

# Nieuwjaarsvergadering Studiekring Guvelingen

## Diversificatie in de fruitteelt



Vrijdag 13 januari jl. ontving Studiekring Guvelingen zijn leden voor de traditionele nieuwjaarsvergadering in de Wintertuin van de Tuinbouwschool Onze-Lieve-Vrouw te Sint-Truiden.

Het thema "Diversificatie in de fruitteelt" blijkt niet zo nieuw te zijn. De appelciderkelder van Broeder Hendrik in de Tuinbouwschool was al meer dan een halve eeuw geleden ver buiten de fruitstreek bekend. Bij een oud-leerling van de school, de heer Derooy (wijnbouwer in Luxemburg), kon Studiekring Guvelingen nog een authentieke fles "Edelhalbi", in 1953 gebotteld te Guvelingen, op de kop tikken.

Koen Symons van het Innovatiesteunpunt voor Landbouw en Platteland stelde dat de veranderende maatschappij heel wat bedreigingen in zich heeft, maar ook kansen om als fruitsector op in te spelen.

Zes bedrijven die reeds met een verbreding actief zijn fleurden de bijeenkomst op en stelden hun activiteiten en producten voor en ter beschikking voor de realisatie van een overheerlijke nieuwjaarsreceptie met streekproducten.



Edelhalbi, diversificatie anno 1953 in de ciderkelder van de broeders.

### Diversificatie in de fruitteelt

De veranderende maatschappij heeft heel wat bedreigingen maar ook kansen in zich om als fruitsector op in te spelen. Diversificatie, zowel door toegevoegde waardecreatie op het product zelf, als door verbreding van de activiteiten op het bedrijf, is hierin van



Koen Symons: "de veranderende maatschappij biedt kansen om als fruitsector op in te spelen."

groot belang.

Er zijn een aantal trends in het voedingsverbruik van de Vlaming, die een belangrijke impact hebben op alle sectoren van de voedingsindustrie. Ze bieden echter ook belangrijke kansen voor de fruitsector om op in te spelen. Alle voeding moet hapklaar en binnen handbereik zijn, wil het succes hebben. In de tankstations langs de autosnelwegen vind je nu al vers verpakte appelpartjes van het Nederlandse Znek. Er zijn echter ook al producten op de markt zoals KnorrVie die de consument beloven de helft van de noodzakelijke dagelijkse hoeveelheid fruit en groenten te leveren door 1 flesje uit te drinken. Ook de service is zeer belangrijk. Als het fruit maar te nemen valt, dan zal het ook gegeten worden.

Een tweede zeer belangrijke trend in het voedingsverbruik is het belang dat de consument hecht aan gezondheid. Meer dan de helft van de Vlamingen heeft een te hoge cholesterol. Voeding met eigenschappen die de gezondheid positief beïnvloeden hebben een unieke meerwaarde voor de consument. Verschillende universiteiten zijn zeker bereid om mee onderzoek te verrichten om zulke producten te ontwikke-

len en ook de Vlaamse overheid stimuleert innovatie in onze voedingsproducten door de oprichting van Flanders Food.

De consument is zeer gevoelig voor de veiligheid van zijn voeding. Hij wil in toenemende mate weten vanwaar zijn voeding komt. Dit is dan ook de grote troef voor de hoeveverkopers. De consument koopt rechtstreeks bij de producent, sterker kan een band niet zijn. Wil je meer informatie over de wetgeving op hoeveverkoop of op de zelfcontrole bij de verwerking van je producten dan kan je steeds contact opnemen met het steunpunt hoeveproducten op 016/24.39.54. Ook het succes van foto's van de producenten op de verpakking of van de Nederlandse actie "Adopteer een appelboom" is te verklaren door deze trend.

Samengevat kan men stellen dat voeding in de toekomst zoveel mogelijk moet voldoen aan de 5 G's: gezond, genot, gemakkelijk, gezellig en goedkoop. Hoe meer de producent inspeelt op de eerste 4 G's, hoe minder belang de consument zal hechten aan de vijfde G, de prijs. Daarnaast zullen de coöperaties, maar ook de individuele telers meer en meer aandacht moeten schenken aan een goede marketing- en communicatiestrategie om hun producten aan de man te brengen.

Naast de toegevoegde waardecreatie op het fruit, kunnen fruittelers ook alerhande andere activiteiten gaan uitoefenen op hun bedrijf. De mogelijkheden op dit vlak zijn, mits de nodige creativiteit, bijna onuitputtelijk. Meer en meer mensen willen er af en toe dicht bij huis een weekendje tussen uit wat het succes van het hoefvetoerisme verklaart. Voor originele formules is er hierin misschien nog wel een mooie toekomst ondanks het groeiende aanbod van uitbatingen. Ook voor rondleidingen op bedrijven is er nog veel interesse van groepen en gezinnen. Op het vlak van recreatie zijn er echter nog heel wat andere mogelijkheden gaande van het organiseren van verjaardagsfeestjes op de boerderij tot heuse originele teambuildingsactivi-

teiten. Komt je idee niet in aanmerking voor VLIF-subsidie, dan kan je misschien wel beroep doen op provinciale subsidies. Zo kun je bij de provincie Limburg ook subsidies krijgen voor het openstellen van je productieruimtes (meer info op [landbouw@limburg.be](mailto:landbouw@limburg.be)). Naast verbreding op het vlak van toerisme en recreatie kan je ook aan natuurbeheer gaan doen. Zo zijn er nu reeds een aantal land- en tuinbouwers die hagen onderhouden in de provincie Limburg. Ook groene zorg is nog een mogelijkheid. Reeds meer dan 130 Vlaamse land- en tuinbouwers vangen zorgbehoevenden op op hun bedrijf (meer informatie kan je steeds krijgen bij het steunpunt Groene Zorg op 016/28.61.28).

Als je zelf aan diversificatie op je bedrijf denkt en je zit nog met vragen of je wil een professionele begeleiding, neem dan misschien best eens contact op met het innovatiesteunpunt (Koen Symons, 016/28.61.22 of via [www.innovatiesteunpunt.be](http://www.innovatiesteunpunt.be)).

Ook van plan om nieuwe producten of diensten te ontwikkelen? Heb je innoverende en creatieve ideeën? Doe mee aan de innovatiecampagne! Het Innovatiesteunpunt bekroont de beste inzendingen met een project- en een adviespremie. Info? [www.innovatiesteunpunt.be](http://www.innovatiesteunpunt.be) of tel. 016/28.61.24 (Brenda Mariën).



### De Gebroeders Bleus: 6de generatie stroopstokers



In de stroopstokerij van Vrolingen, opgericht in 1843, staat momenteel de 5de generatie aan het roer. Al meer dan 160 jaar wordt de familietraditie van stroop stoken in ere



Johnny Bleus en zoon Tom: "Met één product komen we er niet, we willen de klant een breed gamma aan ambachtelijke producten aanbieden."

gehouden en wordt de geheime receptuur van vader op zoon doorgegeven. In die 160 jaar is er enorm veel veranderd. Wat vroeger een doodnormaal bedrijfje was, zoals er een honderdtal te vinden waren in de streek, is een stroopstokerij nu een bescheiden toeristische trekpleister geworden waar een kwaliteitsvol en eerlijk product geproduceerd wordt. Maar toch hangt er een schaduw over de oude ambachtelijke stroopstokerij. De productiekost van een ambachtelijk product ligt enorm hoog. Hierdoor stijgt de prijs voor de consument en laat deze zich verleiden door het goedkopere "industriële alternatief". "Van stroop maken alleen kan men al lang zijn brood niet meer verdienen", vertelde Johnny Bleus. En vertelde hij verder: "voor de vijfde generatie stroopstokers is stroop stoken immers niet meer dan een uit de hand gelopen hobby die ik samen met mijn broer Ivo in onze vrije tijd beoefen".

Vroeger bevond de ambachtelijke stroopstokerij van Vrolingen zich in een idyllische omgeving van hoogstamboomgaarden en velden. Deze hebben echter plaats moeten ruimen voor appartementsgebouwen en drukke woonwijken. Een stroopstokerij hoort hier niet thuis maar wordt toch gedoogd door het kleinschalige karakter en de toeristische waarde, maar voor hoelang nog?

"Dit zijn maar enkele van de vele problemen die overwonnen moeten worden", vertelde Tom, één van de 4 zonen van Johnny Bleus of de 6de generatie stroopstokers, "indien we de uitdaging aangaan en de familietraditie in ere willen houden".

"Indien we een kans op slagen willen hebben, zullen we echter in de toekomst op vele vlakken veranderingen moeten aanbrengen. Met één product komen we er niet, we willen de klant een breed en diep gamma aan ambachtelijke producten aanbieden. Zo zijn we begonnen met het produceren van een ambachtelijke rode bessengelei. Het productieproces van deze gelei staat gelijk aan dat van stroop, zonder toevoeging van additieven en pectine. In de toekomst willen we ook graag terug de gemengde stroop op de markt brengen. Deze stroop is een mengeling van pure bieten- en appelstroop, vandaar de naam 'gemengde stroop'. We gebruiken hiervoor een 70 jaar oud recept van onze grootvader. Dit is een unieke stroop die als het ware op je tong smelt.

Indien we onze onderneming een kans willen geven, zullen we naar alle waarschijnlijkheid genoodzaakt zijn om van locatie te veranderen. Vandaar dat we de naam 'van Vrolingen' niet langer aanhouden, in de plaats hiervan komt 'van Bleus'.

We willen de mensen kwaliteitsvolle en eerlijke ambachtelijke producten blijven aanbieden en dit aan eerlijke prijzen. We zijn ervan overtuigd dat we alle troeven in huis hebben om op termijn alle hindernissen te overwinnen zodat het levenswerk van onze ouders en grootouders veilig de éénnentwintigste eeuw kan binnengeloodst worden. Met 'Gelei van Bleus' en 'Gemengde Stroop van Bleus' zijn de eerste stappen genomen van een lange weg naar een succesvolle onderneming," beëindigde Tom zijn verhaal namens zijn broers Raf, Gert en Kim.

Info: [tobleus@msn.com](mailto:tobleus@msn.com), tel. 012/74.30.45

### Fancy fruit



Theo Jammaers en Marleen Wulms zijn als fruittelers gespecialiseerd in houtig kleinfruit (bessen, bramen, frambozen). Daar-



Theo Jammaers en Marleen Wulms: "Wij merken dat de klanten een authentiek en eerlijk product kunnen appreciëren en bereid zijn hiervoor een eventuele meerprijs te betalen".

naast hebben ze ook kersen, pruimen en een verzameling oude appel- en perensoorten. Het grootste gedeelte van het kleinfruit wordt via de producentenvereniging Belgische fruitveiling vermarkt. Het overige wordt op ambachtelijke wijze in kleine hoeveelheden verwerkt tot confituren, gelei, siroop en sappen. De verwerking gebeurt op het eigen bedrijf, Fancy Fruit, in een daarvoor speciaal ingerichte ruimte. Hiervoor konden ze rekenen op advies en steun van de provincie Limburg en het Innovatiesteunpunt.

Door het gebruik van een minimum aan suikers en door het werken zonder toevoegingen wil Fancy fruit de smaak van het rijpe fruit laten primeren. De commercialisering gebeurt aan huis, via de toeristische diensten van Haspengouw en via gespecialiseerde tuinbeurzen. "Wij merken dat de klanten een authentiek en eerlijk product kunnen appreciëren en bereid zijn hiervoor een eventuele meerprijs te betalen", verduidelijkt Theo. "Voor het persen van ons fruit kunnen we terecht bij een loonperser die ons appelsap, al of niet in combinatie met bramen of krieken perst en afvult".

Anderzijds ontvangt Theo de bezoekers in hun pluk- en proeftuin waar op een beperkte oppervlakte een uitgebreide collectie fruitplanten aangeplant staan. Het ziet eruit als een groene kamer (overdekt). De bezoekers horen de uitleg over de verschillende planten, ze zien de planten (en in het juiste seizoen ook de vruchten), ze mogen ervan proeven en hopelijk doen zij zo ideeën op om zelf meer fruit te verwerken. In de verwerkingsruim-

te vertelt Marleen de bezoekers over de manier van werken, de bereidingen, de recepten ... tijdens het koken.

"Fancy Fruit is een kleinschalig familiaal bedrijf. Om naast de fruitproductie ook bezig te zijn met de verwerking en de commercialisering ervan, is heel wat organisatie nodig. Anderzijds zijn de contacten met geïnteresseerde klanten een reden om steeds te zoeken naar nieuwer en beter", besluiten Marleen en Theo.

Info: fancyfruit@skynet.be, Fancy Fruit, Kasteelstraat 34, B-3840 Borgloon, tel. 012/74.47.30

### Fruitsnacks: "Fruit for everybody"



"An apple a day, keeps the doctor away" is de basis-idee achter Fruitsnacks, het meest

recent opgerichte bedrijf aangaande diversificatie in de fruitteelt, van Karel Paesmans uit Wijer.

Organisaties, bedrijven en particulieren krijgen een gezonde snack, hapklaar uit het vuistje, in de vorm van een stuk fruit op het hun gewenste adres geleverd.

Door te bestellen via internet, telefoon, fax of met een wekelijks abonnement is het eenvoudig om de bedrijven te overtuigen van de gezonde tussendoortjes. Zo neemt Fruitsnacks de grootste drempels weg om de fruitconsumptie te verhogen, zowel op de werkvloer als privé. Fruitsnacks levert wekelijks fruitkorven aan voornamelijk bedrijven (een variant op de snoepautomaat, maar dan met vers fruit dat de werkgever betaalt). Voor het bedrijf hoeft dat geen kost te zijn



Karel Paesmans overhandigt een fruitkorf aan gedeputeerde voor Landbouw Marc Vandeput.

want uit studies uitgevoerd in landen waar het systeem van bedrijfsfruit al langer bestaat, blijkt:

- het gezonde fruit verdient zichzelf terug door minder absentisme;
- fruit bevordert de productiviteit;
- minder personeelsverloop;
- een jong imago voor het bedrijf enz.

In de basiskorf van Fruitsnacks zitten ongeveer 50 stukken fruit waarbij het minimaal 6 verschillende soorten zijn. Deze korf wisselt wekelijks van samenstelling en draait zo met de seizoenen mee.

"Fruitsnacks gebruikt zoveel mogelijk fruitsoorten die hier in Haspengouw geteeld worden en promoot daarmee de fruitgeneugten van onze mooie streek", aldus Karel.

Voor meer info: [www.Fruitsnacks.be](http://www.Fruitsnacks.be), Karel Paesmans, Mierhoopweg 34, 3850 Nieuwerkerken, tel +32 (0)11/69.52.80, Fax + 32 (0)11/59.66.70.

*In een volgende bijdrage zullen we de bedrijven Dendauw & Jacob, Vanhellemont, alsook de Zorgboerderijen in de spots zetten.*

*Andere bedrijven die ook reeds actief zijn met diversificatie op hun fruitbedrijf willen we ook graag voorstellen in Fruitteelt-nieuws. Contacteer ons dan op [info@stugu.be](mailto:info@stugu.be) of via de redactie.*

### Nieuwjaarsdrink

Tijdens de nieuwjaarsreceptie konden de aanwezigen meerdere producten van de deelnemende bedrijven, verwerkt in heerlijke creaties, degusteren. Voor de bereiding hiervan zorgden de leerlingen en leerkrachten van de Sociaal Technische afdeling van de Tuinbouwschool Onze-Lieve-Vrouw.

In het volgend nummer van Fruitteelt-nieuws presenteren zij in de rubriek StuguCuli deze overheerlijke fruitge-rechten.

Eddy Leclere

Studiekring Guwelingen