

# Responsibly Fresh staat voor collectief verduurzamen

nieuws

Duurzame ontwikkeling is een werkwoord en zo heeft de groente- en fruitsector in ons land dat ook begrepen. Het keurmerk 'Responsibly Fresh' staat voor collectief, stap voor stap vooruitgang boeken op alle aspecten van duurzaamheid. Daarin gesteund door het Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties (VBT) hebben de groente- en fruitveilingen en hun leden-telers reeds een mooi parcours afgelegd. In het vorig jaar verschenen duurzaamheidsrapport wordt daar transparant over gecommuniceerd. Of aan de verwachtingen van stakeholders voldaan wordt, toetste VBT af tijdens een evenement in Leuven. Wij onthouden dat je samen verder komt dan alleen, duurzaamheid niet alleen om milieuthema's draait en 'Responsibly Fresh' een transparante B2B-garantie is die een enthousiast verhaal verdient dat supermarkten aan de consument kunnen vertellen.

🕒 21 MEI 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:21

Lees meer over:

fruitteelt

glastuinbouw

tuinbouw



Duurzame ontwikkeling is een werkwoord en zo heeft de groente- en fruitsector in ons land dat ook begrepen. Het keurmerk 'Responsibly Fresh' staat voor collectief, stap voor stap vooruitgang boeken op alle aspecten van duurzaamheid. Daarin gesteund door het Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties (VBT) hebben de groente- en fruitveilingen en hun leden-telers reeds een mooi parcours afgelegd. In het vorig jaar verschenen duurzaamheidsrapport wordt daar transparant over gecommuniceerd. Of aan de verwachtingen van stakeholders voldaan wordt, toetste VBT af tijdens een evenement in Leuven. Wij onthouden dat je samen verder komt dan alleen, duurzaamheid niet alleen om milieuthema's draait en 'Responsibly Fresh' een transparante B2B-garantie is die een enthousiast verhaal verdient dat supermarkten aan de consument kunnen vertellen.

Groenten en fruit scoren qua ecologische voetafdruk veel beter dan heel wat andere voedingswaren. Dat kan door de producenten en hun coöperaties als troef uitgespeeld worden. "De focus ligt immers op milieu en sociale aspecten wanneer het vandaag over duurzaamheid gaat. Vroeger had men vooral oog voor voedselveiligheid", vertelt Daphne van Doorn van de Europese sectorvereniging Freshfel. Vanuit de retail ziet men duurzaamheid evolueren zoals voedselveiligheid, als een noodzakelijk iets om voedingswaren aan de man te kunnen brengen en op termijn simpelweg een evidentie voor de consument. Ook Gert Engelen van Vredeseilanden, co-auteur van het visionaire boek 'SavetheFoodture', verwacht niet dat de voedselketen op zijn lauweren kan rusten: "De snelheid waarmee zaken zoals duurzaamheid evolueren, zal integendeel nog toenemen."

De Belgische groente- en fruitveilingen lijken daar behoorlijk goed op voorbereid sinds ze zich in 2012 collectief achter het duurzaamheidskeurmerk 'Responsibly Fresh' schaarden. Responsibly Fresh wordt gedragen door 3.500 actieve groente- en fruittelers en zes producentencoöperaties en bouwt voort op vier pijlers. Eerst en vooral moeten telers streven naar een lage milieu-impact door zuinig om te springen met productiemiddelen en de principes van geïntegreerde teelt toe te passen. Ook worden telers aangespoord om de biodiversiteit op hun tuinbouwbedrijf te stimuleren. De coöperatieve en geïntegreerde structuur van de sector zorgt voor de derde pijler, met name 'nabijheid'. Tot slot moet ook de voedingsspaarzaamheid worden geoptimaliseerd, onder meer via doordachte bewaartechnieken en het zo goed mogelijk valoriseren van reststromen. Vooraleer het duurzaamheidslabel op een lading verse groenten of fruit gekleefd mag worden, gaat daar een heel proces aan vooraf. Telers moeten een externe audit laten uitvoeren met het oog op certificatie voor het lastenboek Vegaplan (in 2014 uitgebreid met duurzaamheidseisen, *nvdr.*) of GlobalG.A.P. (nieuwste versie incorporeert duurzaamheidseisen, *nvdr.*). Zo'n audit gebeurt ook op het niveau van de veilingen omdat zij zich engageerden in het kader van het 'charter duurzaam ondernemen'. Ieder jaar opnieuw dienen zij rond tien thema's actie te ondernemen, denk bijvoorbeeld aan afvalwater zuiveren of energie besparen, én voldoende vooruitgang te boeken. Het duurzaamheidsrapport van VBT, [hier](#) te downloaden, bundelt al die inspanningen en geeft zodoende een overzicht van de verduurzaming van de sector als geheel. Vooruitgang op sectorniveau, daar draait het per slot van rekening om want de maatschappij heeft meer te winnen bij duizenden telers en grote veilingen die milieu- en socio-economische winsten boeken dan bij enkelingen die zich een voortrekkersrol aanmeten.

Voor het Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties zijn niet alleen de milieuthema's van tel als het over duurzaamheid gaat. Voorzitter Rita Demaré maakte dat treffend duidelijk door aan te kondigen dat VBT haar expertise gaat delen met producentenorganisaties in het Zuiden. Geruggensteund door de ervaren ngo Trias aanvaardt VBT het peterschap van ANPE, een koepel van familiale boeren in Peru. Ook in eigen land streeft het veilingenverbond naar samenwerking met het oog op een duurzame ontwikkeling van de ganse voedselketen. VBT-adviseur Laurien Danckaerts verwees in dat verband naar het pleidooi van Vredeseilanden en Fairtrade Belgium in hun boek 'SavetheFoodTure' en naar het transformatieproject 'De voedingketen verduurzaamt', dat mooie projectresultaten boekte die laten zien dat je samen verder komt dan alleen.

De inspanningen binnen de keten ook overbrengen op de eindklant, dat lijkt momenteel de grootste uitdaging. VBT nodigde alle stakeholders uit om daar mee over na te denken en is ervan overtuigd dat 'Responsibly Fresh' veel elementen bevat die passen in een verhaal dat je de consument kan vertellen. In de wetenschap dat er wereldwijd 67 standaarden zijn voor verse groenten en fruit en alleen Europa er al 43 telt, lijkt het niet voor de hand te liggen om de consument een nieuw label in de maag te splitsen, ook al is het in dit geval bijzonder goed gefundeerd en transparant. Tijdens het debat waarmee het 'Responsibly Fresh'-evenement in Leuven afsloot, werd duidelijk dat de retail naar de producentenorganisaties kijkt om het label breed kenbaar te maken terwijl de telers in 'Responsibly Fresh' een B2B-garantie zien die de supermarkten zelf moeten vertalen naar verkoopargumenten richting consument. Maar daarover morgen meer, in het uitgebreid verslag over het debat.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles


## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](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