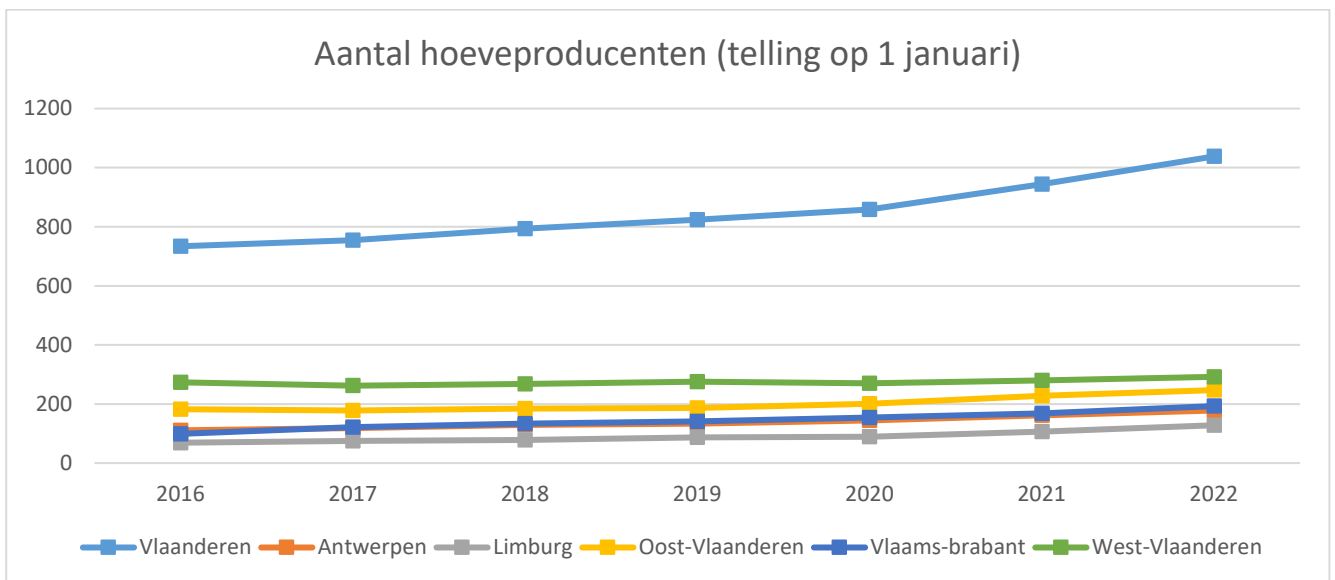


Bron: IVox/VLAM-tracking juni 2020

Een volledig overzicht van landbouwbedrijven met inkomsten uit korte keten is er vooralsnog niet. De korte keten landbouwers die hun primaire producten op de hoeve verwerken (bvb. hoeve-ijs) zijn allemaal gekend omdat zij zich dienen te registreren bij het Federaal Agentschap voor Voedselveiligheid (FAVV). Hieronder wordt een overzicht gegeven per Vlaamse provincie. Er is een duidelijke stijging van het aantal hoeveproducenten met een nog sterkere stijging sinds de pandemie.



(Bron: FAVV)



Het FAVV maakt nog verder onderscheid in het aantal hoeveproducenten en heeft ook cijfers over het aantal hoevezuivelaars en hoeveslagers. Ook hier is een stijging merkbaar over de jaren heen.

Jaar (situatie op 1 januari)	Aantal hoeveproducenten	Aantal hoevezuivelproducenten	Aantal hoeveslagers
2016	734	253	137
2017	755	278	135
2018	794	283	137
2019	824	276	148
2020	858	282	145
2021	944	293	166
2022	1038	305	171

(Bron: FAVV)

Het totaal aantal KK landbouwers ligt volgens het steunpunt Korte Keten (SKK) zeker driemaal zo hoog gezien het aantal verkopers van primaire producten (dus zonder verwerking en niet geregistreerd bij FAVV) nog steeds het grootste deel van de korte keten landbouwers uitmaken.

Om een idee te hebben van de evolutie van het aantal korte keten landbouwers geeft het aantal ondersteunde investeringen vanuit het Vlaams Landbouwinvesteringsfonds een indicatie. Dit gaat over investeringen zowel gericht op hoeveverwerking als hoeveverkoop. Sinds de coronapandemie merken we daar een grote toename waarin het aantal aanvragen met 80% toenam ten opzichte van 2018.

Hoeveverkoop en hoeveverwerking	2018	2019	2020	2021
# aanvragen	142	163	255	240
Geselecteerd subsidiebedrag (EUR)	1.880.106	1.716.999	2.698.451	3.233.333
Evolutie in aantal topv 2018	100%	115%	180%	169%

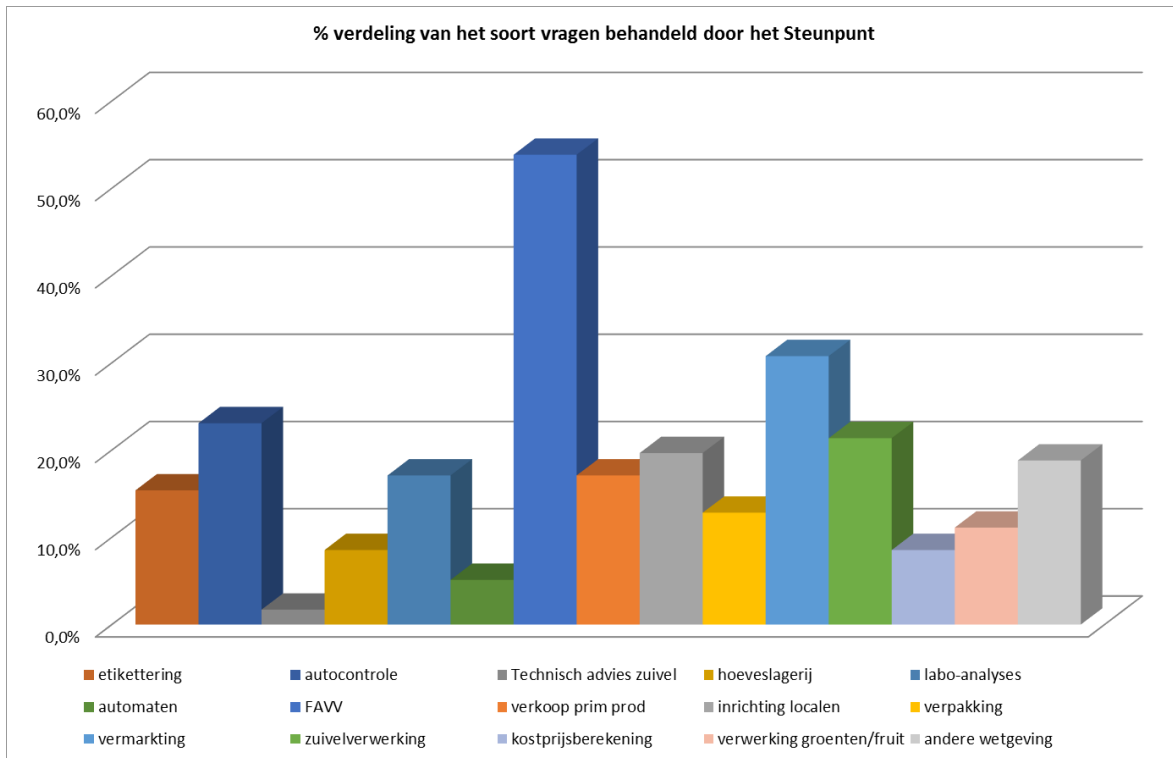
(Bron: VLIF)

Ook het Steunpunt Korte Keten merkt de toenemende interesse in korte keten en zag de laatste jaren een sterke toename, waarbij in 2020 drie keer zoveel adviesvragen binnenkwamen dan jaarlijks in de periode 2015-2018.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
# Adviesvragen	266	364	325	372	638	904	750

(Bron: SKK)

De thema's van deze adviesvragen die het Steunpunt Korte keten ontving, worden hieronder weergegeven. Bijna de helft van de vragen heeft betrekking tot voedselveiligheid.



(Bron: SKK)

Consumenten kiezen bewuster voor meer lokaal voedsel. Ook vanuit de Vlaamse overheid wil men hier op inzetten. Zo werd in 2019 een ronde tafel georganiseerd “Voedsel verbindt boer en burger” om Vlaamse producten meer zichtbaarheid te geven. Dit resulteerde in een charter opgesteld met verschillende organisaties betrokken bij de productie, verwerking, handel en horeca, vertegenwoordigd door 29 federaties, landbouworganisaties en verenigingen. “Dit charter heeft als ambitie om de voorkeur voor lokale voeding te bestendigen en te versterken. Het charter wakkert de fierheid voor lokale voeding aan, wil de herkenbaarheid ervan verhogen en stimuleert zowel de consument als de professional om bewust te kiezen voor producten van bij ons. Dit charter past binnen de Vlaamse voedselstrategie, waarmee de minister van Landbouw, samen met heel wat partners, het voedselsysteem, de komende jaren veerkrachtiger en innovatiever wil maken en wil klaarstomen voor de toekomst” (bron: Charter “voedsel verbindt boer en burger”).

Bij verwerking van landbouwproducten worden de gebruikte grondstoffen in principe uit eigen productie of de lokale omgeving gehaald, behalve voor ingrediënten die niet lokaal beschikbaar zijn. Wanneer ingrediënten niet lokaal beschikbaar zijn, moet in de eerste plaats gekeken worden naar lokale alternatieven.

- De korte keten is voor de klant een manier om in contact te komen met de landbouwpraktijk en inzichten te krijgen in de productieprocessen, de seizoenen en in de duurzaamheid van de productie en de afzet. De producent heeft een ambassadeursfunctie en sensibiliseert de klant.

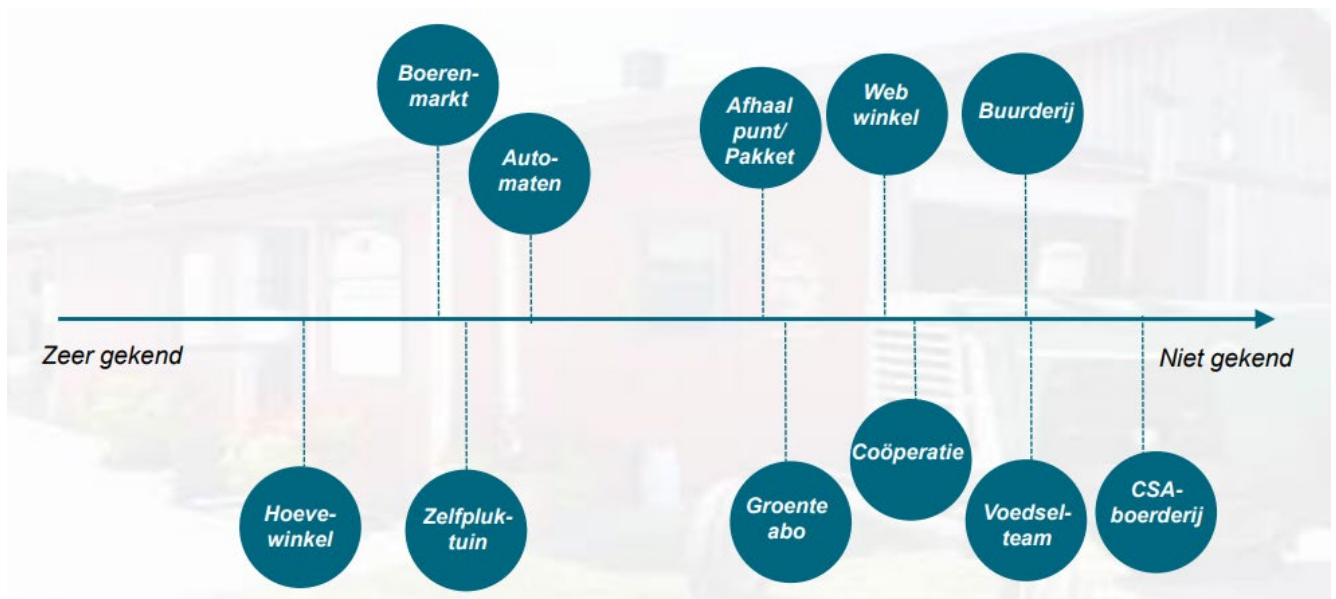
3.2 VERSCHILLENDE SOORTEN VERKOOPPUNTEN/KANALEN

Korte keten behelst een grote variatie aan afzetkanalen die ook gecombineerd kunnen worden op één landbouwbedrijf. Er vinden voortdurend innovaties plaats op het vlak van samenwerkingen, logistiek en netwerken. Hieronder een kort overzicht van de bekendste kanalen. Er bestaan verschillende documenten met meer uitgebreidere informatie van onder andere het steunpunt Korte Keten, VLAM, Inagro. Hier wordt een korte beschrijving gegeven. Deze lijst is niet exhaustief: combinaties zijn mogelijk en ook gebeuren er nog heel wat innovaties op vlak van afzet en samenwerking.

- **Hoewwinkel:** is een winkel verbonden aan een actief landbouw- of tuinbouwbedrijf waar hoofdzakelijk producten van het eigen bedrijf verkocht worden.
- **(Boeren)markt:** Verschillende gemeentes organiseren boerenmarkten waar landbouwers op hun standplaats eigen producten verkopen.
- **Zelfpluk:** Landbouwbedrijven zetten hun velden open voor de consument die zelf zijn producten vers kan oogsten. Via een systeem wordt aangegeven wat oogstklaar is. De frequentie en de vergoeding hiervan kan per keer gebeuren of op frequente basis.
- **Automaat:** eigen landbouwproducten worden 24 uur per dag aangeboden via een automaat. Deze kan op het landbouwbedrijf staan, langs de openbare weg of op eigendom van derden.
- **Groenteabonnement:** consumenten betalen de landbouwer een jaarlijks bedrag en ontvangen in ruil samengestelde groentepakketten van voornamelijk eigen teelt aangevuld met producten van (voornamelijk) andere lokale landbouwers.
- **Voedselteam:** Voedselteams is een netwerk van boeren en lokale teams, ondersteund door regiowerkers. Elk team bestelt wekelijks de gewenste producten van de boeren waarmee ze samenwerken.
- **CSA-boerderij:** Het gaat om een wederzijdse relatie tussen lokale landbouwers en burgers die de landbouwer jaarlijks een aandeel betalen om de kosten van de boerderij (inclusief het loon van de boer) te kunnen dekken. In ruil ontvangen de deelnemers een wekelijks oogstaandeel gedurende het lokale teeltseizoen, ofwel in de vorm van 'zelfoogst' of in de vorm van pakketten. Daarnaast staat ook de beleving door de community op de boerderij heel centraal via allerlei activiteiten.
- **Buurderij:** is een innovatief netwerk dat lokale producenten en consumenten samenbrengt. Via de website boerenburen.be kunnen consumenten rechtstreeks bij lokale boeren kopen. Eénmaal per week kan de bestelling dan afgehaald worden op een vast tijdstip en op een vaste locatie.
- **Afhaalpunt:** consumenten hoeven niet de verplaatsing naar de boerderij te maken en groenteabonnementen, buurderijen of voedselteams hebben verschillende afhaalpunten waar de

- bestellingen kunnen afgehaald worden. Dit kan samen georganiseerd tussen verschillende landbouwers bij de buurderijen en voedselteams of ook individueel door de landbouwbedrijven.
- Webwinkel: bedrijven verkopen hun producten via een webwinkel: de klant meldt zich aan op de website, krijgt het volledige aanbod te zien, kan bestellen wat hij wenst, betaalt eventueel online en krijgt de bestelling thuis geleverd of kan die afhalen op een afgesproken punt. Dit kan individueel of in groep georganiseerd zijn (bvb Voedselteams).
 - (Food) Hubs: een intermediaire organisatie of bedrijf zorgt voor de logistiek, de voorraad en het organisatorisch platform waar lokale producten van verschillende producenten samenkomen en van hieruit naar de markt gedistribueerd worden; hetzij door verkoop aan eindverbruikers hetzij aan verdere groothandelaars³ zoals bijvoorbeeld Linked.Farm of Local Food Works.
 - B2B: landbouwers leveren hun producten rechtstreeks aan winkels, grootwarenhuizen, horecazaken, speciaalzaken, traiteurs, zorg, grootkeukens.... Dit is verkoop aan derden of business to business (B2B). Dit is een voorbeeld van ketenverkorting waarbij de producten niet rechtstreeks bij de eindconsument terecht komen. Voorbeelden zijn bijvoorbeeld Kortom Leuven of Vanier Gent.
 -

Niet alle kanalen zijn even bekend bij de Vlaming. VLAM bevroeg in zijn online community Marktmaker van zo'n 100-tal consumenten de bekendheid van de verschillende korte keten kanalen. De traditionele korte keten afzetkanalen zoals de hoevewinkel en de boerenmarkt zijn vrij goed bekend. Voedselteams, buurderijen en CSA zijn dan weer minder gekend (zie figuur).



(Bron: Insites /VLAM Online research community: De Marktmaker)

³ Berti, G., & Mulligan, C. (2016). Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems. *Sustainability*, 8(7), 1–31. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v8y2016i7p616-d73206.html>

5 AMBITIE: “KORTE KETEN: MEER OP EN ROND DE TAFEL”

De strategische visie van korte keten wordt gebald samengevat in de slogan “korte keten meer op en rond de tafel”. De verschillende aspecten van de strategie komen hierin aan bod: “korte keten”, “meer op de tafel” en “meer rond de tafel”.

Elk van deze aspecten worden hieronder besproken.

5.1 MEER KORTE KETEN

Centraal in deze visie staat de korte keten landbouwer. Vanuit de basisprincipes van korte keten brengt deze landbouwer zijn producten bij de klant. Er wordt rekening gehouden met de grote variatie aan mogelijke afzetkanalen, samenwerkingsvormen en sectoren.

De korte keten landbouwer heeft een direct relatie met de klant en is daardoor één van de ambassadeurs van de Vlaamse landbouw. Door die nabijheid, helpt de korte keten landbouwer om de voedselgeletterdheid van de burger te verhogen.

Omdat korte keten geen eiland is in het grotere economische geheel, vertrekt deze visie van een integrale screening van opportuniteiten en samenwerkingen zoals ketenverbreding via horeca of andere kanalen.

Dit vormt een belangrijke stap om de Korte Keten verder op te schalen.

Focus ligt in deze visie op de korte keten landbouwer en gaat op zoek naar mogelijkheden, knelpunten en ontbrekende kennis om deze landbouwer te ondersteunen, te versterken.

5.2 MEER OP DE TAFEL

“Meer op de tafel” staat letterlijk voor meer afzet realiseren van de korte keten landbouwers en meer van deze producten op de tafel van de consumenten te krijgen. De wegen langs waar dit voedsel op de tafel komt bij de consument, breiden uit. Er ontstaan nieuwe initiatieven waarin centrale verdeelpunten worden opgezet voor groenteabonnementen of afhaal via voedselpakketten, maar ook heel wat andere samenwerkingsverbanden tussen landbouwers met externen worden opgezet. Nieuwere initiatieven met retail, buurtsupermarkten of horeca kunnen mits de basisprincipes van korte keten gevrijwaard zijn, zorgen voor een ruimer aanbod aan korte keten producten. Deze B-2-B initiatieven verhogen zo mee de zichtbaarheid en het belang van lokaal voedsel.

“Meer op de tafel” kan verder opgesplitst worden in een luik met focus op de producenten of dus de afzet en een luik met focus op de klant of dus de vraag.

Producenten willen we ondersteunen om de stap te zetten naar korte keten als dat aansluit bij hun visie en capaciteiten. Bestaande korte keten landbouwers willen we verder professionaliseren en mogelijke knelpunten oplossen. De stap zetten naar “korte keten” vraagt een grondige voorbereiding en ondersteuning, zowel het nagaan of korte keten iets voor hen is en welk korte keten model aansluit bij het landbouwbedrijf en de capaciteiten van de landbouwer als ook een begeleiding en coaching in de

6 STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

De strategisch visie korte keten is opgebouwd rond vier strategische doelstellingen die rekening houden met de ambitie uit het vorige hoofdstuk en vaak de verschillende aspecten daarvan in zich verenigen. Elk van deze strategische doelstellingen wordt verder uitgewerkt in verschillende operationele doelstellingen. Onder elk van deze operationele doelstellingen komen verschillende acties die door één of meerder actoren kunnen uitgevoerd worden.

Hieronder een overzicht van de strategische en operationele doelstellingen gelinkt aan de ambitie.

Doelstelling	Korte Keten	Meer op de tafel	Meer rond de tafel
Overleg met KK actoren "rond de tafel"	X		X
Informatie-uitwisseling en signaalfunctie	X		X
Afstemming met beleid op verschillende niveaus	X		X
Facilitator voor samenwerking	X		X
Professionaliseren KK-landbouwers	X	X	
Informeren en sensibiliseren van de landbouwsector	X	X	
Begeleiden, ondersteunen en opstarten van KK-landbouwers	X	X	X
Traject- en conceptbegeleiding (opleiding/vorming/advies)	x	X	X
Oog voor opschalen van de korte keten-verkoop	X	X	
Monitoren en onderzoek KK	X	X	
Foto van KK: productie en consumptie: nu en evolutie	X	X	
Bedrijfseconomische cijfers	X	X	X
Hiaten in kennis wegwerken via onderzoek	X	X	X
Meer KK "op de tafel van de consument"	X		
Sensibiliseren en informeren: Recht van bij de boer (VLAM) & WKK (VVP)	X	X	
Voedselgeletterdheid verbeteren: KK als ambassadeur van de landbouw	X	X	X
Ketenverkorting (ook kennismaken met KK via horeca, retail)	X	X	X

6.1 STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: OVERLEG MET KK ACTOREN "ROND DE TAFEL"

6.1.1 Informatie-uitwisseling en signaalfunctie

Korte keten kent een veelheid aan vormen en wordt toegepast in alle land- en tuinbouwsectoren. Verschillende belangenorganisaties werken hierrond. Het is belangrijk te weten waar de verschillende spelers mee bezig zijn en een overzicht te bewaren van de acties op het terrein. Een eerste actie van deze

denken hierbij aan artikels, nieuwsbrieven, inspirerende filmpjes, lerende netwerken rond opstart (onder leiding van moderator met kennis van zaken), inspiratietours in binnen en buitenland,...

6.2.2 Begeleiden, ondersteunen en opstarten van KK-landbouwers

Een eerste doelgroep zijn de landbouwers die nadenken om te starten met korte keten. Een landbouwer dient zich op voorhand voldoende te informeren en na te gaan of en welke korte keten activiteit het beste past bij zijn bedrijfsvoering en locatie.

Ten eerste moet de potentiële KK-landbouwer eenvoudig zijn weg vinden naar allerhande informatie: welke initiatieven bestaan er, op welke steunmogelijkheden kan hij beroep doen, wie kan helpen uitzoeken of korte keten bij hem en zijn bedrijf past... Deze informatie wordt zo centraal mogelijk verzameld en aangeboden.

Ten tweede willen we kwaliteitsvolle begeleiding rond de opstart van korte keten garanderen: de wettelijke aspecten, keuze businessmodel, ondersteuning commerciële aspecten (distributie, productontwikkeling, marketing,...). Hierin hebben de verschillende landbouworganisaties, landbouwvormingscentra en het Steunpunt Korte Keten hun plaats, maar ook op individueel niveau kan via adviseurs op maat van het bedrijf nagegaan worden of en hoe korte keten kan opgezet worden. Zeker aan initiatieven rond marketing is er nood bij de korte keten landbouwers: hoe communiceer ik naar mijn klanten, hoe maak ik een goeie website, wat kan het nut van een klantenkaart zijn om klanten aan mij te binden, Het gaat hier over lokale marketingstrategieën, waarrond ook al door verschillende actoren zoals het Steunpunt Korte Keten, de landbouworganisaties en VLAM wordt gewerkt. Verschillende initiatieven kunnen elkaar versterken maar er moet gewaakt worden over de duidelijkheid voor de landbouwer.

6.2.3 Traject- en conceptbegeleiding (opleiding/vorming/advies)

De landbouwers die al een korte keten activiteit hebben, willen we ondersteunen in het verder professionaliseren en uitbouwen van hun korte keten activiteiten. Hierin hebben opnieuw het Steunpunt Korte Keten, landbouworganisaties, vormingscentra en adviseurs hun plaats. Ook willen we een efficiënte doorstroming van onderzoeksresultaten vanuit onderzoeksinstellingen naar deze landbouwers en via de ontwikkeling van tools en interactieve voorlichting stimuleren. Vanuit de overheid willen we kijken hoe we deze activiteiten en actoren onder ander vanuit het GLB verder (financieel) kunnen ondersteunen.

6.2.4 Oog voor opschalen van de korte keten-verkoop

Naast de bestaande korte keten kanalen willen we landbouwers ondersteunen om ook andere manieren van opschaling van de korte keten verkoop te verkennen.

Er zijn nog veel mogelijkheden voor het variëren/verruimen van afzetkanalen:

- Opvallend zijn ook de weinige 'gemeenschappelijke' winkels in tegenstelling tot Nederland. Het financieel rendabele aspect bij platformen en coöperatieve modellen is niet evident en is vaak een zoeken. Daarnaast zijn er in België ook verschillende hindernissen op vlak van wetgeving hierrond.
- Op e-commerce kan meer ingezet worden en zijn er zeker nog noden. Recht van bij de boer biedt mogelijkheden en heeft al een B2C en B2B luik (met een nieuwsbrief), maar samenwerking tussen verschillende actoren is hierbij aangewezen.

- De laatste jaren ontstonden veel distributie- en logistieke platformen ter ondersteuning van de korte keten. Deze platformen zorgen voor een samenwerking tussen boeren onderling, kunnen door het gezamenlijk aanbieden van producten een interessant aankoopkanaal zijn voor de consument. Deze platformen hebben zeker nog groeipotentieel.
- Er zijn nog tal van opportuuniteten te vinden en nood aan concrete acties om B2B klanten (horeca, retail...) te matchen met KK landbouwers.. Een mogelijkheid is vb. een B2B directory uit te werken inclusief logistieke spelers.
- Ook de combinatie van korte keten en zorg biedt mogelijkheden en mogelijkheden voor korte keten.
- Niet te vergeten is de voorbeeldrol van de overheid waar gezocht kan worden hoe binnen overheidsopdrachten korte keten meer aan bod kan komen.

Een belangrijk aspect in alle opgenoemde voorbeelden bij het opschalen van die korte keten-verkoop is het logistieke aspect. Zowel transport, opslag, bewaring van een interessant assortiment (van verschillende korte keten landbouwers) en distributie is vaak een hele uitdaging. Het zeggenschap van de producent en transparantie in de organisatie van het logistieke is hier een belangrijk aandachtspunt.

6.3 STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: MONITOREN EN ONDERZOEK KK

6.3.1 Foto van KK: productie en consumptie: nu en evolutie

Een volledig zicht op het belang van de korte keten op het niveau van verkoop en productie ontbreekt momenteel. Deze cijfers zijn nodig om evoluties te kunnen opvolgen en om beleidskeuzes te maken en te kunnen onderbouwen. Verschillende partners verzamelen informatie hierover. Zowel bij het Steunpunt Korte Keten, ILVO, VLAM, FOD Economie en het departement zijn cijfers beschikbaar over het aantal KK-landbouwers, het marktaandeel van korte keten, investeringen rond korte keten en meer economische gegevens. Bij VLAM worden ook cijfers over de consument bijgehouden via GfK (aankoopgedrag) en de Consumententracker IVOX (eetgedrag) en gebeurt er kwalitatief onderzoek via IVOX en peilingen naar consumentenbeleving ten opzichte van Korte Keten.

Er is in eerste instantie nood om te bepalen welk cijfermateriaal voorhanden is bij de verschillende partners en nagaan hoe deze cijfers elkaar kunnen versterken of consolideren.

6.3.2 Bedrijfseconomische cijfers

Korte keten is een bedrijfsmodel waarbij heel wat komt kijken. Om als korte keten landbouwer een weloverwogen keuze te maken, is een duidelijk en realistisch perspectief nodig op de financiële consequenties van zulk een beslissing. Vandaag ontbreekt het in Vlaanderen aan zulke cijfers. Welke omzet kan gehaald worden uit bepaalde korte keten activiteiten, welke kosten zijn daaraan verbonden, hoeveel extra arbeid is hiervoor nodig.... Het ontbreekt de korte keten landbouwers aan bedrijfseconomische gegevens om gericht keuzes te kunnen maken. Net als voor de foto worden door verschillende partijen al gegevens verzameld. Er is ook hier een nood om deze bedrijfseconomische cijfers samen te brengen. Ook hier is de eerste stap om na te gaan wat voorhanden is en daarna de handen in elkaar te slaan om te komen tot robuuste bedrijfseconomische cijfers die een meerwaarde betekenen voor de (aspirant) korte keten landbouwer en het beleid.

Voor de verschillende types korte keten activiteiten en sectoren is een overzicht van het financiële plaatje een must om de korte keten landbouwers te ondersteunen. Deze cijfers zijn een basistool voor adviseurs en landbouwers om korte keten landbouwers verder te ondersteunen bij de opstart en bij de verder uitbouw van activiteiten.

6.3.3 Hiaten in kennis wegwerken via onderzoek

Korte keten zit in de lift en dat merk je ook aan de bijkomende manieren waarop korte keten landbouwers inspelen op de vraag. Zowel het soort afzetkanalen groeit als de manieren van samenwerking. Tegelijk zit ook het onderzoek naar korte keten in de lift. Maar er zijn zeker nog hiaten op het vlak van noden en kansen voor korte keten: op welke manier korte keten kan ingepast in de bedrijfsorganisatie, het effect op het inkomen, management skills, hoe logistiek nog stappen kunnen genomen worden...

Inzichten in de bewustwording van de consument en het aankoopgedrag worden verder gemonitord door VLAM. Maar ook aan consumentenzijde is er nog verdiepend onderzoek nodig rond bijvoorbeeld motivatie. Waarom is er een terugval na corona? Wat is nodig om deze consumenten blijvend te verbinden aan korte keten aankooppunten? Een grondigere analyse van de mensen die kopen bij korte keten om zo de korte keten landbouwers te laten inspelen op het verhaal van deze consumenten. Er bestaan al heel wat interessante binnenlandse en buitenlandse projecten rond korte keten verdienmodellen. De doorstroming van de onderzoeksresultaten naar de korte keten landbouwer staat hierbij centraal.

6.4 STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: MEER KK “OP DE TAFEL VAN DE CONSUMENT”

6.4.1 Sensibiliseren en informeren

1. Vanuit VLAM zal verder ingezet worden op het sensibiliseren en informeren van de consument. De strategie rust op 2 pijlers enerzijds de bewustwording verhogen voor KK als duurzaam afzetsysteem en vertellen via welke kanalen KK kan gekocht worden, anderzijds de activatie van de consument om deze tot aankopen aan te zetten en de aankoopdrempel te verlagen. De duurzaamheid van Korte keten kan daarbij extra in de verf gezet worden: de eerlijke prijs voor de landbouwer, minder voedselkilometers, het sociale aspect...
2. Vanuit verschillende organisaties (Vereniging Vlaamse Provincies, Steunpunt Korte Keten, VLAM...) wordt jaarlijks de week van de korte keten georganiseerd in samenwerking met VLAM en het Steunpunt Korte Keten. Deze organisaties zullen blijvend hun schouders zetten om acties te organiseren. In 2022 zal de week van de korte keten plaatsvinden tijdens de maand van de Lokale Voeding en wordt zo de link gelegd met het charter “Voedsel verbindt Boer en Burger”.
3. Daarnaast kunnen ook andere actoren korte keten mee uitdragen zoals de andere partners in de strategische stuurgroep, maar ook slaggers of horeca.. Ook hier is het doel de verschillende kanalen beter op elkaar af te stemmen.

Er is een strategische stuurgroep opgericht met een beperkt aantal leden die:

- waakt over de doelstellingen van de strategisch visie en de coherentie en consistentie met andere wetgeving
- de indicatoren bepaalt om een concrete opvolging van de strategische visie te monitoren
- toeziet op de vooruitgang en uitvoering van de acties in de strategisch visie
- een adviesfunctie heeft naar het beleid en de strategisch visie toe
- een platform is voor overleg en informatiedeling
- de informatie centraliseert en verwerkt vanuit de bilaterale werkgroepen en ander relevant overleg met een link naar korte keten.

De samenstelling van deze strategische stuurgroep bestaat uit het departement Landbouw en Visserij, VLAM, ILVO, Steunpunt korte keten, Boerenbond, ABS, Groene Kring, jong ABS, Bioforum, CSA-Netwerk Vlaanderen en de Korte keten Alliantie.

Daarnaast wordt in thematische werkgroepen met andere stakeholders en experts regelmatig overleg georganiseerd, gemodereerd door departement L&V of andere partners uit de strategische stuurgroep. Deze werkgroepen:

- kunnen de uitvoering van de acties van het strategisch plan thematisch bespreken;
- kunnen de vinger aan de pols houden in verband met evoluties op het terrein;
- hebben een signaalfunctie in verband met hindernissen in wetgeving
- verspreiden informatie en delen kennis.

Deze werkgroepen kunnen structureel opgezet worden of ad-hoc plaats vinden wanneer de stuurgroep rond een bepaalde thematiek input/actie wil. Werkgroepen kunnen werken rond de operationele doelstellingen of bepaalde acties die vallen onder deze doelstellingen.

De ambitie voor meer en professionelere korte keten landbouwbedrijven in deze visie ligt hoog en om dit waar te maken zal de Vlaamse Overheid ook de nodige ambitie in de financiering van de ondersteuning dienen te leggen door onder andere projectoproepen, middelen voor advies en vorming, ... Er zullen alvast heel wat mogelijkheden zijn binnen het nieuwe GLB vanaf 2023. Zo zal financiering voor de vorming en advisering van korte keten landbouwers mee geïntegreerd worden in het nieuw uit te rollen AKIS vanaf 2023. Verschillende projecten rond afzet, coöperatieve structuren en logistiek waarbij allen samenwerking van verschillende partners nodig is, kunnen via projectmiddelen vanuit oproepen zoals EIP-projecten (Europese Innovatiepartnerschappen), demonstratieprojecten, VLIF-steun aan de agrovoedingsketen of VLIF-innovatiesteun. Binnen het nieuwe GLB vanaf 2023 wordt ook een steunmaatregel specifiek gericht rond samenwerking opgezet die zeker ook kansen biedt om acties rond korte keten op te zetten.

7.2 EERSTE WERKGROEPEN OPGESTART

Vanuit de leden van de strategische stuurgroep werden al enkele werkgroepen opgestart. Hieronder geven we een korte omschrijving.

