

“Grootdistributie meer aanmoedigen en minder subsidiëren”

Moet de overheid de biosector subsidiëren zodat die opgewassen is tegen de moordende prijenslag van de gangbare concurrentie? Of moet de versnipperde biosector zelf dringend professionaliseren zodat hij zijn mannetje kan staan op de vrije markt? En wat kunnen we leren van Nederland, waar het biobeleid wél lijkt aan te slaan? Een recent evaluatierapport over de aanpak van de Vlaamse bioketenmanagers is de ideale uitnodiging tot een vergelijkende bezinning met twee beleidsmakers: Marie Verhassel van de Vlaamse Administratie Land- en Tuinbouw en Uli Schnier van de Nederlandse Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw.

Maarten Byttebier, freelance

Consumptie en grootdistributie stimuleren, dat moet de overheid doen in plaats van versnipperde korteketeninitiatieven subsidiëren.’ Dat fulmineert in het kort een recent evaluatierapport over het overheidsinstrument bioketenmanagement (BKM). Sinds 2002 zijn twee Vlaamse bioketenmanagers aan het werk met als taak vraag en aanbod op de biologische markt beter op elkaar af te stemmen, naar het Nederlandse voorbeeld. Dat doen ze in opdracht van de Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) en VLAM (het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing). De uiteindelijke doelstelling is de zogenaamde 10 op 10: 10 procent biolandbouwareaal in 2010.

Bedrijfsleven mee in bad

Maar 10/10 is niet het cijfer dat het BKM op zijn rapport kreeg. Vanuit de Cel Biolandbouw gaf Marie Verhassel met haar collega’s de opdracht aan de Afdeling Monitoring en Studie van de ALT, relatieve ‘buitenstaanders’, het instrument BKM te beoordelen na zijn 2,5-jarig bestaan deze zomer. Uit het rapport wou ze opmaken of ze het overheidsinstrument ook in 2005 nog kon inzetten en vooral hoe. Het BKM-rapport bevestigt heel wat gekende pijnpunten en verwijst meer dan eens naar Nederland als voorbeeldland. Terecht? “Nederland staat op het gebied van bio inderdaad een stuk verder dan Vlaanderen, al is de situatie moeilijk te vergelijken”, bevestigt Uli Schnier van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw, in een vorig leven directeur van

discounter Aldi. “Om maar één voorbeeld te noemen van onze voorsprong: in 2001 ondertekenden niet alleen overheid en maatschappelijke organisaties, maar ook het bedrijfsleven een convenant om de afzet van biologische producten te vergroten. Allemaal waren we het eens over de kern van een goed beleid: vraag stimuleren in plaats van aanbod subsidiëren. Zopas is trouwens een nieuw convenant goedgekeurd, geldig vanaf 2005, waarmee we 5 procent marktaandeel willen halen in 2007. Niet zo optimistisch als de 10 procent bioareaal in 2010 van het regeerakkoord, maar in Nederland wel realistisch.” Als voormalig Aldi-directeur lijkt Schnier geknipt om die consumentgedreven koers van de Task Force tot een goed einde te brengen.

“In Vlaanderen is het inderdaad niet makkelijk het bedrijfsleven mee in het bad te trekken”, knikt Verhassel. Ze voegt er wel meteen aan toe dat er naar haar weten nog niet veel pogingen zijn ondernomen. “Het klopt dus dat we nog niet zo ver staan als in Nederland. Bovendien is het nu al moeilijk alle biologische neuzen in de sector in dezelfde richting te krijgen. Maar we maken vorderingen: BioForum is volop op zoek naar privé-investeerders en is bezig zich beter te structureren als koepel van de biosector. Zo moeten bijvoorbeeld ook het Vlaams Agrarisch Centrum (VAC), Boerenbond en Fedis, de distributiesector, lid worden zodat de koepel de hele sector omvat.”

Scharnierpunt

Een punt dat bijzonder gevoelig ligt in de biosector is zowat de grootste conclusie van het

BKM-rapport: de eerste 10 in ‘10/10’ moeten we eerder zien als marktaandeel dan als bioareaal. Anders kunnen we 10/10 sowieso vergeten. Die verschuiving van producent naar consumentgericht denken, naar het Nederlandse voorbeeld, weerspiegelt zich ook in de bijgestuurde rol die het rapport het BKM in de toekomst ziet spelen: het wordt dringend tijd om ook de lange keten, de grootdistributie op te nemen in de businessplanning voor bio. Dat komt uiteindelijk ook de korte keten ten goede: thuisverkoop, groenteabonnementen, markten.

“Een scharnierpunt zou ik het rapport niet durven noemen: het ligt in de lijn van wat we zelf al aanvoelden. De producentgerichte oriëntering is historisch trouwens niet meer dan logisch voor een administratie die de land- en tuinbouw vertegenwoordigt en verdedigt.” Het antwoord typeert Verhassel. Ze probeert in de structuren te komen waarin ze werkt, maar onderschrijft tegelijk de ongezouten aanbevelingen van het rapport en is vastbesloten ze op te volgen. “Het klopt dat de Cel Biolandbouw totnogtoe inderdaad te veel energie pompte in de korte keten, onder meer via het BKM. Zo subsidieer je te veel ad hoc zonder structureel aan de algemene lijnen te werken. Verschillende kleine initiatieven werken vaak naast elkaar, er ontstaan spanningen binnen de sector en mensen haken af. Dat weerspiegelt zich ook in de cijfers: het biolandbouwareaal is vorig jaar licht gedaald. Dus ik ben er vast van overtuigd dat het potentieel van bio stilletjesaan groter is in de grootdistributie.” Schnier drukt het uit met de lo-

Schnier: “Supermarkten en speciaalzaken zijn perfect complementair”.

bedigen, korte keten

gica eigen aan een marketeer: "Vernieuwende korte-ketenprojecten zijn interessant, maar eerder om een nauwere band te smeden tussen producent en consument. Als we willen groeien, moeten we zoeken op de plek waar mensen nu hun boodschappen doen: in de supermarkt. Daar zit het grootste potentieel. Ook de nieuwe supermarktformules van natuurvoedingswinkels zorgen voor nieuwe klanten."

Fictieve meerwaarde

De Nederlander herkent de uitdagingen waar Vlaanderen voor staat. "De positionering van bio was ook bij ons een groot probleem in het begin. 'Biologisch' moesten we in de ogen van het publiek omvormen van landbouwmethode naar voedsel, en van exclusief voor maatschappelijk betrokken mensen naar bereikbaar voor iedereen." Dat sexy imago is ook wat Schnier, vanuit zijn ervaring in de supermarkt, mist bij bio. "Gangbare merkproducten geven zichzelf via reclame en verpakking een imago waarvoor de consument graag extra betaalt. Biologische producten hebben een échte meerwaarde – geen fictieve – en hebben er moeite mee zichzelf krachtig en modern te presenteren. De biologische sector is meer met het product bezig geweest dan met de marketing. Verhassel bevestigt dat de biopromotie bij ons nog in de kinderschoenen staat. Met promotie over biotomaten trap je de aardappeltelers op de tenen. Dus zetten we generieke campagnes op voor bio. Maar krijg je die dan in de supermarkt, dan voelen de biospecialisten zich benadeeld. De bio-sector is zo breed, dat je nooit voor iedereen goed kunt doen. Maar wil de sector groeien, dan moet hij dringend die spanningen overstijgen."

Bureaucratie

Toch wil Verhassel niet alleen de sector zelf met de vinger wijzen. "In Nederland is zowel de sector als de overheid beter gestructureerd. Wij zitten met veel verschillende administraties met uiteenlopende

taken. Sinds de regionalisering komen die wel vier tot zes keer per jaar samen in de project-groep bio. Maar we blijven er ons van bewust dat we moeten professionaliseren en efficiënter werken."

De logge structuren van de overheid zelf lijken niet altijd geschikt om de steeds veranderende situatie op de vrije markt de baas te kunnen. Logisch ook, ze verdienen andere belangen dan puur economische. Maar wil de administratie promotie voeren en zich bewegen in het commerciële circuit, dan kan niemand ze beter helpen dan een ervaren speler uit de privé-sector met de juiste ingesteldheid en knowhow. Om de redenering door te trekken: moet de overheid dan überhaupt nog wel een rol spelen? Schnier: "Uiteindelijk moet bio het halen op eigen kracht. Maar we moeten niet vergeten dat de gangbare landbouw zo groot is dankzij de enorme overheidssteun van de afgelopen halve eeuw. Terecht wellicht. Maar nu we meer waarde hechten aan duurzame productie, kan de overheid niet zomaar zeggen: laat de markt het maar uitzoeken. Ze moet wijzen op het belang van kwaliteitsvoeding en de hele landbouw sturen in de richting van duurzaamheid. Dus de voorlopers belonen en de achterblijvers straffen. De Nederlandse overheid neemt die verantwoordelijkheid gelukkig ook."

En hoe staat de gangbare landbouw tegenover die vertroeteling van bio door de overheid? "In Nederland ondertekende de Landelijke Boeren- en Tuindersorganisatie (LTO) het convenant mee en participeert ze actief in de Task Force. Zonder een groeiende biosector kan de landbouw maar moeilijk voldoen aan de wetgeving omtrent natuur, milieu, bodem en dierenwelzijn. Biologische landbouw kan de gangbare als gids dienen. Groei is dus in het belang van de hele landbouw, de ontwikkeling van het platteland, de natuur, noem maar op." Verhassel beaamt volmondig.

Hand in hand

Maar wat moeten kleine biobedrijven dan denken van de supermarktkoers van de overheid? Gaat die import niet stimuleren en de kloof dieper maken tussen buitenlandse en binnenlandse bio? "In Nederland alvast niet, maar de situatie is er ook anders dan in Vlaanderen", zegt Schnier. "Het gemiddelde biologische bedrijf is bij ons qua areaal groter dan het gemiddelde gangbare bedrijf. Bioboeren uit eigen land profiteren dus van de groei. Voor kleinere biobedrijven zie ik vooral indirect de voordelen. Supermarkten kopen groot in en kunnen nooit zo'n breed assortiment leveren als de speciaalzaken. Eens consumenten de smaak van bio te pakken krijgen via de supermarkt, trekken de speciaalzaken hen naar zich toe. Voor veel consumenten is die stap nu nog veel te groot. Kleinere bedrijven zijn dus perfect complementair met supermarkten."

Ook Verhassel is daar rotsvast van overtuigd: "Als de vraag naar bio toeneemt, is dat sowieso beter voor de bio-boer én zijn korte keten." Schnier benadrukt wel dat vergroting van areaal en consumptie hand in hand moeten gaan. "Te veel groei in areaal betekent dat we biologische producten als gangbaar moeten afzetten. Dat is leuk voor de consument, maar slecht voor de boer. Te veel groei in consumptie betekent dan weer dat je moet gaan importeren, omdat de omschakeling van gangbare naar biologische bedrijfsvoering veel tijd kost. Maar groei is wel essentieel. Alleen zo bereiken we ook de schaafefficiëntie die nodig is om de meerprijs te beperken."

Meer info
www.bioketen.be
www.vlaanderen.be/biologische-landbouw
www.biologischconvenant.nl
www.eigenlijkheelogisch.nl

Verhassel: "De biosector is zo breed dat je altijd iemand op de tenen trapt. Maar wil bio groeien, dan moeten we de spanningen overstijgen"

