



Voeding, gezondheid en welzijn: Kansen voor Agri

Een deskstudie voor Noord-Holland Noord

Pieter de Wolf, Maureen Schoutsen, Joanneke Spruijt, Charon Zondervan (FBR)



Voeding, gezondheid en welzijn: Kansen voor Agri

Een deskstudie voor Noord-Holland Noord

Pieter de Wolf, Maureen Schoutsen, Joanneke Spruijt, Charon Zondervan (FBR)

© 2013 Wageningen, Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO) onderzoeksinstituut Praktijkonderzoek Plant & Omgeving. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van DLO.

Voor nadere informatie gelieve contact op te nemen met: DLO in het bijzonder onderzoeksinstituut Praktijkonderzoek Plant & Omgeving, Business Unit Akkerbouw, Groene Ruimte en Vollegrondsgroenten.

DLO is niet aansprakelijk voor eventuele schadelijke gevolgen die kunnen ontstaan bij gebruik van gegevens uit deze uitgave.



Europese Unie

Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

Hier wordt geïnvesteerd in uw toekomst!



**Provincie
Noord-Holland**

Dit project is gefinancierd door het Europees Fonds voor Regionale ontwikkeling vanuit het project Agrivizier en ontvangt financiële steun van de provincie Noord-Holland.

Projectnummer: 3250224501

**Praktijkonderzoek Plant & Omgeving, onderdeel van Wageningen UR
Business Unit Akkerbouw, Groene Ruimte en Vollegrondsgroenten**

Adres : Postbus 430, 8300 AK Lelystad
: Edelhertweg 1, 8219 PH, Lelystad
Tel. : +31 320 29 11 11
Fax : +31 320 23 04 79
E-mail : info.ppo@wur.nl
Internet : www.ppo.wur.nl

Inhoudsopgave

pagina

1	INLEIDING	5
2	ALGEMENE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	7
2.1	Gezondheid en welzijn	7
2.2	Ontwikkelingen in de voedingsmiddelenmarkt.....	9
2.3	Bevolkingsontwikkeling en zorgbehoefte	13
2.4	Ontwikkelingen recreatie en toerisme	15
2.5	Agribusiness.....	20
3	OP ZOEK NAAR KANSEN	21
3.1	Verbinding tussen Agri, voeding, gezondheid en welzijn	21
3.1.1	Sterktes	21
3.1.2	Zwaktes	21
3.1.3	Kansen	22
3.1.4	Bedreigingen	22
3.2	Aanbevelingen	22
3.3	Discussie Stuurgroep	23
	LITERATUUR.....	24

1 Inleiding

In het topsectorenbeleid van het ministerie van EZ wordt verondersteld dat innovaties plaatsvinden op het snijvlak van thema's en sectoren, de zogenaamde cross-overs. Dezelfde gedachte leeft in Noord-Holland Noord: op het snijvlak van de vier economisch belangrijke sectoren agribusiness, energie, health en leisure liggen wellicht kansen voor innovatie. De samenwerking tussen de vier Boards wordt daarom gestimuleerd. Tijdens de Agriboardconferentie van december 2012 stond het thema 'Agri, voeding en gezondheid' centraal. De grote belangstelling en de reacties achteraf laten zien dat dit thema leeft. Tegelijk is iedereen op zoek naar concrete businesskansen.

In de Kennis- en Innovatieagenda van het project Agrivizier blijkt ook dat deze zoektocht gefaciliteerd zou moeten worden met een verkennende studie. Deze studie zou voor de agribusiness inzicht op moeten leveren in 'de andere wereld', maar ook in een kader om te beoordelen waar de kansen zitten en waar niet. Dit document is een eerste schets van het brede veld van agri, voeding/gezondheid en welzijn, waarin de Noord-Hollandse situatie in het kader van de landelijke trends wordt geschetst. Vervolgens worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen samengevat en worden enkele aanbevelingen meegegeven, om de volgende stap richting innovatie te kunnen vormgeven.

De verkenning is geschreven vanuit het perspectief van de Agribusiness in Noord-Holland Noord: de ondernemer die zich afvraagt 'wat speelt er in de wereld van voeding en gezondheid en biedt dat kansen voor mij?' Deze vraag kan ook verbreed worden naar een hele sector of zelfs naar de Agriboard. Het is dus niet de bedoeling geweest om uitvoerig in te gaan op de ontwikkelingen in de Agribusiness zelf, in de veronderstelling dat dit bekend is bij de doelgroep.

2 Algemene trends en ontwikkelingen

2.1 Gezondheid en welzijn

Het is geen nieuws dat gezondheid een belangrijk thema is in Nederland. De kosten van de gezondheidszorg worden onbetaalbaar en de overheid is voortdurend op zoek naar oplossingen om deze kosten weer onder controle te krijgen. Deze kostenstijging vindt met name plaats doordat Nederlanders steeds langer chronisch ziek zijn door een combinatie van een langere levensverwachting en vroeger optreden van chronische ziekten. Niet-overdraagbare chronische ziekten zoals hart- en vaatziekten, diabetes type II en een aantal soorten kanker worden grotendeels veroorzaakt door leefstijlpatronen van te veel en verkeerd eten en drinken.¹ Uiteraard is niet alle ziektelast en bijbehorende maatschappelijke kosten vermijdbaar, het gaat desondanks om zeer grote bedragen. De kosten van overgewicht zijn voor Nederland berekend op 4 miljard Euro per jaar en voor diabetes type II op 1 miljard Euro per jaar, exclusief verloren arbeidsuren.²

Er is een duidelijke relatie tussen leefstijl en gezondheid. De kostenstijging in de gezondheidszorg is echter niet alleen te wijten aan een ongezonde leefstijl, ook demografische vergrijzing speelt een belangrijke rol.

Diverse deskundigen signaleren in de gezondheidssector een grote blinde vlek voor de preventieve kant: artsen zijn gericht op het behandelen van zieke mensen, niet op het voorkómen dat mensen ziek worden. Ook politiek gezien is hier weinig draagvlak voor, omdat men vindt dat de overheid zich niet moet bemoeien met de leefstijl van burgers. Accijnzen op alcohol en tabak zijn overigens geaccepteerd, de zogenaamde vettaks blijkt weer een brug te ver. Tegelijk wordt steeds meer bewijs geleverd voor de relatie tussen voeding, leefstijl en gezondheid. Het bevorderen van gezond gedrag wordt echter grotendeels overgelaten aan marketing door bedrijven die gezonde producten op de markt brengen, de zogenaamde aanbodzijde.³ Verzekeraars kunnen op termijn een belangrijke rol spelen in dit geheel door leefstijlinterventies te vergoeden in plaats van medicijnen, hoewel deze zaken door overheidsbeleid juist weer uit het verzekeringspakket verdwijnen. Daarnaast zijn verzekeraars (terecht) huiverig om niet-medische behandelingen en producten te vergoeden als er geen wetenschappelijk onderbouwd gezondheidseffect is.

De gezondheidssector is sterk gericht op behandeling en nauwelijks op preventie. Ook de overheid en de politiek zijn huiverig voor het bemoeien met de leefstijl van mensen. De discussie neemt echter toe, o.a. op initiatief van zorgverzekeraars.

¹ Zie bijvoorbeeld "Mapping salt reduction initiatives in the WHO European region" WHO (2013)

² Nationaal Kompas Volksgezondheid (RIVM)

³ Zondervan *et al* (2009). Interventies in het aanbod van voedsel.

De voedingscomponent is in deze verkenning het meest interessant: de agrarische sector staat immers aan de basis van al ons voedsel. De problematiek van ongezond voedingsgedrag blijkt te bestaan uit een aantal elementen: we eten teveel vet, suikers en zout en we eten te weinig vezels, verse groenten en fruit. Het grootste deel van de suikers en zouten krijgen we binnen via bewerkte producten, voor zout zijn dat met name brood, vleesproducten en kaas⁴. Maar een beperkt deel van suiker en zoutinname is het gevolg van eigen toevoegingen door consumenten.

De voedingsindustrie speelt een belangrijke rol bij (on)gezonde voeding, omdat consumenten een deel van de suikers en zouten binnenkrijgen via bewerkte producten.

Het is voor dit thema ook belangrijk om specifieke doelgroepen te onderscheiden en realistische ambities te hebben om gedrag van deze groepen te beïnvloeden. De Raad voor de Volksgezondheid (2002)⁵ signaleert bijvoorbeeld dat er verschil is tussen hoog- en laagopgeleiden en tussen allochtone en autochtone bevolkingsgroepen, o.a. wat betreft het voorkomen van overgewicht en obesitas. De probleemanalyse laat zien dat gedrag wordt bepaald door genetische aanleg, leefstijl en omgeving. De leefstijl wordt hier gezien als een bepaald gedragspatroon. Opvoeders blijken weer een belangrijke rol te spelen in het ontwikkelen van dit gedragspatroon bij de volgende generatie. De beïnvloeding hiervan is dus lastig. Een citaat van het SCP⁶: *Het terugdringen van ongezonde leefgewoonten stagneert, vooral onder laagopgeleiden. Ondanks voorlichtingscampagnes neemt het aantal probleemdrinkers en drugsgebruikers niet af, en datzelfde geldt voor het aantal Nederlanders met (ernstig) overgewicht. Nog steeds is 40 tot 50 % van de Nederlanders te zwaar. Een op de negen Nederlanders kampt zelfs met ernstig overgewicht. Onder 2- tot 9-jarigen is een op de zeven te zwaar. Meer dan de helft van de Nederlanders voldoet niet aan de richtlijnen voor gezonde voeding, vooral wat betreft het eten van genoeg groente en fruit. Bijna de helft van de Nederlanders krijgt minder lichaamsbeweging dan de norm van een half uur matig intensieve lichamelijke activiteit per dag. Alleen het aantal rokers is de afgelopen jaren, na jaren stilstand, weer wat afgenomen. Ongezonde leefgewoonten komen vaak in combinatie voor. Een deel van de Nederlanders, vooral onder laagopgeleiden, vertonen meerdere vormen van ongezond gedrag tegelijk. Dat effect treedt op in alle leeftijdscategorieën.*

In onderzoek van het LEI⁷ worden zes groepen onderscheiden in relatie tot duurzame voeding. Wat opvalt is dat 4 van de 6 groepen 'gezondheid' niet als koopargument gebruiken bij voeding, maar andere waarden, zoals smaak, prijs, ambachtelijkheid of bekendheid, gebruiken om hun aankoopgedrag te rationaliseren. Een andere conclusie van dit onderzoek is dat er een kloof is tussen intenties en feitelijk gedrag: men zegt dat iets belangrijk is, maar in de winkel overheerst gewoontegedrag en koopt men hetzelfde product als gisteren en eergisteren. Wat ook opvalt is de behoefte om na te denken over duurzame voeding maar bij een deel van de groepen aanwezig is. Dit zijn ook de groepen met een (redelijke) kennis over duurzaam voedsel. De zogenaamde middenmotors (20% van het totaal) lijkt het meest beïnvloedbaar: deze groep bestaat uit consumenten die geen eenduidig gedrag laat zien, maar zich soms laten leiden door prijs en dan weer door gezondheid of andere waarden.

Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen specifieke bevolkingsgroepen als het gaat om gezondheid en voeding. Onderzoek laat zien dat een duurzame gedragsverandering moeilijk is, maar dat er steeds een middengroep naar voren komt die wel beïnvloedbaar is.

⁴ Van Rossum et al (2012). Zoutconsumptie van kinderen en volwassenen in Nederland.

⁵ Raad voor de volksgezondheid (2002). Gezondheid en gedrag.

⁶ Veldheer en Bijl (2011). Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010.

⁷ Onwezen et al (2011). Denken, doen en duurzame voeding; verschillen tussen consumentengroepen.

2.2 Ontwikkelingen in de voedingsmiddelenmarkt

De Nederlandse landbouw produceert veel meer dan we zelf consumeren. In 2011 was de productie van Nederlandse groenten omgerekend naar inwoners ongeveer 810 gram groenten per inwoner per dag. Dat is dus heel wat meer dan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid van 200 gram. Een groot deel van de Nederlandse groenten en fruit wordt dan ook geëxporteerd, de exportwaarde bedraagt ongeveer 12,5 miljard euro. Deze export is de laatste jaren sterk gestegen. Toch wordt er ook 8 miljard euro aan groenten en fruit geïmporteerd, niet alleen voor binnenlandse consumptie, maar ook voor export naar andere landen. Nederland is een belangrijk doorvoerland voor groente en fruit.

De Nederlandse agrosector produceert meer dan we zelf consumeren. De export stijgt nog steeds. Tegelijk wordt er ook veel groente en fruit geïmporteerd, niet alleen voor binnenlandse consumptie, maar ook voor handel naar andere landen.

De Nederlandse consument koopt ruim driekwart van zijn bestedingen aan verse aardappelen, groenten en fruit bij de supermarkt en dat wordt steeds meer. Slechts 12% van de AGF-bestedingen komt van de groente- en fruitwinkel, 8% van de ambulante handel en de rest bij niet-detailhandel en overige winkels, zoals bij de boer, op stations of bij warenhuizen. Het aantal voedingsspecialzaken, zoals groentewinkels is de laatste 10 jaar fors afgenomen. Ook het aantal supermarkten nam af, maar deze zijn wel veel groter geworden. Daarnaast neemt het aantal spelers in de retail behoorlijk af door overnames: Albert Heijn en Jumbo hebben meer dan de helft van de markt in handen, Lidl en Aldi zijn samen goed voor ongeveer 15%⁸. Enkele ketens, waaronder de Lidl, profileren zich nadrukkelijk met het AGF segment. Daarnaast is er bij een aantal ketens ruimte voor regionale producten in het (vers)schap.

De Nederlandse consument koopt ruim 75% van de AGF bij de supermarkt. Dit percentage neemt nog steeds toe, terwijl het aantal voedingsspecialzaken afneemt. Bij supermarkten is sprake van een sterke schaalvergroting. Winkels worden groter en het aantal ketens neemt af.

Door de fors gestegen productie van de landbouw, de toegenomen welvaart en de opkomst van de voedingsmiddelenindustrie is ons voedingspatroon sterk veranderd. Het grootste deel van het voedingsbudget (26%) gaat op aan vlees en vis, vervolgens aan brood en granen (21%), AGF producten (19%), zuivel (14%) en specerijen, sauzen en kant-en-klaarmaaltijden (10%). Het verbruik van aardappelen en groenten is sinds 1950 gedaald, terwijl het verbruik van vlees en kaas is toegenomen. De hoeveelheid groenten bedraagt minder dan de aanbevolen 200 gram en de trend is een dalend gebruik.

Tabel 1: Verbruik van aardappelen, groente, vlees en kaas per inwoner (in gram per dag)

	1950	begin 21 ^e eeuw
aardappelen	356	233
groenten	181	164
vlees	48	116
kaas	14	49

(Bron: Smakelijk weten; Trends in voeding en gezondheid. CBS, Den Haag/Heerlen, december 2012)

De langjarige trends laten zien dat consumenten steeds minder aardappelen en groenten consumeren.

Er zijn een aantal trends waar te nemen in het voedingsmiddelengebruik, die soms tegengesteld lijken, maar naast elkaar kunnen voorkomen.

⁸ Bron: <http://www.distrifood.nl/Service/Marktaandeelen/>

Convenience food

Omdat we steeds minder tijd willen of kunnen besteden aan het bereiden van maaltijden, kiezen we voor gemak oftewel convenience food. De voedingsmiddelenindustrie speelt hierop in, zodat we veel bewerkte producten zoals vlees(waren), brood, kruidenmixen en kant- en klaarmaaltijden kopen. Groenten worden vaak gewassen, gesneden en verpakt aangeboden en vaak gecombineerd tot een groente- of salademix. Ook neemt de gemiddelde gezinsgrootte steeds verder af, waardoor er behoefte is aan steeds kleinere porties.⁹

Het is belangrijk bij verse producten om in te spelen op de 'gemaksfactor': denk aan kleinere porties, gewassen en gesneden, handig verpakt en bewaarbaar, zonder dat dit ten koste gaat van smaak en versheid.

Gezonde voeding

Veel consumenten willen ter bevordering van hun gezondheid bewust omgaan met hun voeding. De voedingsmiddelenproducenten en supermarkten spelen hierop in met gezondheidsclaims, vermelding van voedingswaarden, 'light'-producten en bijvoorbeeld het 'vinkje' van de Stichting Ik kies bewust. In de GfK jaargids 2013 staan een paar interessante conclusies over het effect van claims op de perceptie en het gedrag van de consument:

"Voedingslabels worden door de consument beschouwd als één van de meest betrouwbare informatiebronnen. De geloofwaardigheid van voedings- en gezondheidsclaims wordt echter sterk in vraag gesteld door 30% van de consumenten. Hoofdoorzaak hiervan is dat consumenten zich bewust zijn van het feit dat deze claims vaak gebruikt worden als onderdeel van een reclamestrategie.

Voedings- en gezondheidsclaims hebben een hogere geloofwaardigheid wanneer ze betrekking hebben op producten die al de perceptie hebben gezond te zijn. De noodzaak om producten aan te passen die al van nature gezond zijn, wordt echter door heel wat consumenten betwijfeld.

Positieve voedingsclaims hebben meer impact naarmate de positieve voedingsstof (bv.: omega-3 vetzuren) en het positieve effect (bv.: cholesterolverlagend) ervan een grotere bekendheid heeft. In dat geval blijkt het vernoemen van de positieve voedingstof vaak al voldoende om de gezondheidsassociatie op te roepen."

Voedingslabels zijn een belangrijke en geloofwaardige informatiebron voor de consument, hoewel een relatief grote groep sterk twijfelt aan de geloofwaardigheid van voedings- en gezondheidsclaims. Geloofwaardigheid lijkt het sleutelwoord, wat op gespannen voet staat met de inzet van labels als marketinginstrument.

Biologische producten

Biologische voeding maakte in 2011 ongeveer 2 procent uit van de uitgaven aan voedingsmiddelen. Het aandeel biologische voeding stijgt hiermee sterk, want dit is een toename van 17% ten opzichte van 2010. Men koopt vooral biologisch bij de supermarkt (bijna 50%) en daar stijgt het aandeel flink, maar ook bij natuurvoedingswinkels, reformzaken of biologische slagers. Een ander belangrijk verkoopkanaal voor biologische voeding is de contract-cateraar die levert aan bedrijfs- en overheidsrestaurants, onderwijs- en zorginstellingen en vliegtuigen.¹⁰

In dit kader is de opkomst van het zogenaamde tussensegment ook relevant: dit zijn producten die bijvoorbeeld qua dierenwelzijnseisen tussen biologisch en gangbaar inzitten. Dat geldt ook voor de prijs.

Biologische producten vormen nog steeds een klein marktsegment, maar er is wel sprake van een sterke groei. 50% van de biologische producten wordt bij de supermarkt gekocht.

⁹ Nederland heeft 2.8 miljoen éénpersoonshuishoudens, ruim 16 procent van de totale Nederlandse bevolking. Dit aantal huishoudens blijft de komende jaren verder stijgen. (www.zorgatlas.nl)

¹⁰ CBS (2012) Smakelijk weten; Trends in voeding en gezondheid.

Lokaal geproduceerde/streekproducten

Ook lokaal geproduceerde of streekproducten genieten een toenemende populariteit. Er is een keurmerk voor streekproducten ontwikkeld (www.erkendstreekproduct.nl) dat staat voor een regionale herkomst en maatschappelijk verantwoord produceren. Agrarische ondernemers spelen hier op in door streekproducten te ontwikkelen en/of via boerderijwinkels te vermarkten.

De agrisector in Noord-Holland heeft een aantal bekende 'merken', zoals de Beemsterkaas en de Opperdoezer Ronde. Deze producten zijn niet alleen in de regio bekend, maar worden landelijk afgezet. De bescherming van deze streekproducten / merken laat vaak te wensen over, terwijl die mogelijkheden er op Europees niveau volop zijn¹¹.

Daarnaast zijn der diverse initiatieven rond streekproducten en lokale afzet, zoals:

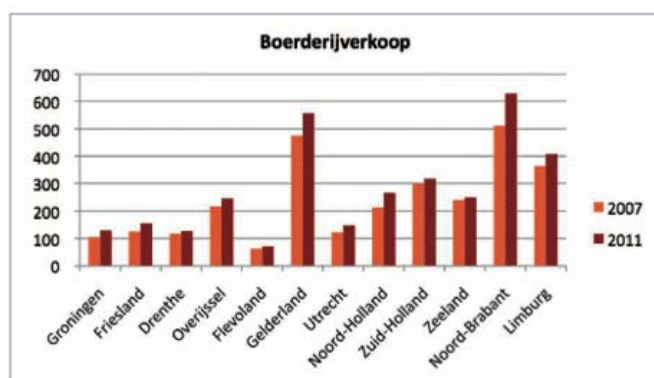
- Bio Valley (www.biovalley.nl): een samenwerkingsverband van een aantal biologische ondernemers uit Noord-Holland Noord op het gebied van afzet, productinnovaties, promotie en opschaling.
- Novalishoeve (www.raphaelstichting.nl/novalishoeve): Novalishoeve is een zorgboerderij die ook biologische producten van eigen boerderij aanbiedt.
- Beemsterlants Varken (www.beemsterlantsvarken.nl): Deze varkenshouderij in de Beemster verkoopt een product wat zich onderscheidt op de aspecten dierenwelzijn, voedselveiligheid, duurzaamheid, transparantie, smaak en regionale samenwerking.

Men kan streekproducten in de desbetreffende streek kopen, maar er zijn ook websites waar men streekproducten kan bestellen en laten thuisbezorgen www.streekbox.nl en www.strekmolen.nl.

De ontwikkeling van Noord-Hollandse streekproducten is een wens die breder leeft, zowel bij producenten als bij o.a. de Leisure Board. Streekproducten dragen bij aan de 'merkbeleving' van de regio en kunnen voor producenten een interessante marge opleveren. Echter, het is tot op heden niet gelukt om de vele (vaak kleine) producenten te verbinden en samen een sterk merk te ontwikkelen. Daarnaast is het ontwikkelen van de markt wellicht een nog grotere opgave dan de organisatie van de aanbodkant.

Uit cijfers van LEI en PPO blijkt dat in Noord-Holland het aantal agrarische bedrijven met boerderijverkoop tussen 2007 en 2011 is toegenomen, zie onderstaande tabel¹².

Tabel 2: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Boerderijverkoop 2007-2011



Slow Food

Slow Food (langzaam voedsel; www.slowfood.nl) is een internationale beweging die zich afzet tegen de zogenaamde fastfood cultuur en de regionale, culturele of traditionele keuken wil behouden en daarmee ook het oorspronkelijk gebruik van gewassen, zaden, dieren en landbouwgebruiken van een regio. Uitgangspunt is dat voedsel lekker, puur en eerlijk moet zijn. Eten moet goed smaken en zonder schade voor de leefomgeving, het dierenwelzijn en de gezondheid geproduceerd worden. Er is ook interesse en betrokkenheid bij de herkomst, productiewijze en de economische en politieke context. Verder wordt de

¹¹ Zie <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/>

¹² Venema et al (2012). Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2011.

vorming van voedselgemeenschappen bevordert, een economisch model dat rechtvaardige, duurzame productie voorstaat en onderlinge banden binnen een gemeenschap versterkt. Slow food Westfriesland is divers van samenstelling. Er is een professionele kok, een cateraar, een aardappelteler en een ambachtelijke bakker, maar er zijn ook gepassioneerde hobbykoks, fijnproevers, Italofielen, moestuiniers, en fruittelers binnen de gelederen.

De international Slow Food Movement is een reactie op fast food en vraagt aandacht voor lekker, puur en eerlijk voedsel.

Zwaktes en bedreigingen voor (vernieuwing in) de verbinding Agri en Voeding

- Het grootste deel van de agrarische productie wordt geëxporteerd. Er is daarmee al een enorme en groeiende afzetmarkt voor de Noord-Hollandse agrariërs.
- Het verbruik van groenten en aardappelen per hoofd van de bevolking neemt af.
- Voedselproducten worden vooral en steeds meer in de Nederlandse supermarkten gekocht. De verbinding tussen een lokale agrarische ondernemer en een lokale supermarkt is moeilijk te verwezenlijken, doordat supermarkten veelal via centrale inkoop voor de hele supermarktketen werken.
- De voedingsmiddelenfabrikanten spelen in op de vraag naar convenience food. Evenals bij de supermarkten is het niet eenvoudig hier als lokale voedingsproducent een voet tussen de deur te krijgen.

Sterke punten en kansen voor (vernieuwing in) de verbinding Agri en Voeding

- Het verbruik van vlees en kaas per hoofd van de bevolking neemt toe. Dit is gunstig voor de veehouders in Noord-Holland.
- Er is een toenemende vraag naar convenience food. Hier kan op ingespeeld worden door bijvoorbeeld het snijden van groenten, het maken van vruchten/groentesappen, groente mixen, het aanbieden van complete maaltijden (verpakt en/of diepgevroren), kant-en-klare vleesproducten etc.
- Er is een toenemende behoefte om gezond voedsel te kopen. Duidelijk is dat diverse agrarische producten een essentiële rol vervullen in een verantwoord voedingspatroon. Door helder bij het product te vermelden welke samenstelling voedingsstoffen en voedingswaardes het bevat wordt bij de bewuste consument bij het vernoemen van de positieve voedingstof al vaak een gezondheidsassociatie opgeroepen.
- De toenemende vraag naar biologische producten en streekproducten en de slow-food trend biedt uitstekende perspectieven voor bepaalde typen agrarische ondernemers in Noord-Holland. Het is de kunst om agrarische ondernemers die dit willen en kunnen te verbinden met het vragende publiek. De kracht zit hem juist in niches en een kleinschalige aanpak.

2.3 Bevolkingsontwikkeling en zorgbehoefte

Een andere relevante ontwikkeling binnen de thema's voeding, gezondheid en welzijn is de vergrijzing. De Nederlandse bevolking vergrijst, in sommige regio's meer dan in andere regio's. Daardoor neemt de behoefte aan medische zorg toe, maar ook aan ouderenzorg. Een aantal kenmerken van de vergrijzende Nederlandse bevolking zijn¹³:

- momenteel leven er 2.6 miljoen ouderen (65+) in Nederland en dit zullen er in 2040 4.6 miljoen zijn;
- de bevolking veroudert vooral doordat er minder kinderen worden geboren;
- de gemiddelde levensduur zal de komende decennia naar verwachting verder toenemen: de prognose van een nuljarige in 2060 is voor mannen 84 en voor vrouwen 86 jaar;
- de ziektelast neemt toe doordat de ouder wordende mens in zijn laatste levensfase om meer en langduriger en daardoor duurdere zorg vraagt.

Deels als gevolg van de vergrijzing is een stijging te zien in de zorgkosten; de reguliere institutionele zorg wordt op termijn onbetaalbaar. Ouderen hebben minder keus dan een aantal jaren geleden als het gaat om plaatsing in een verzorgingstehuis of thuis wonen; zij moeten zo lang mogelijk thuis wonen. Er is steeds meer aandacht voor goedkopere alternatieven. De zorg wordt meer decentraal ingericht, en daarnaast worden vaak mantelzorgers en vrijwilligers ingeschakeld, niet omdat dit betere zorg oplevert, maar omdat dit goedkoper is. Tegelijk laten initiatieven als coöperatie Landzijde zien dat kleinschalige zorg op agrarische bedrijven prima in staat is om kwalitatief goede (zelfs betere) zorg te leveren, tegen lagere kosten.

De toenemende vergrijzing draagt bij aan de stijging van de zorgkosten. Juist in de ouderenzorg wordt de komende periode fors bezuinigd, met name door verschuiving van instellingen naar verzorging thuis en een grotere inzet van vrijwilligers (mantelzorg).

Door de vergrijzing en de trek naar de stad is in een aantal gebieden in Nederland inmiddels sprake van krimp, met name in de 'randen' van Nederland. Op lokale schaal is er sprake van ontvolking van het platteland, met name door jongeren, waardoor de gemiddelde leeftijd in kleine kernen toeneemt. Tegelijk daalt het voorzieningenniveau en komen bedrijven en diensten op grotere afstand te zitten. Dat geldt niet alleen voor de supermarkt en de bank, maar ook voor de zorg, zoals huisartsen en zorginstellingen. Deze ontwikkeling is ook aan de orde in Noord-Holland Noord.

Tegelijk zijn ouderen één van de meest vermogende bevolkingsgroepen van Nederland als het gaat om het besteedbaar budget en vormen ze een belangrijke inkomstenbron voor de Leisure sector in de regio (zie paragraaf 2.4). Het is daarom niet terecht om ouderen vooral te zien als een zielige groep of als een probleem, maar ook als een kans voor de regio.

In Noord-Holland Noord wordt de komende jaren zowel krimp als vergrijzing verwacht. Met name op het platteland zal het voorzieningenniveau dalen, terwijl een relatief grote groep minder mobiel wordt. Tegelijk biedt de vergrijzing ook kansen voor de regio, onder andere omdat ouderen relatief veel te besteden hebben: op dit moment zijn vitale ouderen een belangrijke doelgroep voor de Leisure sector in de regio.

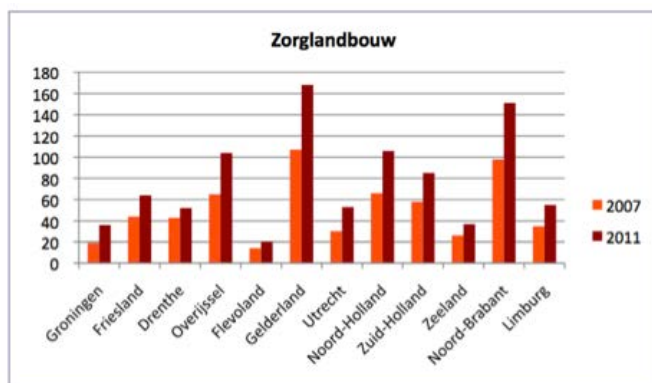
¹³ Veldheer en Bijl (2011). Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010. Zondervan (2012) Presentatie 'Trends in de Wereld van voedsel'

Landbouw en zorg

Er is een grote diversiteit onder de zorgboerderijen, in omvang en grootte, maar ook qua doelgroepen. Op de meeste bedrijven wordt dagbesteding geboden aan uiteenlopende groepen cliënten als (dementerende) ouderen, verstandelijk gehandicapten, jongeren uit de jeugdhulpverlening, psychiatrische patiënten of ex-verslaafden. Uit een vergelijkend onderzoek tussen ouderen die overdag op de zorgboerderij verblijven en ouderen in de reguliere dagverzorging blijkt dat verblijf op de zorgboerderij zorgde voor een betere voedingsstatus. Ouderen op een zorgboerderij voelen meer stimulans om mee te doen aan activiteiten en actief te blijven, waardoor ze hun fysieke conditie op peil houden.¹⁴

In Noord-Holland is het aantal agrarische bedrijven met zorg in de jaren 2007-2011 flink gestegen (zie onderstaande tabel). Er waren in 2011 meer dan 100 zorgboerderijen in de provincie Noord-Holland.¹⁵

Tabel 3: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Zorg 2007-2011



In Noord-Holland is een groot deel van de zorglandbouw georganiseerd via Landzijde (www.landzijde.nl). Deze organisatie bemiddelt tussen zorgvragers (individuele zorginstellingen) en zorgaanbieders (zorgboerderijen) en draagt bij aan de professionalisering van de sector in de regio. Zorglandbouw heeft overigens tot op heden kunnen profiteren van het Persoonsgebonden Budget stelsel (PGB), waardoor cliënten individueel zorg kunnen inkopen. De dreigende afschaffing van dit stelsel in 2011 was ook een grote bedreiging voor de zorglandbouw. Het is opvallend dat een deel van deze zorgboerderijen biologische bedrijven zijn en/of andere verbredingsactiviteiten hebben (o.a. huisverkoop). Uit onderzoeksprojecten van LEI en PPO blijkt ook dat deze activiteiten ook een forse bijdrage kunnen leveren aan het bedrijfsresultaat¹⁴.

Zorglandbouw is een sector in opkomst, mede dankzij het PGB stelsel. Zorgboerderijen blijken goede (zelfs betere) zorg te kunnen leveren tegen lagere kosten, vergeleken met reguliere instellingen. In Noord-Holland is de zorglandbouw grotendeels georganiseerd via Landzijde. Bedrijven in deze sector combineren vaak meerdere functies.

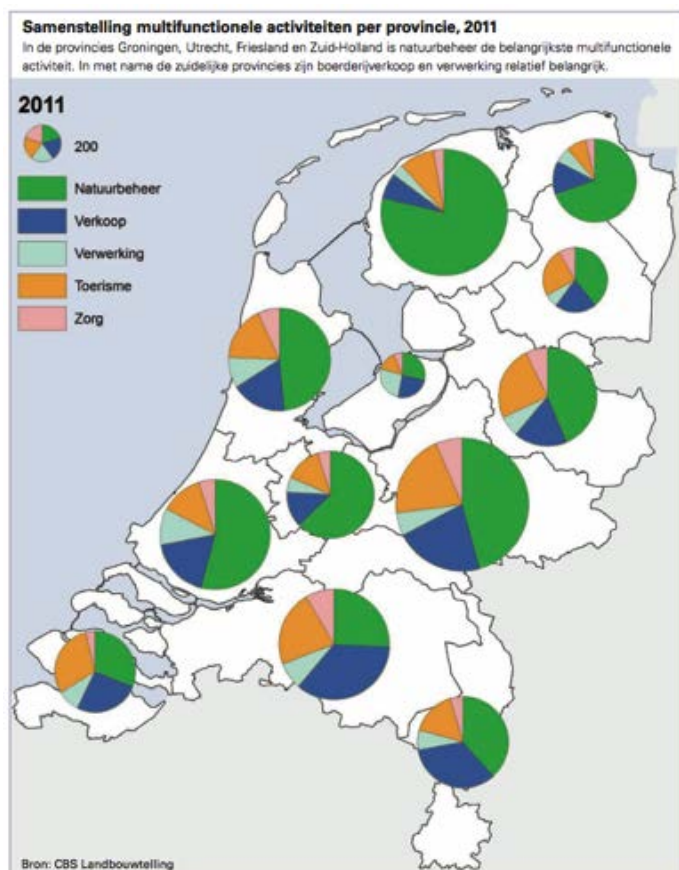
¹⁴ Multifunctionele landbouw in Nederland: meer dan boeren alleen (2012).

¹⁵ Venema et al (2012). Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2011.

2.4 Ontwikkelingen recreatie en toerisme

Daar waar Leisure en Agri elkaar raken gaat het over plattelandstoerisme: dit is een sector in ontwikkeling. Er worden steeds meer vormen van plattelandstoerisme aangeboden en er worden creatieve combinaties gemaakt tussen producten en diensten. Binnen de multifunctionele landbouwsector 'recreatie en toerisme' zijn er enorme verschillen in omvang van bedrijven, omzet en professionaliteit. Dit geldt ook voor de multifunctionele landbouwsectoren 'boerderijverkoop' en 'agrarisch natuurbeheer'; óók belangrijke sectoren als we het hebben over recreatie en toerisme. Het gaat immers over het totale aanbod aan activiteiten op het platteland en de instandhouding van de aantrekkelijkheid van het landschap. Het is niet specifiek onderzocht, maar er zijn aanwijzingen dat een bepaald niveau van multifunctionele bedrijvigheid in een gebied de aantrekkelijkheid voor bezoekers vergroot. Er kan synergie ontstaan tussen verschillende activiteiten zoals recreatie, eetgelegenheden en overnachtingsmogelijkheden; het gebied als geheel krijgt daardoor een grotere aantrekkingskracht¹⁶. (Bron: Multifunctionele landbouw in Nederland: meer dan boeren alleen (2012). Taskforce Multifunctionele Landbouw, Wageningen UR en Roodbont Uitgeverij). Op onderstaande kaart wordt de landelijke verspreiding en samenstelling van multifunctionele landbouwactiviteiten (gegevens 2011) weergegeven¹⁷. (Bron: Venema, G. et al. Kijk op multifunctionele

landbouw. Omzet en impact 2007-2011. Publicatie LEI 12-040 LEI/Wageningen UR, april 2012).



Het is belangrijk om rekenschap te geven aan het feit dat de landbouw niet de enige speler is bij plattelandstoerisme. Om een voorbeeld te noemen: op het platteland zijn een paar duizend bed & breakfast accommodaties, waarvan slechts een paar honderd op een boerderij. Dit betekent een grote competitie, waarbij de recreatieboer(in) zich moet kunnen onderscheiden. Dit vergt professionaliteit, het te allen tijde leveren van kwaliteit en bij de tijd blijven. Bij het plattelandstoeristisch ondernemerschap hoort gevoel voor stijl, smaak en maatschappelijke ontwikkelingen. Daarnaast is regionale samenwerking op gebied van recreatie erg belangrijk. In het buitenland zijn goede voorbeelden te vinden van een geslaagde streekanpak ('branding').

Landbouw en leisure raken elkaar op het platteland, hoewel landbouw een kleine speler is bij plattelandstoerisme. Deze activiteiten vragen specifieke kwaliteiten van ondernemers en medewerkers. Goede samenwerking in de regio kan leiden tot een betere herkenbaarheid (branding).

¹⁶ Multifunctionele landbouw in Nederland: meer dan boeren alleen (2012)

¹⁷ Hendriks-Goossens et al (2012). Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2011.

Toeristische kenmerken en ontwikkelingen Noord-Holland Noord

In het gebied Noord-Holland Noord (de regio tussen Texel en de lijn ten noorden van Amsterdam-Noord en IJmond) zijn recreatie en toerisme belangrijke economische pijlers. Jaarlijks zijn er ruim 7 miljoen toeristische overnachtingen. De jaarlijkse omzet in de recreatie- en toerismebranche in het gebied bedraagt € 1 MLD, waarbij Texel niet is meegenomen. Een derde deel hiervan komt voort uit (grote) bedrijven die meer dan € 1 miljoen omzetten. In totaal gaat het om 2300 bedrijven, 10.000 fte, 30.000 banen (veel meer dan in de agribusiness).

In Noord-Holland Noord komen toeristen voornamelijk voor de cultuurhistorie, water(sporten), de kust en het landschap (agrarisch landschap). De benadering van doelgroepen is op z'n retour: doelgroepen verwateren, lopen door elkaar heen. Er is nu een meer thematische benadering, gericht op 'beleving'.

Noord-Holland Noord trekt voornamelijk Nederlandse recreanten, met langs de kust ook Duitsers. Daarnaast vind je er een klein deel internationale toeristen die naar Noord-Holland komen met een gericht doel (cultuurhistorische stedentrips, kaasmarkt etc.). 60% van de toeristen komt uit de regio zelf (inclusief Amsterdam). Ze komen er voornamelijk om te fietsen en te wandelen. Er zijn veel herhalingsbezoekers. De doelgroep wordt ouder. Er is in het gebied momenteel te weinig aanbod voor de groep 13-30 jarigen, met uitzondering van Texel. Mensen zoeken steeds meer de 'funfactor'; ze komen bijvoorbeeld niet alleen maar voor het strand, maar komen voor strand en winkelen¹⁸.

De toeristen komen naar Noord-Holland Noord voor de cultuurhistorie (steden, kaasmarkt), water/kust en het (agrarisch) cultuurlandschap. Noord-Holland Noord trekt voornamelijk Nederlandse recreanten uit de regio zelf (inclusief Amsterdam), die komen fietsen en wandelen.

¹⁸ Interview Adriana Stam en Paul Folgers, Leisure Board. Website: www.nhn.nl/sectoren/toerisme_recreatie/kansen_en_ontwikkelingen

De huidige rol van agribusiness voor toerisme in Noord-Holland Noord

De huidige rol van de agribusiness voor toerisme in Noord-Holland Noord is voornamelijk een passieve, als landschapsbeheerder (decor). Actief zorgt de agribusiness voor accommodaties (overnachting, horeca), activiteiten (boerderijrecreatie) en voorzieningen (fiets- en wandelpaden).

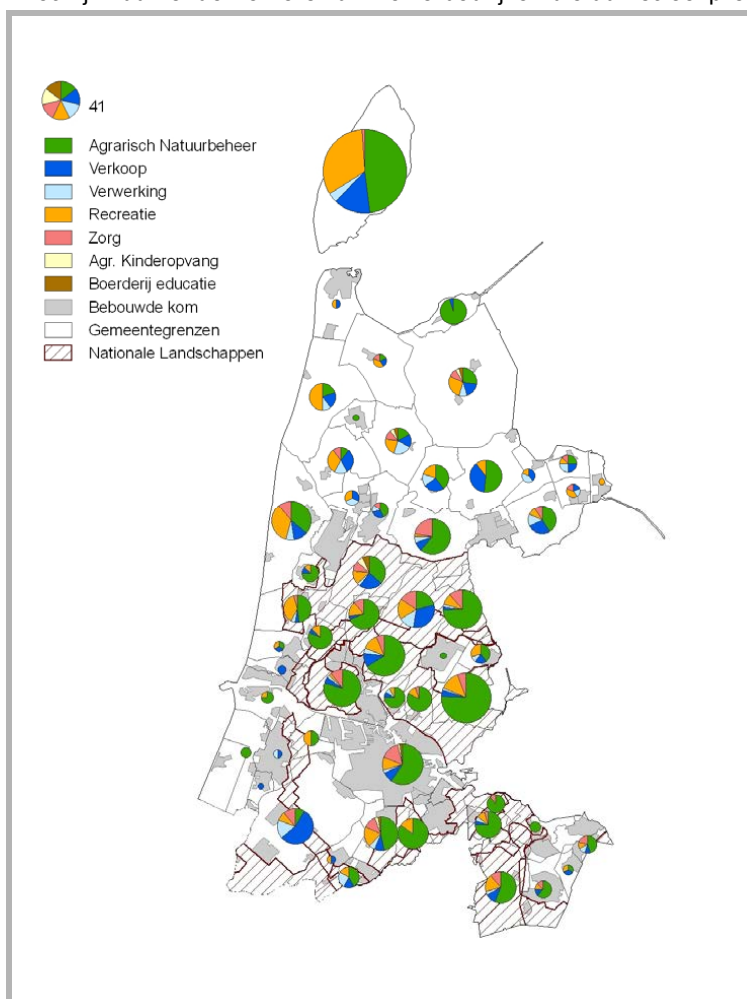
Noord-Holland Noord kent (kleinschalige) activiteiten als boerencampings, boerengolf en vergaderen bij de boer. Ook is er een aanbod van wat luxere boerenverblijfsrecreatie onder een franchise formule, zoals 'Stolpboerderij vakantie', 'Restinn' en 'Hotel de Boerenkamer'. Daarnaast kent het gebied streekproducten; het zijn vaak ondernemers van kleine bedrijven die aan streekproductenverkoop doen. Verder is er het

jaarlijkse Holland Flowers Festival. Dit festival houdt zich voornamelijk bezig met de agri sector, maar er is uiteraard verbinding met de toerisme branche. In 2013 wordt voor het eerst het Holland Food & Flowers Festival georganiseerd, waarbij de voedselbranche dus ook een plaats krijgt op het evenement. Noord-Holland Noord heeft haar kans om de Floriade te organiseren gemist, dit was een mooie gelegenheid voor de verbinding agri - leisure.

Voor het overige heeft Noord-Holland Noord o.a. speciale (culinaire) fietsroutes langs boerenbedrijven, molens die opengesteld zijn voor publiek, sportvisvijvers, arrangementen rondom de West-Friese Omringdijk, de kaasmarkt in Alkmaar en een bloembollenpretpark.

De verspreiding en samenstelling van multifunctionele landbouwactiviteiten in Noord-Holland worden de kaart links weergegeven.

Het percentage van landbouwbedrijven met multifunctionele activiteiten is het hoogst op Texel en ten noorden van Amsterdam. De belangrijkste multifunctionele activiteiten in deze concentratiegebieden zijn agrarisch natuurbeheer en toerisme. In de periode



2005-2009 neemt het aantal multifunctionele activiteiten toe in de concentratiegebieden. In West-Friesland is de sterkste daling zichtbaar. (Bron: Venema, G. et al. Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2011. Publicatie LEI 12-040 LEI/Wageningen UR, april 2012).

Het aantal bedrijven met verkoop en/of verwerking in geheel Noord-Holland is in de periode 2005-2009 bijna gehalveerd. Ook de bedrijven met agrarisch natuurbeheer en recreatie laten een daling zien (zie onderstaande tabel). Voor de sector 'Recreatie en toerisme' geldt dat het totaal aantal bedrijven in Nederland met verblijfs- en dagrecreatie wel is afgenomen, maar dat de omzet per onderneming flink is toegenomen. Dit is mede veroorzaakt door professionalisering van de sector¹⁹.

¹⁹ Kijk op multifunctionele landbouw. Ontwikkelingen per provincie (2010). LEI Wageningen UR

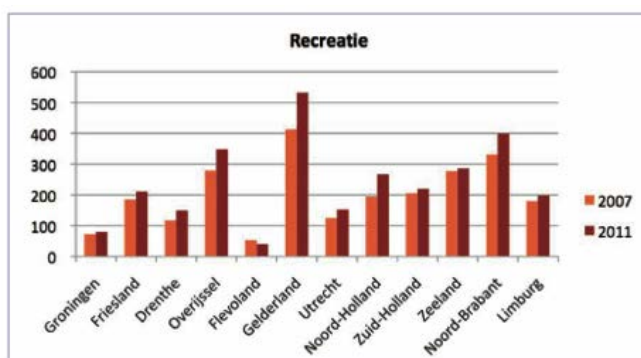
Tabel 4: ontwikkelingen van het aantal bedrijven met multifunctionele activiteiten in Noord-Holland

Ontwikkeling van het aantal bedrijven met multifunctionele activiteiten ten opzichte van het aantal landbouwbedrijven in Noord-Holland, 2005-2009						
Sector	2005		2007		2009	
	aantal bedrij- ven	% totaal aantal landbouw- bedrijven	aantal bedrij- ven	% totaal aantal landbouw- bedrijven	aantal bedrij- ven	% totaal aantal landbouw- bedrijven
Zorgboerderijen	45	0,8	66	1,2	83	1,5
Verkoop	341	5,8	213	3,9	179	3,3
Verwerking	120	2,0	61	1,1	83	1,5
Natuurbeheer	829	14,1	587	10,9	631	11,7
Recreatie	250	4,3	195	3,6	228	4,2
Totaal landbouw- bedrijven	5.859		5.409		5.412	

Bron: CBS-Landbouwelling, bewerking LEI.

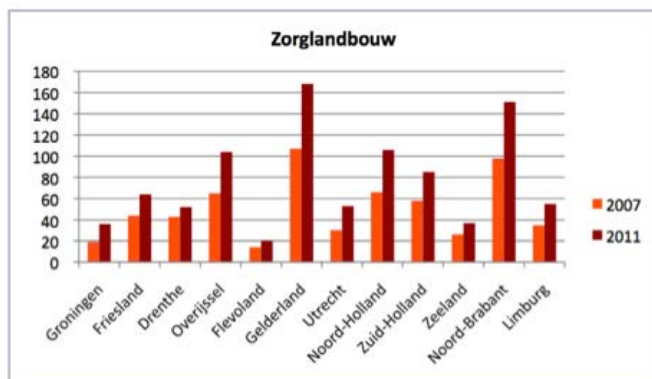
Uit cijfers van 2011 blijkt dat het aantal bedrijven met recreatie in Noord-Holland juist is gestegen, zie onderstaande tabel Ontwikkelingen agrarische bedrijven met Recreatie 2007-2011.

Tabel 5: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Recreatie 2007-2011

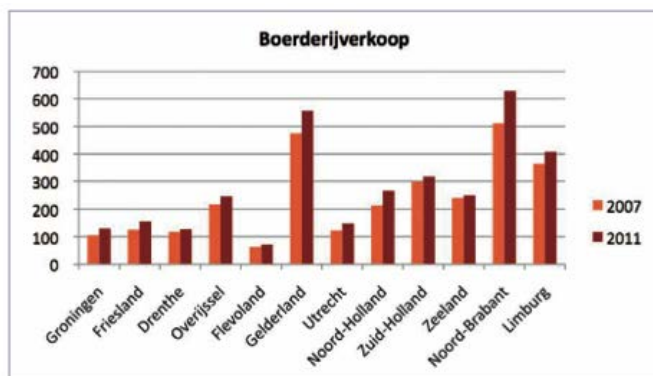


Om een indruk te geven van het totaalaanbod en de ontwikkeling in multifunctionele activiteiten (welke bijdragen aan de instandhouding van de aantrekkelijkheid van het landschap) in de provincie Noord-Holland worden hieronder ook de tabellen met ontwikkeling van agrarische bedrijven met zorg, boerderijverkoop en agrarisch natuurbeheer gegeven.

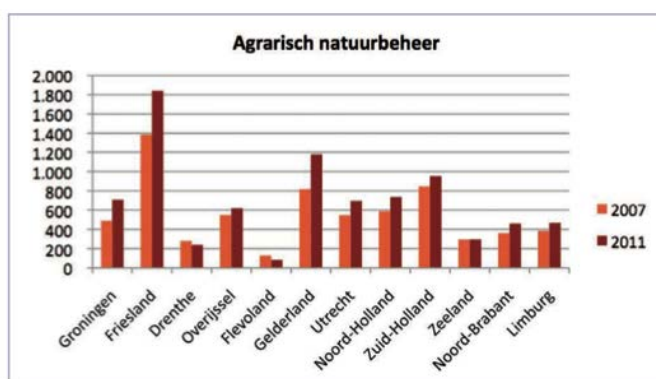
Tabel 6: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Zorg 2007-2011



Tabel 7: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Boerderijverkoop 2007-2011



Tabel 8: Ontwikkeling Agrarische bedrijven met Agrarisch natuurbeheer 2007-2011



(Overige bronnen: 'De Kop op de kaart', Commissie voor de Kop van Noord-Holland, november 2011. 'Westfriesland in 2020 – visie op de agribusiness', februari 2012).

Zwaktes en bedreigingen voor (vernieuwing in) de verbinding Agri en Leisure

- Noord-Holland Noord heeft over het algemeen wat oudere agrarische ondernemers. Het zijn vaak traditionele familiebedrijven. Bij een klein aantal bedrijven gaat het om jonge ondernemers, die toekomstgericht aan de slag gaan.
- De internationaal georiënteerde de seed business trekt veel buitenlandse gasten, maar deze gasten komen specifiek voor de zaadbedrijven en zien weinig van de streek. Zij trekken voor toeristische activiteiten naar Amsterdam.
- Megastallen, windmolens en koeien op stal maken het landschap niet aantrekkelijker voor toeristen.
- Grote bedrijven missen een soort van streekidentiteit die geschikt is voor streekproducten.

2.5 Agribusiness

De agrarische sector is belangrijk voor de regio Noord-Holland Noord: het is de grootste ruimtegebruiker (variërend van 41% in Noord-Kennemerland tot 80% in West-Friesland en de Kop van Noord-Holland) en een belangrijke economische sector. Vrijwel alle subsectoren zijn vertegenwoordigd in de regio: de akkerbouw, met als belangrijkste productiegebied de Wieringermeer, de vollegrondsgroenteteelt in West-Friesland, de bollenteelt met twee teeltgebieden in de Kop van Noord-Holland en een concentratie in West-Friesland, gecombineerd met bollenbroeierij, melkveehouderij, glastuinbouw met concentraties bij Enkhuizen (Grootslag), Alkmaar (Alton) en Middenmeer (Agriport A7), fruitteelt (West-Friesland). De vollegrondsgroentesector is breder dan alleen teelt: in Noord-Holland Noord zijn diverse grote producenten van groentezaden gevestigd en een aantal grote groenteverwerkers.

De sector is sterk internationaal georiënteerd: pootaardappelen, bloembollen, bloemen, groenten, zaden worden voor het grootste deel geëxporteerd naar alle delen van de wereld. Bedrijven worden ook steeds internationaler met buitenlandse vestigingen, o.a. de zaadbedrijven maar ook glastuinders.

Noord-Holland Noord produceert een scala aan voedselproducten, zoals verse groente, fruit en aardappelen, zuivel en gesneden groente. De bloembollensector is goed vertegenwoordigd, evenals de producenten van groentezaden. De sector is sterk internationaal georiënteerd.

Ook in Noord-Holland Noord is sprake van schaalvergroting: het aantal bedrijven neemt af terwijl het areaal ongeveer gelijk blijft. Deze trend is in heel Nederland waarneembaar. Het aantal grote bedrijven neemt fors toe, terwijl het aantal kleinere bedrijven verder daalt. Schaalvergroting staat ook in Noord-Holland Noord op gespannen voet met regelgeving, verkaveling en cultuurlandschap, zo blijkt uit diverse documenten²⁰.

Juist om een belangrijke sector als de agribusiness ruimte en kaders te geven, is brede samenwerking essentieel. De oprichting van de Agriboard is een belangrijke stap geweest, waarin overheden, diverse sectoren en belangenorganisaties, dienstverleners en kennispartijen de krachten hebben gebundeld. Seed Valley is een ander voorbeeld van een samenwerkingsverband van bedrijven in de seed business, gericht op het oplossen van een aantal gezamenlijke knelpunten, zoals het tekort aan geschoold personeel en problemen met ruimtelijke ordening en logistieke knelpunten.

Schaalvergroting is ook in Noord-Holland een belangrijke trend. Dit staat op gespannen voet met het behoud van het bestaande cultuurlandschap. De sector bundelt in toenemende mate krachten, o.a. in de Agriboard.

²⁰ Commissie Dwarshuis, 2011, LTO West-Friesland, 2012

3 Op zoek naar kansen

3.1 Verbinding tussen Agri, voeding, gezondheid en welzijn

Er is in Noord-Holland Noord relatief veel aandacht voor de bestuurlijke samenwerking tussen de vier Boards (Agri, Energie, Leisure, Health), vooral om innovaties op het snijvlak tussen sectoren te stimuleren. Dat blijkt nog niet zo eenvoudig. Een belangrijke reden is de onbekendheid over en weer: een agrarische ondernemer heeft meestal weinig zicht op de gang van zaken binnen een ziekenhuis en omgekeerd. De (letterlijke) kijk in elkaars keuken kan daar verandering in brengen. Deze verkenning draagt hier ook aan bij.

3.1.1 Sterktes

- Het is evident dat Noord-Holland Noord een sterke agrisector heeft, die ook steeds meer (bestuurlijk) de krachten bundelt.
- De primaire sector produceert een scala aan verse producten, met vollegrondse- en glasgroente en fruit als het meest opvallende segment.
- De groenteverwerkingsbedrijven vormen een waardevolle aanvulling op de primaire productie en spelen in op de consumentenbehoefte aan 'convenience'.
- De veredelingsbedrijven zijn wellicht het belangrijkste visitekaartje van de agribusiness. Zij zijn in staat om voor vrijwel alle groentegewassen rassen te ontwikkelen met extra waarde.
- Naast de grootschalige primaire bedrijven kent Noord-Holland ook een heel scala bedrijven met een andere ontwikkelingsrichting, zoals biologische landbouw en/of verbreding.
- Een sterkte van de regio is de bestuurlijke wens om de verbinding te leggen tussen sectoren en daar via projecten en 'losse' activiteiten aandacht voor te vragen, zoals binnen het project Agrivizier en tijdens de Agriboard conferentie eind 2012.
- De zorglandbouwsector is regionaal goed georganiseerd en professioneel opgezet.
- Multifunctionele bedrijven combineren vaak verschillende functies, zoals zorg, boerderijverkoop, recreatie en natuur.
- Het agrarisch cultuurlandschap is een belangrijke trekker voor toeristen, die komen wandelen en fietsen. Deze routes komen langs en over agrarische bedrijven.

3.1.2 Zwaktes

- De agrisector in Noord-Holland Noord is grootschalig en sterk internationaal georiënteerd. De regionale markt is qua volume niet interessant en verbredingsactiviteiten passen niet bij het bedrijf en de ondernemer. De indruk bestaat dat met name deze groep bedrijven bestuurlijk goed vertegenwoordigd is en weinig aandacht heeft voor andere ontwikkelingen en kansen.
- Deze bedrijven worden steeds grootschaliger en vormen een bedreiging voor de landschapsbeleving van de toeristen. Datzelfde geldt voor de windmolens. Op dit moment lijkt de strategie om de ontwikkeling wat te remmen en bij te sturen door aandacht te vragen voor landschappelijke inpasbaarheid en tegelijk ruimte te bieden voor bedrijven. Daarmee blijft de spanning bestaan tussen landschapsbehoud en economische ontwikkeling.
- Het ondernemerschap van veel agrarische ondernemers is ontwikkeld in een context van commodity productie: kostprijsgedreven, grote volumes. Men ziet niches onterecht als een mogelijkheid om een extra marge te halen op een groot volume.
- De gezondheidssector is sterk gericht op behandeling en nauwelijks op preventie. Dit is niet alleen een grondhouding van de zorgsector, maar ook een kenmerk van het systeem (aansturing, afrekening, financiering).
- De Leisure sector bestaat uit een groot aantal kleine ondernemingen. De organisatiegraad is laag en de reguliere sector voelt zich soms bedreigd door agrarische ondernemers die starten met boerderijrecreatie, overnachtingen of horeca.

3.1.3 Kansen

- In de 'branding' van de regio is er een gezamenlijk belang van de agri- en leisure sector. Het agrarisch landschap, plattelandsrecreatie en streekproducten zijn belangrijke potentiële dragers van het merk.
- De ontwikkeling van een herkenbaar merk voor streekproducten is een belangrijke kans, waarbij kennis uit agri en leisure gecombineerd kan worden.
- Dat geldt ook voor de ontwikkeling van plattelandstoerisme. Hier ligt een hele concrete kans in het gezamenlijk ontwikkelen en professionaliseren van de vele (kleinschalige) aanbieders en het versterken van de lokale samenwerking.
- De vele wandel- en fietsroutes door het agrarisch landschap bieden kansen voor bedrijven om activiteiten te ontwikkelen, zoals rustpunten (al dan niet met horeca), recreatieve activiteiten.
- Daarnaast is het een kans om toeristen iets te laten zien van het (agrarische) bedrijf. De kunst is om dit vernieuwend en spannend te maken voor de bezoekers.
- Zorglandbouw heeft inmiddels bewezen dat het op kwaliteit en prijs kan concurreren met reguliere zorg. Daarnaast biedt zorglandbouw de gelegenheid voor cliënten (ouderen!) om in hun eigen omgeving zorg te ontvangen. Het is de uitdaging om dit concept te verbreden naar andere diensten: kan een boerderijwinkel de functie van een supermarkt invullen in kleine kernen?
- De ontwikkeling van 'convenience food' is een belangrijke kans die al door de regio wordt opgepakt, met name in de samenwerking tussen telers en groentesnijderijen. Kan de regio daar nog verder en sneller in vernieuwen?
- De combinatie van veredeling en teelt biedt voor Noord-Holland Noord wellicht kansen om een proeftuin (!) te worden voor gezonde en lekkere versproducten. Zijn er kansen om op dit terrein te experimenteren met telers en lokale horeca of supermarkten?
- Sommige supermarktketens willen zich onderscheiden met het verse AGF segment en/of met regionale producten in het schap. Dat biedt kansen voor de Noord-Hollandse agrisector.
- Om aantasting van het landschap door grootschalige bedrijven tegen te gaan is het belangrijk om te verkennen of het mogelijk is om hier een economisch model voor te ontwikkelen wat beide belangen verenigt.

3.1.4 Bedreigingen

- De grootste bedreiging ligt waarschijnlijk in de aantasting van het recreatief waardevolle landschap door grootschalige bedrijfsgebouwen en windmolens. Tot op heden is er geen model ontwikkeld wat beide belangen verenigt.
- Een tweede bedreiging is de mismatch tussen de grootschalige en internationaal georiënteerde agribusiness en de kleinschalige lokale kansen in samenwerking met andere sectoren. Realistische verwachtingen over en weer zijn wenselijk, anders ontstaan snel teleurstellingen.
- De derde bedreiging is dat men onvoldoende aansluiting weet te maken op de behoefte van de ander. Als voorbeeld: als een zorginstelling verspilling van voedsel wil tegengaan, zijn streekproducten niet direct een oplossing.

3.2 Aanbevelingen

Deze verkenning is een eerste stap en doet de volgende aanbevelingen om verder te komen:

1. In het algemeen hebben de kansen in de 'cross-overs' het karakter van niches. Interessant voor enkele bedrijven, maar afzonderlijk levert een niche geen grote bijdrage aan de concurrentiepositie van de agribusiness. Omdat dit het doel is van Agrivizier, is het belangrijk dat de Stuurgroep hier een keus in maakt: a. kleine niches dragen onvoldoende bij en vallen buiten de scope van het project of b. niches zijn belangrijk voor individuele bedrijven en versterken de innovatiekracht en vormen onderdeel van het project.
2. Om met deze innovaties verder te komen, is het belangrijk om snel met de juiste mensen aan tafel te komen: mensen die willen (motivatie, visie, doorzettingsvermogen), kunnen (competenties, middelen) en

mogen (van hun omgeving). Dit is wellicht de grootste uitdaging voor het project: hoe komen we door de 'gevestigde orde' heen?

3. Gezien de onbekendheid over en weer is het belangrijk om in de ontmoeting tussen sectoren aandacht te besteden aan de kennismaking over en weer. Daarnaast is het aan te bevelen om creativiteit te organiseren om nieuwe combinaties te maken. Dat vraagt niet alleen een goede organisatie, maar ook de figuurlijke ruimte voor 'wilde ideeën.' Dat laatste heeft ook te maken met de tweede aanbeveling (de mensen).
4. Pak kansen (zie 3.1.3) op, binnen of buiten Agrivizier. Maak daarbij onderscheid tussen kansen op lange en op korte termijn. Een aantal ogenschijnlijk kleine kansen op korte termijn kunnen bijdragen aan de samenwerking tussen sectoren op lange termijn. Denk aan het samen organiseren van een training voor plattelandsondernemers (agri en niet-agri) met de Leisure Board.
5. Besteed bij nieuwe samenwerkingen aandacht aan het verdienmodel: waar liggen de voordelen, de kosten en de risico's? Deze zijn vaak niet evenredig verdeeld, wat leidt tot teleurstellingen bij betrokkenen en uiteindelijk tot uiteenvallen van de samenwerking.
6. Het valt wellicht buiten de scope van Agrivizier, maar de verkenning van een verdienmodel voor het behoud van het agrarisch cultuurlandschap is te overwegen. Als er mogelijkheden zijn, zou dit een doorbraak kunnen betekenen uit het belangenconflict tussen landbouw en landschap.

3.3 Discussie Stuurgroep

Op 25 februari is het resultaat van de verkenning besproken met de Stuurgroep Agrivizier. Naast een reactie op de resultaten is ook het vervolg besproken, aan de hand van de aanbevelingen. De Stuurgroep wil dat het project bredere impact heeft dan projecten met individuele ondernemers in kleine niches, vanuit de doelstelling van het project 'versterking concurrentiepositie regionale agribusiness'. Het idee van de proeftuin/verstuin (genoemd onder de kansen, paragraaf 3.1.3) is gericht op het versterken van de verse groenteketen in de regio en sluit daarmee aan op de projectdoelstelling. Deze keten is gericht op de internationale (Europese) markt en wil zich onderscheiden met hoogwaardige versproducten. Versterking van het innovatievermogen rond het thema 'gezond en lekker' is de kern van het idee: de ontwikkeling van nieuwe product-marktcombinaties vraagt betrokkenheid van de hele keten, van veredeling tot de consument. De basisvraag van de stuurgroep is 'wat is de belangstelling van de keten voor dit idee?' Het is voor de stuurgroep belangrijk dat belangrijke ketenpartijen (groenteverwerkers, veredelingsbedrijven, afzetpartijen) zich verbinden aan dit idee. Dat is het uitgangspunt voor een vervolgvragenverkenning.

Literatuur

CBS, 2012. *Smakelijk weten; Trends in voeding en gezondheid*. Centraal bureau voor de Statistiek.

Commissie voor de Kop van Noord-Holland, 2011. *De Kop op de Kaart! Advies over de sociaaleconomische en ecologische impuls voor de Kop van Noord-Holland*. Provincie Noord-Holland.

GfK, 2013. *GfK jaargids 2013*.

Hendriks-Goossens, V.J.C.; Lakner, D.; Jager, J.H.; Veen, E.J.; Voskuilen, M.J.; Schouten, A.D.; Bont, C.J.A.M. de; Schoorlemmer, H.B.; Venema, G.S., 2012. *Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2011*. Publicatie LEI 12-040 LEI Wageningen UR

Leeuwen, M. van, 2012. Westfriesland in 2020. Visie op de agribusiness. LTO-Noord, afdeling Westfriesland.

Onwezen, M.C., J. Bartels, M.J.G. Meeusen, A.R.H. Fisher en A. Ronteltap, 2011. *Denken, doen en duurzame voeding; verschillen tussen consumentengroepen*. LEI Rapport 2010-060. LEI Wageningen UR.

Raad voor de volksgezondheid, 2002. *Gezondheid en gedrag. Advies uitgebracht door de Raad voor de Volksgezondheid en Zorg aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport*.

Roest, A. en A.D. Schouten, 2010 *Kijk op multifunctionele landbouw. Ontwikkelingen per provincie*. Publicatie 2010-063, LEI Wageningen UR

Rossum C.T.M. van, E.J.M. Buurma-Rethans, H.P. Fransen, J. Verkaik-Kloosterman en M.A.H. Hendriksen, 2012. *Zoutconsumptie van kinderen en volwassenen in Nederland; Resultaten uit de Voedselconsumptiepeiling 2007-2010*. RIVM rapport 350050007/2012.

Taskforce Multifunctionele Landbouw, 2012. *Multifunctionele landbouw in Nederland: meer dan boeren alleen*. Taskforce Multifunctionele Landbouw, Wageningen UR en Roodbont Uitgeverij.

Veldheer V. en R. Bijl, 2011. Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010. Sociaal en Cultureel Planbureau.

Zondervan, C., 2012. 'Trends in de Wereld van voedsel'. Presentatie op Agriboard conferentie 2012.

