

innovatieagroennatuur.nl

Innovatie Agro & Natuur | Wild Beef: mooie natuur en een gevulde portemonnee

3-4 minutes



Onlangs was ik op bezoek bij Richard en Lizzy Vines in het prachtige plaatsje Chagford in het zuidwesten van Engeland. Ze runnen daar samen een klein vleeskoeienbedrijf met Welsh Black en Devon vee. De koeien worden gevoed op ongecultiveerde en onbemeste graslanden en krijgen zo, in de woorden van Richard en Lizzy “the best grazing the British Isles has to offer”. De gronden zijn voor een klein deel hun eigendom, voor een deel worden ze gepacht, en voor de rest maken ze gebruik van de common grounds in het nabijgelegen natuurgebied



Richard heeft lang in London voor een groot bedrijf gewerkt, maar

keerde 20 jaar geleden terug naar het platteland. Daar heeft hij zijn Lizzy ontmoet, en samen zijn ze al experimenterend met hun bedrijf begonnen. Uitgangspunt was dat alles zo natuurlijk mogelijk moest, zonder subsidies, maar wel zo dat het voldoende opleverde om (goed) van te leven. En dat is aardig gelukt, lijkt me zo. Althans: er wordt een aardig inkomen behaald. Daar staan dan wel veel uren werk tegenover.

Wat is hun geheim? Allereerst dat er door de natuurlijke aanpak weinig kosten worden gemaakt. Dat is ook wel nodig, want de dieren worden pas rond de 50 maanden geslacht. Op de tweede plaats doordat ze de hele afzetketen zelf in handen hebben. Ze maken gebruik van een kleine slachterij in het (in hun ogen) nabij gelegen Ottery St. Mary. Daar worden de koeien geslacht, krijgen ze tijd om te besterven en worden ze vervolgens verwerkt tot kant en klare gesealde pakjes vlees met daarop wat het is, het gewicht en de prijs. Die pakjes worden daar door henzelf opgehaald en meegenomen naar onder andere het plaatselijke 2 sterren restaurant. Maar ze staan ook op de markt in Taunton, op de Borough Market en Broadway Market in London en de markt in Wells. Klanten kunnen daar spontaan producten komen kopen, maar ook hun via internet gedane bestelling afhalen. Bovendien verkopen ze op die markten eieren van boeren uit hun woonomgeving, en heel soms ook wat vlees van anderen. Uiteraard wel “naturally produced”.



Door vaak zelf op de markt te staan komen ze meerdere keren per week in contact met hun klanten. Ik heb met eigen ogen

kunnen zien dat elke ontmoeting ook benut wordt om (meer) informatie te krijgen over de vraag wat klanten nu echt belangrijk vinden. En daar dan weer op in te spelen. Dat gebeurt niet alleen via de producten, maar ook via de uitstekende communicatie (flyer en [website](#))



Is dit nu de panacee? Dat dan ook weer niet. Want het hele systeem hangt op Richard en Lizzy en wat getrouwen rondom hen. Als die er mee stoppen, dan stort de zaak in elkaar. Richard heeft daar wel een oplossing voor bedacht: een coöperatie van gelijkgestemden. Maar hij gaat die in elk geval niet oprichten, gezien zijn leeftijd en zijn afkeer om anderen te controleren. De vraag is natuurlijk: wie dan wel? En een andere vraag is: wat doen we met deze kennis als Innovatie Agro & Natuur? Daar vertel ik u in een volgende blog meer over.

Ma Di Wo Do Vr Za Zo

1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18

19 20 21 22 23 24 25

26 27 28 29 30 31