

Bijeenkomst Korte Voedsel Afzetketens in Limburg



Datum: Donderdag 1 maart 2018 van 15.00 tot 20.00 uur
Locatie: Ondernemersplein, Steegstraat 5, 6041 EA Roermond

Achtergrond

Het wemelt momenteel in Nederland van de initiatieven die een verkorting van de voedselketen nastreven. Variërend van boerencoöperaties, streekboxen en kratten, boerenmarkten en boerderijverkoop tot coöperatieve winkels, voedselcollectieven, CSA's (Community Supported Agriculture) en groenteclubs. Deze rechtstreekse vorm van handel tussen boer en consument (Retail, horeca) heeft vele voordelen. Het is transparant en geeft vertrouwen, levert een redelijke prijs en nieuwe verdienmodellen voor de boer, zeggenschap voor de consument (met wellicht betere producten tot gevolg), het geeft verbinding en sociale cohesie en levert een bijdrage aan de regionale economie. Bovendien krijgen deelnemers een gevoel van autonomie als zij de handel in voedsel kunnen regelen. Veel van deze initiatieven zijn echter nog klein (enkele honderden tot duizenden klanten), hebben moeite het hoofd boven water te houden, missen de middelen om op te schalen en worstelen met een efficiënte distributie en logistiek. Hoe wordt deze beweging groter en krachtiger?

Doel en aanleiding

Wat zijn de knelpunten en kansen in de korte voedselketen? Wat levert samenwerking ondernemers op in het vinden van nieuwe markten, op gebied van logistiek, het bundelen van vraagstellingen, communicatie en ICT? Wat zijn zinvolle innovaties in de korte voedselketen en waar kan financiering vandaan komen? En welke ondersteuning kan de overheid bieden?

Deze en meer onderwerpen kwamen aan de orde in de Workshop Korte voedsel afzetketens in Limburg, die Provincie Limburg, LLTB, LIOF, LAG-groep en het Netwerk Platteland/Regiebureau POP organiseerden op donderdag 1 maart 2018. Op de bijeenkomst waren 80 genodigden, waaronder veel ondernemers/boeren, enkele adviseurs, mensen van kennisinstellingen, vertegenwoordigers van de overheid en maatschappelijke organisaties.

1. De initiatiefnemers

Netwerk Platteland / Regiebureau POP

Kees Anker geeft aan dat het Netwerk Platteland een onderdeel is van het Regiebureau POP en heeft o.a. als doel om de betrokkenheid van stakeholders bij de uitvoering van het subsidieprogramma POP3 te vergroten en de kwaliteit van de uitvoering te verbeteren. Het Netwerk signaleert een enorm aantal initiatieven die zich richten op het verkorten van de voedselketen. Europa maakt het mogelijk om POP3 in te zetten op het ondersteunen van dergelijke initiatieven. Met deze bijeenkomst wil het Netwerk ondernemers stimuleren om met vragen waarmee ze worstelen aan de slag te gaan. (www.netwerkplatteland.nl)

Provincie Limburg

Gedeputeerde Hubert Mackus geeft aan dat de provincie Limburg de korte keten als een kans ziet voor ondernemers in de land en tuinbouw. Vanuit de lijn "ruim baan voor voorlopers en doorontwikkelaars" zijn subsidies beschikbaar voor innovaties, waaronder ook sociale innovaties. Daarnaast levert de korte keten meerwaarde op voor de omgeving en wordt gestimuleerd om duurzaam te produceren. Daarbij geven nieuwe verdienmodellen met een plus voor het landschap mooie kansen tot meerwaarde van unieke streekproducten met een verhaal.

LLTB

Thijs Rempelberg, lid van het hoofdbestuur van de LLTB, geeft aan dat de korte keten aanpak ook een kans is om de positie van de grootschalige agrarische ondernemer te versterken. Korte ketens hoeven niet altijd kleine schaal te betekenen, ook voor de grootschalige producenten is dit een kans. Het is nu van belang om de vragen/behoefte te bundelen, daarmee is opschaling richting nieuwe markten als de lokale zorg en horeca mogelijk. Dmv opschaling kunnen we meer invloed uitoefenen op de lokale afzet. De LLTB kan daarbij faciliteren, informeren en kan onder andere versnellingsstafels organiseren voor ondernemers. Arvalis biedt individuele ondernemers adviestrajecten of onderzoeks mogelijkheden, neem hiervoor contact op met Leandra Schmitz (lschmitz@aralis.nl).

LIOF

Niek Theunissen vertelt dat het LIOF opdracht heeft gekregen vanuit de Provincie Limburg om agrofood ondernemers hierbij te ondersteunen door middel van een instrumentenkoffer. Die bevat onder andere haalbaarheidsstudies en kennistrjecten in samenwerking met de Brightlandscampus Venlo. Ook gaat LIOF de samenwerking bevorderen door de agrofood community te versterken met bijeenkomsten en een online platform. De website van de Agrofood community zal in mei in de lucht gaan. Er zullen ook bijeenkomsten georganiseerd worden rondom bepaalde thema's. Hou hiervoor de agenda in de gaten. Meer info bij Niek Theunissen.

Leader Zuid-Limburg

Henk Schmitz geeft een toelichting op de werkwijze van Leader. Leader subsidies zijn beschikbaar voor burger initiatieven en projecten in Zuid Limburg die iets toevoegen aan de verbinding stad-platteland, ondernemen in en met het landschap. Bevorderen van burger betrokkenheid en sociale cohesie. Voor meer info zie de website <http://www.leaderzuidlimburg.nl/> of maak een afspraak met Henk Schmitz.

2. Inventarisatie Korte ketens in Limburg

Sanne Minten van de provincie Limburg heeft een inventarisatie gemaakt van de diversiteit aan korte keten initiatieven in Limburg. De verschillende categorieën zijn: directe verkoop aan de consument, consumenten initiatieven, "contact, beleving, educatie, ambacht en/of natuurbeheer als meerwaarde", "kortere ketens, gezond en vers van dichtbij". Opgehaald uitdagingen:

- Samenwerking
- Nieuwe markten/innovatieve concepten
- Promotie en marketing
- Logistiek en ICT

Bas Janssens van de WUR vult het overzicht aan vanuit een landelijke optiek. Vanuit uitgevoerde onderzoeken is zijn conclusie:

- Inhoudelijke onderbouwing van positieve claims is cruciaal
- Clustering van resources levert voordelen op
- Streek (keur)merken: zegen of vloek?

- Subsidie kan verslavend werken, ondernemerschap (eerste fase) is cruciaal

3. Limburgse initiatieven voor het voetlicht

Boerruud

Ruud van Dijck vertelt over hoe hij zijn varkens zoveel mogelijk lokaal voedsel voert. Het was lastig om het te organiseren, maar nu krijgen zijn varkens reststromen van de Aviko, en reststromen van bierproductie. Hierdoor zijn de dieren gezonder en hebben minder antibiotica nodig. Boer Ruud probeert zijn vlees zoveel mogelijk lokaal te verkopen. Hij nodigt iedereen uit om op zijn bedrijf te komen kijken (zelfs de partij vd dieren) en in gesprek te gaan over wat er beter kan. Ook jongeren geeft hij uitleg. Samen komen we verder. Presentatie is bijgevoegd

Boeren & Buren, de Buurderij

Yvonne Velthuis is in Maastricht gestart met 1 van de eerste Buurderijen in Nederland. In Frankrijk en België waren ze toen al heel populair. In Nederland zijn er ondertussen ook al rond de 20 en in Maastricht gaan ze een tweede beginnen. Het is een initiatief vanuit de consumenten. Het is zeker niet altijd gemakkelijk om de producenten 1 x per week aanwezig te laten zijn op de Buurderij. Dat is de locatie waar de producenten "boeren" de bestelde producten brengen en de consumenten "buren" ze komen ophalen. Het heeft ook een sociale toegevoegde waarde en je kunt direct met elkaar in gesprek over je voedsel. De prijs is zo opgebouwd dat 80% van de prijs naar de boer gaat, 10% naar het online platform en 10% naar de organisator die de lokale Buurderij ontmoetingen organiseert. Presentatie is bijgevoegd

Peoples Farm

Marcel Jacobs vertelt over zijn omschakeling van 100 ha prei naar 3 ha met 50 soorten groenten die hij nu rechtstreeks aan consumenten verkoopt in groentenpakketten. Hij heeft ook een kok in dienst om soepen en andere producten te maken. Consumenten kunnen via de webshop aangeven wat ze die week in hun pakket willen en Marcel levert dit af op een aantal afleverpunten (speciaalzaken) in de buurt. Hij loopt nog wel tegen allerlei zaken aan bij het terugschalen van zijn bedrijf. Wat moet hij nu met alle loodsens. De kosten om ze af te breken zijn hoog, misschien kan er een huisarts in of een voedingsdeskundige of kunnen er zorgappartementen gemaakt worden. Maar dat is pionieren met bestemmingsplannen en regelgeving. Hij is overtuigd dat in gesprek zijn met de consument cruciaal is. Zie www.peoplesfarm.nl voor meer info.

4. Plenair gesprek

- Er is een podium nodig voor boeren om trots te zijn op hun product. Een coöperatie kan dit bieden, maar boeren zullen hierin ook zelf actief moeten zijn. Boeren missen momenteel vaak de marketing kennis, wat dit lastig maakt. Onderwijs is nodig.
- De band/vertrouwen tussen ondernemers, vraag en aanbod, in de keten is heel belangrijk. Als er een gunfactor is wordt samenwerken een stuk gemakkelijker.
- Zoek de link met toerisme, of met zorg of wonen op het erf. Er zijn nieuwe concepten met andere diensten en afzetmarkten waar boeren mee aan de slag zouden kunnen gaan.
- Sommige producenten vinden het lastig om hun laagwaardig product in de markt te zetten als hoogwaardig product. Degene die het lukt zeggen: je communiceert je rot, dat is in ieder geval een feit.
- Allemaal leuk al die kansen en mogelijkheden, maar veel boeren zijn aan het overleven en hebben direct geld nodig, dan verdient je niet op een streekmarkt.
- Een korte keten betekent heel veel extra werk voor de boer, dat is niet haalbaar: produceren, logistiek, marketing, conceptontwikkeling- kunnen we daar niet wat in ontzorgd worden?

- Nieuwe organisatie vd keten kost veel tijd en energie, wie neemt de regie?
- Digitalisering gaat de logistieke problemen oplossen.

5. Nieuwe afzetmarkt – zorginstellingen met lokaal voedsel

Mike Venekamp gaf een presentatie over Atlantis Handelshuis, een groothandel voor producten in de regio. Hij vertelde hoe ze in andere provincies al succesvolle lokale voedsel voorziening hebben georganiseerd. Ook duurzaamheid is bij hen een belangrijke factor. Dit doen ze met een zo kort mogelijke en transparante (voedsel)keten binnen de regio. Om zoveel mogelijk positieve impact voor het milieu te creëren, organiseren ze meer regionale samenwerking tussen telers, tuinders en boeren, zodat de koppeling gemaakt kan worden met onderwijs, zorginstellingen en ziekenhuizen.

6. Verslagen Groepsgesprekken

1. Versterken samenwerking

Voorzitter: Thijs Rempelberg (LLTB)

Deskundige: Marlies Sobczak (Sprinthills)

Notulist: Erika Frankhuizen (Netwerk Platteland)

Vijf belangrijkste punten:

- Er liggen veel kansen bij verbeterde samenwerking. De huidige problemen vragen om integrale oplossingen waarbij sector overstijgend samengewerkt moet worden. Bijvoorbeeld aan de invulling van leegstaande agrarische bedrijfspanden.
- Kruisbestuiving is nodig tussen toerisme, horeca, zorg en met de buurt/omgeving, hiervoor zijn bijeenkomsten om kennis te delen nodig. Een netwerk biedt vele vormen van kapitaal: kennis, diensten en middelen.
- Er zijn al zoveel initiatieven en goede voorbeelden, die moeten meer verbonden worden zodat het een geheel wordt en er ook gezamenlijke doelen gesteld kunnen worden zoals goede kwaliteit voedsel of voor een beter milieu.
- Belangrijk bij samenwerking is dat je tijd en energie moet inzetten voor het gezamenlijke belang/doel, je moet over alleen je eigen belang heen kunnen kijken.
- Ketensamenwerking kan eerlijke prijzen opleveren voor ieder en goede storytelling biedt hierbij voor ieder in de keten meerwaarde. Je hebt wel een kartrekker nodig.

2. Nieuwe markten-innovatieve concepten,

Voorzitter: Frans Broeders (LIOF)

Deskundige: Mike Venekamp (Atlantis Handelshuis)

Notulist: Ellen Huls (Provincie Limburg)

Vijf belangrijkste punten

- Nieuwe markten vragen om innovatie en conceptontwikkeling. Zet in op toegevoegde waarde, verbeter de inhoudsstoffen van je producten, dat levert een wat extras voor levering aan zorginstellingen, scholen. Smaak blijft bepalend.
- Er liggen kansen voor streekproducten, de Limburgse vlaai is een sterk merk geworden, daarvoor is wel gezamenlijke concept ontwikkeling en promotie nodig. De regio kan als concept worden gebruikt of als nieuwe markt.
- Transparantie werkt als keurmerk, zorg voor een eerlijk product, met korte informatie op het etiket en vertel als boer zelf vol trots het verhaal.

- Samenwerking in de regio is belangrijk, zorg voor een volledig aanbod lokale kwaliteits producten en vergeet ook de EU-regio niet als lokale afzetmarkt.

3. Promotie en Marketing

Voorzitter Sanne Minten (provincie Limburg)

Deskundige: Bas Janssens (WUR):

Notulist: Nicole Alberts (LLTB)

Vijf belangrijkste punten

- Gezamenlijk optrekken als producenten in een regio is belangrijk. Behoefte aan een trots, identiteit/streekmerk. Ambassadeurs benoemen.
- Verhaal van het product is een belangrijke tool in het slagen van de korte ketenaanpak. Storytelling over de historie, de mens achter product, en de omgeving.
- Keten bij elkaar brengen om een ketenaanpak te bewerkstelligen. In dit aanpak is communicatie, transparantie, eerlijkheid en gezamenlijk optrekken van belang. Denk specifiek aan een ketenmarketing waarbij de ondernemer initiërend moet zijn en de lead houdt.
- Er is behoefte aan vervolgsessie waarbij kennis bevorderd wordt. Denk aan vaardigheidstrainingen maar ook kennisbevordering op bijvoorbeeld marketing. Betrek hierbij onderwijs instellingen en eindexamenkandidaten.
- Conceptontwikkeling/innovatie zijn de eerste stap om van een laagwaardig tot een hoogwaardig product te komen en formuleer en organiseer daar je marketing om heen.

4. Logistiek en ICT,

Voorzitter: Henk Schmitz (LAG)

Deskundige: Ron Mulders (Pommeron)

Notulist: Niek Theunissen (LIOF)

Vijf belangrijkste punten

- Kleinschalige en grootschalige ondernemers hebben andere logistieke uitdagingen. De grootste tip is werk samen in de regio en maak gebruik van de netwerken die er al zijn.
- Lokale afhaalpunten bij buurtwinkels en delicatessen zaken leveren win- win situaties op voor MKB. Bevordert de samenwerking tussen ondernemers en biedt onderscheidende service aan de consument.
- Digitalisering, online platforms en big data management gaan de macht in de logistieke keten decentraliseren waardoor diensten voor kleinschalige ondernemers ook toegankelijker worden. Vraag, aanbod en logistiek kunnen beter worden afgestemd.
- Vertrouwen en meerwaarde creëren is het probleem, logistiek volgt daarna pas en is niet het knelpunt.
- In Noord Limburg is een cooperatie opgericht, dat kan een voorbeeld zijn van samenwerking, met afspraken over leveringen, routes, etc.

7. Opvolging – water geven aan de zaadjes

Over 2 weken ontvangen alle genodigden een overzicht met wat alle partners aanbieden aan kennistrajecten, thema/netwerkbijeenkomsten, middelen en advies mogelijkheden op de door jullie aangegeven onderwerpen in de enquête.

Samen laten we de korte ketens in Limburg groeien!