

2

D/2021/45/465 – ISBN 978 94 014 7307 1 – NUR 946, 800

Vormgeving omslag: Ben Meulemans
Vormgeving binnenwerk: Gert Degrande | De Witlofcompagnie
Met redactionele bijdragen van Pauline Neerman

© Jorg Snoeck, Stefan Van Rompaey & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt, 2021.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediatelevisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.
Niets van deze uitgave mag veeleenvoudig worden en/of
openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie,
microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder
voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Vaartkom 41 bus 01.02
3000 Leuven
Belgie
www.lannoocampus.be

Van Duuren Management BV
Triosingel 38
4101 XC Culemborg
Nederland
www.vanduurenmanagement.nl

**JORG SNOECK &
STEFAN VAN ROMPAEY**

THE FUTURE OF FOOD

**Een nieuw recept voor
de voedingssector**

**VAN DUUREN
MANAGEMENT** | **Lannoo
Campus**

// INHOUDSOPGAVE //

	Voorwoord: Aan tafel!	7
	Dankwoord	11
	GROTE UITDAGINGEN OP HET MENU	13
	Voedselsysteem onder druk	13
	Produceren voor morgen	16
	Toekomstbestendige distributie	19
	Consumptie in de toekomst	23
	COVID als katalysator	28
	DE CONSUMENT HEEFT HONGER NAAR MORGEN	33
	Megatrends in de 'transition twenties'	33
	De vloeibare samenleving	34
	De immateriële samenleving	37
	De bewuste samenleving	40
	De vertrouwenseconomie	49
	INGREDIENTEN VOOR EEN NIEUW VOEDSELSYSTEEM	57
	Het menu voor 2050	57
	De slimme landbouwrevolutie	64
	De plantaardige revolutie	81
	Proteïnen uit het labo	93
	Insecten: ingrediënten van de toekomst?	107
	Supergroenten van de zeeboerderij	113
	Hoe 3D-printen de voedingsindustrie verandert	121
	Naar een gezonder, gepersonaliseerd dieet	126

	COMPONENTEN VAN EEN DUURZAME SHIFT	151
	Hoe verpakking circulair kan worden	153
	Het gevecht tegen voedselverlies	166
	Retailers stimuleren duurzame keuzes	176
	In één klik naar transparantie in de voedselketen?	179
	Het probleem met eerlijke handel	190
	RECEPTEN VOOR EEN NIEUW DISTRIBUTIEMODEL	199
	Waarom het foodretailandschap versplintert	201
	Blurring, of de strijd om maagaandeel	210
	Waarom foodretailers worstelen met e-commerce	214
	De winkel van morgen: gemak is het nieuwe goedkoop	222
	De bocht van de supermarkt:	
	minder producten, meer oplossingen	228
	Europa, de sandwich van Amerika en China	248
	SMAAKMAKERS VOOR DE TOEKOMST	265
	Hoe food futurist Mattia Crespi de toekomst van ons voedingsecosysteem ziet	265
	Naar een toekomstbestendig voedingsbeleid	268
	Nabeschouwingen	277
	Quotes	279
	Bibliografie	282



VOORWOORD

Aan tafel!

Mogelijk at u vanochtend een lowcarbgranola met bosbessen en skyr als ontbijt en dronk u daar een latte macchiato bij met haverdrink – of, als u een groenetheeliefhebber bent, een chai latte. Misschien stond er vanmiddag een avocadosalade op het menu, met quinoa en granaatappelpitten. Of lust u wel een plantaardige burger? Amper twintig jaar geleden was dat allemaal zo goed als ondenkbaar geweest. Voeding is persoonlijk, het is vaak ook een familieverhaal, met recepten en gewoonten die van generatie op generatie worden doorgegeven. Maar in tradities gewortelde eetgewoonten veranderen toch ook in een razendsnel tempo.

We vinden het de normaalste zaak dat we vandaag heerlijke voedingsproducten tot onze beschikking hebben, uit alle uithoeken van de wereld. Maar dat er ook een donkere zijde is aan die globalisering, dat besef dringt nu pas mondjesmaat door. Voeding komt met een prijs: een impact op onze gezondheid, een impact op het milieu en een sociale impact. Wat als we tien miljard monden moeten voeden tegen 2050? De voedselproductie moet verdubbelen, maar we hebben slechts één planeet. Het zal dus anders en beter moeten. Technologie kan daarbij helpen, maar er is ook een structurele omslag nodig. Het hele voedselsysteem moet op de schop.

De boeren in het Zuiden die de cacao bonen voor uw onmisbare stukje Belgische chocolade hebben geplukt, zijn niet in staat om daarmee een leefbaar inkomen te verwerven. De boeren die dicht bij huis hebben geïnvesteerd in een varkenshouderij, zien hun verkoopprijzen als een rollercoaster op en neer gaan als gevolg van internationale marktmechanismen waar ze geen vat op hebben. De klimaatopwarming bedreigt de koffieteelt, een schimmelziekte zou de populaire banaan uit de winkelrekken kunnen doen verdwijnen. Een sterk toegenomen vraag vanuit opkomende markten – en niet in het minst vanuit China – brengt de wereldhandel uit balans en dreigt schaarste te veroorzaken voor sommige grondstoffen en voedingsproducten.

THE FUTURE OF FOOD

Supermarktketens publiceren mooie duurzaamheidsrapporten, maar gaan intussen onverminderd door met stuntpromoties voor niet altijd even duurzame of gezonde voedingsproducten – ze zijn nu eenmaal in een heftige concurrentiestrijd verwickeld. Obesitas is in de westerse wereld nu al een groter probleem dan honger. De voedingsindustrie maakt ons onbedoeld ziek, met de ontwikkeling van gesofisticeerde, uiterst bewerkte, zo goed als onweerstaanbare lekkernijen tegen lage prijzen. Een tegenbeweging brengt een toevloed aan biologische, plantaardige, glutenvrije, lactosevrije, allergeenvrije, suikervrije en *clean-label*-producten naar het winkelschap.

De coronacrisis heeft al die veranderingen nog in een stroomversnelling gebracht. Consumenten zijn veeleisender dan ooit. Ze wantrouwen multinationale voedings- en retailbedrijven. Ze willen garanties over de veiligheid en de kwaliteit van hun voedsel. Ze vragen transparantie over de oorsprong van de ingrediënten en over de arbeidsomstandigheden waarin producten werden gefabriceerd. Ze verwachten een feilloze service en een naadloos gebruiksgemak – de boodschappen het liefst binnen het kwartier aan huis.

Voor zover het nog nodig was, heeft de coronacrisis ook de digitalisering in de wereld op een hoger plan gebracht. Dat heeft enorme gevolgen voor de voedingssector. Onlineboodschappen beleefden eindelijk hun echte doorbraak. De kans op een terugval is nihil. Nieuwe digitale distributiemodellen bedreigen het traditionele supermarktkanaal: het wordt voor merken en start-ups makkelijker om consumenten rechtstreeks te benaderen, zonder tussenschakels.

Een blijver is de manier waarop de consument zijn of haar leven is gaan inrichten sinds de corona-uitbraak. Gezondheid en veiligheid staan meer dan ooit hoog op de agenda. Dat is iets waar fabrikanten en retailers absoluut rekening mee moeten houden. Maar ook het feit dat meer mensen vaker zullen thuiswerken – ook na corona – heeft een blijvende impact op het winkel- en eetgedrag. De drukte op traditionele pendellocaties zoals stadscentra, bedrijvenszones en treinstations zal gevoelig dalen, met gevolgen voor de omzet van de ondernemers en de horeca op die plekken. Nieuwe eet- en aankoopmomenten spelen zich vaker thuis af, of in de buurt. De frequentie van het fysieke winkelbezoek neemt verder af.

Meer dan ooit groeit het besef dat alles en iedereen met elkaar verbonden is in een geglobaliseerd voedings-ecosysteem. Ondanks de grotere belangstelling voor de korte keten en lokale productie zullen consumenten en retailers de verworvenheden van de globalisering niet meer opgeven, maar correcties zijn meer dan wenselijk. Tijdens de pandemie hebben we de kwetsbaarheid van mondiale bevoorradingsketens heel concreet ondervonden. Dat de klimaatcrisis in die periode wat naar de achtergrond verschoof, is hoogstens een tijdelijk fenomeen: de urgentie moet meer dan ooit duidelijk zijn. We kunnen de planeet niet blijven uitputten zoals we dat tot nu toe hebben gedaan. Bovendien kunnen we geen weerbaar voedselsysteem in stand houden als niet alle partners in dat ecosysteem hun faire deel van de opbrengst ontvangen – niet alleen om hen in staat te stellen een menswaardig leven op te bouwen, maar ook om hen de kans te geven mee te investeren in een duurzame voedseltoekomst.

Het zal er voor alle schakels in de voedselketen dus op aan komen om snel en wendbaar te reageren op deze uitdagingen. We hebben behoefte aan organisaties die in staat zijn om wereldwijde netwerken in beweging te brengen, om jonge generaties te bezielen en meer dan ooit buiten de traditionele kaders te denken. Nieuwe businessmodellen dagen immers de gevestigde marktleiders uit. Digital natives bekijken de marktverhoudingen door een Googlebril. Technologie wordt een gamechanger voor de hele keten, van de boer tot het bord. Merken en dienstenmodellen hebben geen fysieke voetafdruk meer nodig om hun sporen na te laten. De relatie tussen producent, retailer en consument verhuist naar de cloud.

THE FUTURE OF FOOD

En de inhoud van ons bord zal er binnen twintig jaar opnieuw helemaal anders uitzien. Zullen we morgen nog dieren eten, of wordt zeewier het voedsel van de toekomst? Zullen we morgen nog koken? Of laten we dat over aan 3D-printers, die gepersonaliseerde recepten ontwikkelen op basis van ons DNA en ons microbiom? Laten we ons gewillig de ingrediënten voorschrijven die niet enkel onze fysieke gezondheid maar ook ons mentale welbevinden op peil houden? Zullen we morgen nog boodschappen doen? Of besteden we die taak uit aan onze koelkast, aan slimme algoritmes, aan zelfrijdende bestelwagentjes?

Wat wellicht niet zal veranderen, is de verbindende kracht van voeding: de verhalen die we vertellen terwijl we ons tegoed doen aan een gezamenlijke maaltijd, de receptideeën die we uitwisselen, de ervaringen die we delen terwijl we een glas wijn tegen het licht houden, de pralines die we elkaar cadeau doen bij feestelijke gelegenheden ...

In dit boek nemen we u mee op een spannende tocht, een ontdekkingsreis naar het voedselsysteem van morgen. Smakelijk!



DANKWOORD

Wat een onderneming is dat toch, het schrijven van zo'n rijk gestoffeerd boek! We hebben er enkele intense maanden op zitten, maar de enthousiaste reacties van de eerste proeflezers maken ons behoorlijk emotioneel. Enorm gelukkig en erkentelijk zijn we, dat enkele gereputeerde topmanagers uit de voedingssector ons boek hebben willen nalezen en becommentariëren. Bijzonder veel dank daarom aan Frans Muller (Ahold Delhaize), Jef Colruyt (Colruyt Group), Koen Slippens (Sligro Food Group), Nils van Dam (Milcobel), Hein Deprez (Greenyard), Wim Destoop (Pepsi-Co), Dirk Van den Berghe (ex-Walmart) en Lieven Vanlommel (Foodmaker) voor hun constructieve kritiek!

Maar ook heel veel dank aan alle collega's en partners van RetailDetail, want we konden dit onmogelijk alleen. We hebben een netwerk- en kennisplatform gebouwd met als missie het gemeenschappelijk brein van de retailsector te vergroten. Die kennis is het resultaat van intense samenwerking, dialoog, discussie, interactie. *Teamwork makes the dream work!* In het bijzonder ook heel veel dank aan Pauline Neerman, coauteur van het bekroonde managementboek *The Future of Shopping*, voor haar waardevolle bijdragen aan dit boek. We hebben een topteam!

Jorg & Stefan



Grote uitdagingen op het menu

Voedselsysteem onder druk

Welkom in het antropoceen. We leven in het tijdperk van de mens, de diersoort die het nu echt tot bovenaan de ladder heeft geschopt. Het moet gezegd, we hebben onze zaakjes best goed voor elkaar. Wij beheren en beheersen deze planeet. Dankzij de industrialisering van de landbouw was de voedselproductie nog nooit eerder zo efficiënt. Veilige en kwalitatieve voeding is vandaag overal ter wereld toegankelijk voor een ongeziene massa mensen, en dan hebben we het zowel over prijs als over consumptiegemak.

Al voel je vast wel dat het her en der rammelt. Dat de mens vandaag werkelijk heer en meester is over de planeet, heeft een aantal onvoorziene gevolgen van formaat. Ziektes en pandemieën? Door vleermuizen uit China moeten we over de hele wereld meer dan een jaar lang anderhalve meter uit elkaars buurt blijven. Natuurrampen? De uitstoot van fabrieken laat ijskappen smelten en mensen verdrinken op Thaise stranden. De wereld staat voor globale uitdagingen die niet meer te ontkennen vallen.

Wat dat te maken heeft met onze dagelijkse boodschappen in de supermarkt? We verbruiken straks met z'n allen meer dan onze planeet nog kan verdragen. Halverwege deze eeuw bereiken we het kritieke kantelpunt, het point of no return, waarop de natuur niet meer te herstellen valt. Meer dan vijfhonderd soorten landdieren staan op het punt uit te sterven ten gevolge van menselijke activiteit. Waarschijnlijk zullen ze binnen de twintig jaar verdwijnen; hetzelfde aantal is in de hele vorige eeuw verloren gegaan. Wetenschappers noemen dit de zesde uitstervingsgolf, die meteen ook het (voorlopige) trieste hoogtepunt is van het huidige antropocene

THE FUTURE OF FOOD

tijdperk – het tijdperk waarin de mens het lot van onze aardbol bepaalt. Tijdens de vorige uitroeiingsgolf stierven de dinosaurussen uit.

Voedsel is de sterkste hefboom

Hoe we onze voedselproductie en landbouw organiseren, is al op korte termijn bepalend voor de toekomst van onze planeet. De teloorgang van de genetische diversiteit is immers voelbaar in de landbouw en ons voedingssysteem. De hoeveelheid stikstof, fosfor en koolstof overschrijdt nu al de planetaire grenzen en het onomkeerbare verlies aan biodiversiteit riskeert de biosfeer drastisch te veranderen. Veranderingen in het klimaat leiden tot ziektes (zoals we met de COVID-19-pandemie op ongeziene schaal hebben ondervonden), armoede, natuurrampen en conflicten. De uitgaven voor de gezondheidszorg zijn een van de zwaarste economische lasten geworden in zowel de ontwikkelde als de ontwikkelende landen, nog los van de coronapandemie.

We zijn met zovelen, en er komen er nog zovelen bij, dat onze wereld onder druk komt te staan. Met name onze eerste basisbehoefte vormt een steeds groter wordende uitdaging: hoe blijven we de wereld voeden? Voeding en het voedselsysteem vormen de link tussen gezondheid en ecologische duurzaamheid. Beide zijn cruciaal voor de toekomst van onze soort. Nochtans zou net de voedselproductie vandaag de grootste bedreiging voor het milieu vormen. Wereldwijd is de voedselproductie goed voor een kwart van alle menselijke broeikasuitstoot. Alleen al door land om te vormen tot landbouwgrond wordt een zesde van de jaarlijkse broeikasuitstoot veroorzaakt, en sterven meer dier- en plantensoorten uit dan door de klimaatverandering (Funabashi, 2018).

‘Voedsel is de sterkste hefboom om de gezondheid van de mens en de duurzaamheid van het milieu op Aarde te optimaliseren. Toch bedreigt voedsel momenteel zowel mens als planeet’, steekt het EAT-Lancet-rapport (2019), van 37 wetenschappers uit 16 verschillende landen, onverbloemd van wal. Om de groeiende wereldbevolking te blijven voeden, is niet alleen meer, maar ook duurzamere en gezondere voeding nodig.

Het trilemma van de 21e eeuw

Het besef dat die uitdagingen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn, heeft voeding recent bovenaan op de agenda van zowel bedrijven als politieke leiders gezet. Eiwitstrategieën (Vlaanderen), nationale voedselstrategieën (Engeland) en 'farm to fork'-plannen (EU) volgen elkaar snel op, terwijl ook de bedrijfswereld vindt dat een 'voedseltransitie' (Carrefour) hoognodig wordt.

Al in 2017 voorzag toenmalig topman van Nederlandse supermarktketen Albert Heijn, Wouter Kolk, de risico's van schaarste door de toenemende wereldbevolking en de veranderende vraag in opkomende landen. 'De Chinezen kloppen nu aan de deur van onze mandarijnenleverancier in Spanje. Zij willen zijn oogst ook wel kopen. Waar haal ik dan straks mijn mandarijnen vandaan?' (Rijlaar, 2017). Het eerst voelbare gevolg: stijgende prijzen.

In zijn Act for Food-programma identificeert de Franse distributeur Carrefour vier kernpijlers in de voedseltransitie: voedselverspilling, de volledige kostprijs van voedsel, bodembeschermende landbouw en nieuwe business- en winkelmodellen. Want ondertussen stellen ook de veranderende levensstijl en standaarden van de wereldwijde consument andere eisen over hoe, wanneer en in welke vormen die voeding hen bereikt.

We staan voor een globaal trilemma tussen voeding, milieu en gezondheid, waarbij op dit moment altijd een van de drie uit de boot lijkt te vallen. Om het trilemma op te lossen en tot een evenwicht te komen, lijkt een drastische en fundamentele hervorming van onze voedselsystemen onafwendbaar, en dat over de hele waardeketen: van productie over distributie tot consumptie.

Producers voor morgen

Binnen- versus buitenkweek

Als we verder doen zoals we nu bezig zijn, putten we de natuur uit – letterlijk en figuurlijk – en krijgen we woestijnvorming: droge, arme grond waaruit alle leven is verdwenen. Oplossingen om toch te blijven landbouwen zonder nog meer landbouwgrond in te palmen, met alle gevolgen van dien, worden onder meer gevonden in verticale boerderijen (in vivo) en kweekvlees in laboratoria (in vitro). Zo zouden we onze sla op termijn zelfs in de ruimte kunnen kweken.

Toch is deze 'binnenkweek' nog geen volledig antwoord op de klimaat- en voedseluitdagingen. Ook de huidige ecosystemen hebben hulp nodig om de achteruitgang van de ecologische toestand van de planeet en de bijbehorende gezondheidsrisico's het hoofd te bieden. Die hoogtechnologische innovaties bevinden zich ook nog in de testfase, waardoor de kennis nog beperkt en gefragmenteerd is. Er is bijvoorbeeld nog onvoldoende kennis over nieuwe ziektebeelden, zoals allergieën en zenuwziekten, en wat de impact is van voeding of kweekmethodes.

Bovendien komen vandaag nog 77% van de basisproducten en voedingsstoffen van kleine of middelgrote landbouwbedrijven. Zo'n 87% van alle landbouwareaal wordt nog bewerkt door kleine boeren in familieverband. Het behoeft geen tekeningetje dat zij niet onmiddellijk de overstap kunnen maken naar kapitaalintensive en hoogtechnologische verticale kweekkassen met hydrocultuur.

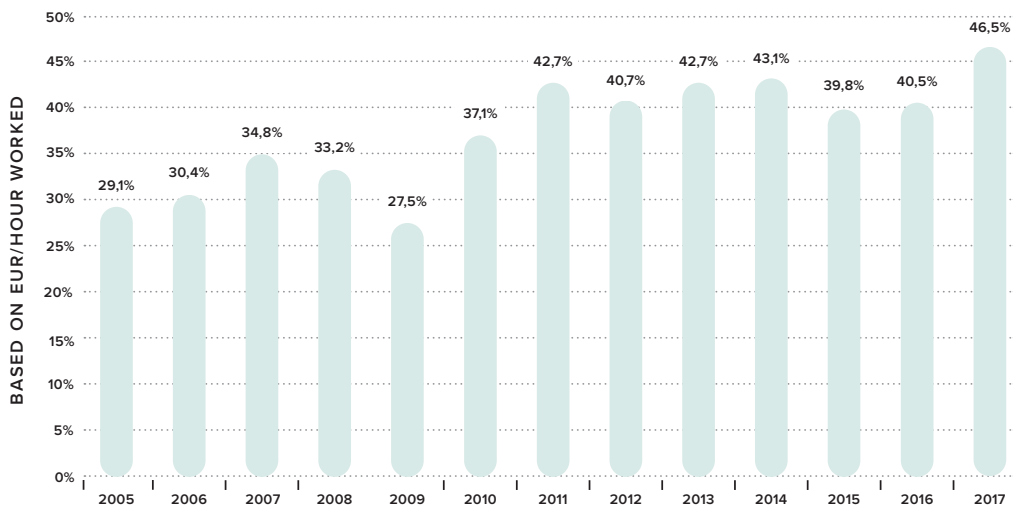
Als we in 2050 meer dan 9 miljard monden willen voeden, zal nog steeds een groot deel van die kleine boeren moeten komen. Net daarom is een gecombineerde aanpak nodig. Experimenten in Japan hebben gelukkig aangetoond dat het mogelijk is om op slechts 3000 m² net zo'n diverse waaier aan gewassen te kweken als waar normaal, in de traditionele landbouw, een hele regio voor nodig is. Die 3000 m² zou ook genoeg zijn om het natuurlijke evenwicht in de regio in stand te houden.

Van 30 naar 30.000 eetbare gewassen

De afgelopen decennia heeft de landbouwindustrie al een enorme transformatie ondergaan. Dankzij moderne technologie zijn de landbouwopbrengsten exponentieel toegenomen. Betere onkruidbestrijding, gewasbeheer en het kweken van va-

rianten met steeds hogere opbrengsten zorgen voor recordoogsten en producten die aan strenge kwaliteitsverwachtingen voldoen. Nieuwe technologieën, zoals artificiële intelligentie, drones en datagestuurde ICT-systemen, zorgen bovendien voor hightechboerderijen, en dankzij *smart farming* kan aan precisielandbouw worden gedaan. Artificiële intelligentie kan een boerderij eigenlijk al op zijn eentje runnen.

Om als landbouwer nog te kunnen meespelen, voelt schaalvergroting voor boeren als noodzakelijk aan. Zeker gezien de kleine marges die ze, beconcurrereerd door de hele wereld, vandaag hebben. Megaboerderijen maakten hun opgang in de VS, maar zijn inmiddels een wereldwijd fenomeen. Minstens 72% van alle gevogelte en 55% van het varkensvlees is afkomstig van dergelijke kweekfabrieken (Harvey e.a., 2017). Hun enorme schaalvoordeel drukt niet alleen de productiekosten, het drukt ook de kleinere spelers eruit.



FIGUUR

Entrepreneurial income per family work unit compared to average wages in the economy, EU-28

Bron: EU DG Agriculture and Rural Development, *Agricultural and Farm Income*, p.15 (2018).

THE FUTURE OF FOOD

Het gezinsinkomen van boeren bedroeg in 2017 nog niet de helft van een gemiddeld loon (zie grafiek op pagina 17). Tijdens de economische crisis van 2009 haalden ze amper een kwart van wat ze mogelijk buiten de landbouw zouden verdienen, wat de volatiliteit en crisisgevoeligheid van de branche aantoont. Zelfs de lonen voor loonwerkers in de landbouw bedragen minder dan de helft van wat andere werknemers gemiddeld ontvangen. Die lage inkomens verklaren waarom in Europa steeds minder landbouwbedrijven overblijven, en ook waarom vernieuwingsmaatregelen ten gunste van het milieu en de gezondheid op weerstand stoten bij de sector.

Toch moeten de landbouwers vooruit als ze alle monden willen voeden. Ongeveer 85% van de noodzakelijke groei van de wereldproductie moet in de komende tien jaar komen van opbrengstverbeteringen, als gevolg van een intensiever gebruik van productiemiddelen, investeringen in productietechnologie en betere teeltpraktijken (OECD & FAO, 2020). Intensiever gebruik van het land door meermaals per jaar te oogsten kan goed zijn voor nog eens 10%, terwijl de uitbreiding van het akkerland naar verwachting slechts 5% voor haar rekening zal nemen en een veel kleinere rol zal spelen dan in het afgelopen decennium.

Het wordt een vicieuze cirkel: om de nodige investeringen te kunnen doen, is schaalvergroting nodig, terwijl dat weer extra druk op het klimaat en het ecosysteem legt. In een poging om de luchtkwaliteit te verbeteren, voerde Nederland bijvoorbeeld een vergunningenstop voor bedrijven door als hun expansie leidt tot meer stikstofuitstoot. Aangezien boerderijen verantwoordelijk zijn voor zo'n 75% van de stikstofneerslag worden zij in de gaten gehouden, tot hun grote ongenoegen. Raakt de landbouw ooit uit de neerwaartse spiraal? Kan het beroep van boer nog attractief en winstgevend worden?

Hogere productiviteit heeft bovendien nog een keerzijde. In 2019 dreigde een schimmelziekte tienduizenden hectaren aan bananenplantages te vernietigen, met potentieel zware gevolgen voor de bevoorrading en prijzen. Omdat voor de westerse markt slechts één bananensoort wordt geteeld, de zoete Cavendish-variant, zijn alle bananen even vatbaar voor deze schimmel en worden de gevolgen snel catastrofaal.

Enkel inzetten op de efficiëntie en de schaal van onze huidige landbouw zal volgens wetenschappers dan ook niet de gewenste duurzame oplossingen opleveren, noch om de groeiende wereldbevolking te voeden, noch om de klimaatverandering tegen te gaan. Nochtans is het dit soort monocultuur die ons hele voedingssysteem typeert: wereldwijd halen we 90% van alle voedselcalorieën uit amper dertig verschillende gewassen, terwijl er historisch gezien meer dan dertigduizend eetbare plantensoorten zijn. Maar dat is ook goed nieuws: het betekent dat er nog heel wat onbenutte voedselbronnen zijn.

Toekomstbestendige distributie

Falende mondiale toevoerketen

Dat de huidige voedselketen erg lang is, maakte de coronapandemie opvallend duidelijk. Hamsterende consumenten kwamen voor lege rekken te staan omdat de mondiale toevoerketen niet snel genoeg kon reageren op de plotse pieken in de vraag – zeker niet als ze zelf al werd geconfronteerd met falende logistiek, geblokeerde grenzen en fabrieken die platliggen door virusuitbraken.

Nederlandse supermarktketen Albert Heijn bewijst dat zo'n pandemie de verhoudingen in de voedselketen op scherp zet: de retailer kan leveranciersboetes opleggen als ze hun leveringen niet nakomen – zelfs in het geval van 'epidemieën en pandemieën'. Het is tenslotte 'het nieuwe normaal', dus met overmacht hoeven producenten niet meer te komen aandraven. De keten heeft zijn lesje geleerd en wil garanderen dat 'klanten altijd al hun boodschappen kunnen vinden' (RetailDetail, 2021).

Omwille van stijgende productiekosten in ontwikkelingslanden, handelsgeschillen en duurzaamheidsinitiatieven verhuisde een toenemend aantal bedrijven de productie al pre-COVID richting thuisland, maar de pandemie heeft de overstap naar lokale leveranciers versneld. Een korte, flexibele en resistente keten lijkt zich op te dringen in het nieuwe normaal.

De shift naar thuseconomie

Ook de consumenten krijgen meer belangstelling voor lokale voedselsystemen: zij associëren 'lokaal' met vertrouwd, ecologisch, vers en kwalitatief. Maar zullen de prijzen dan wel identiek kunnen blijven? Want de financieel onzekere consument, wat volgens voorspellingen eveneens een langdurig corona-effect zal zijn, blijft ondertussen wel prijsbewust en waardegedreven (PMA, 2020).

Financiële zorgen zullen consumenten voorzichtig houden in hun aankoopbeslissingen, terwijl de thuseconomie voor een gewijzigd bestedingspatroon zorgt. Thuis eten is door de pandemie wereldwijd de norm geworden, een gewoonte die consumenten graag willen aanhouden. Uit resultaten van een onderzoek van de Royal Bank of Canada blijkt dat Amerikanen en Canadezen de voorkeur geven aan thuis gekookte maaltijden, respectievelijk 66% en 53%, en de meesten zouden liefst hetzelfde of minder uitgeven aan buitenshuis bereid voedsel. Als de consumenten hun voornemens houden, betekent het een blijvende krimp voor het *out-of-home*-distributiekanaal en een verschuivend marktaandeel naar het retailkanaal.

Al is er binnen de thuseconomie toch een aanzienlijke toename van aan huis bezorgde maaltijden. Maaltijdleveringen – denk aan Takeaway.com en Deliveroo – waren in 2018 wereldwijd goed voor 23,5 miljard dollar, maar zullen naar verwachting 99,7 miljard bereiken tegen 2027, goed voor een jaarlijkse groei van 17,4%. Vooral Azië-Pacific zal hierin de leiding nemen, als gevolg van de veranderende voedingsgewoonten van de jeugd en de groei van e-commerce in ontwikkelende landen (Statistics, 2020).

De blijvende thuseconomie zorgt er ook voor dat onlineboodschappen een vaste waarde worden. De mondiale markt voor onlineboodschappen werd in 2019 op 189,81 miljard dollar geschat, maar zou tegen 2027 1,1 biljoen dollar kunnen bedragen. De categorie van verse producten alleen al zou jaarlijks met meer dan 22% groeien (Grand View Research, 2020).