

GEZOCHT

VOEDSEL
VOOR DE
TOEKOMST



P4 Project



P6 Samenwerking



P8 Gezocht: Voedsel voor de Toekomst in een oogopslag



P10 Producten * Criteria * Quinoa * Peulvruchten * Zeewier



P18 Jongeren



P20 Zeven leerpunten



P24 Outro

Gezocht: voedsel voor de toekomst

De vraagstukken van onze complexe samenleving aanpakken doe je niet op je eentje. Bedrijven, kennisinstellingen, overheden en ngo's zullen daarvoor meer met elkaar moeten samenwerken. Dat besef groeit, maar de samenwerking is niet evident. Verschillende sectoren hebben immers elk hun eigen logica en manier van werken. Veel voorbeeldprojecten zijn er dan ook nog niet, zeker niet op grotere schaal.

Deze brochure geeft het leerproces weer van het unieke, driejarig project "Gezocht: voedsel voor de toekomst" (2015-2018). De provincie Vlaams-Brabant, Rikolto, Colruyt Group, KU Leuven en UCLL verkenden samen de toekomst van onze voedselvoorziening vanuit een Noord-Zuidperspectief. De ambitie? Samen met jongeren in het Noorden en het Zuiden op zoek te gaan naar het voedsel voor de toekomst, en minstens één nieuw product in de Vlaamse rekken te krijgen dat daar een goede ambassadeur van is.

Waarom stapten de partners in dit project? Wat waren de leerpunten tijdens de samenwerking? Tot welke inzichten zijn de deelnemers gekomen? Deze brochure geeft antwoorden op deze vragen vanuit het perspectief van de partners en van de onderzoekers die aan het project hebben deelgenomen. De brochure is bedoeld als inspiratiebron voor bedrijven, overheden, kennisinstellingen, ngo's en andere organisaties, om samen de complexe uitdagingen van onze samenleving het hoofd te bieden.

Project

ORGANISATIE	WAAROM DIT PROJECT VOOR JOUW ORGANISATIE?	ROL IN HET PROJECT?	WAT NEEM JE MEE UIT HET PROJECT?
	De provincie Vlaams-Brabant beschikt over een dicht netwerk van belangrijke (internationale) spelers rond het thema voeding. Door deze spelers samen te brengen en zo de traditionele denkkaders te overstijgen, wil ze meewerken aan een oplossing om de groeiende wereldbevolking op een duurzame wijze te voeden.	› Initiatiefnemer › Financierde het projectmanagement. › Breed netwerk van regionale stakeholders.	Buiten onze eigen comfortzone hebben we het heft in handen genomen, een partnerschap opgezet en het project in gang getrokken. Daar zijn we heel blij mee.
	Rikolto werkte de voorbije jaren met Colruyt Group samen rond de ontwikkeling van verschillende ketenprojecten: rijst, bananen, koffie, cacao, passievruchten en zo meer. Ook dit project past in deze samenwerking, maar deze keer lag de focus op producten die ons ‘voedsel voor de toekomst’ symboliseren. Bovendien was het project een uitgelezen kans om te experimenteren met nieuwe vormen van samenwerking tussen de verschillende partners.	› Projectcoördinator › Expertise duurzame landbouw en voedselketens. › Kantoren, connecties en expertise rond voeding en landbouw in alle continenten.	We kregen de ruimte om binnen dit programma te experimenteren en flexibel te zijn. Dat is uniek maar ook noodzakelijk.
	Dit project was een unieke kans om de ontwikkeling van een voedselketen van bij het begin te documenteren, de manier van samenwerken te onderzoeken en ook zelf actief mee te werken om een verschil te maken.	› Expertise Europees voedselsysteem, landbouw- en voedingsbeleid, en de transitie naar een duurzamer voedselsysteem. › Documenteren van het co-creatieproces. › Ontwikkeling van denkworkshops over de toekomst.	Binnen dit project kregen we ruimte voor actieonderzoek. Dit project is voor ons een showcase van een innovatieve samenwerking waarin we als onderzoekers actief mee in de samenleving staan.
	Als retailer koopt Colruyt Group producten aan uit heel de wereld, ook uit regio's in economische ontwikkeling. Door duurzame productieketens op te zetten, verduurzaamt Colruyt Group haar portfolio. De creatieve samenwerking met verschillende partners is hierbij heel belangrijk. Daarnaast investeert Colruyt Group via Colibri Foundation in kleinschalige vormings- en scholingsprogramma's voor jongeren in deze regio's zodat zij een duurzame toekomst kunnen uitbouwen.	› Haalbaarheidsonderzoek en opzetten van duurzame productketens. › Samen met jongeren actief werken rond nieuwe duurzame producten. › De inzichten van het project implementeren in de praktijk en de productketen.	Dit project was een mooie kans om met partners met verschillende perspectieven rond de tafel te zitten en op een innovatieve manier te werk te gaan, om activiteiten te ondernemen die we anders niet zouden doen. Bovendien hebben we het jongerenproject van Colibri Foundation in Peru kunnen versterken.
	Als hogeschool streven we ernaar onze studenten in de praktijk te laten bijdragen aan maatschappelijke uitdagingen. Dit project doet dat met een boodschap rond duurzame en gezonde voeding. Dat sluit dus perfect aan bij onze expertise en ambitie.	› Ontwikkelen en uitwerken van ideeën rond het vermarkten van duurzame en gezonde voeding naar jongeren toe. Op basis van inzichten uit voedings- en dieetkunde enerzijds en marketing anderzijds. › Experimenteren met vernieuwende onderwijsvormen waar studenten multidisciplinair aan de slag gaan rond dit duurzaamheidsvraagstuk	We hebben de expertise en het enthousiasme van lectoren en studenten uit verschillende opleidingen kunnen samenbrengen om te komen tot concrete resultaten. De nauwe samenwerking met de andere partners vergrootte niet alleen de maatschappelijke impact, maar ook leermogelijkheden voor de studenten.

Samenwerking

Het initiatief kwam van de Noord-Zuid cel van de provincie Vlaams-Brabant in september 2015. Het project stelde als ambitie om minstens één nieuw product in de rekken van een supermarktketen te leggen als symbool voor het voedsel voor de toekomst: voedzaam en duurzaam geproduceerd, voor producenten en consumenten in het Noorden en het Zuiden, met een productketen waarbij alle actoren constructief samenwerken. Het was meteen ook de bedoeling om jongeren in het Noorden en het Zuiden hierbij actief te betrekken.

Tijdens het eerste jaar werden de criteria vastgelegd waaraan producten en ketens moesten voldoen. Er zou gewerkt worden met drie productgroepen, allemaal eiwitrijke vleesvervangers: quinoa uit Peru, peulvruchten uit Afrika en zeewier uit Indonesië. Tegelijkertijd ontwikkelde KU Leuven een lessenspakket voor leerlingen van het basis- en secundair onderwijs, op basis van een module over toekomstdenken die ze eerder had ontwikkeld in het kader van het EU-project Transmango. Partner Colruyt Group startte intussen met de opzet van een nieuwe keten rond quinoa uit Peru.



Dat eerste jaar eindigde met een belangrijke beslissing: het woord 'Gezocht' werd toegevoegd aan de projecttitel 'Voedsel voor de Toekomst'. Het woord benadrukt dat de zoektocht nog bezig is, dat er nog veel oplossingen moeten worden gevonden, en dat daarom de dialoog met alle betrokkenen essentieel is.

Tijdens het tweede werkjaar kwamen de jongeren steeds meer in beeld. Zo gingen jongeren uit de jeugdbeweging aan de slag om nieuwe producten te ontwikkelen. Hogeschool UCLL kwam erbij als vijfde partner en mobiliseerde studenten vanuit verschillende opleidingen (marketing, voedings- en dieetkunde, eventmanagement). Dat resulteerde onder meer in een rondreizend Food Lab en nieuwe recepten op basis van zeewier.

De tricolore quinoa uit Ayacucho in Peru lag in het derde en laatste werkjaar in de rekken van de winkels van Colruyt Group. En met jonge ondernemers in het Noorden en het Zuiden werd volop gebrainstormd over hoe zij het voedsel voor de toekomst kunnen vormgeven .

GEZOCHT: VOEDSEL VOOR DE TOEKOMST IN EEN OOGOPSLAG



01.09.2015
Eerste stuurgroep



12.09.2016
Voedsel voor de
Toekomst wordt
Gezocht: Voedsel
voor de Toekomst



24.10.2016
Eerste test
module
toekomstdenken

22.11.2016
Publieke
Lancering project



29.04.2017
Co-creatie producten
met jongeren in
Colruyt Group Academy



01.06.2017
Lancering
Mobiel Food Lab



29.06.2017
UCLL wordt
officiële partner

13.11.2017
Traject
Toekomstdenken@School
gaat van start



15.11.2017
Vertrek Tanzania voor
ondernemersworkshops



06.12.2017
Gezocht: Voedsel
voor de Toekomst
wint de Sustainable
Partnership Award



12.12.2017
Studenten van
UCLL stellen
zeewierpesto voor

21.03.2018
Vertrek Peru voor
ondernemersworkshops

07.04.2018
Vertrek studiereis
Quinoa Peru



02.05.2018
Vertrek Indonesië
voor ondernemers-
workshops

16.05.2018
Experten
workshop quinoa



04.06.2018
Lancering Quinoa

15-18.08.2018
UCLL stand op Pukkelpop



20.09.2018
Eindconferentie

Producten

* CRITERIA

Gezocht: Voedsel voor de Toekomst verkent de rol die het Zuiden kan spelen in de globale voedselvoorziening. Wie de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties erbij neemt, weet dat de uitdagingen waar onze wereld voor staat groot zijn. Daarom waren er duidelijke criteria nodig om de juiste producten te kunnen selecteren.





2013 werd door de
Voedsel- en Landbouworganisatie
van de Verenigde Naties uitgeroepen
tot het 'Jaar van quinoa'.

* QUINOA

Quinoa is een gewas dat groeit bij temperaturen tussen -4 en 35 C°. Het overleeft op hoogtes tot 4000 meter en heeft weinig water nodig. Omdat het bestand is tegen verschillende klimaatcondities, is de plant aangepast aan klimaatverandering.

De productiekost is laag. Dat maakt het geschikt voor de biologische familiale landbouw (de meeste boeren in de Andes). De groeiende vraag heeft geleid tot hoger inkomen van deze kleinschalige arme boeren en levert zo een bijdrage aan de lokale voedselzekerheid.

Quinoa heeft een grote voedingswaarde: hoog eiwitgehalte, aminozuren, vezels en mineralen. Dankzij dat hoge eiwitgehalte kan quinoa een belangrijke plaats innemen in een vleesarm dieet, dat is in het Noorden en het Zuiden een belangrijke troef.

2013 werd door de Voedsel- en landbouworganisatie van de Verenigde Naties uitgeroepen tot het 'Jaar van quinoa'.

* PEULVRUCHTEN

Veel peulvruchten zijn droogte-resistent, dat maakt dit gewas geschikt voor droge gebieden waar armere bevolkingsgroepen te kampen hebben met voedselonze-kerheid. Door de lage productiekosten is de winstmarge hoog en blijven de vruchten betaalbaar, waardoor ze een belangrijk basisvoedsel vormen voor armere consu-menten in ontwikkelingslanden. Boven-dien behouden gedroogde peulvruchten hun voedingswaarde, zodat ze een lange houdbaarheidsdatum hebben. Dit laat een enorme flexibiliteit toe tussen oogst en consumptie en kan hierdoor ook bijdragen aan voedselzekerheid in arme gebieden.

De teelt is bovendien milieu- en klimaat-vriendelijk. Peulvruchten behoren tot de vlinderbloemigen: de bacteriën in de wortels leggen stikstof uit de lucht vast in de bodem zodat andere planten die kunnen opnemen. Dit maakt de teelt geschikt voor systemen van wisselteelt, omdat ze de bodem voeden waardoor er minder bemesting nodig is.

Peulvruchten hebben een grote voedings-waarde. Ze zijn rijk aan eiwitten, vezels, vi-taminen, mineralen en aminozuren, maar arm aan verzadigde en transvetten. Het hoge eiwitgehalte maakt van peulvruch-ten een goede en betaalbare vleesvervanger. Recent onderzoek heeft aangetoond dat de dagelijkse consumptie van peul-vruchten typische Westerse welvaartziek-ten kan voorkomen zoals diabetes, hart-en vaatziekten, en darmkanker.



2016 werd door de
Voedsel- en Landbouworganisatie
van de Verenigde Naties uitgeroepen
tot het 'Jaar van de peulvrucht'.



* ZEEWIER

Zeewier is enorm veelzijdig. Het kan niet alleen dienen als voedsel, maar ook als meststof, brandstof, grondstof voor kunststoffen, cosmetica, textiel, en meer. Het kan ook ingezet worden als vervang-product voor zout en gelatine. Als voedsel is zeewier rijk in eiwitten, vitaminen, mineralen, sporenelementen, ballaststoffen en ijzer. Dat ijzergehalte is soms wel 25 keer hoger dan in vlees.

De productketen van zeewier is vandaag nog niet heel transparant, met nog veel onbeantwoorde vragen. Wat zijn de voordelen van globaal en lokaal geteeld zeewier? Wat zijn de milieueffecten en de voedingswaarde? Welke toepassingen zijn er nog mogelijk in voeding en voor eiwitextractie? Vragen die nog een antwoord moeten krijgen.

Jongeren: consumenten van de toekomst

De betrokkenheid van de consument – wij allemaal dus – stond centraal in het project Gezocht: Voedsel voor de Toekomst. Jongeren vormden als consumenten van de toekomst de belangrijkste doelgroep. Ze werden niet alleen gesensibiliseerd, ze waren ook een belangrijke bron van informatie en inspiratie. Hun smaakvoorkeuren, perceptie, koopgedrag en zo meer stuurden het project mee in de juiste richting.



De focus lag op twee groepen van jongeren:

* SCHOOLGAANDE JONGEREN (10–18 JAAR):

› Toekomstdenken

De nieuwe, originele module ‘Toekomstdenken’ geeft leerkrachten handvaten om in de klas te werken rond de vraag ‘wat eten we in de toekomst?’. Een geknipte aanvulling op de al bestaande lessenspakketten rond duurzame voeding. De module werd uitgetest in enkele scholen en door de vzw GoodPlanet Belgium op punt gezet. Binnen het project GoodFood@school werd de module vervolgens verder in scholen uitgerold.

› Productinnovatie

Colruyt Group organiseerde in april 2017 een workshop rond productinnovatie voor jongeren: welke producten zien zij graag in de rekken in 2018? In welke vorm moeten peulvruchten, zeewier, quinoa in de winkels liggen? Uit de voorstellen van de jongeren koos een jury twee producten om verder te ontwikkelen.

* JONGE ONDERNEMERS (18+)

› Mobiel Food lab

Hoe vertaal je het verhaal van de zoektocht naar het voedsel voor de toekomst naar het grote publiek op een aantrekkelijke, laagdrempelige manier? Op basis van welke inzichten stuur je de productontwikkeling? Hoe breng je duurzame producten op het bord van de consument? Vragen waarover de studenten van de hogeschool UC Leuven-Limburg zich bogen. Ze werkten een mobiel Food Lab uit, een foodtrailer die op pleinen, festivals en events honderden voorbijgangers heeft laten proeven van en discussiëren over het voedsel voor de toekomst.

› Samenwerking Noord-Zuid

Niet alleen in België, ook in Tanzania, Peru en Indonesië werden jongeren (18+) betrokken. In verschillende co-creatielijnen gingen ze aan de slag om hun droomscenario's uit te werken en door samenwerking met verschillende actoren uit de gemeenschap tot een concreet product of actie te komen.

› Productinnovatie

Studenten voedings- en dieetkunde ontwikkelden samen met een Vlaams-Brabantse kmo een nieuw product op basis van zeewier: zeewiertapenade. Het eindresultaat werd in het mobiele Food Lab voorgesteld aan het grote publiek op publieke evenementen en festivals.

› Social media

Via Facebook kon de consument van de toekomst het project op de voet volgen. De betrokken partners deelden er informatie over wat er zich in de trajecten en over verschillende continenten afspeelde.

Zeven leerpunten

Gezocht: Voedsel voor de Toekomst leverde zeven leerpunten op die als inspiratie of richtlijn kunnen dienen voor andere projecten.

1

DIVERSITEIT

Hou rekening met de autonomie, het ritme en de waarden van de verschillende partners. Zo-
wel bij het bepalen van het gezamenlijk doel, de
grenzen van het partnerschap, de resultaten en
de activiteiten die je organiseert.

De partners van een samenwerkingsverband zijn ge-
lijkwaardig aan elkaar, maar kunnen wel sterk van
elkaar verschillen. Ze werken elk vanuit hun eigen
sterkte aan een gemeenschappelijke droom. Maar
elke partner heeft zijn eigen ritme, visie en waarden.
Daarin moeten ze elkaar vinden en respecteren. Dat
begint al bij het bepalen van het gezamenlijke doel.

Soms treedt een partner in een flexibel partnerschap
buiten zijn traditionele rol. Hou dan rekening met het
mandaat dat elke partner vanuit de thuisbasis heeft
gekregen, zodat hij zich in zijn eigen organisatie kan
blijven verantwoorden.

2

RELATIES

In een samenwerking bouw je eerst relaties
tussen mensen op, die uit kan groeien tot een
relatie tussen de organisaties die ze vertegen-
woordigen. Voor een wederzijds begrip en ver-
trouwen is er constante en transparante com-
municatie nodig.

In een samenwerking met verschillende partners zijn
het in de eerste plaats personen die met elkaar rond
de tafel zitten. Mensen die persoonlijke banden sme-
den en die vanuit hun 'thuisorganisatie' het mandaat
hebben gekregen om beslissingen te nemen. Dit kan
dan na verloop van tijd overgaan in een relatie tussen
de verschillende organisaties. Vertrouwen en weder-
zijds respect, met regelmatige face-to-face contacten
zijn dan cruciaal. Pas dan creëer je een omgeving
waarbinnen transparant wordt gecommuniceerd en
duidelijke afspraken kunnen worden gemaakt.

Een consensus is niet altijd mogelijk, het is belang-
rijk dat te beseffen. Soms zijn de verschillen tussen de
partners daarvoor te groot. Accepteer dat, maar blijf
praten en elkaars legitimiteit erkennen. Met de geza-
menlijke toekomstdroom als katalysator.

3

FLEXIBILITEIT (MET GRENZEN)

Er is een constante spanning tussen een nodige
flexibiliteit en het stellen van grenzen om het
project concreet en haalbaar te maken.

Om aan een 'wicked problem' – zonder afgeba-
kende oplossingen – te werken, moet je een zekere
flexibiliteit toestaan om in te pikken op onverwachte
kansen. Een partnerschap kan dan dienen als veilige
leerschool om een nieuwe, minder lineaire manier van
werken uit te testen. De lessen die hieruit getrokken
worden, kunnen dan dienen als een inspiratie voor de
partnerorganisaties.

Maar veel flexibiliteit houdt ook het gevaar in dat het
project te ver wordt opengetrokken. Daarom is het
nodig om duidelijke grenzen te bepalen, zodat het
project ook concreet en haalbaar wordt.

4

DYNAMIEK

De rol, dynamiek en noden van de partners ver-
anderen bij elke fase van het project. Om hier-
mee om te gaan zijn er onderlinge afspraken,
een goede rolverdeling en constante feedback
nodig.

Aan het begin van een samenwerking is het relatief
gemakkelijk om tot een overeenstemming te komen.
Er is immers nog veel ruimte voor een zoekproces en
er wordt nog niet gedacht aan de eigen grenzen van
elke deelnemende organisatie.

Maar hoe concreter een project wordt, hoe duidelij-
ker de verschillen tussen de partners worden. Ieder
heeft een eigen ritme, waarden, grenzen, logica en
systeem. Om hiermee om te gaan, is het belangrijk
het samenwerkingsproces te monitoren, te evalueren
en waar nodig gaandeweg aan te passen.



ROLLEN

Partners zijn evenwaardig aan elkaar maar vervullen elk een eigen rol. Om het proces soepel te laten verlopen, moet de rol van elke partner op voorhand worden besproken. En indien nodig worden herbekeken tijdens de loop van het project.

Er zijn duidelijke afspraken nodig over wie wat doet en hoe elke partner in het beslissingsproces wordt betrokken. Maar omdat dit project zo flexibel is en de dynamiek verandert in elke fase, is het moeilijk om elke rol op voorhand definitief vast te leggen. Daarom moet er ruimte zijn om afspraken opnieuw te bespreken en regelmatig feedbackrondes in te lassen om na te gaan of de communicatieprocessen en rolverdelingen nog steeds up-to-date zijn.



LEGITIMITEIT

Een kleine groep maakt interactie gemakkelijker, maar sluit automatisch andere spelers buiten. Creëer legitimiteit rond wie er rond de tafel zit en hoe elke partner gekozen werd.

De partners van Gezocht: Voedsel voor de Toekomst werden uitgezocht en gekozen. Dat maakt interactie gemakkelijk maar het sluit wel andere potentiële partners uit.

Externe communicatie kan de zichtbaarheid, geloofwaardigheid en legitimiteit van het project verhogen, maar dit is niet voor elke partner even belangrijk. Bovendien verhoogt het ook de kwetsbaarheid van de partners. Vind daarom de juiste balans tussen de verschillende ritmes van de partners en het publiek maken van informatie.



ORGANISATIE

Een tijdelijke organisatie waarin de middelen en het dagelijkse bestuur van het partnerschap worden opgenomen, creëer je gelijkwaardigheid tussen de partners.

Geef een mandaat aan een initiatiefnemer om de dagelijkse processen te organiseren en op te volgen. Zo hou je de dynamiek in het project. Deze coördinerende persoon is best neutraal en functioneert als mediator.



Outro

Vijf partners vonden elkaar in hun zoektocht naar het voedsel voor de toekomst: Rikolto, Colruyt Group, KU Leuven, de provincie Vlaams-Brabant en later ook UCLL. Samen met actoren in het Noorden en het Zuiden sloegen ze de handen in elkaar om te reflecteren maar ook te handelen.

Niet volgens een gemakkelijk te hanteren stappenplan. Daarvoor was er te veel onzekerheid en onduidelijkheid over welke richting het project best uit zou gaan, wat er kon en wat niet. Het was belangrijk om samen kennis te delen en op te bouwen. Niet alleen omdat het effectiever is om resultaat te halen, maar ook om een breder publiek te bereiken. En om later die kennis te kunnen delen met andere bedrijven, kennisinstellingen, ngo's en overheden. Ook openheid en flexibiliteit waren essentieel om vooruit te kunnen gaan. Deze openheid botste echter vaak op de verschillen in cultuur en aanpak van de deelnemende organisaties.

Balans vinden

Geen star stappenplan dus maar ook geen volledige flexibiliteit. De juiste aanpak was het vinden van de goede balans tussen orde en chaos, tussen structuur en vrijheid, tussen uitvoering en creativiteit. Met een goed kompas dat de richting aangaf om in die complexiteit te kunnen navigeren. Dat kompas werd opgebouwd uit gedeelde waarden, vertrouwen en lerende organisaties. Met toch voldoende flexibiliteit om met de onzekerheden om te gaan.

Heeft deze brochure je interesse geprikkeld?

Download dan ook het volledige rapport over Gezocht: Voedsel voor de Toekomst via www.voedselvoordetoekomst.be.

COLOFON

Een uitgave van Gezocht: Voedsel voor de Toekomst. September, 2018

Teksten: Tjitske Anna Zwart, Erik Mathijs | Lay-out: Communicatiedienst Provincie Vlaams-Brabant

Foto's: **** | Druk: Drukkerij Steylaerts

MEER INFO

Gezocht: voedsel voor de Toekomst
info@voedselvoordetoekomst.be

- › Rikolto: caroline.huyghe@rikolto.be
- › Provincie Vlaams-Brabant: noord-zuid@vlaamsbrabant.be
- › Colruyt Group: mieke.vercaeren@colruytgroup.com
- › KU Leuven: erik.mathijs@kuleuven.be
- › UCLL: sebastiaan.boussauw@ucll.be

