

Franse supermarkten stoppen met geïmporteerde aardbeien en kersen: “Slecht voor milieu en Franse boeren”

duiding

Twee Franse supermarktketens verkopen deze winter geen verse aardbeien en kersen uit het buitenland meer. Als reden voeren ze de CO2-uitstoot aan die gepaard gaat met het vervoer per vrachtwagen, schip en/of vliegtuig. Behalve de duurzaamheid verhogen, willen de supermarktketens Intermarché (1.800 winkels) en Netto (400 winkels) met de maatregel ook de eigen boeren een hart onder de riem steken door meer in te zetten op lokale producten. Vlaamse experts reageren sceptisch: “Dit is een vorm van greenwashing.” Bovendien zouden Franse boeren bedrogen uitkomen als andere landen een soortgelijke strategie hanteren en Franse import bannen.

4 DECEMBER 2024

VILT-redactie

Lees meer over:

duurzaam

klimaat

supermarkt



Belgische experts reageren verbolgen over het feit dat twee Franse supermarktketens in november en december geïmporteerde verse aardbeien en kersen weren uit de schappen. “Dit is een vorm van greenwashing”, vertelt Veerle Vandersypt, secretaris van Fresh Trade Belgium, de beroepsfederatie van handelaars in verse groenten en fruit.

Volgens de Franse supermarkten zijn de invoerproducten niet duurzaam. Ze wijzen op de CO2 die vrijkomt bij het transport. Kersen worden bijvoorbeeld ingevlogen vanuit Chili en Argentinië, terwijl aardbeien hoofdzakelijk uit Spanje en Marokko komen. “Transport is maar één aspect van de duurzaamheid. Je zou bijvoorbeeld ook naar teelt en verpakking moeten kijken. Het zou goed kunnen dat plaatselijke productie, eventueel in serres, minder duurzaam is”, vertelt Veerle Vandersypt.

Ook wijst ze op het gezondheidsaspect. “Import vindt hoofdzakelijk buiten het seizoen plaats en is een aanvulling op het plaatselijke aanbod. Het is ook belangrijk dat de consument een gezond en gevarieerd aanbod voorgeschoteld krijgt. Ook dat is een vorm van duurzaamheid.” Hoewel de invoer gepaard gaat met transport, dan nog kunnen groenten en fruit volgens Vandersypt beter scoren dan bijvoorbeeld vlees. Bovendien verdient ook transport de nodige nuance. “Sommige producten gaan bijvoorbeeld mee aan boord van passagiersvliegtuigen die sowieso vliegen.”

Franse soevereiniteit

Naast duurzaamheid benadrukken de supermarktketens ook het belang ervan voor de Franse boeren. “Wij zijn ons ervan bewust dat de problemen van de landbouwwereld nog niet zijn opgelost en dat we een collectieve verantwoordelijkheid hebben om actie te ondernemen”, vertelt Thierry Cotillard

van Les Mousquetaires, de holding boven Intermarché en Netto. Door meer lokale producten te verkopen worden lokale boeren en de Franse economie geholpen. “Wij willen ons steentje bijdragen aan de Franse voedselsoevereiniteit en de Franse landbouw.”

Alhoewel dit positief klinkt voor de landbouw, kan dat volgens Veerle Vandersypt helemaal anders liggen. “Tijdens het seizoen worden Franse producten geëxporteerd naar landen met tekorten, waar ze ook een belangrijke nutritionele aanvulling vormen op de lokale producten. Als andere landen dezelfde strategie als de Franse supermarkten hanteren, zullen Franse boeren hun afzet verloren zien gaan.”

Volgens Vandersypt moeten Belgische telers vooralsnog niet vrezen en ondervinden leden van Fresh Trade Belgium nog geen schade. “Ik heb het idee dat vooral overzeese import geïmporteerd wordt. Om de chauvinistische Franse reflex niet te triggeren, is het best om ‘low profile’ te blijven en niet te veel Belgische vlaggetjes op onze producten zetten.”

Marketingstunt

Luc Vanoirbeek, secretaris van het Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties (VBT) verwijst naar de reactie van een Nederlandse collega Wilco van den Berg van GroentenFruit Huis. Deze spreekt van “goochelen met getallen”. Zo worden Franse importvolumes genoemd van 8.000 ton voor kersen en 60.000 ton voor aardbeien. “Maar dat zijn jaarcijfers. In de winter ligt de import op een veel lager niveau.”

Tessa Avermaete, bio-econome aan de KULeuven, suggereert om deze reden dat de actie van de supermarkten vooral als een marketingstunt moet worden beschouwd. “De supermarkten verdienen niet het grote geld met kersen en aardbeien, maar wel met een volle supermarktkar. Duurzaamheid en lokale producten zijn zaken die de Franse consument bezighouden en daar spelen ze op in. Supermarkten zijn commerciële bedrijven en laten zich door economische motieven leiden.”



“ Supermarkten verdienen niet het grote geld met kersen en aardbeien, maar wel met een volle supermarktkar

Tessa Avermaete - Bio-econome aan de KULeuven

Een Nederlandse importeur van biologische groenten en fruit voor de Europese markt spreekt van een 'dreigende tendens'. “Fransen zijn zeer chauvinistisch. Ze kijken eerst naar het dorp, dan naar de provincie, dan naar het land en pas in allerlaatste instantie naar overzeese mogelijkheden. Het is voor ons een groot probleem en één van onze grootste bedreigingen. Wij hebben de voorbije jaren veel omzet verloren in Frankrijk omdat men zoveel mogelijk lokaal wil inkopen.”

Vergelijkbare tendensen in België

Vandersypt hoopt dat het sentiment geen gemeengoed wordt en overslaat naar anderen landen. “Dat zou slecht zijn voor de consument, de internationale handel en de producent. Export is een zeer belangrijk afzetkanaal voor bijvoorbeeld onze peren.” Volgens Tessa Avermaete spelen er in ons land al soortgelijke marketingtendensen waarmee lokale producten worden bevoordeeld. “Zo wordt ook hier lokale producten extra in de verf gezet. En ook het duurzaamheids sentiment wordt volop aangesproken. Albert Heijn is bijvoorbeeld vorig jaar gestopt met het invliegen van onbewerkte groenten en fruit. De supermarkt weet best dat het om kleine volumes gaat, maar het is iets wat de consument wil horen.”



Uitgelicht

Bye bye blauwe bakjes? Supermarkten zoeken ecologisch alternatief

nieuws

Er komt wellicht een einde aan de iconische blauwe wegwerpbakjes voor champignons. De Belgische supermarktketens zoeken samen een herbruikbaar alternatief. Dat bericht De Tijd...

27 NOVEMBER 2024

Lees meer

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaarbeek

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)