

Campagne ‘Februari Zonder Supermarkt’ van start met lege winkelrekken

Deze maand voeren enkele korteketenorganisaties de campagne ‘Februari Zonder Supermarkt’, waarbij men consumenten wil aansporen om hun aankopen rechtstreeks bij de boer, de lokale supermarkt of de handelaar te doen. In het licht van de lege winkelrekken kreeg deze campagne een wel zeer letterlijk kantje. “De lege winkelrekken betreuren we uiteraard”, aldus campagneverantwoordelijke Kevin Vits. “Het is niet het doel om de consument volledig weg te houden van supermarkten. De campagne heeft als doel de consument bewuster te maken over waar ze hun voeding kopen en ondertussen worden de korteketeninitiatieven ook nog eens in de spotlights gezet.”

🕒 5 FEBRUARI 2024 – LAATST BIJGEWERKT OM 6 FEBRUARI 2024 12:20

Jozefien Verstraete

Lees meer over:

[supermarkt](#)

[korte keten](#)

[voedselprijzen](#)



De korteketennetwerken en organisaties Voedselteams, Linked.Farm, Wervel, Solidagro, De Wassende Maan en Local Food Works sporen met hun campagne consumenten aan om bij te dragen aan ‘een gezond, eerlijk en duurzaam voedselsysteem’. “Door voor de korte keten te kiezen, beperk je de kilometers die je voeding moet afleggen en zo ook je ecologische voetafdruk”, aldus de campagne-organisatoren.



Ze voeren meteen ook een reeks aan argumenten aan om de grote supermarkten deze maand links te laten liggen. “Het probleem van een voedselketen is onder meer dat hoe langer ze is, hoe groter de kans op voedselverlies. In elke schakel van de keten gaat er namelijk voedsel verloren. Minder transport vergt ook minder energie voor bewaring en verpakking van producten. Daarnaast leer je ook nog eens de boer of boerin en de producten beter kennen. Dit kan alleen maar een boost voor de appreciatie geven voor het werk van de landbouwer als je ervaart hoeveel tijd en energie er in het telen van groenten en produceren van kaas of vlees gaat.”

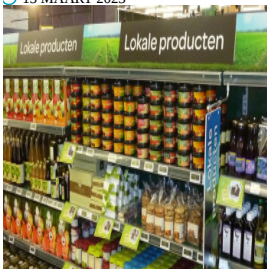


duiding

Eerlijke en echte prijzen, een kijk vanuit

WUR

13 MAART 2023



nieuws

Stijging van buurtsupers die lokale producten aanbieden

20 APRIL 2023

Maar het actuele uitgangspunt van de campagne zit volgens Vits in de betere prijzen bij de korte keten. “De boer en boerin krijgen een veel groter deel van de koek, want in de korte keten bepaalt de boer zelf de prijs en gaat er minder geld naar de tussenschakels. Hoe vaak een grote supermarkt met gigantische marketingbudgetten ook claimt lokaal en korte keten te zijn, er is nog altijd geen enkele garantie dat de boer(in) ook een faire prijs krijgt voor zijn of haar product”, zegt Vits. “Er is bij de grote supermarkten een grotere focus op geld dan op kwaliteit van hun aanbod. Ze houden het voedselsysteem zoals het nu is ook in stand. Daarbij krijgt de boer niet altijd een eerlijke prijs voor zijn harde werk en krijgen boeren in het Zuiden soms een zodanig lage verloning dat ze zelf geen eten kunnen kopen.”

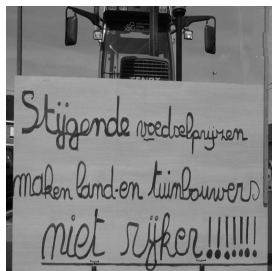
Lokaal bij zelfstandige supermarkt kan ook

Met hun slogan ‘Februari zonder Supermarkt’ stimuleren de campagnevoerders de consumenten om een maand lang hun voeding niet bij een grote supermarkt te kopen, maar wel bij de lokale handelaar, producenten en lokale supermarkt. Met de vermelding van deze laatste is Luc Ardies van Buurtsuper.be, de UNIZO-organisatie van supermarkten en speciaalzaken, tevreden. “Veel supermarkten zijn ondertussen van zelfstandigen die werken met een franchisecontract”, duidt Ardies. “Alle franchisecontracten die we tot nu toe gezien hebben, voorzien een specifiek percentage voor lokale producten. Hierdoor hebben de zelfstandigen de commerciële vrijheid om rechtstreeks met boeren en producenten uit de streek samen te werken. En dat gebeurt hoe langer hoe meer. De prijzen worden hierbij onderling afgesproken. Dit gebeurt dus niet via centrales zoals de traditionele supermarkten. Dit willen we vermijden.”

“Het klopt dat de zelfstandige supermarkten meer bezig zijn met het aanbieden van lokale producten”, springt Vits bij. “Maar dat blijft op persoonlijk niveau, het hangt af van de zaakvoerders zelf. Het is niet zo dat de supermarkten een aandeel aan lokale voeding opleggen bij hun franchisehouder. We willen met onze campagne de consument aanzetten om zich bewust te worden waar ze hun aankopen doen.”

Een uitgangspunt waar Buurtsuper.be zich kan in vinden. “Hoe je het draait of keert, landbouwers moeten hun producten kunnen verkopen tegen een eerlijke prijs zodat ze een rendabel bedrijf kunnen runnen. Daarom probeert Buurtsuper.be een brug te maken tussen de zelfstandige supermarkten en de lokale boeren. Onderzoek toont aan dat gezinnen steeds minder de tijd hebben om hun boodschappen te doen, waarbij een supermarkt vaak hun enige stop is. Een buurtsupermarkt kan dus een goede afzetmarkt zijn voor lokale producenten waarbij ze ook een eerlijke prijs krijgen.”

Alle korteketeninitiatieven kunnen gevonden worden op rechtvanbijdeboer.be.



Uitgelicht

Hoge voedselprijzen: “Bij de boer valt niets te rapen”

nieuws

Als het gaat om overwinsten, dan valt bij de boer niets te rapen. Dat laat Boerenbond weten in een reactie op de druk die minister van Economie Pierre-Yves Dermagne (PS) aan d...

🕒 15 JUNI 2023

[Lees meer](#)

Bron: Eigen berichtgeving

Beeld: Rikolto

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra