Zeven ton plastic minder per jaar



The Bio Veggie Company verving de kunststof schaaltjes door kartonnen.

The Bio Veggie Company, het Belgische label voor biologische en vegetarische burgers, nuggets en kroketjes draaide de afgelopen maanden op volle toeren. Door de stijgende interesse in gezonde vegetarische alternatieven werd tijdens de coronacrisis 25 procent meer verkocht. Ook op vlak van productinnovatie stond het merk niet stil: alle producten werden in een recycleerbaar jasje gestoken.

Met een nieuwe verpakking wil The Bio Veggie Company haar steentje bijdragen tot een gezonder leefmilieu en een meer duurzame retail. Zij koos voor Halopack-schaaltjes, die de zwarte PP-schaaltjes vervangen. Het schaaltje van Halopack is van gerecycleerd karton en aan de binnenkant bekleed met een dunne, gasdichte kunststoffolie. Het bakje wordt ook afgesloten met diezelfde folie, zodat een MAP-verpakking ontstaat die door begassing is geschikt om verse producten, zoals vlees en kip, maar dus ook veggie-burgers geschikt is. Na gebruik zijn de folie en het karton makkelijk van elkaar te scheiden om ze gesorteerd af te kunnen voeren. “Omdat wij puur biologische producten verkopen is MAP de enige manier om de producten vier weken houdbaar te houden, in een gesloten verpakking”, verklaart Delphine van Goethem van Bio Veggie de toch aanwezige kunststofcomponent op aardoliebasis in de verpakking. “Maar de nieuwe schaaltjes worden gemaakt uit gerecycleerd en hernieuwbaar karton waardoor de impact van de verpakking op het milieu wordt geminimaliseerd.” Door de introductie van deze nieuwe verpakking bespaart Bio Veggie bijna zeven ton plastic per jaar.

Ruim een miljoen

In 2019 gingen 824.000 schaaltjes met twee burgers over de toonbank. Dit jaar hoopt The Bio Veggie Company meer dan een miljoen schaaltjes burgers te produceren in de nieuwe verpakking. Hierdoor bespaart het bedrijf op jaarbasis 6,7 ton plastic. “Ik ben er mij van bewust dat ik de wereld niet op mijn eentje kan veranderen. Maar als alle retailers en winkeliers in samenwerking met hun partners en leveranciers op zoek gaan naar innovatieve oplossingen en de consument milieubewuster aankopen doet, geraken we een hele stap verder in het creëren van een beter leefmilieu”, aldus van Van Goethem.

Naast de vertrouwde verpakking met twee burgers, biedt The Bio Veggie Company ook schaaltjes aan met vier burgers. Van Goethem vertelt dat er ook plek is voor vier burgers in dezelfde verpakking. “Dit is niet alleen voordelig voor de consument, maar heeft bovendien een positief effect op de afvalberg.” Van Goethem is niet bang dat dit zal leiden tot meer voedselbederf, een reden die andere producenten aanhalen om steeds minder eenheden in een verpakking te stoppen. “Bij ons kunnen klanten ook kiezen voor een verpakking met tien burgers, dus die zijn het gewend.” De veggie- en bioburgers, -nuggets en -kroketjes in de nieuwe verpakking en schaaltjes zijn verkrijgbaar bij Bio-Planet, bio- en natuurwinkels en de betere traiteurzaak.

Lekker en toegankelijk

The Bio Veggie Company werd drie jaar geleden opgericht door Delphine Van Goethem als gloednieuw label, naast het reeds gevestigde merk De Paddestoel dat al meer dan 30 jaar in de biowinkels te vinden is. Met The Bio Veggie Company wil Van Goethem de Belgen inspireren en overtuigen dat bio en veggie eten lekker en toegankelijk is voor iedereen.

Sinds de start van The Bio Veggie Company is niet alleen de biologische afzetmarkt gegroeid, ook de mindset van de consument die naar een gezondere levensstijl verlangt, de zogenaamde ‘casual veggies’, zorgde de afgelopen jaren voor mooie groeicijfers. Met een omzet van 2,5 miljoen euro voor het financieel jaar 2019 tekende het Belgische label een groei van 12 groei op. “We zien dat het aantal casual veggies enorm toeneemt, met een enorme piek tijdens de coronacrisis. Het vele thuiszitten stimuleerde velen om creatief in de keuken aan de slag te gaan en te experimenteren met gezonde alternatieven. De motivatie om af en toe vegetarisch te eten blijkt zich niet langer te beperken tot de vermindering van dierenleed, ook milieubewustzijn en gezondheid speelt sterk mee. Met deze nieuwe verpakking dragen we een extra steentje bij tot het behoud van een groene natuur”, zo meldt Van Goethem ter besluit. ■

Tekst: Erik Kruisselbrink

Foto’s: The Bio Veggie Company