nieuws

Flandria integreert Responsibly Fresh in logo

nieuws

Het nieuwe duurzaamheidskeurmerk ‘Responsibly Fresh’ dat minister-president Kris Peeters tijdens de vakbeurs Fruit Logistica in Berlijn lanceerde, zal ook in het Flandria-logo worden geïntroduceerd. “Daarmee evolueert Flandria van een puur kwaliteitslabel naar een kwaliteitslabel met nog meer aandacht voor duurzame productie”, zeggen VLAM en VBT.

8 FEBRUARI 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:03

Lees meer over:
tuinbouw
glastuinbouw
marketing

Het nieuwe duurzaamheidskeurmerk ‘Responsibly Fresh’ dat minister-president Kris Peeters tijdens de vakbeurs Fruit Logistica in Berlijn lanceerde, zal ook in het Flandria-logo worden geïntroduceerd. “Daarmee evolueert Flandria van een puur kwaliteitslabel naar een kwaliteitslabel met nog meer aandacht voor duurzame productie”, zeggen VLAM en VBT, het Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties.
Het verhaal van Flandria start in 1995. De Belgische veilingcoöperaties ontwikkelden toen een keurmerk voor tomaten en witloof. De directe aanleiding was een overaanbod van tomaten en daarbij horende slechte prijzen. Eén van de vereisten van het Flandria-lastenboek was van bij het begin de milieubewuste teelt. Deze werd gesymboliseerd door de groene boog met gele vlinder in het logo.
Momenteel omvat het keurmerk meer dan 60 soorten groenten en fruit en is het doorgegroeid naar een vaste waarde in binnen- en buitenlandse winkelrekken. “Het ruime aanbod in combinatie met een merkbekendheid van ruim 90 procent bij Duitse en Franse professionele klanten en van ruim 75 procent bij de Belgische consument, maken van Flandria één van de belangrijkste groentemerken in Europa”, klinkt het bij VLAM en VBT.

Omdat de maatschappij steeds meer belang hecht aan duurzaamheid in al zijn facetten, is de aandacht voor enkel de ecologische pijler te beperkt geworden. Daarom wil Flandria ook economische en sociale elementen introduceren in haar lastenboek. “Vandaar de beslissing om volledig in te stappen in het verhaal van Responsibly Fresh. De productie heeft dus niet langer alleen maar oog voor planet. Ook aandacht voor people en profit maakt integraal deel uit van het Flandria-lastenboek.”
Daarom wordt de gele vlinder in het logo van Flandria vervangen door de kleurige G van Responsibly Fesh. De tekst in de groene boog verandert eveneens: ‘milieubewuste teelt’ wordt ‘Responsibly Fresh’. “Een evolutie maar geen revolutie. Deze ontwikkeling is een logische stap na een jarenlange periode van milieuvriendelijke inspanningen”, zeggen de organisaties achter het Flandria-label.

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