nieuws

"Groente- en fruitsector creëert te veel ontgoocheling"

nieuws

In een dubbelinterview met groentechef Seppe Nobels laat Greenyard-topman Hein Deprez zijn licht schijnen over de voeding van de toekomst. “We zullen twee derde minder vlees consumeren, maar dat vlees zal van betere kwaliteit zijn en de boeren krijgen een correcte prijs”, aldus Deprez, die ook een flinke sneer uitdeelt aan de voedingsmultinationals die ons “brainwashen” met “gestandaardiseerde producten die veel suikers, zout en vet bevatten”. En wat met de ontgoochelde groente- en fruitconsument?

3 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:45

Lees meer over:
voedingsindustrie
consument



In een dubbelinterview met groentechef Seppe Nobels laat Greenyard-topman Hein Deprez zijn licht schijnen over de voeding van de toekomst. “We zullen twee derde minder vlees consumeren, maar dat vlees zal van betere kwaliteit zijn en de boeren krijgen een correcte prijs”, aldus Deprez, die ook een flinke sneer uitdeelt aan de voedingsmultinationals die ons “brainwashen” met “gestandaardiseerde producten die veel suikers, zout en vet bevatten”. En wat met de ontgoochelde groente- en fruitconsument?

Als topman van Greenyard, één van de grootste groente- en fruitbedrijven van Europa, pleit Hein Deprez voor een sterke daling van onze vleesconsumptie. “Vlees heeft zijn plek op ons bord”, vindt hij. “We moeten de consument ervan overtuigen niet minder te spenderen aan vlees, maar veel beter vlees te consumeren. Dat zal er misschien op neerkomen dat ze twee derde minder vlees eten dan vandaag. Maar dat vlees zal wel van betere kwaliteit zijn, en de boeren krijgen een correcte prijs.”

“Voor mij zijn groenten en fruit de vleesvervangers”, zo vult topchef Seppe Nobels van het Antwerpse Graanmarkt 13 aan. “Ik geloof niet in seitan, tofoe en soja. Ik denk dat we de mosterd zeker niet in Azië, Afrika of Zuid-Amerika moeten halen door vegetarische maaltijden te creëren met tofoe. We moeten onze mensen verwennen met lokale groenten. Er zijn zoveel prachtige alternatieven voor vlees. Als je mensen geblinddoekt gerechten laat proeven met champignons en aubergines en hen vraagt wat ze denken te eten, hoor je vanalles: zwezerik, kip, fazant. Alles staat en valt met de manier waarop je groenten klaarmaakt.”

Deprez heeft het niet begrepen op de manier waarop de voedingsmultinationals de consument aan zich proberen te binden. “We worden gebrainwasht door de voedingsmultinationals”, zo klinkt het. “Die hebben succes doordat hun producten altijd hetzelfde smaken. Ze hebben hun voeding gestandaardiseerd. Hoe? Door te werken met veel suikers, zout en vet, die bovendien verslavend zijn. Daarnaast zijn er veel valse gezondheidsclaims. Het zou moeten worden verboden om fruit af te beelden op yoghurt als er niet minstens 50 procent vruchten in zit.”

De topondernemer steekt de hand ook in eigen boezem: “We creëren nog te veel ontgoochelingen. We communiceren niet goed genoeg. Daardoor ontgoochelen we klanten, waardoor die fruit links laten liggen. Neem nu aardbeien. De klant koopt bijvoorbeeld op vrijdag twee schaaltjes voor de prijs van één. Maar ’s zondags zitten er plots twee platte aardbeien in. Dat het bij de oogst de beste aardbei was, interesseert hem niet. En terecht. Het enige wat hij onthoudt, is zijn ontgoocheling. En hij zal wekenlang geen aardbeien meer kopen.”
“Waarom stonden die aardbeien in promotie?”, zo gaat Deprez verder. “Omdat we plots een grote aanvoer hadden en die kwijt moesten geraken. Maar we moeten daarover beter met de klanten communiceren. We beschikken over veel data over het weer. Als het warm is, zijn aardbeien sneller rijp en komen er dus soms grote volumes op de markt. We zouden de consument online moeten laten weten wanneer hij het best aardbeien bestelt. Supermarkten testen dat nu al, ik verwacht dat het binnen 5 jaar realiteit is.”
Intussen laat Greenyard weten dat het voorbije boekjaar minder winst is geboekt dan vorig jaar. "De huidige jaarprestaties komen niet tegemoet aan onze verwachtingen, mede door externe factoren", stelt Deprez. Hij is ervan overtuigd dat Greenyard intussen "de juiste strategie volgt en de juiste prioriteiten heeft vooropgesteld om winstgevende groei te blijven genereren". Dat zou dit jaar al moeten resulteren in een rebitda-stijging van 10 procent. Op 5 juni komt Greenyard met volledige jaarcijfers. Enkele maanden geleden sprongen de plannen af om de Amerikaanse sectorgenoot Dole Food Company over te nemen.

Bron: De Tijd

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada