

## Charter voor de promotie van rundvlees in België

### Doel:

De waarde van het in België geproduceerde rundvlees verhogen en het op grotere schaal promoten in de horecasector. Dit vlees is van uitstekende kwaliteit en kan een plaats op het podium opeisen tussen de buitenlandse vleessoorten.

### Dynamiek:

De promotie van Belgisch rundvlees bij de consument, en meer bepaald in de horecasector, is een duidelijk signaal ten gunste van een lokale en duurzame dynamiek die de hele Belgische rundvleessector kan stimuleren en een nieuwe impuls kan geven. De hele Belgische sector is onderworpen aan normen op het gebied van milieu, dierenwelzijn, gezondheid en maatschappij, die vaak strenger zijn dan de normen die gelden voor geïmporteerd vlees.

- Economisch aspect:

De promotie van Belgisch rundvlees moet de verschillende actoren in de rundvleessector in staat stellen hun **activiteiten aan te zwengelen** en de producenten toelaten hun marktaandeel op de Belgische binnenlandse markt te vergroten.

- Milieuaspect:

De consumptie van vlees van dieren die **in België geboren, gekweekt en geslacht** zijn, maakt het mogelijk om de **ecologische voetafdruk van de Belgische rundvleessector te beheersen** (gunstige koolstofbalans van de hele sector, korte keten).

- Sociaal aspect:

Producenten billijk vergoeden is het doel van een samenleving die **eerlijke handel wil bevorderen**: de valorisatie van de productie van de Belgische veehouders en hun knowhow, van de boerderij tot het bord, kan de losser wordende banden tussen landbouw en consument opnieuw aanhalen. Door zijn toegevoegde waarde daarbij in de schaal te werpen, is **de horecasector een essentiële schakel van deze sociale cohesie**.

### Valorisatie:

België produceert rundvlees van verschillende rassen en smaken: hoofdzakelijk Belgisch witblauw, maar ook West-Vlaams rood, Kempisch Roodbont, Oost-Vlaams Wit-rood, Roodbont mixte, Blonde d'Aquitaine, Limousin, Charolais, Aberdeen Angus, Saler, Hereford. Kortom, "alle smaken komen voor".

Het Belgische rundvlees is te lang in de schaduw van buitenlands rundvlees gebleven, maar geniet een betere reputatie. Door het ruimer en gericht te promoten, kunnen we de bekendheid ervan vergroten.

Door dit charter in en via de horecasector te verspreiden willen we de consument bewust maken van het bestaande aanbod aan vlees van in België gehouden runderen. De consument moet een stukje rundvlees van onze eigen boerderijen in het restaurant kunnen eten en het naar waarde weten te schatten.

Om het Belgische vlees beter te promoten, is het noodzakelijk om de verwachtingen van de consument te definiëren en hem meer informatie te geven over de kwaliteit, de oorsprong en de smaak. Het aanbod van Belgisch rundvlees is immers zeer gevarieerd en je kan kiezen tussen kalfsvlees of vlees van volwassen stieren en jonge of iets oudere koeien.

Elk stukje vlees heeft voordelen in termen van smaak, kosten, degustatiemogelijkheden en presentatie. Ze verdienen allemaal een plaats op de tafels in onze restaurants, ook de minst gekende.

Naast de beroemde entrecote, de filet pur of de nu gewaardeerde "faux filet", moet de consument kunnen genieten van een stuk karbonade, een klein zenuwstuk, een filet d'Anvers, een araignée, een bavette, een onglet of vlees voor vers gehakt (steak tartare) of een hamburger. We moeten ook de reputatie van stukken herstellen die onze voorouders hebben opgebouwd, zoals de tong en de ossenstaart. Zij serveerden ze graag bij speciale aangelegenheden.

### Rol van de verschillende actoren uit de keten:

Elke betrokken partij uit de keten zal een inspanning moeten leveren om de kwaliteit en de promotie van Belgisch rundvlees te optimaliseren. Van de veehouder tot het slachthuis, en van de foodservicebedrijven en horecaleverancier tot de horeca.

### Engagementen:

#### **Veehouder**

- Het verhaal vertellen van het dier en de traceerbaarheid ervan verzekeren
- Het dier houden met respect voor het welzijn ervan en met respect voor het leefmilieu,
- Het dier voederen met gezond en duurzaam voeder, dat lokaal geproduceerd is
- Bedrijfsmanagement toepassen dat een optimale voedselveiligheid garandeert aan de consument.

#### **Slachthuis**

- Alles in het werk stellen om te waken over het welzijn van het dier,
- De traceerbaarheid en de kwaliteit van de opvolging van het karkas garanderen.

#### **Horeca**

- Organisatie van opleidingen in samenwerking met Horeca Vorming,
- Garandeert promotie van Belgisch rundvlees
- Minder gekende deelstukken aanbieden aan de consument

### Logo :

De ondertekenaars van het charter zouden een “leuk” logo kunnen gebruiken, dat de overgang symboliseert van boer tot bord, of van de weide naar de tafel. Dit logo zou de vorm aannemen van een sticker die gekleefd moet worden op de menu's naast de gerechten die bereid zijn met vlees van in België gehouden runderen.

Slogans:

DU PRE A LA TABLE  
TOUS LES GOÛTS SONT DANS LA PATURE

RECHTSTREEKS VAN DE HOEVE NAAR HET BORD.  
SMAKELIJK VAN DE WEIDE.

Of :  
ALL YOU NEED IS BELGIAN MEAT

Promotietool:

Persconferentie georganiseerd ter gelegenheid van de ondertekening van het charter met de horecasector;

Aanduiding van 3 veehouders-ambassadeurs en van 3 horeca-ambassadeurs per gewest, in een gevarieerd panel (type horecabedrijf, leeftijd en geslacht) ; verenigd om de producten te promoten van de Belgische rundveehouderij, via een korte keten, op de kaart van een restauranthouder (verschillende types van restaurants voorzien, mannelijke en vrouwelijke chefs, verschillende leeftijden); realisatie van radiospots die zorgen voor promotie rond het charter en daarbij het verhaal vertellen van het dier op de boerderij en van het stuk vlees in het restaurant;

Promotiecampagne gedurende 1 week per jaar rond vlees van runderen gefokt in België;

Organisatie van of deelname aan een evenement (horeca-event, event in een restaurant per gewest, ...)

Horeca Vorming in de 3 gewesten

Regelmatige ontmoetingen tussen veehouders, groothandelaars en de horecasector, om promotieacties te lanceren met de gewestelijke actoren (VLAM en APAQ-W)

# **CHARTER VEEHOUDER – HORECA IN BELGIË GEFOKT RUNDVLEES À LA CARTE**

## **ENGAGEMENT Nr. 1 : KWALITEIT**

Gebaseerd op afkomst – versheid - traceerbaarheid

Lokale leveranciers die fier zijn op hun producten, restauranthouders = ambachtslieden

Kwaliteit – malsheid – smaak – voedingswaarde

## **ENGAGEMENT Nr. 2 : KORTE KETEN**

Geschiedenis van het dier, van de boerderij tot de menukaart van het restaurant, geschreven door de veehouder en de restauranthouder, in een relatie van vertrouwen en respect

## **ENGAGEMENT Nr. 3 : VERANTWOORDELIJKHEID**

Veehouders en restauranthouders tonen respect voor de consument, het leefmilieu en het dierenwelzijn

## **ENGAGEMENT NR. 4 : DUURZAAMHEID**

Aanpak die bijdraagt aan de duurzame ontwikkeling van ons land, van onze planeet: ecologisch, economisch en sociaal

## **ENGAGEMENT Nr. 5 : COMMUNICATIE**

Valorisatie van de lokale producent: elk vlees heeft een geschiedenis, is afkomstig van een streek, een ras, een diersoort waarvan het verhaal verteld kan worden

Valorisatie van de knowhow van de horeca

Informatie aan de consument

## **ENGAGEMENT Nr. 6 : TEVREDENHEID**

Een luisterend oor voor elke consument en zijn verwachtingen

**CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR  
LES SIGNATAIRES**

Signé à Bruxelles, le 19 avril 2019.



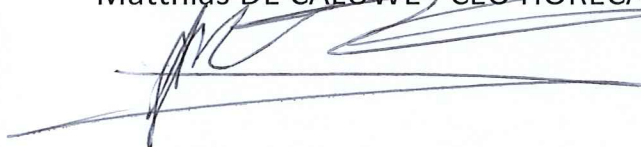
Denis DUCARME - Minister van Middenstand, Zelfstandigen, KMO's, Landbouw en Maatschappelijke Integratie



Yvan ROQUE - Président de la Fédération HORECA Bruxelles.



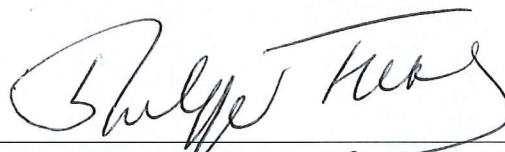
Matthias DE CALUWE - CEO HORECA Vlaanderen.



Pierre PORIAU - Secrétaire général de la Fédération HORECA Wallonie.



Philippe TRINE – Vice-Président de la Fédération HORECA, Président de la section Restaurants.

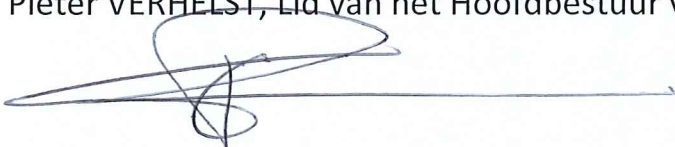


**CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR**

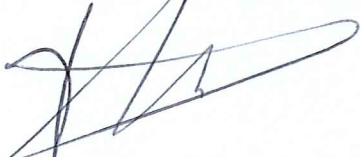
**CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR  
LES PARRAINS**

Signé à Bruxelles, le 19 avril 2019.

Pieter VERHELST, Lid van het Hoofdbestuur van de Boerenbond.



Hendrik VANDAMME - Voorzitter Algemeen Boerensyndicaat.

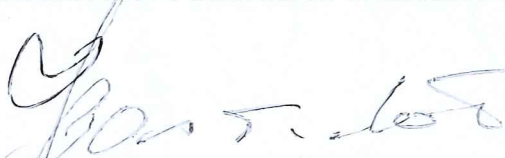


~~Marie-France VIENNE - Fédération Wallonne de l'Agriculture.~~

*Alain MASURE*



~~André LEDUR - Fédération Wallonne de l'Agriculture.~~



Jean CASTADOT – Président d'Eurotoques Belgique.