

## INNOVATIETELEX • 02/2016



© TIM DE BACKER



© VAN ELVEN AGRA



© ROMBERAMA



© PETER DENEULIN

# EEN KWARTET INNOVATOREN VAN TOEN

De tiende Innovatiecampagne voor boeren en tuinders ging van start. Enig spuurwerk in de archieven leert dat in totaal 110 ondernemers bekroond werden tijdens de voorbije campagnes. Naar aanleiding van de nieuwe editie contacteerden we lukraak enkele van deze laureaten. Hoe denken ze terug aan de bekroning? Welk belang heeft hun innovatie gehad voor hun bedrijf? En hoe 'boeren' ze vandaag? Een telefonische rondvraag.

## INNOVATIECAMPAGNE

Freddy Robberecht, stafmedewerker Communicatie

### 1 Het Land van Ny

In 1998 bekroonde de eerste Innovatiecampagne 16 bedrijven. Een van hen was het Land van Ny. Zij waren een van de 46 innovatieve pioniers die door Paul Vanhouche en Lieven Vandeputte, de toenmalige voortrekkers van het Innovatiesteunpunt, aan de jury gesignaleerd werden. Jos en Bieke van Reeth hadden in 1994 hun melkveebedrijf in Bevel ingeruild voor een enorme kasteelhoeve in Ny bij Hotton (Marche). "Ons melkquotum in Bevel was klein en de zin om volledig

biologisch te gaan boeren was groot. In Bevel deden we aan thuisverwerking. We waren ook niet van boerenafkomst en dat alles was ongewoon in die tijd." Jos ging op zoek naar meer ruimte om te boeren en kwam na heel wat prospectie in binnen- en buitenland bij toeval uit op de *Château-ferme de Ny*, waar ze hun project met landbouw, educatie en animatie (met onder meer middeleeuwse ridderspelen) konden realiseren. Het Land van Ny was geboren. Ze waren volop met de uitbouw bezig toen ze bekroond werden in de Innovatiecampagne. "Dat was een heuglijke gebeurtenis, vooral omdat we onszelf niet als kandidaat hadden opgegeven. We waren geen lid van Boerenbond en wisten zelfs niet van het bestaan van die prijs. Het was een teken van openheid naar een 'andere', brede landbouw. We zagen het ook als de aanvaarding door het klassieke landbouw-

milieu en daar waren we heel blij mee. De geldsom was welkom, maar vooral de eer van de bekroning was reden tot vreugde."

In de jaren die volgden, integreerden Jos en Bieke de middeleeuwse ridderanimatie in een aanbod van kasteelklassen (voor scholen tijdens het jaar) en kinderkampen (voor individuele kinderen in de vakantie). Als voormalige onderwijzeres leeft Bieke zich uit in de educatieve aspecten, terwijl Jos zijn fantasie en zijn paardenliefhebberij kwijt kan op de kasteelhoeve. Qua landbouwproductie ligt de focus ook op biovlees. Jos heeft een eigen runderras gefokt, op basis van salersrundersen, simmentalers en marchigiana's. Hij specialiseerde zich in paleo-grasvlees, waarbij de dieren het hele seizoen lang telkens een nieuw weideperceel krijgen. In deze aanpak simuleert men dus het gedrag van

de 'oerkuddes', waarbij de dieren door een vallei trokken en niet terugkeerden vooraleer het gras opnieuw gegroeid en smakelijk was. Deze werkwijze bevordert de groei van gras-klavers en het bodemleven. De dieren groeien beter en blijken gezonder, want worm- of geneesmiddelen zijn niet nodig. Na de graasperiode worden ze geslacht in het najaar – en alleen in het najaar.

Jos levert vleespakketten aan klanten in heel België. "Onze filosofie is eenvoudig. Door het natuureigen van de dieren (en mensen) te respecteren, willen we goed en gezond vlees produceren voor onze klanten. Via de bijzondere sfeer van onze boerderij laten we kinderen de kleine, fijne zaken van het leven ervaren."

## 2 Van Elven Agra

De campagne van 2006 bracht een bekroning voor Stefaan en Nele van Elven-Devoghel. Bij de overname van het akkerbouwbedrijf van de ouders van Stefaan hadden ze de stap gezet naar de verkoop van gewassen aardappelen. Ze vonden dat dit product een andere verpakking 'verdiende' dan de netzakjes waarin ongewassen aardappelen aangeboden worden. Ze zochten naar een verpakking die hun gewassen aardappelen een duidelijk onderscheiden gezicht zou geven. Door bemiddeling van het Innovatiesteunpunt kwamen ze in contact met humorist, striptekenaar en kunstenaar Herr Seele. "Het was een heel avontuur", vertelt Nele. "Het heeft een vol jaar geduurd vooraleer het ontwerp klaar was. Werken met een kunstenaar is immers niet vanzelfsprekend, een kwestie van deadlines en zo. Maar het resultaat kon ons zeker bekoren." De bekroning in de Innovatiecampagne omdat ze een 'anoniem' product een eigentijds en grappig gezicht gegeven hadden, was een mooie afronding van het parcours. De nieuwe verpakking was voor de klanten ook een aanduiding van het elan van de jonge overnemers "Maar belangrijker dan de prijs op zich was de kennismaking met het Innovatiesteunpunt en hun begeleiding inzake ontwikkeling en presentatie van een product", stelt Nele vandaag. De bekroning was overigens geen eindpunt. "We hebben ook een huisstijl laten ontwerpen voor aardappels, uien en wortels van ons merk 'Vers van de boer'. En twee jaar geleden hebben we een eigen presentatiemeubel laten ontwerpen, waarmee we onze aardappelen in de winkels veel zichtbaarder kunnen presenteren."

## 3 Romberama

In 2012 waren Raf en Ben Rombauts laureaat, als bedrijfsleiders van amarylliskwekerij Romberama in Loenhout. Zij werden bekroond voor het geheel van de milieuvriendelijke technieken op hun bedrijf, in het bijzonder voor het idee om met sensoren de stress van planten te bepalen. Raf vertelt: "Ik had dit projectvoorstel ingediend omdat ik erg geloof in de mogelijkheden om met sensoren de stress bij planten te meten. Zeker in de sierteelt kan dat nuttig zijn. In de groenteteelt zie je het meteen wanneer het gewas in stress gaat. De bladeren gaan slap hangen of verkleuren ... Bij sierteeltgewassen blijft dat langer verborgen. En daar zouden sensoren heel snel de informatie kunnen geven waarmee je berekening, belichting, bemesting enzovoort kunt aanpassen."

De innovatieprijs heeft heel wat in beweging gebracht. Raf en Ben werden verkozen tot de 'Meest beloftevolle jonge siertelers van het jaar'. Ze behaalden de bronzen roos in de internationale sierteeltwedstrijd van Niagara (Toronto) in Canada en verwierven een kmo-portefeuille voor de aankoop van sensoren, waarna een studente twee jaar lang het gebruik ervan volgde voor haar thesis. Onlangs is er nog een IWT-project opgesteld. Vooralsnog heeft het idee geen economisch voordeel gebracht voor Romberama. "De ontwikkeling is sowieso een project van lange adem, maar ik geloof in de voordelen. Wij zijn een gespecialiseerd amaryllisbedrijf. We snijden dus maar een keer per jaar bloemen, in de periode november-december. Als we dan merken dat er iets mis is, hebben we er het raden naar wanneer het precies fout gelopen is. Hebben we te weinig water gegeven toen het in juni zo warm was? Hadden we meer moeten belichten in januari? Het blijft gissen. De sensoren zullen ons toelaten om adequaat en tijdig te reageren wan-

neer een van de groeifactoren in een kritische fase komt. Zo kunnen we dan latere schade voorkomen."

## 4 Tuinsappen Lombarts Calville

In de categorie 'Cultuur & erfgoed' van de Innovatiecampagne van 2000 werd Luc Goossens uit Voormezele (Ieper) laureaat. In 1999 had Luc niet eens een bedrijf, maar hij had wel een project. "Het plan was een blad groot. Het bestond uit drie delen: hoogstamboomgaarden of weideboomgaarden in ons landschap herwaarderen door samenwerkingsverbanden te zoeken, het aanplanten van boomgaarden met oude appelrassen aanmoedigen door de eigenaars de mogelijkheid te geven om hun fruit bij ons te laten persen en, ten derde, eigen fruitsappen en cider produceren en verkopen."

De bekroning in de campagne van 2000 betekende heel veel voor hem. "De geldprijs was zeker welkom, want elke frank was meegenomen in die periode. Maar nog belangrijker was de blijk van waardering. Het deed erg veel deugd dat buitenstaanders in ons project geloofden. Dat motiveerde enorm. Je mag niet vergeten dat het niet evident was om te starten vanuit het niets. We hebben in de eerste jaren best wel moeilijke dagen gekend."

Vijftien jaar later is Luc nog altijd trouw aan de doelstellingen uit de beginjaren. Alleen is elke activiteit intussen uitgegroeid tot een erg arbeidsintensieve bedrijfstak. "We hebben nu ongeveer 15 ha biologische hoogstamboomgaarden in eigendom of beheer, die vorig jaar enkele tientallen tonnen fruit opgeleverd hebben. De komende jaren zal de productie van biologische hoogstamappels nog sterk toenemen. Voor onze loonpers hebben we enkele honderden klanten uit Oost- en West-Vlaanderen, Henegouwen en Frans-Vlaanderen. Ook de productie van onze eigen sappen gaat er ieder jaar op vooruit. Wij vinden het belangrijk om onze sappen zelf te blijven leveren. Zo kunnen we het contact met onze klanten onderhouden. Omdat de pluk en de loonpers voor particulieren samenvallen in het najaar, is het werk soms amper doenbaar." In de loop der jaren stapte Kris Vanderstichele, de echtgenote van Luc, in het bedrijf en ze deden een beroep op een groeiend aantal seizoenarbeiders.

"Momenteel zijn we druk aan het nadenken over de richting die we uitwillen en over hoe we dat het best aanpakken. Zonder de Innovatieprijs hadden we ons project ook doorgezet, maar de morele steun die de prijs ons gegeven heeft, gaf ons het vertrouwen dat er muziek in zat."

## BINNENKORT

### >> Event

## Open Energiedag

Op 11 maart organiseert Enerpedia een dag waarop tientallen land- en tuinbouwbedrijven, verspreid over heel Vlaanderen, hun deuren openzetten om landbouwers te laten kennismaken met de innovatieve energietoepassingen die zij implementeerden. Omdat je deze bedrijven kunt bezoeken om 11 uur, om 13 uur en om 15 uur, kan je die dag langsgaan op meerdere bedrijven.

**PRAKTISCH** – Schrijf je in op [www.enerpedia.be](http://www.enerpedia.be). Je vindt er ook op alle informatie over de deelnemers. • Informatie: contacteer innovatieconsulent Tom Schaecken ([tom.schaecken@innovatiesteunpunt.be](mailto:tom.schaecken@innovatiesteunpunt.be) of 016 28 61 29)

### >> Cursus

## B2B-verkoop

Wanneer je je producten niet rechtstreeks aan de consument verkoopt maar aan buurtwinkels, horecazaken of supermarkten, wijzigen soms de wettelijke regels waaraan je moet voldoen. Tijdens een tweede avond kan je in debat gaan met onder andere innovatieconsulent Patrick Pasgang en met producenten die de stap naar de zogenaamde B2B-verkoop al gezet hebben. Hoe hebben zij dat

aangepakt? Wat zijn hun ervaringen? Zijn er do's-and-don'ts?

**PRAKTISCH** – In West-Vlaanderen wordt de cursus georganiseerd op 15 en 29 februari. In Oost-Vlaanderen op 17 februari en 2 maart. In Vlaams-Brabant op 18 februari en 3 maart. • Inschrijven kan door te mailen naar [kvangoidtsenhoven@ons.be](mailto:kvangoidtsenhoven@ons.be). • Informatie: [www.steunpunthoeveproducten.be](http://www.steunpunthoeveproducten.be).

### >> Cursus

## Opleidingen bedrijfsopvolging

In deze vijfdelige lessenreeks worden alle aspecten van een bedrijfsopvolging toegelicht aan de hoofrolspelers in zo'n bedrijfsoverdracht. De beslissing is genomen, de continuïteit is gewaarborgd. Wat zijn de volgende stappen? Hoe begin je de overdracht uit te voeren? Waarover moet je nadenken? Waarmee moet je rekening houden? Welke valkuilen zijn er? Je krijgt een duidelijk overzicht van de wirwar van vragen die op je afkomen.

**PRAKTISCH** – Je kunt deze cursus volgen op het provinciaal Boerenbondkantoor in Hasselt. De cursus start begin maart. Meer info vind je binnenkort op [www.kenniscentrumbedrijfsopvolging.be](http://www.kenniscentrumbedrijfsopvolging.be).

Innovatiesteunpunt  
voor landbouw en platteland



Het Innovatiesteunpunt is een initiatief van Boerenbond en Landelijke Gilden in partnerschap met Cera en KBC.

Diestsevest 40 • 3000 Leuven  
T 016 28 61 20 • F 016 28 61 29  
E [info@innovatiesteunpunt.be](mailto:info@innovatiesteunpunt.be)  
I [www.innovatiesteunpunt.be](http://www.innovatiesteunpunt.be)