nieuws

Aandacht voor perenproblematiek wordt levendig gehouden

nieuws

De overschot aan Belgische peren heeft fruittelers ertoe aangezet om meer in te zetten op thuisverkoop. Een spontaan gegroeide campagne, ‘Snoep zelfstandig, eet meer peer’, stimuleert de directe verkoop aan consumenten. "In ons land worden jaarlijks per persoon slechts twee kilo peren, of tien stuks, gegeten. In Spanje is dat het tienvoudige. Het zou mooi zijn, mochten we de verkoop in België kunnen verdubbelen", zegt initiatiefnemer Marc Pairon. Via sociale en andere media wordt ruchtbaarheid gegeven aan de fruitbedrijven die deelnemen. De studenten aan de Thomas More hogeschool hoeven het zelfs zo ver niet te zoeken. Zij smullen van de peren die hun collega’s van de opleiding Agro- en biotechnologie plukten in de eigen fruitplantage van de hogeschool.

16 SEPTEMBER 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:27

Lees meer over:
fruitteelt



De overschot aan Belgische peren heeft fruittelers ertoe aangezet om meer in te zetten op thuisverkoop. Een spontaan gegroeide campagne, ‘Snoep zelfstandig, eet meer peer’, stimuleert de directe verkoop aan consumenten. "In ons land worden jaarlijks per persoon slechts twee kilo peren, of tien stuks, gegeten. In Spanje is dat het tienvoudige. Het zou mooi zijn, mochten we de verkoop in België kunnen verdubbelen", zegt initiatiefnemer Marc Pairon. Via sociale en andere media wordt ruchtbaarheid gegeven aan de fruitbedrijven die deelnemen. De studenten aan de Thomas More hogeschool hoeven het zelfs zo ver niet te zoeken. Zij smullen van de peren die hun collega’s van de opleiding Agro- en biotechnologie plukten in de eigen fruitplantage van de hogeschool.
Door de Russische boycot tegen een brede waaier land- en tuinbouwproducten is er momenteel een overschot aan Belgische peren. Fruittelers zoeken alternatieve afzetkanalen want het zou jammer zijn indien de peren, die dit jaar van zeer goede kwaliteit zijn, verloren zouden gaan. Thuisverkoop van fruit is voor een groot aantal telers zo’n alternatief. Om de hoek zouden wel eens de beste afzetkansen kunnen liggen want onze regio staat bekend als één van de grootste perenproducenten, maar één van de kleinste perenconsumenten binnen Europa.
De landelijke actie ‘Snoep zelfstandig, eet meer peer!’ heeft als doel de consument bewust te maken dat het kopen van lokale producten voordelen biedt voor zowel consument als producent. Geholpen door een website en Facebookpagina nemen de getroffen fruittelers het heft in eigen handen en rollen ze een landelijke bewustmakingscampagne uit.
Op de campagnewebsite geven tientallen fruitbedrijven uit de verschillende Vlaamse provincies te kennen dat zij fruit aan de deur verkopen en achter de campagne staan. Het actiecomité roept, via de traditionele en sociale media, de bevolking op om daar massaal producten van eigen bodem te kopen en creatief te zijn in het verwerken tot overheerlijke bereidingen. De actie kan op de

sympathie rekenen van organisaties binnen en buiten de landbouw. Onder andere Agora group, Algemeen Boerensyndicaat, Boerenbond en VLAM helpen mee ruchtbaarheid geven aan de bewustmakingscampagne.
Initiatiefnemer Marc Pairon gelooft dat er nog veel rek zit op de binnenlandse consumptie van peren. “Als men het totaalcijfer van de schade door de boycot aan de bevolking voorschotelt, lokt men vanzelfsprekend berusting uit omdat dergelijke getallen onoverzichtelijk zijn”, aldus Pairon. “Men veronderstelt dan dat men per gezin tonnen aan peren moet consumeren om het overschot te verwerken. De averechtse berekening is echter een absolute succesformule. Het actiecomité heeft het dan ook over één peer, peer per peer, om tot een gemiddelde consumptie te komen van twee peren per week, alle mogelijke bereidingen en het nuttigen van vruchtensappen inbegrepen.”
In Polen is men er in geslaagd, door onder meer de impact van de sociale media, een eenmansactie van journalist Grzegorz Nawacki op slechts enkele weken tijd te laten uitgroeien tot een massale actie. Ook de Spanjaarden staan inmiddels al ver in hun bewustmakingscampagne, commercieel ondersteund door een consortium van winkelketens. “Wij kunnen dat ook: aan hetzelfde zeel trekken, met z’n allen voor onze telers en de producten van eigen bodem supporteren”, aldus Pairon.
De campagne is niet gericht tegen de veilingen of supermarkten maar wil bijdragen aan meer consumptie van land- en tuinbouwproducten uit eigen land. De peer wordt bij deze als symbool gebruikt maar er zijn tal van andere producten - varkensvlees, appels, tomaten, paprika’s, enz. - die eveneens te lijden hebben onder de Russische boycotmaatregel.
Ook de Thomas More hogeschool ontsnapt niet aan de gevolgen van de Russische boycot aangezien de campus in Geel beschikt over een fruitplantage van één hectare, naast 25 hectare akkerland, twee hectare groenten in volle grond, 50 are serres en boomkwekerij in volle grond en op containervelden. De studenten en docenten van de opleiding Agro- en biotechnologie vonden het zonde om 3.000 kilo peren aan de bomen te laten hangen. Ze plukten de peren en deelden ze de voorbije dagen uit aan al de nieuwe studenten van Thomas More. In de cafetaria zal sap verkocht worden van de appels die niet verkocht geraken.

Bron: eigen verslaggeving / Belga

Beeld: Thomas Moore hogeschool

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