



Poule Den Dungen maakt succesvolle doorstart in Den Dungen en gerenommeerde restaurants

Streekproduct gedragen door het dorp

TJES KIERKELS

DEN DUNGEN - Meestal neemt een boer of tuinder het initiatief voor een nieuw streekproduct. In Den Dungen ging het anders: een hele groep mensen draagt Poule Den Dungen. Dit is een bijzonder smakelijke kip, geserveerd in chique restaurants of gewoon te koop in het dorp. De belangstelling groeit voortdurend.

ACHTERGROND

Op het bedrijf van Nick Sanders in Den Dungen scharrelen de Poules Den Dungen rustig rond in het gras. Ze vallen een beetje weg in het weiland, waar ook nog een paar schapen rondlopen. Maar liefst 10 vierkante meter hebben ze per stuk tot hun beschikking, tweënhalf keer zoveel als biologische kippen.

'De eerste zes weken groeien ze in de stal op, want dan zijn ze nog niet snel genoeg om roofvogels te ontwijken. Daarna kunnen ze kiezen waar ze lopen. 's Middags zijn ze meestal binnen en 's nachts sluit ik ze op om ze te beschermen tegen vossen', vertelt Sanders. Hun voer komt van Den Dungense Molen, precies 1 kilometer verderop.

Dit was altijd het idee achter Poule Den Dungen, inmiddels bezig aan zijn tweede ronde: een smakelijk ras, Poule de Bresse; een leven in de wei dat zo aangenaam mogelijk is; grof gemalen kwaliteitsvoer uit de regio. De combinatie resulteert in een topkwaliteit kippenvlees. Sinds 2014 weer te koop, aanvankelijk mondjesmaat, maar inmiddels 1.500 stuks per jaar.

BIJZONDERE GESCHIEDENIS

Het is een bijzonder streekproduct met een bijzondere geschiedenis. In Frankrijk maakte een groep



Nick Sanders (links) en Cas Goossens: 'Poule Den Dungen staat voor een smakelijk kippenras, leven in de wei en kwaliteitsvoer uit de regio.'

Foto's: Wilma Slegers

notabelen uit Den Dungen eind jaren zeventig kennis met Poule de Bresse. Ze raakten zo enthousiast dat het plan ontstond om deze kip in het eigen dorp te gaan fokken. Het kostte nog harde onderhandelingen met een boer in de buurt van Bourg-en-Bresse om dertig bevruchte eieren mee te kunnen nemen.

Zo werd Poule Den Dungen vanaf de start een bijzonder initiatief, gedragen door het dorp. De notabelen richtten een genootschap op met als leden de burgemeester, de huisarts, een dierenarts, een industrieel ondernemer, een hoteleigenaar, een veehouder, een landschaparchitect plus hun echtgenotes. Doel: de smakelijkste kip van Nederland fokken.

De leden legden de contacten voor de afzet en verzorgden de promotie en werden bijna allemaal zelf 'pluimveehouders'. De dierenarts adviseerde namelijk om, uit oogpunt van risicobeheersing, de locaties van moederdieren, uitbroeden en afmesten te scheiden. Al deze taken kwamen terecht bij genootschapsleden.

De faam van de poule oversteeg de kleinschaligheid van de productie. Hij wordt genoemd in de culinaire bijbel De Dikke van Dam van wijlen Johannes van Dam en zelfs het prestigieuze Amsterdamse Amstel Hotel was afnemer.

Door verhuizing van genootschapsleden en de veranderende voorkeuren van de consument kwam er na twintig jaar een einde aan een tijdperk. Op een gegeven moment bestond Poule Den Dungen alleen nog maar in virtuele zin. Restaurants bleven informeren, maar er was geen productie meer.

NIJEUWE GENERATIE

Die aanhoudende vraag heeft een nieuwe generatie gestimuleerd om weer de schouders eronder te zetten. De zoon van de hoteleigenaar, de zoon van de veehouder (Sanders en met hem de Hertogboeren), de zoon van de molenaar, aangevuld met nieuwe mensen, zoals een communicatiedeskundige. En nog steeds de dierenarts uit de oorspronkelijke club.

Een nieuw enthousiast genootschap trekt de kar. Voor velen is het vrijwilligerswerk. 'Onze motivatie? Het is gewoon leuk dat Den Dungen zijn eigen poule weer terug heeft. En voor ons menu is het aantrekkelijk dat we een product uit het dorp kunnen presenteren', vertelt Cas Goossens, voorzitter van het genootschap en mede-eigenaar van hotel-restaurant Boer Goossens.

De ondernemer vermijdt zorgvuldig het woord 'kip': 'We hebben afgesproken altijd 'poule' te zeggen vanwege het exclusieve karakter en om duidelijk te maken dat het geen

gewone kip is. Dat neemt niet weg dat we graag willen dat iedereen het vlees moeten kunnen proeven. Daarom streven we ernaar de prijs zo laag mogelijk te krijgen.' Daarvoor moet nog een slag worden gemaakt, geeft Sanders aan.

Gerenommeerde restaurants als Noble, Sense en Fabuleux in Den Bosch, Rijks in Amsterdam en Het

'We willen het draagvlak in het dorp verder versterken'

Ketelhuis in Eindhoven nemen de poule op in hun maandelijks wisselende menu. 'Om die aantallen te kunnen leveren, hebben we een solide basis nodig van particuliere afzet. Daarvoor moet de prijs niet te hoog zijn', zegt Goossens.

'Onze uitdaging ligt bij de afzetmarkt en de afzetplanning. Mensen zijn enthousiast en zeggen dat ze gezond en diervriendelijk willen

eten, maar vervolgens moeten ze het ook nog doen.'

VRIENDENDAG

Om het draagvlak in de regio te verstevigen, is er zaterdag 8 juli een Vriendendag op het bedrijf van Sanders. Iedereen kan de poules komen bekijken, vragen stellen en een diepvriespakket kopen voor een vriendenprijs. De bedoeling is om de vaste groep afnemers uit te breiden als basis onder de productie, zodat de vaste kosten over meer dieren verdeeld kunnen worden.

Bij de start in 2014 en 2015 heeft het genootschap de publiciteit gezocht. Daarna was het een tijdje stil om groei te kunnen realiseren, maar dit jaar treedt het genootschap weer volop naar buiten.

In september besteedt het tv-programma Binnenstebuiten aandacht aan de poule. De zakelijke markt wordt lekker gemaakt via de horecabeurs Folie Culinaire in Maastricht en het tijdschrift Culinaire Saisonier. Ook op de Dutch Agri Food Week ontbreekt de poule niet.



De Poules Den Dungen leven drie keer zo lang als een normale kip.

Tijden veranderen, regelgeving ook

Op een oude foto uit de jaren zeventig staat het Genootschap Poule Den Dungen met een glaasje in de hand voor het Amstel Hotel in Amsterdam. De heren in pak, de dames in mantelpakje. Ze kijken statig in de lens. Op de foto van het huidige genootschap dragen de leden vrijetijdskleding, terwijl ze lachend hun duim omhoogsteken. Vroeger was het belangrijk degelijkheid uit te stralen, tegenwoordig gedrevenheid.

Wat ook is veranderd, is het professionaliteitsniveau (veel hoger) en de regelgeving

(veel strenger). Het slachten kan al lang niet meer in de achtertuin en moet bij een professionele slachter gebeuren.

Ingewikkelder is dat de landbouwwetgeving niet is toegesneden op initiatieven buiten de gebaande paden. Het feit dat de uitgebroede kuikens op een gegeven moment verhuizen van een genootschapslid (hobbyist) naar de pluimveehouder (professional) past in geen enkele regel en kost de pluimveehouder veel discussie met de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA).