

# vmt

food event

2012



# ZELF AAN ZET

14 maart 2012 - NBC, Nieuwegein



## Programma

Hét ontmoetingspunt voor de foodprofessional

Zorg dat u erbij bent en meld u aan op: [www.vmt.nl/foodevent](http://www.vmt.nl/foodevent)

in samenwerking met:





## ZELF AAN ZET

Wat staat de foodsector te wachten en wat moeten bedrijven (zelf) doen? VMT sluit hiermee aan bij het huidige overheids-beleid en ondernemersklimaat, waarvan ook internationaal ondernemen een speerpunt is. Tijdens VMT Food Event 2012 geven belangrijke stakeholders hun visie op het perspectief voor de sector en worden kansen en bedreigingen benoemd. Exclusief voor dit event uitgevoerd trendsonderzoek geeft bovendien input voor de eigen ondernemingsstrategie. VMT Food Event vult deze strategische benadering aan met verdieping op de actuele thema's, zoals innovatie, duurzaamheid, samenwerking, kwaliteit en technologie.

### Waarom u VMT Food Event 2012 niet mag missen:

1. Ontmoet 350 vakgenoten en klanten en kom netwerken
2. Kennis en inspiratie van meer dan 30 sprekers uit en voor de voedingsmiddelenindustrie
3. Belangrijke leveranciers tonen hun producten en diensten op de informatiemarkt
4. Laat u bijpraten op uw vakgebied en dat van andere disciplines

### Informatiemarkt

Naast het congres omvat VMT Food Event 2012 een informatiemarkt waar bedrijven de gelegenheid hebben bezoekers te informeren over nieuwe producten en diensten. Tijdens ontvangst, pauzes, lunch en borrel kunt u de informatiemarkt bezoeken.

### Uw bedrijf zichtbaar op het VMT Food Event?

Wilt u exposeren op het VMT Food Event 2012, of wilt u uw bedrijf extra onder de aandacht brengen bij de congresdeelnemers? Neem contact op met uw media adviseur Monique van Neutegem, 010 – 289 40 72 of [m.neutegem@mybusinessmedia.nl](mailto:m.neutegem@mybusinessmedia.nl).

Deelnemers informatiemarkt (peildatum 8 februari 2012)



## WORKSHOPS STRATEGIE & VERDIEPING

### 13.45 Gevechtssleer binnen de foodarena - Lagerhuisdebat over strategievorming

Organisaties dienen nadrukkelijk te kijken naar hún unieke strategie voor de komende jaren. Maar valt er wel veel van de veelheid aan meningen te leren, want de principes achter elk weergaloos meerjarenbeleid zijn overdraagbaar. Daarom in dit debat: oog voor uw mening en die van uw buurman/vrouw, na een prikkelende opening met ons standpunt over stellingen.

**Hadewij van de Kamp en Lindy van der Veen,**  
Consultants, Berenschot



### 14.15 Workshop Online strategie

De kansen voor ondernemers liggen online! Er zijn inmiddels heel veel kanalen waarop u uw klanten kunt aanspreken of met uw doelgroep in discussie kunt gaan: via uw website, door adwords, social media, mobiel, e-mail, affiliate etc. In deze workshop wordt u op de hoogte gebracht van de trends in online marketing, u leert uit welke onderdelen een online strategie bestaat en hoe u deze opzet.

**Otto Kamsteeg,**

Adviseur Strategische Marketing en Communicatie, Frivista





## PLENAIRE SESSIE



Dagvoorzitter: **Astrid Joosten**



09.30 **Welkom**

**Carina Grijspaardt**, hoofdredacteur VMT



09.35 **Transparantie is onontbeerlijk voor de levensmiddelenindustrie**

**Philip den Ouden**, directeur FNL



09.55 **Visie en beleid overheid**

**Spreker wordt nader bekend gemaakt.**

Actuele informatie op [www.vmt.nl/foodevent/programma](http://www.vmt.nl/foodevent/programma)



10.20 **Samen de wereld veroveren**

**Niels Dijkman**, Sector Banker Food, ABN AMRO



10.45 **Exclusief: presentatie onderzoek Agrofood Strategy Trends 2012**

**Edwin Lambregts**, Managing Consultant, Berenschot



11.10 **Pauze**

Gelegenheid om de informatiemarkt te bezoeken



11.40 **Visie vanuit de agrofoodsector op de rol van R&D en innovatie**

**Emmo Meijer**, Corporate Director Research & Development, FrieslandCampina en voorzitter van de Regiegroep AgroFood & Innovatie



12.05 **Bedrijfsleven gaat voor gezonde voeding**

**Jeroen Pietryga**, directeur marketing en formule van Albert Heijn en bestuurslid van stichting Ik Kies Bewust



12.30 **Lunchpauze**

Gelegenheid om de informatiemarkt te bezoeken



13.45 **Start parallelsessies**

Zie het programma op de volgende pagina's



15.15 **Pauze**

Gelegenheid om de informatiemarkt te bezoeken

15.45 **Vervolg parallelsessies**

17.15 **Chinakenner aan het woord: Bettine Vriesekoop**

18.00 **Chinees culinaire afsluiting door Niven Kunz**

## De impact van China

Wie aan China denkt, komt al snel in de mystieke sferen van de Oriënt terecht vol eeuwenoude cultuur en tradities. In het heden betekent het bovenal een opkomende economie van groot belang.

VMT Food Event geeft inzicht in wat er in China gaande is. Verschillende aspecten komen voor het voetlicht, zoals cultuur en kennis, stand van zaken in de Chinese agrofoodsector, verwachte ontwikkelingen, Chinese voedselveiligheidssystemen en de impact van China (als afnemer of producent/concurrent) op Nederlandse foodbedrijven.

**Bettine Vriesekoop**, Chinakenner

Een inspirerend betoog door een voormalig topsporter over motivatie, doorzettingsvermogen en de Chinese cultuur.

**Beleef China**

Om geheel in Chinese sferen te blijven sluiten we dag af met culinaire dim sum en heerlijke hapjes, opgeluisterd met spectaculair entertainment.



Duurzaamheidseisen rollen over de voedingsmiddelenindustrie heen. Maar wat wordt er verstaan onder duurzaamheid door de verschillende stakeholders en consumenten? En hoe is duurzaamheid vorm te geven. Deze sessie reikt handvatten aan om met duurzaamheid aan de slag te gaan.

**Sessievoorzitter: Corina de Vries MBA,**  
Market & Business Development Officer | Lead Auditor, DNV Benelux



### 13.45 De bewegende doelen bij Duurzame Ontwikkeling

Een belangrijke complicatie bij het aansturen van duurzame ontwikkeling is de schijnbare onvatbaarheid van het dossier.

Maatschappelijke thema's komen op, om plaats te maken voor nieuwe. Een goed begrip voor die dynamiek kan beleidsmakers aanzienlijk helpen.

Onder andere via een terugblik op ontwikkelingen van de afgelopen twintig jaar zal meer licht geboden worden op deze materie.

**Chris Dutilh,** adviseur, Dutilh BOSA



### 14.15 Ervaringen met de externe beoordeling van ISO 26000 zelfverklaring

In december 2011 heeft FrieslandCampina uit handen van de directeur van Lloyds Register de verklaring ontvangen dat de ISO 26000 zelfverklaring voldoet aan de eisen die de NPR richtlijn stelt. Welke stappen zijn genomen om dit doel te kunnen bereiken? En waarom is gekozen voor de externe verificatie door Lloyds Register?

**Jaap Petraeus,** Manager Corporate Environment & Sustainability, FrieslandCampina



### 14.45 Albron aan de slag met de MVO-prestatieladder

Albron is, als derde organisatie in Nederland, gecertificeerd op niveau 4 van de MVO-Prestatieladder. In deze presentatie wordt vanuit de eigen praktijkervaring ingegaan op vragen als: Hoe is te werk gegaan en welke problemen waren er? Hoe helpt de MVO-prestatieladder Albron om duurzaamheid verder vorm te geven en wat zijn de voordelen van een dergelijke certificering?

**Henk Voormolen,** Manager Duurzamer Ondernemen, Albron



Innoveren doe je als bedrijf niet meer (uitsluitend) alleen. Op allerlei wijzen en met verschillende partijen wordt gewerkt aan het in de markt zetten van nieuwe producten of innovaties. Daarbij wordt ook over de landgrenzen gekeken. In deze sessie bijzondere wijzen van innoveren en inzicht in food en technologie-R&D in China.

**Sessievoorzitter: Albert Zwijgers,** Innovatiemakelaar Voeding & Gezondheid Food & Nutrition Delta, en Lector Innovatie in Voeding, Hogeschool HAS Den Bosch



### 15.45 China. Land van oneindige voedselschandalen of land van ongekende mogelijkheden voor de Nederlandse voedselindustrie en R&D?

Het (voorkomen van) voedselprijsinflatie en voedselschandalen domineren het nieuws in China. Maar er gebeurt zoveel meer. Sommige mkb'ers, multinationals en hightech bedrijven zijn erg succesvol op de Chinese markt. Anderen trekken zich juist weer terug. Tijdens deze presentatie wordt een inkijkje gegeven in het Chinese speelveld met nadruk op R&D en technologie.

**Dirk Jan Boudeling,** Officer for Science & Technology, Technisch Wetenschappelijk Attaché netwerk (TWA), Consulaat Generaal van het Koninkrijk der Nederlanden te Shanghai.



### 16.15 Open innovatie bij DSM

Open Innovation is voor DSM de standaard manier van werken geworden. Zonder een solide partnernetwerk voor technische of marktontwikkelingen gaat innoveren simpelweg niet snel en effectief genoeg. Deze presentatie geeft inzicht in de aanpak en leerpunten van DSM.

**Remco van Es,** Programma Manager Business Incubator, DSM Innovation Center

### 16.45 Tjjezi! Nieuwe marketing voor een nieuw merk voor jongeren

Nog nooit eerder werd in Nederland een nieuw product (laat staan een zuivelproduct) gelanceerd door middel van 'emoticons', MSN (en andere sociale media) en het mobiele kanaal. Tjjezi van Uniekaas, een range gezonde kaassnack-producten speciaal voor jongeren, had een unieke marketingcampagne. Hoe sociale media en het snel groeiend aantal 'mobile devices' zijn te gebruiken als effectief marketingkanaal en een overzicht van de trends.

**Ron Vrijmoet,** Managing Partner, MobGen



De vernieuwing of ontwikkeling van een nieuw product kent uiteenlopende redenen. Gezondheid, duurzaamheid of (verbeterde) smaak en kwaliteit kunnen allemaal ten grondslag liggen aan vaak jaren van ontwikkelingswerk en geven richting aan een (eigen) marktstrategie. Deze sessie vertelt het verhaal van producten en bedrijven met verschillende drijfveren voor vernieuwing.

**Sessievoorzitter: Koos Oosterhaven,**  
Business Manager NIZO



#### 13.45 **Delivering innovation where it matters**

Actuele informatie op  
[www.vmt.nl/foodevent/programma](http://www.vmt.nl/foodevent/programma)  
**Andres Kangur,** Fonterra



#### 14.15 **Terra Cacao: innovatie in smaak en kwaliteit van chocolade**

Terra Cacao™ chocolade wordt gemaakt met premium cacaobonen die zijn geteeld volgens een nieuwe, revolutionaire en natuurlijke fermentatietechniek. De cacaobonen zijn van hoge kwaliteit, zonder gebreken of bijsmaken en geven de chocolade een intense smaak. Het Terra Cacao-project verbetert bovendien de levensomstandigheden van de cacaoboeren. Zij krijgen een betere prijs voor een betere kwaliteit+. Een toelichting  
**Dr. ir. Nicholas Camu,** Innovation Manager, Barry Callebaut



#### 14.45 **Klimaatneutrale koffie door inzicht in keten van Redbeans**

Neuteboom heeft voor Redbeans het HIER-logo verkregen, het bewijs dat deze koffie klimaatneutraal is. Daartoe werd in samenwerking met Agentschap NL inzicht verregen in de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de keten van Redbeans. Maatregelen zijn genomen om deze uitstoot te beperken en compensatie vindt plaats door emissierechten te kopen. Een toelichting op de aanpak die leidde tot de eerste klimaatneutrale koffie met HIER-logo.  
**Jan Willem Top,** Directeur, Neuteboom Koffiebranders/Redbeans



De foodsector is volop aan de slag om voedingsmiddelen gezonder te maken. Maar het blijkt moeilijk te zijn om de inspanning gehonoreerd te krijgen in de vorm van een (toegestane) claim. Brengen nieuwe inzichten daar verandering in? Of is het politieke proces dat hier speelt veel belangrijker. En wat wil de consument? Deze sessie geeft antwoorden.

**Sessievoorzitter: Ad Nagelkerke,**  
Managing Partner, Schuttelaar & Partners



#### 15.45 **Consument wil gezonder eten**

Het Voedingscentrum heeft na vier jaar opnieuw een groot consumentenonderzoek laten uitvoeren naar de kennis, houding en gedrag t.a.v. gezond eten. Steeds meer consumenten staan open voor het verbeteren van hun eetpatroon. Driekwart vindt het belangrijk dat fabrikanten hun producten gezonder maken. Het communicatieplatform Het Nieuwe Eten biedt mogelijkheden verbeterstappen te communiceren.  
**Ir. Valérie Klostermann,** Senior Projectmanager, Voedingscentrum



#### 16.15 **De ongemakkelijke samenwerking tussen politiek en wetenschap**

Zowel de claims-, verrijgings-, als novel foods wetgeving zijn op wetenschappelijke principes gebaseerd. Een oordeel van (meestal) de EFSA zou richtinggevend moeten zijn voor de politieke besluitvorming. Maar een advies wordt lang niet altijd serieus genomen. Over stokpaardjes van lidstaten alsmede onderling wantrouwen, ondermijning van wetenschappelijk gezag, maar ook over de rol van partijen rondom het politieke besluitvormingsproces.  
**Christine Grit,** Manager Voeding & Gezondheid, FLNI



#### 16.45 **Hoe bewijs ik dat voeding gezond is?**

EFSA-claims sneuvelen als sneeuw voor de zon. Is het zo ingewikkeld om te bewijzen dat voedingsmiddelen gezond zijn? Ja! Meestal begaan we de fout om gezondheid aan te tonen door de afwezigheid van markers voor ongezondheid. Nieuwe concepten worden ontwikkeld die gezondheid kunnen kwantificeren.  
**Ben van Ommen,** Principal Scientist en Director Systems Biology, TNO



Veel consumenten zijn bang voor E-nummers en willen zo min mogelijk voor hen vreemde ingrediënten op het etiket zien. Onderzoekers en fabrikanten willen daaraan gehoor geven, maar de praktijk is complex en weerbarstig. Welke mogelijkheden zijn er en hoe ver kan men gaan zonder dat de kwaliteit, houdbaarheid en veiligheid in gevaar komt?

**Sessievoorzitter: Tiny van Boekel**,  
Hoogleraar Levensmiddelentechnologie,  
Wageningen Universiteit



#### 13.45 **Waarom steeds minder soms meer is...**

Steeds vaker worden producten ontwikkeld met minder suiker, zout etc. Gevolg hiervan is meer risico op bederf of zelfs uitgroei van ziekteverwekkers. Het is daarom nog belangrijker om op zeer hygiënische wijze te produceren. Een goede risicoanalyse van de mogelijke gevolgen van receptuurwijzigingen voor voedselveiligheid en kwaliteit is essentieel.

**Ir. Ellen Brinkman**, Food Microbiologist QA Continental Europe, HJ Heinz, Elst



#### 14.15 **Microbiële stabiliteit van zoetwaren: een kwestie van combineren**

Na het schetsen van het microbiel bederf van zoetwaren door ontwikkeling van osmofiele gisten en xerofiele schimmels wordt dieper ingegaan hoe de combinatietechnologie een alternatief kan zijn voor conserveringsmiddelen als sorbaat en benzoaat.

**Frank Devlieghere**, Professor, Ghent University (UGENT)



#### 14.45 **China Sourcing: een kans of een bedreiging?** 🇨🇳

Geschetst zal worden welke mondiale positie Azië en met name China in de wereld van ingrediënten en additieven inneemt. Welke kansen zijn er met het sourcen in China gecreëerd? Welke risico's en bedreigingen brengt het met zich mee en wat kunnen bedrijven doen om hun supply chain te organiseren? Is het terugdringen van conserveermiddelen in Azië eigenlijk een issue?

**John Hus**, CEO & Managing Director GPS Quality Assurance & Consultancy Co. Ltd



Met de groeiende aandacht voor MVO en duurzaamheid neemt de behoefte bij fabrikanten toe om hun prestaties gestructureerd in hun organisatie in te bedden en wel zodanig dat zij dit richting hun stakeholders kunnen aantonen. Een retailer, producent en certificatie-instelling vertellen over hun beleid, aanpak en ervaringen.

**Sessievoorzitter: Marjan Smit**,  
CEO Supply chain Information Management BV



#### 15.45 **Samenwerken aan duurzame ketens**

Ahold heeft zich tot doel gesteld om veilige en duurzame producten in te kopen en daarnaast de impact van deze producten op het milieu te verlagen. Gezien de grote verscheidenheid aan producten en de relatief ingewikkelde ketens ziet Ahold zowel noodzaak als kansen voor nauwere samenwerking tussen supermarktketens, fabrikanten, leveranciers en andere belanghebbende partijen. Over Ahold's duurzaamheidseisen en concrete samenwerkingsverbanden.

**Karin Bogaers**, Advisor Product Integrity, Koninklijke Ahold NV



#### 16.15 **Hoe u uw MVO inspanningen aantoonbaar kunt maken**

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) houdt iedereen bezig: opdrachtgevers, overheid, ondernemers en de consument. Alleen de verwachtingen over de invulling daarvan verschillen nogal eens.

In deze presentatie een toelichting op een aantal manieren om de MVO activiteiten van uw bedrijf inzichtelijk te maken met daarbij de voor- en nadelen.

**Inge Vermeij**, Project specialist, Lloyd's Register Nederland



#### 16.45 **Aantoonbaar duurzaam bierbrouwen**

Bavaria beschikt over een certificaat MVO prestatieladder niveau 4 en heeft ISO 26000 in 2010 aantoonbaar geïmplementeerd. Wat waren de beweegredenen en wat zijn de ervaringen? Welke rol hebben stakeholders gespeeld en wat is het raakvlak met voedselveiligheid en kwaliteit?

**Marthijn Junggeburth**, Coördinator Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en Managementsystemen, Bavaria



Samenwerking in de levensmiddelenindustrie heeft een aantal vernieuwende producten opgeleverd. Voordelen zijn: complementaire kennis, meer mankracht, gedeelde risico's en een grotere markt. De randvoorwaarden voor samenwerking zijn echter wel belangrijk. Hoe zijn de rechten en plichten geregeld, hoe zit het met de concurrentiegevoelige informatie?

**Sessievoorzitter: Kees de Gooijer,**  
directeur Food & Nutrition Delta



#### 13.45 **Doing successful business in Asia**

Petr Kúrka presents his insight on how to be able to build a new facility in Asia. Which countries seem to be mainly attractive for new food producers and what are the main obstacles to cope with? A main focus will be given to China.

**Petr Kúrka,** Area Director Tebodin, Asia Pacific region



#### 14.15 **Samenwerken in de keten vereist draagvlak**

Samenwerken werkt alleen als iedereen meedoet.

Om ketenprocessen efficiënter in te richten is commitment van alle partners vereist. Dit betekent collectieve afspraken op non-competitieve zaken en implementatie met een deadline. GS1 geeft een praktijkvoorbeeld van een succesvolle ketensamenwerking

**Marco van der Lee,** sectormanager Levensmiddelen en drogisterij GS1 Nederland.



#### 14.45 **De voordelen en risico's van samenwerking**

Door samenwerking kan kennis worden gedeeld, maar ook kosten en risico's, en kunnen nieuwe en grotere markten ontstaan. Deze lezing gaat aan de hand van voorbeelden eerst in op de risico's bij het samen ontwikkelen van levensmiddelen. Daarna worden de voorwaarden benoemd voor een succesvolle samenwerking, om vervolgens af te sluiten met een aantal juridische onderwerpen die van belang zijn in het kader van risicobeperking.

**Barbara Mutsaers,** Advocaat, AKD



Een technoloog heeft niet altijd in de hand wat er wordt gevormd tijdens het productieproces. Denk aan acrylamide. Soms komen de ongewenste stoffen met de grondstoffen mee. Een oplossing vinden is vaak een hele tour. In deze sessie krijgt u de achtergrond van een aantal ongewenste stoffen en wat er mogelijk is om die te voorkomen.

**Sessievoorzitter: Martin Michels,**  
Hoofdredacteur Nieuwsbrief Voedselveiligheid



#### 15.45 **Acrylamide in de aardappelsector: een never ending story (?)**

De vorming van acrylamide hangt nauw samen met de verkleuring en de aromavorming tijdens het frituren. Dit maakt het moeilijk om het tegen te gaan zonder dat er effecten zijn op de kwaliteit van de friet. Toch zijn er mogelijkheden. De resultaten worden gepresenteerd van recent onderzoek gericht op industriële schaal.

**Bruno de Meulenaer,** Hoofddocent, Universiteit Gent



#### 16.15 **Bestrijdingsmiddelen**

Actuele informatie op [www.vmt.nl/foodevent/programma](http://www.vmt.nl/foodevent/programma)  
**Nicolette Quaadvlieg,** Programmamanager Voeding en Gezondheid, Productschap Tuinbouw

#### 16.45 **Dioxines in de voedselketen, nog steeds een reden tot zorg**

De blootstelling van consumenten aan dioxines en dioxine-achtige PCB's ligt dicht tegen de als veilig beschouwde grenswaarde. Voor verdere reductie stelt de EU strenge maar haalbare normen. Producenten controleren hun producten vaker op deze contaminanten. Daarom worden regelmatig incidenten opgespoord. Alhoewel de kennis over de bronnen van dioxines toeneemt, blijkt de oorzaak vaak onverwacht. Een toelichting op een aantal incidenten, de oorzaak, gevolgen en getroffen maatregelen.

**Dr. Ron Hoogenboom,** Themaleider Contaminanten, Rikilt



# Aanmeldformulier

**Ja**, ik meld me aan voor VMT Food Event op 14 maart 2012

- Ik ben abonnee van VMT en profiteer van € 100,- abonneekorting.  
Ik betaal daarom slechts **€ 650,-** (i.p.v. € 750,-).  
*Deze aanbieding geldt ook voor abonnees van Nieuwsbrief VoedselVeiligheid*
- Ik word abonnee van VMT en profiteer direct van € 100,- abonneevoordeel.  
Ik betaal slechts **€ 650,-** (i.p.v. € 750,-) plus de kosten van een jaarabonnement.
- Ik ben geen abonnee van VMT en betaal **€ 750,-**

Voornaam*:	Initialen:	Geslacht: M / V
Tussenvoegsel:	Achternaam*:	
Bedrijf*:	Branche*:	
Functie*:	Bedrijfsgrootte:	
Email*:	Telefoonnummer:	
Adres*:	Postcode*:	
Plaats*:	PO nummer:	
BTW nummer (indien buitenland):		

## Factuuradres (indien anders dan postadres)

Naam:	Afdeling:
Adres:	Postcode:
Plaats:	Land:

- Ja, ik ga akkoord met de voorwaarden

Plaats en datum:	Handtekening:
------------------	---------------

### Zo schrijft u zich in:

- Via de website [www.vmt.nl/foodevent](http://www.vmt.nl/foodevent)
- Via e-mail naar [congressen@mybusinessmedia.nl](mailto:congressen@mybusinessmedia.nl)
- Opsturen, zonder postzegel, naar:  
VMT Food Event  
Antwoordnummer 90453  
3009 VB Rotterdam

### Groespakketten

Groespakketten zijn beschikbaar voor bedrijven die meerdere personen willen aanmelden.

- |                                     |                  |
|-------------------------------------|------------------|
| <b>2 personen € 1.200,-</b>         | ipv € 1.500,-    |
| <b>3 personen € 1.600,-</b>         | ipv € 2.250,-    |
| <b>4 personen € 1.900,-</b>         | ipv € 3.000,-    |
| <b>&gt; 4 personen € 400,- p.p.</b> | ipv € 750,- p.p. |

Aanmelden kan via [www.vmt.nl/groespakketten](http://www.vmt.nl/groespakketten)

Genoemde prijzen zijn excl. 19% btw. De aboneeprijs geldt voor abonnees van VMT, Nieuwsbrief VoedselVeiligheid, Voeding Nu en Foodpress. Congresdocumentatie, lunch, koffie, thee, drankjes en borrel zijn inbegrepen. Na aanmelding ontvangt u een schriftelijke bevestiging met routebeschrijving en factuur.

### Heeft u een vraag over uw inschrijving of wilt u een wijziging doorgeven?

Neem contact op met de abonnementenservice van VMT op (010) 289 40 08 of via [vmt@mybusinessmedia.nl](mailto:vmt@mybusinessmedia.nl)

### Bent u verhinderd?

Tot 4 weken voor aanvang van het congres kunt u uitsluitend schriftelijk annuleren. Wij brengen dan 25% van de deelnamekosten in rekening. Bij annulering binnen 4 weken voor aanvang van het congres bent u het volledige bedrag verschuldigd. Als u verhinderd bent, is het mogelijk een collega als vervanger op te geven. Dit kan via [congressen@mybusinessmedia.nl](mailto:congressen@mybusinessmedia.nl).

### Abonnement

De prijs voor het jaarabonnement bedraagt €199,95 excl. 6% BTW. Een abonnement van VMT bestaat uit 19 edities per jaar, de digitale bladerversie, wekelijks de digitale nieuwsbrief, toegang tot het volledige nieuws- en artikelenarchief op [www.vmt.nl/foodevent](http://www.vmt.nl/foodevent) en €100,- korting op iedere VMT Bijeenkomst. Abonnementen kunnen op ieder moment ingaan en worden automatisch jaarlijks verlengd en tot wederopzegging aangegaan. Opzeggen kan schriftelijk, telefonisch of per e-mail tot drie maanden voor het einde van de lopende abonnementsperiode. MYbusinessmedia legt gegevens vast voor de uitvoering van de (abonnements)overeenkomst en wanneer u in het kader van dienstverlening contact heeft met de uitgever. Deze gegevens worden gebruikt om een overeenkomst uit te voeren en om u te informeren over voor u relevante producten en diensten van de uitgever, zijn werkmaatschappijen en zorgvuldig geselecteerde derden. Als u op deze informatie geen prijs stelt dan kunt u dit schriftelijk doorgeven aan MYbusinessmedia, Postbus 8632, 3009 AP Rotterdam.