Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 856
van **FRANCESCO VANDERJEUGD**
datum: 30 augustus 2016

---

aan **JOKE SCHAUVLIEGE**
VLAAMS MINISTER VAN OMGEVING, NATUUR EN LANDBOUW

Witloof - Evolutie - Export

Witloof, althans grondwitloof, is een groente die beschouwd wordt als een typisch Vlaams product. Toch neemt het areaal van witloof af, terwijl het in andere landen toeneemt, mede onder invloed van het niet-grondgeteelde witloof. Enkele jaren geleden kampte witloof met een imagoprobleem bij jongere mensen. De bittere smaak en de concurrentie van andere groenten zorgden er mee voor dat jongere mensen een lagere witloofconsumptie hadden dan ouderen.

1. Hoe is het areaal van grondwitloof respectievelijk witloof op hydrocultuur in België en onze buurlanden de afgelopen tien jaar geëvolueerd?
2.
   a) Hoe is het marktaandeel van België voor witloof de afgelopen tien jaar geëvolueerd?
   b) Hoe is het marktaandeel van onze buurlanden voor witloof de afgelopen tien jaar geëvolueerd?
3. Hoe is de prijsvorming de afgelopen tien jaar geëvolueerd?
4.
   a) Hoeveel witloofboeren zijn er momenteel nog in Vlaanderen?
   b) Hoeveel bedraagt het witloofareaal?
   c) Hoe is het aantal witloofboeren en het witloofareaal de afgelopen tien jaar geëvolueerd in Vlaanderen?
5.
   a) Sinds de eeuwwisseling is de productie van witloof in Zwitserland systematisch toegenomen, terwijl de export van Belgisch witloof naar Zwitserland afnam.

      Hoe is de productie in Zwitserland enerzijds en de export van witloof uit België naar Zwitserland anderzijds de afgelopen tien jaar geëvolueerd?
   b) Gelden er nog steeds handelsbeperkingen en invoercontingenten voor Belgisch witloof in Zwitserland? Zo ja, welke?
6. Wordt er regelmatig een SWOT-analyse voor Belgisch witloof ten aanzien van witloof in onze buurlanden gemaakt?

Zo ja, door wie, wanneer, welke parameters worden in ogenschouw genomen en wat zijn de resultaten met betrekking tot het gebruik van water, tewerkstelling, energie en commercialisering?

7.

a) Hoeveel buitenlandse werknemers worden bij ons ingezet voor het telen van witloof?

b) Hoeveel bedraagt hun aandeel ten aanzien van niet-buitenlandse werknemers?

8. Wordt witloof in België nog meer uitgesproken dan in andere landen los verkocht of evolueert de verkoop meer en meer naar andere verpakkingen?

9.

a) Vindt witloof nog steeds meer afzet bij oudere consumenten dan bij jongeren?

Zo ja, wat zijn daarvan de redenen?

b) Welke initiatieven worden ontwikkeld om jongeren aan te moedigen witloof te consumeren?

10. Naar waar wordt het Belgische witloof uitgevoerd? Graag een overzicht van de landen en de hoeveelheid geëxporteerd witloof in 2005, 2010 en 2015.

11. Welke inspanningen getroost het Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) zich om nieuwe afzetmarkten in het buitenland te ontwikkelen?

12. Welke initiatieven staan dit jaar op het programma om de export van Belgisch witloof naar het buitenland te promoten?

JOKE SCHAUVLIEGE
VLAAMS MINISTER VAN OMGEVING, NATUUR EN LANDBOUW

ANTWOORD
op vraag nr. 856 van 30 augustus 2016
van **FRANCESCO VANDERJEUGD**

---

1. De tabel geeft de evolutie weer van het productieareaal witloof (forcerie) in België en de buurlanden, uitgedrukt in hectare, voor de periode 2006-2015. De productie in het Verenigd Koninkrijk en Luxemburg is miniem (nulwaarden). Eurostat maakt geen onderscheid tussen hydro- en vollegrondteelt.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
België	3.600	3.000	2.750	2.600	2.600	2.400	2.300	2.300	2.070	2.100
Frankrijk	13.400	12.800	12.500	n.b.	10.790	10.750	5.760	10.370	9.220	9.130
Nederland	3.590	3.480	3.160	3.010	3.020	3.270	3.360	3.350	n.b.	2.950
Duitsland	340	320	290	320	310	270	280	280	250	580

Bron: Eurostat

2. Het is niet duidelijk welk marktaandeel u bedoelt. Het Belgische marktaandeel binnen de Europese Unie kan uit Eurostat-gegevens worden afgeleid.

3.

	Prijs (in € per kg)
2006	1,07
2007	0,71
2008	0,79
2009	0,79
2010	1,08
2011	1,02
2012	1,03
2013	0,78
2014	0,83
2015	1,03

Bron: Verbond van Belgische Tuinbouwveilingen (VBT)

4.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Aantal bedrijven	603	542	504	467	454	416	386	377	341	323	318
Hectares	22,9	25,2	20,4	23,1	17,0	16,3	15,9	14,0	14,9	25,3	13,5

Bron: FOD Economie, K.MO., Middenstand en Energie – Algemene Directie Statistiek

5. a) Productie in Zwitserland

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Productie (in ton)	5.194	5.524	5.562	7.300	6.844	8.384	6.434	8098	7.717	7.104

Bron: Centale Suisse de la culture maraichère et des cultures spéciales (CCM)

Export naar Zwitserland

	In ton	In euro
2006	2.985	5.194.271
2007	2.757	4.600.472
2008	2.814	4.233.785
2009	1.810	2.728.405
2010	757	1.159.273
2011	579	904.744
2012	808	1.285.520
2013	1.313	1.961.998
2014	1.098	1.628.074
2015	864	1.375.743

Bron: Eurostat (Comext)

b) Invoer in Zwitserland is gecontingenteerd in functie van de eigen Zwitserse witloofproductie. In periodes dat er voldoende eigen productie is, worden de mogelijkheden om in te voeren beperkt. De handelsbeperkingen voor invoer en de invoertarieven voor witloof vanuit de Europese Unie naar Zwitserland vindt u op: http://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewIFpubli.htm?hscode=0705&countries=CH

6. Ter gelegenheid van de witloofbiënnale in 2012 werd een SWOT–analyse opgemaakt door de belangrijkste witloofproducerende landen van Europa, namelijk België, Frankrijk, Duitsland, Nederland en Zwitserland. Deze analyse betrof de soorten teelten, teelttechnische aspecten, de commercialisering en de toekomst.

7. Mijn administratie beschikt niet over deze cijfers.

8. De Belgische consument verkiest zeer duidelijk los witloof (witloof met zo weinig mogelijk verpakking).

9. a) Uit VLAM-cijfers van thuisverbruik blijkt dat gepensioneerden de belangrijkste witloofkopers zijn. Dit belang neemt nog toe.

   Uit kwalitatief onderzoek, dat VLAM zelf uitvoert op basis van een online research community, komt vooral naar boven dat de bittere smaak van witloof ervoor zorgt dat jongere consumenten minder snel gewonnen zijn voor deze groente. Op latere leeftijd begint men wel makkelijker witloof te appreciëren.

   b) VLAM startte in 2014 met een promotiecampagne die gericht is op ouders en kinderen. Voor meer info over deze campagne kan u terecht op http://www.lekkervanbijons.be/groenten/witloof

10. Belgische export van witloof (in ton)

	2005	**2010**	**2015**
Frankrijk	3.239	4.844	8.970
Duitsland	1.874	3.876	2.022
Verenigde Staten	1.429	282	1.649
Spanje	294	271	1.318
Nederland	4.538	2.387	1.149
Zwitserland	3.145	757	864
Luxemburg	729	755	629
Italië	1.505	970	522

Canada	343	291	251
Japan	318	157	242
Polen	0	0	163
Israël	49	111	114
Libanon	106	67	105
Oostenrijk	8	43	49
Korea	0	11	48
Tsjechië	24	56	19
Verenigd Koninkrijk	0	0	13
Slovakije	0	3	5
Zaïre	0	3	2
Rusland	3	0	0
Venezuela	3	0	0

Bron: Eurostat

11. De investeringen van VLAM in exportpromotie zijn de laatste jaren fors toegenomen. Met het programma 'Taste Of Europe' richt VLAM haar pijlen naar nieuwe markten zoals de Verenigde Staten, Canada, de Verenigde Arabische Emiraten, India en Japan. Concreet wordt tijdens beurzen witloof op verschillende manieren in de kijker gezet.

    Ook op onze Europese beurzen zet VLAM witloof in de kijker. Als Flandria-product komt witloof aan bod in de productpresentatie, op tv-schermen en visuals (stand animatie) en in promotiefolders (Flandria-catalogus).

12. Op 28 april 2016 heeft VLAM een campagne ingediend voor Europese cofinanciering. Deze campagne is specifiek gericht op de promotie van witloof, paprika en prei in Canada. De focus hierbij ligt op degustatieacties in de winkelpunten. Indien deze campagne goedgekeurd wordt door de EU, kan de campagne vanaf 1 januari 2017 uitgevoerd worden.