



Melkvee:	70 melkkoeien
Areaal:	80 hectare, ruwvoer en akkerbouw
Tweede tak:	hoevewinkel met eigen zuivelproducten, hoefeterras met roomijsassortiment en aardappelteelt
Toekomstplan:	doorgaan op de ingeslagen weg met open vizier, zuivelautomaat, aardappelautomaat

Al sinds de start verwerkt Hoeve Zuid-Bellegoed een deel van de melk tot zuivelproducten. Liever meer met de melk doen dan meer koeien melken is de leuze van Philip Fleurbaey en Nancy Sercu.

tekst **Annelies Debergh**



Familie Fleurbaey koos ervoor om vanouds gemengde struc

Melk op eigen kracht t

Noord, oost, zuid, west. In elk van de vier windrichtingen rond Ieper liggen de historische hoeses Bellegoed. Het zijn stuk voor stuk actieve landbouwbedrijven met een geschiedenis die wel 300 jaar teruggaat. Zo ook Zuid-Bellegoed, de zuivelboerderij van Philip Fleurbaey en Nancy Sercu, waar naast de hoofdtakken melkvee en aardappelen een zelfzuivel-tak is uitgebouwd.

In 1991 nam Philip Fleurbaey Zuid-Bellegoed over en werd de koers van het bedrijf meteen veranderd. Het rood ras ruilden ze in voor roodbonte en zwartbonte holsteins, terwijl de vleesvetak werd afgestoten. 'Bij mijn ouders werd al karnemelk en boter gemaakt', zegt Philip. Toen Nancy mee in het bedrijf kwam, werd het assortiment uitgebreid met yoghurt en platte kaas of kwark. 'Het was een periode van zoeken en beetje bij beet-

je groeien. De meest recente uitbreiding is het verwerken van melk tot ijs.'

Nieuwe productieruimte

Om ook aan de noodzakelijke wetgeving te voldoen investeerde het bedrijf in 2008 in een aangepaste productieruimte, die inmiddels alweer is aangepast en verruimd. Ook een aardappelloods en een nieuwe melkveestal zijn intussen gezet. 'Bij de nieuwbouw van onze melkveestal hebben we er heel bewust voor gekozen om niet te groeien. We wilden niet meer koeien melken.'

De nieuwe stal werd een kopie van de oude. 'De potstal hebben we toen ook willen behouden.' Philip Fleurbaey wijst op consumenten die sporadisch een kijkje in de stal nemen en enthousiast reageren op koeien die languit in het stro liggen of op de weide gaan. 'Voor het imago van ons

bedrijf naar de consument en het comfort van de koeien is de combinatie met een potstal ideaal. Vaste mest zien we ook als een duurzamer alternatief om de bodemvruchtbaarheid op peil te houden.'

De stal is volledig open met een brede in-kijk vanaf het erf en dat aspect is ook in de productieruimte terug te vinden. Vanuit de winkel kunnen klanten het productieproces prima volgen via een groot raam. 'Die openheid hebben we gecreëerd omdat we niets te verbergen hebben bij de koeien of bij onze bereidingen. Mensen zien graag waar je mee bezig bent.'

Het maken van roomijs was een ultieme zet in de verwerking van melk. 'We begonnen met een basispakket van zes smaken en zijn er op eigen kracht voor gegaan met een proeverij voor familie en vrienden.'



Ruim 700 zelfzuivelaars in België

België telt meer dan 1500 voedselproducenten die rechtstreeks verkopen aan de consument. Cijfers van het Federaal Agentschap voor de Voedselveiligheid FAVV geven aan dat meer dan de helft daarvan zich toelegt op het verwerken en verdelen van zuivelproducten. Het Steunpunt Hoeveproducten fungeert als kennisplatform.

➔ Voor meer informatie: www.steunpunthoeveproducten.be

tuur te behouden en verder uit te breiden in zuivelverwerking

ot meerwaarde brengen

Philip Fleurbaey:
'We wilden bewust niet groeien en meer koeien gaan melken'

Met het ijs groeiden weer nieuwe ideeën. 'Het stopt niet bij een bepaalde beslissing', vindt Nancy. 'We proberen altijd verder te zoeken en met een open blik te kijken, soms ook ideeën uit andere sectoren te halen.' Onder meer op een specialistische ijsbeurs in het Italiaanse Rimini trachtten ze al hun kennis en kunde over ijs bij te spijkeren.

Ook luisteren ze naar suggesties van de consumenten. 'Klanten vroegen zelf of ze een product ter plekke konden gebruiken en zo is het idee voor een hoeveterras ontstaan', vertelt Nancy.

Er werd een concept uitgedacht waarbij zonder veel extra arbeid de klant toch een goed aanbod krijgt. 'We hebben ons aanbod bijvoorbeeld tot schepijs beperkt en klanten kunnen zichzelf bedienen met een beperkt aanbod drank. We bieden nog een picknickmand aan, samengesteld met eigen maar ook andere hoeveproducten van collega-boeren in de regio.'

Werk uit handen geven

Om de arbeidsdruk draaglijk te houden schakelde het bedrijf een drietal personeelsleden in. Ook stagelopers – soms uit Nederland of Frankrijk – komen op

het bedrijf. 'Op een gegeven moment kom je op een punt waar je werk uit handen moet geven', zegt Nancy. 'Toch moet je voor jezelf nog de tijd kunnen nemen. Het is anders werken en anders nadenken over het werk, maar daar rol je op een gegeven moment ook in.'

Of de ligging van het bedrijf nog een rol speelt in de keuze om in te zetten op zuivelverwerking? 'Mensen vinden je wel als je goede producten aanbiedt', ervaart Philip. Mond-tot-mond-reclame doet volgens hem het meeste werk. 'We proberen om op verschillende sociale media actief te zijn en houden elk jaar een degustatie-weekend met ijstaarten waarop klanten zomaar kunnen proeven van ons productassortiment of een nieuwe smaak ijs. Dat contact en de waardering van de klant geeft ons veel meer voldoening dan meer koeien melken.'