

SLOWFOOD EXPERIENCE

1. Verkenning agrotourisme

Agrotourisme is voor het grote publiek nog een onbekende vorm van toerisme maar met veel potentie. Het platteland staat, voornamelijk in de grote steden, bekend als een authentiek rustig vaak knuffelbaar leefgebied. Dit beeld van het boerenleven is door het TV programma Boer zoekt Vrouw de laatste jaren ontstaan en heeft een sterke promotie gehad. Gezien de kijkcijfers is er veel belangstelling voor het onbekende platteland. De beleving van het platteland kan via agrotourisme een economische betekenis krijgen en een vitaal platteland kan behouden of versterkt worden.

Uit onderzoek van de ANWB blijkt dat er nog werk te verzetten is om bezoekers te verleiden naar het platteland te komen. Men geeft namelijk de voorkeur aan het bezoeken van bos ten opzichte van het saaie platteland.

Agrotourisme is in vergelijking met de andere bedrijfstaken binnen de landbouw nog vrij jong. Dit is ook terug te zien in het aanbod, Bed & Breakfast variëren in kwaliteit van omgebouwde zolders tot luxe appartementen. De kwaliteitsbeleving bij gebruikers is dan ook zeer divers. In het huidige aanbod zijn er dan ook nog geen duidelijke classificaties voor kwaliteit of type aanbod. Daarnaast is er in de promotie geen eenheid en zijn er diverse promotieorganisaties met dezelfde doelstelling actief.

In het kader van duurzaamheid is er behoefte aan eerlijk, gezond en natuurvriendelijk voedsel. Hier liggen kansen voor Nederlandse streekproducten in relatie tot het agrotourisme. Er zijn al diverse landwinkels die de producten verkopen en in landelijke supermarkten worden steeds meer schappen ingericht met lokale streekproducten. Via deze producten wordt naast de smaak van de streek ook de beleving meegenomen.

Tijdens het bezoek aan de streek wil men beleving op het platteland. Het verhaal op de boerderij is daarom belangrijk om mee te krijgen en te ondergaan. Er zijn al diverse workshops waarbij men zelf kennis maakt met de werkzaamheden op het platteland en boer of boerin wordt voor één dag. De omgeving / setting waarin een activiteit wordt gedaan is zeer belangrijk. Niet voor niets wordt er in het bedrijfsleven gesproken over een 'dagje op de hei', waar een belangrijke vergadering gecombineerd wordt met een ontspannen activiteit.

Dit concept zal aansluiting vinden bij bovengenoemde kenmerken en het herkenbare beeld dat men heeft van het platteland. Men kan tijdens het bezoek het authentieke zelf meemaken en de streek proeven.

2. Het concept

Duurzaam omgaan met onze leefomgeving zal in de komende jaren een steeds belangrijker thema worden. Het duurzaam produceren van voedsel zal bijdrage aan een gezonde levensstijl met behoud van natuurlijke waarden. Het streekproduct sluit hier bij aan en zal centraal staan bij dit concept 'Slowfood Experience'. Aan de hand van de volgende vier bedrijfsonderdelen wordt omschreven hoe het er uit komt te zien:

1. Experience
2. Meetings + Workshops
3. Stekkies
4. Parking + Horeca

1. Experience

In een agrarisch/authentieke setting zal het experience centre met gerecyclede producten in een schuur of stal gerealiseerd worden. Via een vaste routing ontdekt men chronologisch het verhaal van het produceren en vermarkten van groente en fruit uit de streek en/of regio en het bijbehorende boerenleven. Bij de entree stellen twee mascottes zich voor, die als acteurs verfilmd terug te zien zijn tijdens de experience. Deze verfilming komt tot uiting in een komische luchtige setting. Het verhaal wordt onder andere aan de boerenkeukentafel met een parodie op boerenclichés verteld. Het verleden met historische beelden wordt uitgebeeld met sketches als in laurel & hardy. De oude gereedschappen, machines, werktuigen en vervoersmiddelen waarmee men van oudsher produceerde passeren de revue totdat men aan het einde van de experience in het moderne tijdperk met bijbehorende technologie en machines terechtkomt. De streekproducten en de duurzame productie staan hierbij centraal. De stad – land relatie en functieverhuizing daarvan zal in het verhaal meegenomen worden net als de inzet van menskracht en kledendracht.

Om de beleving te versterken kan men tijdens de experience de werkzaamheden die te zien zijn op film ook zelf proberen. Voorbeelden hiervan zijn 100 meter appelkisten tillen van verschillend gewicht (kinderen/ volwassenen), voelen hoe wortels te trekken uit de grond, fruit sorteren, gewicht raden, minitractor rijden, op volgorde zetten wat men deed voor een goede oogst in welk seizoen, groente- en fruitnamenspel, groente/fruit raden door vorm voelen, ketenspel door de juiste handelingen achter elkaar te zetten, herstel de transport/sorteermachine, etc. In deze activiteit zit een educatief element die ook terugkomt via a/b/c videoquiz vragen en analoge panelen met gedetailleerde informatie. De informatie wordt zowel in het Nederlands als Engels aangeboden.

Aan het einde van de route komt men in de streekproductenwinkel. Hier vindt men diverse groente en fruit, kweekjes met instructies, overige streekproducten (zuivel/ drank), cadeaupakketten, souvenirs, literatuur, toeristische routes en informatiegidsen.

Na de indoor experience kunnen bezoekers de buitenroute volgen. In een rustieke en ruimtelijk omgeven gaat de route langs diverse percelen met groente en fruittuinen. De twee mascottes vertellen onderweg via analoge panelen over de streekproducten en de te volgen route. Op een aantal plekken zullen een aantal 'doe'-activiteiten (zoals de indoorvoorbeelden) gerealiseerd worden en kan in een groot doolhof gedwaald worden.

2. Meetings + Workshops

Slowfood Experience biedt voor de zakelijke markt in inspirerende dag waar een vergadering met een ontspannen workshop wordt gecombineerd. De vergaderruimte voor 20 en 50 personen wordt gerealiseerd in een stal/ schuur/ hooiberg met een inspirerend vergezicht over de polder. De sfeer zal aansluiten bij de experience en er wordt gebruik gemaakt van gerecyclede producten. De workshops staan in het teken van duurzame productie van streekproducten en heeft daardoor ook een MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen) karakter. Onder begeleiding worden de workshops gestart met een rondleiding in het experience centre. Na deze introductie gaat men buiten op de diverse percelen aan de slag met de processen van het duurzaam telen van streekproducten. Via de volgende werkzaamheden draagt men hier aan bij: grondherstel, planten, rooien/ plukken en sorteren.

Na deze werkzaamheden zal een deel van de verkregen producten voor het goede doel worden verkocht in de streekproductenwinkel. Het restant van de verzamelde producten (aangevuld met eventuele zuivel en vlees streekproducten) wordt in het meetingcentre gebruikt tijdens de kookworkshop. De zelf verkregen producten worden bereid en gegeten. De unieke verse smaak proeft men direct terug en maakt de beleving van de duurzame streekproductie compleet. Als afronding van de workshop ontvangt men een eigen kweek naar keuze met een instructieverhaal om thuis bij te dragen aan een duurzame samenleving.

3. Stekkies

Een deel van de grond wordt op het perceel naast die van de buitenroute, behorend bij de experience, ingericht voor particulier verhuur. Inwoners uit de regio en vaste vakantiegangers kunnen een stuk grond huren voor een aantal jaren en zich inschrijven voor een cursus tuinieren met streekproducten. Tijdens en na de cursus maakt men gratis gebruik van alle ondersteunende faciliteiten en krijgt men vrijblijvend advies op aanvraag. De kosten hiervoor worden in het huurbedrag inbegrepen.

4. Parking + Catering

Voor de parkeervoorzieningen wordt gekozen om een stal met twee parkeerdekken te realiseren. Deze stal zal de sfeer en elementen van een authentieke stal bevatten.

De catering voorziet bezoekers voor en aan de experience met koffie & thee, gebak en diverse lunches op basis van streekproducten. De bedrijfstak Meetings + Workshops wordt tevens gefaciliteerd door de catering.

Doelgroepen

1. Experience: *gezinnen met jonge kinderen, jongeren tot 25 jaar (basisschool/ middelbare school/ mbo/ hbo) en ouderen (50+ / 65+)*. Doordat het verhaal op een luchtige komische manier gepresenteerd wordt is het voor diverse doelgroepen toegankelijk en begrijpelijk. Vervolgens kan men via de analoge panelen meer diepgaande informatie vinden. Door de informatie op diverse niveaus als beleving aan te bieden worden doelgroepen niet uitgesloten. De 'doe' activiteiten zowel binnen als buiten zijn voor elke doelgroep uit te voeren. De mix van bezoekers versterkt het concept aangezien voornamelijk ouderen (waarvan de groep steeds groter wordt) graag in contact komen met diverse leeftijdsgroepen.
2. Meetings + Workshops: *zakelijk markt (profit/ non-profit)*. Organisaties zoeken voor vergaderingen unieke inspirerende vergaderlocaties in combinatie met een ontspannen activiteit. De rustige vergaderlocaties met uitzicht over de polder en de professionele voorzieningen zorgen voor een inspirerende omgeving. Het workshop programma sluit hier goed op aan omdat men door samenwerking via de 'doe' activiteiten op een duurzame manier ontspant en creëert.
3. Stekkies: *ouderen (50+ / 65+)*. Het biedt inwoners en vaste vakantiegangers de mogelijkheid om een nostalgische/ authentieke hobby op te pakken en dat zorgt voor herkenning van vroeger. Deze groep heeft veel tijd en veel geld. Met een kwalitatief hoog cursusaanbod onder professionele begeleiding biedt dit een aantrekkelijk aanbod. Daarnaast zit er door de vergrijzing groei in deze activiteit.

Financiering + Exploitatie

Door aansluiting te zoeken bij diverse agrarische belangenorganisaties en het opstarten van een verzamelnetwerk kan een deel van de informatie en de presentatiematerialen voor het experience centre tegen een laag tarief of als schenking verkregen worden. Daarnaast kan met A-merken uit de sector worden samengewerkt in de vorm van sponsoring zodat er budget vrijkomt voor de investering. Eigen inbreng, een ondernemingslening en diverse subsidies zorgen voor de financiering.

De exploitatie zal via de diverse bedrijfsonderdelen gerealiseerd worden:

1. Experience: entree (incl. parkeren), inkomsten streekproductenwinkel, catering
2. Meetings + Workshops: verhuur vergaderruimten, verkoop workshoppakketten en catering aan groepen van 20 tot 50 personen
3. Stekkies: huurcontracten per 3 jaar en cursusinkomsten