

**Knelpuntennota naar aanleiding van het Symposium
'Korte Keten initiatieven in Vlaanderen: kansen en beleid'
22 oktober 2010**

Inleiding

Naar aanleiding van het Symposium 'Korte Keten initiatieven in Vlaanderen: kansen en beleid' werden de knelpunten op het vlak van korte keten opgelijst door Voedselteams vzw, Steunpunt Hoeveproducten, BioForum Vlaanderen vzw, VLAM en Innovatiesteunpunt Boerenbond, hierna "de Partners" genoemd. Het resultaat vindt men in deze nota waarin naast de inventaris van de knelpunten ook een plan van aanpak wordt voorgesteld om ze op te lossen.

Basis van de inventaris van de knelpunten is de AMS studie "Korte keten initiatieven in Vlaanderen, een overzicht" (1). In deze studie wordt **Korte keten** in de landbouw gedefinieerd als een distributiemodel dat omschreven kan worden als een rechtstreeks samenwerkingsverband tussen de producent en de consument. De consument koopt rechtstreeks bij de producent, de landbouwer, zonder tussenschakels van voedingsverwerkende industrie of distributie.

Het begrip korte keten kan enkel op de afgelegde afstand duiden (bv. voedselkilometers, afstand producent – consument), maar kan ook – ruimer bekeken – als een middel gezien worden om duurzame ontwikkeling te promoten, daarbij teruggrijpend naar de drie pijlers van duurzaamheid: sociale, ecologische en economische duurzaamheid. De korte keten initiatieven zijn in dat opzicht typerend voor de invulling van **lokale voedselsystemen**.

Lokale voedselsystemen hoeven niet noodzakelijkerwijs gebruik te maken van de strikte korte keten om de producten van producent tot consument te krijgen. Een scan van diverse initiatieven en literatuur terzake wijst echter uit dat lokale voedselsystemen en korte keten nauw met elkaar verbonden zijn.

De partners adviseren dan ook aan het beleid om lokale voedselsystemen waaronder 'verkorte keten' mee op te nemen in verdere studies en in het beleidswerk en wetgeving

Korte keten initiatieven kunnen **diverse vormen** aannemen. De verkoop van de hoeveproducten kan gebeuren op het bedrijf zelf, in de hoevewinkel, via thuisverkoop of op boerenmarkten, of via collectieve systemen zoals voedselteams of groenteabbonnementen. De landbouwer kan zijn producten ook aan de man brengen via kraampjes langs de kant van de weg of de consumenten kunnen zelf hun producten gaan oogsten op het bedrijf ('zelfpluk').

Voordelen van de Korte Keten

Afhankelijk van de vorm die de 'korte keten' aanneemt, zullen ook de voordelen verschillen of meer uitgesproken zijn. In de AMS studie wordt volgend overzicht van de vele voordelen die in de literatuur worden opgesomd.

Sociaal

- ✓ Er is een direct contact tussen landbouwer en consument.
- ✓ De consument weet waar zijn voedsel vandaan komt, hij 'herontdekt' de landbouw.

- ✓ Het herstellen van een vertrouwensrelatie met betrekking tot kwaliteit.
- ✓ Het imago van de landbouw wordt verbeterd. Transparantie van landbouw.
- ✓ Bijdragen tot herstel van sociale relaties.
- ✓ Contact stad/platteland.
- ✓ Beroepstrots producent.

Ecologisch

- ✓ Minder transport, beperken van voedselkilometers.
- ✓ Minder verpakkingsafval.
- ✓ Beperking van energieverbruik (vervoer verwarming, bewaring, verpakking, etc.).
- ✓ Bij veel korte keten initiatieven worden extra milieucriteria gehanteerd (bv. geen pesticiden, herbiciden, geen bewaarmiddelen, etc.) of ligt de focus op biologische teelt.
- ✓ Veiliger en gezonder voedsel voor de consument.

Economisch

- ✓ Bevorderen van de regionale economie.
- ✓ Kansen voor kleinschalige en gemengde bedrijven.
- ✓ Kansen voor bedrijven in peri-urbaan gebied, nabijheid van consument.
- ✓ Duidelijke en eerlijke prijs, voor consument en producten, zonder tussenschakels.
- ✓ Zekerheid over afzet (bv. bij contracten tussen producent en consument, als bv. voedselteams).

In de AMS studie wordt opgemerkt dat rond deze aspecten en voor- en nadelen van korte keten initiatieven nog meer onderzoek noodzakelijk is.

De partners willen naast de inventaris van knelpunten ook een plan van aanpak van deze knelpunten voorstellen waardoor de doelgroep beter kan ondersteund worden, vanuit het beleid en vanuit de verschillende organisaties. De partners vinden dat hiervoor volgende zaken dienen aangepakt te worden:

- 1. Kennis Korte keten verbeteren en verspreiden**
- 2. Knelpunten op wettelijk en beleidsvlak wegwerken ter bevordering van instap in korte keten**
- 3. Aangepaste steunmaatregelen**
- 4. Korte keten beter organiseren - potentieel uitbreiden**

1 Kennis Korte keten verbeteren en verspreiden

1.1 Statistische kennis vervolledigen

Lokale voeding en korte keten initiatieven zitten wereldwijd in de lift. Zo schat men het marktaandeel in het Verenigd Koninkrijk momenteel op 1,5% van de totale voedingsmarkt. De laatste 2 jaar zien we een significante stijging van de hoeveerverkoop volgens de GFK-cijfers (VLAM), hoeveerverkoop zou nu goed zijn voor 0,50% van de totale voedingsmarkt, wat weinig lijkt maar toch significant.

Kennis van de toeleveranciers

De database van het steunpunt hoeveproducten bevat ongeveer 1.200 hoeveproducenten. Bij het FAVV zijn er 394 hoevezuivelaars, 115 hoeveslagers en 414 verwerkers groenten en fruit bekend. Verder ziet het steunpunt hoeveproducten ieder jaar zijn aantal adviesaanvragen stijgen, en verwachten ze in 2010 boven de 250 adviesaanvragen te komen. Binnen de biologische landbouw zijn er 139 bedrijven die actief zijn op vlak van korte keten.

Opdat deze doelgroep beter zou kunnen worden ondersteund, is het noodzakelijk dat het concept korte keten wordt afgebakend en dat er beleidsmaatregelen worden bepaald voor de diverse doelgroepen, zoals ook wordt aangegeven in het rapport van AMS. Op die manier kunnen relevante gegevens bijgehouden worden zowel qua profiel van de kopers als qua profiel van de toeleveranciers en de verschillende actoren in de korte keten en lokale voedselsystemen .

Vraag: baken het concept korte keten af en bepaal beleidsmaatregelen voor de doelgroepen

Vraag: breng de profielen statistisch in kaart.

1.2 Gegevens m.b.t rentabiliteit in kaart brengen

Opdat de steunmaatregelen zoals VLIF ook rekening zouden houden met korte keten op realistische basis dient de rentabiliteit (alsook arbeid) in kaart te worden gebracht. Er moet duidelijkheid komen vanaf wanneer de verbredingsactiviteiten een wijziging teweeg brengen in de status als landbouwbedrijf en wat hierin realistische en praktijkrelevante criteria zijn.

Vraag: breng rentabiliteit en meerwaarde van verbreding in kaart

1.3 Communicatie

1.3.1 Publiek maken van die gegevens

Er bestaat te weinig communicatiemateriaal voor de geïnteresseerde consumenten. Een website alleen is ontoereikend, ook ander infodragers zijn nodig om de zichtbaarheid te vergroten. Daarnaast moet de meerwaarde van korte keten meer in de verf gezet kunnen worden.

Opdat de consument gebruik kan maken van de kanalen van korte keten dienen deze ook bij het publiek bekend te zijn. Een overkoepelende website dient de verschillende initiatieven in kaart te brengen.

Vraag: maak korte keten zichtbaar voor de consument. Voer communicatie en promotie, onder andere als groep via VLAM, op basis van de noden en aangestuurd door de vraag van de marktdeelnemers

1.3.2 Succesverhalen korte keten bekendmaken

Opdat ondernemers de mogelijkheden zouden zien van de korte keten dienen zij zicht te hebben op de haalbaarheid en dit op alle vlak. Onderbouwd cijfermateriaal brengt die haalbaarheid in kaart. Aanvullend kan aan de hand van succesverhalen van collega's ook de praktijk geschetst worden zodat wens een werkelijkheid kan worden.

Vraag: breng de succesverhalen naar buiten

1.3.3 Informatie wetgeving en beleid

Indien de enge definitie van Korte Keten wordt gevolgd met focus op de hoeveproducent dan moet deze aan diverse regelgevingen voldoen om zelf producten te kunnen verkopen. Het is ook met betrekking tot deze regelgevingen dat het Steunpunt Hoeveproducten ondersteuning biedt aan hoeveproducenten. Deze regelgevingen hebben betrekking op:

1. Verplichtingen t.o.v. het FAVV.
2. Verplichtingen m.b.t. de handelswetgeving.
3. Verplichtingen m.b.t. ruimtelijke ordening.
4. Verplichtingen m.b.t. de milieuvergunningen.
5. Verplichtingen m.b.t. etikettering.
6. Verplichtingen m.b.t. prijszetting.
7. Verplichtingen m.b.t. verpakkingen.
8. Verplichtingen m.b.t. het koelen van voedingswaren.
9. Verplichtingen m.b.t. het gebruik van meettoestellen.

Het is in die zin belangrijk dat er een **aanspreekpunt** vanuit de sector zoals het Steunpunt Hoeveproducten structureel financieel blijft ondersteund worden en een overkoepelende werking blijft uitvoeren. Hierbij dient de informatie wel breed beschikbaar te zijn. Het is niet wenselijk dat iedereen die werkzaam is in de korte keten of lokale voedselsystemen deze info zelf moet uitzoeken en lobbywerk verrichten naar de Vlaamse Overheid.

Het Steunpunt heeft al sinds jaren een netwerk opgebouwd met de Vlaamse Overheid, FAVV,... waarbij de belangen van iedere hoeveproducent (al dan niet bio) verdedigd worden. Binnen het Steunpunt bestaat een stuurgroep die 4 maal per jaar samenkomt waarin reeds BB, innovatiesteunpunt, VLAM,... vertegenwoordigd zijn. Deze stuurgroep kan uitgebreid worden met vertegenwoordigers van organisaties die actief zijn in korte keten en lokale voedselsystemen om zo een echt netwerk overleg te worden.

De partners zijn vragende partij dat inzake wetgeving en beleid aanvullend aan de huidige werking vanuit Steunpunt Hoeveproducten een **aanspreekpunt binnen de Vlaamse Administratie** wordt aangeduid. Dit aanspreekpunt is verantwoordelijk voor de afstemming van beleid en wetgeving ifv stimulering van de korte keten doelgroep. En werkt nauw samen met de stuurgroep.

Vraag: geef structurele ondersteuning voor het Steunpunt Hoeveproducten dat vertegenwoordiging doet qua wetgeving en beleid

Vraag: geef structurele ondersteuning voor verdere uitbouw van de stuurgroep korte keten en lokale voedselsystemen tot een netwerkoverleg

Vraag: stel aanspreekpunt aan bij de Vlaamse administratie die overkoepelend wetgeving en beleid opvolgt en afstemt met de stuurgroep.

1.4 Vorming van de verschillende actoren in de korte keten ter bevordering van kwaliteit

Een aangepaste, innovatieve wijze van vorming is nodig op maat van de marktdeelnemers . Bestaande initiatieven zoals bijvoorbeeld Steunpunt Hoeveproducten moeten ondersteund worden in de verdere uitbouw van hun werkingrond vorming.

Vraag: blijvende ondersteuning van de actoren die op dit gebied actief zijn zoals bijvoorbeeld het Steunpunt Hoeveproducten.

Vraag: bekendmaking van vormingsinitiatieven

1.5 Onderzoek en innovatie stimuleren mbt deze kleine sectoren

Opdat een kleine sector zoals Korte Keten zich blijvend kan ontwikkelen, is er ook nood aan onderzoek, alsook ontsluiting van kennis.

Vraag: stimuleer het onderzoek en de mogelijkheden voor ontsluiting

1.6 Stimulansen naar het landbouwonderwijs

In de bestaande landbouwopleidingen, zowel landbouwonderwijs als bijkomende landbouwvormingen, zou de aandacht voor de eigen vermarkting en de kansen van de korte keten structureel in de opleiding vervat moeten zitten. Het Steunpunt Hoeveproducten heeft in het verleden proactief actie ondernomen naar alle L&T scholen met een heel beperkte respons.

Vraag: geef plaats aan eigen vermarkting in landbouwonderwijs

2 Knelpunten op wettelijk en beleidsvlak wegwerken ter bevordering van instap in korte keten

Beleid

De partners vinden het belangrijk dat het beleid een duidelijke keuze maakt voor verbreding en specifiek voor korte keten als mogelijk alternatief voor schaalvergroting en leefbaar houden van het platteland. Ook Europa maakte reeds die keuze.

Vraag: Overheid maak beleidskeuze voor Korte Keten en breng dit in de praktijk

Wetgeving

Het is belangrijk dat wetgeving met deze beleidskeuze rekening houdt en bestaande knelpunten aanpakt. Ook de themawerkgroep van IPO besloot *'dat het zinvol is de regelgeving voor een gedeelte aan te passen aan de praktijken op het veld die gestuurd worden door de regels van de marketing. De uitbouw van hoevewinkels is immers een zinvolle verbreding van de landbouw en een solide vorm van plattelandsontwikkeling'* .(2)

Vraag: Overheid zet de beleidskeuze ook om in aangepaste wetgeving voor Korte Keten

Aanspreekpunt Vlaamse Administratie

Bijkomend pleiten we voor het aanstellen van een aanspreekpunt voor de stuurgroep binnen de Vlaamse Administratie die mee het beleid opvolgt. Door een ambtenaar aan te stellen die op de hoogte is van de praktische zaken binnen korte keten kan nieuwe wetgeving beter voorbereid worden.

Vraag: stel een aanspreekpunt aan bij de Vlaamse administratie die overkoepelend wetgeving en beleid opvolgt en afstemt met de stuurgroep

Knelpunten in de FAVV regelgeving

- De controle op de voedselveiligheid wordt niet in vraag gesteld, maar er is nood aan een (administratieve) vereenvoudiging op maat van de bedrijven die actief zijn in de korte keten.
- De sector heeft echter **nood aan steun voor de opmaak/goedkeuring van relevante sectorgidsen**. Dit is de enige oplossing om certificeerbaar te geraken voor alle activiteiten op het betrokken bedrijf en zo in aanmerking te komen voor de FAVV bonus.
- Het uitschrijven van een autocontroleplan is tijdsintensief en vaak 'boven het petje' van de hoeveproducent. **Hoeveproducenten moeten hiervoor bijkomende begeleiding krijgen**.
- Nog al te vaak haken potentiële hoeveproducenten af op de berg bijkomende administratie.

Vraag: steun voor de opmaak/goedkeuring van relevante sectorgidsen.

Vraag: steun de opmaak van een gids 'kleinschalige verwerking van plantaardige producten'.

- De gids hoevezuivel werd lange tijd niet goedgekeurd omwille van het knelpunt putwateranalyse. Deze analyse is financieel niet haalbaar voor de hoeveproducenten. Om hoeveproducenten die vandaag al leidingwater gebruiken de mogelijkheid te bieden om te genieten van de FAVV bonus, wordt de gids ingediend bij het FAVV. Tegelijkertijd wordt een finaal voorstel aangereikt om de bestaande impasse te doorbreken: **enkel water dat direct in contact komt met het afgewerkte product zou van drinkwaterkwaliteit moeten zijn**. Leidingwater en flessenwater zijn van drinkwaterkwaliteit.

Vraag: steun het voorstel dat enkel water dat direct in contact komt met het afgewerkte product van drinkwaterkwaliteit moet zijn

- In verband met de commercialisatie van hoeveproducenten aan de groothandel bestaat nog onduidelijkheid wat wel en niet mag en in welke gevallen men een erkenning nodig heeft. Men verliest zijn HP-nummer als men bv melk inkoop. Als men evenwel voldoende eigen producten verwerkt en bijkoopt om aan assortimentuitbreiding te doen, zouden hier mogelijkheden opengelaten moeten worden.

3 Aangepaste steunmaatregelen

Steunmaatregelen kunnen helpen om de start in Korte Keten te maken. Steunmaatregelen kunnen diverse vormen aannemen. Zij zijn toegespitst op de land-of tuinbouwer, of eerder op intermediären.

3.1 Bestaande steunmaatregelen

VLIF-steun

- Thuisverkoop kan rekenen op VLIF steun, maar verhoogde VLIF Steun (28%) is nodig.
- Deze **verhoogde** VLIF-steun (28%) zou ook mogelijk moeten zijn indien men zijn eigen verwerkte producten rechtstreeks wil verkopen aan derden (horeca, collectiviteiten, kleinhandel,...). Deze kanalen kunnen immers ook interessant zijn om landbouwproducten beter te valoriseren.
- Het minimale bedrag voor VLIF-steun is 15.000 euro. Veel investeringen van vele thuisverkopers vallen onder dit bedrag. En oplossing is om de investeringen te clusteren, maar zodoende moet men dus investeringen doen die nog niet noodzakelijk zijn.
- Opm: op dit moment is een ontwerp BVR in omloop, hiermee werd nog geen rekening gehouden

Administratieve en fiscale afsplitsing

Indien de verkoop van eigen producten, hetzij thuis, hetzij buitenshuis, beperkt is tot een bruto omzet van 5.580 euro, dan kan het bedrijf werken met de forfaitaire BTW regeling. Maar als de omzet hoger is dan 5.580 euro, kan het bedrijf gedwongen worden om voor het hele bedrijf de BTW boekhouding te aanvaarden. Dit kan vermeden worden door de activiteiten van de verkoop van eigen hoeveproducten af te splitsen onder een ander BTW nr. bvb op naam van de echtgeno(o)t(e) of een vennootschap. Onder specifieke voorwaarden kan de VLIF steun evenzeer behouden en aangevraagd worden.

Binnen het VLIF wordt aanvaard dat 'verwerken en commercialiseren eigen productie' om administratieve of fiscale redenen afgesplitst wordt van de landbouwactiviteit. Hierbij moeten volgende regels nageleefd worden:

- Een administratieve of fiscale afsplitsing van de activiteit wordt aanvaard als de persoon die de activiteit uitoefent, voldoet aan de VLIF voorwaarden van tijdsbesteding en inkomsten.
- Een juridische afsplitsing (veelal onder vorm van vennootschap) van deze activiteit wordt aanvaard als volgende voorwaarden gelijktijdig vervuld zijn.
 - De bestuurders van de vennootschap zijn dezelfde als de exploitanten van het land- of tuinbouwbedrijf en bezitten 51% van de aandelen.
 - De statuten vermelden 'het verwerken en verkopen van de productie van het eigen bedrijf' als doelstelling.
 - Minstens 75% van de verkoop is afkomstig van het eigen land- of tuinbouwbedrijf (tegenover 50% in gevallen waar er geen juridische afsplitsing is).

Vraag: thuisverkopers moeten blijvend kunnen rekenen op VLIF-steun en indien mogelijk op verhoogde VLIF steun.

Vraag: Maak verhoogde VLIF steun bij verkoop aan 'derden' mogelijk

Indien op een bedrijf de hoeveverkoop of verwerking een volwaardige activiteit wordt, wordt deze vaak verder gezet door familielid die de activiteit juridisch afsplitst. VLIF-steun is dan niet meer mogelijk.

Vraag : Kan er worden nagegaan of er geen **andere** mogelijkheden kunnen gevonden worden voor die bedrijven waar de verkoops- of verwerkingsactiviteit vanuit het bedrijf is gegroeid.

3.2 Steunmaatregelen intermediairen

In PDPO II is het mogelijk dat projecten rond hoeve- en streekproducten vallen onder maatregel 331 Intermediaire dienstverlening (opleiding en vorming van ruraal ondernemerschap) en mogelijk ook onder 313 (bevordering van toeristische activiteiten) in dat geval combinatie toerisme-

streekproducten. De provinciale managementcomités per provincie beslissen over de projecten.

Daarnaast is het ook mogelijk dat in as-4 (Leader) projecten goedgekeurd worden die met hoeve- en streekproducten te maken hebben. Hierover beslissen de PG's, de plaatselijke groepen.

Bovenstaande zorgt ervoor dat innovatieve ondernemers niet altijd de toegang krijgen tot financieringskanalen om hun ideeën uit te werken. Het zijn meestal heel druk bezette mensen die geen tijd hebben om zich aan te sluiten bij allerhande provinciale comités.

Vraag: geef ondernemers met goede ideeën de kans om deze uit te werken

Anderzijds zijn er nogal wat initiatieven actief in Vlaanderen om de korte keten en lokale voedselsystemen te ondersteunen. Een vaststelling is dat er een gebrek is aan structurele ondersteuning en financiering van deze initiatieven. Allen worden ze gefinancierd met een nogal divers scala aan projectmiddelen en subsidiemaatregelen. Dit zet vraagtekens achter de duurzaamheid van de werking van deze initiatieven.

Vraag: Geef structurele ondersteuning aan organisaties die inspelen op de noden van de markt en hun kennis en ervaring reeds bewezen hebben. Vermijdt versnippering van middelen. Zorg voor continuering van goedlopende projecten.

Vraag: breng de verschillende financieringsmogelijkheden (PDPO, Interreg, Provinciaal, Leader,...) samen op 1 kanaal of website zodat deze makkelijk toegankelijk en transparant zijn.

4 Korte keten beter organiseren - Potentieel uitbreiden

Aan lokale voeding zijn er diverse intrinsieke consumentenvoordelen verbonden, de belangrijkste zijn de reductie in voedselkilometers, verhoogde lokale tewerkstelling, verhoogde traceerbaarheid, stijgend gemeenschapsgevoel, en een lokale economische multiplicator door meer inkomsten die ook weer in de eigen regio uitgegeven worden.

Interessante initiatieven zijn groentebossen of andere pakketten met lokale voeding die al dan niet zelf samen te stellen zijn via internet of een ander bestelsysteem. Wereldwijd zien we zeer goed uitgebouwde voorbeelden hiervan zoals Riverford in UK, Fresh Direct in New York of Bestelvers in Nederland. Ook in Vlaanderen kennen we dit systeem onder de vorm van voedselteams of Hartenboer maar is er nog ruimte voor sterker uitgebouwde initiatieven. Voorwaarde hierbij is een goed uitgebouwd logistiek netwerk en een sterke marketing.

Ook thuisverkoop kan nog sterk uitgebouwd worden. Met slechts 240 erkende verkooppunten aangesloten bij VLAM ligt er nog heel wat ruimte voor de verdere uitbouw en promotie van een netwerk van hoeveverkooppunten. Bij veel van deze verkooppunten is er ook nog ruimte voor een verder doorgedreven professionalisering. Productuitwisseling of ketenvorming zou de slagkracht van veel van deze winkels nog kunnen vergroten. Initiatieven zoals de Nederlandse landwinkel komen hieraan tegemoet. Boerenmarkten zijn vaak een interessant verlengde van een thuisverkoop. We zien in Vlaanderen echter een te grote diversiteit tussen de boerenmarkten onderling. Door een procedure voor erkenning en een handleiding voor gemeentes tracht VLAM hier toch ook een zekere minimumkwaliteit na te streven en de promotie daarna te versterken.

Enkel thuisverkoop en boerenmarkten bieden al te vaak teveel beperkingen (vnl. naar steden toe). Wil men een groter publiek bereiken, moet de distributieketen worden uitgebreid met buurtwinkels,

supermarkten, delicatessenzaken of internetverkoop. Zo zou men lokale voeding ook in de lange keten kunnen aanbieden via het traditionele supermarktkanaal maar dan wel duidelijk herkenbaar voor de consument. Streekselecties in Nederland brengt zo reeds diverse hoeve- en streekproducten onder het merk GIJS aan via PLUS-supermarkten. Marqt verkoopt de producten van de groentecoöperatie MijnBoer op een toplocatie in Amsterdam en Haarlem. Andere interessante initiatieven zijn Eataly in Turijn, Landerijk in Nederland, Ferme du Sart bij Lille.

In Vlaanderen hebben de supermarkten een marktaandeel van zo'n 85% voor de markt van verse voeding. Ze zijn dan ook onklopbaar op logistiek vlak en op het vlak van assortiment. Lokale voedingsinitiatieven hebben de potentie om sterker worden als ook hier het assortiment en het logistiek systeem versterkt wordt.

Vraag: Versterk logistiek en innovatieve distributiesystemen

Vraag: stimuleer productuitwisseling en ketenvorming tussen (plattelands)winkels

Bibliografie

- (1) AMS - Korte Keten Initiatieven in Vlaanderen. Een overzicht. Geertrui Cazaux.april 2010
<http://lv.vlaanderen.be/nlapps/data/docattachments/2010%2004%2026%20Korte%20Keten%20initiatieven%20in%20Vlaanderen.pdf>
- (2) Vlaams Landmaatschappij – Afdeling Platteland (2006) Hoevewinkels op het Platteland. IPO-Advies, Themagroep Hoevewinkels, Brussel.
<http://www.vlm.be/SiteCollectionDocuments/Platteland/hoevewinkels.pdf>
- (3) Verbreding gevraagd - Verkenning potentiële markt vraag verbredingsactiviteiten landbouw - Rapport Ecorys, 2009. http://www.minlnv.nl/txmpub/files/?p_file_id=37323

Organisaties die de Korte Keten ondersteunen en/of verenigen

Organisaties op Vlaams niveau

Bij de opmaak van deze nota werden de volgende organisaties betrokken die op Vlaams niveau actief zijn in de korte keten.

- **Voedselteams:** Voedselteams vzw is een organisatie die een beweging creëert rond korte keten en duurzame landbouw. Daarvoor wordt vooral gewerkt met lokale voedselteams, waarin mensen van dezelfde buurt zich verenigen en de lokale boeren ondersteunen door gezamenlijk en rechtstreeks producten van hen af te nemen. Naast ecologische (lokaal geproduceerd voedsel, biologische productie, seizoensgebonden), economische (regionale economie, eerlijke prijs) en sociale doelstellingen (teamwerking, contact producent-consument, sociale netwerken en sociaal leren) heeft Voedselteams vzw de ambitie om ook op politiek vlak druk uit te oefenen rond allerlei aspecten van voedselproductie.
- **VLAM:** promotie en afzet: VLAM promoot het label 'Erkend Verkooppunt hoeveproducten'. Enerzijds worden hoeveproducenten door middel van gerichte mailings en beurzen overtuigd toe te treden tot het label. Dit moet resulteren in een stijgend aantal 'Erkende Verkooppunten Hoeveproducten' tegen eind 2010. Anderzijds wordt het label zo veel mogelijk bekend gemaakt aan de consument via advertenties en evenementen, folders en kaartjes naar toeristische diensten. De naambekendheid van het label bij de primaire doelgroep zou tegen 2012 25% moeten bedragen. Op langere termijn is het doel de gemiddelde reële besteding per kopend gezin in Vlaanderen op te drijven met 5% per jaar.



ERKEND VERKOOPPUNT
HOEVEPRODUCTEN

Elk Erkend Verkooppunt Hoeveproducten kan ook gratis deelnemen aan het project Lokale Marketing voor Hoeveproducten waarbij aan de hand van enquêtes een SWOT-analyse wordt gemaakt van de hoeveverkoop op dat moment om te kijken welke de zwakke punten zijn die kunnen verbeterd worden en welke de sterke punten zijn die kunnen uitgespeeld worden. Reeds meer dan 50 hoeveproducenten namen deel aan dit project.

De steun aan VLAM voor hun werking rond hoeveproducten is de laatste jaren stelselmatig afgebouwd waardoor het steeds moeilijker wordt om hoeveproducten op een goed doordachte manier en met voldoende middelen in Vlaanderen te promoten.

- Het **Steunpunt Hoeveproducten:** advies, info, vorming en belangenverdediging: het Steunpunt Hoeveproducten – een initiatief van KVLV vzw staat ten dienste van land- en tuinbouwers die op hun bedrijf kiezen voor de uitbouw van hoeveverwerking en/of -verkoop. Ze begeleiden actieve hoeveproducenten om zich volledig in orde te stellen met de wetgeving, starters maken ze wegwijs in het kluwen van papieren en administratieve verplichtingen. Daarnaast wordt extra aandacht besteed aan de opvolging van en begeleiding bij actuele noden en problemen van hoeveproducenten en worden allerlei bijscholings- en andere activiteiten georganiseerd. Het steunpunt heeft een zeer ruime ervaring opgebouwd maar mist een lange termijn engagement en structurele financiering voor haar werking. Nu is het telkens afwachten of er ergens geld te vinden is om de werking te continueren.
- **Innovatiesteunpunt Boerenbond:** het innovatiesteunpunt sensibiliseert en begeleidt reeds tien jaar lang regionale vermarktinginitiatieven op vlak van strategie, marketing, etc. Bedrijfsleiders kunnen op hen een beroep doen voor een goed strategisch plan voor het uitbouwen van hun korte ketenverkoop of voor de professionalisering ervan. Daarnaast worden ook samenwerkinginitiatieven op het vlak van korte keten begeleidt (hartenboer, HHV, coöperatie Mmm...Eetjesland, local food express, Kempenkorf...). Het innovatiesteunpunt heeft

ook een ruim vormingsaanbod ontwikkeld met activiteiten als kostprijsberekening, cursussen marketing en communicatie, avonden rond persaandacht, themanamiddagen rond winkelinrichting... Bovendien is het innovatiesteunpunt BB leadpartner in het project **'GROEI.kans!'** dat multifunctionele rurale ondernemers wil versterken door vorming en door het gezamenlijk ontwikkelen van performante afzetstrategieën. De activiteit wil inzetten op de gezamenlijke ontwikkeling en implementatie van succesvolle afzetstrategieën. Daartoe zullen een aantal 'good practices' grensbreed geïmplementeerd worden. Deze innovatieve marktstrategie zal toegepast worden op de sector hoeve- en streekproducten. Het Innovatiesteunpunt BB ontvangt geen structurele steun voor haar begeleiding van korte keteninitiatieven en werkt op basis van projecten.

- **BioForum Vlaanderen vzw** is de koepelorganisatie van de biologische landbouw en voeding. BioForum ondersteunt en vertegenwoordigt de bioboeren, bioverwerkers en bioverkooppunten in Vlaanderen. De ondersteuning van de bio-boeren door BioForum is gegroeid vanuit de werking van het vroegere Belbior, die een jarenlange expertise hadden opgebouwd in de ondersteuning van korte keten. Binnen de biosector hebben korte keten initiatieven een belangrijke plaats. Maar ook het omgekeerde is waar: biologische landbouw is sterk vertegenwoordigd binnen de korte keten initiatieven. Binnen de aankoop van bio-producten gebeurt 2,3 % van de voedselbestedingen in België op de hoeve, de boerderij of bij de kweker. In de algemene gangbare voedingsdistributie maakt dit kanaal slechts 0,5% uit van de bestedingen. (onderzoek 2009 GfK Panel Services Benelux, in opdracht van VLAM) Naast de hoeveverkoop is ook de marktverkoop en de verkoop op specifieke boerenmarkten in het kader van korte keten belangrijk. Deze kanalen maken respectievelijk 3,7% en 0,3% uit van de bestedingen. Algemeen kan je dus stellen dat de korte keten een segment vormt van 6,3 % binnen distributie van biovoeding. Waar biologische voeding 1,3% uitmaakt van de totale bestedingen in België, stellen we vast dat dit binnen het kanaal van de Korte Keten 3,45 % is. Bio is dus in verhouding relatief belangrijker binnen de Korte Keten. Vanuit de basisprincipes van de biologische landbouw, waarbij diversiteit inherent is aan de werking en dit op verschillende vlakken, komt men vaak automatisch tot een korte keten werking. BioForum heeft in het najaar van 2010 met steun van de Vlaamse overheid gezorgd voor een verhoogde zichtbaarheid van de korte keten initiatieven door het aanbieden van promotiemateriaal.

Naast bovenstaande organisaties op Vlaams niveau werden in het onderzoek uitgevoerd door AMS ook regionale/lokale netwerken geïdentificeerd.

Regionale/lokale netwerken hoeveproducten

- Hoeveproducten het Brugse Ommeland (Initiatief van provincie West-Vlaanderen)
- Leiestreek Hoeveproducten (Initiatief van provincie West-Vlaanderen)
- De Westhoek Hoeveproducten (Initiatief van provincie West-Vlaanderen)
- Hoeveproducten Vlaamse Ardennen (Initiatief van Regionaal Landschap Vlaamse Ardennen)
- Hartenboer (lokaal netwerk in Hageland en Limburg)
- Coöperatie van boeren uit het Pajottenland
- Netwerk van bioboeren
- Hoeveproducten uit het Meetjesland
- Streekproducten Vlaams-Brabant
- PAK+ -hoeveproducten, Kempenkorf...

Deze regionale netwerken verschillen allen nogal sterk van insteek en werking. Velen van hen zijn ook met projectmiddelen en ondersteuning vanuit ofwel overheid, ofwel andere organisaties, tot stand gekomen. Enkele lokale organisaties die initiatieven opzetten of ondersteunen en hier al wat ervaring in hebben opgebouwd zijn: Rurant, Pival, Plattelandscentrum Meetjesland, De wroeter vzw, Regionaal landschap Vlaamse Ardennen, Streekproducten Vlaams Brabant vzw.

Voedselteams
WEET WAT JE EET

BioForum VLAANDEREN
vzw
KOEPELORGANISATIE VAN DE BIOLOGISCHE LANDBOUW & VOEDING
www.bioforum.be • info@bioforum.be
Quellinstraat 42 • 2018 Antwerpen
tel: 03/286 92 78 • fax: 03/286 92 79

Steunpunt
HOEVEPRODUCTEN
KVLV-AGRA

V L A M



Innovatiesteunpunt voor land- en tuinbouw

Het Innovatiesteunpunt is
een initiatief van de Boerenbond
in partnerschap met Cera