nieuws

Belgapom: "Ontluisterend protectionisme in Frankrijk"

nieuws

Het nieuws dat McDonald's in Frankrijk alleen nog Franse frieten wil aankopen, schiet bij de Belgische aardappelhandel en -verwerking in het verkeerde keelgat. Beroepsvereniging Belgapom vreest dat deze "typisch Franse" beslissing een voorbode is van nog meer vormen van protectionisme in de voedingssector, en dit ook in andere EU-lidstaten.

7 MAART 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:09

Lees meer over:
voedingsindustrie
akkerbouw
handel

Het nieuws dat McDonald's in Frankrijk alleen nog Franse frieten wil aankopen, schiet bij de Belgische aardappelhandel en -verwerking in het verkeerde keelgat. Echt een economische impact op de Belgische aardappelsector heeft dit niet, maar beroepsvereniging Belgapom vreest dat deze "typisch Franse" beslissing een voorbode is van nog meer protectionisme in de voedingssector, en dit ook in andere EU-lidstaten.
Nog dit jaar wil McDonald's in Frankrijk alleen nog frieten serveren die van Franse aardappelen werden gemaakt. Van de meer dan 200.000 ton aardappelen die elk jaar nodig zijn om de fastfoodketen van friet te voorzien, werd tot nu toe ongeveer een kwart in het buitenland aangekocht. Belgapom, de beroepsvereniging van de Belgische aardappelhandel en -verwerking, is niet verrast door het nieuws maar stoort er zich wel mateloos aan.
"De beslissing van McDonald's illustreert het protectionisme dat eigen is aan landen in crisis", zegt Belgapom-secretaris Romain Cools. "Het is bijvoorbeeld ook Frankrijk dat samen met Spanje en Italië al langer aandringt op een uitbreiding van de Europese regels inzake oorsprongsetikettering." Het eigenbelang ligt voor de hand: alle drie zijn het landen met een belangrijke landbouwproductie en plaatselijke voedingsindustrie,

maar vooral ook grote landen met een hoog bevolkingscijfer, dus ook met een groot binnenlands verbruik.
De voorstanders van een uitgebreidere oorsprongsetikettering blijken nu ook de ‘paardenvleesschandaal’ in te roepen om hun doelstelling kracht bij te zetten. "Fraudebestrijding is nochtans geen goed argument want de herkomst van (de ingrediënten van) een voedingsmiddel vermelden, helpt fraude niet voorkomen. Integendeel zelfs, het is dan een kwestie van tijd vooraleer er gefraudeerd wordt met die oorsprongsetikettering. Of een aardappel afkomstig is uit Poperinge of Steenvoorde net over de Frans-Belgische grens is nauwelijks te bewijzen, ondanks een volledig uitgebouwde traceerbaarheid in het kader van voedsel- en plantenveiligheid."
Cools gaat nog dieper in op de beslissing van McDonald's Frankrijk, waarvoor hij het woord "ontluisterend" gebruikt. "Frankrijk is nota bene de grootste exporteur van aardappelen voor de versmarkt in Europa, mogelijk zelfs in de wereld." Je ziet Franse aardappelen overal opduiken zodat Cools het een schande vindt dat ze voor friet het heimat-gevoel van de Fransen bespelen.
Hij verwijst ook fijntjes naar het feit dat de Fransen de voorbije decennia weinig interesse vertoonden voor de productie van aardappelen in Noord-Frankrijk omdat deze traditionele aardappelregio niet interessant bleek voor hun plannen voor de versmarkt, waarvoor men op zoek was naar ‘maagdelijke gronden’. Het is de aardappelverwerkende industrie die zowel in Noord-Frankrijk als in België voor dynamiek in de Noord-Franse aardappelteelt zorgt.
Belgapom beschouwt België, Nederland, Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk als één groot en optimaal teeltgebied voor aardappelen. "Nergens anders ter wereld worden gemiddelde opbrengsten van meer dan 45 ton per hectare gerealiseerd. Deze regio is gewoon ideaal voor de aardappelteelt."
De voordelen van aardappelhandel in deze regio zijn legio. "Misoogsten en kwaliteitsproblemen als gevolg van wisselende weersomstandigheden nopen de verwerkende industrie actief in dit teeltgebied vaak tot aankoop uit andere regio’s in dit teeltgebied, waarvoor ze een beroep doen op de aardappelhandel", illustreert Cools. Ook lijkt dit op het eerste zicht niet zo, toch past dit in de visie op duurzaamheid van de aardappelindustrie: op deze wijze wordt de aardappelproductie in Europa optimaal benut, zonder verspilling.
In tijden van crisis worden deze voordelen van handel sneller vergeten. Dat een wereldspeler als McDonald's in hetzelfde bedje ziek is, verwondert Belgapom. "Gaat de fastfoodketen deze aankooppolitiek misschien ook toepassen in Athene of Reykjavik?", sneert Cools. Hij besluit met de vraag waar deze vormen van ongelukkig nationalisme

eindigen: als de Fransen toch echt ‘Frans’ willen consumeren, zullen ze dan de Amerikaanse burger in McDonald's finaal ook vervangen door eenzelfde product uit de Frans-Belgische keten Quick?

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada