

# Valorisation of locally produced dairy and meat products from native livestock breeds

Session 01 – Added value of local livestock breeds

*S.J. Hiemstra, N. Remijn, A.H. Hoving-Bolink, L. Amat and D. Traon*

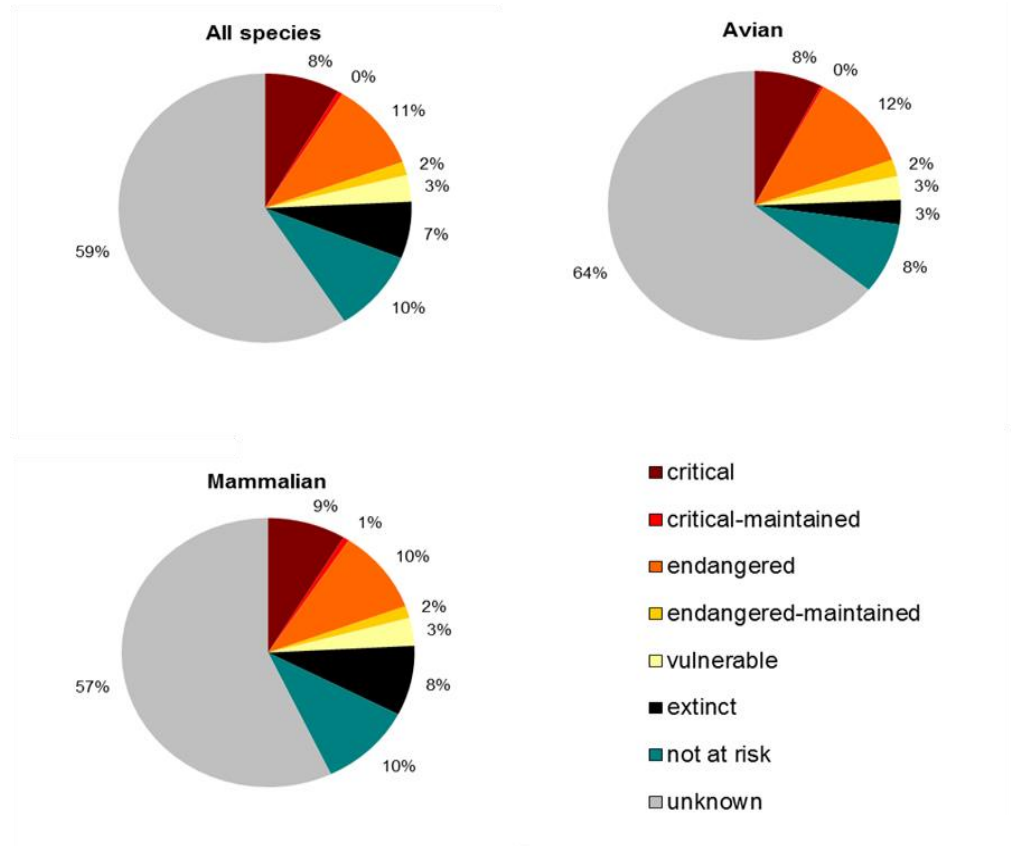


# This presentation

- Valorisation strategies for local livestock breed - why?
- Initiative of the European Parliament - followed by EU DG AGRI commissioned Preparatory Actions
- Recommendations for valorisation initiatives
- Case study in the Netherlands on cattle breeds – Lessons learned

# Why are local livestock breeds endangered?

- Many reasons
  - Lower productivity
  - Globalisation
  - Demographic factors
  - Lack of breeding programs
  - Lack of policies/regulations
  - “Market failure”
  - Etc.



FAO, 2018

# Local livestock breeds often have different values and provide different services

## Values of AnGR/local breeds

- *Direct use value*
- *Indirect use value*
- *Option value*
- *Existence value*
- *Economic value (production)*
- *Genetic value*
- *Cultural value*
- *Environmental value*

## The concept of ecosystem services (review by Bernues and Collado, 2018)

- 3 categories (CICES Classification):  
*Provisioning, Regulating, Cultural services*
- Plus *Biodiversity* as a separate category



## Valorisation

- Profitability for the farmer or owner of the local breed?
- (self) Sustainability?





[HOME](#)

[PREPARATORY ACTIONS](#)

[REPORTS & CONCLUSIONS](#)

[EVENTS](#)

[CONTACT](#)

Following an initiative tabled by the European Parliament in 2013, the European Commission (DG Agriculture and Rural Development) contracted two **"Preparatory actions on EU plant and animal genetic resources in agriculture"**. The first preparatory action was launched in July 2014 for a period of two years and the second in January 2016 for three years.

The aim of the **first preparatory action** is to deliver inputs on how to improve communication, knowledge exchange and networking among all the actors potentially interested in activities related to the conservation of genetic resources in agriculture. Finally, the preparatory action aims to find ways towards a sustainable and economically viable use of these resources.

The objectives of the **second study** are to better understand the stakes of European neglected genetic resources in agriculture and to tap onto their economic potential. It aims to provide inspiring examples of how to make the conservation of neglected breeds and varieties economically viable and encourage farmers and other stakeholders to engage in similar projects across the EU.

The geographic coverage of the studies is the 28 EU Member States.

The results of the first preparatory action are available on the European Commission [DG AGRI web site](#) and the reports of the second study will be made available on the same website by early 2019.

*This project website has been created in order to raise awareness regarding these studies, as well as to provide opportunity for interested stakeholders to access relevant material and to interact with the study*

## European map of genetic resources



## Latest News

» **The final conference for the preparatory action will take place in Nantes-France on the 06 and 07 September 2018.**

» **June 9th, 2016: Final Conference in Brussels - Presentations and discussions**

» **May 24th, 2016: The study report published - Literature review, studies and workshops**

# Preparatory Action EU – PGR & AnGR – II

## Central theme:

- **Valorisation of products of underutilised crop varieties and endangered livestock breeds**

## Objectives:

- To provide different categories of stakeholders with **concrete examples for valorising** the sustainable use of breeds/varieties in an economically viable way.



**Arcadia International  
and partners**

# PrepAct-II



## 4 Projects



- Assess project implementation
- Lessons learned



SOLINA WHEAT,  
THE RENAISSANCE



FILDERKRAUT/FILDERSPITZ-  
KRAUT DIE RENAISSANCE  
EINER TRADITIONELLEN



HAVE YOU EVER MET  
THE TUROPOLJE PIG?  
A CROATIAN SPECIAL-  
TY AND TRADITION



HAVE YOU EVER  
TASTED GWELL?  
A SWEET AND MILKY  
TASTE OF BRITTANY<sup>7</sup>

# PrepAct-II Compendium – 56 projects

[www.geneticresources.eu](http://www.geneticresources.eu)



The screenshot shows the website interface for the eCompendium of Valorisation Projects. At the top, there is a banner image of several sheep. Below the banner is a navigation menu with the following items: HOME, PREPARATORY ACTIONS, REPORTS & CONCLUSIONS, CONFERENCES, and CONTACT US. The main heading is "eCompendium of Valorisation Projects". Below this, there is a search bar and a list of categories: "Animals" with a count of 28 and "Plants" with a count of 28. The "Plants" category is currently selected and highlighted in green. To the right of the list is a map of Europe with numerous colored dots (green and brown) indicating the locations of the projects. The map includes zoom in (+) and zoom out (-) controls.



# PrepAct-II - User Guide for valorisation

!! Checklist of topics to be considered / Diversity of situations will require tailor-made strategies

1. Idea! Identify the genetic resources and their key values
  - a. Main characteristics, features and values
  - b. Benchmark preliminary ideas with other successful initiatives
2. Define valorisation objectives, valorisation strategy and plan
  - a. Initiative by small group of actors
  - b. Agreement on aims
  - c. Search for alliances
3. Mobilise resources and set-up the organisation
  - a. Cash and in kind resources

# PrepAct-II - User Guide for valorisation

## 4. Set-up the organisation

- a. Identify strong and active coordinator
- b. Legal issues

## 5. Define the identity and qualities of products/services: "Build the Story"

- a. Qualities of products are not automatically understood by consumers

## 6. Organise the production and create supply chain

- a. Diversity or uniformity of products
- b. Number of products and volume
- c. Assess market potential
- d. Evaluate alternative supply chains

# PrepAct-II - User Guide for valorisation

7. Define marketing approach: How to differentiate products on the market?
  - a. Strengths and weaknesses of the product (and story)
  - b. Opportunities
  - c. Consumer target groups
8. Set-up synergies with other local actors, stakeholders, authorities – ensure funding
  - a. Public bodies, regional authorities
  - b. NGOs and consumer organisations
  - c. Local communities
9. Evaluate the valorisation initiative: is it successful?
  - a. SWOT analysis - analysis of the supply chain

## Fiche for the compendium

### THE NETHERLANDS

### Zeldzaam Lekker (Rare and Tasty)

Adding value to recognised products and services from rare domestic animal breeds in the Netherlands



Zeldzaam LEKKER



The Dutch Rare Breeds Society (SZH) was founded in 1976. The foundation aims to maintain the variation among farm animals in the Netherlands and to prevent original breeds from extinction via valorisation.

SZH started the “Zeldzaam Lekker initiative” (“Rare and Tasty initiative”) in 2012, in collaboration with breeders, entrepreneurs and breed societies.

A number of entrepreneurs succeeded to develop breed-specific products and/or services. In this fiche, the focus is on rare domestic cattle breeds. A number of success stories are highlighted to explain the concept of “Zeldzaam Lekker”.

# Zuivelboerderij De Sophiahoeve

De ruim 80 jaar oude boerderij  
met een moderne  
kaas- en botermakerij



- Home
- Binnenkort
- Kaas
- Boter
- Waar te koop
- Restaurants
- Traditie
- Beschermde streekproduct
- Bekroning(en)
- Tips
- Blaarkoppen
- Geschiedenis van de blaarkop
- De Sophiahoeve
- Nieuws
- In de media
- Recensies
- Contact en route
- Links

## Home



### Familie Warmerdam: kaasmakers sinds 1600

Al meer dan 400 jaar wordt er door de familie Warmerdam kaas en boter gemaakt. De eerste Warmerdam was Cornelis Janszoon. Hij boerde rond 1600, aan de Warmerdam, de dam tussen Warmond en Sassenheim. Hij maakte al boter en kaas.

Genealogisch onderzoek heeft uitgewezen dat op de Sophiahoeve inmiddels de 12e generatie Warmerdam het beroep van kaas- en botermaken uitoefent.

Vanaf 1850 op boerderij 'de Bult' in Voorhout en vanaf 1923 op 'de Sophiahoeve' aan de Wasbeeklaan 7 in Warmond. De ruim 80 jaar oude boerderij herbergt een moderne kaas- en botermakerij. De ambachtelijke bereiding is gebleven. En nog altijd maken wij onze boter, kaas en karnemelk van de



## BIOLOGISCHE KAASBOERDERIJ

Op biologische kaasboerderij Brandrood, gelegen op het prachtige Landgoed Kernhem in Ede, maken wij van de melk van het zeldzame Nederlandse Brandrode Rund een bijzondere pure kaas. Een uniek ambachtelijk biologisch product van het type Gruyère. Een harde kaas met een natuurlijke, gewassen korst en een uitgesproken smaak. Zacht nootachtig met een stevige nasmaak.

Met het ontwikkelen van deze kaas is een manier gevonden om het oeroude Brandrode Rund werkelijk eer aan te doen! In onze Brandrood kaas proef je het karakter en de robuuste, warme maar stoere zachtheid van dit ras wat wij zo graag in stand willen houden op onze unieke locatie.

## Pure kaas van het Brandrode Rund



Geniet van deze bijzondere Brandrood kaas en help zo ook mee ons levend erfgoed in

- HOME
- HISTORIE
- DE KAAS
- DE KOEIEN
- BOERDERIJWINKEL
- TE ZIEN EN TE DOEN
- NIEUWSARCHIEF
- BIO-RON VERKOOPPUNT
- STAGE
- CONTACT



Met Facebook verbinden

## KORT NIEUWS

Wen doen weer mee!  
[Klik hier voor informatie!](#)

## FARM&COUNTRY FAIR

3 dagen lang staan wij met onze Brandrood kaas op de Farm&Country

ERFgoed BOSSEM

OVER ONS | RESERVELEN | TARIEVEN | ARRANGEMENTEN | CONTACT/ROUTE

LOGEREN | ETEN | VIERN | ZAKELIJK | NATUURBOER

ER IS VAN ALLES TE DOEN OP EN ROND ONS ERF. CHECK HIER DE ACTIVITEITENKALENDER.

## PUUR ETEN EN SLAPEN OP EEN ECHE BOERDERT



BELEEF DE BOERDERIJ  
VAN KINDERMIDDAG TOT KOESAFARI



LEES MEER

HET BRANDRODE RUND  
BIO LOGISCH



LEES MEER

VLEES VAN EIGEN KOEIEN  
ZELDZAAM LEKKER



LEES MEER



Home

De Vereniging

Nieuws

Agenda

Advertenties

Contact

KI stieren

Downloads

Dag van de Lakenvelder

Stichting Lakenvelder Vlees

Lekker Lakenvelder  
verkooppunt  
Actueel

Foto's

Fanshop

Home | De Vereniging | Contact

zoeken

## Stichting Lakenvelder Vlees



In 2010 is de Stichting Lakenvelder Vlees opgericht door enkele leden van de Vereniging Lakenvelder Runderen. Lakenvelders leveren vlees en melk van uitstekende kwaliteit. Ze kunnen op een bescheiden rantsoen in natuurvelden gehouden worden en hebben weinig ingrepen (zoals ketensnede of klauwverzorging) nodig om gemakkelijk en gezond oud te worden. Lakenvelder rundvlees is dan ook een mooi, lokaal en duurzaam product.

Met het bevaken van de kwaliteit en de raszuiverheid van het aangeboden vlees ondersteunt de Stichting de beschikbaarheid van lekker Lakenvelder vlees voor consumenten en horeca.

Het eerste project dat de Stichting Lakenvelder Vlees in 2010 heeft opgepakt is het in de markt zetten van Lakenvelder Jong Rundvlees. Een seizoensproduct wat in het voorjaar geliefd wordt aan met name de (top)horeca. Hierbij worden stiertjes van ruim een jaar ingezet die niet geschikt zijn voor de fokkerij en als kalf bij de koe in de wél gelopen hebben.

In 2014 is een saucijzenbroodje op de markt gekomen door Smilde Bakery bij alle verkooppunten van Bakerstreet en Delizjo (o.a. Shell). Vervolgens zijn er onder andere kroketten en hamburgers gekomen. Momenteel verzorgt Kaldenberg de verwerking voor de horeca.

Verscheidene Lakenvelderfokkers zijn succesvol met boerderijverkoop van Lakenveldervlees aan consumenten. Als erkend leverancier Lakenvelder Vlees werken ze samen om goed vlees direct van de boerderij beschikbaar te stellen voor consumenten. Ieder op zijn eigen manier met aandacht voor het welzijn van de dieren en het landschap.

Zo zijn wij niet alleen hoeders en beheerders zijn van het cultureel/boeren erfgoed maar ook van een stukje culnaif erfgoed.

"Lakenvelder Vlees" is een door de Stichting Lakenvelder Vlees wettig gedeponeerd woord- en beeldmerk. Hierdoor is het niet toegestaan om zonder toestemming van de Stichting Lakenvelder Vlees, onder de naam "Lakenvelder Vlees", vlees of vleesproducten te verkopen of te verhandelen.

Voor meer informatie:

[info@lakenveldervlees.nl](mailto:info@lakenveldervlees.nl)

# Example: Erfgoed Bossem - Deep Red cattle

- Cattle breed is integral part of the concept of marketing different products and services
- Cow Safari in covered wagon
- Camping in luxurious tents and holiday houses
- Exploitation of Deep Red cattle breed is important element of EXPERIENCE
- Prize winner – Tripadvisor



# Example: Meat products - Dutch Belted cattle



<http://dendikkenboom.nl/lakenveldervlees/>

**8 LUX** eten

**Zeldzaam lekker**

En nistervend runderras heeft meer kans om te overleven als zijn vlees goed smaakt. En lakenvelders zijn lekker, proeft thuiskok **Marjolaine de Vos**.

van Hester Niekman

**U**it de natuur komt het vlees van de Lakenvelder. Het is een zeldzaam runderras dat in Nederland nog maar in een paar regio's voorkomt. Het is een ras dat al sinds de middeleeuwen bekend is. Het is een ras dat al sinds de middeleeuwen bekend is. Het is een ras dat al sinds de middeleeuwen bekend is.

**RECEPT**  
Gestofde kalfswang met wortelen

**THUISKONINKJES**

Lakenveldervlees is een zeldzaam runderras dat in Nederland nog maar in een paar regio's voorkomt. Het is een ras dat al sinds de middeleeuwen bekend is. Het is een ras dat al sinds de middeleeuwen bekend is.

# Meat products from Dutch Belted breed

## Success factors ?

- Coordination by leading persons in breed society of Dutch Belted cattle breed
- Through cooperation:
  - Finishing bull calves for quality meat before slaughter
  - Fixed prices within the network
  - Contracts with restaurants and also Shell
- Use of different communication channels to let people know about the breed and its products





# Example: Groningen Whiteheaded ("Polder panda")

Ras	Aantal koeien	Trend over 15 jaar	Risicostatus *	Inteelttoename **
Brandrood rund	1.216	toename	bedreigd	matig
Groninger blaarkop	1.658	stabiel	bedreigd	hoog
Holstein roodbont	211.519	stabiel	normaal	
Lakenvelder	2.000	stabiel	bedreigd	
MRIJ (Maas-Rijn-IJsselvee)	10.773	afname	normaal	
Roodbont Fries vee	340	stabiel	bedreigd	
Verbeterd Roodbont	679	stabiel	bedreigd	



- 4000-7000 kg milk/cow/year, robust, fertile, etc.
- Difficult competing with Holstein in specialized dairy

## Valorisation:

- > 25 Groningen Whiteheaded farmers selling breed-specific meat and dairy products directly to consumers
- Many farms are organic/low input - Breed fits well in "nature-inclusive" systems

## Fiche for the compendium

THE NETHERLANDS

Zeldzaam Lekker (Rare and Tasty)

Adding value to recognised products and services from rare domestic animal breeds in the Netherlands

### Success factors:

- Driven by enthusiasm of farmers/breeders for their farm, their breed and their products
- Strong connection to sustainability goals - locally produced food
- Short supply chains, well organized, direct sales to consumers – regional approach
- Connecting different labels that have (partly) similar goals (e.g. Slowfood, Organic, Zeldzaam Lekker)
- Communication and marketing approach to consumers and wider society
- Sharing best practices



## Fiche for the compendium

THE NETHERLANDS

Zeldzaam Lekker (Rare and Tasty)

Adding value to recognised products and services from rare domestic animal breeds in the Netherlands

### Bottlenecks:

- Several and different labels may also confuse consumers
- Quality of products is often variable
- Seasonality of products leads to discontinuity in supply
- Initiatives are not always supported/facilitated by legislation
- Profitability per working hour is low (“way of life”)
- Individual producers often tend to “re-invent the wheel” again

# Summary: valorisation strategies of local livestock breeds

- Valorisation strategies are key for breed survival in the long run. “Use it or lose it”.
- Many different situations and options → tailor-made valorisation strategies needed
- PrepAct-II has generated inspiring examples of valorisation initiatives across Europe
- Follow-up needed to further share good valorisation practices.