

Schotse highlanders zetten van nature gemakkelijk vet aan en leveren lekker vlees, ook al zijn ze niet speciaal afgemest. Zij kunnen rechtstreeks van de weide naar het slachthuis.

Agro MEATs nature

De operationele groep 'Agro MEATs nature' is een samenwerkingsverband tussen onder andere het Innovatiesteunpunt, Agrobeheercentrum Eco², ILVO, de provincie Oost-Vlaanderen, Regionaal Landschap Schelde en Durme en enkele Oost-Vlaamse veehouders, met financiële ondersteuning van de Vlaamse overheid via het Europees Partnerschap voor Innovatie. De bedoeling van deze operationele groep is om na te gaan of het mogelijk is om op een rendabele manier vleesvee te houden in natuurgebieden. Daarbij denkt men meteen aan een label, of het inzetten van speciale rassen, maar dat blijkt allemaal niet zo evident. In het kader van dit project hebben ervaringsdeskundigen hierover van gedachten gewisseld: enkele producenten, een restauranthouder, een slager, wat onderzoekers en vertegenwoordigers van de projectpartners en het Agentschap voor Natuur en Bos. Zij kregen van moderator Peter Van Bossuyt vragen voorgeschoteld, die de discussie meteen deden ontvlammen. Het werd een boeiende voormiddag.





Natuurvlees, hoe verkoop je dat?

Per definitie is alle vlees 'natuurlijk' (tenzij het in een lab gekweekt wordt), maar als men spreekt over 'natuurvlees', gaat het wel over een specifiek concept. Nochtans bleek op een werkvergadering enkele weken geleden in Leuven dat een sluitende definitie van natuurvlees niet eenvoudig te geven is. Het gebrek aan een wettelijke normering helpt ook niet om duidelijkheid te creëren in deze materie.

Bart Vleeschouwers

Wat is natuurvlees?

Voor de ene is natuurvlees vlees van dieren die rustig mochten groeien, voor de andere is het gewoon een interessante marketingterm waarbij het verhaal achter het vlees erg belangrijk is, voor een derde moet de link naar opkweek in de natuur toch op een of andere manier duidelijk zijn. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de term natuurvlees opduikt in allerhande contexten die vaak maar weinig te maken hebben met vlees dat uit een natuurgebied zou komen. Nochtans lijkt dit laatste – op het eerste gezicht en voor de meeste mensen – een logische en verdedigbare definitie. Maar de praktijk is, zoals al gezegd, iets minder duidelijk.

Zo blijkt dat onze klassieke runderrassen (Belgisch wit-blauw, limousin) het op het eerste gezicht helemaal niet zo goed doen als ze moeten grazen in een natuurgebied. De kwaliteit van het gras is er meestal zo slecht dat dieren eerder gewicht verliezen en erg mager worden, laat staan dat ze zouden aankomen.

Je moet deze runderen dus op een gegeven moment, bijvoorbeeld na een drietal maanden, binnenhalen en afmesten op een traditionelere manier. Hun vlees behoudt blijkbaar wel de speciale smaak die het kreeg door het grazen in natuurgebied en is mooi gemarmerd (met vet dooraderd). Wie op deze manier werkt, kan over dit vlees in elk geval een mooi verhaal vertellen aan zijn klanten. Misschien toch nog dit. Schotse highlanders zetten van nature gemakkelijk vet aan en hoeven niet speciaal afgemest te worden. Ze kunnen rechtstreeks van de weide naar het slachthuis.

Tegelijk valt er ook wat voor te zeggen om de term natuurvlees eveneens te gebruiken voor dieren die weliswaar in de stal gehouden worden, maar die rustig kunnen groeien, met alleen natuurlijke producten. Denken we maar aan de echte Durocvarkens. Zij staan nog vrij dicht bij wilde varkens en groeien ook veel trager dan de landrasvarkens of de piétrains.

Zoals gezegd, heeft de term natuur-



Korte keten

Natuurvlees kan in principe bijna alleen verkocht worden in een korteketencircuit.

vlees een goed verhaal nodig om gebruikt te kunnen worden als verkoopargument.

Korte keten

Natuurvlees kan in principe bijna alleen verkocht worden in een korteketencircuit. Wie zijn dieren opkweekt in een tempo dat niet te vergelijken valt met dat van de gangbare kwekerijen, krijgt nooit de volumes en de uniformiteit die de grootdistributie verlangt. Op dat niveau is het voor individuele landbouwers ook erg moeilijk om op te boksen tegen de groothandelaars, die de markt domineren. Je moet dus opteren voor de korte keten en proberen om rechtstreeks te verkopen aan de consument. Zoals bij de gangbare vleesproductie, is daarbij het verhaal achter het vlees erg belangrijk. De klant moet weten hoe zijn vlees gekweekt werd, wat de dieren gegeten hebben, waar ze rondgelopen hebben en vooral ook dat ze een diervriendelijk leven hebben gehad. Verkopen via een lokale buurtsupermarkt is misschien nog net haalbaar, alhoewel het tempo om vlees te leveren ook hier soms te hoog kan liggen voor een natuurvleesproducent. Een eigen klantenkring opbouwen vraagt natuurlijk tijd en dat ligt altijd wat moeilijk. Je moet er ook rekening mee houden dat je eigenlijk begint met afscheid nemen van je groothandelaar, terwijl je hem nog een tijdje nodig hebt zolang de eigen winkel nog niet draait. Die overgang kan soms wat moeilijk liggen. Kan een coöperatie om de verkoop te organiseren hier een oplossing zijn? Zeker als zo'n coöperatie groter wordt,

is het wel belangrijk dat deze bedrijven hun eigenheid behouden, want anders sta je natuurlijk weer aan het begin. In kleinschalige initiatieven kunnen er wel kansen liggen. Een coöperatief communicatieplatform, waaraan individuele producenten hun eigen site kunnen ophangen, zou interessant kunnen zijn.

Pakketten of losse stukken?

Een vraag die alle beginnende korteketenverkopers van vlees bezighoudt, is hoe ze ervoor kunnen zorgen dat alle stukken van een dier verkocht raken. Ze vrezen immers dat mensen alleen de goede stukken zullen willen en de mindere stukken zullen laten liggen. Daarom worden heel wat pakketten verkocht met daarin vlees voor een bepaald gewicht, maar wel met stukken van het hele dier. Gelukkig kan je al heel wat opvangen met gehakt of vleesbereidingen.

Meer ervaren thuisverkopers zijn vaak allang overgeschakeld op het verkopen van vlees op bestelling, waarbij een

dier eigenlijk verkocht is voordat het geslacht wordt. Maar ook hierbij komt heel wat 'opvoeding' van de klanten kijken. Je mag niet bang zijn om aan de mensen uit te leggen dat er aan een dier mooie stukken zitten én minder mooie, maar dat die laatste niet noodzakelijk minder lekker zijn, integendeel zelfs. De laatste tijd merken we trouwens dat bekende restauranthouders steeds vaker experimenteren met minder bekende stukken en zelfs orgaanvlees. Dat is zeker een troef voor de kleinschalige thuisverkoper.

Een argument voor de losse verkoop is dat de prijs wat hoger mag liggen dan de prijs van dezelfde stukken in een pakket, maar er zijn ook meer kosten aan. Uiteindelijk moet de producent daar zelf over beslissen, want er is een publiek voor beide systemen.

En de overheid?

Op de werkvergadering bleek duidelijk dat toch wat belangrijke dingen verwacht worden van de overheid en andere natuurbeherende instanties.



© PATRICK DIELEMAN

In Berlare, Hamme, Laarne en Zele bekijkt men of landbouwers op een alternatieve manier een inkomen kunnen halen uit rundveehouderij in nieuw gecreëerde natuur.

Zo vragen rundveehouders een veel grotere zekerheid dat ze gedurende langere tijd terecht kunnen in de beheerde natuurgebieden. In het huidige systeem met 'concessies' heb je meestal (op enkele uitzonderingen na) slechts zekerheid voor één jaar en daar kan je moeilijk een bedrijfsplan op bouwen. Meerjarige concessies zouden dus te verkiezen zijn.

De afspraken zouden de boer beter ook wat meer uitbatingvrijheid geven, want nu is zijn inbreng in het onderhoud van een natuurgebied ondergeschikt aan de natuurontwikkelingsdoelen van de terreinbeheerder. Enerzijds is dat te begrijpen, maar anderzijds creëert het weer onzekerheid voor de rundveehouder, want niet elk seizoen is hetzelfde. Zo kan je in een natte zomer niet zomaar koeien loslaten in een zompig natuurgebied, terwijl het begrazingsseizoen best wat langer zou mogen duren in een droge en warme zomer.

Ten slotte vragen natuurvleesproducenten dat de overheid ook aandacht heeft voor hun situatie bij het goedkeuren van onderzoeksprojecten, want het experimenteren in natuurbeheer heeft ook een kostprijs. Stieren castreren kan een heel mooi resultaat geven voor de vleeskwaliteit, maar op welke leeftijd doe je dat het best? En hebben die dieren al dan niet een aangepast rantsoen nodig? Daar kan een individueel bedrijf moeilijk mee experimenteren. Uit de vergadering kwam als eindconclusie naar voren dat er niet echt behoefte was aan nog een bijkomend label en de regelgeving die daarbij zou horen. De kwekers vertellen liever zelf het verhaal van hun natuurvlees. Waarvan akte! De projectpartners van 'Agro MEATs nature' weten wat hen te doen staat. ■



© JO GENNEZ

Er is een hele markt voor klanten die *convenience* willen, die snel iets willen opwarmen in plaats van zelf te koken.

Nieuwe klanten voor de hoeveproducent

Een veehouder die zelf vlees wil verkopen, denkt daarbij vaak vleespakketten. Op zich is dat een goede start, maar op termijn is het meestal niet de beste oplossing. Om groei te kunnen garanderen en vast te leggen voor de toekomst, moet je echt wel een systeem uitwerken waarbij de klant zijn bestelling naar keuze kan samenstellen. Dat kan bijvoorbeeld gebeuren via het 'vooraf' bestellen tot een volledig dier verkocht is, via pakketten die klanten zelf samenstellen binnen bepaalde regels of zelfs een hoeveslagerij met een verstoog en bediening.

Tuisverkopers vragen zich nogal eens af waar nog innovatie mogelijk is. De klassieke vleesverkoop op de hoeve richt zich nog vaak op de bewuste consument, de oudere trouwe klant, de doelgroep die op de klassieke wijze kookt. Maar daarnaast is er een hele markt voor klanten die *convenience* willen, die snel iets willen opwarmen, die niet echt meer willen (of kunnen) koken of die op wekdagen te weinig tijd hebben. We denken aan een jongere klantengroep die zelf geen stoofvlees meer maakt, maar het klaargemaakt koopt, aan klanten die alleen nog kant-en-klare sauzen kopen of alleen nog kant-en-klare maaltijden opwarmen en zelf geen maaltijd meer bereiden in de week.

Ook in deze markt van gemakvoedsel kunnen land- en tuinbouwers die aan verwerking doen zich professionaliseren, unieke producten ontwikkelen en zich onderscheiden van de voedingsnijverheid en/of de supermarkten. Denken vanuit je doelgroep en niet meer vanuit het product is hierbij de regel.