

# Vertrouwen in de toekomst



JAARVERSLAG  
2025



# Hoe maakte het VBT een verschil?

4

COLOFON  
Verantwoordelijke uitgever  
*Luc Vanoirbeek*  
Concept *Daan Paredis*  
Lay-out & redactie  
*XPAIR Communication*  
Druk *Drukkerij Van der Poorten*  
100% klimaatneutraal gedrukt  
*Verbond van Belgische  
Tuinbouwcoöperaties*

Tiensevest 136, 3000 Leuven  
[www.vbt.eu](http://www.vbt.eu) / [info@vbt.eu](mailto:info@vbt.eu)  
+32 (0)16 20 00 80

BelOrta  
12



INGRO  
24



Het DNA van  
coöperaties in  
de groente- en  
fruitsector  
11



REO  
20

Coöperatie  
Hoogstraten  
16



LAVA  
28



2025  
in cijfers  
40



ILVO  
32

Freshfel  
34



Vertegen-  
woordiging in  
het binnen-  
en buitenland  
38



Organisatiestructuur  
van het VBT  
37



2025, een sterke productie als ankerpunt in turbulente tijden

# Hoe maakte het VBT een verschil?

**2025 was een turbulent jaar voor de coöperatieve groente- en fruitsector. En dus ook voor het VBT. Zowel op het vlak van productie, handel als politiek belandden we in het oog van verschillende stormen, maar we doorstonden ze sterk. De toekomst zien we met vertrouwen tegemoet.**

**N**aast de geopolitieke conflicten in het Midden-Oosten en Oekraïne zorgde de herintrede van de Amerikaanse president Trump voor wereldwijde destabilisatie in 2025. **De onvoorspelbaarheid van de handel** legde een zware hypotheek op de toekomstplannen en investeringen van producentenorganisaties in de groente- en fruitsector.

Dichter bij huis **schroefde de EU het landbouwbudget verder terug en dreigde de Gemeenschappelijke Marktordering (GMO) een stuk minder gemeenschappelijk te worden.** Zo

kan er concurrentie ontstaan tussen lidstaten, sectoren en producentenorganisaties. Het VBT fronsde de wenkbrauwen bij deze keuzes.

Andere factoren die de toekomst van onze sector vormgaven, waren **de versnelde energietransitie en (het gebrek aan) de beschikbaarheid van afdoende gewasbeschermingsmiddelen en arbeidskrachten.**

Wél uitstekend in 2025 was het weer. Onze producenten realiseerden een grote oogst van zowel groenten als fruit. **Ondanks de hogere**

**aanvoer daalde de totale omzet van de VBT-leden met 2,45% ten opzichte van recordjaar 2024.** We klokten af op een omzet van in totaal 1,377 miljard euro in de verse markt en de diepvriesmarkt. Omzet staat evenwel niet gelijk aan winst. Tegenover de omzet staan de stijgende productiekosten van producenten en de steeds strengere productie-eisen.

**Het VBT bleef in elk geval attent aanwezig om de belangen van onze sector te verdedigen.**



**Luc Vanoirbeek**  
Algemeen secretaris



**Dirk Van den Plas**  
Voorzitter

## Duurzaamheid: back to basics

### De kwestie?

2025 draaide voor een groot stuk rond de ambitieuze duurzaamheidsagenda die de vorige Europese Commissie invoerde. Het VBT drukte haar stempel in verschillende dossiers ten voordele van de coöperatieve groente- en fruitsector.

### Hoe maakte het VBT een verschil?

- **Op Europees niveau werkte het VBT actief mee aan een objectieve methodologie om de Product Environmental Footprint (PEF) te berekenen.** Dit is een initiatief van Freshfel Europe samen met enkele grote spelers in de groente- en fruitsector, ondersteund door de Universiteit van Wageningen. Het doel? Eerlijke en objectief verifieerbare vergelijkingen van de milieu-impact van verschillende producten in verschillende regio's.
- **In Vlaanderen droeg het VBT bij aan de verbetering van de waterkwaliteit in het kader van het mestactieplan MAP 7.** Dit deden we samen met de landbouworganisaties en de collega's van B3W (Begeleidingsdienst voor Betere Bodem- en Waterkwaliteit), Belgapom en Vegebe. In eerste instantie focusten we ons op de vorming van teeltbegeleiders omwille van hun sterke link met de praktijk. Wij zijn ervan overtuigd

dat meer inzicht in de bemestingspraktijk tot een betere waterkwaliteit leidt. In 2025 zetten we verdere stappen in dit dossier. De app Care4Growing, ontwikkeld door de leden van het VBT, biedt vandaag al inzicht in het gebruik van meststoffen. De app zal in de toekomst nog aan belang toenemen.

- **Het VBT kaartte regelmatig en op diverse fora de wildgroei aan administratieve lasten in verband met duurzaamheid aan. Dat wierp haar vruchten af: het onderwerp kwam op de agenda van de Europese sociale dialoog voor de tuinbouw.** Administratie is een middel. Geen doel op zich. Wij zien in de groente- en fruitsector een wildgroei aan kwaliteitssystemen die onder het mom “beter controleren dan vertrouwen” eisen formuleren zonder dat daar een meerwaarde tegenover staat. Dit moet stoppen. **Samen met de Europese collega’s van Copa-Cogeca voerden we een studie uit om alle eisen van de lastenboeken in kaart te brengen. Met dit overzicht trokken we naar diverse Europese fora, maar het is moeilijk om hier gehoor te vinden.** Toch staakt het VBT de strijd niet.



## Gewasbescherming: erkenning voor de enorme uitdagingen voor producenten

### De kwestie?

Eenzijds zagen we in 2025 steeds meer ziekten en plagen opduiken door de klimaatverandering. Anderzijds werd er steeds meer aangedrongen op het reduceren van de beschikbaarheid en het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Dit is een potentieel gevaarlijke cocktail. Zonder geschikte toolbox is er geen groente- en fruitproductie mogelijk. Dit thema is één van de grootste uitdagingen waarmee onze sector geconfronteerd wordt. Eind december 2025 kwam de Europese Commissie met de eerste Omnibus-voorstellen voor vereenvoudiging van de bestaande regels in verband met het gebruik en de erkenning van gewasbeschermingsmiddelen.

### Hoe maakte het VBT een verschil?

- **Het VBT pleitte op diverse internationale fora voor een doordachte aanpak van dit dossier, samen met Copa-Cogeca, Profel en Freshfel Europe. We zetten dit pleidooi in 2026 verder.** Allereerst pleiten wij voor meer realisme. De prioriteit voor onze onderzoeksinstellingen is de ontwikkeling van alternatieve gewasbeschermingsstrategieën om ziektes en plagen effectief te bestrijden met een zo beperkt mogelijke impact op milieu en mens. Hiervoor moet de doorlooptijd van de erkenning voor alternatieve bio-gebaseerde gewasbeschermingsmiddelen verkort worden. Europa loopt op dit gebied achter ten opzichte van andere continenten waardoor grote fabrikanten van



gewasbeschermingsmiddelen niet meer in de EU investeren. Wij pleiten ook voor fair-play in de internationale handel. Het kan niet dat de EU strenge normen aan onze producenten oplegt, terwijl ingevoerde producten niet aan deze standaarden beantwoorden.

- **Het VBT leverde haar bijdrage aan de discussie over het duurzaam gebruik van gewasbeschermingsmiddelen in het Europees Parlement.** Deze is halfweg vorig jaar gestrand, maar ze is niet ten einde.
- Als derdenorganisatie kan het VBT uitbreidingen van toelatingen van gewasbeschermingsmiddelen aanvragen voor gebruik in kleine teelten, waar bijna alle groenten en fruit onder vallen. **Om knelpunten bloot te leggen en mogelijke oplossingen te vinden, was het VBT in deze dossiers continu in overleg met onze leden, overheden, proefcentra en fytofirma’s.** Wanneer nodig vroegen we een noodtoelating aan.
- **Het VBT volgde het onderzoek en de wetgeving inzake gewasbeschermingsmiddelen nauwgezet op en communiceerde dit aan de belanghebbenden.** Samen met de proefcentra gaan we na welke toepassingen interessant zijn om in proeven mee te nemen met het oog op een erkenning. Erkende toepassingen en eventuele wijzigingen voegen we toe aan het Care4Growing-platform. Daar bundelen we ook de laatste stand van zaken van de Europese, Belgische en Vlaamse wetgeving inzake gewasbescherming. Het VBT stelt per teelt advieskaarten op met een overzicht van alle toegelaten gewasbeschermingsmiddelen. Zo kunnen producenten hun geplande/gewenste behandelingen steeds aftoetsen aan actuele wetgeving.

- **Het VBT coördineerde het sectoraal monitoringsplan voor residuen van gewasbeschermingsmiddelen, microbiologie en zware metalen.** De VBT-leden voerden de monitoring uit op basis van een risicoanalyse. Met de resultaten gaan we verder aan de slag.
- **Met de ondersteuning van onderzoek en ontwikkeling in de groente- en fruitteelt droeg het VBT bij aan de innovaties waarmee de Belgische groente- en fruitsector zich kan onderscheiden.** Ook vandaag blijven we geloven in de kracht van innovatie en het belang van onderzoeksinstellingen. Eén ding staat vast: er zijn heel wat veranderingen op til in onze sector.

## Europees landbouwbeleid en Gemeenschappelijke Marktordening: wat met de GMO?

### De kwestie?

Met het aantreden van de nieuwe Europese Commissie en de nieuwe Landbouwcommissaris veranderde de houding van de EU ten aanzien van landbouw. Commissievoorzitter U. von der Leyen zette sterk in op dialoog en erkende de strategische en cruciale functie



van land- en tuinbouw als voedselproducent. Toch zagen we deze positieve houding niet vertaald in het meerjarig financieel kader van de Europese Unie. Integendeel. De EU verminderde het budget voor de land- en tuinbouw én verlaat de gemeenschappelijke aanpak van het landbouwbeleid. Een gevaarlijke wending. Landen krijgen meer mogelijkheden om eigen accenten te leggen in hun landbouwbeleid, wat mogelijk een wildgroei aan extra wetgeving en administratie betekent. Dit is een gigantische stap achteruit voor het Europees landbouwbeleid dat we niet langer als gemeenschappelijk zullen kunnen bestempelen.

#### Hoe maakte het VBT een verschil?

- **Het VBT liet zich gelden op diverse Europese fora en vertegenwoordigde in het belang van de groente- en fruitsector.** We geloven sterk dat – in deze geglobaliseerde wereld – de EU het meest geschikte niveau is om onze uitdagingen aan te pakken.
- Vlaanderen is altijd koploper geweest in een coöperatieve aanpak van de markt. In 1996 waren het VBT en LAVA de voortrekkers in de ontwikkeling en uitwerking van de Gemeenschappelijke Marktordening (GMO). **Ook in 2025 werden wij uitgebreid betrokken in de toekomstplannen van de GMO. Op talrijke conferenties en meetings in binnen-**

**en buitenland hebben wij voortdurend geprobeerd om de voorstellen van de Europese Commissie bij te stellen.** Wij blijven ervan overtuigd dat de GMO van onschatbaar belang is om de positie van de boer in de keten te versterken door middel van een sterke horizontale concentratie. De EU ondergraaft nu de kracht van de GMO door de afbouw van de financiering en de hernationalisering van wat meer dan 60 jaar gemeenschappelijk was.

### Promotie: groenten en fruit als deel van de gezondheidszorg

#### De kwestie?

We zien dat de consumptie van groenten en fruit daalt. Op termijn kan dit een bedreiging voor de volksgezondheid betekenen. De promotie van de consumptie van groenten en fruit draagt bij aan de preventie van welvaartsziekten als obesitas en diabetes type 2. Groenten en fruit moeten een plaats krijgen in de gezondheidszorg.

#### Hoe maakte het VBT een verschil?

- Het VBT speelt een heel actieve rol in de promotie van groenten en fruit. We werken hiervoor samen met VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing), het expertisecentrum bij uitstek voor de promotie van groenten en fruit. **In 2025 trok de groente- en fruitsector in totaal 3,42 miljoen euro uit aan promotiebudget. Dit geld werd geïnvesteerd in het binnenland (campagnes) en buitenland (beursdeelnames en andere events).**

- Een goede, consequente promotie van groenten en fruit vraagt een rigide aanpak op het niveau van de EU – en niet alleen administratief. **De door VLAM opgebouwde expertise is voor deze promotie van enorm belang, het VBT nam een verbindende rol op.**
- De EU ondersteunt promotiecampagnes van groenten en fruit in landen buiten de EU, zoals China en Brazilië. In 2025 voorzag de EU een aanzienlijke cofinanciering van 80%. **Het VBT droeg binnen deze samenwerkingsverbanden bij aan de optimale besteding van de Europese middelen en een accurate uitwerking van de internationale promotiecampagnes.**
- Op 25 en 26 juni 2025 vond in Hasselt het Interpera-congres plaats, georganiseerd door het VBT en AREFLH (Assemblée des Régions Européennes Fruitières, Légumières et Horticoles). Het congres bracht bezoekers uit de hele wereld samen om kennis te maken met onze perenteelt en de organisatie van onze sector. Ondanks onze beperkte omvang, spelen we een belangrijke rol op de Europese perenmarkt. Tijdens Interpera werd die expertise zichtbaar. Bezoekers kregen inzicht in onze efficiënte en intensieve teelt, bewaartechnieken en de sterke organisatie van de sector. Pcfruit en het VCBT lichtten hun werk rond bewaring, datamanagement, dynamic controlled atmosphere en precision farming toe. Een bezoek aan BelOrta illustreerde de sterke coöperatieve organisatie van de markt. **Met Interpera positioneerden het VBT en partners België als dé kennishub van de internationale perensector. We versterkten de relevantie van de Belgische fruitteelt op Europees niveau.**

### Export: internationale barrières slopen

#### De kwestie?

In 2025 stond de internationale handel onder druk. De geopolitieke conflicten in Oekraïne en het Midden-Oosten zorgden voor blijvende onzekerheid op de markten. De chaotische politiek van de president in de VS en de spanningen tussen de internationale handelsblokken (VS, India, China en de EU) vormden een explosieve cocktail. De verleiding om zich terug te plooiën op de eigen markt en te verschuilen achter protectionisme is groot in deze context, maar we mogen ons als sterk exporterend land niet (laten) isoleren.

#### Hoe maakte het VBT een verschil?

- **Het VBT bleef uitkijken naar geschikte openingen op beloftevolle markten.** Internationale handel en export van onze producten is op lange termijn van levensbelang voor onze sector. Het kost jarenlange inspanningen om fytosanitaire barrières te slopen en een markt te openen. Het VBT houdt daarom de ogen open voor opportuniteiten om snel en efficiënt te kunnen opereren in een nieuwe markt.

## Transparantie in de keten van groenten en fruit: **betrouwbare data delen met Europa**

### De kwestie?

Het thema van transparantie staat al jaren centraal in de Europese landbouwpolitiek. Al in 2016 deden Commissaris Ph. Hogan en C. Veerman in hun rapport "Agricultural Markets Taskforce" volgende aanbevelingen: grotere markttransparantie creëren, onfaire handelspraktijken tegengaan en producentenorganisaties opstarten. Dit staat intussen opnieuw op de agenda van de Europese Commissie.

### Hoe maakte het VBT een verschil?

- **Het VBT beschikt over een schat aan data over de verkoop van groenten en fruit. Deze data stelden wij in 2025 – zoals elk jaar – transparant ter beschikking van onze leden, en de Vlaamse en Europese overheid.** Wij zijn ervan overtuigd dat de markt op lange termijn voordeel heeft bij meer transparantie. Dit uit zich ook in de manier waarop wij onze producten aanbieden. De veilingklok blijft het centrale element voor de afstemming van vraag en aanbod.
- **In 2025 werd er hard gewerkt aan de ontsluiting van deze gegevens.** De klemtoon lag daarbij op cijfers en data visualiseren in duidelijke grafieken en tabellen. Daarenboven zijn we nu ook in staat om op basis van de gegevens van Eurostat en de FAO de meest recente internationale cijfers te ontsluiten. Cruciale informatie waarmee onze leden aan het werk kunnen.

- **Het VBT vervulde een centrale rol in de opmaak van de areaalramingen en de oogstprognoses op Vlaams en internationaal niveau.** Samen met WAPA (World Apple and Pear Association) en Copa-Cogeca organiseerde het VBT de Europese oogstprognoses voor appels en peren.
- **Producentenorganisaties zijn van cruciaal belang om transparantie te waarborgen.** Ze vormen een sterke bescherming tegen oneerlijke handelspraktijken. **Zeker in Vlaanderen, met een sectorale organisatiegraad van 80% in producentenorganisaties, kan het VBT als koepel een positieve impact hebben op de verdere evolutie en de toekomst van de sector.**



## Het DNA van coöperaties in de groente- en fruitsector

### De coöperatie, dat is:



#### Borg Staan...

... voor kwaliteit, beschikbaarheid, voedselveiligheid, logistieke performantie, een eerlijke verkoop, verduurzaming, investeringen in onderzoek en ontwikkeling.

Kortom, voor het betrouwbaar en continu leveren van diverse voordelen die de markt vraagt en dit op grote schaal.



#### Samen...

... kennis delen, samenwerken als gelijken, stappen zetten en mekaar helpen waar nodig.

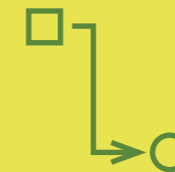
Zo trekken we samen aan hetzelfde zeel en genereren we voordelen voor de telers én de markt.



#### Sterk...

... staan als betrouwbare partners doorheen de hele keten. We kunnen onze schaalgrootte uitspelen om aan elke vraag snel en efficiënt te voldoen.

Verenigd in een coöperatie hebben telers extra slagkracht op de markt.



#### Impact...

... maken op de handel ten voordele van de tuinbouwsector. Samen drijven we (teelttechnische) innovatie aan via investeringen in onderzoek en ontwikkeling. De coöperatie is de stem van de teler in belangrijke debatten.

De coöperatie formuleert antwoorden op uitdagende vragen van de markt.



#### Zorg...

... dragen voor het collectief, zowel economisch als sociaal. Met het oog op een bloeiende toekomst.

De coöperatie is veel meer dan producten verzamelen en verkopen.

“Al 120 jaar  
crisissen  
doorstaan dankzij  
de kracht van  
de coöperatie”



BELORTA

“BelOrta samengevat? Van, voor en door telers. Zonder telers, geen toekomst. Zij zijn onze grootste kracht”, zegt BelOrta-algemeen directeur **Philippe Appeltans**. De toekomst van de veilingen loopt samen met de toekomst van de producenten. De uitdagingen zijn talrijk, maar Appeltans – en met hem heel BelOrta en het VBT – steekt de handen uit de mouwen om aan oplossingen te werken.

**A**ls klein manneke reed Appeltans met zijn opa mee op diens paard en kar. Moest het sneller gaan, dan moest hij ‘het goei paard’ een klets geven, “want het slechte paard beweegt toch niet.” Tot op heden denkt Appeltans nog regelmatig terug aan die woorden van zijn grootvader. “Hetzelfde speelt zich af met onze sector. Wij zijn het beste paard inzake innovatie, inspanningen voor

duurzaamheid, gezondheid en noem maar op, maar toch worden we keer op keer getroffen door maatregelen. Dat moeten we doorbreken.”

#### Chips en chocolade in bulk

Appeltans ziet dat patroon terugkeren in verschillende dossiers: verpakkingswetgeving, ondernemersruimte, gewasbescherming, duurzaamheid...

“Natuurlijk willen wij minder verpakking. De Belgische veilingen staan aan de wieg van herbruikbare kratten, die als internationaal voorbeeld dienen. Reduce, reuse, recycle – we zetten daar al jaren op in. En toch mogen we dan plots voor groenten en fruit geen plastic meer gebruiken voor consumentenverkoop. Broccoli zonder dun plasticje? Na een uur ziet die geel. Probeer frambozen maar eens in papier te verpakken. Dat gaat gewoon niet.”

Wat hem stoort, is de asymmetrie in het debat. “Ik hoor zelden dat chips in bulk moeten, of dat rond een chocoladereep geen folie meer mag. Maar bij groenten en fruit is er een tomeloos debat.”

#### Een kikkerpoel volstaat niet

Op het gebied van ondernemersruimte geeft Appeltans een voorbeeld dat iedereen in de sector herkent. “Probeer eens een vergunning voor een nieuwe serre te krijgen. We hebben telers die tien jaar bezig zijn met de paperassen. Zelfs als de buurt akkoord is, zelfs met extra inspanningen – een kikkerpoel erbij, een

stuk bos bijplanten – is het vaak niet goed genoeg. Hetzelfde in boomgaarden en bij vollegrondsgroenten. Innovatie wordt gefnuikt en we verliezen onze concurrentiekracht, want waar is er nog ruimte om te ondernemen?”

Die doorgeslagen regelgeving ziet Appeltans ook bij de gewasbeschermingsmiddelen. “Niemand gebruikt middelen ‘voor het plezier’. Als we ze gebruiken, gebeurt dat heel precies. Geconfronteerd met een ziekte of een insectenplaag moet je kunnen ingrijpen.”

“Actieve stoffen worden afgeschaft op basis van ‘mogelijk risico’ en we moeten groene alternatieven gebruiken. Prima voor ons, echt, maar in Europa duurt het tien jaar voor die erkend zijn. Elders is dat twee jaar. Dan sta je hier met nieuwe plagen en zonder middelen.”

En dat raakt aan een kernpunt voor de Belgische sector: kwaliteit. “Wij zijn maar een kleine speler in Europa en staan gekend om onze kwaliteit. Als we de tools niet meer hebben om die kwaliteit te garanderen, verliezen we ons voordeel. Welke toekomst heb je dan?”

### Grotere krachten

Daarnaast spelen er nog grotere krachten, zoals klimaatverandering en de markt. “Langere droogtes, hevige regen, stormen, extreme hitte... Dat heeft impact op de productie.”

Tegelijk groeit de druk rond CO<sub>2</sub>-reductie. “14 jaar geleden lanceerde het VBT al het concept Responsibly Fresh en sinds 2022 heeft



BelOrta een SBTi-gevalideerd CO<sub>2</sub>-reductieplan. We willen collectief verantwoordelijkheid nemen voor onze telers. Sommige retailers vragen ons om enkel met de ‘vijf duurzaamste’ telers te werken, daar verzetten we ons tegen. Investerings lopen in cycli. Wie vijf jaar geleden investeerde, staat vandaag misschien voorop. Over vijf jaar kan dat anders zijn. Je moet iedereen meenemen in verduurzaming.”

Dus sloten we binnen het VBT de rangen voor een benadering per producteenheid. “We hebben een uitstoot per kilo product vastgelegd en proberen die te verbeteren als sector. Dat is eerlijker en effectiever.”

### Race-to-the-bottom

Aan marktzijde ziet Appeltans dat retailers de race-to-the-bottom verderzetten. “Als je met 2+5-acties werkt, haal je de waardeperceptie onderuit. De consument denkt: op andere

*Wij zijn maar een kleine speler in Europa en staan gekend om onze kwaliteit. Als we de tools niet meer hebben om die kwaliteit te garanderen, verliezen we ons voordeel.*

momenten betaal ik te veel. Terwijl hij eigenlijk te weinig betaalt voor wat het vraagt om kwaliteit te produceren.”

“In 2025 was er een moment waarop Belgische supermarkten frambozen uit verre import verkochten omdat ze goedkoper waren, terwijl onze eigen frambozen naar het buitenland gingen waar men wel voor kwaliteit betaalde. Dat is toch de wereld op zijn kop?”

### Geen glans zonder wrijving

Tegenover al die druk staat de kracht van de coöperatie, gelooft Appeltans. “BelOrta is het resultaat van fusies van verschillende veilingen. Onze oudste tak dateert van 1905. Al 121 jaar hebben we ons als telers en coöperaties weten aanpassen aan de noden van de tijd. Samenwerking brengt slagkracht, weerbaarheid en innovatie. Zo hebben we al talloze crisissen doorstaan, en dat zal nu niet anders zijn.”

En als coöperaties dan ook nog eens overkoepelend de krachten bundelen in het VBT, is Appeltans helemaal positief over de toekomst. “Al onze expertise komt samen in het VBT, dat met één sterke stem voor de sector spreekt. Wetgeving, duurzaamheid, verpakkingen, kwaliteitssystemen, gewasbescherming... Daarop moeten we mekaar niet beconcurreren, maar samenwerken. Zoals we vandaag goed doen. De nuanceverschillen tussen de verschillende veilingen is de rijkdom van het VBT. Geen glans zonder wrijving. Al die inzichten leiden tot een sterker geheel. Als we de grote uitdagingen samen blijven aanpakken, heb ik vertrouwen dat we ook deze moeilijke periode weer sterker zullen te boven komen.”

### BELORTA

**Productenten: 1100**

**Productomzet: 605 miljoen euro**

**Topproducten:**

**tomaten, komkommers, peren**



“Vertrouwen in de toekomst? Natuurlijk, met de kwaliteit die onze telers produceren”



## HOOGSTRATEN

Waar haal je vertrouwen in de toekomst als je middenin de perfecte storm zit? Coöperatie Hoogstraten – algemeen directeur **Hans Vanderhallen** zoekt het antwoord niet ver. “Wat ons het meeste vertrouwen geeft, is gewoon het product waarmee we werken: groenten en fruit. De klimaatcrisis en volksgezondheid wijzen in de richting van meer plantaardige voeding, meer aandacht voor gezondheid. Dat is wat wij doen. En bovendien produceren onze telers groenten en fruit van een ongeziene kwaliteit.”

**M**et een eenvoudige rekensom zet Vanderhallen zijn optimistische visie op de toekomst kracht bij: “De bevolking groeit.

Als mensen de voedingsadviezen volgen, dan zijn er wereldwijd eigenlijk te weinig groenten en fruit. In die zin is er enorm veel potentieel. Als we de sprong kunnen maken – op vlak van energie, gewasbescherming, personeel – ziet de toekomst er niet verkeerd uit. En als het goed gaat met de telers, dan gaat het goed met de coöperatie.”

### In Dubai zie je hoe klein wij zijn

Maar de uitdagingen voor de sector zijn niet mals, beseft ook Vanderhallen: “Je hebt de uitdagingen van de producent: energie, klimaat, gewasbescherming, arbeidskrachten. Je hebt de uitdagingen van de coöperatie: relevant blijven, zorgen dat telers een duurzaam rendement halen. En je hebt de maatschappelijke uitdagingen: voedselzekerheid, regelgeving, ruimtelijke ordening. Dat hangt allemaal samen.”

Vanderhallen verwijst naar een recente internationale beurs in Dubai: “Daar zie je hoe klein wij zijn in het geheel. Landen investeren masaal in logistiek, digitalisering, koelketens om voedselzekerheid te garanderen. Productie alleen is niet genoeg. De hele supply chain errond is minstens even belangrijk. Alleen als we in België blijven samenwerken zoals we doen, kunnen we nog meespelen.”

Coöperatie Hoogstraten werd in 1933 opgericht door telers die dachten: samen staan we sterker. Dat heeft keer op keer z’n nut bewezen. En ook in de huidige uitdagingen ziet Vanderhallen de kracht van de coöperaties, verenigd in het VBT, als belangrijk deel van de oplossing: “Samenwerken in en tussen coöperaties wordt belangrijker dan ooit. Het VBT levert uitstekend werk in belangenbehartiging, onderzoek en overleg waardoor we de krachten kunnen bundelen.”

### Wie aardbeien koopt, koopt expertise

Twee jaar geleden werkte Coöperatie Hoogstraten een nieuwe strategie uit. De speerpunten zijn helder: duurzaamheid, kennis, digitalisering, operational excellence en groei. “Kennis is voor ons cruciaal. Wij willen veel meer dan een product verkopen. Als iemand in Europa een vraag heeft over aardbeienteelt, variëteit, verpakking, bewaring – dan moet België, en specifiek Coöperatie Hoogstraten – het adres zijn.”

Die kennis bouwt de coöperatie actief op, onder meer via intense samenwerking met het Proefcentrum Hoogstraten. “Wie bij ons aardbeien koopt, koopt ook die expertise mee.”

Digitalisering is een tweede pijler. “Voor een aantal grote telers beheren we de volledige IT-omgeving. Hun ERP-systeem draait op onze software. Het is een service waarmee we als coöperatie een duidelijke meerwaarde creëren, ook voor grote telers.”

### Geautomatiseerde verpakkinglijnen

Van de operational excellence geeft Vanderhallen een concreet voorbeeld uit de aardbeienteelt – samen met tomaten en paprika's de belangrijkste deelsectoren voor Coöperatie Hoogstraten. “Vroeger haalde een teler lege dozen op en vulde die zelf manueel met bakjes. Dat kostte op een groot bedrijf twee tot drie voltijdse krachten die niks anders doen.”

Daarom investeerde Coöperatie Hoogstraten in geautomatiseerde verpakkinglijnen. “We hebben machines geïnstalleerd die de kartonnen dozen vouwen, bakjes automatisch plaatsen en afvullen. Dat is een serieuze investering, met directe impact voor



onze telers, die ze alleen niet zouden kunnen dragen.” Daarbovenop werd het systeem ook digitaal verfijnd. “Op elk bakje komt een unieke QR-code. Acht bakjes worden gelezen en gekoppeld aan één doos, 144 dozen aan één pallet. De consument kan scannen en krijgt het verhaal van die teler te zien, dat is mooie promotie. Transparantie en verbinding in één systeem.”

Groei ziet Vanderhallen als ondersteunend. “We willen groeien om die vier andere speerpunten te kunnen waarmaken zonder de kost voor onze telers te verhogen.”

### De smaak blijft het belangrijkste

Misschien wel de belangrijkste stap richting toekomstbestendigheid is de nieuwe gezamenlijke veilmodule ‘ClockAuction’ met BelOrta en REO. “Het oude kloksysteem zat aan zijn limieten. We hadden allerlei nevensystemen gebouwd om bepaalde segmenten zichtbaar te maken. Dat was niet meer efficiënt.”

*Mijn vertrouwen komt vooral uit de basis. Ons product is gezond, smaakvol en gewild.*

Het nieuwe systeem is volledig gedigitaliseerd en geïntegreerd. “Het maakt dat we sneller kunnen inspelen op nieuwe ideeën, vragen uit de markt en dat kopers eenvoudiger kunnen aansluiten. Dat is belangrijk.”

Voor Vanderhallen blijft de essentie van de klok onveranderd. “Je moet relevant aanbod hebben, een betrouwbaar kwaliteitsbeleid en voldoende kopers. Staat er één doos te weinig, dan stijgt de prijs. Eén doos te veel, en hij zakt. Dat verschil is soms heel klein.”

“Het belangrijkste voor een herhaalaankoop is nog altijd smaak. Dat is de belangrijkste trigger. Als wij zeggen dat een product een bepaalde kwaliteit heeft, weet de markt wat dat betekent. Dat vertrouwen is cruciaal. Convenience, duurzaamheid en transparantie zijn tegenwoordig vanzelfsprekendheden.”

### Geen reden tot pessimisme

Alles beschouwd, heeft hij vertrouwen in de toekomst. Vanderhallen glimlacht. “Wat ik zie, is dat onze telers blijven investeren en groeien. Dat klanten meer dan vroeger op lange termijn willen vastleggen om zekerheid te hebben van product. Dat zijn uitstekende signalen”, zegt Vanderhallen.

“Maar mijn vertrouwen komt vooral uit de basis: ons product is gezond, smaakvol en gewild. Zolang wij als coöperaties onderling goed samenwerken in het VBT, onze telers sterk ondersteunen, ons onderscheiden met onze kennis en ons blijven aanpassen aan de markt, zie ik geen reden om pessimistisch te zijn.”

**COÖPERATIE HOOGSTRATEN**  
Producenten: 165  
Productomzet: 375 miljoen euro  
Topproducten:  
aardbeien, tomaten, paprika





“Samen zijn we een kracht om rekening mee te houden”



Achter de ingekorte naam (weg ‘veiling’), het opgefriste logo en plannen voor een nieuw gebouw, zet REO een straffe strategische koerswijziging in. Met een gedragen roadmap, zeven strategische werven en een ingrijpend masterplan voor de loods hertekent de coöperatie haar werking van binnenuit. Algemeen directeur **Filip Vanaken** kiest voor schaal, samenwerking en toekomstbestendigheid en waarschuwt tegelijk voor versnippering.

“Wij zijn meer dan een veiling”, zegt Vanaken. “Vandaar kort en krachtig: REO. Want we doen veel meer dan verkopen

alleen.” De naamsverandering is het resultaat van een strategisch traject dat begin 2023 werd opgestart. Onder de noemer REO 2.0 tekende het directieteam, samen met de raad van bestuur en de telers, een nieuwe koers uit.

Centraal stonden luistersessies met telers in heel West-Vlaanderen, met extra aandacht voor de nieuwe lichting. “De toekomst zit niet bij mensen van mijn generatie,” zegt Vanaken. “Die is aan het jonge ‘geweld’ dat nog 40 jaar vooruit moet. Zij denken anders: ondernemender, mondiger. Zelfstandiger ook. Dat is allemaal prima, op voorwaarde dat ze geen solo slim spelen, want dan dreigen ze te verliezen. Ze mogen niet vergeten waarom coöperaties ooit zijn opgericht.”

Die reden is vandaag relevanter dan ooit. Teler worden groter, professioneler, kapitaalintensiever. Tegelijk consolideert de vraagzijde razendsnel. “Hoe groot je ook wordt als individueel bedrijf: je bent nooit groot genoeg om op te boksen tegen retailers die miljardenomzetten draaien. Alleen onderhandelen lijkt aantrekkelijk, tot de marktmacht onevenwichtig wordt.”

#### Maximale markttoegang

Vertrouwen in de toekomst, ligt volgens Vanaken besloten in het idee: samenwerken zonder naïviteit. “Een klok maakt geen prijs. Ze toont de markt, die bepaald wordt door vraag en aanbod. Economische wetten verdwijnen niet.” Daarom wil REO inzetten op maximale markttoegang voor zijn telers. Hoe meer verkoopkanalen, hoe sterker hun positie.

Ook de rebranding past in die logica. Jarenlang waren Tomabel en Fine Fleur sterke kwaliteitslabels, maar ze stonden los van de naam REO zelf. “Wie wist buiten de sector dat Tomabel of Fine Fleur eigenlijk REO was?” Daarom koos REO voor één duidelijke merkenarchitectuur met het moedermerk centraal. Vandaag wordt gewerkt met REO Sublime (topkwaliteit), REO Terra (traditionele en vollegrondsteelten) en REO Nova (nieuwe producten). “Als we nu bouwen aan merkwaarde, dan bouwen we voor iedereen. Dat versterkt de betrokkenheid binnen de coöperatie.”

Die strategie vertaalt zich ook operationeel. Het masterplan voor de loods koppelt duurzaamheid, efficiëntie en procesoptimalisatie. “We vervangen oude koelinstallaties, koppelen aanvoer en keuring los van elkaar en maken nachtleveringen mogelijk. We grijpen alles tegelijk vast: openingstijden, geluidshinder, voedselveiligheid, energie-efficiëntie, logistiek... We zijn volop bezig met een procesrevolutie.”

Duurzaamheid ziet Vanaken bij dit alles als een evidentie: “Een goede business is een duurzame business. Duurzaam betekent ‘blijven duren’. Wie efficiënt omspringt met zijn middelen, ziet dat ook in zijn resultaten.” Tegelijk waarschuwt hij voor strategisch misbruik van duurzaamheidscriteria door grote afnemers om telers onder druk te zetten.

*Een goede business is  
een duurzame business.  
Duurzaam betekent  
‘blijven duren’.*

#### **Europees hart voor de productie van groenten en fruit**

Ook structureel ziet hij uitdagingen. Land en kapitaal worden bepalende factoren. Private equity vindt steeds vaker zijn weg naar glastuinbouwbedrijven. “Ik vraag me wel af of externe investeerders bereid zijn om twee of drie moeilijke jaren te dragen. Familiebedrijven doen dat wel. Dat is een sterkte van onze sector.” Klimaatverandering creëert bovendien een nieuwe realiteit. Terwijl Zuid-Europa kampt met extremen, blijft onze streek relatief gematigd. “Onze regio kan uitgroeien tot een Europees kerngebied voor groente- en fruitproductie.”

In dat grotere plaatje ziet Vanaken een duidelijke rol voor het VBT. “Alleen zijn we kwetsbaar. Samen (REO, BelOrta, Coöperatie Hoogstraten) vertegenwoordigen we 80 procent van de



Belgische groenteproductie. Als wij gezamenlijk duidelijke lijnen trekken, kunnen we onze telers beschermen tegen onevenwichtige machtsverhoudingen.”

Voor Vanaken is vertrouwen in de toekomst geen blind optimisme, maar een bewuste keuze voor samenwerking, schaal en strategische vernieuwing. “Wij werken niet voor aandeelhouders die winst willen maximaliseren. Wij werken voor telers. Dat verschil maakt alles.”

**REO**  
**Producenten: 700**  
**Productomzet: 231 miljoen euro**  
**Topproducten:**  
**tomaten, prei, witloof, aardbeien**





“Wij geven  
innovatie  
een ferme  
duw”



Terwijl prijsonderhandelingen verhard en gewasbeschermingsmiddelen onder druk staan, investeert INGRO fors in precisietechnologie en mechanisatie. Met collectieve aankopen van slimme spuitrobots, drone-opleiding en intensieve begeleiding van telers kiest de organisatie resoluut voor technologische versnelling. Voor directeur **Hilde Dhuyvetter** is vertrouwen in de toekomst geen kwestie van hopen, maar van handelen.

“**H**et was een bijzonder moeilijke prijsvorming afgelopen jaar”, zegt Dhuyvetter. INGRO werkt volledig op contractbasis voor de diepvriesindustrie. De prijs

wordt vooraf onderhandeld, maar door moeilijke marktomstandigheden sleepten de gesprekken maanden aan. “Twee moeilijke verkoopjaren bij de afnemers, hoge voorraden... Maar de vraag blijft: moet de producent altijd de eerste zijn die inboet?”

De druk op de sector is voelbaar. Economisch, maar ook op het vlak van regelgeving. Het debat rond gewasbescherming wordt steeds scherper gevoerd. “Op een bepaald moment dreigen die middelen gewoon te verdwijnen, maar hoe moet je dan nog kwalitatieve groenten telen?”

### De hand aan de ploeg

INGRO kiest ervoor niet te blijven hangen in het debat, maar alternatieven te ontwikkelen. Een opvallend voorbeeld is de inzet van Ecorobotix, een precisiespuit met machine learning. Camera's herkennen het gewas en onderscheiden het van onkruid, waarna enkel het onkruid plaatsgericht wordt behandeld. Resultaat: tot 90 procent minder gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, zonder drift en met meer veiligheid voor landbouwer en omgeving.

“Dat is precisielandbouw in de praktijk,” zegt Dhuyvetter. “We hebben ondertussen al meerdere toestellen in onze machinepool. Ze zijn duur,



maar samen kunnen we ze aanbieden aan onze telers.” Coöperatie wordt zo een hefboom voor innovatie. Telers reserveren het toestel, worden begeleid en zien via demonstraties dat het werkt. “Zonder zulke initiatieven is het voor individuele telers quasi onmogelijk om op die trein te springen.”

Mechanisatie, drones en robotisering zijn geen toekomstmuziek meer, maar een antwoord op meerdere uitdagingen tegelijk: strengere regelgeving, stijgende kosten en een nijpend arbeidstekort. “Arbeid is vandaag misschien wel de grootste zorg. Seizoenarbeiders vinden wordt moeilijker. Hen houden is nog complexer. Culturele verschillen, onzekerheid, wetgeving... Het is een dagelijkse realiteit voor onze telers.”

### INGRO toont wat werkt

Die druk vertaalt zich ook in teeltkeuzes. Sommige bedrijven schakelen over naar gewassen die sterker mechaniseerbaar

*Arbeid is vandaag misschien wel de grootste zorg. Seizoenarbeiders vinden wordt moeilijker. Hen houden is nog complexer.*

zijn. Anderen investeren in technologie om arbeid te vervangen. “Je moet jezelf als ondernemer continu heruitvinden. Dat geldt ook voor ons als organisatie.”

INGRO positioneert zich daarbij als kennis- en begeleidingspartner. Samenwerking met praktijkcentra zoals Inagro, Viaverda en universiteiten is structureel. Nieuwe technieken worden getest in proefstroken, telers krijgen begeleiding op het veld. “We tonen wat werkt. We begeleiden. We herhalen. Dat versnelt de adoptie.”

Tegelijk ziet Dhuyvetter ook klimatologische verschuivingen. Terwijl Zuid-Europa kampt met waterstress en extreme weersomstandigheden, blijft Noordwest-Europa relatief stabiel. “Onze regio staat sterk op vlak van mechanisatie en kwaliteit. We lopen technologisch voorop.” Maar dat voordeel heeft een prijs. “Je moet die kwaliteit ook vergoed krijgen. En dat is niet altijd vanzelfsprekend.”

Duurzaamheid speelt in dit alles een dubbele rol. De rapporteringsverplichtingen mogen dan wel versoepelen, de druk vanuit afnemers blijft. “Onze klanten moeten rapporteren, dus dat komt ook op ons bord. Maar echte duurzaamheid is voor ons geen papieren oefening. Het gaat om concrete vooruitgang op het veld.”

In dat landschap ziet Dhuyvetter een duidelijke rol voor het VBT, vooral in lobbywerk en Europese dossiers. De onzekerheid rond toekomstige GMO-subsidies en cofinanciering vraagt sectorale slagkracht. “Door samen op te trekken, staan we sterker. We beschikken sneller over informatie, kunnen sneller schakelen. Dat maakt een verschil voor onze telers. Als sector moeten we blijven tonen dat we vooruit willen. Anders wordt vooruitgaan onmogelijk.”

### INGRO

**Productenten: 800**

**Productomzet: 165 miljoen euro**

**Topproducten:**

**bloemkool, spruiten, prei, bonen**





“Alleen ga je sneller, samen kom je verder”



**De Vlaamse groente- en fruitsector staat voor een waslijst aan uitdagingen: geopolitieke onzekerheid, stijgende kosten, strengere regelgeving, klimaatverandering en noem maar op. Toch ziet Maarten De Moor, directeur van LAVA, de toekomst met vertrouwen tegemoet.**

**W**aar het VBT de belangen van de coöperaties en hun leden bij overheid, politiek en Europa verdedigt, heeft LAVA als doel de coöperaties praktisch te laten samenwerken op verschillende vlakken: commercialisatie, kwaliteit, onderzoek, digitalisering...

Hoewel ze vanuit een verschillende opdracht werken, vullen het VBT en LAVA elkaar volgens De Moor perfect aan. “Wat het VBT op politiek niveau waarmaakt, wordt vaak ondersteund door

ons praktijkwerk. Als er bijvoorbeeld Europese kwaliteitsregels veranderen, komt dat bij het VBT binnen. Wij analyseren wat dat concreet betekent voor de sector en geven die input terug. Zo versterken we elkaar en onze gemeenschappelijke leden, de coöperaties.”

#### Bepalend in Europa

De rol van producentencoöperaties is volgens De Moor vandaag belangrijker dan ooit. Retailers worden groter, internationaliseren en bundelen hun aankoopkracht steeds meer. Dat vraagt een even sterke organisatie aan producentenzijde. “Coöperaties maken individuele producenten sterker in de markt. Door samen te werken kun je het aanbod concentreren. Dat is essentieel om relevant te blijven en geen speelbal te worden. Daarbij kunnen we dankzij onze telers producten van de hoogste kwaliteit aanbieden, die zijn altijd gewild.”

Een belangrijk instrument in die samenwerking is en blijft de veilingklok. Het systeem bestaat al meer dan een eeuw, maar bepaalt tot vandaag de prijszetting in Europa. “De klok laat toe om ons geconcentreerde aanbod op een transparante manier aan de markt aan te bieden. Iedereen kijkt naar de prijs die wij zetten, en duiken er dan onder. Zo halen we telkens de beste prijs uit de markt. Wij zijn een klein land, maar doordat we het aanbod bundelen en via de klok aanbieden, zijn we toch bepalend in Europa. Daarom was het ook zo belangrijk om die klok grondig te digitaliseren en verder te integreren bij al onze leden. Een project waar we als LAVA mee onze schouders onder zetten.”

### Artificiële intelligentie in de teelt

De Moor ziet onderzoek en innovatie als belangrijke hefboomen voor de toekomst. “Digitalisering wordt alsmaar belangrijker. Met de coöperaties hebben we bijvoorbeeld Care4Growing ontwikkeld, een app waarin telers gegevens registreren over hun teelt en bedrijfsvoering. Door die data te verzamelen en te analyseren kunnen we op termijn steeds slimmer werken.”

Ook artificiële intelligentie zal bepalend worden in de bedrijfsvoering. “Met cameratechnologie kunnen we bijvoorbeeld ziekten of plagen sneller herkennen en heel precies bestrijden. Of we kunnen via beeldanalyse de kwaliteit van producten inschatten nog vóór ze in de koelcel gaan, om de bewaring optimaal te laten verlopen. Plukrobots kunnen dan weer de taak van de schaarser wordende arbeidskrachten overnemen. De mogelijke toepassingen dankzij AI zullen alleen maar in omvang en kwaliteit toenemen. Samenwerkingen daarrond laten toe om het potentieel maximaal te benutten.”



### 300 miljoen consumenten op een boogscheut

De Vlaamse groente- en fruitsector beschikt over nog een duidelijke, onvervreembare troef: haar geografische ligging. “We zitten op een stuk uiterst vruchtbare grond in een goed klimaat, en dat letterlijk in het centrum van Europa, in het midden van een belangrijke afzetmarkt. Als je een straal van 300 kilometer rond Brussel trekt, kom je bij ongeveer 300 miljoen consumenten uit. Onze logistiek is efficiënt en de afstanden zijn relatief kort. Dat is eigen aan onze sector en zal ons altijd een belangrijk competitief voordeel bieden.”

*Met cameratechnologie kunnen we bijvoorbeeld ziekten of plagen sneller herkennen en heel precies bestrijden.*



### Mensen zullen groenten en fruit blijven eten

Ondanks de uitdagingen mag het duidelijk zijn: De Moor is optimistisch over de toekomst van de groente- en fruitsector. “Groenten en fruit zijn gezonde producten. Mensen zullen ze blijven eten. De vraag blijft bestaan, en de wereldbevolking groeit.”

Volgens hem ligt de sleutel naar een succesvolle toekomst vooral in de verdere uitbouw van de reeds sterke samenwerking, die stabiliteit biedt in een turbulente wereld. Daar schuilt volgens De Moor de kracht van de sector. “De omstandigheden veranderen voortdurend: geopolitiek, energieprijzen, regelgeving, klimaat. Maar door samen te werken kunnen we beter reageren op die veranderingen. Alleen ga je misschien sneller, maar samen kom je verder.”



## “Hoop is een beslissing”

**Met ongeveer 750 medewerkers staat administrateur-generaal Joris Relaes aan het hoofd van ILVO, het grootste Vlaamse onderzoeksinstituut voor landbouw, visserij en voeding. Van bodemonderzoek over proefveld tot smaaklabo: het instituut werkt over de volledige keten, ‘van bodem tot bord’. Wat vandaag in Merelbeke of Melle wordt getest, kan over 4 tot 8 jaar ingang vinden in de praktijk – afhankelijk van regelgeving, de mate waarin bedrijven er een businessmodel rond ontwikkelen en consumentensmaak.**

**K**limaatdruk, bodemuitputting en economische onzekerheid zetten de land- en tuinbouwsector onder spanning. Maar geen paniek, want “het komt goed met ons eten”, steekt Relaes, van wal – meteen ook de titel van zijn nieuwe boek. “Of beter nog: het is onze opdracht om er mee voor te zorgen

dat het goed komt. Daarom hangt hier ook de slogan ‘Hoop is een beslissing’ aan de muur. Geen christelijke hoop van: we wachten tot het uit de hemel valt. Maar hoop van: we beginnen eraan.”

ILVO is een voortrekker. Nieuwe rassen van soja of kikkererwten, toepassingen rond eiwitdiversificatie, precisielandbouw, sensortechnologie in de veehouderij... ze worden hier ontwikkeld, getest en gevalideerd. Commercialiseren doet ILVO niet zelf. “Wij mogen dat niet. Wij ontwikkelen, bedrijven pikken het op. Of niet. Na ons beslist de markt. Om de kans op slagen te vergroten, proberen we bedrijven zo snel mogelijk bij ons onderzoek te betrekken. Wij lopen vaak 4 tot 8 jaar voor op wat later in de praktijk kan komen.” Of innovaties effectief doorbreken, wordt bepaald door meer dan technologie alleen. Regelgeving kan vertragen, maar ook consumentengedrag speelt een doorslaggevende rol. “Wat de consument uiteindelijk kiest, is bepalend – en dus zijn smaak en gebruiksgemak cruciaal.”

Dat zie je bij nieuwe eiwitproducten. ILVO ontwikkelt rassen, test teelttechnieken en produceert in een eigen pilootfabriek sojadrinks, burgers of andere



toepassingen. “Wij spreken niet over een eiwitshift, maar over eiwitdiversificatie. Er zal vlees blijven. Maar we moeten ook alternatieven ontwikkelen.” In een sensorisch labo beoordelen getrainde panels smaak en textuur.

### Tech en bodem

Volgens Relaes is klimaat dé uitdaging, met heel veel afgeleiden: waterbeheer, biodiversiteit, bodemkwaliteit, emissies. Maar hij waarschuwt voor verlamming door ideologische discussies. “We blijven discussiëren over 42 of 47 procent CO<sub>2</sub>-reductie. Intussen gebeurt er niets. We moeten beginnen. Met vallen en opstaan.”

De oplossing ziet hij in een dubbele beweging. “Enerzijds technologie: drones, artificiële intelligentie, sensoren, slimme robots. Anderzijds een herontdekking van de basis: de bodem als levend ecosysteem. Technologisch versnelt de landbouw snel. In de veehouderij worden dieren individueel opgevolgd via sensoren die permanent gegevens verzamelen over gedrag en gezondheid. Op het veld verschuift de focus naar precisietoepassingen: gericht bemesten, behandelen en monitoren in plaats van uniforme input over een volledig perceel.”

Tegelijk corrigeert de huidige wetenschap ook oude aannames. “Tijdens mijn opleiding tot landbouwingenieur heb ik nog geleerd dat bodem een substraat is: je voegt meststoffen, water en gewasbescherming toe en je krijgt productie. Dat is fout, of op zijn minst te eng. Een bodem is een levend systeem vol micro-organismen die bepalend zijn voor weerbaarheid en productiviteit. Dat zijn we opnieuw aan het ontdekken.”

Voor Relaes is het geen tegenstelling tussen hightech en traditie. “We moeten niet terug naar vroeger.

Maar we moeten die basis opnieuw ernstig nemen en combineren met de modernste technologie die we hebben.”

### Hertekening van het organisatiemodel

Ook op organisatieniveau ziet Relaes een evolutie. “De klassieke gezinsbedrijven blijven een sterkte van de Vlaamse landbouw. Landbouw is de enige economische sector die met levend materiaal werkt. Dat vraagt een 24/7-benadering.” Dat model staat onder druk.

Grondprijzen lopen op tot 100.000 euro per hectare en in sommige regio’s zelfs tot 200.000 euro. “Dat is economisch niet te verantwoorden. Dat kan je op één generatie onmogelijk terugverdienen.” Wie niet van thuis uit over grond beschikt, botst op een onoverbrugbare instapdrempel. Daarbovenop komen administratie, vergunningen en steeds complexere regelgeving.

Volgens Relaes dringt zich een hertekening van het organisatiemodel op, waarbij coöperaties een bredere rol kunnen opnemen dan louter commercialisering. “Waarom zouden coöperaties geen gronden van stoppende leden kunnen overnemen en ter beschikking stellen van jonge ondernemers?” Daarnaast ziet hij ook een rol in ontzorging. Veel kleine en middelgrote bedrijven kunnen de kosten van technologie, administratie en innovatie moeilijk alleen dragen. Coöperaties kunnen ondersteunende taken centraliseren, zodat landbouwers kunnen focussen op hun kernopdracht: telen en verzorgen. “We moeten zorgen dat die gezinsbedrijven kunnen blijven doen waar ze goed in zijn.”

Het coöperatieve model lijkt oud, maar kan volgens Relaes een nieuwe invulling krijgen en zo schaalvoordelen combineren met ondernemerschap, zonder het familiale karakter volledig te verliezen.

“Anticiperen op uitdagingen creëert altijd kansen”

Als een adelaar zweeft Freshfel boven de Europese groente- en fruitsector. Met een scherp oog voor alles wat beweegt in de velden en boomgaarden, altijd klaar om zijn territorium te verdedigen, strategisch geduldig wanneer dat nodig is. Vanuit dat unieke perspectief deelt **Philippe Binard, General Delegate van Freshfel Europe, zijn visie op de toekomst van de sector.**



“De wereldwijde trends die vandaag de groente- en fruitsector het sterkst beïnvloeden? Haha”, Binard herhaalt de vraag, haalt zijn schouders op en lacht. “Ik kan een antwoord geven dat vandaag klopt, maar morgen misschien al niet meer. Het bedrijfsleven wordt momenteel gekenmerkt door een grote onvoorspelbaarheid door externe factoren – dat op zich is de grootste uitdaging.”

#### Onvoorspelbaarheid

Die onvoorspelbaarheid wordt vooral veroorzaakt door de Verenigde Staten die het multilateralisme beëindigd hebben, door klimaatverandering en door de wisselvalligheid van Europese regelgeving, zegt Binard.

“Klimaatverandering is een blijvende realiteit en zal alleen maar toenemen. Ze heeft een impact op de voedselzekerheid en op de teeltomstandigheden. De Europese Green Deal heeft de situatie voor telers nog moeilijker gemaakt. Belangrijke gewasbeschermingsmiddelen zijn afgeschaft nog vóór er werkbare alternatieven beschikbaar waren.”

“De Europese verpakkingswetgeving bezorgt ons kopzorgen. Ze discrimineert fruit en groenten, die als enige voedingsproducten een verbod op plastic verpakkingen opgelegd krijgen. Plastic zorgt voor een optimale zichtbaarheid van het product, wat een grote invloed heeft op de keuze van de consument.”

“Daarnaast zorgt de wildgroei aan Europese etiketteringsmaatregelen voor verstoringen op de interne markt en zet ze het principe van vrij verkeer onder dezelfde regels onder druk. In datzelfde kader evolueert het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) naar nationale beleidsinvullingen op basis van Europese richtlijnen. Dat zal leiden tot meer cherrypicking en grotere verschillen tussen lidstaten, wat marktverstoring kan werken. We zullen er op nationaal niveau voor moeten zorgen dat fruit en groenten als topprioriteit worden erkend.”

“Intussen blijven energie- en arbeidskosten stijgen. Door de sterke prijsconcurrentie tussen grote retailers – zeker voor fruit en groenten – worden al die extra kosten doorgeschoven naar de productie.”

#### De aard van de groente- en fruitsector

De uitdagingen zijn groot, maar als ze goed worden aangepakt, zijn de kansen dat ook. Volgens Binard biedt de aard van de groente- en fruitsector zelf reden tot vertrouwen in de toekomst.

“Wil de EU klimaatverandering aanpakken? Dan maken wij deel uit van de oplossing. De productie van fruit en groenten heeft een lage milieu-impact. Boomgaarden hebben zelfs het vermogen om koolstof op te slaan, waardoor we via voedselproductie bijdragen aan de doelstelling van klimaatneutraliteit.”

“Tegelijkertijd stijgen de gezondheidskosten door ongezonde voedingspatronen die leiden tot

obesitas, hart- en vaatziekten en kanker. Toch is het moeilijk om een officiële gezondheidsclaim te maken voor fruit en groenten, omdat onze sector sterk versnipperd is. De ene appel is de andere niet. Tot nu toe is enkel Zespri erin geslaagd een gezondheidsclaim voor kiwi's te verkrijgen; zij hebben vijftien jaar aan dat dossier gewerkt.”

“Europese beleidsmakers zeggen dat ze maatschappelijke uitdagingen willen aanpakken, maar hun beleid weerspiegelt dat niet. In het huidige GLB ontvangt de groente- en fruitsector slechts 3% van het budget, terwijl sectoren die het meest bijdragen aan uitstoot en gezondheidsproblemen ongeveer 80% van het budget krijgen.”

“Ter referentie: Europeanen eten gemiddeld 350 gram fruit en groenten per dag. 400 gram is de minimumdrempel voor gezonde voeding, maar om ook klimaatdoelstellingen te ondersteunen zouden we daar nog eens 400 gram aan moeten toevoegen. Het doel zou dus 800 gram fruit en groenten per persoon per dag moeten zijn. Als de EU haar beleid afstemt op die ambitie, ligt er een enorme groeikans voor onze sector. Elke extra portie per dag voor Europese burgers zou namelijk een extra productie betekenen van ongeveer... 15 miljoen ton!”

#### In het bedrijfsleven

Vertrouwen in de toekomst behouden is niet eenvoudig wanneer je aan de frontlinie staat met beperkte middelen. Freshfel neemt het voortouw om de sector te verdedigen.



# VERTEGENWOORDIGING IN BINNEN- EN BUITENLAND

Als sectororganisatie vertegenwoordigt het VBT zijn leden in tal van organisaties in binnen- en buitenland. We gaan in overleg met relevante partijen, duiden gezamenlijke standpunten en verdedigen de belangen van onze leden.

## Directoraat-generaal Landbouw en Plattelandsontwikkeling (DG AGRI) van de Europese Commissie

- Civil Dialogue Group (CDG) on Horticulture, Olives and Spirits
- Market Observatory Pipfruit
- Market Observatory Tomatoes



## Federale overheidsdiensten

- Raadgevend Comité van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV)
- Adviesraad, Kern kleine teelten en het Plantenfonds van de Federale Overheidsdienst Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu



## Promotie

- Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM)



## Agentschap Landbouw en Zeevisserij van de Vlaamse overheid

- Strategische Adviesraad voor Landbouw en Visserij (SALV)
- Werkgroepen Oogstramingen
- Werkgroepen Gewasbescherming Kleine Teelten
- Sectorgroepen Integrated Pest Management (IPM)
- Raad van het Vlaams Fonds voor Landbouw en Visserij



## Onderzoek

- Vlaams Centrum voor Bewaring van Tuinbouwproducten (VCBT)
- Optiflux
- Agentschap Innoveren & Ondernemen



## Kwaliteitssystemen

- Agraya – GLOBALG.A.P.
- Qualität und Sicherheit (QS)
- Vegaplan



## Agro-voedingsketen

- Assemblée des Régions Européennes Fruitières, Légumières et Horticoles (AREFLH)
- Comeos
- Overlegplatform voor de Verwerking van en handel in Plantaardige Grondstoffen en producten (OVPG)



## Verder in het binnenland

- Nationale Raad voor de Coöperatie (NRC)
- GS1 Belgilux
- Vlaams infocentrum land- en tuinbouw (Vilt)



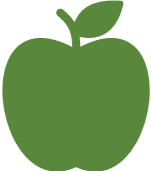
## Internationaal

- Copa-Cogeca – Working Group Fruit & Vegetables
- Freshfel Europe
- Minor Uses Coordination Facility
- World Apple and Pear Association (WAPA)




## 2025 in cijfers

In 2025 realiseerden onze producenten een grote oogst van zowel groenten als fruit. Ondanks de hogere aanvoer daalde de totale omzet van de VBT-leden met 2,45% ten opzichte van recordjaar 2024. We klokten af op een omzet van in totaal 1,377 miljard euro in de verse markt en de diepvriesmarkt. Omzet staat evenwel niet gelijk aan winst. Tegenover de omzet staan de stijgende productiekosten van producenten en de steeds strengere productie-eisen. Het VBT blijft in elk geval attent aanwezig om de belangen van onze sector te verdedigen.



**Appel**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	96	42	0,43
2022	116	35	0,31
2023	85	37	0,44
2024	70	42	0,60
2025	67	35	0,52




**Courgette**

	miljoen #	miljoen €	miljoen KG
2021	33	8	0,24
2022	31	10	0,33
2023	36	9	0,25
2024	34	12	0,37
2025	37	8	0,22




**Komkommer**

	miljoen #	miljoen €	miljoen KG
2021	186	55	0,30
2022	168	75	0,45
2023	226	68	0,30
2024	223	102	0,46
2025	264	103	0,39




**Bloemkool**

	miljoen #	miljoen €	miljoen KG
2021	8	6	0,71
2022	7	7	0,93
2023	7	8	1,18
2024	7	8	1,16
2025	7	6	0,79



**Aardbei**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	50	194	3,88
2022	49	175	3,58
2023	45	181	4,03
2024	48	225	4,68
2025	52	238	4,60



**Peer**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	213	120	0,56
2022	186	113	0,61
2023	153	116	0,76
2024	160	135	0,84
2025	143	115	0,81




**Prei**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	52	44	0,85
2022	49	22	0,45
2023	48	40	0,85
2024	43	35	0,81
2025	45	29	0,65



**Paddenstoel**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	7	17	2,31
2022	7	16	2,33
2023	6	16	2,56
2024	7	18	2,73
2025	6	18	2,78



**Kropsla**

	miljoen #	miljoen €	miljoen KG
2021	60	24	0,39
2022	57	25	0,43
2023	51	28	0,55
2024	39	20	0,52
2025	43	17	0,40




**Tomaat**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	225	196	0,87
2022	214	202	0,94
2023	214	198	0,92
2024	210	194	0,92
2025	208	198	0,96



**Witloof**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	38	47	1,23
2022	38	42	1,12
2023	34	57	1,71
2024	31	65	2,11
2025	34	40	1,16



**Paprika**

	miljoen KG	miljoen €	miljoen #
2021	49	58	1,20
2022	52	65	1,25
2023	51	72	1,40
2024	44	63	1,41
2025	50	52	1,03

Appel

	miljoen KG	miljoen €
'19 - '20	147	53
'20 - '21	79	44
'21 - '22	105	37
'22 - '23	108	34
'23 - '24	82	43
'24 - '25	57	38

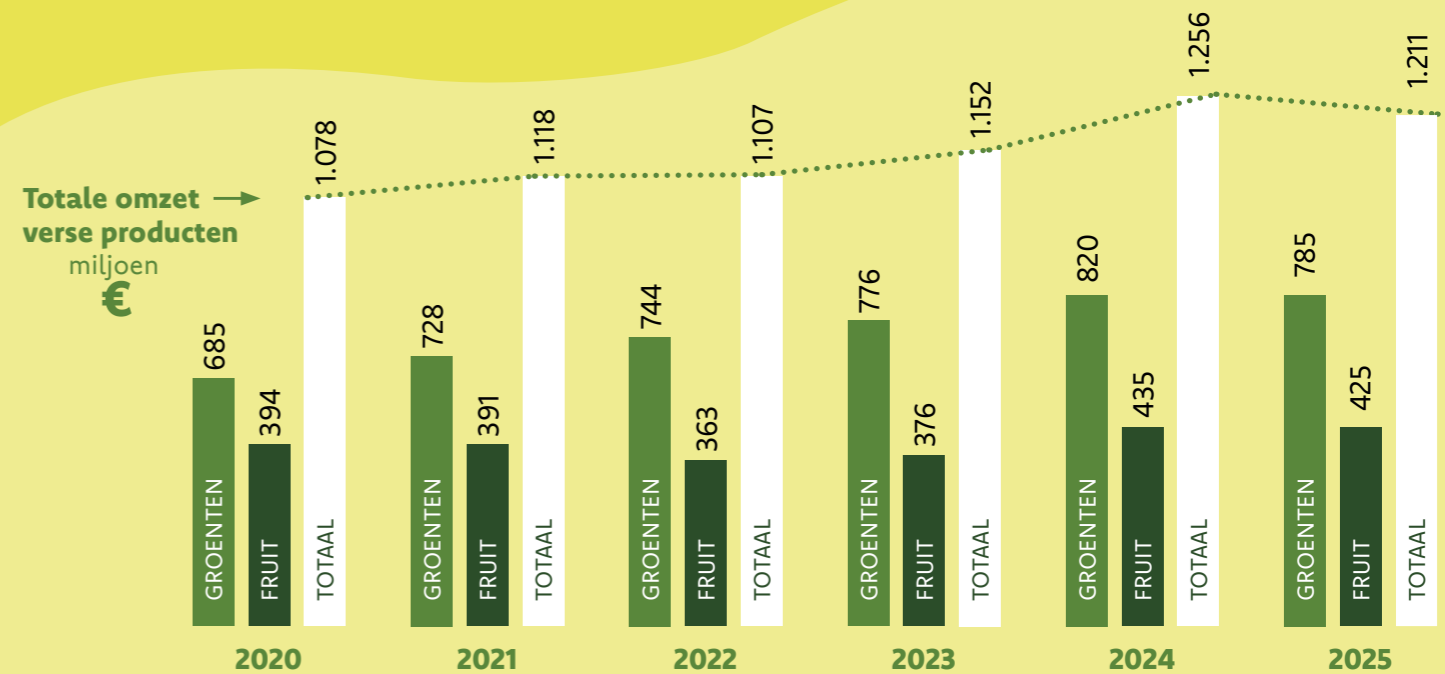
Peer

	miljoen KG	miljoen €
'19 - '20	188	108
'20 - '21	215	102
'21 - '22	183	127
'22 - '23	166	102
'23 - '24	174	142
'24 - '25	131	116

Totale productomzet per coöperatie

miljoen €

<b>BELORTA</b>	FRUIT	229	<b>605</b>
	GROENTEN	376	
<b>HOOGSTRATEN</b>	FRUIT	164	<b>375</b>
	GROENTEN	211	
<b>REO</b>	FRUIT	32	<b>231</b>
	GROENTEN	198	
<b>INGRO</b>	GROENTEN	165	<b>165</b>





**VERBOND VAN BELGISCHE  
TUINBOUWCOÖPERATIES**

Tiensevest 136  
B-3000 Leuven  
[www.vbt.eu](http://www.vbt.eu)  
[info@vbt.eu](mailto:info@vbt.eu)  
(+32) 016 20 00 80