

Fairtrade als kans op commercieel succes

Toen Jos Corthouts begin jaren '80 in het bedrijf van zijn vader een koekjesafdeling opstartte, zocht hij een niche om zich in te specialiseren. Hij koos voor bio. Krist Hamerlinck startte zes jaar geleden met Het Groene Evenwicht, een serreteeltbedrijf met biologische komkommer, tros-tomaat en paprika. Wij vroegen beide bedrijfsleiders naar hun visie op de mogelijkheden van bio en fairtrade.

Door Bart Coenen, freelance



BioKorn biscuits

Met kleurrijke verpakkingen en opschriften als 'low fat, high fiber' gaat BioKorn het gevecht aan met ontbijtkoeken en tussendoortjes. De koekjes van BioKorn dragen het Biogarantie- en het Bio Organic-label en spelen duidelijk in op de consument die kiest voor handig, snel en, niet te vergeten, gezond.

BIOvisie: *BioKorn raakte bekend met BioKorn biscuits, maar intussen lever je ook fairtrade biokoekjes aan Oxfam.*

Jos Corthouts: "Onder onze eigen naam produceren we een twaalfstal verschillende soorten biokoekjes, plus enkele soorten voor private labels. Onze koekjes komen in verschillende landen terecht waaronder Finland, Spanje en Griekenland. Dat moet, want de markt voor bio en fairtrade is relatief klein. Sommigen voorspellen al jaren een stevige groei, maar dat blijkt al te vaak een utopie. In realiteit is de groei de laatste jaren gestagneerd. Slechts een

kleine minderheid eet biologisch en dat zal nog wel een hele tijd zo blijven. Kijk maar naar de supermarkten. Zij zijn uit commerciële interesse op de kar gesprongen, maar houden de ontwikkelingen steeds goed in het oog. We moeten goede prijzen en goede voorwaarden kunnen bieden. Dat is uiteindelijk belangrijker dan het ideologische verhaal. Dat is geen kritiek, maar een vaststelling. Wij blijven zeer sterk met bio gaan."

BIOvisie: *Betekent dit dat de consumenten de macht in handen hebben? De individuele consument voelt zich nochtans zelden machtig.*

Jos Corthouts: "De consument bepaalt toch wel wat er in de winkels ligt. Een product mag nog zo goed zijn, als het niet verkoopt, wordt het terug uit de rekken genomen. De branche moet het publiek overtuigen. Dat is niet makkelijk, omdat er teveel labels zijn en er een gebrek is aan herkenbaarheid, duidelijkheid en eenvoud. Bovendien wordt de wetgeving in ons land zeer streng geïnterpreteerd. Sommige Europese landen nemen het veel minder nauw. Onze controleorganisaties willen het heel goed doen en dat is ook hun opdracht. Toch mag je niet uit het oog verliezen dat we ons op een concurrentiële markt bevinden samen met producenten uit andere landen."

BIOvisie: *In 1998 was je topplureaat van de Hermeswedstrijd. (*)*

Jos Corthouts: "We zijn nog altijd fier dat we die prijs gewonnen hebben, maar we pakken er niet mee uit. Dat zou misplaatst zijn. We hebben die prijs te danken aan inspanningen die voor 1998 geleverd zijn. Ondertussen zijn we zeven jaar verder en evolueren we nog steeds. We zijn al jarenlang aan het investeren en sturen onze zienswijze regelmatig bij."

Het Groene Evenwicht

BIOvisie: *Wat gaf de doorslag voor je keuze om biologisch te telen?*

Krist Hamerlinck: "Bij de start van dit bedrijf hebben we voor bio gekozen, enerzijds uit ideologische overwegingen, maar zeker ook omdat er vraag was naar biologische groenten.

Ondertussen zijn we geëvolueerd naar een aanbodmarkt. Dat geeft de telers een slechte onderhandelingspositie. De supermarkt bepaalt de prijzen en die blijven dalen. Dankzij een efficiënte manier van werken, raken we uit de kosten. Deze evolutie is niet gunstig voor producenten, want bij tegenslagen dreigen er rode cijfers. België heeft een overaanbod aan biologische glastuinbouwproducten. Daarom zijn we steeds op zoek naar nieuwe afzetmogelijkheden. Zo kwamen we via de veiling in Kampenhout bij een exporteur terecht die onze groenten in Amerika verkoopt."

BIOvisie: *In je bedrijf werken een tiental mensen. Vind je eerlijke handel en goede sociale voorwaarden belangrijk?*

Krist Hamerlinck: "Fairtrade en bio hebben een zelfde soort aura om zich heen. De consument is daar wel gevoelig voor, al zie ik de markt voor eerlijke producten niet meteen enorm groeien. We profileren ons bedrijf nog niet met fairtrade, maar willen dat in de toekomst wel doen. Bijvoorbeeld door via onze producten te verwijzen naar een website met meer informatie over de sociale en milieugerichte inspanningen van ons bedrijf. Bio biedt ons veel arbeidsvreugde. We telen anders en het werk is afwisselend. Onze werkwijze laat ons toe een planning op te stellen op maat van de werknemer. De ene houdt van variatie en werkt nu eens aan de tomaten en dan aan de komkommers. De andere doet liever gedurende langere tijd eenzelfde taak. Bij ons kan het allebei."



Het Groene Evenwicht

(*) Hermes-wedstrijd
Met de organisatie van deze prijs wil Hermes vzw hulde brengen aan bedrijfsleiders die opvallende resultaten boeken door een efficiënte toepassing van principes van goed bedrijfsbeheer.
www.hermeswedstrijd.be