nieuws

Rundvleesketen schaart zich volledig achter Belbeef

nieuws

De Belgische rundvleesketen heeft met Belbeef een nieuwe standaard. Dit commerciële lastenboek, dat verder gaat dan de wettelijke basis, heeft als grote voordeel dat het alle schakels van de Belgische rundvleesproductie omvat en dat alle gemeenschappelijke eisen van de verschillende retailers erin zijn opgenomen. Dit betekent dat de controle- en certificatiekosten sterk naar beneden kunnen. Vanaf 1 februari zal Belbeef gepromoot worden in de media en de winkelrekken met de slogan 'Belbeef. Gegarandeerd goed gesoigneerd.'

26 JANUARI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:25

Lees meer over:
rundveehouderij
marketing
consument



De Belgische rundvleesketen heeft met Belbeef een nieuwe standaard. Dit commerciële lastenboek, dat verder gaat dan de wettelijke basis, heeft als grote voordeel dat het alle schakels van de Belgische rundvleesproductie omvat en dat alle gemeenschappelijke eisen van de verschillende retailers erin zijn opgenomen. Dit betekent dat de controle- en certificatiekosten sterk naar beneden kunnen. Vanaf 1 februari zal Belbeef gepromoot worden in de media en de winkelrekken met de slogan 'Belbeef. Gegarandeerd goed gesoigneerd.'

In het verleden waren er verschillende lastenboeken in de rundvleessector van toepassing. "Zowat elke supermarktketen had zijn eigen lastenboek met eigen controles en certificering. Voor sommige vleesveehouders was dit heel omslachtig. Als ze aan verschillende supermarkten leverden, moesten ze telkens aan andere voorwaarden voldoen en andere controles ondergaan", vertelt Marc Rosiers, secretaris van Belbeef. In de schoot van het ketenoverleg werd er om die reden een oefening gestart om de gangbare lastenboeken te vergelijken.

Alle gemeenschappelijke punten uit de verschillende lastenboeken werden behouden en dat resulteerde in het Generiek Lastenboek Rund. Dit lastenboek vormt nu de Belbeefstandaard. "Dit laat ons toe om tot een compleet certificatieprogramma te komen voor rundvlees en alle stadia van de rundvleesproductie worden daarbij omvat, zowel de diervoederfabrikanten, de veehouders als de slachthuizen, uitsnijderijen en groothandels", zegt Rosiers. Zes retailers baseren zich voor hun aankoopbeleid op deze Belbeefstandaard: Carrefour, Colruyt, Cora, Delhaize, Lidl, Match en Spar. Ook zelfstandige slagers zijn afnemer van Belbeef.

De nieuwe standaard, die zowel in Vlaanderen als Wallonië ingang vindt, moet voor alle schakels in de keten voordeel opleveren. "Tot nu toe hadden retailers ervoor gekozen om elkaar te beconcurreren door bovenwettelijke eisen op te leggen en zich zo van elkaar te onderscheiden, maar nu heeft de sector zich voor het eerst achter gemeenschappelijke eisen geschaard", legt Christel

Buyse, veehouder en voorzitter van Belbeef uit. “Wil de afnemer nu nog bijkomende eisen opleggen aan de veehouder, dan vormt dit onderdeel van een commerciële onderhandeling waarbij een eventuele meerprijs kan worden afgedwongen.”
Daarnaast nemen de afzetmogelijkheden voor de veehouders ook duidelijk toe. “Bovendien is er niet alleen transparantie voor wat betreft beheer- en controlekosten, de certificatiekost zal ook gevoelig dalen dankzij het grote aantal deelnemers en het feit dat audits kunnen gecombineerd worden”, legt Nathalie De Greve van Comeos uit. Voor slachthuizen en groothandels bestaat het voordeel dan weer uit het feit dat zij marktconforme runderen kunnen aankopen, zij hun bemonsteringskosten kunnen optimaliseren en dat er unieke web-based software voor is ontwikkeld waardoor slachthuizen en groothandels meteen zicht krijgen op het al dan niet voldoen aan de specifieke karkaseisen die elke retailer oplegt.
“De distributiesector kan dankzij de centraal beheerde Belbeefdatabank zeker zijn van een directe en volledige tracering van alle aangekochte dieren en vlees. Het laat ook een ruimere keuze in het aantal ondernemingen en dieren die voldoen aan de voorwaarden voor Belgisch kwaliteitsrundvlees”, aldus De Greve. Ze wijst er ook op dat net als voor de andere schakels in de keten geldt dat ook de distributie de certificatiekosten ziet dalen. En ook de consument moet winnen bij de nieuwe standaard. Zo heeft hij onder meer de garantie dat het vlees onder Belbeefstandaard van gegarandeerde kwaliteit is en dat ook de traceerbaarheid is verzekerd. Bovendien kan hij via zijn aankoopgedrag de Belgische producenten bevoordelen. Dit alles moet leiden tot meer consumentenvertrouwen.
En daar komen VLAM en APAQ-W in het verhaal. Zij moeten zorgen voor de promotie van de nieuwe Belbeefstandaard bij de consument. Daarvoor werd de slogan ‘Belbeef. Gegarandeerd goed gesoigneerd.’ bedacht. Gedurende drie jaar zal twee kaar per jaar een campagnegolf gelanceerd worden. “De campagne wordt volledig door de sector zelf gefinancierd en legt de nadruk op de professionaliteit van de Belbeef-rundveehouder”, aldus Sofie Bombeeck, accountmanager Vlees van VLAM. De eerste campagnegolf start op 1 februari.
Bekijk hier de nieuwe promospot voor Belbeef.

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