

Proeftuin FoodValley

Duurzame voedselketens



Inhoudsopgave

Inleiding	4
Waarom zijn duurzame voedselketens belangrijk?	6
Wat is de uitdaging/ ambitie voor FoodValley?	10
Hoe innovatie aan jagen en organiseren?	16
Voorbeelden van keteninnovatie	18

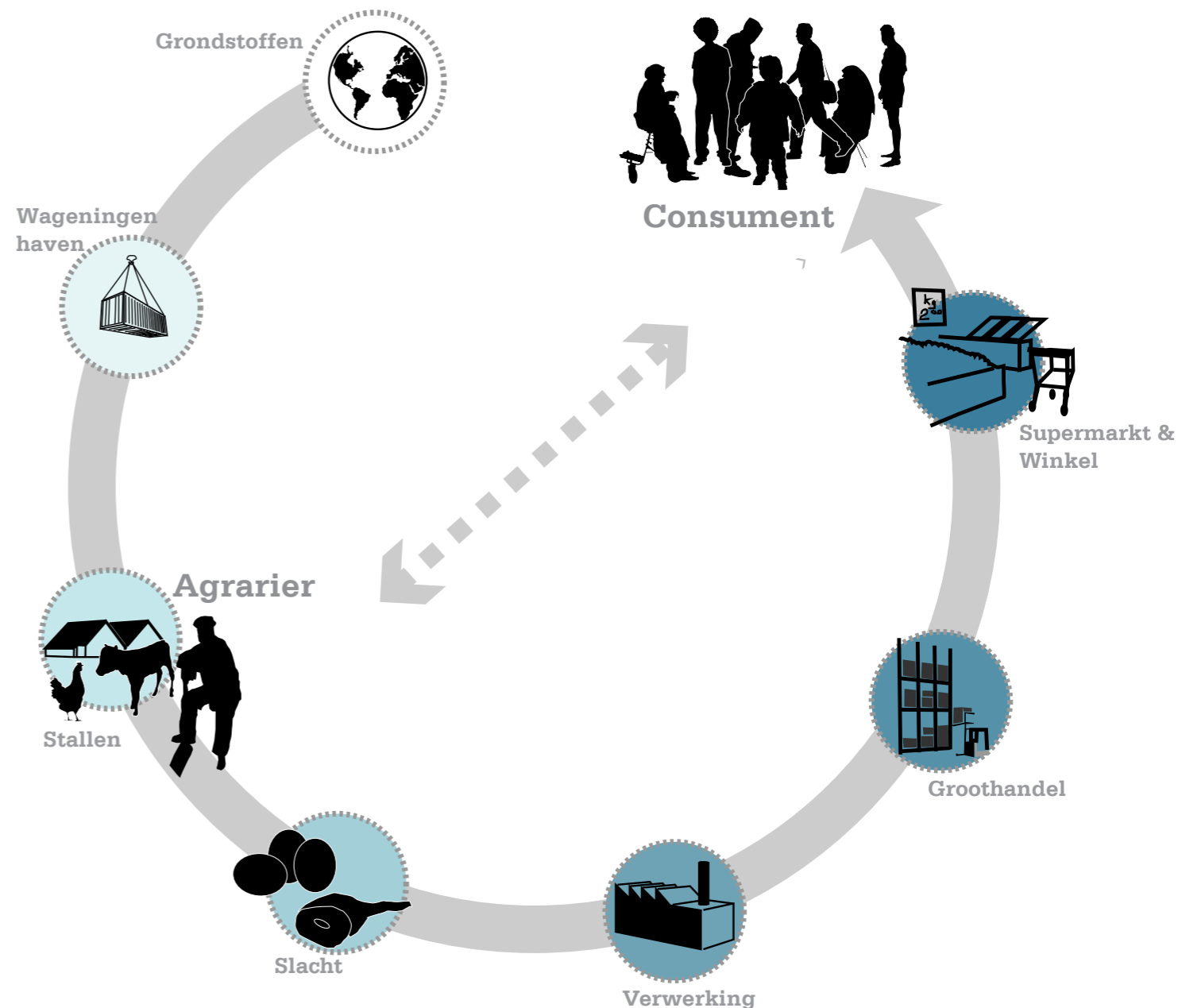


Inleiding

De regio FoodValley heeft veel aan veehouderij gerelateerde bedrijvigheid. Deze agrofoodketen is in het gebied op veel plaatsen zichtbaar. De haven van Wageningen is belangrijk voor de aanvoer van (grondstoffen voor) veevoer. Vrachtauto's van mengvoerbedrijven bedienen veehouders verspreid over de Vallei. Hun producten als vlees, eieren en zuivel worden verwerkt en gedistribueerd over een groot achterland. Een aanzienlijk deel van de agrofoodproducten verdwijnt naar het buitenland.

De verschillende schakels van de huidige voedselketens opereren vaak op verschillende schaalniveaus en zijn niet altijd optimaal op elkaar afgestemd. Door op innovatieve wijze schakels (beter) te verbinden kunnen gezonde voeding, ondernemerschap en duurzaamheid elkaar versterken (verticale ketenintegratie). Denk aan het beter benutten van grondstoffen, bevorderen van de energietransitie, hergebruik van restproducten en het verbeteren van agrobiologie. Ook het realiseren van regionale voedselketens waarbij ondernemers meer gaan samenwerken biedt aanknopingspunten. Naast het terugdringen van voedselkilometers kan dit boer en burger met elkaar verbinden (het bewust beleven van gezonde voeding) en de kwaliteit van de leefomgeving versterken.

De huidige Agrofoodketen is opgebouwd uit veel schakels



Waarom zijn duurzame voedselketens belangrijk?

Voor boeren kan een korte keten in economisch opzicht aantrekkelijk zijn. Door schakels als productie, verwerking en verkoop te combineren kan een ondernemer meer toegevoegde waarde realiseren, ofwel meer verdienen aan zijn product. Bedrijven zijn dan robuuster en minder afhankelijk van prijsschommelingen op de (wereld)markt. Voor de regio FoodValley, ook wel aangeduid als 'randje Randstad', geldt dat te meer omdat er relatief veel kleine agrarische bedrijven zijn in een kleinschalig groen landschap waar ook steeds meer burgers wonen en recreëren.

Het multifunctionele karakter van het buitengebied van de regio FoodValley zorgt voor 'druk op de ruimte'. Boeren móeten daarom wel nieuwe bedrijfsstrategieën gaan ontwikkelen en meer maatschappelijk verantwoord gaan ondernemen. De nabijheid van veel consumenten is in dit verband een kans om boer en burger met elkaar te verbinden. De verscheidenheid aan agrarische bedrijfstypen en een breed assortiment aan agrarische producten maakt FoodValley extra kansrijk voor een dergelijke 'verbrede' plattelandontwikkeling.

Voor andere bedrijven in de agrofoodketen zijn innovatie, ketenintegratie en verduurzaming ook nadrukkelijk aan de orde. Naast energietransitie, efficiënt gebruik van grondstoffen en hergebruik van restproducten kan het ook gaan om het ruimtelijk clusteren van afzonderlijke schakels. Het concept van Foodclusters bestaat uit verticale integratie van de voedselketen (toelevering, productie, verwerking, logistiek) en horizontale integratie van plantaardige en dierlijke productie of tussen landbouw en industrie, gebaseerd op de principes van een biobased economy. Dergelijke clusters kunnen worden ontworpen en vormgegeven vanuit een netwerk van publieke, private en kennis partnerschap.

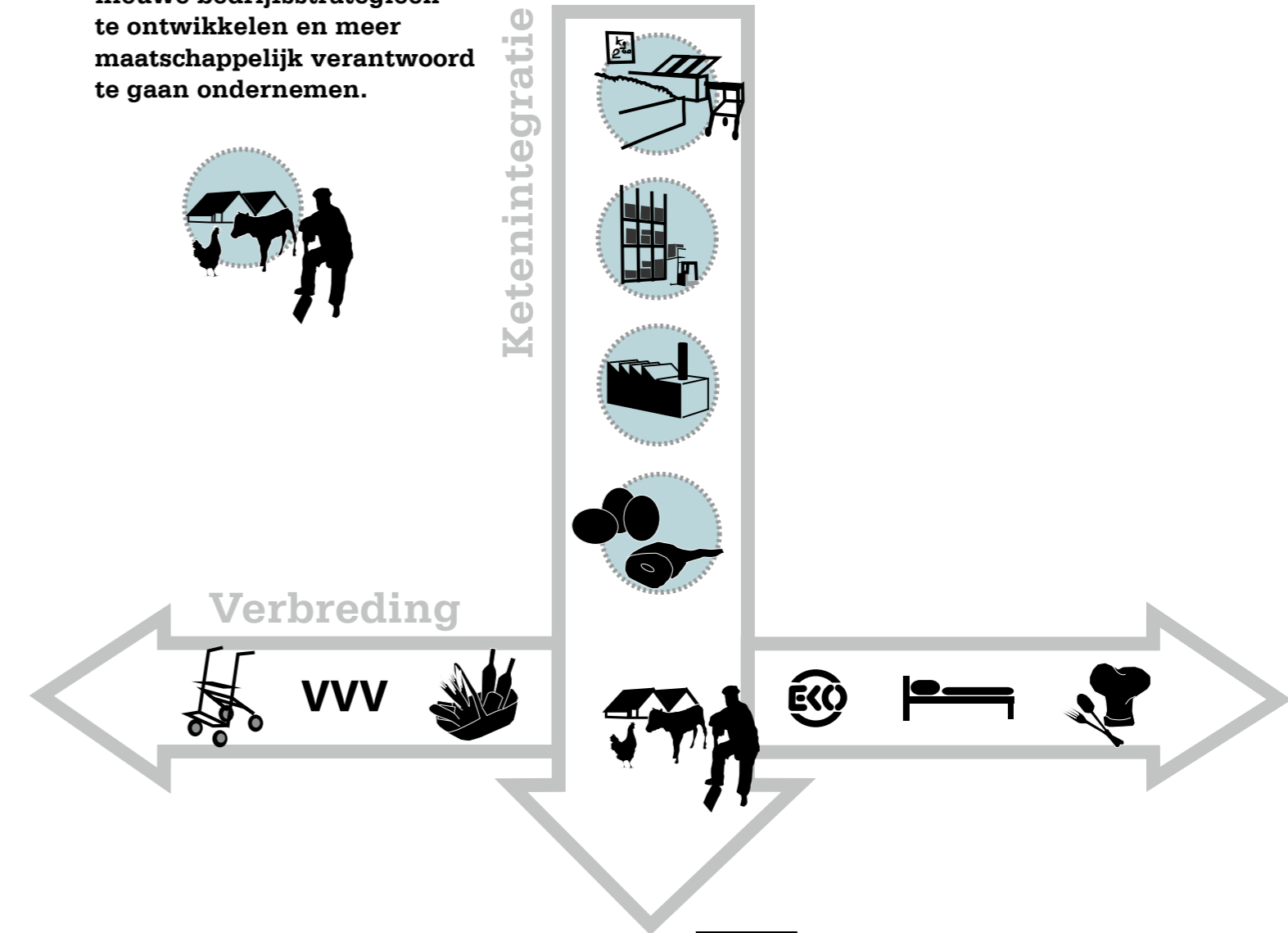
Huidige agrofoodketen in de regio

Transport door regio dmv vrachtverkeer



Specifiek voor de situatie in de regio FoodValley kan onderzocht worden op welke wijze clustering van activiteiten perspectieven biedt en wenselijk is. Het zou kunnen betekenen dat toeleverende of verwerkende bedrijven zich verbinden met primaire producenten en hun bedrijfsprocessen op elkaar afstemmen en bijvoorbeeld een kwaliteitslabel voor 'gezamenlijke' producten realiseren.

Boeren in de regio FoodValley worden uitgedaagd om nieuwe bedrijfsstrategieën te ontwikkelen en meer maatschappelijk verantwoord te gaan ondernemen.



Wat is de uitdaging/ ambitie voor FoodValley?

De uitdaging voor verduurzaming van de agrofoodketen is om bij betrokken partijen veranderingen tot stand te brengen op basis van een win-win situatie. Ofwel innovaties te realiseren met winst voor zowel ondernemers en burgers als voor milieu, natuur en landschap. Onder het motto 'De Vallei als Proeftuin voor FoodValley' willen we de expertise van Wageningen UR verbinden aan de agrofoodketen in de Vallei. Daarmee dragen we bij aan de ambitie van de regio Food Valley om een topregio voor de foodsector te zijn.

Binnen het brede veld van verduurzaming van de agrofoodketen willen we ons richten op de volgende thema's:

Maatschappelijk verantwoord ondernemen en verduurzaming van ketens

De regio FoodValley heeft veel intensieve veehouderij en secundaire bedrijven die aan deze sector zijn gerelateerd. Waar is in de gangbare agrofoodketen winst te behalen? En hoe worden begrippen als duurzaamheid en MVO geoperationaliseerd? Welke concepten zijn vanuit marktkundig oogpunt kansrijk? Uitgangspunt is dat verduurzaming rendement oplevert voor de sector. Vertrekpunt vormt de behoefte van bedrijven in de keten en datgene wat zij als wenselijk en haalbaar zien. Onderzocht kan worden welke mogelijkheden er zijn voor ketenintegratie, afstemming tussen sectoren, gebruik van reststromen, zorgvuldig omgaan met de ruimte en het clusteren van activiteiten.

Expertise Wageningen UR

Verduurzaming ketens

- Duurzame veehouderijsystemen. Samenwerking tussen ondernemers en onderzoekers van Wageningen UR heeft in de regio Food Valley al geleid tot innovatieve duurzame stalconcepten voor de pluimveehouderij zoals de Rondeelstal en de Lankerenhof. Is er potentie om een dergelijk concept voor andere veehouderijsectoren te ontwikkelen?
- In samenwerking met ondernemers en andere stakeholders ontwikkelen van in het landschap ingepaste stallen in combinatie met aandacht voor fijnstof en emissiereductie van ammoniak.
- Verkennend en ontwerpend onderzoek naar efficiency, innovatie en verduurzaming van de agrarische ketens. Integraal toepassen van expertise op het vlak van logistiek, marktkunde, agrosystemen, ketenmanagement en biobased technology (bv. algenproductie in combinatie met mestverwerking).
- Monitoring, om na te gaan hoe verduurzaming in regio FoodValley verloopt en of de gestelde doelen worden bereikt.

Korte ketens

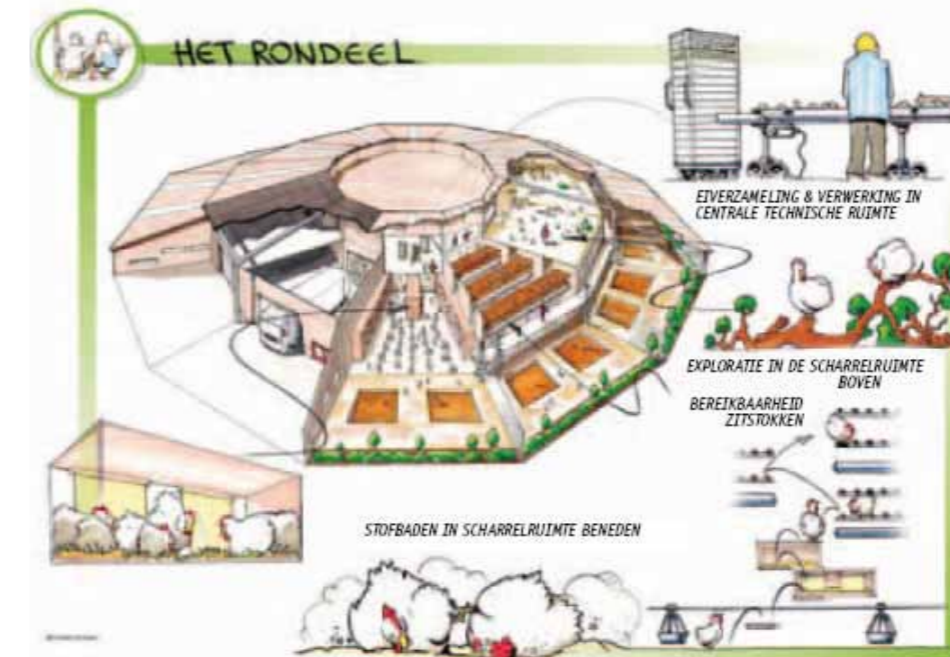
- Inrichten van korte ketens (waaronder logistiek en milieuaspecten als voedselkilometers).
- In kaart brengen van wensen van consumenten en afnemers.
- Duurzame regionale voedselsystemen, samen met gemeenten en regionale partners ontwikkelen van een voedselstrategie en aangeven welke rollen verschillende partijen kunnen vervullen.

Regionale ketens

In de regio zijn al tal van initiatieven voor korte regionale ketens. Wat is het perspectief van dergelijke korte ketens die vaak kleinschalig opereren? Is er marktpotentie voor streekproducten? Bieden nieuwe bedrijfsconcepten, waarbij consumenten investeren in de productie (bv. de Nieuwe Ronde), kansen voor een meer duurzame verbinding tussen boer en burger? Is meeliften met bestaande stromen van grote distributeurs als Deli XL haalbaar? Of is er behoefte aan een nieuwe coöperatie, zoals Eko-Holland, het samenwerkingsverband van ongeveer 100 biologische melkveehouders. Van belang is om vraaggestuurd de markt te bedienen. Wat vinden inwoners van de regio FoodValley belangrijk als het gaat om hun voedsel? Wat zijn succesvolle PMC's, waaraan is behoefte? Naast de 'consumentenmarkt' zijn horeca en zorginstellingen als aparte afzetmarkt te beschouwen. Welke mogelijkheden zijn er voor productontwikkeling die passen bij de regio (denk aan duurzaam geproduceerd vlees en eieren)? Welke mogelijkheden biedt regiobranding? Mogelijke iconprojecten zijn een ambachtelijke supermarkt of een 'Streekexpress'.

Rondeel

Het Rondeel is zo ontworpen en ingericht dat alle kippen aan hun natuurlijke behoeften kunnen voldoen. Hierbij ook rekening houdend met het feit dat lichamelijke ingrepen, zoals het behandelen van de snavels, bij de kippen achterwege gelaten kunnen worden





Coulage

Voorbeeld van verschillende schakels van de voedselketen binnen een boerenbedrijf en innovatieve bedrijfsconcepten.

Hoe innovatie aanjagen en organiseren?

Om innovaties te realiseren voor verduurzaming van de agrofoodketen is samenwerking nodig tussen (groepen van) ondernemers, kennisinstellingen en overheden. Specifiek voor de regio FoodValley zal onderzoek moeten worden waar welke mogelijkheden en kansen liggen. Voorstel is om tot een gefaseerde aanpak te komen, afzonderlijk voor MVO en verduurzaming en voor regionale ketens:

1

Verkenningfase

Wat gebeurt er al in de regio, welke partijen zijn betrokken of kunnen betrokken worden, op welke thema's zit energie? Bij voorkeur zoeken naar netwerken en samenwerkingsverbanden tussen primaire producenten en ondernemers met expertise in ketens van marketing (vaak van buiten de landbouw). Daarnaast ook intermediairs (banken, adviseurs), leveranciers en verwerkers betrekken. We stellen voor een aantal thematische workshops te organiseren met inbreng van relevante stakeholders. Verkennen combineren met inhoud geven en inspireren.

2

Go/ no go

Is samenwerking binnen de gouden driehoek gewenst en zien de betrokken partijen een meerwaarde in de samenwerking, zijn ze bereid om te investeren? Doorkijk naar de toekomst, welke resultaten verwachten we, welke investeringen zijn nodig?

3

Uitwerkingsfase (bij Go)

Samenwerking vorm geven en ambities bepalen op basis van co-creatie. Ambities vertalen in concrete stappen en onderzoeksvragen, richting geven aan het proces. Initiatieven ondersteunen geredeneerd vanuit ondernemerschap, makelen en schakelen, vraag en aanbod van de markt op elkaar afstemmen.

Voorbeelden van keteninnovatie

Bij deze voorbeelden is sprake van samenwerkingsverbanden die als voorbeeld kunnen dienen voor agrofoodbedrijven in de regio FoodValley, bijvoorbeeld voor producten als kalfsvlees, varkensvlees, eieren en zuivel.

Volsmaakt

Samenwerkingsverband

Vol Smaak is de naam van het samenwerkingsverband tussen 5 Nederlandse fruittelers en innovatiebedrijf TOP, en de producten die daar het resultaat van zijn. Elk van de 5 fruitsoorten - aardbeien, frambozen, bramen, kersen en blauwe bessen - wordt onder zeer hoge druk gezet, gepureerd en afgevuld in een transparante pouche. Nu de productie vlot loopt, zal Vol Smaak op meerdere plekken in Nederland beschikbaar komen. Technisch opschalen is geen probleem. De lokaal geteelde grondstoffen zijn eerder de beperkende factor om snel een grote hoeveelheid te produceren.

Positionering

Vol Smaak wordt gepositioneerd als een gezonde fruitsnack met behoud van vitamines. De bedoeling is om de fruitmarkt open te breken. Naast de pouches met fruitpuree kijkt het bedrijf ook naar de mogelijkheid om de fruitpuree als ingrediënt toe te passen: 'Volsmaakinside'. Het bedrijf is al in gesprek met een producent van biologische zuivel.

Alternatieve verkoopkanalen

Veel afzet wordt verwacht via (land)markten of ekowinkels waar het verhaal achter Volsmaak beter kan landen. Ook vanuit een visie dat producten van kleine voedselproducenten niet bij een supermark passen vanwege hoge leveraantallen, en scherpe inkooprijzen. Zie voor meer informatie www.volsmaak.nl.





Foodcommunity

Een mogelijkheid om te komen tot regionale voedselketens is producenten en consumenten duurzaam met elkaar te verbinden d.m.v. een foodcommunity. Een foodcommunity bestaat uit een aantal regionale producenten en een groep consumenten uit de regio. Daarnaast kunnen ook winkels en transporteurs bij een foodcommunity betrokken zijn. In een foodcommunity gaan partijen met elkaar in gesprek over wensen en behoeften. Zo willen consumenten graag bepaalde producten uit de regio en hebben producenten vaak een financieringsbehoefte.

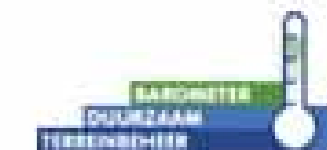
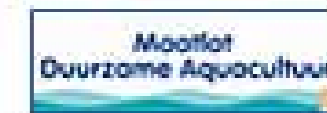
In FoodValley zijn veel initiatieven die al op die manier werken: wijngaard De Wageningse Berg, Veld & Beek, De Nieuwe Ronde, Buys & Co, enz. Ook is er een actieve Slow Food beweging: Rijnzoet. Samen zouden zij zo'n foodcommunity kunnen vormen en ook veel van elkaar kunnen leren.

Een foodcommunity zou heel goed passen binnen de regio FoodValley. Het kan bijdragen aan innovatie doordat nieuwe product-marktcombinaties snel getest kunnen worden.

Ketens met Milieukeur

Een groot aantal ondernemers in Nederland produceert onder Milieukeur (www.smk.nl). Hierbij zijn ook ondernemers in de varkens- en pluimveesector, ook in de regio Food Valley.

Binnen de varkenshouderij is de Keten Duurzaam Varkensvlees (KDV) een van de meest bekende. Deze heeft als doel op een duurzame, verantwoorde manier varkens te houden. Al vanaf het begin (1997) werkt KDV met een innovatieve en pragmatische aanpak waarbij de optimale balans tussen dierenwelzijn, milieu en prijs centraal staat: KDV Milieukeur. Een bewezen concept met meer dan 175 aangesloten varkenshouders die samenwerken met slachterijen, grossiers, slaggers, retail, cateraars en vleeswarenproducenten. Na KDV Milieukeur is ook gestart met KDV Beter Leven, waarmee aangesloten wordt op het concept van de Dierenbescherming. En sinds het voorjaar van 2011 is er ook KDV Biologisch.



Relevante websites

Stichting Agro Keten Kennis:
www.akk.nl

Smakelijk duurzaam:
www.smakelijkduurzaam.nl

Duurzaam ondernemen
www.duurzaam-ondernemen.nl

De Hoeve: www.dehoevebv.nl

Keten Duurzaam Varkensvlees:
www.duurzaamvarkensvlees.nl

Ecofields:
www.ecofields.nl

Wageningen UR:

- Duurzame veehouderij: edepot.wur.nl/210056
- Metropolitane Food Clusters: alterra.wur.nl/NL/onderzoek/gebiedsontwikkeling+en+ruimtegebruik/MFC/
- BioValley: edepot.wur.nl/206811
- Transitie naar duurzame regionale voedselsystemen: edepot.wur.nl/192660
- Kennis voor duurzame voedselsystemen: edepot.wur.nl/194610

De Nieuwe Ronde
www.denieuweronde.nl/

Remeker Kaas
www.remeker.nl

Regio FoodValley
www.regiofoodvalley.nl

Stichting Foodvalley
www.foodvalleyaward.nl

Projectbureau SVGV:
www.wantbuitengebeurthet.nl

De **consument** heeft behoeftes ...

Hebben jullie
verse melk?



Waar kan ik
halalvlees
halen?

Heeft u
vergeten
groenten?

Wij willen
recreëren op
de boerderij



Zaterdags wil ik
een mand fruit

Ik wil
koeknuffelen!

... de **Agrarier** kan hierin een **oplossing** bieden ...



Ik wil minder
afhankelijk zijn van
de wereldprijzen

Ik wil op meerdere
paarden wedden

... en **Wageningen UR** en **SVG V**
kunnen dit proces begeleiden ...



Wij kunnen dit proces begeleiden
en hebben hier veel ervaring mee:
- consumentenonderzoeken
- boeren en burgers samenbrengen

Mogen wij ook
meedoen?



... in een **Foodcommunity!**



Proeftuin FoodValley

Colofon

Dit boekwerk is tot stand gekomen uit een samenwerkingsverband tussen Wageningen UR en Projectbureau SVGV

Projectleider en contactpersoon:

Herman Agricola (Alterra Wageningen UR)
herman.agricola@wur.nl

Met bijdragen van:

Herman Agricola (Alterra Wageningen UR)
Marcel Vijn (PPO Wageningen UR)
Marjon Groot Nibbelink (SVGv)

Vormgeving:

Arjen Spijkerman (Alterra Wageningen UR)



Wageningen UR
Telefoon 0317 - 480100
info@wur.nl
www.wur.nl



Projectbureau SVGV
Burg. Royaardslaan 1
3925 GG Scherpenzeel
Telefoon 033 277 63 90
info@svgv.nl
www.wantbuitengebeurthet.nl