







© LIESBET CORPHOUT

De kennis en knowhow over oude fruitrassen mag niet verloren gaan.

duct. Het creëert ook een band met de consument. En we kunnen onze producten in meer streekproductenwinkels aan de man brengen.”

**Is de korte keten de wonderoplossing voor elke fruitteler?**

Luc: “Zeker niet. De groothandel vraagt eenvormige producten. Voor de korte keten moet je je specialiseren en je proberen te onderscheiden. Het is daarom dat wij weer oude rassen op laagstam aangeplant hebben. Het voordeel van de korte keten is dat de consument je constant bijstuurt. Je krijgt meteen feedback over wat ze wel of niet lusten. En je komt ook in contact met mensen van buiten de sector, die voor een ander blik zorgen. Je mag niet beginnen met de korte keten omdat het een lype is. Het moet uit je hart komen. Je producten gewoon aan de veiling verkopen is erg gemakkelijk: geen zorgen, geen rompslomp. Wil je je eigen fruit verwerken en vermarkten, dan komt er veel meer bij kijken. Een label zorgt wel voor wat bekendheid, maar de onzekerheid blijft groot.”

**Een kruidige toekomst**

**Hebben jullie nog grote toekomstplannen?**

Agnes: “De speciaalzaken waar we verkopen, vragen geregeld om nieuwe dingen. Zo markten we vorig jaar confituur met rozenblaadjes en rozenbottels. We bekijken nu samen met experts hoe we nog meer kunnen werken rond kruiden. We hebben hiervoor alvast steendooorn aangeplant. Samenwerken met boeiende mensen en vakkennis delen is belangrijk. Het wordt een mooie uitbreiding van ons aanbod.”  
Luc: “Jaren geleden hebben we een workshop gevolgd waar we aangemoedigd werden om *out of the box* te denken. Dat begrepen we toen niet helemaal. Intussen weten we maar al te goed waar dat op slaat. De contacten die wij krijgen door onze streekproducten te vermarkten, zijn heel waardevol en ze helpen ons groeien.”

**“Speciaalzaken vragen geregeld nieuwe producten.”**

**Jo Van Caenegem: “De traditie is belangrijk”**

“Het Vlaams streeklabel onderscheidt zich in lokale werkingen door de nadruk die wij leggen op traditie”, vertelt Jo Van Caenegem, projectverantwoordelijke Steunpunt Streekproducten bij VLAM. “Door een product op deze manier te promoten wordt het bekender en is de kans groter dat het blijft bestaan. Zo kunnen we Vlaamse gastronomische tradities behouden. Het Vlaams streeklabel volgt de trend naar diversificatie en doet dat door terug te grijpen naar de diversiteit die er vroeger was. Oude fruitrassen zijn daar het beste voorbeeld van. Die kennis en knowhow mag niet verloren gaan.”

“Om het Vlaams streeklabel te dragen, moet je aan vijf criteria voldoen. Het eerste is traditie. Het product moet minstens 25 jaar bestaan. Bij een jonger product kun je moeilijk spreken van traditie. Ten tweede moet het product faam hebben in zijn streek. Wat die faam precies inhoudt, verschilt van product tot product, maar in elk geval moeten de betrokkenen het product goed kennen. Het moet ook gemaakt zijn met streekeigen grondstoffen of goed ingeburgerd zijn, zoals chocolade, koffiebonen of amandelen. Verder moet de producent ook werken volgens de ambachtelijke traditie, met respect voor het oude recept. Hij mag daar natuurlijk wel hedendaagse technieken voor gebruiken. En ten slotte is het een must dat het product gemaakt wordt in de streek van oorsprong.”

Jo Van Caenegem is geschiedkundige en kok. Tegen die achtergrond weet zij traditioneel Vlaamse voedingsmiddelen zeker naar waarde te schatten. “Deze producten maken deel uit van ons erfgoed. Bakkers en slaggers praten wel eens met hun collega’s over de verschillen tussen hun producten, maar ze gebruiken die verschillen te weinig om een lokaal verhaal te vertellen. Toch is dat erg interessant voor bijvoorbeeld het toerisme in de streek. Landbouwers kunnen bijvoorbeeld diversifiëren door naast hun standaardteelt iets te doen met een oud ras. Wij helpen hen via het label om hun product bekender te maken. Dat is een meerwaarde. We mikken niet op massaproductie, wel op een meerprijs.” ■

