

# Biodiversiteit, een troef voor onze cultuurgewassen op de markt!

Femke Temmerman

*Als afsluiting van het demoproject 'Genetische diversiteit in groentegewassen in actie' werd op 12 januari 2012 een infonamiddag georganiseerd rond het vermarkten van lokale streekcrassen of telerselecties. In het project werd gefocust op telerselecties van vier groentegewassen maar voor deze dag werd de focus verbreed naar o.a. fruit en runderen. De sprekers zijn stuk voor stuk behoeders van ons levend cultureel erfgoed. Echte helden zijn het, die zich met een (h)eerlijke overtuiging inzetten voor de ontwikkeling of het behoud van streekgebonden producten met een cultuurhistorische waarde.*

## **Genetische diversiteit in groentegewassen in actie**

De afgelopen twee jaar is in het project actief gewerkt rond het 'in situ' behoud van telerselecties van witloof, prei, bloemkool en selder. 'In situ' betekent dat oude, streekelijke rassen of telerselecties via zaadvermeerdering door telers of andere instanties in de regio in stand gehouden worden. 'Ex situ' behoud of een centrale bewaring in genenbanken behoorde niet tot de doelstellingen van het project. De projectacties hadden vooral voor ogen de zaadteelt van eigen telerselecties van groentegewassen op het bedrijf te ondersteunen of te stimuleren. Er werd theoretische en praktische informatie over de zaadteelt voorzien via cursussen, bedrijfsbezoeken en demonstratieproeven. Een verslag van een aantal activiteiten en algemene informatie over de zaadteelt is te vinden op de website [www.zelfzadentelen.be](http://www.zelfzadentelen.be). Zelf zaden telen en het in stand houden van biodiversiteit in de huidige teelten marktomstandigheden vergen niet alleen veel overtuiging van een teler maar ook het doorzettingsvermogen om een meerwaarde te creëren zodanig dat het economisch rendabel blijft. Ter afsluiting van het project brachten enkele telers ons hun inspirerend verhaal.

## **De Moese Patat: smaak in onze natuur!**

De Moese Patat bestaat al tientallen jaren in Moerzeke en omstreken (Oost-Vlaanderen) en staat vooral bekend om zijn vroegheid.

Stijn Windey houdt op zijn bedrijf Agra Claessens de traditie van deze bijzondere aardappel met spreken- de naam in ere. Omstreeks half januari worden reeds de eerste aardappelen gepoot onder koud glas. Dit gebeurt volgens de traditie manueel en met voorgekiemd pootgoed. Vanaf half april tot eind augustus worden de 'echte' Moese patatten ge- rooid. Hun vroegheid hebben ze vooral te danken aan de ligging van het teeltgebied in een bocht van de Schelde waardoor er minder risico is op lente- vorst. Maar is de Moese Patat ook meer dan een primeuraardappel? Deze vraag stelden Stijn en Greet zich toen ze deze traditionele variëteit nieuw leven wilden inblazen. Het antwoord hierop gaf hun genoeg redenen om de aardappel opnieuw een bre- dere bekendheid te geven. Naast de primeurkwalite- it heeft de Moese Patat ook een uitstekende smaak die zijn oorsprong vindt in de zware kleigrond van het vroegere overstromingsgebied van de Schel- de. De aardappel is lichtbloemig en heeft bovendien meer te vertellen dan een gewone aardappel want er is een rijke traditie aan verbonden.

Hun inspanningen voor het behoud van deze traditi- onele, streekelijke teelt werden in 2011 beloond met een erkenning door de VLAM als streekproduct. Om hun 'Moese Patat' als specialiteit op de markt te brengen, hebben Stijn en Greet oog gehad voor de uitstraling, het gebruiksgemak en de herkenbaar- heid van hun product. Hiervoor hebben ze een spe- cifieke verpakking ontworpen en een eigen bedrijfs- logo. Met zijn slogan 'Smaak zit in onze natuur!' ver- telt Stijn dat smaak niet alleen uit de grond komt maar ook in onze eigen beleving zit.

## **Pajottenlander: biodiversiteit als bron voor smaak**

Peter Vandendaele begon in 1987 met een klein- schalig fruitteeltbedrijf in Pajottenland. Hoogstam- fruit en biologische teelt lagen voor Peter voor de hand, maar de afzet van vers fruit was niet goed georganiseerd en nog erg klein. Daarom startte hij met de verwerking van fruit, eerst in fruitwijnen en later schakelde hij over op sappen. Vandaag biedt Pajottenlander een volledig gamma fruit- en groen- tesappen, en fruitbereidingen.

Om de goede smaak van de sappen zo constant mogelijk te houden, wordt steeds gezocht naar een mix van goede variëteiten. Enerzijds heb je variëteiten nodig die veel volume geven en anderzijds heb je smaakvariëteiten nodig die veel suikers, zuren en aroma's geven. Daarom worden zowel moderne rassen als oude, smaakvolle rassen van hoogstamboomgaarden gebruikt. Naast de eigen, lokale productie in het Pajottenland, wordt ook biologisch fruit aangekocht via de veiling. Om hiervan minder afhankelijk te zijn, wil men in de toekomst meer werken met contracttelers die hun rassenkeuze respecteren.

Voor hun wortelsap werken ze samen met een Duitse firma die gespecialiseerd is in de productie van halffabricaat. Na gesprekken met deze leverancier heeft men ervoor gekozen nu ook zaadvaste wortelrassen te verwerken. De smaak is uitzonderlijk goed, maar een mix van rassen is gewenst. De instandhouding van oude rassen ligt Peter nauw aan het hart. Op zijn boomgaard houdt hij ook schapen van het Belgisch melkschaap, een oud Vlaams ras. Peter sluit zijn verhaal af met een pleidooi voor verscheidenheid. "Niet alle appels moeten hetzelfde zijn".

### **Vermarketing van witblauw dubbeldoel runderen**

Witblauw dubbeldoel runderen, de voorouders van de dikbilrunderen, zijn met uitsterven bedreigd. In Vlaams-Brabant zijn er nog maximum 15 boeren die samen zo'n 800 melkkoeien van het oude, streekeigen ras houden. Eén van de bezielsters van het ras is

Ann Vandepoel. Haar bedrijf 'Hoeve in de zon' in Vissenaken is van oudsher een gemengd melkveebedrijf met eigen voederverzorging en dubbeldoel koeien. Toen ze in 1989 samen met haar man het ouderlijk bedrijf overnam, bleven ze vasthouden aan die traditie. "Om de dubbeldoel koeien te houden heb je niet veel kennis nodig, daarom zijn we een beetje de 'underdog' onder de andere boeren in de streek", zo getuigt Ann. Door vast te houden aan het principe van een gesloten kringloop en bewust te kiezen om geen soja in te voeren op het bedrijf, gaan ze bovendien tegen de stroom in. Maar het schrikt Ann niet af om door te gaan in hun duurzame bedrijfsvisie en nieuwe kansen te benutten.

Voor de instandhouding van het ras krijgen ze hulp via een Europese subsidie voor bescherming van de genetische diversiteit. Maar voor een goed behoud van het ras is meer nodig. Zo is het noodzakelijk het nog resterende genetisch materiaal maximaal uit te wisselen met de andere instandhouders van het dubbeldoel ras in Vlaanderen, Wallonië en Noord-Frankrijk. Met slechts een beperkte 'stierenbasis' blijft het immers opletten voor inteelt. Om de streekeigenheid te bewaren, heeft men op Vlaams niveau het streekproduct label aangevraagd en verkregen. Dit label is ongetwijfeld een troef voor de verkoop van hun producten, want het maakt ze duidelijk onderscheidbaar van andere producten. In de uitbouw van hun rechtstreekse verkoop en hun nevenactiviteiten als 'kijkhoeve', toont Ann dat ze er best fier op is.



Toch wil ze nog benadrukken dat het vermarkten van biodiversiteit geen evidentie is. Zo ervaren ze bv. dat de naam 'witblauw' nog te veel geassocieerd wordt met de dikbilrunderen waardoor hun producten nog onvoldoende onderscheidbaar zijn. Kleinschaligheid heeft bovendien zijn prijs vergeleken met de goedkope 'eenheidsworst' uit groot-schalige productie die we als consument ondergaan, zonder het te beseffen. En de korte keten verkoop is vaak nog te ver weg voor de consument omdat het extra inspanning vraagt om naar de hoeve te komen.

### **Bel'Orta: het nieuwe merk voor 'vergeten groenten'**

Met 'Bel'Orta' lanceren de Mechelse Veilingen een nieuw merk op de markt voor 'vergeten groenten' die op kleine schaal worden geteeld onder het Flandria keurmerk. Met dit nieuwe merk willen ze het lokale en seizoensgebonden karakter benadrukken en mensen leren de groenten terug te appreciëren. Luc Peeters van de Mechelse Veilingen licht enkele kerncijfers toe van Bel'Orta. Men startte in 2011 met 22 groenten die in totaal door 148 telers worden geproduceerd in coöperatieverband. Volumematig is de productie beperkt, maar het belangrijkste voor de Mechelse Veilingen is dat er voldoende draagkracht is binnen de coöperatie. In hoeverre Bel'Orta ook kansen zal bieden om biodiversiteit mee in het verhaal op te nemen, is nog onduidelijk. "In ieder geval is het verhaal nog niet af", zo verklaart Luc Peeters. "Ook de consument is divers, maar het zijn ook kuddedieren. Een verandering teweeg brengen in het koopgedrag is dan ook een traag proces waarbij communicatie heel belangrijk is. Je moet de waarden die schuil gaan achter de verscheidenheid mee naar buiten brengen om de consument te leren meer aandacht te hebben voor de intrinsieke kwaliteit. Zonder dit verkoopt het niet."

### **Hulp van Innovatiesteunpunt**

Voor elk van deze toegelichte cases is de ondernemer op zoek gegaan naar een plaats op de markt. Marketing is van belang om specifieke producten op de markt (korte keten, groothandel,..) te positioneren. Het Innovatiesteunpunt voor land- en tuinbouw kan hierbij hulp bieden. Telers kunnen er terecht voor o.a. het opstarten en begeleiden van samenwerkingsverbanden, advies op maat en hulp bij alerhande praktische regelingen.

### **Biodiversiteit als troef!**

Als afsluiter van de studienamiddag konden alle sprekers en aanwezigen deelnemen aan de ronde tafel, waarbij doorgepraat werd over de marktkansen van biodiversiteit. Elk van bovenstaande cases geeft aan dat onderscheidbaarheid op basis van biodiversiteit kansen biedt op de markt. Een voorwaarde om die kansen te benutten, is dat het verhaal van die biodiversiteit doorheen de hele keten mee onder de aandacht moet gebracht worden. Voor telers met een korte keten afzet is deze marketing geen evidente opdracht. Elk marketingverhaal is immers anders en er is geen pasklare procedure. Bovendien is tijd vaak een beperkende factor bij diversificatie op de hoeve. Toch zijn heel wat telers er reeds in geslaagd een kwaliteitsvol en uniek product te vermarkten, getuige bovenstaande voorbeelden.

Maar ook de handel heeft als belangrijke speler op de markt een belangrijke rol te vervullen in de communicatie naar de consument rond biodiversiteit. Binnen Bel'Orta staat men hiervoor open, maar "dit moet op een aparte manier en stap voor stap worden aangepakt", zo verklaart Luc Peeters. Hier liggen alvast kansen om streekeigen rassen en telerselecties meer onder de aandacht te brengen.



Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling:  
Europa investeert in zijn platteland

**Contactpersoon:** Femke Temmerman (Inagro)  
**Tel:** +32 (0)51 27 32 51  
**E-mail:** femke.temmerman@inagro.be