



## Reisverslag

### Cera Coop Tour 20-22 november 2018

## Zweedse coöperaties als inspiratiebron voor duurzamere voedselproductie en -consumptie

*In 2018 stond de internationale dag voor de coöperaties in het teken van duurzaam produceren en duurzaam consumeren. Meteen lag het thema van de Cera Coop Tour 2018 vast. Met een groep mensen, actief in de Belgische agro-voedingsketen, trok Cera naar Stockholm. Noord-Europa wordt in die sector immers gezien als trendsetter in het kader van duurzaamheid. En Zweden telt heel wat inspirerende coöperaties in de agrovoedingsketen. Over de bestemming dus geen discussie.*

### Coöperatief ondernemen in Zweden

In Zweden kent coöperatief ondernemen geen apart juridisch statuut maar de bedrijven waar alle eigenaars een (economische) transactie hebben met het bedrijf worden als coöperaties gedefinieerd. Coöperaties zijn terug **trendy** in Zweden wat veel van de coöperaties die we bezochten, uitspelen.

Zweedse boeren zijn doorgaans lid van meerdere coöperaties. Ze zijn akkerbouwer, melkveehouder, bosbouwer, ... en op die manier lid van zowel de landbouworganisatie die ook land- en bosbouwcoöperaties onder haar leden telt, van een akkerbouwcoöperatie, een zuivelcoöperatie, bosbouwcoöperatie, ... en vermoedelijk zijn ze ook een van de miljoenen coöperanten van een van de coöperatieve warenhuisketens. Een Zweedse bedrijfsleider kiest voor een coöperatie in de overtuiging dat hij zijn kleine bedrijf zo sterker in de markt zet. Want hoe groot je bedrijf ook is, je bent een kleine speler.

We bezochten **Svensk Kooperation, recent opgericht door enkele grote Zweedse coöperaties om het coöperatief ondernemen beter op de (politieke) agenda te zetten**. Dit doen ze door in te zetten op communicatie, educatie en belangenbehartiging. Svensk Kooperation is het platform waar diverse coöperaties elkaar ontmoeten, los van de sector waarin ze actief zijn. Hier komen consumenten- en producentencoöperaties elkaar tegen, een van de weinige plaatsen waar consument en producent het samen over verduurzamen hebben, zoals circulaire economie, klimaatverandering, ... Topics waar ook in België veel rond beweegt.

**Coompanion, de coöperatie die starters adviseert** rond coöperatief ondernemen, is vooral actief op het Zweedse platteland. Coöperatief ondernemen wordt er gezien als een middel om de generatiewissel op (land- en bosbouw)bedrijven te realiseren of om de aanwezigheid van tankstations en winkels op het platteland te garanderen.

### Coöperatie als hefboom voor verduurzaming

Zweden (41 miljoen ha landoppervlak) is een land waar bosbouw (23 miljoen hectaren) veel belangrijker is dan landbouw (3 miljoen ha). Wie er in actief is, doet dit zeker niet altijd als fulltime job. Meer dan in België, is men deeltijds aan het werk in de landbouw. Land- en bosbouw vormen de 'groene kracht' van het land en hun productie van biomassa is in Zweden cruciaal voor de energietransitie. Transport op basis van bio-ethanol en verwarming door houtverbranding vraagt om

goed bosbeheer en een sturend landbouwbeleid zonder de aandacht voor voedselproductie uit het oog te verliezen. Met een zelfvoorzieningsgraad van 50% (dat betekent dat de helft van het voedsel moet ingevoerd worden) is dit belangrijk. Zweden heeft, na jaren afwezigheid, voedselzekerheid recent weer op de politieke agenda gezet. Naast wetenschappelijke instellingen worden ook de landbouw- en de voedingsindustrie hier sterk bij betrokken. Lantmännen en LRF, die we bezochten, spelen daarin een actieve rol omdat ze met hun respectievelijk 25.000 en 141.000 leden de veranderingen helpen versnellen. Coöperaties zijn immers een hefboom voor verandering en dus voor verduurzaming.

## Coöperaties van boer tot bord

**Lantmännen is een coöperatie van 25.000 Zweedse akkerbouwers.** De coöperatie beperkt zich echter niet tot het inzamelen en verhandelen van het geogste graan. De sterkte van Lantmännen is dat ze het graan zijn gaan verwerken in eigen bakkerijen. Zo komt de meerwaarde bij de boer terecht. Naast de landbouw en voedingsindustrie is Lantmännen doorheen zijn meer dan honderdjarige bestaan, ook gaan inzetten op machinebouw (via een samenwerking met Volvo-machines) en op hernieuwbare energie. De winst die in al die takken geboekt wordt, komt, naast de investeringen in het bedrijf (zijnde de coöperatie), bij de leden-akkerbouwers terecht. De verdeelsleutel gebeurt op basis van de transacties die elk individueel lid heeft met Lantmännen.

Lantmännen draait een omzet van 4 miljard euro, telt 10.000 werknemers wereldwijd en is actief in 20 landen, waaronder 3 vestigingen in België. Maar als je in de hoofdzetel van Lantmännen binnenkomt, straalt alles Zweedse akkerbouw uit, of zoals hun baseline het zegt: graan in het hart van hun bedrijvigheid.

Lantmännen is, naast 25 andere land- en bosbouwgerelateerde coöperaties, lid van **LRF, de federatie van Zweedse land- en bosbouwers die 141.000 individuele leden telt** en zo ongeveer 70.000 eerder kleine ondernemingen vertegenwoordigt. Dit maakt van LRF de grootste federatie van kleine ondernemingen. Als federatie van de groene industrie wil LRF een sterke rol spelen in een duurzame samenleving met respect voor groei, rendabiliteit en attractiviteit.

Dat LRF zowel individuele leden als landbouwcoöperaties vertegenwoordigt, komt door een fusie in 1971. Ondertussen zijn er ook *members of interest* die noch land- of bosbouwer zijn, noch land- of bosbouwcoöperatie. Die organisaties zijn welkom in het debat maar hebben geen stemrecht. Hun inbreng is echter zeer waardevol in visievorming met aandacht voor de maatschappij. Ook dat is duurzaamheid.

Duurzame productie kan niet los gezien worden van duurzame consumptie. Hoe men dat ziet in Zweden werd verduidelijkt tijdens ons bezoek aan **Coop, een coöperatieve supermarktketen in handen van 3,5 miljoen Zweden.** Daarmee is 1/3<sup>e</sup> van de Zweedse bevolking lid van deze consumentencoöperatie. Opgestart in 1899 heeft Coop er al een lange geschiedenis opzitten met opmerkelijke mijlpalen. Zo was Coop Zweden (dat ooit een link had met Coop Denemarken en Coop Noorwegen) de eerste supermarktketen die een ingrediëntenlabel invoerde. Coop Zweden introduceerde de op Amerikaans model geïnspireerde voedingsdriehoek in Europa, voerde als eerste een leeftijdsgrens in voor de aankoop van tabak, ... Veel van deze dingen kwamen er op aangeven van de consument-vennoten, zoals de consument nu vraagt om in de winkel heel duidelijk aan te geven wat bio is of wat de producten zijn die tegen vervaldatum komen, zodat die aan verlaagde prijs vlot kunnen aangekocht worden door die klanten die de voedselverspilling willen aanpakken.

Door het marktverlies van de voorbije jaren heeft Coop recent een grondige zelfanalyse achter de rug. De missie weer scherpstellen, de eigenheid en vooral de samenhangigheid weer definiëren en uitrollen in vernieuwde winkels zodat het merk weer duidelijk op de kaart staat. De winkel die we bezochten straalde soberheid én warmte uit. Groene lopers, groene lijnen en groene logo's geven heel duidelijk aan wat ecologisch is waarbij de meeste EKO-producten biologische producten zijn. Het marktaandeel bio ligt bij Coop dan ook beduidend hoger dan in de andere ketens.

### **Coöperatief ondernemen in Zweden**

Uit alle toelichtingen bleek de sterke uitbouw van **structuren**. Zowel lokale, regionale (Zweden telt 20 districten) als nationale bestuursorganen zorgen voor onderbouwde beslissingen en standpuntinname. '**Vertrouwen**' is een woord dat bij elke toelichting viel. Zonder vertrouwen bouw je geen sterke coöperatie uit.

Ook '**transparantie**' werd meermaals genoemd als aandachtspunt. Een hele uitdaging in coöperaties en federaties met ledenaantallen van 25.000, 141.000 tot zelfs 3,5 miljoen. Geen wonder dat elke bezochte coöperatie naast een sterke website en e-nieuwsbrieven, ook een mediapoot in huis heeft. **Ledencommunicatie** is immers cruciaal.

### **Bijblijver**

Een bijblijver uit een van de vele gesprekken was de tip om de statuten en het eventuele huisreglement te schrijven in vreedstijd. Een boodschap voor de deelnemers van de Cera Coop Tour en bij uitbreiding voor alle spelers, actief in de Belgische agrovoedingsketen. Je benut best niet-crisisperiodes om na te gaan welke langetermijnsamenwerkingsvormen mogelijk zijn die de betrokken bedrijven versterken en zorgen voor een win-win voor alle partijen. De basisprincipes van coöperatief ondernemen structureel inbouwen verhoogt daarbij de kans op slagen: gedeeld eigenaarschap – waarbij alle eigenaars een transactierelatie hebben met de samenwerkingsvorm/coöperatie – en transparantie/toezicht voorop staat.

*Cera inspireert met het concept van de Cera Coop Tour mensen, bedrijven en organisaties rond samenwerken en coöperatief ondernemen. Onze initiatieven vind je terug in de kalender en ontvang je via de Cera Coop News.*

[www.coopburo.be](http://www.coopburo.be)

[www.cera.coop](http://www.cera.coop)

[infocoop@cera.coop](mailto:infocoop@cera.coop)

+32 16 27 96 88