

# STRATEGISCH PLAN KORTE KETEN

Afdeling  
Duurzame Landbouwontwikkeling

Vlaamse overheid | Beleidsdomein Landbouw en Visserij



Landbouw  
en Visserij



# DE ONDERSCHRIJVERS VAN HET STRATEGISCHE PLAN VOOR DE KORTE KETEN

Dit strategische plan is tot stand gekomen in nauw overleg met volgende partners:

- Voedselteams vzw
- Steunpunt Hoeveproducten
- Innovatiesteunpunt Boerenbond
- Bioforum Vlaanderen vzw
- VLAM
- Algemeen Boerensyndicaat
- De vijf Vlaamse provincies

De bovengenoemde partners zullen gevraagd worden het strategische plan formeel te onderschrijven. Ook mijn collega Joke Schauvliege zal wat haar beleidsdomeinen betreft, gevraagd worden om de engagementen die via haar administratie reeds werden toegezegd, formeel te onderschrijven.

## COLOFON

### Redactie

Maayke Keymeulen

### Vormgeving

Seppe Bernar

### Druk

Vlaamse overheid

### Beeldmateriaal

Afdeling Duurzame Landbouwontwikkeling

### Nummer wettelijk depot

D/2011/3241294

### Administratie

Departement Landbouw en Visserij  
Afdeling Duurzame Landbouwontwikkeling  
Koning Albert II-laan 35, bus 40 | 1030 Brussel  
ideke.meerkens@lv.vlaanderen.be  
www.vlaanderen.be/landbouw  
Tel. 02 552 78 91 | Fax 02 552 78 71

### Verantwoordelijke uitgever:

Johan Verstrynge, Afdelingshoofd

Het strategisch plan korte keten is beschikbaar op [www.vlaanderen.be/landbouw](http://www.vlaanderen.be/landbouw)

© Vlaamse overheid, departement Landbouw en Visserij  
Alle rechten voorbehouden. Overname van gedeelten van de tekst in publicaties met een educatief of wetenschappelijk doel is toegestaan mits de bron vermeld wordt.



# INHOUD

<b>VOORWOORD</b> .....	<b>1</b>
<b>SITUERING</b> .....	<b>3</b>
<b>DE BASISPRINCIPES VAN DE KORTE KETEN</b> .....	<b>4</b>
<b>WAT ZIJN DE DOELSTELLINGEN VAN HET STRATEGISCHE PLAN?</b> .....	<b>5</b>
<b>WAT ZIJN DE DOELGROEPEN VAN HET STRATEGISCHE PLAN?</b> .....	<b>6</b>
<b>DE STRUCTUUR ACHTER HET STRATEGISCHE PLAN KORTE KETEN</b> .....	<b>7</b>
1 Het strategische platform korte keten volgt de uitwerking van het strategische plan op en verhoogt de samenwerking binnen de sector .....	7
2 Een contactpunt vanuit de overheid .....	7
<b>VOORSTELLEN OM DE DOELSTELLINGEN TE BEREIKEN</b> .....	<b>8</b>
Doelstelling 1: Producenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten .....	8
Doelstelling 2: Consumenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten .....	9
Doelstelling 3: Realiseren van professionele begeleiding voor de producenten die in de korte keten actief zijn of dit willen zijn .....	10
Doelstelling 4: Enerzijds het bevorderen van kennisuitwisseling en -ontsluiting van de bestaande kennis en anderzijds het stimuleren van onderzoek naar ontbrekende maar noodzakelijke kennis .....	11
Doelstelling 5: Overleg creëren om de knelpunten in de wetgeving weg te werken .....	12
Doelstelling 6: Het potentieel van de korte keten uitwerken .....	14
Doelstelling 7: Een coherent beleid bekomen waarin versnippering wordt tegengegaan .....	15
Doelstelling 8: Duurzaamheid van afzet en productie stimuleren .....	15
<b>UITVOERING VAN HET STRATEGISCHE PLAN</b> .....	<b>16</b>
1 Quick wins voor innovatieve projecten die bijdragen aan de realisatie van de doelstellingen in dit plan .....	16
2 Demonstratieprojecten helpen vernieuwende toepassingen rond de korte keten ingang vinden in de praktijk .....	16
3 Structurele ondersteuning .....	16
<b>AFKORTINGEN</b> .....	<b>17</b>
<b>BIJLAGE 1</b> .....	<b>18</b>
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	<b>20</b>

# VOORWOORD

De aandacht voor de korte keten neemt de laatste tijd sterk toe. In Leuven vond op 22 oktober 2010 het symposium ‘Korte Keten initiatieven in Vlaanderen: kansen en beleid’ plaats. De organisatie van dit symposium was in handen van Voedselteams vzw, in samenwerking met het Steunpunt Hoeveproducten, Innovatiesteunpunt Boerenbond, BioForum Vlaanderen vzw en VLAM en met medewerking van het Departement Landbouw en Visserij van de Vlaamse overheid. Het symposium benadrukte de meerwaarde en de diversiteit van de korte keten. Ook werd er aandacht besteed aan de aanpak in het buitenland en werden de knelpunten waarmee de korte keten wordt geconfronteerd, toegelicht. Na afloop van het symposium overhandigden de organisatoren de knelpuntennota aan de kabinetschef van de minister-president.

Naar aanleiding van het symposium werd er ook in de Commissie Landbouw van het Vlaams Parlement een discussie gewijd aan de korte keten.

Op vraag van de minister-president werd een proces opgestart om een strategisch plan uit te werken. Dit document is het uiteindelijke resultaat.

Dit strategische plan korte keten ligt in lijn met de uitgezette beleidslijnen van de Vlaamse Regering. In het Vlaamse regeerakkoord van 2009 werd aangehaald:

“Het Programma voor Plattelandsontwikkeling (PDPO) is de basis voor een duurzaam landbouwbeleid in Vlaanderen. De volgende herzieningen van het PDPO zullen aangewend worden om het duurzame karakter van de Vlaamse landbouw verder te versterken via investeringen, beheersovereenkomsten, de diversificatie van landbouwbedrijven (zorgboerderijen, hoevetoerisme, hoeveproducten ...) en specifieke plattelandsmaatregelen.

...

Wescheppenontwikkelingskansen voor het hele palet aan bedrijven, vangespecialiseerde glastuinbouwbedrijven tot melkveebedrijven, maar ook voor hoeveproducenten, biobedrijven en zorgboerderijen, en we zorgen voor een vlottere generatiewisseling.” (Vlaamse overheid, 2009)

Ook in de Beleidsnota Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid 2009-2014 van minister-president Kris Peeters wordt aandacht gegeven aan de korte keten:

“Verschillende bedrijven kiezen voor de weg van de verbreding. De uitbouw van thuisverkoop is één van de verbredingalternatieven binnen de land- en tuinbouwsector. Op die manier kan extra toegevoegde waarde gecreëerd worden. Om zich te onderscheiden is kwaliteit een eerste vereiste. Daarnaast slagen vele bedrijven erin om met innovatieve producten met een lokale herkenbaarheid iets extra's te bieden.

In het proces van verbreding wordt er meestal een goede overgang gemaakt van een kleinschalige naar een professionele aanpak. Om economisch haalbaar te zijn, is een zekere schaalgrootte noodzakelijk. Hiervoor moet er een beroep kunnen worden gedaan op professionele omkadering en advies.

Ik wil hierin de sector de nodige kansen geven en ondersteuning bieden via een aantal initiatieven zoals een wetgevend kader voor hoeveproducten en de verdere uitbouw van het Steunpunt Hoeveproducten. De verkoop van hoeveproducten kan verder gestimuleerd worden via de promotionele werking van VLAM. Een verdere uitbreiding van het aantal producten onder het label Erkend Verkooppunt Hoeveproducten is hier het meest aangewezen spoor. Momenteel zijn al meer dan 230 producenten toegetreden tot dit label. In het kader van de leefbaarheid van deze verbreding zal verder onderzoek worden verricht naar de rentabiliteit van hoeveproducten.”

Aan dit strategische plan ging een heel proces vooraf waaraan een groot aantal organisaties, bedrijven en overheidsinstanties meewerkten. De actoren actief in de korte keten konden door middel van overleg hun bijdrage leveren aan dit strategische plan. Praktisch gezien gebeurde de raadpleging van de sector door middel van 5 workshops, elk rond een eigen thema. Volgende workshops werden georganiseerd:

- Een introducerende workshop (4 februari 2011) waarin het concept korte keten werd afgebakend, evenals de doelstellingen en doelgroepen van het strategische plan korte keten;
- Workshop 1 (4 maart 2011) knelpunten in de wetgeving;
- Workshop 2 (18 maart 2011) economische aspecten: bedrijfseconomische cijfers, de impact van de korte keten, innovatie en onderzoek & ontwikkeling, logistiek en distributie;
- Workshop 3 (31 maart 2011) communicatie en vorming;
- Workshop 4 (14 april 2011) het beleid rond de korte keten.

In bijlage 1 is de deelnemerslijst van de workshops opgenomen.

Dankzij deze multistakeholder-aanpak is een gedragen strategisch plan tot stand gekomen waarin voorstellen naar voren worden geschoven om de korte keten te ondersteunen en te stimuleren. De volgende vijf jaar zullen de partners mee invulling geven aan het bereiken van de doelstellingen.

Dit strategische plan is het resultaat van een intense samenwerking tussen verscheidene actoren die de korte keten een warm hart toedragen. Wij willen dan ook iedereen die heeft bijgedragen aan het tot stand komen van dit strategische plan alvast hartelijk bedanken voor de geleverde inspanningen en hopen dat dit het begin mag zijn van een verdere vruchtbare samenwerking.

# SITUERING

De korte keten in de landbouw is een duurzaam afzetsysteem waarbij een rechtstreekse relatie bestaat tussen de producent en de consument. Daardoor blijft de landbouw in relatie staan met de producent in de regio en zijn sociale, culturele, ecologische en economische eigenschappen. Ook zijn korte-keten-initiatieven nauw verbonden met lokale voedselsystemen, waarvoor geldt dat ze nauw verbonden zijn met een territoriaal omschreven productiecontext of -plaats. De korte keten kan beschouwd worden als een belangrijke invulling van lokale voedselsystemen en levert een duurzame bijdrage door de sociale, economisch en ecologische voordelen.

Zowel voedingsproducten als sierteeltproducten kunnen via de korte keten vermarkt worden in zowel primaire als verwerkte vorm. Korte-keten-initiatieven kunnen zeer diverse vormen aannemen. Vaak wordt op een bedrijf ook geopteerd voor een combinatie van zowel korte-keten-activiteiten als activiteiten die niet onder korte keten vallen.

Korte keten wordt in Vlaanderen dikwijls gebruikt als synoniem voor verkoop op de hoeve. De korte keten en de verkoop op de hoeve dekken echter niet volledig dezelfde lading. Hoeveproducten worden wel vaak, maar niet noodzakelijk, via de korte keten vermarkt. De verkoop op de hoeve is te beschouwen als een belangrijk onderdeel van de korte keten. Maar daarnaast bestaan er nog talrijke andere soorten korte-keten-initiatieven zoals groente- en fruitpakketten, zelfpluktuinen, automaten op het erf, voedselteams, boerenmarkten, internetwinkels ...

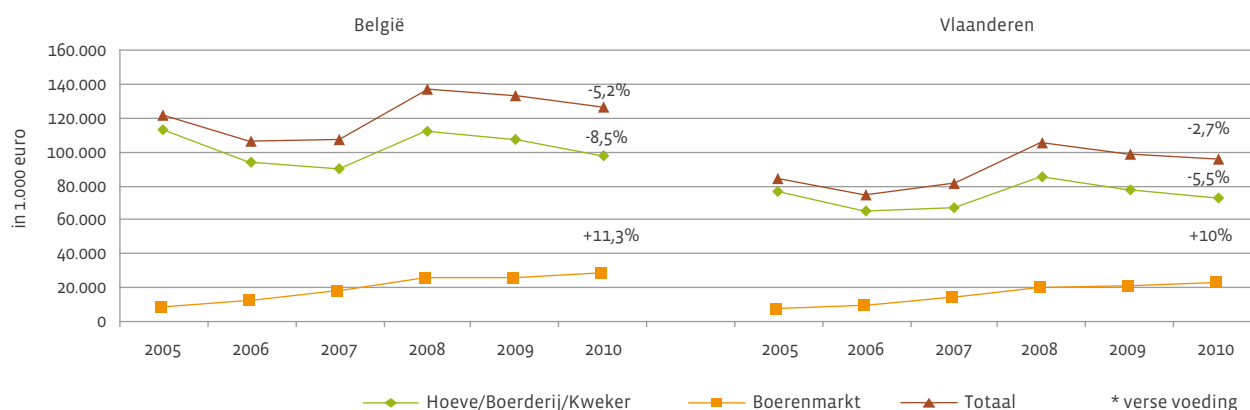
Om een algemeen beeld te kunnen schetsen van de korte keten in Vlaanderen zijn cijfergegevens over alle mogelijke korte-keten-initiatieven noodzakelijk. Laat dit nu net een van de leemtes zijn rond het korte-keten-gebeuren. Onder andere voor dit gebrek tracht het strategische plan dan ook een oplossing te vinden. Er is wel cijfermateriaal over de verkoop op de hoeve en op boerenmarkten, jaarlijks verzameld door het GfK Panel Services Benelux in opdracht van VLAM. In deze cijfers is enkel de rechtstreekse verkoop op de hoeve of bij de teler opgenomen. Ondanks het feit dat andere korte-keten-initiatieven zoals automaten en zelfpluktuinen er niet in zijn opgenomen, kunnen deze cijfers wel al een sterke indicatie geven over de situatie in de korte keten.

De hoeveomzet in Vlaanderen nam in 2008 spectaculair toe. Door de recessie kocht de consument in 2008 meer op de hoeve omdat de prijzen er gemiddeld 20% lager liggen. Er bestaan echter grote prijsverschillen van product tot product.

Daarnaast is er ook sprake van de 'back to basics'-trend waarbij de consument teruggrijpt naar de oorsprong van de producten en het direct contact met de producent weet te appreciëren.

Beide effecten lijken in 2010 echter sterk verminderd omdat zowel in 2009 als in 2010 de hoeveomzet opnieuw daalde. Desalniettemin zijn in peri-urbane gebieden als Vlaanderen wel grote mogelijkheden weggelegd voor korte-keten-initiatieven aangezien zowel de producent als de consument nabij is. Een mooi bewijs van de kansen voor de korte keten is de steeds toenemende omzet van de boerenmarkten in Vlaanderen.

Figuur 1: evolutie van de omzet\* van de rechtstreekse verkoop (in 1.000 euro)



Bron: VLAM (2011)

In figuur 1 vertoont de omzet van boerenmarkten in tegenstelling tot de omzet via hoeveverkoop zowel in België als in Vlaanderen ook na 2008 nog steeds een stijgende tendens. Dit alles ondanks het feit dat producenten door de strikte wetgeving niet gauw geneigd zijn om hun producten te vermarkten via boerenmarkten. Dit voorbeeld toont aan dat in Vlaanderen wel degelijk een mooie toekomst is weggelegd voor allerlei korte-keten-initiatieven. Dit strategisch plan moet die toekomst een duwtje in de rug geven.

# DE BASISPRINCIPES VAN DE KORTE KETEN

Het vastleggen van een exacte definitie voor de korte keten is zeer moeilijk. De korte keten is een duurzaam afzetsysteem maar bestaat uit een verscheiden verzameling van bedrijven en initiatieven die moeilijk in één strikte omschrijving zijn vast te leggen. Dit strategische plan richt zich niet enkel op voedingsmiddelen maar ook op sierteeltproducten. Gezien de verscheidenheid wordt gekozen voor het vastleggen van een lijst van basisprincipes die op alle verschillende soorten initiatieven toegepast kunnen worden. De gedefinieerde basisprincipes hebben de bedoeling om de marktactoren af te bakenen. Deze basisprincipes vormen het richtinggevend kader om de korte keten te stimuleren, niet om te controleren.

Basisprincipes:

- Een belangrijk aspect van de korte keten is de **betrokkenheid** van de consument. Er bestaat een rechtstreekse relatie tussen de consument en de producent, vaak vertaald in direct contact. Dit verkleint de afstand in de keten en zorgt voor een persoonlijker en sociale band, een wederzijdse vertrouwensrelatie en een grotere betrokkenheid van de consument. De consument weet wie zijn product gemaakt heeft en de producent weet waar zijn producten naartoe gaan.
- Korte keten wijst op **een beperkt aantal schakels**. De afstand die het product tussen producent en consument aflegt, wordt beperkt gehouden. Door de transparante keten heeft de consument de mogelijkheid om de tussenschakels te kennen. Actoren uit de grootdistributie en voedselverwerkende industrie waarbij het product niet langer eigendom is van de producent of de producent de prijs niet zelfstandig kan zetten, worden niet als korte keten beschouwd.
- **Zeggenschap**: de producent is zelfstandig in zijn prijszetting. Hij kan ook zijn productiemethode en zijn aanbod zelf bepalen. De activiteiten worden namelijk autonoom uitgevoerd of in de vorm van een gelijkwaardig partnerschap. De producent kiest er zelf voor om zijn gehele productie of slechts een deel van zijn productie te vermarkten via de korte keten. Daarnaast bekomt de producent een waardering voor zijn producten door het (verwerken en) verkopen van de eigen landbouwproducten. De producent krijgt hierdoor een eerlijke prijs voor zijn producten.
- Het **lokale** karakter: plaatselijk geteelde producten worden lokaal verkocht. Het lokale karakter van korte keten zorgt voor ondersteuning van de plaatselijke economie. De activiteit is gericht op lokale consumenten, zij kopen de korte-keten-producten aan waardoor een zekere territoriale verbondenheid en betrokkenheid bij de herkomst van het product aanwezig is.  
Bij verwerking van landbouwproducten worden de gebruikte grondstoffen in principe uit eigen productie of de lokale omgeving gehaald, behalve voor ingrediënten die niet lokaal beschikbaar zijn. Wanneer ingrediënten niet lokaal beschikbaar zijn, moet in de eerste plaats gekeken worden naar lokale alternatieven.
- De korte keten is voor de consument een manier om in contact te komen met de **landbouwpraktijk** en inzichten te krijgen in de productieprocessen, de seizoenen en in de duurzaamheid van de productie en de afzet. De producent heeft een ambassadeursfunctie en sensibiliseert de consument.

# WAT ZIJN DE DOELSTELLINGEN VAN HET STRATEGISCHE PLAN?

Door het opstellen van dit strategische plan wordt de korte keten erkend als een specifieke manier van afzet met een toegevoegde waarde. De ambitie van het strategische plan, tot stand gekomen via een multi-stakeholderproces, is om in het kader van de duurzame landbouw de doelgroepen te ondersteunen en te stimuleren om binnen de korte keten actief te zijn. Dit stimuleren moet resulteren in een toename van de afzet in korte keten en wordt gerealiseerd met behulp van een aantal doelstellingen:

- Producenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten.
- Consumenten informeren, sensibiliseren en warm maken voor de korte keten.
- Het realiseren van professionele begeleiding van de producenten die in de korte keten actief zijn of dit wensen te zijn.
- Enerzijds het bevorderen van kennisuitwisseling en -ontsluiting van de bestaande kennis en anderzijds het stimuleren van onderzoek naar ontbrekende maar noodzakelijke kennis.
- Overleg creëren om de knelpunten in de wetgeving weg te werken.
- Het potentieel van de keten uitwerken.
- Een coherent beleid bekomen waarin versnippering wordt tegengegaan.
- Duurzaamheid van afzet en productie stimuleren.



# WAT ZIJN DE DOELGROEPEN VAN HET STRATEGISCHE PLAN?

Het strategische plan moet marktactoren ondersteunen en stimuleren om actief te zijn binnen de korte keten. Volgende marktactoren worden als doelgroep van dit strategische plan beschouwd:

- Uitgaande van de basisprincipes maken we langs de productiezijde een onderscheid tussen volgende schakels:

## GROEP 1: (directe verkoop)

Land- en tuinbouwbedrijven die aan primaire productie doen en, al dan niet na verwerking van hun primaire producten, rechtstreeks verkopen aan de consument, eindgebruiker of aan derden die instaan voor de rechtstreekse verkoop. Ook land- en tuinbouwbedrijven die hiermee willen starten worden opgenomen in deze groep. Deze groep wordt als primaire en belangrijkste doelgroep beschouwd.

Bv. Een hoeveproducent verkoopt zijn hoeveproducten via zijn hoevewinkel rechtstreeks aan de consument.

## GROEP 2: (indirecte verkoop)

Een bedrijf dat in rechtstreeks contact staat met één of meerdere lokale bedrijven die aan primaire productie doen. Vaak doet het bedrijf zelf ook aan primaire productie. De activiteit van het bedrijf bestaat hoofdzakelijk uit de (verwerking en) rechtstreekse verkoop aan de consument of eindverbruiker van de eigen producten en/of de lokale producten die het bedrijf van de lokale bedrijven met primaire productie afneemt.

Bv. Een melkveebedrijf breidt zijn activiteiten uit naar catering. Om praktisch redenen wordt voor de cateringactiviteit een aparte vennootschap opgericht.

Bv. Een hoeveproducent verkoopt in zijn hoevewinkel naast zijn eigen aardappelen ook groenten van zijn collega-producenten.

## GROEP 3: (samenwerkingsvormen)

Een samenwerkingsvorm, zoals een vennootschap, een samenwerkingsverband of een coöperatie, in hoofdzaak gevormd door lokale producenten die aan primaire productie of de verwerking ervan doen. Het hoofddoel van het samenwerkingsverband is de rechtstreekse verkoop aan consumenten in de eigen regio. Binnen het samenwerkingsverband is de stem van de primaire producent over de beslissingen doorslaggevend.

Bv. Een varkensbedrijf, een rundveebedrijf, een pluimveebedrijf en een slager zijn verenigd in één coöperatie. Het vlees wordt verkocht in naam van de coöperatie.

- Daarnaast moet het strategische plan ook (potentiële) consumenten bereiken.

Bovenvermelde doelgroepen kunnen zowel op directe wijze als op indirecte wijze gestimuleerd worden.

Belangenorganisaties en beleidsmakers worden niet als doelgroep beschouwd maar zijn de partners en uitvoerders van het strategische plan.

# DE STRUCTUUR ACHTER HET STRATEGISCHE PLAN KORTE KETEN

## 1 HET STRATEGISCHE PLATFORM KORTE KETEN VOLGT DE UITWERKING VAN HET STRATEGISCHE PLAN OP EN VERHOOGT DE SAMENWERKING BINNEN DE SECTOR

Het strategische platform volgt de uitvoering van het strategische plan op en bepaalt mee de prioriteiten. Het heeft een sturende functie maar werkt niet op operationeel niveau. In het strategische platform zetelen de onderschrijvers van het plan. Het strategische platform komt halfjaarlijks samen. Er zal een huishoudelijk reglement van het strategische platform worden uitgewerkt.

Rond het strategische platform voor de korte keten wordt een kennisnetwerk opgebouwd dat bestaat uit alle mogelijke organisaties en overheidsinstellingen die in Vlaanderen actief zijn in de korte keten. Dit kennisnetwerk moet de samenwerking bevorderen. Aan de hand van dit netwerk kunnen we komen tot een kenniscentrum voor de korte keten dat alle kennis van alle actoren verzamelt en zicht heeft op de hele sector. De provincies vormen daarin een belangrijke schakel. Het kennisnetwerk kan samenkomen rond welbepaalde thema's om informatie te delen en een netwerk van contacten te onderhouden. Om de samenwerking via het kennisnetwerk te bevorderen, wordt het best gewerkt met een centrale website (zie ook 1.1 en 2.2) waarop alle informatie gebundeld wordt. Het contactpunt vanuit de overheid trekt het kennisnetwerk. Het strategische platform moet erop toezien dat het kennisnetwerk goed kan functioneren en dat de informatie-uitwisseling in de praktijk ook vlot verloopt.

## 2 EEN CONTACTPUNT VANUIT DE OVERHEID

Er wordt een contactpunt binnen de Vlaamse overheid opgericht. Het contactpunt bevindt zich binnen de afdeling Duurzame Landbouwwontwikkeling van het Departement Landbouw en Visserij en heeft volgende taken:

- Zowel overheidsinstellingen als producenten als organisaties moeten met hun vragen over de korte keten terecht kunnen bij het contactpunt. Het contactpunt verwijst indien nodig door. Tussen het strategische platform en het contactpunt moet een vlotte communicatie en nauwe samenwerking zorgen voor een optimale informatieverstrekking aan alle geïnteresseerde actoren.
- In de korte keten zijn verschillende organisaties actief. Voor de ontwikkeling van de korte keten is het van belang om een goede samenwerking te hebben tussen al deze spelers. Het contactpunt moet de samenwerking dan ook bevorderen en moet instaan voor coördinatie van de werking rond de korte keten.
- Ook op beleidsniveau zijn er verschillende instanties actief rond de korte keten. Het beleid rond de korte keten wordt immers op verschillende niveaus en door verschillende overheidsinstellingen uitgetekend. Zowel op federaal, Vlaams, provinciaal als lokaal niveau werkt men een beleid uit dat invloed heeft op de korte keten. Doordat er veel verschillende overheidsinstellingen en -niveaus het beleid uitstippelen, krijgen we een versnipperd beleid en zijn ook de financieringskanalen verspreid. Het contactpunt moet dus eveneens de samenwerking tussen de verschillende beleidsinstanties verhogen, met de nadruk op de provincies en de gemeenten. Door meer overleg te creëren is men beter op de hoogte van elkaars werking en kan er meer afstemming bekomen worden. Daarbij moet er ook meer aandacht zijn voor de financiering van projecten en onderzoeken. Momenteel worden nog te veel gelijkaardige projecten en studies gefinancierd. Er is nood aan meer coördinatie en afstemming bij de uitstippeling van het beleid en de toekenning van middelen voor projecten en studies.
- De organisatie van het kennisnetwerk rond het strategische platform.
- Het contactpunt neemt het engagement op om de belangen van de korte keten te verdedigen bij andere beleidsniveaus.
- Het contactpunt onderneemt stappen om de doelstellingen van het strategische plan te helpen realiseren.

# VOORSTELLEN OM DE DOELSTELLINGEN TE BEREIKEN

Zowel de verschillende overheidsinstellingen als organisaties die actief zijn in de korte keten, zullen hun bijdrage leveren tot de realisatie van de vooropgestelde doelstellingen. Om de doelstellingen te bereiken, kunnen volgende voorgestelde acties uitgevoerd worden.

## **DOELSTELLING 1: PRODUCENTEN INFORMEREN, SENSIBILISEREN EN WARM MAKEN VOOR DE KORTE KETEN**

### **1.1 Een overkoepelende portaalwebsite draagt bij tot een gecentraliseerde informatiedoorstroming**

De communicatie naar de producent is versnipperd doordat veel partners hun eigen communicatiekanalen en -instrumenten hebben. Hierdoor vinden geïnteresseerde producenten niet altijd de weg naar de informatie die ze nodig hebben. Daarom kan de informatie best gecentraliseerd worden door de verschillende initiatieven van de partners op één overkoepelende portaalwebsite te plaatsen. Zo moet aandacht besteed worden aan de bekendmaking van het contactpunt, het vormingsaanbod, de praktijkvoorbeelden, de adviesinstanties, de onderzoeksresultaten, de projecten die de korte keten ondersteunen, de financieringskanalen voor projecten ...

Voor verdere specifieke inlichtingen moet de portaalwebsite vooral een belangrijke doorverwijfsfunctie uitoefenen.

Een kritische succesfactor voor de uitbouw van een overkoepelende portaalwebsite is de samenwerking tussen alle betrokken partners. Het contactpunt van de overheid staat in voor het tot stand komen en het beheer van deze website.

### **1.2 Praktijkvoorbeelden tonen concrete mogelijkheden binnen de korte keten**

Praktijkvoorbeelden zijn een nuttig instrument om de producent mee te informeren aangezien ze de producent kennis laten maken met de korte keten. Ze geven een realistisch beeld en tonen de kansen van de korte keten. Daarnaast tonen de voorbeelden de haalbaarheid en het professionalisme van de korte keten aan, waardoor toekomstige producenten worden aangemoedigd om actief te zijn in de korte keten. Bovendien werken de praktijkvoorbeelden inspirerend voor de (toekomstige) producenten: zij kunnen er vernieuwende inzichten uit halen.

Het is dus waardevol om een aantal praktijkvoorbeelden uit te werken. Voor ondernemers is het van belang dat de casestudies zeer concreet en tastbaar worden ingevuld. Ook bij vorming kunnen deze casestudies gebruikt worden.

### **1.3 De toekomstige producenten komen via het onderwijs in aanraking met de korte keten**

#### **1.3.1 Leerlingen uit het landbouwonderwijs maken kennis met de korte keten**

De toekomstige producent kan gesensibiliseerd worden via het landbouwonderwijs. Het toelichten van de meerwaarde voor de producent kan leiden tot een hogere instroom van afgestudeerden die een korte-keten-activiteit opstarten. Er moeten inspanningen geleverd worden om de korte keten op te nemen in de eindtermen van het landbouwonderwijs.

In het onderwijs bestaat reeds een groot aantal instrumenten om de leerlingen en studenten te bereiken. Die instrumenten moeten optimaal gebruikt worden.

#### **1.3.2 Een introductie tot de korte keten is opgenomen in de starterscursussen**

Ondernemers die willen starten in de landbouwsector en niet beschikken over een landbouwdiploma kunnen een starterscursus volgen. Via deze cursussen kunnen ondernemers warm gemaakt worden voor de korte keten. Momenteel komt de korte keten in de A en B-cursus nog niet aan bod, daarom is het aangewezen daar verandering in te brengen.

## **DOELSTELLING 2: CONSUMENTEN INFORMEREN, SENSIBILISEREN EN WARM MAKEN VOOR DE KORTE KETEN**

### **2.1 De consument wordt via een overkoepelende communicatiecampagne goed geïnformeerd over de korte keten**

Momenteel wordt de consument via diverse kanalen geïnformeerd over het korte-keten-gebeuren. Hoewel deze kanalen op zich zeer nuttig zijn, moet worden bekeken hoe ze beter op elkaar kunnen worden afgestemd.

Daarnaast is er nood aan een bijkomende overkoepelende communicatiecampagne. Die informeert over de korte keten en brengt de sterktes van de sector naar voren.

De boodschap wordt best tweeledig verspreid. Allereerst moet een algemene boodschap de consument aansporen om lokale korte-keten-producten te kopen. Die algemene boodschap moet de basisprincipes benadrukken en het draagvlak verbreden. Ten tweede moeten de consumenten diepgaandere informatie ontvangen over de verscheidenheid aan korte-keten-initiatieven. Op die manier wordt een overkoepelende campagne gevoerd waarbinnen elk initiatief zijn eigenheid bewaart en zijn positieve punten in de verf kan zetten.

In de korte keten is de betrokkenheid van de consument belangrijk. Daarom kunnen ook initiatieven genomen worden waarbij de interactie tussen consumenten onderling of de interactie tussen consumenten en producenten bevorderd worden en banden worden versterkt. Beide interactievormen betrekken de consument namelijk actief bij het verhaal.

Als organisatie die gespecialiseerd is in de bevordering van de afzet van de Vlaamse landbouw-, tuinbouw- en visserijproducten, is voor VLAM een belangrijke rol weggelegd in het informeren en sensibiliseren van de consument.

### **2.2 Een overkoepelende website brengt alle informatie voor de consument samen**

Op de overkoepelende portaalwebsite is een luik nodig voor de consument (zie ook 1.1). De informatie van de verschillende partners kan hier gecentraliseerd worden. Er bestaan namelijk verschillende websites die de consument informeren over de korte keten (o.a. Fermweb, erkend verkooppunt hoeveproducten ...). Het streefdoel is de integratie van de bestaande websites tot een overkoepelende website voor de consument.

Ook hier moet de portaalsite een belangrijke doorverwijfsfunctie uitoefenen voor meer specifieke inlichtingen.

### **2.3 Praktijkvoorbeelden geven de korte keten een gezicht**

Praktijkvoorbeelden laten de consumenten kennis maken met de korte keten, maken hen vertrouwd met het concept en informeren hen over de diversiteit aan initiatieven. Het is dus nuttig om ook voor de consument enkele praktijkvoorbeelden uit te werken (zie ook 1.2).

### **2.4 Vorming en informatie voor consumenten vergroot het draagvlak voor de korte keten**

Binnen het onderwijs en de vormingen voor volwassen bestaat reeds een groot aantal instrumenten om de doelgroepen te bereiken, waarvan optimaal gebruik gemaakt moet worden. In die bestaande pakketten moet informatie rond de korte keten opgenomen worden waarbij ook de duurzaamheidsaspecten van de afzet van de korte keten naar voren komen.

#### **2.4.1 Leerlingen uit het onderwijs leren de korte keten kennen**

De toekomstige consument kan via het onderwijs bereikt worden om hem bewust te maken van de meerwaarde van de korte keten voor de maatschappij. Er bestaan veel mogelijkheden om de leerlingen te bereiken. Het is wenselijk om een inventaris op te stellen van de mogelijke instrumenten om het onderwijs te bereiken waarbij er gezocht wordt naar de beste opties.

Daarnaast kunnen specifieke acties opgestart worden voor opleidingen die werken rond voeding, zoals de hotelscholen.

## **2.4.2 Er is aangepaste vorming rond de korte keten op maat van de consument**

Vorming naar de consument is zeer waardevol en is een middel om diepgaandere informatie over te brengen. Naast promotie van de korte keten via een communicatiecampagne is ook vorming nodig om het draagvlak te vergroten. De consument kan bereikt worden via allerhande socio-culturele organisaties die vormingen organiseren. Er bestaat al een ruim aanbod van vormingen waar de korte keten aan bod komt. Dit aanbod moet beter en meer gecentraliseerd bekendgemaakt worden. Daarnaast kunnen deze organisaties aangespoord worden om meer specifieke aandacht te geven aan het thema korte keten. Ook andere verenigingen kunnen een rol spelen door consumenten te betrekken bij hun werking en bv. bedrijfsbezoeken te organiseren.

## **DOELSTELLING 3: REALISEREN VAN PROFESSIONELE BEGELEIDING VOOR DE PRODUCENTEN DIE IN DE KORTE KETEN ACTIEF ZIJN OF DIT WILLEN ZIJN**

### **3.1 Het vormingsaanbod geeft genoeg aandacht aan de noden binnen de korte keten**

#### **3.1.1 De voorwaarden om naschoolse opleidingen rond het thema korte keten te financieren, worden herbekeken**

De voorwaarden om naschoolse vorming rond korte keten te financieren, zoals bepaald in het besluit van de Vlaamse Regering van 4 juni 2004 betreffende de toekenning van subsidies voor naschoolse opleidingsinitiatieven in de landbouwsector, kunnen herbekeken worden. Dit kan analoog aan de aanpassing van de voorwaarden die gebeurde voor de naschoolse vorming voor de biologische landbouw.

#### **3.1.2 Het vormingsaanbod is goed bekend bij de producenten**

Er is een ruim aanbod van vormingen voor actoren uit de korte keten die georganiseerd worden door verschillende vormingscentra. De ondernemers vinden echter niet altijd de weg naar deze opleidingen. Inzetten op een gecentraliseerde bekendmaking van de vormingsinitiatieven kan de ondernemers aanzetten om vorming te volgen. Daarbij moet ook rekening gehouden worden dat niet alle producenten het internet gebruiken om op zoek te gaan naar deze informatie.

#### **3.1.3 Het vormingsaanbod is aangepast aan de behoefte van de producenten**

De actuele vormingsnoden moeten gedetecteerd worden. Er is nood aan een verscheiden vormingsaanbod dat een veelvoud van aspecten belicht.

Zo moet aandacht uitgaan naar kostprijberekening, marketing, voedselveiligheid, kennis over de verwerking van producten en kooktechnieken ...

#### **3.1.4 Korte-keten-actoren kunnen alternatieve vormingssessies volgen**

Er zijn ook mogelijkheden om vormingen te organiseren via alternatieve kanalen om zo veel mogelijk korte-keten-actoren te bereiken. Deze alternatieve kanalen moeten onderzocht worden op realiseerbaarheid en wensbaarheid. Voorbeelden zijn vormingsreportages op landbouwzenders zoals Boerenstebuiten-tv, e-learning, vorming op bedrijven, individuele SWOT-analyses ...

#### **3.1.5 De korte-keten-actoren krijgen de kans om van elkaar te leren**

Korte-keten-actoren kunnen veel leren van elkaar. De kennisuitwisseling wordt bevorderd door hen bij elkaar te brengen. Dit komt ook de creativiteit ten goede. De verschillende mogelijkheden van kennisuitwisseling moeten nagegaan worden.

### **3.2 Draaiboeken begeleiden ondernemers bij de opstart van korte-keten-activiteiten**

Geïnteresseerde producenten weten dikwijls niet hoe te starten in de korte keten. Draaiboeken kunnen hen daarin ondersteunen en stimuleren. Aan de hand van draaiboeken wordt een realistisch beeld geschetst van de opstart en wordt de ondernemer goed geïnformeerd. In een draaiboek wordt stap per stap uitgelegd waaraan korte-keten-activiteiten moeten voldoen, met welke zaken rekening gehouden moet worden en waar ze voor welke aspecten terecht kunnen voor begeleiding. Ook de opties van verschillende manieren van vermarkten binnen de korte keten moeten toegelicht worden. Er bestaat al een draaiboek rond wetgeving en ook enkele draaiboeken met andere thema's zijn in opmaak.

### **3.3 Ondernemers worden begeleid bij de uitvoering van innovatieve ideeën**

#### **3.3.1 Ondernemers weten waar ze terecht kunnen voor de uitwerking van innovatieve ideeën**

Veel ondernemers hebben creatieve voorstellen maar weten niet hoe ze die kunnen toepassen. Nochtans zijn er verschillende organisaties en (onderzoeks)instellingen waar ze terecht kunnen voor de uitwerking van innovatieve projecten. Zo kunnen producenten van hoevezuivel terecht bij de Technologische Adviesdienst (TAD) Zuivel voor ondersteuning. Deze mogelijkheden moeten centraal bekend gemaakt worden, onder andere op de portaalwebsite die doorverwijst naar de onderzoeksinstellingen. Om alle kanalen te kunnen weergeven moeten die wel eerst in kaart gebracht worden.

#### **3.3.2 De creativiteit bij ondernemers wordt gestimuleerd**

Ondernemers kunnen aangemoedigd worden om creatieve initiatieven te nemen door erkenning te geven aan vernieuwende projecten en door technische faciliteiten beschikbaar te stellen om zelf ideeën uit te werken.

Ten slotte geven voorbeeldprojecten (zie 1.2) inspiratie aan ondernemers.

### **3.4 Externe begeleiding bevorderen bij samenwerking rond distributie en logistiek**

Om op het vlak van distributie en logistiek samenwerkingsvormen te laten slagen, kan externe begeleiding een cruciale rol spelen. Ondernemers moeten hierover gesensibiliseerd worden. Daarnaast zijn adviesinstanties waar samenwerkende actoren terecht kunnen voor begeleiding, beschikbaar maar ze zijn onvoldoende bekend. Bijgevolg moeten die adviesinstanties beter bekend gemaakt worden, bijvoorbeeld via de overkoepelende website.

## **DOELSTELLING 4: ENERZIJS HET BEVORDEREN VAN KENNISUITWISSELING EN -ONTSLUITING VAN DE BESTAANDE KENNIS EN ANDERZIJS HET STIMULEREN VAN ONDERZOEK NAAR ONTBREKENDE MAAR NOODZAKELIJKE KENNIS**

Zowel bedrijfsleiders als beleidmakers hebben nood aan cijfers die de korte keten in kaart brengen.

Ondernemers kunnen op basis van cijfermateriaal een onderbouwde beslissing nemen om in de korte keten te stappen. Aan bedrijven die reeds actief zijn in de korte keten biedt onderbouwd cijfermateriaal de kans om hun bedrijfsvoering te verbeteren.

Beleidsmakers hebben dan weer cijfers nodig om hun beleid doeltreffend te kunnen uitvoeren.

#### **4.1 Er wordt onderzoek gevoerd naar de economische leefbaarheid van de korte-keten-initiatieven om de bedrijfsvoering te optimaliseren**

Bedrijfsleiders moeten op een onderbouwde manier bedrijfsbeslissingen kunnen nemen. Zij hebben cijfers nodig om hun bedrijf optimaal te leiden. Daartoe moeten de factoren die de bedrijfsomzet uit korte-keten-verkoop beïnvloeden, bekend zijn. Korte-keten-actoren worden geconfronteerd met bijkomende lasten en kosten, zoals bijvoorbeeld hoge investeringen en een grote input van arbeid. Dit heeft een invloed op de economische leefbaarheid van de korte-keten-bedrijven. Maar doordat er een gebrek is aan bedrijfseconomische cijfers is die economische leefbaarheid onvoldoende bekend. Vooral langs de kostenzijde ontbreken er cijfers. Meer onderzoek naar die cijfers zou kunnen bijdragen tot een rendabele korte keten. De rendabiliteit wordt best per segment (zuivel, vlees, groenten en fruit) goed in kaart gebracht door diepgaande en grondige studies.

Daarnaast moeten deze cijfers vertaald worden naar praktische tools voor de producenten zodat zij de economische betekenis van een verbredingsactiviteit vlot kunnen berekenen. In het kader van het GROEI.kans!-project werd reeds zo een onlinetool uitgewerkt.

Bovendien moeten de producenten gestimuleerd worden om hun boekhoudkundige cijfers op te volgen en vrij te geven voor onderzoeksdoeleinden.

#### **4.2 De grootte van de korte keten wordt in kaart gebracht**

Verschillende instanties zoals het FAVV, VLAM, Steunpunt Hoeveproducten ... houden cijfers bij over het aantal producenten actief in de korte keten, maar zij komen tot verschillende aantallen. Inspanningen zijn dus nodig om tot eenduidige cijfers te komen. De afdeling Monitoring en Studie (AMS) kan hieraan bijdragen door de gegevens op te volgen en de aantallen bij te houden.

Zowel het aantal verwerkers als het aantal primaire producenten actief in de korte keten, zouden aan de hand van de bestaande cijfers en via een correcte registratie op eenvoudige wijze achterhaald kunnen worden bij het FAVV. Daarnaast kan onderzocht worden of er bijkomende informatie over korte-keten-actoren verzameld kan worden via de verzamel aanvragen. Zeker als op termijn de verzamel aanvraag in de plaats zal komen van de 15-mei-tellingen. Het is waardevol om het marktonderzoek dat via GfK wordt uitgevoerd, uit te breiden naar alle korte-keten-kanalen zodat de consumentencijfers volledig in beeld kunnen gebracht worden (zie ook situering). Tot op heden beschikt VLAM enkel over GfK-cijfers van de verkoop op de hoeve en boerenmarkten.

### **4.3 De meerwaarde van de korte keten is bekend**

De aanwezigheid van een korte-keten-initiatief heeft ook een invloed op de lokale economie en de omgeving. De impact en de waarde van de korte keten kan zich zowel situeren aan de producentenzijde, aan de consumentenzijde als in de verdere samenleving.

Tot nu toe werd nog maar weinig onderzoek verricht naar de toegevoegde waarde die de korte keten met zich meebrengt. Wil de korte keten al haar voordelen uitspelen en haar toegevoegde waarde gaan claimen, zal er meer onderzoek gevoerd moeten worden naar deze aspecten. Cijfers worden ook best continu verzameld zodat trends en evoluties opgemerkt kunnen worden en zodat daarop kan ingespeeld worden.

Om de meerwaarde langs de consumentenzijde beter in kaart te brengen, kan gekozen worden om binnen de VLAM-werking kwalitatieve studies regelmatig te herhalen.

### **4.4 Het thema korte keten wordt op de agenda van onderzoekinstellingen geplaatst**

De onderzoeksnoden van de korte keten moeten op de agenda van onderzoekinstellingen komen te staan zodat ook zij erop kunnen inspelen. Er zijn veel mogelijkheden om onderzoek te realiseren via thesissen, doctoraten, onderwijsinstellingen, het ILVO, studiediensten van de Vlaamse overheid ... Langzamerhand wordt het thema korte keten wel al opgenomen in studies. Zo wordt al bij het ILVO en AMS onderzoek gevoerd naar de korte keten. Maar desondanks is er nog veel werk aan de winkel.

Daarnaast bestaan er al heel wat buitenlandse studies rond korte keten. En er zijn ook onderzoeken, bijvoorbeeld over consumentengedrag, transities en retail, die niet toegespitst zijn op de korte keten, maar die ook hier van toepassing kunnen zijn als ze vertaald worden naar de korte keten. Deze studies kunnen een nuttige input leveren voor de korte keten in Vlaanderen. Hiervoor is een inventarisatie nodig zodat deze kennis optimaal gebruikt kan worden.

Het platform Landbouwonderzoek kan hier aan meewerken.

### **4.5 Resultaten van projecten en onderzoek zijn toegankelijk voor de korte-keten-actoren**

Ondernemers hebben nood aan duidelijk cijfermateriaal en vergelijkingsmateriaal. Het is dus van belang dat de resultaten van zowel projecten als onderzoeken doorstromen naar de ondernemers. De resultaten worden tot op heden nog te weinig verspreid. Daarom moet gewaakt worden over een open kennissysteem. Als een onderzoek of project (deels) gesubsidieerd wordt, moeten de resultaten ervan toegankelijk zijn voor iedereen.

Daarnaast moeten resultaten van studies ook in de praktijk bruikbaar zijn voor de producent. De resultaten moeten daarom vertaald worden naar de producent.

## **DOELSTELLING 5: OVERLEG CREËREN OM DE KNELPUNTEN IN DE WETGEVING WEG TE WERKEN**

Een ondernemer die in de korte keten actief is, heeft af te rekenen met een heleboel knelpunten die zich hoofdzakelijk op wetgevend vlak bevinden. Er moet geprobeerd worden om de knelpunten aan te pakken door overleg te creëren met de betrokken actoren, zowel voor de knelpunten die nu reeds bekend zijn of die die pas later opduiken.

### **5.1 Alle wetgeving waaraan korte-keten-producenten moeten voldoen is eenduidig toepasbaar en interpreteerbaar**

Administratieve eenduidigheid is van belang: er mogen geen verschillen in de toepassing en interpretatie van de wetgeving bestaan tussen verschillende overheidsinstellingen. Producenten zouden van overheidsinstanties op federaal, Vlaams of provinciaal niveau altijd dezelfde antwoorden moeten krijgen op eenzelfde vraag. Er is nood aan eenduidige en duidelijke regels.

## **5.2 De wetgeving wordt afgestemd op de korte keten**

Bijkomende lasten van nieuwe wetgevingen moeten zo laag mogelijk blijven voor de korte-keten-actoren. De verplichtingen moeten haalbaar blijven voor de producent.

Bij de opmaak van nieuwe wetgeving moet er daarom telkens naar gestreefd worden om de nieuwe regelgeving voor de producenten zo eenvoudig mogelijk te houden. Daartoe moet zo veel mogelijk gebruik gemaakt worden van mogelijke vrijstellingen en uitzonderingen voor de korte-keten-actoren.

Zo is er een nieuwe wetgeving rond de etikettering van de voedingswaarde in opmaak die grote bijkomende lasten voor de korte-keten-actoren met zich kan meebrengen.

Daarnaast moet de overheid de ruimte laten voor creatief ondernemerschap. Wetgeving mag geen belemmering vormen voor dat creatief ondernemerschap. Een voorbeeld van wetgeving die de creativiteit belemmert, is het feit dat zuivelproducenten hun erkenning als hoeveproducent (HP-nummer) bij het FAVV verliezen als ze bijkomend melk inkopen om hun assortiment uit te breiden.

Er moet onderzocht worden of binnen de grenzen van de wettelijke verplichtingen toch ruimte mogelijk is voor die creativiteit. Daarbij kan gekeken worden naar de aanpak van gelijkaardige situaties in het buitenland.

## **5.3 Streven naar een regelgeving rond voedselveiligheid die gemakkelijk toepasbaar is voor de korte-keten-actoren**

### **5.3.1 Overlegmomenten rond voedselveiligheid dragen bij tot een betere samenwerking**

Om de knelpunten rond voedselveiligheid te kunnen wegwerken, zal er nauw samengewerkt moeten worden met het FAVV. Om die reden moeten de contacten tussen de sector en het FAVV versterkt worden. Dit kan door op regelmatige basis overleg te plegen over de 3 segmenten binnen de korte keten, namelijk zuivel, vlees en groenten en fruit. Er bestaat al een overleg voor de segmenten zuivel en vlees maar voor het segment groenten en fruit moet dit nog opgestart worden. Door regelmatig overleg kan de sector ook zelf initiatieven en oplossingen aanreiken voor (nieuwe) knelpunten die hij ervaart.

### **5.3.2 Inventariseren van kansen voor administratieve vereenvoudiging**

Voedselveiligheid is belangrijk en er zijn strenge controles nodig om die voedselveiligheid te garanderen. Een aantal aspecten van de wetgeving rond voedselveiligheid houdt echter weinig rekening met de eigenheid en verscheidenheid van de korte keten. Voor de korte keten bestaan er mogelijkheden voor administratieve vereenvoudiging, zonder de voedselveiligheid in het gedrang te brengen. Daarom is er nood aan een inventaris van de aspecten die eventueel afgeschaft of vereenvoudigd kunnen worden. Deze inventarisatie kan dan besproken worden met het FAVV.

Daarnaast bestaan op Europees niveau in de wetgeving rond voedselveiligheid mogelijkheden tot vrijstellingen. De mogelijke afwijkingen voorzien in de wetgeving moeten dan ook optimaal gebruikt worden. Deze opties moeten in samenspraak met het FAVV onderzocht worden.

Verder moeten producenten die voor (een deel van) hun activiteiten geen goedgekeurde sectorgidsen hebben, een autocontroleplan opstellen. Dit brengt hoge administratieve lasten met zich mee. Er kunnen initiatieven genomen worden om deze lasten zo laag mogelijk te houden.

### **5.3.3 De impact van de sectorgidsen voor de korte-keten-actoren wordt opgevolgd**

De korte-keten-actoren moeten vaak aan verschillende sectorgidsen voldoen om al hun activiteiten af te dekken. Dit zorgt voor hoge administratieve en financiële lasten. Samen met het FAVV moeten de mogelijkheden onderzocht worden om die lasten te verlagen. Dit debat moet opgevolgd worden en continu gaande gehouden worden.

## **5.4 Het VLIF erkent de korte keten als een specifieke afzetmanier met toegevoegde waarde**

### **5.4.1 De VLIF-investeringssteun wordt meer aangepast aan de praktijk**

De VLIF-investeringssteun kan rond een aantal thema's (de investeringstermijn, de verkoop aan derden, bedrijfsafsplittings ...) beter afgestemd worden op het beleid rond de korte keten en op de praktijk. Om die afstemming te bekomen, kunnen een aantal oplossingen gezocht worden voor de knelpunten die zich nu en in de toekomst voordoen.



#### **5.4.2 Toegankelijk maken van de startsteun voor groeperingen en samenwerkingsverbanden**

Samenwerkingsverbanden tussen producenten komen in aanmerking voor steun via het VLIF. Deze maatregel is echter onvoldoende bekend, waardoor het nodig is die beter bekend te maken.

Daarnaast moet ook gewerkt worden aan de toegankelijkheid van deze regelgeving. Daarom is het wenselijk om de voorwaarden en aanvraagprocedure duidelijker te omschrijven.

### **5.5 Sensibiliseren binnen en over ruimtelijke ordening draagt bij tot een vlottere inplanting van korte-keten-activiteiten**

#### **5.5.1 Sensibiliseren van de beleidsmakers**

Het Departement Landbouw en Visserij hanteert in zijn adviesverlening op stedenbouwkundige vergunningen een beoordelingskader. Belangrijk is dat dit beoordelingskader kenbaar wordt gemaakt bij alle beleidsmakers die rond ruimtelijke ordening werken.

Het is waardevol om dit beoordelingskader te toetsen aan de praktijk om na te gaan of bijstellingen in functie van de korte keten wenselijk zijn.

#### **5.5.2 Sensibiliseren van korte-keten-actoren**

Het is voor een korte-keten-actor vaak onduidelijk voor welke inplantingen een vergunning nodig is. Daartoe is het noodzakelijk om ook de producenten vertrouwd te maken met het beoordelingskader dat het Departement Landbouw en Visserij hanteert bij zijn adviesverlening over stedenbouwkundige vergunningen. Ook moet worden verduidelijkt dat producenten voor inlichtingen over ruimtelijke ordening terecht kunnen bij de buitendiensten van de afdeling Duurzame Landbouwwontwikkeling van het Departement Landbouw en Visserij.

Daarnaast moeten de actoren aangemoedigd worden om voor hun projecten sneller advies in te winnen bij de gemeenteambtenaren. De actoren hebben vaak schrik om dit te doen terwijl dit net leidt tot een verdere sensibilisering van de ambtenaren rond de korte keten: zij zullen zo de plannen beter begrijpen en meer op de hoogte zijn van wat de korte keten inhoudt.

## **DOELSTELLING 6: HET POTENTIEEL VAN DE KORTE KETEN UITWERKEN**

### **6.1 De optimalisatie van de distributie en de logistiek zorgt voor een efficiëntere organisatie van de korte keten**

#### **6.1.1 De distributie en de logistiek worden verder geprofessionaliseerd**

Korte-keten-activiteiten zijn meer rendabel naarmate er een uitgebreider assortiment wordt verkocht (Idea Consult, 2010). Productuitwisseling tussen de actoren kan de rendabiliteit van de activiteiten dus verhogen, op voorwaarde dat de uitwisseling efficiënt verloopt. Er zijn grote logistieke winsten mogelijk als de actoren meer en beter samenwerken. Het is dus nodig dat het opstarten van samenwerkingsvormen gepromoot wordt. Daarbij kan men breder kijken dan de samenwerking tussen producenten, en ook de consument een rol geven.

Maar bij gezamenlijke distributie verliezen de ondernemers een deel autonomie en ontstaat ook de nood aan coördinatie en gezamenlijke opslagplaatsen, wat drempels zijn voor de actoren.

Ook komt er heel wat kijken bij de opstelling van een logistieke planning. Door de hoge kostprijs is investeren in logistiek ook niet eenvoudig: de omzet moet namelijk hoog genoeg zijn om die kosten te kunnen dragen. Deze drempels moeten onderzocht worden.

#### **6.1.2 De kansen voor de marktontwikkeling worden benut**

Het marktpotentieel van de korte keten moet benut worden. Hiertoe moeten de marktontwikkelingen en de interesses bij zowel de consument als producent opgevolgd worden. Er moeten acties genomen worden om de keten verder te ontwikkelen op basis van de waargenomen tendensen. Daarbij moet gezocht worden naar een oplossing om tegelijkertijd in te spelen op de vraag en noden van de consument en de producent.

## **DOELSTELLING 7: EEN COHERENT BELEID BEKOMEN WAARIN VERSNIPPERING WORDT TEGEN- GEGAAN**

### **7.1 Structurele ondersteuning wordt bekeken voor organisaties die inspelen op de noden van de markt en hun kennis en ervaring reeds bewezen hebben**

Binnen de korte keten gebeurt financiering al te vaak op projectmatige basis waardoor een zekere continuïteit ontbreekt, terwijl een aantal initiatieven nood heeft aan een continue werking. Vaak worden ze gefinancierd met een divers scala aan projectmiddelen en subsidiemaatregelen. Dit plaatst echter vraagtekens achter de duurzaamheid van de werking van deze initiatieven. Er moet bekeken worden of een meer structurele ondersteuning mogelijk is. Daarnaast kan projectmatige subsidiëring wel behouden blijven voor innovatieve projecten. Goedlopende projecten zouden niet mogen stilvallen en moeten aangemoedigd worden om na verloop van tijd autonoom en zonder subsidiëring te kunnen bestaan.

### **7.2 Het beleid van de verschillende overheidsinstellingen rond de korte keten wordt beter afgestemd**

Het beleid is versnipperd doordat het door verschillende overheidsinstellingen wordt uitgestippeld. Door een betere samenwerking kan het beleid van de verschillende overheden beter afgestemd worden. Dit is een taak voor het contactpunt van de overheid (zie ook 2).

## **DOELSTELLING 8: DUURZAAMHEID VAN AFZET EN PRODUCTIE STIMULEREN**

De korte keten is een duurzaam afzetsysteem. De korte keten is transparant waardoor er ook qua productie gestreefd wordt naar verduurzaming. Inspanningen rond duurzaamheid zijn namelijk zichtbaarder waardoor de producent sneller en rechtstreeks de appreciatie van de consument te zien krijgt. Het strategische plan wil zowel de economische (bv. eerlijke prijs voor producent en stimulatie lokale economie), de ecologische (bv. vermindering van het aantal voedselkilometers) als de sociale (bv. herstel van de lokale contacten en samenwerking) duurzaamheid in de korte keten verhogen.

In zo veel mogelijk acties moet gestreefd worden naar verduurzaming, in al haar aspecten.

# UITVOERING VAN HET STRATEGISCHE PLAN

De uitvoering van het strategische plan wordt opgevolgd door het strategische platform. Het platform bepaalt mee de prioriteiten. Elke actor kan meewerken aan de realisatie van de doelstellingen in dit plan. Het contactpunt neemt een trekkersrol op in de uitvoering van het strategische plan.

Vanuit overheidszijde wordt reeds gestart met de uitvoering van dit strategische plan. Er zijn ook budgettaire middelen voorzien.

## **1 QUICK WINS VOOR INNOVATIEVE PROJECTEN DIE BIJDRAGEN AAN DE REALISATIE VAN DE DOELSTELLINGEN IN DIT PLAN**

Er zal in het najaar van 2011 een oproep komen voor innovatieve projecten die bijdragen aan de realisatie van de doelstellingen van het strategische plan. Deze oproep zal gelanceerd worden door het Departement Landbouw en Visserij. De projecten moeten effect creëren op het terrein en kunnen ingediend worden door organisaties en verenigingen. Een wetgevend kader zal opgesteld worden.

## **2 DEMONSTRATIEPROJECTEN HELPEN VERNIEUWENDE TOEPASSINGEN ROND DE KORTE KETEN INGANG VINDEN IN DE PRAKTIJK**

Demonstratieprojecten hebben als doel producenten kennis te laten maken met praktijken en technieken die kunnen bijdragen aan een meer duurzame landbouw. De demonstraties in de praktijk moeten de producenten bewust maken van nieuwe mogelijkheden.

De projecten moeten altijd kaderen in een aantal thema's. Bij een volgende projectoproep zal de korte keten één van de thema's zijn. Enkel organisaties en instellingen zonder commerciële doeleinden kunnen projecten indienen. Zij moeten een erkenning hebben als centrum voor sensibilisering van meer duurzame landbouw.

## **3 STRUCTURELE ONDERSTEUNING**

VLAM krijgt jaarlijks een dotatie toegekend van 222.000 euro voor de promotie en communicatie inzake korte keten, streek- en bioproducten.

Terwijl dit in het verleden nog op een ad hoc basis gebeurde, is er vanaf 2012 structurele financiering voorzien van het Steunpunt Hoeveproducten en het Steunpunt Streekproducten.

# AFKORTINGEN

ABS	Algemeen Boerensyndicaat
FAVV	Federaal Agentschap voor de veiligheid van de voedselketen
GfK	Growth for Knowledge
ILVO	Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek
NIS	Nationaal Instituut voor de Statistiek
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats
VLAM	Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing
VLIF	Vlaams Landbouwinvesteringsfonds

# BIJLAGE 1

## DEELNEMERSLIJST WORKSHOP 0

ABS  
BioForum  
Boerenbond  
CSA Netwerk Vlaanderen  
Den Diepen Boomgaard  
Innovatiesteunpunt  
Mycelium  
provincie Antwerpen  
provincie Limburg  
provincie Oost-Vlaanderen  
provincie Vlaams-Brabant  
provincie West-Vlaanderen  
Rurant  
Steunpunt Hoeveproducten  
Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie  
Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij  
VLAM  
Voedselteams  
Vredeseilanden  
Wervel

## DEELNEMERSLIJST WORKSHOP 1

AVBS  
BioForum  
Boerenbond  
CSA Netwerk Vlaanderen  
De Wassende Maan  
FAVV  
Innovatiesteunpunt  
Natlandhoeve  
Steunpunt Hoeveproducten  
Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie  
Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij  
VLAM  
Voedselteams

## DEELNEMERSLIJST WORKSHOP 2

BioForum  
Boerenbond  
Centrum Duurzame Ontwikkeling Ugent  
De Wroeter  
Innovatiesteunpunt  
provincie Antwerpen  
provincie Limburg  
provincie Oost-Vlaanderen  
provincie West-Vlaanderen  
Rurant  
Steunpunt Hoeveproducten  
Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie  
Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij  
Vlaams Ruraal Netwerk  
VLAM  
VLM  
Voedselteams  
Vredeseilanden

## DEELNEMERSLIJST WORKSHOP 3

ABS  
BioForum  
Boerenbond  
Centrum Duurzame Ontwikkeling Ugent  
CSA Netwerk Vlaanderen  
De Wassende Maan  
De Wroeter  
Hageland+  
Innovatiesteunpunt  
Mycelium  
Nationaal Agrarisch Centrum  
provincie Antwerpen  
provincie Limburg  
provincie Oost-Vlaanderen  
provincie West-Vlaanderen  
Pur Fruit  
Rurant  
Steunpunt Hoeveproducten  
Velt  
Vilt  
Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie  
Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij  
Vlaams Ruraal Netwerk  
VLAM  
Voedselteams  
Vredeseilanden

## DEELNEMERSLIJST WORKSHOP 4

BioForum  
Boerenbond  
Innovatiesteunpunt  
Fairtradegemeenten  
FOD Economie  
provincie Antwerpen  
provincie Oost-Vlaanderen  
provincie Vlaams-Brabant  
provincie West-Vlaanderen  
Rurant  
Steunpunt Hoeveproducten  
Streekproducten Vlaams-Brabant vzw  
Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie  
Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij  
Vlaams Ruraal Netwerk  
VLM  
VLAM  
Vleva  
Voedselteams

# BIBLIOGRAFIE

Cazaux G. (2010), Korte keten initiatieven in Vlaanderen. Een overzicht, Departement Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie, Brussel.

GfK (2011), Stuurgroep Hoeve - Jaarpresentatie GfK Gegevens - jaar 2010, VLAM.

Idea Consult (2010), Verfijnen van een instrument voor het meten van de economische impact van plattelandsinitiatieven in het kader van het interregproject GROEI.kans!, Vlaamse Landmaatschappij, Antwerpen.