

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 314

van **EMMILY TALPE**

datum: 4 februari 2022

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ECONOMIE, INNOVATIE, WERK, SOCIALE ECONOMIE EN LANDBOUW

Eetgelegenheden - Aangeven herkomst vlees

Franse restaurants, kantines en alle andere plekken waar kip, varkensvlees, lamsvlees of schapenvlees wordt geserveerd, moeten vanaf maart 2022 aantonen waar de dieren geëld hebben en geslacht zijn. De eetgelegenheden moeten ook aangeven of het vlees vers of ingevroren is. De maatregel geldt al twintig jaar voor rundsvlees, maar voor kip, varkensvlees, lamsvlees en schapenvlees gold hij vooralsnog enkel in supermarkten en beenhouwerijen. Met de uitbreiding van de maatregelen wil de Franse regering inspelen op de toenemende interesse van consumenten in de oorsprong van voeding. Maar er zit natuurlijk ook een chauvinistische dimensie achter, namelijk de consumptie van lokaal vlees verhogen, op plekken zoals schoolkantines.

1. Vreest de minister een impact van deze maatregel op de exportmogelijkheden van Vlaams vlees van runderen, varkens, kippen, schapen of lammeren?
2. Passen deze maatregelen in de Europese ambitie om een gelijk speelveld tussen de lidstaten te creëren met betrekking tot de import en export van vlees?
3. Ondervindt onze export van vlees nadelen van gelijkaardige maatregelen in andere EU-lidstaten die het belang van eigen geproduceerd vlees onder de aandacht van de consument willen brengen?
4. Zet deze Franse strategie ook Vlaanderen aan om gelijkaardige maatregelen te overwegen in het kader van het aanmoedigen van het consumeren van lokaal geproduceerd vlees?



**Vlaams
Parlement**

HILDE CREVITS

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ECONOMIE, INNOVATIE, WERK, SOCIALE ECONOMIE EN LANDBOUW

ANTWOORD

op vraag nr. 314 van 4 februari 2022

van **EMMILY TALPE**

1. Cijfers van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) tonen aan dat België in 2020 tegenover Frankrijk een positieve handelsbalans had van 400 miljoen euro voor vers en bevroren vlees, 17 miljoen euro voor gedroogd en gerookt vlees en 20 miljoen euro voor vleesbereidingen (bron: <https://www.vlaanderen.be/vlam/sites/default/files/publications/2021-07/Frankrijk%20vlees%202021.pdf>).

Volgens het Franse Ministerie van Landbouw is vandaag de helft van het vlees dat in schoolkantines wordt geconsumeerd, ingevoerd vlees. Voor gevogelte loopt dit zelfs op tot 60% à 80%.

Voor vers en bevroren kippenvlees zijn we eerste toeleverancier van Frankrijk met 110 duizend ton, of 30% van de totale import in 2020. De verklaring hiervoor lijkt een louter economische beslissing te zijn waarbij een kwalitatieve en rendabele kip wordt geleverd, waaraan de Franse sector vandaag niet kan beantwoorden.

Voor varkensvlees is België slechts een kleine speler op de Franse markt. België is derde toeleverancier met 220 duizend ton of 6% van de totale import. 67% komt uit Spanje. Ook hier staan we bekend voor ons hoog rendement, maar beantwoordt het Spaanse varkensvlees beter aan de smaakvoorkeur van de Fransen. België slacht bovendien ook Franse varkens, die als karkas opnieuw naar Frankrijk gaan. Zo'n 20% van onze export kan dus op de Franse markt als Frans vlees aangeboden worden. Ons Belgisch varkensvlees komt bovendien vooral terecht in de vleesverwerking, die momenteel nog geen impact ondervindt van deze nieuwe maatregelen.

Ook voor schapen- en lamsvlees is België een kleine speler. België is een netto importeur voor schapen en lamsvlees, waarbij de eigenproductie minder dan 20% dekt van de zelfvoorzieningsgraad. Daarom denken we dat de impact van de huidige Franse maatregel eerder beperkt zal zijn, dankzij de sterkte van onze vleessectoren.

2. Op dit moment geldt een verplichte oorsprongsetikettering voor een aantal producten waaronder rundvleesproducten en ingevoerd pluimvee. Ook zijn voorschriften vastgelegd voor vers, gekoeld of bevroren vlees van varkens, schapen en geiten. De nieuwe Franse regels sluiten aan bij de bestaande verplichte oorsprongsetikettering in de dierlijke sectoren. Frankrijk breidt dus enkel het toepassingsgebied uit.

In de pers werd aangekondigd dat de Franse overheid, na meer dan 2 jaar onderhandeling met de Europese Commissie, toestemming zou verkregen hebben om in volgende duidelijk afgebakende situatie af te wijken van het facultatieve karakter:

- a) de verplichte vermelding van twee zaken: geboorteland en land van slachting;
- b) de verplichting geldt voorlopig enkel voor uitbaters van overheidsrestaurants ('cantines'). Uitbreiding naar uitbaters van private groepsrestaurants (bv. bedrijfsresto) wordt vooropgesteld in 2024.
- c) de verplichting geldt enkel voor sommige verse vleessoorten (niet voor bewerkte producten of andere vleessoorten).

Om dit dossier goed te kunnen beoordelen zou een analyse moeten gebeuren van de Franse regelgeving, van de Franse motivering van de verenigbaarheid ervan met het EU recht en eventueel van de instemming van de Europese Commissie, voor zover die schriftelijk bestaat. Finaal kan enkel het Europees Hof van justitie oordelen of deze overheidsmaatregel verenigbaar is met het Europees recht.

3. Het inzetten op eigen geproduceerd voedsel is niet nieuw en is een thema waar zowat alle EU landen op inspelen, ook wijzelf (zie vraag 4). Een goed voorbeeld is de versterkte aandacht in Duitsland voor 5D, waarbij de dieren in Duitsland geboren, groot gebracht, gemest, geslacht én verwerkt worden.

Toch is tot nu toe deze impact voor onze handel eerder beperkt gebleken. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de consument in de eerste plaats belang hecht aan prijs, smaak, vervaldatum/minimumhoudbaarheidsdatum, gemak en/of uitzicht, en dan pas aan oorsprongsetikettering. Bovendien zou het verplichten van gelijkaardige maatregelen leiden tot meerkosten ten gevolge van de extra traceerbaarheidseisen en controles die moeten worden ingevoerd. Hierbij speelt de consumentenparadox een rol, waarbij er een aanzienlijke kloof bestaat tussen de intenties van de consument en zijn daadwerkelijke gedrag.

4. Als minister van landbouw ben ik niet bevoegd om op het grondgebied van het Vlaams Gewest dergelijke regels in te voeren. Artikel 6, §1, VI, 5de lid, 4° van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 geeft immers aan dat de federale overheid bevoegd is inzake het mededingingsrecht en het recht inzake handelspraktijken.

Vandaag maken veel voedingsproducenten en voedingsverkopers al in ruime mate gebruik van de toegestane mogelijkheid om de oorsprong te vermelden. Vooral op voorverpakte producten in winkelschappen staat die info.

Enerzijds kunnen lidstaten facultatieve elementen echter niet veralgemeend verplichten op hun grondgebied. De Belgische agrovoedingssector heeft zich in het verleden trouwens meermaals uitgesproken als tegenstander van dergelijke nationale verplichtingen. Het staat een efficiënte vierkantsverwaarding van karkassen in de weg en gaat er aan voorbij dat de zowel de binnenlandse als de buitenlandse consument soms voorkeur heeft voor bepaalde karkasstukken die onvoldoende voorradig zijn op de binnenlandse markt, terwijl er naar andere stukken dan weer minder vraag is. Vlaanderen is een belangrijke speler in de Europese vleeshandel, waarbij (intracommunautaire) handel essentieel is om het volledige dier te kunnen valoriseren. Het zou dus in ons nadeel zijn moest elke lidstaat terugplooiën op de eigen productie en de consument opgezet wordt tegen buitenlandse producten.

Anderzijds willen we de Vlaamse consument wel bewust helpen kiezen voor producten van bij ons, en een voorkeur creëren voor lokale producten wanneer die beschikbaar zijn. In 2021 werd door een aantal bedrijven en organisaties het charter 'Voedsel verbindt boer en burger' ondertekend. In dit charter hebben we de ambitie om de voorkeur voor lokale voeding te bestendigen en te versterken. Het charter wakkert de fierheid voor lokale voeding aan, wil de herkenbaarheid ervan verhogen en stimuleert zowel de consument als de professional om bewust te kiezen voor producten van bij ons. Daarom zet VLAM naast een ruime communicatie naar consument, ook in op communicatie naar professionele partners in retail en horeca. Doel is om de producten van eigen bodem goed zichtbaar te maken en de troeven van onze topproducten uit te spelen. ['Lekker van bij ons'](#) is hierbij voor alle communicatie de centrale kapstok. Deze stimulerende aanpak vertrekt vanuit een positieve benadering.

Het charter past ook binnen de Vlaamse voedselstrategie die ik eind dit jaar zal lanceren tijdens de eerste Vlaamse voedseltop. Het charter kan u online raadplegen:

<https://www.vlaanderen.be/vlam/sites/default/files/2021-06/Charter%20Voedsel%20verbindt%20boer%20%26%20burger.pdf>.