nieuws

Consument is de baas over participatieve melk

nieuws

Hoe zou een liter melk eruitzien als de consument het volledig voor het zeggen had? Dat is de vraag die aan de basis ligt van het ‘Wie is de baas?!’-concept dat eerder al in Frankrijk furore maakte en nu ook in België is geland. De primeur is voor de 800 Belgische Carrefour-winkels, waar vanaf 21 februari melk in de rekken ligt die tegemoetkomt aan de belangrijkste verzuchtingen van 5.300 consumenten. “’Wie is de baas?!’ brengt ons als melkveehouders heel dicht bij de consument zonder dat we daarbij aan schaalgrootte moeten inboeten”, aldus Fabienne Dupuis van zuivelcoöperatie CoFerme.

21 FEBRUARI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:39

Lees meer over:
melkvee
consument



Hoe zou een liter melk eruitzien als de consument het volledig voor het zeggen had? Dat is de vraag die aan de basis ligt van het ‘Wie is de baas?!’-concept dat eerder al in Frankrijk furore maakte en nu ook in België is geland. De primeur is voor de 800 Belgische Carrefour-winkels, waar vanaf 21 februari melk in de rekken ligt die tegemoetkomt aan de belangrijkste verzuchtingen van 5.300 consumenten. “’Wie is de baas?!’ brengt ons als melkveehouders heel dicht bij de consument zonder dat we daarbij aan schaalgrootte moeten inboeten”, aldus Fabienne Dupuis van zuivelcoöperatie CoFerme.

Het begon met een éénmansinitiatief in Frankrijk en groeide uit tot een groot commercieel succes: ‘Wie is de baas?! - Merk van de consument’ wist met zijn innovatief en participatief concept duidelijk een gevoelige snaar te raken. Dankzij co-initiatiefneemster Sylviane Bockourt kreeg het idee ook in België voet aan de grond. Begin vorig jaar lieten meer dan 5.300 consumenten via een enquête weten aan welke eisen melk volgens hen moet voldoen. Moeten de koeien in de weide staan? Welk voeder krijgen ze? Maar ook: op welke vergoeding heeft de boer recht? Ruim 43 procent van de respondenten gaf aan dat de producent “behoorlijk” moet betaald worden.

Het resultaat van het traject ligt vanaf 21 februari in de rekken van alle Belgische Carrefour-winkels – dezelfde supermarktketen die ook in Frankrijk als eerste op de kar sprong. De melk is afkomstig van CoFerme uit de regio van Chimay, een coöperatie met 175 leden waarvan er intussen een vijftigtal voldoen aan het lastenboek dat door consumenten werd vastgelegd. Wat houdt dat lastenboek precies in? De koeien grazen minimum vier maanden per jaar op de weide, krijgen voeder dat lokaal geteeld wordt, voor meer Omega 3 zorgt in de melk, en geen genetisch gemodificeerde gewassen bevat. Het Oost-Vlaamse Inex staat in voor de verpakking en verdeling.

Wat staat daar tegenover? De vergoeding die door de producenten zelf is vastgelegd bedraagt 38 cent per liter rauwe melk, de winkelprijs is 1,05 euro per liter. “Het belangrijkste aan die prijs is dat die transparant is en dat we niet meer afhankelijk zijn van de wereldmarkt waar we als kleine boeren helemaal worden weggedrukt”, aldus Fabienne Dupuis van CoFerme. “Wat we de laatste tien jaar gezien hebben, is dat we bij prijscrisissen steeds helemaal achteraan in de rij staan. Op basis van de belangrijkste eisen van de deelnemers aan de enquête hebben we onze kostprijs berekend en een eerlijke prijs voorgesteld.”
“Dat diezelfde melkprijs op lange termijn gegarandeerd wordt, is uiteraard heel erg belangrijk”, aldus nog Dupuis. “Vroeger bestond dat ook op de reguliere zuivelmarkt, maar die tijden liggen intussen al even achter ons. Nu, deze prijs is ook niet in steen gebeiteld. Als onze productiekosten stijgen of dalen, of als er nieuwe eisen bijkomen, dan kan de prijs opnieuw geëvalueerd worden. We zijn trouwens eerder ook al eens langsgeweest bij onze collega-melkveehouders in Frankrijk om te kijken hoe het concept daar werkt.”
“Toen we twee jaar geleden hoorden van het concept in Frankrijk was onze interesse meteen gewekt”, aldus Pascal Léglise, duurzaamheidsdirecteur bij Carrefour België. “Wat ontzettend belangrijk is, is dat het idee vertrekt van de consument en er zo een directe link ontstaat tussen landbouwer en consument. Dat wil ook zeggen dat wij ons als supermarkt niet moeien met de organisatie van het concept. Wij leggen het product in de rekken en zorgen via onze kanalen voor publiciteit, dat is ons engagement. Wat de prijs in de winkel betreft: doordat de consument de eigenschappen van de melk zelf heeft samengesteld, aanvaardt hij de prijs.”
Ondertussen maakt de coördinatrice van het project, Sylviane Bockourt, werk van andere producten volgens hetzelfde concept. “Binnenkort ligt de melk ook in andere winkels, en de volgende stap is dan waarschijnlijk productdiversificatie”, aldus Bockourt. “Ik denk aan graanproducten, maar zeker ook aan vlees. Ik krijg die vraag heel erg vaak vanuit de sector.” Het laatste woord is voor Dupuis. “Weet je wat mij zo blij maakt? Dit is de eerste keer dat we als boer onze melk rechtstreeks kunnen verkopen aan de consument, op grote schaal. Ja, onze melk is iets duurder, maar er staat ook meer tegenover. Met zo’n lastenboek mag je niet verwachten dat je 60 of 70 cent betaalt in de winkel. Meer nog, onze melk zou qua prijs-kwaliteitverhouding wel eens beter kunnen zijn. En zeker eerlijker, want iedereen in de keten hoort zijn deel te krijgen.”

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