



Elke maand bedenkt onze columniste hoe ze de wereld kan veranderen. Soms slaagt ze in haar opzet, soms niet.

## Eigen citroenen eerst

**DE IDENTITAIRE BEWEGING.** Het wordt ongetwijfeld een van de termen van 2018 nu heel Europa meesurft op een golf van rechts populisme die de populariteit van de identitaire beweging versterkt. Een hoofdzakelijk jongerenbeweging die een terugkeer naar een ingebeelde ideale natiestaat predikt en alles wat die raszuivere identiteit bedreigt – lees: ‘de moslims’ – terug wil sturen naar.... Tsja, naar waar eigenlijk? Je kunt moeilijk Karima die hier geboren is, net als haar mama en papa, terugsturen naar een land dat even vreemd is voor haar als voor de bange, blanke man. Ik hoorde onlangs op de radio dat uit onderzoek van de Vlaamse overheid blijkt dat driekwart van de Vlamingen geen burens heeft met andere roots en dat 1 op 3 Vlamingen geen kennis of vrienden heeft met een andere achtergrond. Terwijl ondertussen 1 op 5 Vlamingen andere roots heeft, en we in de grote steden zien dat de witte bevolking een minderheid wordt. Om maar te zeggen: de idealen van de identitaire beweging zijn nu al achterhaald door de werkelijkheid, hoe graag we die ook wegsteken in onze verkavelingswijken.

Maar bon, het zal nog even duren voor de tajine een standaardmaaltijd wordt op de Vlaamse eettafel. Ik heb het persoonlijk niet zo op mensen die zich superieur voelen ten opzichte van anderen op basis van een wensbeeld. Ik blijf niet graag onder mijn kerktoren, behalve als het op mijn eten aankomt. Daarom

wil ik graag eventjes een kleine ergernis van mij aankaarten, namelijk de identitaire crisis in de voedingssector. We weten ondertussen allemaal wel dat lokale seizoensproducten, als het even kan ook nog biologisch geteeld, de beste keuze zijn voor ons milieu. Zeker als je met opgroeiende kinderen zit en het goede voorbeeld wil geven, is dat the way to go. Maar net als de meeste werkende mensen heb ik doorgaans geen tijd om gezellig te winkelen op de markt in mijn dorp of bij de bioboer om de hoek. Daarom – als ons gezinsbudget het tenminste toelaat – spring ik regelmatig eens binnen bij de biosupermarkt van die bekende Belgische keten. Een biosupermarkt die deze zomer in tv-spotjes verkondigde te zullen kiezen voor lokale producten. Maar helaas, tussen marketing en realiteit staan tal van prijsbepalingsbezwaren in de weg. Want hoe kun je verklaren dat er hartje zomer citroenen uit godbetert Argentinië in de rekken liggen, terwijl ze er in Sicilië bij wijze van spreken de straat mee kunnen leggen? Daar, lieve lezers, kan ik me steendood aan ergeren. En dan word ik telkens, zo midden in de koelcel van de winkel, een heel klein beetje verdrietig. ➔

---

*Hulp nodig van Megacindy? Laat het haar weten via [megacindy@acv-csc.be](mailto:megacindy@acv-csc.be)*