

# “Betrokken partners gunnen

Als milieuvriendelijke productiemethode leidt biologische landbouw gangbare bedrijven naar duurzaamheid. Maar heeft de biolandbouw ook sociale normen nodig om duurzaam te blijven? Wim Vandenberghe van Belbior, Geert Gommers van Velt en Hugo Baert van Probila vertellen wat eerlijke handel betekent in eigen land.

Heel wat mensen interpreteren fairtrade als een eerlijke prijs voor de boer in het Zuiden. Maar hoewel de problemen van boeren in het Zuiden

**Wim Vdb: “Een eerlijke prijs is niet voor alle boeren hetzelfde”**

andere zijn dan die van kleine boeren of verwerkers bij ons, is een eerlijke prijs ook in eigen land niet altijd evident. In ons land neemt de druk op biologische bedrijven toe door de prijzenoorlog in de gangbare sector. Dat zet boeren ertoe aan hun groenten onder de kostprijs te verkopen of het leidt ertoe dat heel wat kleinere bedrijven de boeken neerleggen. Bovendien neemt het aantal echtscheidingen toe.

### Eerlijke prijs voor boeren

“Eigenlijk gaat eerlijke handel om het respect tussen boer en consument en alle schakels daartussen,” zegt Wim. De consument moet bereid zijn om een betere prijs te betalen voor de meerwaarde die biologische en fairtrade producten bieden. Maar ook de producent, de verwerker en de handelaar zijn mee verantwoordelijk voor deze situatie. In opdracht van Biogarantie voert Belbior daarom dit jaar een project uit waarin de Vlaamse bioboeren bepalen wat eerlijke handel voor hen betekent. “De bioboer boert op een manier die goed is voor het milieu en ook de verwerker en de distributeur houden daar rekening mee. Bovendien hebben ze in hun eigen bedrijf oog voor de sociale omstandigheden van hun werknemers



Wim Vandenberghe, Belbior

en nemen ze verantwoordelijkheid op voor het economische aspect. Dat wil zeggen dat de boeren eerst moeten bepalen wat een eerlijke prijs is, als ze willen dat een grootwarenhuis een eerlijke prijs betaalt. Boeren moeten niet met een vraag naar de onderhandelingstafel komen maar met een aanbod. Het is hun verantwoordelijkheid om een meerwaarde te bieden op het vlak van imago, promotie en de kwaliteit van hun product.”

### Blanco cheque

Maar wat is een juiste prijs? Volgens Geert Gommers van Velt is transparantie nodig om te garanderen dat elke schakel in de keten een evenwaardige winstmarge heeft. Wim Vandenberghe en Hugo Baert nuanceren dat. “Een eerlijke prijs betekent dat iedereen de marge neemt die hij nodig heeft en dat ook voor de anderen in de keten mogelijk maakt,” zegt Wim. “Als geheel moet de keten proberen om de consument zo goedkoop mogelijk te bedienen.”

“Een eerlijke prijs is niet voor alle boeren hetzelfde,” legt Wim uit. “De kostprijs van een boer met tien are wortelen of van een teler met vier hectare verschilt. Als een eerlijke prijs een prijs is waar een klein bedrijf mee moet rondkomen als het zijn tien are wortelen aan een grootwarenhuis levert, dan zit het grondig fout. Een eerlijke prijs is geen blanco cheque. Het mag evenmin een vaste prijs zijn, want een bedrijf moet zichzelf voortdurend willen verbeteren en naar efficiëntie streven. Dat wil niet zeggen dat elke boer groter moet

worden en zich moet specialiseren.” “Dat kan leiden tot monoculturen, die de biodiversiteit in gevaar brengen,” vindt Geert Gommers. Maar voor Hugo en Wim betekent het evenmin dat elke kleine Vlaamse boer zomaar moet kunnen overleven in de

toekomst. Een boer of verwerker moet zich toeleggen op het afzetkanaal dat past bij de schaalgrootte van zijn bedrijf. “Een klein bedrijf moet aan rechtstreekse verkoop doen of zich toeleggen op unieke gewassen zoals asperges en kleinfruit,” zegt Wim, “of op verskwaliteit, want je kunt nooit een groot veld peterselie zetten bijvoorbeeld.”



Hugo Baert, Probila

### Samenwerking

“Bovendien is er te weinig aandacht voor de organisatie van de markt,” vult

Hugo Baert aan. “Bedrijven kunnen groeien door samen te werken. Samen het transport verzorgen of samen één verkoper engageren, dat zijn duurzame oplossingen. Zo zijn er nog: minder investeren in een eigen machinepark, de productielijn specialiseren of een machine delen om producten te verpakken. Dat is niet evident, want de vraag is dan wie waar verantwoordelijk voor is.” Precies die problemen aankaarten is belangrijk voor Probila, de beroepsorganisatie voor verwerkers en handelaars. Ook telers kunnen onderling samenwerken. Ze kunnen bijvoorbeeld hun teeltplan op elkaar afstemmen om zo doorlopend een volledig en uitgebreid groente- of zuivelassortiment te garanderen of om elkaars producten aan te bieden. Als voorbeeld verwijst Velt vaak naar groenteabbonnementen, waarbij prijsafspraken gelden tussen producent en consument.

### Mee denken

“Een volgende stap is dat de koper en de verkoper bekommerd zijn om elkaars bedrijf,” zegt Wim. “Wie groenten koopt van een boer moet bereid zijn om na te denken wat de

# elkaar een eerlijke prijs”

gevolgen zijn voor het bedrijf. Wie van een klein bedrijf koopt en de prijs van de veiling betaalt, weet dat hij dat klein bedrijf pijn doet. Ook zonder grote berekeningen. Inkoopers van grootwarenhuizen weten waar de marges van de boeren en de verwerkers liggen. Ze weten met welke bedrijven ze te doen hebben. Stel bijvoorbeeld dat Colruyt op de veiling wortelen koopt aan dertig cent, dan weet het dat iemand daar de dupe van zal zijn. Op zo'n moment kan Colruyt winst maken, maar uiteindelijk heeft het bedrijf er meer baat bij dat een product blijvend in de winkelrekken ligt en dat het jaar na jaar winst kan maken.”

Bij het Hinkelspel brengen ze die wederzijdse bekommernis in de praktijk. Als de dieren van melkleverancier Antoon Devreese pootproblemen hebben of als er veel mastitis is, dan voelt ook het Hinkelspel zich betrokken en zoeken ze mee naar oplossingen. Dat doen ze omdat ze garanties willen voor de melk, maar ook omdat ze graag willen dat Antoon melk kan blijven leveren. Omgekeerd gebeurt hetzelfde: wanneer het Hinkelspel problemen ondervindt bij het verkazen, bijvoorbeeld doordat de fermentatie niet goed lukt, dan gaan de boeren na of de rantsoensamenstelling of de indeling van de weiden daar invloed op heeft.”

“Zo'n samenwerking is Fair Trade op Vlaams niveau: betrokken partners die elkaar een eerlijke prijs gunnen,” vindt Geert Gommers. “Daarvoor heb je mensen nodig die samenwerken en elkaar vertrouwen. Een keten opbouwen in volle vertrouwen is de basis voor eerlijke handel.”

## Gelijke verhouding

Fairtradeorganisaties gaan samen met hun partners op pad. Ze evolueren naar eerlijke handel en het engagement is wederzijds. Bij bio gebeurt dat minder, al is het niet onbestaande, zegt Wim: “Colruyt en Delhaize kiezen voor Vlaamse groenten, zelfs als ze die in Nederland goedkoper krijgen. Carrefour doet dat niet”

Zeggen dat Carrefour niet in eerlijke handel geïnteresseerd is vindt Hugo niet juist. “Carrefour benadrukt zijn rol als distributeur. Het bedrijf koopt en verkoopt producten van een georganiseerde keten. Eerlijke

producten kunnen daarin een plaats hebben, maar het initiatief moet van de basis komen. Colruyt en Delhaize zijn volgens Hugo wel gevoelig voor de thematiek van bio en fairtrade maar hun betrokkenheid dringt niet door tot het hele bedrijf. Delhaize heeft bijvoorbeeld heel interessante samenwerkingsverbanden voor vlees, maar het concept van eerlijke handel overstijgt dat deelniveau niet. Bovendien kan je pas echt van eerlijke handel spreken als je met gelijkwaardige partners aan tafel zit. Als er gelijke machtsverhoudingen zijn. Er moet vertrouwen zijn, zoals Geert zegt, maar ook een wederzijds engagement. Elke schakel heeft daarin zijn verantwoordelijkheid. Zonder wisselwerking zal de fairtrade politiek onmiddellijk keren als het minder goed gaat.”

## Wetgeving

Een manier om sociale elementen te verzilveren is om ze op een of andere manier op te nemen in lastenboeken of wetgeving, vindt Geert. “Je moet met bio mee met wat er leeft in de maatschappij. Het is daarbij niet de bedoeling om bioboeren in een vast keurslijf te stoppen, maar het is wel belangrijk dat de biosector manieren zoekt om sociale duurzaamheid in het beleid in te schrijven. Het moet een evolutie zijn waar je eerst betrokkenheid voor genereert en dan stap voor stap die zaken verankert. Voor de consument zou het ideaal zijn als de verschillende duurzaamheidsaspecten en labels op termijn in elkaar overvloeien. Nu komt de bewuste consument regelmatig voor keuzes te staan. Een voorbeeld: koop ik niet-biologische fairtradewijn in de wereldwinkel of kies ik voor biowijn uit Frankrijk?”

“Toch zijn normen geen garantie voor eerlijke handel,” vindt Hugo. “Fairtrade is een bezieling. Er zijn bedrijven die de fairtradeprincipes volgen maar de naam niet dragen, en er zijn bedrijven die het fairtradelabel op hun producten hebben maar niet met fairtrade bezig zijn. Ze voeren

dat label omdat ze een commerciële vraag hebben en ze beantwoorden die vraag. Maar echte fairtrade houdt meer in dan het verwerken van die fairtrade grondstoffen tot producten die je op de markt brengt. Het betekent dat je dat concept ook toepast op het bedrijf en op de totale keten. Momenteel is daar niet echt sprake van. In gesprekken met verwerkers staan de individuele boeren in een veel te zwakke positie om te onderhandelen en afspraken te maken. Een mooi voorbeeld van eerlijke handel zijn de wereldwinkels. Oxfam

Wereldwinkels engageert bedrijven om hun producten te verwerken. Daar is niets mis mee. Het is alleen jammer dat de bezieling meestal alleen van Oxfam komt en zich niet verder zet bij de verwerkers.”



Geert Gommers, Velt

Hugo Baert: “De conventionele sector speelt in op de gevoeligheid voor gezondheid en eerlijke handel”

Hugo begrijpt wel Geerts bezorgdheid dat de biosector wordt voorbijgestoken door andere tendensen en evoluties als ze aan de kant blijft staan. “Ik sta er soms van te kijken hoe goed de conventionele sector de bio- en fairtrade criteria kent en hoe goed ze inspeelt op de gevoeligheid van de consument voor gezondheid en eerlijke handel. Met claims over bacteriën in sappes spelen ze in op wat de consument bezig houdt. Maar momenteel hebben die claims te veel communicatieve waarde en te weinig inhoudelijke.”