

De echte waarde van voeding: een kwestie van prijs of kwaliteit?

In een Panorama-reportage 'De prijs van goedkoop eten' op Canvas stelt journaliste Greet Pluymers zich de vraag in hoeverre supermarkten bepalen wat we eten en drinken en wat de prijs is die we daarvoor betalen. De reportage geeft daarop een bijzonder eenzijdig antwoord. Boerenbond, FEVIA (Federatie van de voedingsindustrie), BABM (Belgilux Association of Branded products Manufacturers), Comeos (Federatie van de handel en diensten) en UNIZO (Unie van Zelfstandige Ondernemers) pleiten voor een genuanceerd debat, een structureel ketenoverleg en een gezamenlijk streven naar een kwaliteitsvol voedingsaanbod.

De complexe realiteit

Ja, het klopt dat de Belgische voedingsketen vandaag al wordt gekenmerkt door een sterke concurrentie, zowel binnen als tussen de verschillende schakels. Een sterke, competitieve markt is dan ook essentieel: het zet producenten aan om te innoveren, de handelaars om een betere dienstverlening te ontwikkelen en het leidt tot lagere prijzen voor de consumenten.

Maar wanneer concurrentie omslaat in een prijzenoorlog, dreigt er een probleem. De boeren kunnen dan hun (stijgende) kosten niet of nauwelijks doorrekenen aan de afnemers. Die voedingsproducenten kunnen zelf immers de kosten niet doorrekenen aan de winkelketens die onder prijsdruk staan van de consument. De vraag is maar of dit tot "tevreden" consumenten zal leiden. Dalende prijzen zijn in principe goed voor consumenten, zo lang het aanbod divers en kwalitatief blijft.

De Bourgondische Belg: een uitstervend ras?

De vraag dringt zich op of de consument de echte prijs van voeding nog kent. In België hebben we traditioneel een Bourgondische eetcultuur, wat zich vertaalt in consumenten die meer dan in onze buurlanden een relatief hoog belang hechten aan een kwaliteitsvolle voeding. De landbouw en voedingsketen speelt hierop in met een divers aanbod waaruit de consument kan kiezen, zowel qua smaakbehoefte als qua prijs.

Doorheen de jaren is de consument het echter gewoon geworden om steeds minder van het gezinsbudget aan voeding te besteden. Wanneer dat tot 40 jaar geleden nog bijna de helft was, is het aandeel van voeding en drank in het gezinsbudget vandaag gedaald tot nog slechts 12 à 13 %. In crisistijden wordt de prijs steeds meer het doorslaggevend argument.

Samenwerken of samen ten onder gaan

Een "rat race to the bottom" dan maar? Binnen de Belgische agrovoedingssector groeit het besef dat dit niet de weg vooruit is. Een prijzenoorlog zal voor iedereen - boeren, verwerkers en handelaars - lagere en dalende marges tot gevolg hebben. Voorbeelden van prijzenoorlogen in andere landen tonen aan dat investeringen dalen en de diversiteit van het aanbod krimpt, ten nadele van de consument dus.

De Belgische agrovoedingsketen kiest voor een andere aanpak: sinds enkele jaren organiseren de partners zich binnen een structureel ketenoverleg. Eén van de concrete resultaten van dit ketenoverleg is de "gedragscode voor faire relaties tussen aanbieders en kopers in de agrovoedingsketen".

Alhoewel de Panorama reportage laat uitschijnen dat die gedragscode een maat voor niets is, biedt ze aan de verschillende schakels binnen de keten de mogelijkheid om geschillen te beslechten op een constructieve manier. De code voorziet in verschillende mechanismen waarmee iedere speler

problemen kan aan kaarten die gezamenlijk worden geëvalueerd en waar nodig bijgesteld. Uiteraard blijft de marktwerking nog steeds gelden, maar met deze code willen de ondertekenaars de samenwerking binnen de keten verbeteren.

Small country. Great Food.

Investeren in duurzame productie, duurzame relaties in de keten en duurzame consumptie is, zeker op de langetermijn, de boodschap. Het is in ieders belang om samen de consument te overtuigen van de meerwaarde van kwaliteitsvolle Belgische voeding. Mede daarom lanceerde de sector Food.be, een platform om de kwaliteit, diversiteit en innovatie van Belgische voeding te promoten met de toepasselijke slogan “Small country. Great food”.

België is geen eiland in de wereld. De EU is onze markt. Ook de EU moet een duidelijker kader creëren waarbinnen duurzame voedselproductie en –consumptie zich kunnen ontwikkelen. Daarom pleiten de partners van het Belgisch ketenoverleg voor een verder investeren in het Europese ketenoverleg om zo een gelijk speelveld te garanderen.

Piet Vanthemsche, Voorzitter Boerenbond
Bernard Deryckere, Voorzitter FEVIA
Wim Swyngedouw, Voorzitter BABM
Dominique Michel, Gedelegeerd bestuurder Comeos
Karel Van Eetvelt, Gedelegeerd bestuurder UNIZO

Contact

Anne-Marie Vangeenberghe
Woordvoerder Boerenbond & Landelijke Gilden
Anne-Marie.vangeenberghe@boerenbond.be
Tel: 016 28 66 06
GSM: 0479 85 86 87

Nicholas Courant
Woordvoerder FEVIA
nc@fevia.be
Tel: 02 432 32 53
GSM: 0478 24 31 49

Thierry Van der Haeghen
Managing Director BABM
Thierry.vanderhaeghen@babm.be
Tel: 02 737 71 06

Peter Vandenberghe
Head Communication Comeos
Peter.Vandenberghe@comeos.be
Tel: 02 788 05 10
GSM: 0495 59 93 99

Sanderijn Vanleenhove
Woordvoerder UNIZO
sanderijn.vanleenhove@unizo.be
Tel: 02 212 25 44
GSM: 0479 44 50 78