

Biogarantie nieuwsbrief 1 2010

Nieuwsbrief Biogarantie & Ecogarantie 3 juni 2010

Beste,

Reeds maanden wordt er druk overlegd, gedebateerd, informatie opgehaald en uitgewisseld over de aanpassing van het **Biogarantie/Ecogarantielastenboek**.

En dit zowel in een klein coördinatieteam Biogarantie als in een breed kader met de leden van de Algemene Vergadering van BioForum Vlaanderen en in de verschillende stuurgroepen.

Ook in Wallonië zullen er overlegvergaderingen gepland worden en komt het onderwerp op hun Algemene Vergadering in juni.

In deze eerste nieuwsbrief geef ik graag een overzicht van de voorbije weken en volgt de planning voor de komende weken.

Eind 2009 werd een **werkgroep** opgestart met de merkeigenaren van het Biogarantie-label en het Ecogarantie-label, BioForum Vlaanderen en BioForum Wallonie, Blik en Certisys. Na een paar vergaderingen werd er de beslissing genomen om verder te gaan met Ecogarantie en Biogarantie, en deze ook samen te brengen in 1 volledig vernieuwd Biogarantie/Ecogarantie lastenboek. Het verder uitbouwen van Biogarantie tot een volwaardig onafhankelijk biolabel dat niet alleen de biologische kwaliteit en zekerheid garandeert maar ook alle bijkomende voordelen die producten uit de biologische landbouw kunnen aanbieden, zoals zorg voor milieu, eerlijke handel, natuur, biodiversiteit enz.. werd als belangrijkste opdracht beschouwd. Deze bijkomende aspecten werden eerder nooit omschreven in een lastenboek of in de communicatie rond het Biogarantie en/of het Ecogarantielabel.

Vanaf begin 2010 werden al deze thema's verder uitgewerkt in het coördinatieteam Biogarantie (CT BG) = een kleiner groepje bestaande uit mensen uit de beide Biofora, uit de controleorganisaties en een externe tijdelijke medewerker. Eens alle punten besproken tot in de details, met inbreng van alle relevante opmerkingen en reacties van de marktdeelnemers, word dit in teksten voor het lastenboek gegoten.

Verdere planning :

- afstemming met BG gebruikers in Wallonië, tijdens de maand juni
- algemene infovergadering begin juli voor alle Biogarantiegebruikers, plaats en datum worden zo snel mogelijk meegedeeld.
- opmaken teksten lastenboek
- integratie gedeelte Ecogarantie in het lastenboek

- voorbereiding communicatiecampagne voor de consument
- afwerking vernieuwd lastenboek : begin najaar 2010
- communicatiecampagne lanceren : najaar 2010

De volgende thema's zijn volop onderwerp van het debat en de discussies en worden verder in detail uitgewerkt de komende weken. In de volgende nieuwsbrieven wordt hier uitgebreider op ingegaan. Een volledige presentatie zal plaatsvinden op de algemene infovergadering, begin juli.

Herkomst

Dit is een thema dat de producenten en de verkopers zeer nauw aan het hart ligt, maar voor de verwerkers dan weer veel minder belangrijk blijkt. Onze Belgische producenten zijn fier op hun Belgisch product en willen dit dan ook zo duidelijk op de markt brengen. Maar met de zekerheid dat importproducten via een omweg niet als Belgisch kunnen verkocht worden. En iedereen die rechtstreeks met de consument in contact komt weet dat lokale producten gewaardeerd worden, 'van bij ons' wint aan belang.

Eerlijke handel

Qua duurzaamheid ligt de focus van de biosector sterk op de ecologische duurzaamheid. De andere pijlers worden belangrijk geacht maar zijn tot op heden minder uitgewerkt met name de sociale en de economische duurzaamheid. Met de sociale duurzaamheid worden in brede zin het respect voor de rechten van het individu bedoeld: geen discriminatie, redelijke arbeidstijden die nog ruimte laten voor een waardevol gezinsleven en voor persoonlijke ontwikkeling, eerlijke verloning, recht op vereniging in een vakbond, gezonde en veilige werkomgeving, ...

In de Belgische context kunnen we stellen dat de wetgeving van die aard is dat er geen nood is aan bijkomende normen.

Voor geïmporteerde producten is dit echter een ander verhaal. In heel wat landen zijn discriminatie, kinderarbeid, gebrek aan educatie, verbod op vereniging, ... nog sterk aanwezig en ontbreekt de nodige wettelijke bescherming. Het succes van de fairtrade-beweging kan hier een sterke inspiratie zijn en geeft zeker ook aan dat dit voor de consument een belangrijk aspect is in

duurzaamheid. Met de economische duurzaamheid komen we aan een heikel punt. Is een eerlijke prijs voor de consument zo goedkoop mogelijk (en dus ook toegankelijk voor de laagste inkomens) of behoorlijk duur zodat er in de keten ruimte ontstaat voor grotere meerwaarden (als natuurbeheer, sociale taken, ...) of ergens daar tussen in? En wat is een redelijk loon voor een bedrijfsleider die jaren geïnvesteerd heeft, risico's genomen heeft, zeer hard gewerkt heeft, ...? En wat is een performante bedrijfsvoering: kosten drukken door schaalvergroting? Op zoek gaan naar de goedkoopste arbeidskrachten? Bijzonder moeilijk vast te leggen dus. Maar dit is een zeer belangrijk aspect voor de ontwikkeling van de sector: zowel de verkoopprijs in de winkel als de inkomensmogelijkheden bepalen in sterke mate de aantrekkelijkheid van de biosector voor nieuwe consumenten en voor nieuwe marktdeelnemers.

Ecologie : energie, transport, water, afvalbeheer en verpakkingen

Hieronder worden de ecologische aspecten besproken die verbonden zijn aan de biologische landbouw en handel maar die niet specifiek in de biowetgeving behandeld worden. Met name energieverbruik, CO₂-uitstoot (en andere emissies), waterverbruik, afvalbeheer en verpakkingen hebben een zeer grote impact op de uiteindelijke ecologische.

Het zijn echter stuk voor stuk moeilijk meetbare factoren. Er spelen zoveel verschillende parameters mee, die vaak ook bedrijfsspecifiek zijn, dat een eenvoudig en eenduidig meetsysteem zeker op korte termijn niet realistisch is. Algemeen maatschappelijk is dit ook een zeer belangrijk onderwerp dat ook door alle andere sectoren zeer ter harte genomen wordt. Heel wat biobedrijven doen reeds jaren grote inspanningen op dit vlak maar communicatie hierover is vaak moeilijk.

Biogarantie-verkooppunten

Een bioproduct komt via een verkooppunt bij de consument terecht, dit is dus de meest directe link naar de eindverbruiker (horeca en catering uitgezonderd). Voor een goede communicatie is het dus zeer belangrijk dat Biogarantie sterk aanwezig is in de verkooppunten.

Voor de consument is het momenteel niet duidelijk wat een Biogarantie-verkooppunt inhoudt. Uitzondering hierop is het '100% bio verkooppunt'.

Voor de andere verkooppunten heeft dit tot gevolg dat de koper vaak heel hoge

verwachtingen heeft: alle producten zijn bio, en...

De voorstellen zullen zich dan ook sterk richten op de meerwaarde voor het verkooppunt, met correcte informatie naar de consument. Met een heldere en correcte communicatie zal ook een reële meerwaarde voor de ganse keten gerealiseerd worden.

Marketing

Een zeer belangrijk aspect voor een goede labelwerking is natuurlijk de communicatie met de consument. Deze communicatie speelt zich op verschillende niveaus af: op de gecertificeerde producten, in de verkooppunten, in de verbruikszalen, op bedrijfsborden, in tijdschriften en kranten, in reclamefolders, ...

Vanuit BioForum en de Biogarantie-werking zal hier het voortouw genomen worden om te komen tot een efficiënte sectorcommunicatie.

Landbouw

De regels voor de biologische landbouw worden in de EU-wetgeving gedetailleerd beschreven. In het verleden is het reeds gebleken dat de Belgische telers geen voorstander meer zijn om een nog strengere wetgeving toe te passen, tenzij dit op Europees niveau opgelegd wordt en er dus geen concurrentienadeel ontstaat tegenover de producenten in de buurlanden.

Het voorstel richt zich dus niet op strikt strengere regels maar wel op het benadrukken van enkele uitgangspunten van de biologische landbouw zoals de aandacht voor de natuurlijke omgeving, voor biodiversiteit, voor grondverbondenheid, voor het sluiten van de cycli en voor dierenwelzijn.

Verwerking

Hier geldt dezelfde opmerking als voor de landbouw namelijk dat de Belgische verwerkers geen voorstander zijn om een strengere wetgeving dan de Europese toe te passen en er dus geen concurrentienadeel kan ontstaan.

Er wordt echter wel voor gekozen om een aantal interpretaties van de Europese wetgeving toch in het lastenboek op te nemen.

In de praktijk blijkt immers dat het voor een aantal aspecten noodzakelijk is om de Belgische uitgangspunten in concrete regels te vertalen opdat ze correct zouden nageleefd worden. Dit betreft dan bvb toegelaten bewerkingen, additieven, ...

Mogelijke uitbreidingen

Het Biogarantielastenboek is destijds ontstaan uit de noodzaak om een wettelijke regeling in verband met biolandbouw op gang te trekken. Ook nu wil dit lastenboek een voortrekkersrol vervullen voor de aspecten en sectoren waar nog geen wettelijke bescherming is. Catering is recent ingevuld, maar er is ook interesse en vraag voor labeling van bvb crêches, rusthuizen. Verder onder Ecogarantie : natuurverven, meststoffen en andere tuin- en landbouwproducten, halffabricaten enz...

Service aan de marktdeelnemers

Behalve inhoudelijk en naar de consument toe, moet Biogarantie ook een meerwaarde naar de gebruiker betekenen. Samen met de marktdeelnemers wordt bekeken hoe deze extra service het best kan worden toegepast.

De goedgekeurde aanpassingen en ander nieuws volgt in de volgende nieuwsbrief.

Voor meer info en/of opmerkingen kan je me steeds contacteren:

Martine Van Schoorisse

BioForum Vlaanderen

T 03 286 92 69

E: martine.vanschoorisse@bioforum.be

De Biogarantie/Ecogarantienieuwsbrief wordt uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Samenstelling: Martine Van Schoorisse.