

Lockdown & doorontwikkeling

**ofwel de flexibiliteit van agri-food bedrijven om te innoveren,
en zich in tijden van crisis opnieuw uit te vinden.**

In een tijd van transitie, heruitvinding en wereldwijde maatschappelijke verantwoordelijkheid bevestigt de SIAL Paris 2020 International Food Exhibition haar ambities: het voedselecosysteem verenigen rond de grote transformaties die plaatsvinden in de voedingsindustrie en een bron van inspiratie zijn voor de hele wereldvoedselgemeenschap: Inspire Food Business.

De SIAL Paris is dé vakbeurs in de sector, een must voor trendzoekers en -aanjagers die hun business willen ontwikkelen. Al meer dan 50 jaar verwelkomt de SIAL Paris een grote verscheidenheid aan industriële spelers in de Franse hoofdstad om hun kennis te delen en toekomstgerichte concepten te creëren.

De 2020-editie gaat een stap verder en heeft als doel een discussie op gang te brengen rond het krachtige en verenigende thema #Own the Change, een thema dat de spelers in de voedingsindustrie bevroegt over hun acties en initiatieven om de verandering in eigen handen te nemen en een antwoord te geven op een essentiële vraag: "Hoe gaan we de wereldbevolking in 2050 van voeding voorzien?"

Dit is de focus van het lopende internationale overleg met voedsel- en landbouwprofessionals uit de hele wereld, georganiseerd in samenwerking met Make.org. U hebt toegang tot de internationale consultatie in het Engels (beschikbaar tot 29 mei 2020) en tot het thema dat centraal staat in de twee SIAL 2020-forums, de SIAL-Talks en het Alternative Food Forum.

Focus op

SIAL ALTERNATIVE FOOD FORUM

Het #Own the change thema van de SIAL Paris 2020 nodigt met name uit om de initiatieven en innovaties van bedrijven in de agro-food industrie in tijden van crisis van dichtbij te bekijken. Op welke wijze kan men in tijden van crisis een levensmiddelenbedrijf ontwikkelen en aanpassen? Welke nieuwe technologieën maken het mogelijk om gezond te eten en in vorm te blijven in tijden van een lockdown?

Het Alternative Food Forum is een forum voor discussies en cross-views van deskundigen over huidige en toekomstige kwesties. De betrokkenheid van talrijke spelers uit de distributiesector, de voedingsindustrie en de horeca, gecombineerd met de expertise van de partners Atlantic Santé en NutriMarketing, biedt de bezoekers de mogelijkheid om de voedselvoorziening van de toekomst te begrijpen en erop te anticiperen.

Update over de huidige context met Béatrice de Reynal, Doctor in de voedingsleer en CEO van NutriMarketing en Nathalie Hutter-Lardeau, Voedingsdeskundige, Oprichter en Directeur van het Atlantic Health Agency.

Wendbaarheid is het sleutelwoord in deze crisis, waarbij bedrijven zichzelf opnieuw uitvinden om nieuwe kansen te creëren.

Sobere innovatie (frugal innovation) refereert aan een innovatieve, geïmproviseerde oplossing die voortkomt uit vindingrijkheid en intelligentie.

Béatrice de Reynal

Voedingsmiddelen- en kruidenierswinkels hebben te maken met een toenemende vraag, maar ondervinden moeilijkheden in hun toeleveringsketen. Ze worden geconfronteerd met een consument die geruststelling nodig heeft, die zich richt op voedingsmiddelen met een gezonde reputatie, zoals die welke de immuniteit (citrusvruchten en vruchtensappen), probiotica en de biologische sector zouden kunnen versterken. Om dit te realiseren, innoveren bedrijven in de sector op een "sobere" manier.

Dit betekent dat we moeten afleren te innoveren zoals we tot 2020 hebben gedaan, door drie regels te integreren:

- Ultra-vereenvoudigen door te streven naar natuurlijke en gezonde oplossingen...
- Gebruik maken van lokale hulpbronnen : grondstoffen, kennis, opleidingen...
- zo dicht mogelijk bij de consument lokaliseren



SIAL Alternative Food Forum 2018

In deze periode van crisis bieden bedrijven als UberEats, Deliveroo en zelfs La Poste, contactloze levering en vooral levering van verse, lokale producten, een oplossing om het wantrouwen van de klanten ten aanzien van kant-en-klare maaltijden en thuisbezorging weg te nemen.

Het laten leveren van verse producten is een manier om een gezonde levensstijl te behouden. Nathalie Hutter-Lardeau, voedingsdeskundige, oprichter en directeur van het Atlantisch Gezondheidsagentschap, herinnert ons eraan dat mensen die zich in een beperkte ruimte bevinden, graag onbewerkte producten en goede ingrediënten willen consumeren, om zo het plezier van het koken te herontdekken.

Conferenties



Kom en ontdek relevante oplossingen en maak kennis met onze deskundigen op het gebied van het Alternative Food Forum van de SIAL van 18 t/m 22 oktober 2020.

De 5 conferentiethema's:

- Voedingskundige veranderingen
- Geo-food veranderingen
- Geopolitieke veranderingen
- Wijziging van de bevoorradingswijzen/aanbodwijzen van levensmiddelen.
- Technologische veranderingen

Nieuwe technologieën stellen ons in staat om in vorm te blijven, net als applicaties, webinars of online coaching. Dit is een mooie manier om aandacht voor voeding te ontwikkelen, om goede eetgewoonten te behouden of om nieuwe gewoontes aan te nemen.

Er zijn talrijke online platforms ontwikkeld om de toegang tot verse lokale producten te vergemakkelijken, zoals Produits Locaux.bzh in Bretagne met al 48.289 consumenten en 1.359 producenten, exploitanten en ambachtslieden die op het solidariteitsplatform zijn geregistreerd.

Tijdens deze periode van isolatie is de keuken een toevluchtsoord geworden. Dit is een kans om een stapje terug te doen en de inhoud van ons bord en de impact ervan op het milieu nader te bekijken. Hoe kunnen we dit doen? Via toepassingen zoals ScanUp, waarmee gebruikers producten kunnen co-creëren met industriëlen, maar ook via oplossingen om voedselverspilling tegen te gaan zoals Olio, Foodcloud, Too Good To Go of Framdrop. Daarnaast geven ze advies over het sublimeren van restjes en het vinden van onverkocht voedsel in kruidenierswinkels en andere winkels die tegen lage prijzen verkocht kunnen worden. Deze toepassingen maken het mogelijk om anders te koken, om te kijken naar de voedingswaarde en de milieu-impact van het geconsumeerde voedsel. De kracht van nieuwe technologieën houdt daar niet op! 3D-printers maken het mogelijk om in afzondering te koken door het creëren van eigen keukengerei zoals ijsblokjesbakjes, flesopeners voor taartvormen, of zelfs de Japanse start-up Open Meals gespecialiseerd in voedingstechnologie, die al voor de lockdown hun "Cyber wagashi" project op de markt introduceerde met 3D geprinte bakwaren.

Het standpunt van

Xavier Boidevézi et Agathe Mathey

FoodTechexperts



De manier waarop we eten is voortdurend in ontwikkeling en de missie van FoodTech is om alle digitale, technologische en ondernemende innovatieve initiatieven met betrekking tot voedsel te bundelen.

Zoals Xavier Boidevézi, directeur van de Digitale Werkplaats van Groupe SEB en nationaal secretaris van het FoodTech-netwerk, zegt: "De FoodTech-sector ondergaat grote veranderingen en de crisis zal de zaken versnellen. In dit stadium is het moeilijk voor te stellen waar men aan denkt en wat er uit zal komen". Hij blijft er echter van overtuigd dat veel spelers bezig zijn met het innoveren en uitvinden van nieuwe producten, maar ook van nieuwe diensten die de manier waarop we elke dag consumeren duurzaam zullen veranderen.

Hij voegt er ook aan toe dat "reeds bestaande initiatieven, zoals het netwerk van gemeenschappen voor rechtstreekse aankopen van lokale producenten, booming zijn met met een explosie van verkopen en leveranciers met een stijging van 30% in gecertificeerde producenten sinds het begin van de crisis".

Vandaar het belang van netwerkplatformen, omdat de consument lokale producten in zijn supermarkt wil hebben. Via Terroirs is het perfecte voorbeeld van deze positieve solidariteit in deze crisisperiode. Geconfronteerd met de Covid-19-crisis mobiliseert Via Terroirs zich om de producenten te helpen hun producten te verkopen en heeft het zich snel aangepast door haar platform ter beschikking te stellen van open gebleven voedingswinkels, waaronder supermarkten, zodat de lokale producenten hun voorraad kunnen structureren en verkopen.

Een andere innovatieve en opvallende maatregel komt van Monoprix (Franse supermarktketen), die de distributie van de bestellingen en de snelheid van de leveringen moet vergemakkelijken. Vijf gesloten Parijse winkels zijn omgevormd - omdat ze zich bijvoorbeeld in kantoorwijken bevinden en dus verwaarloosd werden - tot "dark store": verkooppunten die nu gewijd zijn aan de voorbereiding van online bestellingen en die al operationeel zijn, afhankelijk van het merk. Agathe Mathey, algemeen directeur van FoodTech Dijon BFC, vertelt ons dat:

Na de lockdown zal de consument ongetwijfeld weer het plezier van het winkelen willen ervaren, maar het gebruik van drives en short-circuits direct bij de producenten zouden op de lange termijn wel eens grotendeels de overhand kunnen krijgen.

FoodTech merkt ook op dat consumenten gezond en lokaal voedsel willen eten en daarom besluiten om het "zelf te doen". De website mamiton.org laat een stijging zien van 300% als gevolg van het "Hoe maak je brood" recept alleen al.



SIAL Paris 2018

De SIAL in het teken van Innovatie

De SIAL, ontwikkelaar van de levensmiddelen van de toekomst

Met SIAL Innovation is de beurs een trendsetter en biedt het bezoekers deskundige en actuele informatie over innovatie en marktontwikkelingen wereldwijd. Deze plek waar uitvinding, transitie, innovatie en vooruitzichtigheid worden besproken, biedt bezoekers de mogelijkheid om de laatste innovaties en consumententrends in de voedingsmiddelenindustrie wereldwijd te analyseren. Dit wereldobservatorium voor voedselinnovatie wordt gepresenteerd in samenwerking met ProtéinesXTC, dat ongeveer 700 producten selecteert uit meer dan 3000 kandidaten. Deze selectie is des te spannender nu spelers in de voedingsindustrie wereldwijd zichzelf opnieuw uitvinden door nieuwe producten te ontwikkelen met nieuwe ingrediënten voor de toekomst.

**SIAL
INNO-
-VATION**

KANTAR

ProtéinesXTC
c'ose, live, scientifique & d'ame activiste

conseil
GIRA

Kom de conferenties in de SIALTalks ruimte (in de galerij) bijwonen en ontdek de Food 360 Study in de SIAL Innovation ruimte, in hal 6.

Een unieke vraag- en aanbodstudie

De partnerdeskundigen van de SIAL, Kantar, ProtéinesXTC en Gira Conseil, bieden direct toegang tot een gedetailleerde analyse van de belangrijkste trends en hoe deze in de loop van de tijd veranderen met de resultaten van de Food 360 Study. Deze "consumentenstudie" die in 11 verschillende landen is uitgevoerd, werpt licht op de verwachtingen van de consument op het gebied van innovatie en begrip voor de manier waarop de consument tegen voedsel aankijkt. Deze unieke studie is momenteel de enige op de markt die in alle 11 landen een gelijkaardige reeks vragen aanbiedt.



SIAL Innovation forum 2018

INTERVIEW MET

Philippe Chapuis

Hoofd van Agribusiness van de coöperatieve bank Crédit Agricole SA en lid van de raad van bestuur SIAL Paris

1- In uw speciale publicatie over Covid-19, die informatie geeft over het belangrijkste nieuws uit de landbouw- en agrovoedingssector met betrekking tot de epidemie, richt u zich "op de online foodwinkels die geconfronteerd worden met de explosieve vraag." Wat zijn volgens u de meest opvallende initiatieven?

Er zijn verschillende initiatieven op het gebied van evolutie en distributie die al begonnen waren, maar die nu hun volledige dimensie krijgen, ook al zal ik dit niet direct disruptieve innovaties noemen. Mijn eerste constatering is dat de grote supermarktketens, die aan kracht hadden ingeboet, nu een interessante kans hebben, met een exponentiële groei van het aantal drives ('afhaalpunten'). Mijn tweede opmerking betreft de echte webwinkels, zoals "La Belle Vie" in Parijs, die een assortiment van enkele duizenden artikelen aanbiedt met een combinatie van vakmanschap en producten die beschikbaar zijn in de supermarkten, met de belofte van levering binnen 1 uur in Parijs en 3 uur in de Parijse regio, op basis van een grotendeels biologisch en duurzaam landbouwaanbod. Ik sluit af met de thuisbezorging van maaltijden zoals "Frichti" of "Uber Eats", die zichzelf opnieuw uitvindt door het leveren van verse producten. Deze ontwikkelingen zijn belangrijke succesfactoren en mogelijkheden om de klanten van morgen in deze sectoren in te schakelen in tijden van lockdown.

2- Phygital, een mix tussen fysieke en digitale handel, lijkt in deze periode de overhand te hebben. Welke platforms zouden volgens u een voorbeeld kunnen zijn?

De platforms zullen zich sterk ontwikkelen, niet alleen op voedingsmiddelengebied maar ook in bredere zin. Zo is er bijvoorbeeld een platform gecreëerd als een circulaire webwinkel die is ontworpen om het idee van afval te elimineren door wegwerpverpakkingen om te zetten in duurzame verpakkingen. Wegwerpverpakkingen worden vervangen door duurzame en designverpakkingen. In samenwerking met een groot aantal merken en retailers is Loop beschikbaar in het noordoosten van de Verenigde Staten en Parijs met het doel om snel uit te breiden naar de rest van het land. Of InVivo, dat coöperaties verenigt om de landbouw duurzaam te transformeren en de voedselkwaliteit te garanderen, in Frankrijk en in de rest van de wereld door middel van innovatieve en verantwoorde oplossingen ten behoeve van boeren en consumenten.

We zien twee fasen sinds het begin van de crisis, de eerste: de opslag, waar de hele landbouwsector, maar ook de industrie, van hebben geprofiteerd. Het tweede: het begin van het einde van de "agribashing", met boeren die zich gedenigreerd en verwaarloosd voelden, terwijl we vandaag de dag beseffen dat landbouw essentieel is,



Philippe CHAPUIS, Hoofd van Agri-Food Crédit Agricole SA en lid van de raad van bestuur SIAL Paris

maar natuurlijk moet worden voortgezet in deze logica van weloverwogen producten.

3. In de sector is solidariteit tot stand gebracht, die verschillende vormen kan aannemen. Zal deze solidariteit in de loop van de tijd blijven bestaan?

In feite zijn er verschillende vormen, afhankelijk van het soort structuren. Voor de kleinschalige bedrijven vinden we "crowdfunding" met MiiMOSA als voorbeeld, die voorstelt om spaargeld te investeren in een zinvol participatief project rond landbouw en voedsel. Er worden fondsen opgericht. Crédit Agricole gaat het eerste overgangsfonds oprichten, dat 200 miljoen euro zal opleveren, die zullen worden toegewezen ter ondersteuning van de landbouwers, ETI's en grote groepen. Er is ook Green Finance, dat bedrijven stimuleert om hun projecten te vergroenen. Deze financiële beweging die de hele sector in zijn transformatie begeleidt, ongeacht de omvang van de structuren. Meer in het algemeen is de ontwikkeling van partnerschappen binnen productieketens onvermijdelijk om te zorgen voor een meer zekere toekomst die overeenkomt met de maatschappelijke verwachtingen door middel van overeenkomsten tussen leveranciers en distributeurs. Crédit Agricole, InVivo en de tuinbouwsector (die in grote moeilijkheden verkeert) zullen trilaterale partnerschappen testen om een duurzame afzetmarkt voor bedrijven in deze noodlijdende sector te garanderen.

4- Wat vindt u van het thema #Ownthechange van deze SIAL 2020- editie, die het bedrijfsleven uitnodigt om de verandering in handen te nemen?

Op dit moment is er een kans om op basis van geëngageerde landbouw over te gaan tot vergroeningsprojecten, lokale voedselstromen en short circuits aan te moedigen met gemobiliseerde spelers - de industriëlen, de koepelorganisatie van de Franse landbouwbond FNSEA, de boeren als geheel - om ons voedsel veilig te stellen. SIAL komt op het juiste moment met een thema dat centraal staat in onze zorgen.

CIJFERS



SIAL 2018



119

Aanwezige landen



7 200

Exposanten waarvan
87% Internationaal



2 355

innovatieve producten gepresenteerd
tijdens de SIAL-innovatieconкурс



+400 000
producten



Frankrijk
1ste exposerend land



21
Sectoren

In de [online perskamer](#) vindt u al het SIAL-nieuws.

PERSCONTACT

Vraag in de [online perskamer](#) uw persaccreditatie aan.

Noot voor de redactie

Voor meer (pers)informatie kunt u contact opnemen met Promosalons Nederland,
Suikersilo Oost 13, 1165 MS Halfweg, tel.: 020-4620020, e-mail: netherlands@promosalons.com
Contactpersonen pers/bezoekers: Coen Rosdorff en Martha Elsdijk
Contactpersonen exposanten: Anne Marie van Schaik, Oualid El Hajjioui, Danielle Coenen
De website van de beurs (www.sial-network.com) heeft een aparte persrubriek voor het downloaden
van de laatste persberichten, foto's en logo's



PROMOSALONS

Over SIAL Parijs

Over SIAL Paris Georganiseerd door Comexposium Group, is SIAL Paris lid van SIAL Network, 's werelds grootste netwerk van voedsel- en drankbeurzen. Deze negen regelmatige evenementen (SIAL Paris, SIAL Canada in Montreal en Toronto, SIAL China, SIAL Middle-East, SIAL Interfood in Jakarta, SIAL India in New Delhi, Gourmet Selection en Djazagro in Algiers) brengen 16.700 exposanten en 700.000 professionals uit 200 landen samen.

www.sialparis.fr

De COMEXPOSIUM-groep

Comexposium is een van 's werelds grootste organisatoren van evenementen. Wereldwijd worden er meer dan 135 B2B en B2B2C evenementen georganiseerd in vele verschillende sectoren, waaronder landbouw, bouw, mode, voeding, gezondheid, vrije tijd, onroerend goed, retail, veiligheid, studenten, toerisme en ondernemingsraad. Tijdens evenementen in meer dan 30 landen verwelkomt Comexposium jaarlijks meer dan 3,5 miljoen bezoekers en 48.000 exposanten. Het Comexposium heeft zijn hoofdkantoor in Frankrijk en de medewerkers en het verkoopnetwerk van Comexposium zijn actief in 22 landen. Comexposium wil gezien worden als de 'place to be', het slaan van bruggen tussen mensen en bedrijven.

www.comexposium.fr