



Vlaams
Parlement

ingediend op **548** (2020-2021) – Nr. 1
18 november 2020 (2020-2021)

Voorstel van resolutie

van Chris Steenwegen, Jeremie Vaneeckhout en Mieke Schauvliege

over de ondersteuning van de korte keten
in Vlaanderen

Dit voorstel van resolutie werd ingetrokken op 19 mei 2021.

TOELICHTING

Het concept korteketenverkoop is niet meer weg te denken en heeft de laatste jaren aan belang gewonnen. De afgelopen maanden heeft de coronapandemie ons getoond dat de korteketenverkoop nog lang niet zijn volledige potentieel heeft bereikt. Mensen zoeken opnieuw connectie met voeding en voedingsproducenten. De Vlaamse overheid speelde al in 2011 in op die trend door een ambitieus strategisch plan Korte Keten te lanceren. De partners in het Interbestuurlijk Plattelandsoverleg (IPO) hebben in 2014 aan de Vlaamse Regering, de provincies, en de steden en gemeenten een aanvullend advies bezorgd om de korte keten structureel te ondersteunen. Beide documenten boden indertijd een interessant beleidskader om de korte keten als toegevoegde waarde te erkennen en om een toename in de afzet van korteketenproducten te realiseren. Jammer genoeg werd zowel het strategisch plan als het advies maar in beperkte mate uitgevoerd. Met dit voorstel van resolutie willen de indieners opnieuw het engagement van de Vlaamse overheid vragen om een effectief en coherent beleid op te zetten dat aan de korte keten alle mogelijkheden biedt om uit te groeien tot een volwassen model binnen het voedsellandschap.

Context

1. Korte keten: een alliantie tussen landbouwer en burger in Vlaanderen

De coronapandemie toont duidelijk de kracht van de korte keten. De korte keten biedt landbouwbedrijven potentieel nieuwe marktkansen. Via de korte keten kunnen landbouwers de prijs van hun producten zelf bepalen: ze zijn er prijszetters in plaats van prijsnemers. Door het aantal tussenschakels te verminderen houden de landbouwers een grotere marge over. Daarnaast krijgen ze meer waardering voor hun werk via het directe contact met de burger. Dat gaat gepaard met meer economische zekerheid en stabiliteit voor de landbouwer.

De klanten van de korte keten van hun kant krijgen meer voeling met wat ze eten. Ze eten meer volgens de seizoenen en krijgen kwaliteit, smaak en authenticiteit op hun bord. De korte keten neemt daarmee een belangrijke maatschappelijke rol in. Ze stimuleert de voedselgeletterdheid bij burgers en zorgt voor een duurzame toekomst voor lokale landbouwers, een eerlijke economie en gezonde voeding.

Betrokkenheid, een beperkt aantal schakels, zeggenschap en het lokale karakter zorgen ervoor dat de korte keten een meerwaarde betekent voor de landbouwpraktijk in Vlaanderen.

2. De korte keten in Vlaanderen

Het is moeilijk om een exact cijfer te plakken op het aantal korteketenbedrijven in Vlaanderen, maar uit de databank van het Steunpunt Korte Keten kan afgeleid worden dat minstens 15 procent van de land- en tuinbouwbedrijven in Vlaanderen aan een of andere vorm van korteketenverkoop doet. De korte keten is veel ruimer dan de traditionele hoevewinkel. Korteketenbedrijven zijn op zoek naar innovatieve en rendabele verdienmodellen. Ze willen de landbouw op een andere manier aanpakken, maar daarin zit enige evolutie. Terwijl het een twintigtal jaren geleden hoofdzakelijk een keuze was uit financiële noodzaak, zijn het nu vooral ondernemers die hun bedrijf bewust op een andere manier willen leiden als alternatief voor het groeien in omzet, aantal dieren of hectare.

De korte keten heeft zeer diverse verschijningsvormen. Uiteraard zijn er de hoevewinkels met rechtstreekse verkoop aan consumenten, maar er zijn ook hoeveautomaten, webshops, verkoop op markten of leveringen aan horeca. Er zijn ook nieuwe

verkoopmodellen, zoals buurderijen, zelfpluktuinen, gemeenschapslandbouw (community supported agriculture), voedselteams en groenteabbonnementen. De bedrijven die aan korteketenverkoop doen, zijn zeer divers qua grootte, sector of bedrijfsstructuur. De bedrijfsvorm is eigenlijk ondergeschikt aan de kunde van het ondernemerschap. Maar erg belangrijk is dat die bedrijven prijszetter zijn, in tegenstelling tot de traditionele land- en tuinbouwers die de prijsvorming alleen kunnen ondergaan. Hoe korter de keten, hoe gemakkelijker het is om zelf prijszetter te zijn. Korteketenbedrijven zijn in het algemeen ook weerbaarder dan traditionele landbouwbedrijven, en het is vooral bij bedrijfsovernames of als een extra familielid in het bedrijf wordt ingeschakeld, dat de overstap naar de korte keten wordt gemaakt. Nieuwe boeren kiezen bijna altijd voor de korte keten. Ze zijn meestal goed opgeleid en vervullen vaak de rol van ambassadeur. De korte keten is dikwijls het eerste rechtstreekse contact van de consument met de land- en tuinbouw. Daar gebeurt de eerste beleving van een sector waar ze over het algemeen weinig rechtstreeks mee te maken krijgen en de consumenten krijgen er vaak een positief beeld van de landbouw. Korteketenbedrijven zijn vaak dragers van multifunctionele landbouw in het buitengebied. Ze staan open voor bedrijfsbezoeken, hebben vaak een vergaderzaaltje dat ze ter beschikking stellen en er kunnen ook andere activiteiten plaatsvinden. De bedrijven staan ook open voor samenwerking binnen de sector met andere land- en tuinbouwers, maar ook buiten de sector met retail en horeca.

Sommige bedrijven zetten al hun producten af via de korte keten, via thuisverkoop, op boerenmarkten of via een van de genoemde platformen. Voor andere bedrijven vertegenwoordigt de korteketenverkoop maar een deel van hun omzet. De rest van de verkoop verloopt dan via de klassieke kanalen, zoals de veiling of de rechtstreekse verkoop aan de retail. In 2016 verkochten 10 procent van de korteketenproducenten al hun producten via de korte keten. Voor 19 procent vormde de korteketenverkoop het belangrijkste verkoopkanaal (> 50 procent) en voor de overige 79 procent was de rechtstreekse verkoop niet de primaire afzetmanier (< 50 procent).

Een op de vijf Vlamingen kocht vorig jaar al eens op de hoeve of de boerenmarkt. Gemiddeld besteedde zo'n gezin 15 euro per bezoek of 129 euro per jaar. Het marktaandeel van de korte keten is op dit moment nog zeer beperkt. De hoevewinkel heeft een marktaandeel van 0,9 procent ten opzichte van andere distributiekanaalen en bij boerenmarkten gaat het om 0,2 procent. De buurderijen krijgen zo'n 160.000 Vlaamse gezinnen over de vloer. De omzet van de rechtstreekse verkoop op de hoeve en de boerenmarkten bedraagt zo'n 70 miljoen euro. Het gaat vooral om groenten en fruit (35 procent), vlees (22 procent), aardappelen (14 procent), zuivel (11 procent), en bloemen en planten (6 procent).

Het Steunpunt Korte keten kreeg in 2019 meer dan 600 vragen van landbouwers en begeleidde meer dan 100 landbouwers via trajectbegeleiding. Het toont aan dat er grote interesse is bij landbouwers, maar dat ze met vragen zitten over de korte keten en daar graag meer over te weten willen komen. De korte keten heeft niet de ambitie om concurrentieel te zijn met de retail. Toch is er een stijgende groep consumenten op zoek naar voeding die op een andere manier wordt geproduceerd en vermarkt, en die daarmee de lokale economie bewust wil ondersteunen. Die consumenten zijn ook voorstander van een eerlijke prijs voor de boer, terwijl ze tijdens het aankopen ook een stuk beleving willen inbouwen. Een groot deel van de consumenten zal dus bewust bij de retail blijven aankopen, terwijl een ander deel zich ook deels naar de korte keten zal richten.

3. De coronacrisis

Voor veel hoevewinkels is de omzet tijdens de coronacrisis gestegen, soms zelfs tot viermaal de reguliere omzet. Toch gaat het niet om een uniform beeld, want

bedrijven die zich richtten op de verkoop op markten, of op de levering aan de horeca of bedrijfskantines, zagen hun omzet soms stevig dalen. De plotse omschakeling om rekening te kunnen houden met de opgelegde veiligheidsmaatregelen was niet altijd eenvoudig. De verkoop moest anders georganiseerd worden, met bijvoorbeeld thuisleveringen en onlinebestellingen. Websites bleken plots cruciaal en eventueel moest extra personeel worden ingeschakeld. Zelfs succesrijke bedrijven hadden het niet eenvoudig om al die aanpassingen door te voeren.

De coronapandemie confronteerde de Vlaming met voordien onbekende risico's. Winkelen in een supermarkt, waar afstand houden moeilijk is, werd door sommigen als een hoog risico ingeschat. Ook zochten heel veel burgers naar andere, meer directe kanalen voor hun voedsel omdat die hen blijkbaar meer vertrouwen inboezemden. Hoeve winkels bleken tijdens de coronacrisis een veilig alternatief voor de consument. Er waren minder mensen aanwezig dan in de retail en de producten werden door minder handen beroerd. De Vlaming zocht en vond de lokale landbouwer. Veel gezinnen ontdekten voor het eerst het verse voedsel dat ze via de lokale boer of handelaar konden kopen. Zo kreeg de korte keten er de afgelopen maanden veel klanten bij, en dat is een goede zaak. De coronacrisis toonde immers erg duidelijk aan dat voldoende diversificatie van de landbouwbedrijven, ook in hun verkoopkanalen, van groot belang is. Daarbij kan de korte keten een belangrijke rol spelen.

Tijdens de coronapandemie steeg niet alleen de omzet van veel korteketenbedrijven, maar kwamen er ook driemaal meer adviesvragen binnen bij het Steunpunt Korte Keten. Er is dus zeker interesse onder de producenten om daar verder op in te zetten. Het is evenwel niet altijd gemakkelijk om goed en gepersonaliseerd advies te geven. Bovendien hoeft ook niet elke aanvraag een positief advies te krijgen. Bij veel landbouwers is de interesse er, en die landbouwers verdienen ondersteuning op maat zodat ze een doordachte beslissing kunnen nemen en niet na enkele maanden al moeten stoppen met hun korteketenactiviteit. De sector en productie zomaar opschalen is dus niet altijd even gemakkelijk. Daarom is er behoefte aan een visie en ondersteuning vanuit de overheid om de bedrijven de kans te geven die groei te bestendigen en verder op te schalen.

4. Wat de korte keten nodig heeft

Voor de korte keten is het belangrijk dat er een haalbare regelgeving komt, over de beleidsdomeinen heen. De federale regels stemmen immers niet altijd overeen met de Vlaamse en op gemeentelijk niveau durven de interpretaties al eens uiteen te lopen, zodat het voor de korteketenondernemer moeilijk werken is. Er is ook behoefte aan economische cijfers waarop de sector zich kan baseren. Ondernemers vragen immers naar trajectbegeleiding en conceptontwikkeling voor ze in het korteketenverhaal willen stappen, en zonder gedetailleerde cijfers kan moeilijk een geloofwaardig economisch perspectief worden aangeboden. Het ontbreekt ook aan cijfers over het aantal korteketenboeren, over het aantal arbeidsplaatsen dat gecreëerd wordt, over de omzet die het onderdeel korte keten van een bedrijf haalt, en over de manier waarop de resultaten en de veerkracht van de ondernemingen kan worden vastgelegd in cijfers. Er bestaat momenteel onvoldoende kennis over de arbeidsorganisatie, mechanisering en automatisering in de korte keten, en over de impact ervan op het bedrijf. Dat geldt ook voor het tijdig detecteren van relevante en duurzame tendensen, zowel in de maatschappij als in de voedingssector, zowel in het binnenland als in het buitenland. Er is ten slotte ook behoefte aan maatwerk, zowel voor individuele ondernemers als voor groepen ondernemers die samen aan een concept werken, en ook voor vorming, trajectbegeleiding en individuele ondersteuning. De korteketensector professionaliseert sterk en de adviezen moeten die trend kunnen volgen. Het zou goed zijn als de diverse goede initiatieven met betrekking tot de korte keten zich zouden verzamelen in een expertisecentrum

of taskforce voor de korte keten in Vlaanderen en dat de overheid dat initiatief zou erkennen.

Over het algemeen is er dringend behoefte aan het erkennen van de korteketen-landbouwer als voornaamste stakeholder en actieve actor bij het ontwikkelen van een korteketenbeleid. Er wordt nog te veel 'over' en te weinig 'met' de korte keten gepraat. Inspraak vanuit de korte keten moet dus ook aan belang winnen.

5. Uitdagingen voor de korte keten

Korteketenondernemers zouden zich verder moeten kunnen ontwikkelen in agrarisch gebied. Daarvoor is een eenduidig beleid nodig, zoals hierboven al werd toegelicht. Korteketenondernemers zijn agrarische ondernemers, maar hun bedrijf wordt vaak als zonevreemd ingedeeld. De drempels voor de korte keten in het agrarisch gebied zijn divers en er is een grote rechtsonzekerheid. In agrarisch gebied wordt terecht nauw toegezien op de activiteiten die bedrijven er kunnen ontwikkelen. Boeren en landbouwgerelateerde activiteiten ontwikkelen, waaronder een hoevewinkel valt, is weliswaar toegestaan, maar er is geen definitie voorhanden van wat precies moet worden verstaan onder een hoevewinkel of wat er mag worden verkocht, waardoor elk gemeentebestuur dat op een andere manier kan interpreteren. Vaak wordt de regel gehanteerd dat de hoevewinkel 50 procent eigen producten moet verkopen. Sommige gemeenten staan toe dat er ook producten van andere korteketenbedrijven verkocht worden, maar andere gemeenten verbieden dat. Het afsplitsen van een hoevewinkel voor fiscale of andere redenen zorgt er onmiddellijk voor dat de hoevewinkel zonevreemd wordt, maar ook daarin is de ene gemeente soepeler dan de andere. Hoeveterrassen in agrarisch gebied worstelen met dezelfde rechtsonzekerheid. Dat is trouwens het geval voor de meeste multifunctionele landbouwverbredingen. En voor het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV) zijn korteketenbedrijven even zonevreemd, want ze passen in geen enkel vakje. Daarom wordt veiligheidshalve de strengste reglementering toegepast, terwijl het vaak om kleine familiebedrijven gaat die de strengste normen niet kunnen halen. Anderzijds moet er wel over worden gewaakt dat vergunningen voor multifunctionele activiteiten in agrarisch gebied alleen mogelijk zijn als de link met (actieve) lokale landbouw voldoende duidelijk is.

Samenwerken in de korte keten voor afzet en productie is wenselijk, maar moet gefaciliteerd worden. Er ontstaan veel hubs als samenwerkingsverbanden van korteketenbedrijven die voor de afzet van hun producten willen samenwerken. Ze zetten daarvoor een gemeenschappelijke logistiek en website op, maar stoten op drempels in de wetgeving. Het FAVV beschouwt die hubs immers als groothandel en in agrarisch gebied kan niet zomaar een distributiecentrum worden opgezet, want dat is zonevreemd. De regelgeving is dus helemaal niet op maat van kleine, innovatieve ondernemingen.

De korte keten heeft als promotiekanaal de website rechtvanbijdeboer.be, waarop het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) individuele verkooppunten promoot, maar het zou nuttig zijn om de korte keten ook generiek bij de klant te promoten, zoals dat ook al voor bioproducten gebeurt. Het brengen van een nieuw verhaal voor de korte keten, op een frisse, hedendaagse manier, zou een nieuw publiek kunnen aanspreken. Nog een vergelijking: er zijn ongeveer evenveel korteketenbedrijven als varkensbedrijven, maar voor de korte keten bestaat er geen centraal beleid, terwijl voor de varkenssector wél een centraal beleid wordt gevoerd. De naam korte keten kan bovendien door iedereen worden gebruikt, dus ook door de retail. Het is een open vraag of het label 'korte keten' binnen de landbouw niet moet worden geclaimd of beter moet worden gedefinieerd, zonder daarbij zover te gaan dat er lastenboeken moeten worden opgesteld.

De kennis die vandaag bestaat over de korte keten, zit verspreid. Er zou één aanspreekpunt moeten zijn waarbij bedrijven met al hun vragen terecht kunnen. Daarbij komt de uitdaging dat de consument vaak in de stad woont, terwijl de productie op het platteland gebeurt. De vraag rijst hoe de producten vlot in de stad kunnen worden aangeboden, want de consument is meestal niet bereid om zich daarvoor ver te verplaatsen. Er zijn korteketenbedrijven die leveren aan de retail. Dat is positief, maar meestal verkeert de retailer in een dominante positie. Het is raadzaam dat die korteketenbedrijven een breed klantenbestand aanhouden voor het geval de leveringen aan de retail zouden wegvallen.

De huidige regelgeving begrenst de mogelijkheden van de korteketenondernemer. Dat geldt voor regels over de ruimtelijke ordening, zoals hierboven al werd toegevoegd, maar die begrenzing heeft ook impact op de tewerkstelling. Hoevewinkels vallen onder een speciale regeling, waardoor het moeilijk is om flexi-jobs aan te bieden. Het korteketenmodel van een middelgroot land- en tuinbouwbedrijf dat start met een hoevewinkel, is niet achterhaald, maar er is wel behoefte aan conceptontwikkeling voor een aangepast toekomstmodel dat ervoor zorgt dat in een bepaald dorp niet twee- of driemaal hetzelfde aanbod aan de consument wordt voorgelegd. De korte keten moet professionaliseren en diversifiëren met innovatieve modellen. De logistiek is een probleem waarvoor al deeloplossingen bestaan, maar er is nog veel verbetering mogelijk. In de reguliere landbouw wordt vaak de nadruk gelegd op een eerlijke prijs voor de aangeboden producten, maar wat is een eerlijke prijs? En wil de consument die eerlijke prijs wel betalen? De korteketenondernemer is een prijszetter, maar het ontbreekt hem aan voldoende parameters om die eerlijke prijs te bepalen.

6. Strategisch plan Korte Keten

Het strategisch plan dat in 2011 werd voorgesteld, kwam er in nauw overleg met Voedselteams vzw, Steunpunt Hoeveproducten, Innovatiesteunpunt Boerenbond, Bioforum Vlaanderen vzw, VLAM, Algemeen Boerensyndicaat en de vijf Vlaamse provincies. Het plan genoot daarmee een brede steun vanuit de sector. Negen jaar later blijkt jammer genoeg dat te weinig van de voorgestelde maatregelen uit dat plan werden uitgevoerd. Het platform organiseerde regelmatig overlegmomenten, maar van geen enkele daarvan zijn notulen opgemaakt. Vanaf 2017 nam de Raad van Belang de plaats in van het platform, maar ook van die raad zijn er jammer genoeg geen notulen beschikbaar.

Voor een aantal geplande maatregelen zijn er stappen in de goede richting gezet, maar de meeste werden uiteindelijk amper of niet uitgevoerd. De conclusie is dat het plan niet tot de beoogde opschaling en verankering van de korte keten in Vlaanderen heeft geleid. Er werden ook veel te weinig middelen ter beschikking gesteld. Het Steunpunt Korte Keten ontvangt bijvoorbeeld van de overheid omgerekend middelen om ongeveer één vte tewerk te stellen. Het gaat ook niet om structurele middelen, maar om middelen die elk jaar opnieuw moeten worden verworven. Ook VLAM kreeg beperkte middelen om mee het strategisch plan uit te voeren. Het werd evenwel duidelijk dat die middelen ontoereikend waren om het strategisch plan gedegen uit te voeren. Ter vergelijking: de ondersteuning in Wallonië komt overeen met acht vte's. Daarnaast zijn er ook LEADER- en PDPO-middelen naar de korte keten en logistieke ondersteuning gegaan. In de loop van de jaren gaat het om meer dan 1 miljoen euro. Er moet dus ook worden nagedacht over welke beleidsinstrumenten het meest geschikt zijn om de huidige uitdagingen en behoeften van de korte keten aan te pakken. Ook de middelen die in de beginjaren (2011, 2012 en 2013) werden uitgetrokken voor quick wins, bleken niet altijd even efficiënt. Het ging om 24 projecten die voor een totaalbedrag van 170.000 euro werden gesubsidieerd. Alles bij elkaar was dat duidelijk te weinig voor de noodzakelijke structurele ondersteuning.

Het is nu tijd dat de overheid een boost geeft aan zowel de bedrijven die vandaag al via de korte keten werken, als aan producenten die er nu of in de toekomst mee willen beginnen. De overheid moet door het ontwikkelen van een echt korteketen-beleid proberen om de verworven groei vast te houden en verdere groei te stimuleren. Dat kan door structurele maatregelen te nemen die de korteketen-producenten financiële en logistieke ademruimte geeft, en die wettelijke hinderpalen wegneemt. Zo krijgt de korte keten alle kansen die ze verdient om zich verder te ontplooiën.

Het eerder genoemde strategisch plan, met zijn acht doelstellingen, blijft relevant om een beleidskader voor de korte keten uit te werken. De toen geformuleerde doelstellingen stemmen nog sterk overeen met de huidige behoeften en met de uitdagingen die vandaag worden ervaren:

- doelstelling 1 – Producenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten;
- doelstelling 2 – Consumenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten;
- doelstelling 3 – Professionele begeleiding realiseren van de producenten die in de korte keten actief zijn of dat willen zijn;
- doelstelling 4 – Enerzijds kennisuitwisseling en -ontsluiting van de bestaande kennis bevorderen, en anderzijds onderzoek naar ontbrekende maar noodzakelijke kennis stimuleren;
- doelstelling 5 – Overleg creëren om de knelpunten in de wetgeving weg te werken;
- doelstelling 6 – Het potentieel van de keten uitwerken;
- doelstelling 7 – Tot een coherent beleid komen waarin versnippering wordt tegengegaan;
- doelstelling 8 – Duurzaamheid van afzet en productie stimuleren.

7. Advies Interbestuurlijk Plattelandsoverleg over lokale voedselstrategieën

Op het strategisch plan volgde in 2014 een advies over lokale voedselstrategieën van het Interbestuurlijk Plattelands Overleg (IPO). Dat advies was gericht aan de Vlaamse Regering en de Vlaamse provincie- en gemeentebesturen.

Het IPO-advies bevat drie invalshoeken: beleid en beheer, ondernemerschap en ruimte. Het advies bouwt grotendeels voort op het strategisch plan Korte Keten, maar legt een aantal nieuwe klemtonen. Het wijst onder meer op het belang van het lokale niveau als hefboom voor de korte keten en legt ook de nadruk op innovatie.

De VVSG krijgt via de VLM middelen om lokale besturen te helpen bij het ontwikkelen van een lokale voedselstrategie. De kruisbestuiving tussen voedselstrategie en korte keten, inclusief betrokken partijen, zou een meerwaarde moeten zijn, maar daarvoor zijn een sterke samenwerking en afstemming nodig die vandaag jammer genoeg nog te weinig aanwezig zijn.

Veel gemeenten zijn ondertussen wel aan de slag gegaan om een lokale voedselstrategie uit te werken. Het lokale niveau heeft dus wel het heft al deels in eigen handen genomen, maar heeft ook niet alle tools in handen. Het Vlaamse niveau mag niet achterblijven.

8. De korte keten aan de andere kant van de grens

Hoewel de korte keten ook in Vlaanderen groeit, verloopt die groei traag. Die veel-
eer trage groei vindt deels zijn oorzaak in het feit dat de korte keten in het verleden vooral steunde op individuele initiatieven en projecten. Een echt structureel beleid

is er in Vlaanderen niet, terwijl bijvoorbeeld Nederland en Wallonië wel sterk inzetten op de realisatie van een geprofessionaliseerde korte keten.

In Nederland is er de Taskforce Korte Keten, waarbij enkele ondernemers met de nodige beleidsmatige steun zijn uitgegroeid tot het aanspreekpunt, het kenniscentrum en de facilitator van de korte keten in Nederland. Ook in Nederland merkten ze dat veel korteketeninitiatieven vaak tegen dezelfde obstakels aanliepen, vooral als ze begonnen te groeien. Doordat iedere initiatiefnemer het gevoel heeft dat hij zelf iedere keer opnieuw het wiel moet uitvinden, blijft het bereik relatief klein. Een sterk en centraal punt helpt dan om de nodige kennis door te spelen en problemen bij het beleid aan te kaarten.

In Wallonië is met DiversiFERM een verzelfstandige organisatie opgericht die onafhankelijk van de overheid kan werken. Dat expertisecentrum is ingebed in de Universiteit van Gembloux, Accueil Champêtre en de Waalse provincies. Doordat de organisatie buiten de bestaande structuren werkt, kan er snel worden ingespeeld op een veranderende markt. Naast de hoeveelheid middelen is de politiek neutrale inbedding een tweede belangrijk verschil met Vlaanderen.

Frankrijk is in 2009 al overgegaan tot grootschalig onderzoek (Références des Circuit Courts). Zo zijn er nu echte benchmarks om startende en bestaande projecten te beoordelen. In totaal werden er elf onderzoeken uitgevoerd, waarvan er zeven over verschillende producttypes gingen (schapenvlees, rundsvlees, groenten, pluimvee, melkvee enzovoort) en vier over bredere onderwerpen (sociale effecten, milieuprestaties, innovaties en economische benadering). Op basis van die data heeft Frankrijk een gedegen korteketenbeleid kunnen voeren.

De Europese Commissie zet met haar Farm-to-Forkstrategie ook in op het herwaarderen en verkorten van de productieketen. Overal in de Europese Unie komt zo het belang naar voren van een doordacht voedselbeleid dat inzet op een duurzaam en gezond voedingsproces.

9. Een toekomstvisie en -beleid voor de korte keten in Vlaanderen

De korte keten biedt voor Vlaanderen veel opportuniteiten. Vlaanderen is een van de meest vruchtbare landbouwgebieden wereldwijd. Tegelijkertijd biedt de ligging van Vlaanderen in een sterk verstedelijkt gebied met (relatief) welstellende en kritische burgers en consumenten een enorm potentieel. Om die opportuniteit ten volle te gelde te maken zal sterk ingezet moeten worden op het stimuleren van een kwalitatief segment dat inzet op smaak, gezondheid en duurzaamheid.

Een beleidskeuze om in te zetten op de groei van de korte keten biedt bovendien opportuniteiten voor innovatief ondernemerschap, dat inzet op betaalbaar en duurzame voeding. Daarnaast biedt het ook opportuniteiten voor de verdere uitbouw van het ecotoerisme, waarbij smaakvolle producten centraal kunnen staan.

De coronapandemie opent nieuwe horizons voor boeren en burgers. Een groeiende groep Vlamingen heeft kennism gemaakt met de duurzame korteketenproducten. Ook vanuit de landbouwers is er een groeiende interesse voor een kortere keten. De kans doet zich dus voor om het strategisch plan van 2011 en het advies van het Interbestuurlijk Plattelandsoverleg (IPO) van 2014 nogmaals ter harte te nemen, ze waar nodig te actualiseren, en een daadkrachtig en coherent beleid voor de korte keten uit te rollen.

Ook de Strategische Adviesraad Landbouw en Visserij (SALV) ziet in de extra aandacht die door de coronacrisis naar de aankoop van voeding is gegaan, een momentum om de korte keten structureel op te schalen. Op 14 juli 2020 schreef de SALV een advies dat het beleid oproept om maatregelen te nemen die de positieve

trend in de sector op een duurzame manier kan bewerkstelligen. De krachtlijnen daarvan kunnen als volgt worden samengevat:

- 1° er is behoefte aan een coherent beleid dat is afgestemd tussen de verschillende overheidsniveaus en over de beleidsdomeinen heen;
- 2° het overleg binnen de korte keten moet beter worden gefaciliteerd via een duidelijk platform;
- 3° er is behoefte aan een diepgaander onderwijsaanbod over de korte keten;
- 4° ook het adviesaanbod moet worden uitgebreid met specifieke vorming op maat, en met individuele traject- en conceptbegeleiding;
- 5° er is behoefte aan adequate data over de korte keten;
- 6° ook de korte keten in de professionele kustvisserij verdient aandacht.

Het SALV-advies benadrukt ook het potentieel van de korte keten om bij te dragen aan de veerkracht van de Vlaamse land- en tuinbouwbedrijven. Dat past dan volledig in de visie van een robuuste, duurzame en lokale agrarische sector in Vlaanderen. Tegelijk wijst het advies ook op de limieten van de korte keten. Terecht wordt er gezegd dat het momenteel onmogelijk is om de volledige land- en tuinbouwproductie op de korte keten te stoelen. Dat is dan ook niet de directe ambitie van dit voorstel van resolutie.

Het advies van de SALV valt in grote lijnen samen met het strategisch plan van 2011 en het IPO-advies van 2014. Al die documenten vragen, samen met dit voorstel van resolutie, naar een coherent voedsel- en landbouwbeleid waarin de korte keten haar plek verdient.

Chris STEENWEGEN
Jeremie VANEECKHOUT
Mieke SCHAUVLIEGE

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

Het Vlaams Parlement,

- gelet op:
 - 1° het strategisch plan Korte Keten van 2011, het advies over lokale voedselstrategieën 2.0 van het Interbestuurlijk Plattelandsoverleg en het SALV-advies over de korte keten van 2020;
 - 2° het groeiende draagvlak voor de korte keten bij boeren en burgers, en het groeiende marktaandeel van de korte keten. Uit recent onderzoek van april 2020 blijkt dat 42 procent van de Belgen vaker lokale producten wil kopen en 33 procent rechtstreeks bij de boer wil kopen. Uit een rondvraag van de VVSG in februari 2020 blijkt dat meer dan de helft van de gemeenten in Vlaanderen in 2020 extra op een lokaal voedselbeleid wil inzetten;
 - 3° de aandacht die de korte keten door de coronapandemie heeft gekregen en de opportuniteiten die daaruit voortvloeien;
 - 4° de promotiecampagne de Zomer van de Korte Keten, die in 2020 plaatsvond met de steun van de minister van Landbouw;
 - 5° de voordelen van de korte keten voor zowel landbouwers, burgers als de maatschappij. Landbouwers die meestappen in het korteketenverhaal, winnen aan vrijheid en kunnen aanspraak maken op een eerlijkere prijs voor hun producten. Burgers worden zich opnieuw bewust van de herkomst van voeding en krijgen meer waardering voor lokaal duurzaam geteeld voedsel. Het dichterbij elkaar brengen van voedselproducent en voedselconsument zorgt ook voor meer zekerheid voor beide partijen. Ook de maatschappij wint bij een sterke korte keten aangezien een duurzame lokale landbouwsector garant staat voor open ruimte en sociale interactie tussen mensen;
 - 6° de moeilijke werkomstandigheden van veel boerende boeren. Door de vele opeenvolgende crisissen, gecombineerd met de concurrentie op de wereldmarkt, kunnen velen het hoofd nauwelijks boven water houden;
 - 7° de uitdagingen voor jonge of startende landbouwers die een innovatieve bedrijfsvoering nastreven;
 - 8° de generatiewissel die zich voltrekt bij de actieve landbouwers en de daaraan verbonden behoefte om jonge landbouwers actief te ondersteunen in nieuwe vormen van bedrijfsvoering;
 - 9° de opportuniteiten die zich aandienen met de voorbereiding van de hervorming van het gemeenschappelijk landbouwbeleid;
- vraagt aan de Vlaamse Regering om:
 - 1° het strategisch plan Korte Keten, inclusief het IPO-advies van 2014, na actualisering en in overleg met de betrokken actoren, volledig en coherent uit te voeren, en daarvoor ook de nodige middelen vrij te maken;
 - 2° de korte keten als belangrijke pijler mee te nemen in de hervorming van het gemeenschappelijk landbouwbeleid;
 - 3° te onderzoeken welke invloed de aanwezigheid van een korteketeninitiatief heeft op de lokale economie en omgeving;
 - 4° de korte keten op te nemen in de eindtermen van het landbouwonderwijs;
 - 5° in overleg te treden met de diverse stakeholders, te luisteren naar welke wetgeving zij als hinderpaal zien voor de verdere groei van de korte keten en te proberen om daar ook gehoor aan te geven. Er moet specifieke aandacht gaan naar de dialoog met de korteketenlandbouwer zelf, die als een actieve actor moet worden gezien;
 - 6° middelen uit te trekken voor landbouwers die de overstap naar een korteketenbedrijfsvoering willen maken door, naar het voorbeeld van Nederland, in te zetten op een transitiefonds voor vernieuwende ondernemers;

- 7° een centraal punt te creëren dat de cijfers over de korte keten monitort;
- 8° de distributie en logistieke professionalisering verder te ondersteunen;
- 9° experimenteerruimte te creëren voor alternatieve financiering en eigendomsstructuren in de landbouw;
- 10° meer aandacht te hebben voor de consumentenkant en daarmee in te spelen op het brengen van een nieuw verhaal voor de korte keten, alsook dat verhaal generiek te promoten.

Chris STEENWEGEN
Jeremie VANEECKHOUT
Mieke SCHAUVLIEGE