duiding

Dominique Michel - Fedis

duiding

"Fedis zal het landbouwbeleid niet vervangen"

7 SEPTEMBER 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:52

Lees meer over:
Interview

De melkveehouders en retailers in ons land beleven een stormachtige relatie. Eerst bezetten de boeren winkels en distributiecentra, waarna de distributiesector toch met een tijdelijke toeslag op de melkprijs over de brug kwam. Een interessant precedent voor andere sectoren in moeilijkheden, redeneren de landbouworganisaties. Maar denkt Fedis-topman Dominique Michel daar ook zo over?

Hoe hard heeft u de voorbije maanden de blokkades van de landbouwers vervloekt?

Dominique Michel: Die acties waren onaanvaardbaar. Betogen is een democratisch recht, maar dat betekent niet dat men zomaar de economische activiteiten van anderen mag platleggen. Op een bepaald moment hebben een aantal boeren zelfs verhinderd dat magazijniers naar huis konden terugkeren na hun dagtaak. Zoiets kan toch niet? We hebben trouwens geen blokkades nodig om de toestand in de landbouwsector goed te kunnen inschatten.

Hoezo?

Al jarenlang onderhouden we prima contacten met de landbouworganisaties. Zo zitten we twee keer per jaar samen met Boerenbond om de actualiteit te bespreken. Uit dit gestructureerd overleg is overigens onze promotieactie voor Belgische voedingsproducten gegroeid. We hebben dus bewezen dat we samen met de landbouwsector positieve acties kunnen opstarten. Iedereen die met ons wil praten, is altijd welkom.

Vindt u het verantwoord dat een fles water in de winkelrekken duurder is dan melk?

Dat klopt niet, want je mag geen appelen met peren vergelijken. Als je de prijzen van water en melk op het niveau van de huismerken vergelijkt, dan merk je dat water ongeveer drie keer goedkoper is. Natuurlijk hebben bepaalde merken een specifieke profilering waardoor de prijs boven die van melk kan uitstijgen. Maar je moet dan ook

weten dat water in ons land zwaarder belast wordt dan benzine, een gevolg van onder meer de ecotaks op verpakkingen. Het is niet voor niets dat veel landgenoten uit de grensstreek naar Nederland of Frankrijk trekken om een voorraad water in te slaan. Wij vinden dat jammer, maar het is helaas zo.

De consumentenprijs voor een liter halfvolle melk zakte eind juni naar 43 eurocent per liter. Is een dergelijke prijszetting ethisch correct?

De centrale vraag in dit debat is of landbouwproducten moeten beschouwd worden als gewone producten of niet. Ik stel vast dat ze vandaag veel meer dan in het verleden opereren in een vrije marktomgeving. En als ik kijk naar de evolutie van het Europees landbouwbeleid en de krachtlijnen van de Doha-ronde, dan zal deze trend zich in de toekomst nog verder doorzetten. Is zoiets aanvaardbaar? Kijk naar de textielsector, waar de prijs van kledingsstukken de voorbije jaren met twintig procent gedaald is. De Belgische textielproducenten hebben onze winkels niet geblokkeerd om hogere prijzen af te dwingen, maar hebben zich geheroriënteerd naar kwaliteitsniches. Probeer je eens voor te stellen dat we straks blokkades krijgen om de prijs van auto's weer de hoogte in te jagen. Dat houdt toch allemaal geen steek. In zijn afscheidsinterview aan VILT heeft voormalig ABS-voorzitter Camiel Adriaens benadrukt dat de boeren hard moeten nadenken over wat en hoeveel ze produceren, en dat landbouw in de eerste plaats een economische activiteit is. Als je die redenering volgt, moet de melkveehouderij haar productiecapaciteit dringend aanpassen aan de huidige vraag.

De boerenorganisaties aanvaarden niet dat vlees met behulp van een lage prijszetting door de supermarktketens misbruikt wordt als lokmiddel. Begrijpt u dat standpunt?

Wij beslissen niet over het commercieel beleid van de supermarktketens. Maar vergeet toch niet dat gemiddeld negentig procent van het vlees in onze winkelrekken van Belgische makelij is. Dat is een enorme hoeveelheid, en het is dan toch ook normaal dat grootwarenhuizen voor deze productcategorie regelmatig uitpakken met promotieacties, die de consumptie aanzwengelen? Maar verder moeten we daar niet flauw over doen: lage prijzen zijn ook een gevolg van de keiharde concurrentie in onze sector. Eén van de middelen om extra klanten te lokken, is prijsconcurrentie.

Voormalig Fedis-voorzitter Arthur Goethals heeft onlangs in De Tijd aan de alarmbel getrokken. Als de supermarktketens alleen nog in prijs investeren, dan zal dat alle schakels in de voedselproductie tot en met de consument zuur opbreken, zegt hij.

Het klopt niet dat onze supermarktketens zich uitsluitend focussen op de prijs. Ook kwaliteit is een enorm belangrijke parameter. Je moet maar eens nagaan hoe zwaar de distributiesector de jongste jaren geïnvesteerd heeft in de verkoop van vlees. Als onze

landbouwers uit de spiraal van neerwaartse prijzen willen raken, moeten ze hun producten echter beter positioneren. Ik geef een voorbeeld: de inkopers van supermarktketens stellen een tekort aan biologische producten vast. Nochtans is de toegevoegde waarde van dergelijke voeding hoger, en de consument kiest er meer en meer voor. Natuurlijk kan zo'n ommezwaai niet holderdebolder gebeuren, maar met de steun van de overheid moet het op middenlange termijn toch lukken? Wij zijn bereid om onze marketingkennis ter beschikking te stellen van de landbouwsector opdat de boeren zich beter kunnen oriënteren naar de heersende consumentenvoorkeur.

Begin juli heeft u met de landbouworganisaties een akkoord bereikt over een toeslag op de melkprijs. Daarnaast is het ook de bedoeling om op termijn een systeem in de steigers te zetten dat een kostendekkende prijs garandeert voor alle schakels in de keten. Wat moeten we ons daar precies bij voorstellen?

Fedis zal alle problemen niet op eigen houtje oplossen, aangezien de voedselketen een complex kluwen is met veel tussenschakels. De periode van zes maanden waarin we een melktoeslag uitbetalen, moet je daarom zien als een overbruggingstermijn om samen met alle partners een begin van oplossing uit te werken. En die oplossing zal zeker niet bestaan uit het structureel doorsluizen van geld van de ene privépartner naar de andere. Fedis moet het Europees landbouwbeleid niet vervangen, hé.

Wat kan die oplossing dan wel concreet inhouden?

We zullen ons daar met de landbouworganisaties, de overheid en alle betrokken sectoren over buigen. Maar het is toch duidelijk de overcapaciteit in de melkveehouderij moet aangepakt worden. Voor de varkens stelt zich trouwens identiek hetzelfde probleem. De landbouw is een markt waar alle spelers zich continu moeten aanpassen. Dat is geen straf, maar een universele wet die geldt voor alle economische sectoren. Kijk eens naar de informaticasector. Enfin, ik wil niet te scherp klinken want ik weet dat de landbouworganisaties veel tijd en geld investeren in een sterkere marktdynamiek. En natuurlijk weet ik ook wel dat het voor de landbouw veel moeilijker is om te herstructureren dan in industriële sectoren het geval is.

Sp.a-parlementslid Bart Martens pleit voor het afsluiten van collectieve ketenovereenkomsten waarin afspraken gemaakt worden over de afstemming van vraag en aanbod, over de winstmarges, enzovoort. In Canada zouden zulke overeenkomsten bestaan, die door paritaire comités beheerd worden.

We zouden eens grondig moeten bekijken hoe dat systeem in Canada werkt. Maar het is in elk geval niet mogelijk om de basisprincipes van de markt door allerlei afspraken te omzeilen. Ik zie niet in hoe de verschillende supermarktketens zouden kunnen onderhandelen over bijvoorbeeld een onderlinge verdeling van hun winstmarges. Als

de ene een klant van de andere kan afpikken, zal die dat zeker niet laten. Bovendien is het de taak van de distributiesector om ook te luisteren naar de wensen van de consument, die goede kwaliteit wil combineren met lage prijzen. Heb je al eens gekeken naar de prijzen voor een gsm? Ze zijn enorm gezakt, en toch kan ik me niet inbeelden dat de GSM-producenten me straks zullen komen vragen om die prijzen kunstmatig te verhogen.

De boeren zijn de liberalisering van de landbouwmarkten spuugzat. Het moet toch mogelijk zijn om tijdelijke correcties in de vrije markt te verweven?

We mogen zeker geen verkeerd beeld ophangen van een vrijgemaakte markt. Er gelden wel degelijk spelregels, alleen zijn die bedoeld om iedereen correct en efficiënt te laten meedraaien in een economisch model. Eén van de spelregels in de detailhandel is bijvoorbeeld dat er niet met verlies mag verkocht worden, en dat geldt dus ook voor het vlees dat over de toonbank gaat. En daar ben ik een voorstander van: duidelijke regels en controles die zonder onderscheid voor alle spelers van toepassing zijn. Iedereen heeft baat bij een natuurlijk evenwicht tussen vraag en aanbod.

Kan een systeem van fair trade voor lokale producten werken?

Dan moet je de vraag stellen wat de toegevoegde waarde van zo'n systeem kan zijn. Het heeft geen zin om de consument kunstmatige concepten voor te spiegelen. Onze producenten beschikken over belangrijke troeven zoals kennis, kapitaal en hun uitstekende ligging waardoor ze zich in een kapitaalkrachtige consumentenmarkt kunnen onderscheiden met topkwaliteit. Ik heb geleerd dat zelfs de ene melk de andere niet is. Maar is het niet ongelooflijk dat melkveehouders in ons land steunbijdragen van de Europese Commissie mislopen omdat ze bepaalde kwaliteitsnormen niet halen?

Was het moeilijk om al uw leden op één lijn te krijgen over de melktoeslag?

Dat was geen gemakkelijk dossier, en ik hoop echt dat het niet alleen de eerste maar ook de laatste keer is geweest dat we zo'n tussenkomst moeten doen. Pas op, nog vóór de start van de blokkades hebben een aantal supermarktketens tijdens een vergadering bij Fedis de optie gesuggereerd om de melkveehouders op een of andere manier extra steun te bieden. De blokkades hebben de verdere besprekingen fors bemoeilijkt, want de distributiesector wilde natuurlijk niet verkeerdelijk de indruk wekken dat ze gezwicht was voor de druk van de boeren. Dus heb ik intern nogal wat tegenwind gekregen toen het voorstel van de melktoeslag ter sprake kwam. Maar goed, op 2 juli hebben we het akkoord met de landbouworganisaties ondertekend en nog geen drie weken later kregen de melkveehouders de beloofde steun uitbetaald. Ik daag andere sectoren uit om zulke operatie op zo'n korte termijn uit te voeren.

De melktoeslag is ook een kwestie van lijfsbehoud: zonder boeren stort de voedingshandel in elkaar.

Natuurlijk speelt die factor een rol. Dat is uiteindelijk zelfs het doorslaggevende argument geweest om de melktoeslag uit te keren. Al wordt in de discussie veel te weinig benadrukt dat het ene landbouwbedrijf het andere niet is. We hebben ook grote en rendabele bedrijven die het zelfs in de huidige crisistijden relatief goed doen, hé.

In landbouwkringen wil men het systeem van de melktoeslag nu zo snel mogelijk uitbreiden naar andere sectoren die in crisis verkeren. Is zoiets bespreekbaar?

Daar beginnen we in geen geval mee, want de distributiesector kan niet de problemen van alle mogelijke sectoren oplossen. Onze boodschap in duidelijk: we begrijpen dat de landbouw een zeer specifieke sector is, en daarom willen we veel meer tijd en energie stoppen in een dialoog met de landbouworganisaties dan het geval is voor de andere bedrijfstakken die hun producten in onze winkels aanbieden. Op korte termijn moeten we met open geest en samen met alle schakels van de voedingsketen kijken wat wettelijk kan en niet kan, en daarna zullen we wel zien wat er uit de bus komt. Allicht neemt minister Sabine Laruelle kortelings het initiatief om zo'n overlegronde bijeen te roepen.

Bijna een jaar geleden lanceerde Fedis een promotieplan voor Belgische producten. Maak eens een evaluatie.

Het is de bedoeling om de consument bewuster te maken van de herkomst van voedingsproducten. De ene retailer doet dat met vlaggetjes, de andere geeft extra uitleg in zijn folders of plaatst displays in de winkel. We krijgen positieve reacties van klanten, maar voor een echte evaluatie is het nog iets te vroeg. Dat is iets voor de komende maanden.

Wat is de impact van de crisis op de verkoop van landbouwproducten?

We noteren sinds begin dit jaar een opvallende stijging van de verkoop van basisproducten. De consument eet dezer dagen blijkbaar minder vaak buitenshuis en kiest ook minder vaak voor bereide maaltijden. Een andere trend is de toegenomen prijsgevoeligheid. Als je bij mensen naar hun keuzecriteria peilt, komt de prijs meestal op de derde of vierde plaats. Maar tijdens de aankopen zelf zijn bijna altijd twee elementen doorslaggevend: prijs en kwaliteit. Als een consument een bepaald product niet associeert met kwaliteit, dan zal het niet verkopen, ook niet als het van Belgische origine blijkt te zijn.

Enkele weken geleden moesten de groenteveilingen producten vernietigen als gevolg van overaanbod. Vond u het dan niet verrassend dat diezelfde veilingen bijna tegelijkertijd geconfronteerd werden met invallen van de mededingingsautoriteiten

wegens mogelijke prijsafspraken?
Ik ken de verschillende elementen van dat dossier niet, en dus spreek ik me er ook niet over uit.

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