

LTO roept in visietekst op tot samenwerking in regionale ketens

'De markt schreeuwt om ons vlees'

Marktkansen samen benutten en positieve punten meer uitdragen, dat zijn de boodschappen uit de toekomstvisie van LTO vleesvee. Voorzitter Leon Moonen: 'We zijn in Nederland voor 56 procent zelfvoorzienend in rundvlees. En toch verdwijnt er prachtig rundvlees in het grijze circuit. Dat moet veranderen.'

tekst **Alice Booij**

Officieel is de LTO-toekomstvisie vleesveehouderij in Nederland nog niet uit. Het was de bedoeling het eerste exemplaar aan staatssecretaris Sharon Dijksma uit te reiken in de Week van het Vleesvee, die van 12 tot en met 15 juni werd gehouden. Heel toepasselijk, echter de bewindsvrouw had een overvolle agenda en daarmee schuift de eerste uitreiking door naar juli.

Toch wil LTO-vakgroepvoorzitter vlees-



vee Leon Moonen al wel uit de doeken doen wat er in de visie met de titel 'Eerlijk is (h)eerlijk' staat geschreven. 'De visie dient als leidraad voor ons LTO-beleid tot 2019', zo geeft hij de contouren aan. 'Dat is vijf jaar, tot aan de nieuwe Gemeenschappelijk Landbouw Beleid (GLB). Het is dan ongetwijfeld weer tijd voor nieuwe bespiegelingen.'

Eerste toekomstvisie

Nog nooit eerder publiceerde LTO vleesveehouderij een toekomstvisie. Dat werd dus hoog tijd, vond Moonen. 'We moeten als sector een houvast hebben, een handvat voor onze inzet, aandachtsgebieden waar we energie in steken en een doel voor de toekomst.'

Driekwart jaar heeft het bestuur er samen met zijn leden aan gewerkt. 'We hebben het aan de leden voorgelegd en na kritische vragen en discussies zijn er zaken aangepast en fijngeslepen, net zolang tot



Leon Moonen: 'Vlees voor een paar euro per kilo uit het buitenland halen is niet zo moeilijk, maar wat als daar niets aan milieu wordt gedaan?'

er een plan lag dat breed gedragen is.'

Hij noemt de toekomstvisie een 'kapstok met allemaal haken' waar verschillende onderwerpen aan zijn gehangen. De rode draad in de visie is de markt. 'Niet zozeer een thema waar we als LTO wat aan kunnen doen, maar wel belangrijk voor alle onderwerpen waar we op inzetten. Uiteindelijk bepaalt de markt.'

Naast verschillende marktpartijen zijn ook bedrijfsleven en overheid gevraagd naar verwachtingen en ontwikkelingen en zo zijn er vier thema's ontstaan in de visie. 'Die vier thema's zijn duur-

zaamheid, ruimtelijke ordening, innovatie en internationaal', somt Moonen op. Leidend is natuurlijk de markt en Moonen maakt de balans op. 'Het verbaast me dat we in Nederland maar voor 56 procent zelfvoorzienend zijn in rundvlees en dat er kwaliteitsvlees in het grijze circuit verdwijnt.'

Zo'n grijs circuit betekent een anoniem verhaal en is zeker geen meerwaarde in de vorm van een hogere prijs. 'Dat moet veranderen.' Om daar beweging in te krijgen, wil LTO een verdere samenwerking stimuleren tussen ketenpartijen, bijvoorbeeld tussen vleesveehouders en slagers. 'We willen ze met elkaar in gesprek brengen om zo korte regionale ketens op te zetten. Er komt vraag naar Nederlands rundvlees', luidt de overtuiging. 'En ja, dan komt er ook een betere prijs.'

Het Nederlandse rundvlees is van een hoge kwaliteit en vleesveehouders zouden dat echt veel meer moeten uitdragen. 'We hebben een mooie sector met een exceptioneel laag antibioticagebruik, veel dierenwelzijn én een verhaal', vat Moonen samen. 'Dat moeten we aan onze omgeving vertellen en laten zien; in geen enkel ander land kunnen ze dat waarmaken.'

Over die internationalisering maakt LTO vleesvee zich dan ook terecht zorgen. 'De Europese consument moet het doen met vlees uit Noord- en Zuid-Amerika. Maar wat weten we daar eigenlijk van?' In Brussel probeert hij het wel onder de aandacht te krijgen. 'Ik wil dezelfde condities voor dierenwelzijn, antibioticagebruik en registratie. Vlees voor een paar euro per kilo binnenhalen is niet zo moeilijk, maar wat als er voor dat vlees niets aan milieu wordt gedaan?' De lobby is daarmee heel belangrijk. 'Daar kunnen we niet tegen concurreren, we moeten onder de aandacht blijven brengen dat er duidelijk verschil is met vlees dat in Nederland is geproduceerd.'

Marktconcepten ontwikkelen

Ondertussen legt LTO de focus op de Nederlandse consument. Want die is bereid meer te betalen voor duurzaam geproduceerd vlees, citeert Moonen uit onderzoek van Foodlog. 'We hebben meerwaarde en kunnen dat ook realiseren. De helft van de consumenten wil en kan meebetalen om die 56 procent rundvleesproducten van een goede prijs te voorzien.'

Ook bij de overheid proeft Moonen bereidheid hierop in te spelen. 'Er komt vanuit het ministerie geld beschikbaar

om nieuwe marktconcepten op te zetten, het is aan ons om dat op te pakken.' Hij realiseert zich dat niet iedere vleesveehouder even gemakkelijk een slagerij binnenloopt. 'Maar dat zijn wel stappen die je met drie of vier boeren samen kunt zetten. Je hebt het perfecte verhaal voor de consument en die wil de slager ook "verleiden".'

Hoe gaan we de consument van de kiloknallers afhaken? Deze vraag heeft LTO bij het opstellen van de visie dan ook volop beziggehouden. 'We moeten ook accepteren dat er mensen zijn met een smalle beurs die niet iedere dag vlees kunnen eten. Maar als we ons onderscheiden, moet die plus uit de markt te halen zijn.'

Eén van die overtuigende argumenten voor de consument in de houderij van vleesvee is duurzaamheid, benadrukt Moonen. 'We werken met een zacht ligbed en stro', noemt hij als voorbeelden. 'Voor bodemleven, broedvogels en structuur van de grond is deze stromest van grote waarde.' Kenmerken die ook benadrukt moeten worden in het kader van milieuvriendelijk werken. 'De veel toegepaste hellingstallen hebben een veel lagere ammoniakemissie dan potstallen bijvoorbeeld.'

Hij noemt ook de natuurbegrazing een dikke plus voor de vleesveehouderij. 'En de keizersnede is misschien een lastig onderwerp, maar dat wordt ambitieus opgepakt door de sector met als doel meer natuurlijke geboorten.'

Stal bij natuurgebied

Het zijn typische eigenschappen van de vleesveehouderij die niet alleen bij consumenten, maar ook bij de overheden dicht bij huis onder de aandacht gebracht moeten komen. 'Het moet ook mogelijk zijn om dicht bij natuurgebieden stallen te bouwen', zegt Moonen. 'En dan wel graag volgend jaar een vergunning en niet drie jaar wachten en vier kilo papier inleveren voordat er een stal gebouwd kan worden', vervolgt hij.

Daarbij voorziet hij ook dat er de komende jaren innovatieve bijzondere staltypes zullen komen, ook weer een uitdaging om de overheid hiervan te overtuigen. 'Er is een omslag in denken nodig bij politici.' Ook daarvoor is openheid nodig, benadrukt de LTO-vakgroepvoorzitter. 'We moeten laten zien wat we doen. De Week van het Vleesvee is hiervoor een prachtig middel. Die gaan we straks goed evalueren en zeker voor volgend jaar weer goed op de agenda zetten.'