, stabiliser l'équipe et trouver un modèle commercial pour financer les repas sociaux. Ils ont donc ouvert un restaurant gastronomique « Entropy », permettant de faire des marges pour financer les autres projets de l'association (notamment les repas sociaux).

⇒ Synergie entre les deux projets

- Refuse : ce qui n'est pas de saison, **récupère des invendus en vrac.**
- Repense : le modèle, l'approvisionnement commercial ; économie de la fonctionnalité (utilisation des cuisines pour teambuilding, formations, etc.)
- Réduit : au maximum le risque de gaspillage alimentaire, restaurant uniquement sur réservation permet de prévoir le nombre de portions et permet d'avoir les régimes alimentaires en avance. Travaille plutôt avec des associations, avec des partenariats à long terme.
- Réutilise : réutilisation de leurs propres produits, idem pour les invendus alimentaires.
- Upcycle : utilisation des coquilles de noix pour le potager, ...
- Dispose : trier et recycler, composter.

Next grain

Récupère les drèches de bière, au lieu de les jeter ou donner au bétail, ils sont transformés et réinjectés dans la production de nourriture pour en faire de la farine. C'est une farine issue de la transformation et également très riche en protéine et fibres.

Maintenant : farine de pommes, avec des fournisseurs donnant une prévision stable pour savoir l'accès à la matière première. Ils produisent également des chips de pommes bio calibre 2 (non vendues dans le commerce).

Ne pas faire de la valorisation, pour faire de la valorisation. Vérifier si on ne produit pas plus de CO2 en valorisant le produit. La clé : c'est la distance.

Leur clientèle cible est presque exclusivement B2B (entreprises de transformation. Leur principal argument de vente est la justification sur des normes européennes de réduction des déchets et circularité.

Pour la valorisation, il faut changer de process, et donc s'adapter. Le prix va donc est plus cher que le prix du marché, par exemple par rapport à la farine de blé. Il faut maintenir vis-à-vis des pouvoirs publics une pression, la valorisation a un coût.

Pipaillon

Atelier de conserverie bio et bruxellois, le plus local possible, maximum UE. Avec un volet social car intégré dans une entreprise de travail social adaptée à Anderlecht. Ils forment les ouvriers en ouvriers agro-alimentaire.

Fin 2021, besoin de se diversifier pour sortir des crises. Les producteurs les ont contactés pour transformer une partie des productions en conserves. Ils se sont donc professionnalisés et ont lancé leur projet circulaire : L'atelier circulaire.

Ils disposaient déjà des ressources (cuisines, recettes, machines, etc.). Ils ont transformé presque 2 tonnes d'invendus et proposent 20 produits qui restent simples. Ils agissent vraiment comme transformateurs « à façon » pour les agriculteurs.

La clientèle cible et canaux de vente des produits issus de « l'atelier circulaire » est très différente de ceux de Pipaillon.

Le plus gros challenge c'est la saisonnalité, actuellement il n'y a rien. Alors que fin juin ou fin novembre, les producteurs ont beaucoup de produits à transformer. L'idée serait de mettre en place des plans prévisionnels.

GoodFood B2B Workshop - 18/03/2024

Welke keten voor de verwerking van onverkocht voedsel?



Workshop Good Food B2B
« Quelle filière pour transformer les invendus alimentaires ? »
« Welke keten voor de verwerking van onverkocht voedsel »

BRUT Food
Rue Antoine Labarre 49, 1050 Ixelles
Antoine Labarrestraat 49, 1050 Elsene

18/03/24
14h-17h

Organisé par/Georganiseerd door
Good Food B2B

UNE INITIATIVE DE / EEN INITIATIEF VAN
bruxelles
environnement
leefmilieu
brussel
.brussels

GoodFood
MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN
.brussels

1. Good Food strategie

Good Food is de Brusselse strategie voor duurzame voeding. De Good Food 2-strategie werd aangenomen in 2022 en loopt tot 2030. Vandaag hebben we het over de laatste as: het verminderen van voedselverspilling (preventie aan de bron en voedselverwerking).

Het Good Food B2B-team fungeert als link tussen alle Belgische Good Food-producenten en professionele kopers in Brussel (verwerkers, restaurants, kantines, hotels, enz.):

- Hulp bij het vinden van leveranciers of klanten.
- Organisatie van thematische evenementen om vraag en aanbod samen te brengen.
- Sectoren waaraan al is gewerkt: vlees, zuivelproducten, groenten, granen, enz. Dit jaar ligt de nadruk op groenten en fruit, peulvruchten en granen.

Good Food-diensten voor professionals

Info en tools op het portaal: [Good Food voor professionals | Good Food](#)

Vermelding in de gids: [Gids van Good Food-verkooppunten, restaurants en kantines | Good Food](#)

2. RABAD - Succesfactoren voor het verwerken van onverkochte producten (Rob Renaerts)

RABAD (Netwerk van Brusselse Actoren voor Duurzame Voeding) is een netwerk van professionals die werken rond duurzame voeding, met een focus op verwerking en HoReCa.

Activiteiten: organisatie van netwerkevenementen, helpdesk, verspreiding van informatie over voeding.

Voedselverspilling

Voedselverspilling: producten die bedoeld zijn om opgegeten te worden, maar die niet meer geconsumeerd kunnen worden. Enkele cijfers: aardappelproducenten hebben 50 ton onverkochte producten per week; Belgische vismarkten hebben 9500 ton per jaar, enz.

De redenen :

- Hoge specialisatie van de verwerkende industrie en de kwaliteitseisen in de retail
- Alles moet beschikbaar zijn (producten moeten het hele jaar door in de winkelrekken liggen)
- Gebrek aan kennis over hoe producten te verwerken.

Grondstofprijzen stijgen, consumenten zijn geïnteresseerd in nieuwe producten en dus zijn er kansen!

Wat zijn de productcategorieën?

1. Onge oogste producten

- Voordelen: kost niets, gemakkelijk te verwerken
- Nadelen: vereist teams die op korte termijn beschikbaar zijn en vaak op bepaalde tijden van het jaar werken, vereist grote flexibiliteit bij het oogsten. Er zijn ook grote schommelingen.
- Producten die elk jaar komen: groene tomaten, makkelijker omdat je zeker weet dat je ze hebt. Je moet je eigen afzetmarkten zoeken omdat de boeren ze niet verkopen.

2. Ge oogste producten, vers maar te veel

- Voordelen: gemakkelijk te verwerken
- Nadelen: moeilijk om dit type markt te betreden, aandacht voor productgrootte (moet geschikte machines hebben), sorteren, soms zijn het grote partijen en moet de helft worden weggegooid. Vereist grote flexibiliteit, moet zeer snel verwerkt worden.
- Bijvoorbeeld voor soepen, sauzen, ultra-rijpe producten voor puree, enz.

3. Producten op het einde van hun levensduur

- Voordelen: stabiele maar verspreide stromen, geschikt voor bepaalde processen (bijv. overrijpe bananen).
- Nadelen: sorteren vaak noodzakelijk.

4. Nevenproducten van de voedingsindustrie: paddenstoelen op koffiedik, brouwerijmeel, enz.

- Voordelen: zeer stabiele stromen, kansen voor innovatie: nieuwe techniek, nieuw product, enz.
- Nadelen: genereert veel afval, het nevenproduct geeft meestal geen goede opbrengst in eindproduct of wordt gebruikt als substraat.

Succesfactoren

1. Voedselveiligheid

De FAVV-normen zijn vaak beangstigend. Er zit echter geen houdbaarheidsdatum op verse plantaardige producten; ze moeten wel officieel gekocht worden, al kan dat tegen een symbolische prijs.

2. Verwerking van biologische producten

Winstgevender, omdat de inkoopprijs van onverkochte biologische producten gelijk is aan die van conventionele producten, terwijl de verwerkingskosten relatief gelijk zijn. Toch is de verkoopprijs veel hoger. Het is echter veel moeilijker om onverkochte producten te vinden.

3. Stabiele en geconcentreerde afvalstromen

Je moet naar de belangrijkste bronnen van onverkochte producten gaan, nooit naar de winkel op de hoek. Dat is logistiek onmogelijk rendabel te krijgen. Als de stromen stabiel zijn, kun je een soort verwerkingsschema opstellen en investeren in geschikte apparatuur.

4. Moeilijkheden om investeringen rendabel te maken

Als de stromen fluctueren (seizoensgebonden of onverwacht), is het moeilijker om de machines te rendabiliseren, de enige optie die dan soms bestaat is samenwerking met partnerverwerkers die hun infrastructuur kunnen openstellen of die die reststroom wel aankunnen. Onder deze omstandigheden kan het interessant zijn om middelen te bundelen, vooral met maatwerkbedrijven (bedrijven voor aangepast werk). Dit geldt vooral voor maatwerkbedrijven die als "enclaves" werken en personeel naar externe werkplaatsen sturen.

5. Bewaring na verwerking

De economische en logistieke druk op producten met een korte houdbaarheidsdatum (koudperssappen, ijs) maakt ze ongeschikt voor hergebruik van onverkochte producten. Geef de voorkeur aan producten met een lange houdbaarheidsdatum: jam, energierepen, bloem, enz.

6. Flexibiliteit en contracten

Werken met onverkochte producten vraagt van verwerkers een grote flexibiliteit om kansen te grijpen. Als een aanvoerstroom echter wordt verstoord, stort het hele bedrijfsmodel in elkaar, dus stabiele overeenkomsten met leveranciers zijn essentieel.

7. Houd het simpel

Er zijn enkele zeer innovatieve projecten die een molecuul uit afval willen halen en het als additief willen gebruiken. Volgens RABAD is het te riskant, te duur, te laag renderend, te high-tech. Kortom, ongeschikt voor de prijzen in de voedingsindustrie. Geef de voorkeur aan eenvoudige processen die de productiekosten minimaliseren.

8. Focus op de grootste toegevoegde waarde

Geef de voorkeur aan de verwerkingsoplossing die de meeste waarde uit het product haalt (compostering is de laatste prioriteit). Probeer altijd te gaan voor een nicheproduct met een bovengemiddelde prijs of een innovatief product dat nog niet bestaat op de markt.

9. Toestand van de markt

Anti-afvalmarketing is erg populair bij de jongere generatie, die niet veel koopkracht heeft vanwege hun jonge leeftijd. We kunnen verwachten dat het marktpotentieel zal groeien naarmate deze generatie ouder wordt.

Conclusies

Werken met onverkochte producten is een heel andere business dan traditionele verwerking.

Vandaag de dag is het mogelijk om winst te maken met de verwerking van onverkochte producten. Hiervoor moet echter aan een aantal voorwaarden worden voldaan.

Het is te verwachten dat de winstgevendheid van deze projecten zal toenemen, met de stijgende kosten van grondstoffen, meer belasting op afval, enz.

Getuigenissen

Brut Food

Vanaf het begin het probleem van voedselverspilling: keuze voor één menu. Verwerker die het meeste uit het product haalt. Heeft niet de beperking van de houdbaarheidsdatum na verwerking.

Een kleine structuur die het zich kan veroorloven om verschillende technieken uit te proberen, werkt als een laboratorium. Gebruik van dehydratie- en lacto-fermentatietechnieken.

Overname van een non-profitorganisatie om onverkocht voedsel van de Barn te gebruiken, te verwerken en aan mensen in nood te geven.

Uniek model met een maaltijd die aan klanten wordt voorgesteld, waardoor keuze en dus verspilling wordt beperkt. Tegelijkertijd technieken in de keuken, als een minilaboratorium: bijvoorbeeld pompoenschillen in een crumble, siroop op basis van fruit, enz.

Er wordt heel weinig verspild, alleen een paar groenten of soms groenteresten die worden gecomposteerd of gedoneerd aan Recyclo.

Tijdens evenementen wordt het onverkochte voedsel verzameld door maatschappelijk werkers en herverdeeld onder mensen in nood.

Les Gastrosophes

Non-profitorganisatie die begin 2016 onverkocht voedsel verwerkt. Doet zowel aan recuperatie als aan voedselhulp. Biedt voedseldiensten aan overheidsinstanties, bedrijven en particulieren, plus een gratis dienst voor mensen in nood.

Het project: een voedselcentrum oprichten in Anderlecht om het hele voedselcircuit opnieuw op gang te brengen.

De reden: steeds meer mensen in Brussel kunnen zich moeilijk voedsel veroorloven en tuinders kunnen geen fatsoenlijk loon verdienen.

Een ander "low-tech processing"-project: hoe voedsel te verwerken zonder gebruik te maken van fossiele brandstoffen en zonder de voedings- en smaakeigenschappen te beschadigen, enz.

Hearth Project ASBL

Paradox: voedselverspilling en groeiende voedselonzekeerheid.

Zij hebben twee stromen van onverkocht voedsel van goede kwaliteit in supermarkten geïdentificeerd.

- Verwerkte producten die de distributiecentra binnenkomen moeten een houdbaarheidsdatum van meer dan drie maanden hebben.
- Producten die van prijs veranderen en daarom met de verkeerde barcode zijn verpakt.

Geschiedenis van het project: begon met het verzamelen van onverkocht voedsel met evenementformats die eerder gastro waren om te laten zien wat je met onverkocht voedsel kunt doen, dat vervolgens aan verenigingen werd gedoneerd.

Daarna kwam de covid-periode waarin ze leegstaande keukens konden gebruiken, waardoor ze ruimte en onverkocht voedsel kregen en een team konden vormen.

Post-covid model: kregen steun van be.circular, waardoor ze het project konden voortzetten, het team stabiliseren en een bedrijfsmodel vinden om de sociale maaltijden te financieren. Zo openden ze een gastronomisch restaurant, Entropy, om winst te maken en zo de andere projecten van de vereniging te financieren (in het bijzonder de sociale maaltijden).

-> Synergie tussen de twee projecten

- Afwijzen: wat niet in het seizoen is, **onverkochte producten in bulk terugwinnen.**
- Heroverwegen: het model, commercieel aanbod; functionele economie (gebruik van keukens voor teambuilding, training, enz.).
- Vermindert: het risico op voedselverspilling zoveel mogelijk, restaurant alleen op reservering, laat toe het aantal porties te voorzien en het dieet op voorhand te kennen. Werkt meer samen met verenigingen, met langdurige partnerschappen.
- Hergebruik: hergebruik van hun eigen producten, hetzelfde voor onverkocht voedsel.
- Upcycle: gebruik walnootdoppen voor moestuinieren, enz.
- Niet meer bruikbaar: sorteren en recyclen, composteren.

Next grain

In plaats van bierdraf weg te gooien of aan vee te voeren, worden ze verwerkt en opnieuw in de voedselproductie geïnjecteerd om meel te maken. Het is een verwerkt meel dat ook zeer rijk is aan eiwitten en vezels.

Huidig gebruik: appelmeel, met leveranciers die een stabiele prognose geven voor toegang tot de grondstof. Ze produceren ook biologische appelchips, maat 2 (niet commercieel verkocht).

“Doe niet aan waardetoevoeging louter omwille van de waardetoevoeging. Controleer of je niet meer CO2 produceert door waarde aan het product toe te voegen. De sleutel is afstand.”

Hun doelgroep is bijna uitsluitend B2B (verwerkende bedrijven). Hun belangrijkste verkoopargument is de rechtvaardiging op basis van Europese normen voor afvalvermindering en circulariteit.

Om te recyclen moet je het proces veranderen en dus aanpassen. De prijs zal daarom hoger zijn dan de marktprijs, in vergelijking met bijvoorbeeld tarwemeel. We moeten druk blijven uitoefenen op de overheid, want het terugwinnen van voedsel dat anders wordt weggegooid heeft een prijs.

Pipaillon

Biologische en Brusselse conservenfabriek, zo lokaal mogelijk, maximum EU. Met een sociaal component als onderdeel van een aangepast sociaal economiebedrijf in Anderlecht. Ze leiden arbeiders op in voedselverwerking.

Eind 2021 moesten ze diversifiëren om de crisis te overwinnen. Producenten contacteerden hen om een deel van hun producten om te zetten in conserven. Zo werden ze professioneler en lanceerden ze hun circulaire project: L'atelier circulaire.

Ze beschikten al over de middelen (keukens, recepten, machines, enz.). Ze hebben bijna 2 ton onverkochte producten verwerkt en bieden nu 20 eenvoudige producten aan. Ze fungeren echt als 'loon-ver-werkers' voor de boeren.

De doelgroep en verkoopkanalen voor de producten uit de "circulaire werkplaats" zijn heel anders dan die van Pipaillon.

De grootste uitdaging is de seizoensgebondenheid - op dit moment van het jaar is er nagenoeg niets. Maar eind juni of november hebben producenten veel producten te verwerken. Het idee is om prognoseplannen op te stellen.