nieuws

Dialoogsessie: Conscious & smart farming in de praktijk

nieuws

Tijdens een panelgesprek van ING wisselden verschillende spelers uit de landbouwsector van gedachten over conscious en smart farming. Het lijken trendy buzzwoorden, maar er schuilt een filosofie met een toekomstvisie achter. Zijn de boeren er klaar voor en hoe gaat het er in de praktijk aan toe?

18 NOVEMBER 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:52

Lees meer over:
onderzoek
technologie
landbouw algemeen



Tijdens een panelgesprek van ING wisselden verschillende spelers uit de landbouwsector van gedachten over conscious en smart farming. Het lijken trendy buzzwoorden, maar er schuilt een filosofie met een toekomstvisie achter. Zijn de boeren er klaar voor en hoe gaat het er in de praktijk aan toe?
ING bundelde in zijn boek ‘Morgen op het menu’ verhalen van ruim 30 experts en ondernemers die elk hun steentje bijdragen aan de ethische productie en consumptie van voedsel. Hoe kan de voedingsindustrie een antwoord bieden op het vraagstuk van de groeiende vraag naar voedsel in combinatie met een lage klimaatimpact? Landbouwers worden vaak met de vinger gewezen als schuldige voor de klimaatopwarming. Maar tegelijk zijn ze ook slachtoffer én oplossing. Door nieuwe, slimme toepassingen kan de negatieve impact beperkt en zelfs omgekeerd worden.

> “Duurzaamheid moet ook resultaten opleveren” (Chris De Temmerman – DCM)

Stephan Top van aardappelrooierproducent AVR ziet de druk op de landbouw steeds meer groeien. Het belang van een duurzame en ecologisch verantwoorde productie stijgt evenredig mee. Maar landbouwers en toeleveranciers leveren al jaren inspanningen om duurzaam te produceren. Voor Chris De Temmerman van meststoffenproducent DCM is dat de essentie én een voorwaarde. Al sinds het begin haalt zijn bedrijf meststoffen uit reststromen van de voedingsindustrie. “Duurzaamheid is een woord die iedereen in de mond neemt”, zegt De Temmerman. “Maar het moet niet alleen goed zijn voor het milieu, het moet ook ‘performance’ geven. Als je naar een landbouwer stapt met een oplossing die enorm duurzaam is, maar het geeft hem geen economische zekerheid, dan is het geen goede ontwikkeling.”

Luc Maertens van Agrosafve, leverancier van agro en food technologie, houdt altijd de 3 E's van duurzaamheid in het achterhoofd: efficiëntie, ecologische verantwoordelijkheid en economische return on investment voor zowel de landbouwer als de consument.

> "We moeten de consument opnieuw vertrouwen geven in de landbouw" (Stephan d'Aussy – veevoeders)

Een belangrijke factor is om de consument mee te krijgen in het verhaal. De afstand tussen de landbouw en de consument is volgens Luc Maertens te groot. Technologie schrikt bovendien af, denk maar aan het zwaarbeladen debat rond ggo's. Al hoeft dit volgens Jurgen Van Geyte van ILVO helemaal niet het geval te zijn. Digitalisering, met blockchain en datasharing, kan volgens hem zelfs de kloof dichten. Een concreet voorbeeld hiervan is een app waarmee een fietser die aan een boerderij passeert, kan zien welke inspanningen de boer allemaal levert op vlak van dierenwelzijn en milieu. Van Geyte benadrukt meermaals het belang van die communicatie naar het breed publiek. De meerwaarde die je creëert op het einde van keten, moet je goed uitleggen aan de consument door transparant te zijn. Op die manier kan het vertrouwen opgekrikt worden.

> "Toegevoegde waarde moet tastbaar zijn, anders wil de consument er niet extra voor betalen" (Didier Verhaeghe – Octinion)

In hoeverre wil de consument meer betalen voor zijn product? Ook die vraag belandde op de tafel tijdens de dialoogsessie. Volgens Didier Verhaeghe van Octinion, dat onder meer plukrobotten op de markt brengt, moet de toegevoegde waarde voldoende tastbaar zijn. Van oogst tot winkel moet concrete detailinformatie verzameld worden. Maar is de klant daar klaar voor en wil die er extra voor betalen? En zit de consument te wachten op een app of die extra informatie? Je zal altijd klanten hebben die bereid zijn om meer te betalen, maar dit is eerder een niche. Al kan het wel dienen als experiment voor wat in de toekomst de standaard zal worden, kijk naar het bio-assortiment.

> "Je moet continu innoveren maar je kan niet oneindig duurder zijn" (Bart Mouton – Duroc d'olives)

Volgens Eric Hoeven van Broeierij Vervaeke Belavi moet je de meerprijs goed kunnen verantwoorden. "Nieuwe technieken die bijvoorbeeld leiden tot meer dierenwelzijn moeten eerst uitgetest worden. Maar vanaf ze de nieuwe standaard worden, speelt die meerprijs in mindere mate een rol omdat je de positieve effecten kan aantonen."

"De vragen veranderen en de consument wordt veeleisender en kritischer", weet Bart Mouton. "Je moet continu blijven innoveren en inspelen op die veranderende vraag. Maar je moet opletten waar je meerprijs precies komt te zitten, je kan niet oneindig duurder zijn."

> "Iedereen is bezig met Smart Farming, behalve de boer" (Jurgen Van Geyte – ILVO)

Voor de volledigheid, Van Geyte leent deze quote van ABM Amro, maar het past wel perfect in dit verhaal. Voor Eric Hoeven is digitalisering geen doel op zich, maar een middel. Maar Danny Van Mullem van Lambers Seghers kijkt ook naar de economische realiteit en de verloning van de boer. Hij wil wel meestappen in dat verhaal, op voorwaarde dat hij er zelf ook beter van wordt. 'Duurzaam' alleen is niet genoeg.

Tot slot nog dit. Om innovatie draaglijker te maken kan een grensoverschrijdende samenwerking met een bedrijf de oplossing bieden. Kennis delen, leren van elkaar en de krachten bundelen is de sleutel om vooruit te gaan. Durf daarbij over de muur te gluren en uit je vertrouwde kring te stappen.

Deelnemers aan het debat:
Danny Van Mullem (Lambers Seghers), Bart Mouton (Duroc d'Olives), Didier Verhaeghe (Octinion), Luc Maertens (Agrosafve), Kurt De Pauw (Werma), Eric Hoeven (Broeierij Vervaeke Belavi), Stephan Top (AVR), Chris De Temmerman (DCM), Bram Vanhulle, Jurgen Van Geyte (ILVO), Stefaan Lapierre (Eurochampignon Lapierre), Bonny Van Ramst (Bovicom), Stephan d'Aussy (d'Aussy veevoeders).

Bron: Eigen verslaggeving

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