

Bioboeren innoveren: u ook?

Voortdurend innoveren is voor bedrijven in de land- en tuinbouwsector de sleutel tot meer en vooral blijvend succes. Om dat te stimuleren, organiseert het Innovatiesteunpunt voor de vijfde keer een innovatieprijs. Een ideale kans voor bioboeren, voor wie vernieuwen een tweede natuur is, om zich te profileren.

door Dominique Joos, **BIOvisie**

Dat biolandbouw een rol kan spelen als 'ontwikkelingslaboratorium' van vernieuwende ideeën, is al bij elke prijsuitreiking van de innovatiecampagne bevestigd. "Elke keer waren er bioboeren bij de winnaars", merkt Lieven Vandeputte van het Innovatiesteunpunt op. "Zij hebben dikwijls heel inventieve voorstellen". In 2004 waren er dat zelfs drie. Leen Verwimp en Antoine De Paepe van de Kollebloem vielen in de prijzen voor hun sociale initiatief. Vergeten groenten en fruit telen volgens oude methodes, was het project waarmee Frans Beckers toen een innovatieprijs won in de categorie 'Cultuurbeleving en erfgoed'. Met hun biosalami Sabio



gingen rundveehouder Geert Van Laere en Lorenz Goeminne van Vleeswaren Ivan aan de haal met de prijs voor het meest innoverende samenwerkingsverband.

Kwaliteit voorop

In 1998 nam Geert Van Laere het ouderlijk bedrijf met zowel melk- als vleesvee over. In 2000 schakelde hij om naar bio want die vorm van landbouw sloot volledig aan bij zijn eigen filosofie. Voor de melk kon hij vrij snel bij de boerenkoolperatie BioMelk Vlaanderen terecht, maar voor het vlees duurde de zoektocht langer. Het vlees van de melkkoeien kreeg hij in het begin alleen gangbaar verkocht en dat was financieel niet interessant. Op zoek

naar alternatieven, klopte hij aan bij Lorenz Goeminne van vleeswaren Ivan.

Lorenz was in 1992 begonnen in het vleesbedrijf van zijn vader. Een klein bedrijf waar de nadruk ligt op kwaliteit en specialiteiten. Een biosalami ontwikkelen was voor hem een uitdaging en paste in zijn visie op kwaliteit. "We zijn samen beginnen te experimenteren", vertelt Geert. "Ik met mijn grondstoffen en Lorenz met zijn product." Dat is vele keren mis gegaan, vooral het gebrek aan informatie bemoeilijkt het proces, maar na een jaar is het gelukt."

Trage groei

Geert en Lorenz ontdekten dat het niet nodig was om kleurstoffen toe te voegen. Kleurvorming is een bacteriologisch proces. "Een gangbare salami zonder nitriet en kleurstoffen is niet verkoopbaar omdat hij een blauw-bruine kleur heeft", zegt Lorenz. "Met kwaliteitsvlees lukt het zonder synthetische toevoegingen." Kwaliteitsvlees krijg je van een dier dat gekweekt en gevoed is op een kwalitatieve manier. Dat is volgens Geert een totaal ander uitgangspunt dan de nadruk op kwantiteit, die veel boeren leggen. "Als vlees vooral massa moet zijn en een dier snel en veel vlees moet maken, wordt het opgepept. Een dier dat op twee jaar geslachtsrijp is, kan en mag geen spierweefsel kweken. Tragere groei geeft beter en sterker spierweefsel. Daardoor krijg je een betere doorkleuring en een betere smaak. Essentiële kwaliteiten om een goede salami te maken."

In eigen handen

Trage groei heeft wel zijn kostenplaatje. De prijs voor Geerts vlees is hoger dan de marktprijs. "De marktprijs is gebaseerd op overschotvlees", legt Geert uit. "Maar omdat een constante vleeskwaliteit zo bepalend is voor het eindproduct, heb ik mijn visie omgedraaid. Ik lever eerst wat Lorenz nodig heeft en als er dan nog goede stukken over

zijn, verkoop ik ze vers. Het gevolg is wel dat mijn gemiddelde prijs hoger moet zijn dan de marktprijs om deftig te kunnen boeren. Anders kan ik de stukken niet compenseren die ik tegen een hogere prijs vers zou kunnen verkopen."

Geert en Lorenz laten niets aan het toeval over en doen alles zelf. Tot de marketing toe. Op die manier hebben ze garanties over de hele keten, van bij de voeding van het dier tot in de speciaalzaak. Als producent weten ze het meest van het product en kunnen ze de juiste antwoorden geven.

Het volledige artikel over Sabio leest u in *Seizoenen*, het ledenblad van Velt. Een portret van Geert Van Laere vindt u op www.biotheek.be/verkooppunten.asp

Innovatiecampagne

Het Innovatiesteunpunt werd in 1999 opgericht door Boerenbond en Cera Foundation. De innovatiecampagne is een tweejaarlijkse wedstrijd die het steunpunt uitschrijft om innoverende land- en tuinbouwbedrijven te ondersteunen. Uit de inzendingen selecteert een professionele jury tien laureaten. Zij krijgen een financiële ondersteuning van 2000 euro die ze in overleg met het Innovatiesteunpunt kunnen besteden aan de voorbereiding en uitvoering van het project. Het bedrag wordt pas uitbetaald als er stappen ondernomen worden om het project te realiseren. Met een adviescheque van 500 euro krijgen ze advies van een innovatieconsulent. De plannen kunnen vele richtingen uitgaan: producten en diensten met toegevoegde waarde, natuur en landschap, energie, water en andere milieuthema's, sociale innovatie en innoverende samenwerkingsverbanden. Inschrijven voor de innovatiecampagne 2006 kan tot 28 februari 2006. Het deelnameformulier vindt u op www.innovatiesteunpunt.be. Vanaf mei worden de eerste deelnemers bezocht en begin juli zijn de laureaten bekend.