

Interesse verse voeding aan huis stijgt, maar aanbod blijft achter

Steeds meer mensen kopen verse voeding online. Toch durven veel traditionele verkopers van verse voeding, waaronder ook de korteketenbedrijven, de stap naar e-commerce niet te wagen. "Onder meer een gebrek aan kennis is hier de oorzaak van", laat het Vlaamse Instituut Logistiek (VIL) en Flanders' FOOD weten.

🕒 16 FEBRUARI 2023 – LAATSTE UPDATE 17 FEBRUARI 2023 8:21

Lees meer over:
korte keten



Sinds de coronapandemie is de evolutie van contactloze betalingen en online aankopen in een stroomversnelling terecht gekomen. Deze evolutie geldt ook voor voeding: 28 procent van de online consumenten koopt reeds verse voeding online. Dat blijkt uit een bevraging tijdens het tweejarig project 'Cool & Fresh Delivery', uitgevoerd door VIL en Flanders' FOOD in samenwerking met achttien bedrijven waaronder Milcobel. De organisaties brachten in kaart hoe verkopers van verse voeding en hun logistieke partners, de online verkoop en uitlevering ervan het best aanpakken. Want ook al spelen supermarkten en producenten reeds in op de groeiende vraag naar boodschappen en maaltijdboxen aan huis, vele verkopers van verse voeding durven nog niet mee te gaan in het e-commerceverhaal.

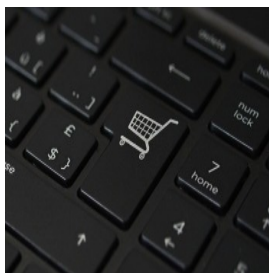
De belangrijkste reden van consumenten om online voeding te kopen blijkt tijdsbesparing te zijn. En ook de mogelijkheid om op elk moment van de dag boodschappen te kunnen doen en vervolgens geen zware zakken te moeten dragen, zet hen aan om online voeding te kopen. Daarnaast hechten ze volgens het marktonderzoek zeer veel belang aan de kwaliteit van de producten. "Dat de producten op een betrouwbare, voedselveilige manier tot aan hun voordeur moet geraken is dus een absolute must", klinkt het bij de projectpartners.

Ook kansen voor de korte keten

Deze evolutie biedt nieuwe mogelijkheden voor aanbieders van verse voeding en ook voor logistieke dienstverleners, stellen de samenwerkende partners. "Al blijkt een gebrek aan kennis vaak de reden dat bedrijven er nog niet mee gestart zijn. De verkoop aan huis betekent kleinere hoeveelheden vervoeren naar veel verschillende adressen. Ook bij veel logistieke dienstverleners, die wel vertrouwd zijn met thuisleveringen, is het vervoer van verse producten nog niet ingeburgerd."

In het project 'Cool & Fresh Delivery' zijn duidelijke aanbevelingen geformuleerd voor wie met e-commerce van verse voeding aan de slag wil gaan. Zo gaat de voorkeur uit naar een actief gekoelde levering, onder andere door het gebruik van koelwagens. Consumenten moeten ook thuis zijn om de verse producten te kunnen ontvangen, daarom is een transparant leverproces met een bevestiging van een gekozen tijdsslot en een bijgehouden track-and-trace-systeem zeer belangrijk. Als mensen toch niet thuis zijn, moeten er andere procedures gevolgd kunnen worden dan de reeds gekende thuisleveringen.

"De aanbevelingen zijn ook bedoeld voor korteketenbedrijven", benadrukt projectleider Geert Verbelen van VIL. "Het marktonderzoek naar de wensen van consumenten bij het online bestellen van verse producten,



nieuws

Onlineverkoop voedingsproducten valt in de smaak

14 SEPTEMBER 2021

biedt interessante handvaten." Volgens Verbelen biedt online verkoop zeker mogelijkheden voor onder meer boerderijwinkels. Zo haalt hij boer Olivier uit Diksmuide aan als voorbeeld die producten van zichzelf en van collega boeren en producenten verkoopt via zijn webshop 'Local Foodbox'.

"Bezint eer ge begint"

"Er moet over een aantal zaken eerst goed nagedacht worden", benadrukt de VIL-expert. "Zo moet het aanbod afgestemd worden op je online doelgroep. En ook over transport moet nagedacht worden. Alhoewel de korteketenspelers het transport en de logistiek zelf kunnen uitvoeren, kunnen ze dat ook overlaten aan logistieke spelers. Maar ook dan moet het concept duidelijk gekaderd zijn: wil je bijvoorbeeld een keer per week laten leveren of een keer per maand? Boer Olivier verzorgde het transport aanvankelijk zelf, maar heeft het nu uitbesteed aan een logistieke dienstverlener."

Als laatste geeft de VIL-expert nog een belangrijke aanbeveling mee: "De aandacht voor voedselveiligheid en hygiëne moet ingebakken zitten in de hele bedrijfscultuur. Doorheen het hele proces moet de koude keten behouden blijven en daar moet ook voldoende controle op gebeuren. In de toolkit die voor het project werd opgesteld, zijn ook wettelijke kaders meegenomen zoals de temperatuur waaronder verse producten bewaard en vervoerd moeten worden."

Bron: Eigen berichtgeving

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra