

PERSMEDEDELING

Donderdag 3 september 2020

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

Minister Crevits en 23 partners uit Vlaamse agrovoedingsketen slaan handen in elkaar voor charter lokale voeding

De lokale producten in de winkel en bij de boer in de buurt vinden duidelijk bijval bij de consument. 1 op de 5 Vlamingen geeft aan sinds corona vaker voor lokale producten te kiezen. Om de band tussen boer en burger te versterken, komt er op initiatief van Vlaams minister van Landbouw Hilde Crevits een charter ter promotie van de lokale voeding. 23 partners uit de voedingssector, de handel en de horeca zetten hun schouders onder dit project en hebben vandaag in Oosterzele een engagementsverklaring ondertekend. Samen werken ze aan een sterk Vlaams merk.

Lokale producten scoren tijdens coronacrisis

De Vlaming heeft tijdens de coronacrisis vaker voor lokale producten gekozen. Dat blijkt uit een bevraging van VLAM, het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing. 1 op de 5 Vlamingen zegt vaker voor lokale producten te kiezen en dat waarschijnlijk in de toekomst te blijven doen. 1 op de 7 Vlamingen zegt ook door corona rechtstreeks bij de boer te kopen. De consument hecht tegelijk meer belang aan de herkomst van voeding. In 2014 vond 4 op de 10 consumenten het land van de herkomst heel belangrijk of eerder belangrijk. In 2020 stijgt dat percentage naar 52 procent. Het aankoopcriterium lokaal geproduceerd maakt dezelfde stijging door en ook biologisch geproduceerde producten kennen een stijging van 21% in 2014 tot 27% dit jaar. Bij de vraag waarom de consument de voorkeur geeft aan inlandse producten dan staat de aandacht voor de lokale economie voorop gevolgd door het belang van milieu.

De coronacrisis: motor voor een nieuw voedselbeleid

De coronacrisis heeft dus een duidelijke impact op het koop- en het kookgedrag van de Vlaming en zet heel wat mensen aan om te kiezen voor lokale voeding. “We grijpen deze hernieuwde aandacht voor de herkomst van ons eten met beide handen”, zegt Vlaams minister van Landbouw Hilde Crevits.

“Onderzoek in opdracht van VLAM toont aan dat mensen tijdens de eerste golf van de coronacrisis meer kozen voor binnenlandse producten. Meer dan vroeger geven de Vlamingen aan dat ze daarmee bewust de inlandse economie willen steunen. Andere argumenten voor lokale voeding zijn het klimaat, het vertrouwen, de versheid, de smaak, de kwaliteit en de prijs,” licht Filip Fontaine, CEO VLAM, toe.

Ook lekkervanbijons.be, dat onder andere door middel van receptideeën inzet op de promotie van producten van bij ons, kende tijdens het hoogtepunt van de crisis een groei van maar liefst 93% ten opzichte van vorig jaar. Het aantal unieke bezoekers steeg van ruim 1,8 miljoen naar ruim 3,5 miljoen.

“De agrovoedingsketen is onderhevig aan externe factoren zoals de droogte of het plots wegvallen van bepaalde afzetkanalen. Tegelijk bewijst het agrovoedingsstelsel zijn veerkracht, in corona-tijden blijven zowel productie als bevoorrading perfect functioneren. Dat we elke dag opnieuw kunnen genieten van voldoende lekkere en kwalitatieve producten, is te danken aan de stielkennis van iedereen uit de agrovoedingsketen. Alleen samen kunnen we hun positie in Vlaanderen en daarbuiten versterken,” benadrukt minister Crevits.

Lentecharter lokale voeding

Het initiatief van minister Crevits krijgt veel bijval in de hele agrovoedingsketen. Vandaag vond op een hoeve in Gijzenzele bij Oosterzele een rondetafel plaats waarbij vijf werven naar voren werden geschoven. Wat de volledige agrovoedingsketen verenigt, is het Vlaams vakmanschap dat tot uiting komt in de smaak en kwaliteit van het voedsel. Onze landbouwproducten zijn van uitstekende kwaliteit. Daarom willen we ze nog meer promoten en ervoor zorgen dat de boer of de boerin een correcte prijs voor zijn of haar producten krijgt. Tegen de lente van volgend jaar komt er een charter om lokale voeding te promoten. Het startschot daarvoor is vandaag gegeven. De volgende maanden zullen boeren, verwerkers, horeca en retailers samen bouwen aan een sterker Vlaams merk.

Dat gebeurt met volgende partners: Algemeen Boerensyndicaat, Belgische Confederatie Zuivel Vlaanderen, Belgapom, Bioforum, Boerenbond, Belgische Kalfsvleessektor, Comeos, Federatie Belgisch Vlees, Fenavian, FERM, Fevia Vlaanderen, Groene Kring, Horeca Vlaanderen, Jong ABS, landsbond der beenhouwers, Landsbond pluimvee, Nationaal Verbond Eierhandelaars, Nationaal Verbond Pluimveeslachthuizen, Verbond Belgische Tuinbouwcoöperaties, Federatie van de Belgische groenteverwerking, Rederscentrale, Unizo/Buurtsuper, Vereniging van Industriële Pluimveeslachthuizen van België vzw

De vijf werven van het charter lokale voeding

1. Lekker van bij ons: een sterk product verdient een sterk label

Wat in Vlaanderen geproduceerd wordt, is van absolute wereldklasse. De meeste Vlamingen zijn ervan overtuigd dat ‘van bij ons’ vanzelfsprekend is. We willen ervoor zorgen dat de producten van bij ons de aandacht krijgen die ze verdienen. De expertise van onze Vlaamse agrovoedingssector staat garant voor een uitmuntende kwaliteit. Door ze voldoende herkenbaar te maken, kan de consument er ook bewust voor kiezen.

2. Vlaamse producten vind je bij de boer om de hoek

Via de boer komt de consument weer in contact met de landbouwactiviteit en leert hij de voordelen van seizoensproducten appreciëren. Producten van de boer zijn niet alleen vers, je betaalt een correcte prijs en steunt hiermee onze landbouwers en de plaatselijke economie.

3. Een lekker product herken je aan zijn Vlaamse vakmanschap

De producten van de boer worden in tal van voedingsbedrijven verwerkt tot lekker brood, lekkere frietjes en diepvriesgroenten, lekkere kazen, een lekker stukje vlees,... Deze landbouwproducten en verwerkte producten zijn het resultaat van doorgedreven kennis en generaties lang passie en liefde voor het product. Ons vakmanschap komt tot uiting in kwaliteit en smaak.

4. Lokale handelaars en supermarkten zetten Vlaamse producten voorop

Consumenten zijn steeds meer op zoek naar lokale producten en associëren lokale producten met kwaliteit. Dit is een belangrijke opportuniteit voor alle lokale handelaars en supermarkten. Voor de consument zal het belang van herkomst bovendien steeds aan belang winnen.

5. De horeca zet Vlaamse producten prominent op de kaart

Lekker eten maakt deel uit van ons DNA en zit diep verankerd in onze Vlaamse (eet)cultuur. Onze horecazaken maken dan ook gretig gebruik van onze producten. Met fierheid maken ze dit zichtbaar aan hun klanten.

Persinformatie:

Arne De Brabandere

Woordvoerder Vlaams minister van Economie, Innovatie, Werk, Sociale economie en Landbouw - 0496/02.98.89.