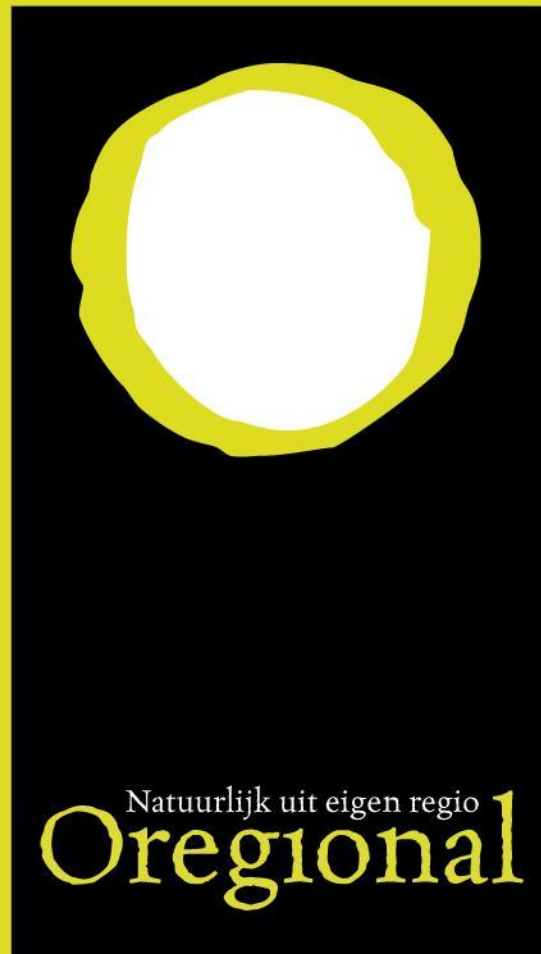


Gebiedscoöperatie Oregional



“Afzet regionale producten en diensten”



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

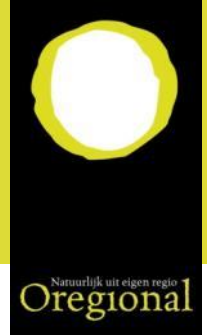
Onderwerpen (30 juni 2011)

- Aanleiding en achtergrond
- Gebiedscoöperatie Oregional
- Stappenplan



Verse en smaakvolle producten
platteland, Een aantrekkelijk platteland
Ambachtelijke producten
De Peel, Maasduinen, De Liemer
Nijmegen, Graafschap, Land van Gulik, Millingerwaard, Natuur

Omgevingsanalyse



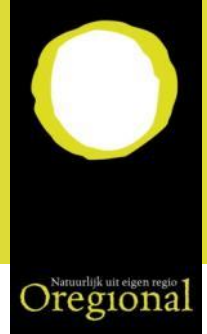
Omgevingsanalyse: 7 belangrijke opgaven

- **Landbouw en voedsel** (gangbaar landbouwmodel, inkomens boeren, 'macht' retail, welzijn dieren, 'gezond' voedsel, mondialisering)
- **Gezondheid** (overgewicht, 'industrialisering voedselverwerking')
- **Energie en klimaat** (duurzame energie, CO2-uitstoot)
- **Ruimte** (kwaliteit landelijk gebied, natuur en landschap)
- **Sociale cohesie** (stad én land, sociale samenhang)
- **Waardecreatie** (waarden van het land)
- **Tijd** (onthaasting, rust)



Verse en smaakvolle pro
platteland Graafschap De Peel
Nijmegen Een aantrek
Ambachtelijke
Land van Guljk
Niederl
Niederl

Omgevingsanalyse



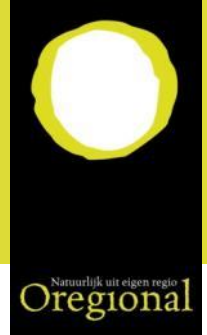
Gemiddeld rendement op het eigen vermogen in vier agroketens (%)

	Zuivel	Varkensvlees	Groente	Fruit
Toelevering	13,2	13,2	32,1	-----
Primair	0,5	-4,3	-0,8	-4,0
Verwerking & groothandel	19,1	9,1	26,4	23,5
Retail	22,0	22,0	22,0	22,0

Ketenrendementen in de Nederlandse agribusiness, varkensvlees, zuivel, groente, fruit (LEI, mei 2007)



Omgevingsanalyse

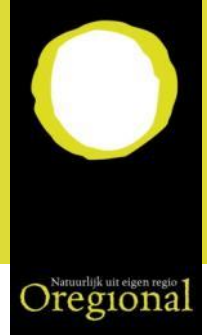


Consumentengedrag Nederland

- 35% heeft behoefte aan verantwoord en vers voedsel
- 45 % weet niet waar de verse producten uit de supermarkt vandaan komen
- 39 % eet liever vers uit eigen streek dan vers uit het buitenland
- 31 % van de Nederlanders eet regelmatig biologische producten
- 43 % is bereid om meer te betalen voor verse en biologische producten
- 15-20% is te typeren als Cultural Creative (streeft duurzame levensstijl na)



Omgevingsanalyse



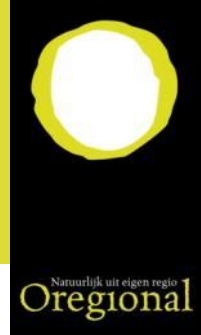
Omgevingsanalyse: vrije tijd

- Meer waarde wordt gehecht aan vrije tijd
- Wandelen en fietsen zijn de belangrijkste recreatievormen
- 94% van de Nederlanders vindt het platteland 'zeer' belangrijk
- Er ontstaat een totaalbeleving van voedsel, natuur en cultuur



kvolle producten
De Peel Maasduinen De Liemer
Een aantrekkelijk platte
ntelijke producten Natu
Niederbein Millingerwaard
Land van Guljk

Omgevingsanalyse



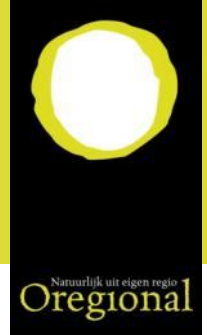
Industrialisering voedselketen:

- Weg van producent naar consument wordt steeds langer
- Industriële verwerking en productie (grootschalig)
- Toenemend gebruik van E-nummers, smaakstoffen, etc.
- Vervreemding van voedsel
- Technologiedreven: bijv. gentechnologie
- Afhankelijk (goedkope) energie
- Producten zijn 'jaarrond' beschikbaar
- "Eco" uit de gehele wereld
- Etc.



Verse en smaakvolle producten
platteland Een aantrekkelijk platte
Nijmegen Graafschap De Peel Maasduinen De Liemer
Ambachtelijke producten
Niederrhein Land van Gulik Niederrhein Millingerwaard

Gangbare landbouw en voedselproductie

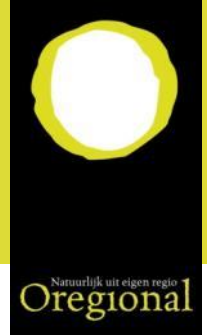


Verdergaande **mondialisering** voedselketen en voedselproductie

- Machtsconcentratie retail en mondiale agribusinessconcerns
- Prijsdruk en grotere prijsfluctuaties
- Schaalvergroting agrarische bedrijven
- Toename internationale handel en voedseltransporten over gehele wereld
- Industrialisering voedselproductie
- Vervreemding burger/consument van landbouw en voedselproductie
- Toenemende milieuproblemen en dierziekten
- Goedkoop voedsel
- Kosten voedselgerelateerde gezondheidszorg blijven toenemen



Regionale Landbouw



Kernpunten

- Kringlopen (cyclische processen)
- Regionale ketens
- Verbinden landbouw en landschap (i.p.v. scheiding)
- Duurzaam (economisch, ecologisch en maatschappelijk)
- Stad en Land, Producent en consument, Boer en Burger,
- Waarden
- Versterking regionale economie



Vaarwel instant beleving, welkom totaalbeleving voedsel, landschap, natuur en cultuur



Gebiedscoöperatie Oregional



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional



Verse en smaakvolle producten
platteland, Een aantrekkelijk platteland
Ambachtelijke producten
Nijmegen, Land van Gulik, De Peel, Maasduinen, De Liemer, Natu, Millingerwaard, Niederbein

Gebiedscoöperatie Oregional



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

Doelstelling

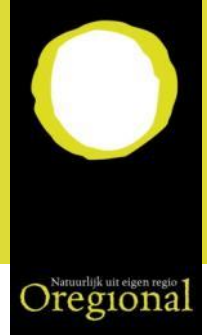
- Op een **duurzame en economische** basis grensoverschrijdend **producten en diensten** uit de **regio** te vermarkten. In combinatie met het versterken van de gebiedskwaliteit.
- Een zo goed mogelijke **prijs** te realiseren voor de producten en diensten van haar leden
- **Burgers/consumenten** betrekken bij haar activiteiten

Lekkere, duurzame, gezonde en eerlijke producten en diensten uit eigen regio en grenzeloos genieten



Verse en smaakvolle producten
platteland
Nijmegen
Ambachtelijke producten
De Peel
Een aantrekkelijk
Land van Gulik
Natuur
Millingerwaard

Gebiedscoöperatie Oregional



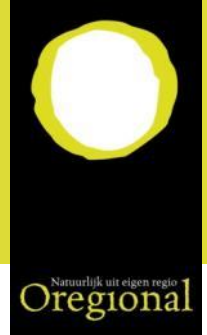
Kerncijfers afzetgebied startfase

- 336.000 inwoners
- 74.000 'Cultural Creatives'
- €899 miljoen p/j aan eten en drinken door consumenten
- €102 miljoen omzet p/j in restaurantsector
- €435 miljoen p/j bestedingen in de toeristische sector
- Toeristisch aantrekkelijk

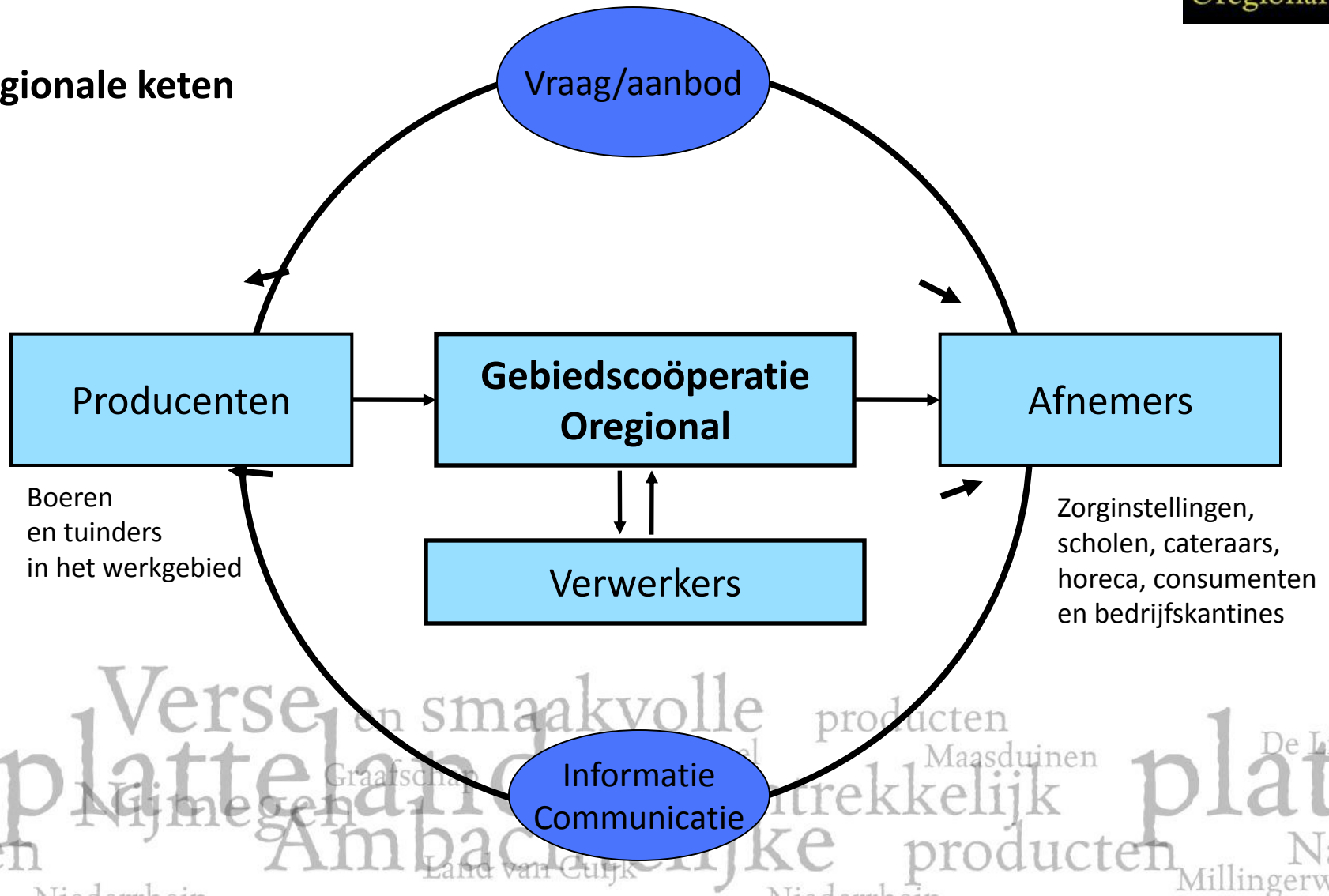


Verse en smaakvolle
platteland. Een aantrekkelijk
Ambachtelijke producten
Nijmegen
Land van Gulik
Natuur
Millingerwaard

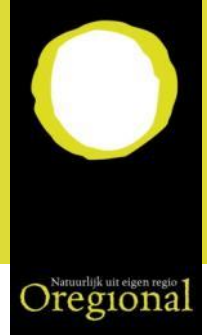
Gebiedscoöperatie Oregional



Regionale keten



Taken gebiedscoöperatie Oregional

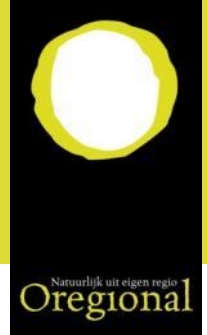


Activiteiten van de gebiedscoöperatie:

- Inkoop en verkoop/afzet van producten
- Verwerking (in zoverre dat niet door producenten kan plaats vinden) en transport.
- Marketing en PR
- Kwaliteitsontwikkeling, -bewaking en certificering
- Benaderen (nieuwe) marktpartijen
- Ontwikkeling van nieuwe product-markt-combinaties
- Financiën en interne organisatie
- Samenwerking externe partners



Gebiedscoöperatie Oregional



Leden:

A. Agrarische ondernemers

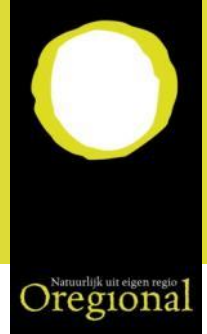
- Zeggenschap
- Eigendom
- Inleggeld (€ 250) en aandelen (9 x € 250)

A. Burgers/consumenten/afnemers/bedrijven

- Adviesrecht



Gebiedscoöperatie Oregional



Voorwaarden lidmaatschap:

Kwaliteitsontwikkeling producten en diensten:

- Fysieke kwaliteit (aantoonbaar en bewijsbaar)
- Merk/label (beleving en imago)

Basiskwaliteit verplicht voor leden:

- Bedrijfs- en product-/dienstencertificering

Aanvullende en onderscheidende kwaliteitsontwikkeling:

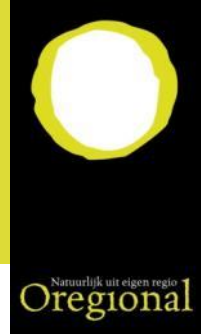
- Duurzaam, maatschappelijk, smaak, enz.

Overige:

- Opleidingen/cursussen, productontwikkeling, website, open dagen



Gebiedscoöperatie Oregional



Onderscheidende kwaliteitskenmerken

- **Vers en smaakvol:** echt, puur, ambachtelijk, exclusief, beleving
- **Regionaal :** dichtbij, verbinden Stad en Land, regionale economie, aantrekkelijk landelijk gebied
- **Duurzaam (Cradle to Cradle):** korte, transparante keten, welzijn dieren, duurzame verpakkingen, kringlopen, CO2-besparing
- **'Gezonde' producten:** geen/zo weinig mogelijk toevoegingen, enz.
- **Eerlijke prijs**

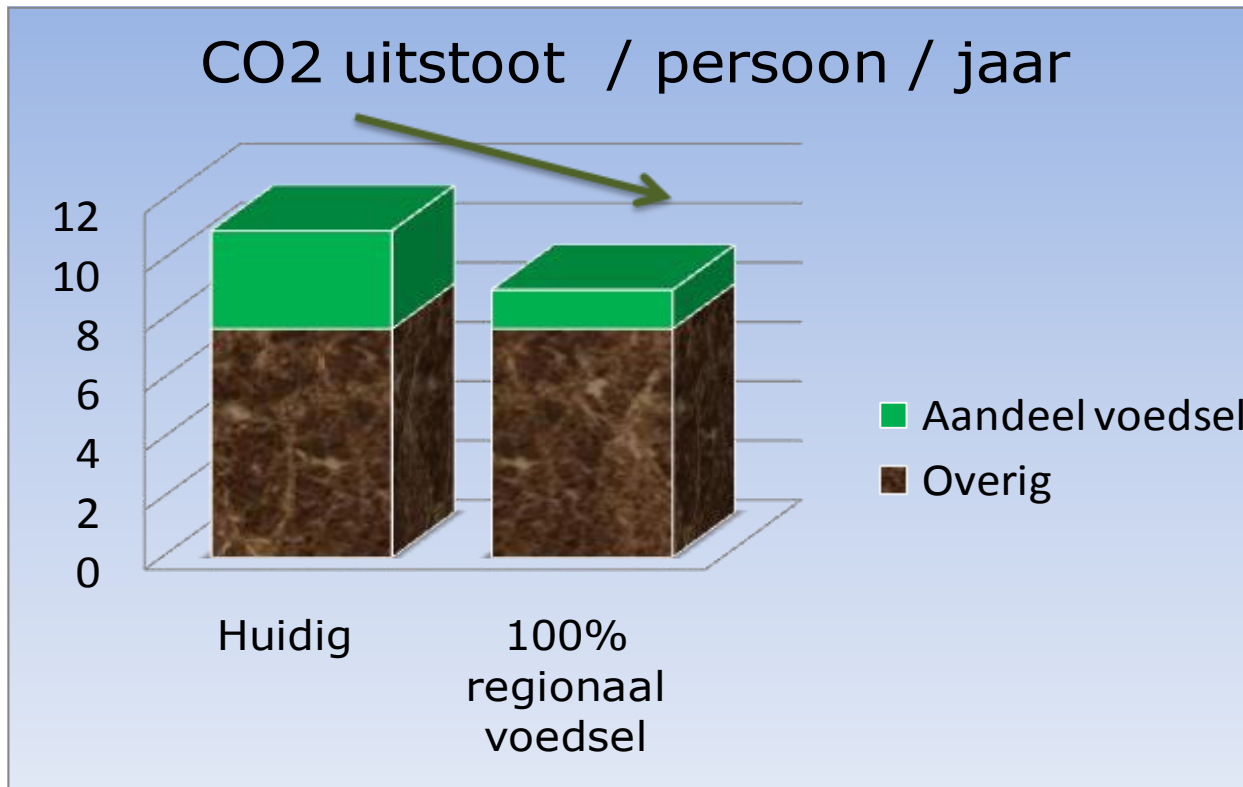


Gebiedscoöperatie Oregional



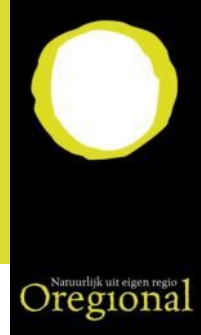
Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

Regionale voedselketen 15 - 20% minder CO2-uitstoot



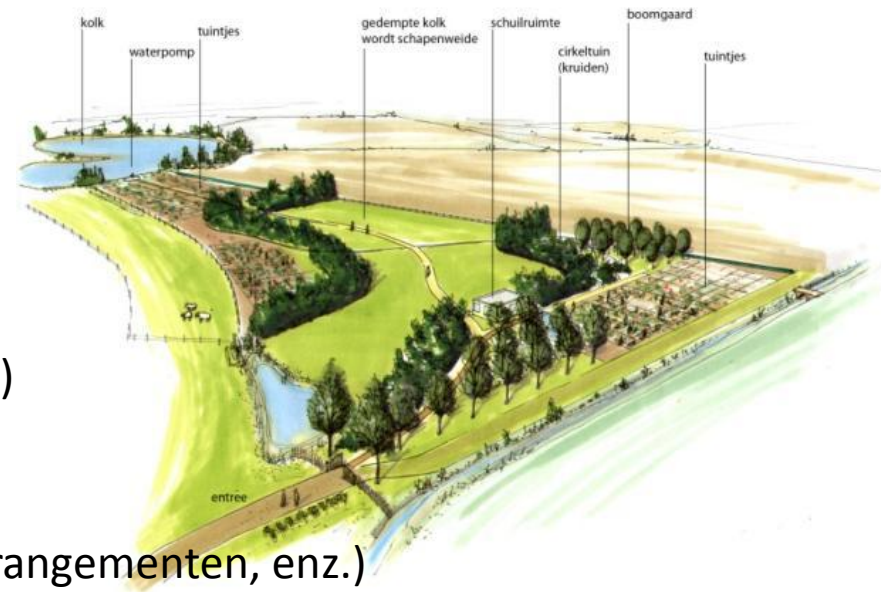
en
asduinen
De Liemer
platte
Natuur
Millingerwaard
Een aantrekkelijk
producten
Ambachtelijke
Land van Guljk
Nijmegen
Graafschap
Niederbein

Gebiedscoöperatie Oregional



Diensten

- Vermarkten landelijk gebied
(op basis van behoefte in markt)
- Verbinden van producten en diensten
(met name beleving natuur en landschap)
- Nieuwe product-marktcombinaties
(bijv. schooltuin en boerderijeducatie, arrangementen, enz.)
- Samenwerking o.a. RBT-KAN, Niederrhein Tourismus, enz.
(“belevenisnetwerk landelijk gebied”)



Gebiedscoöperatie Oregional

Kwaliteitssysteem (Concept)



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

Waterverbruik & -kwaliteit

Max xx p. voor:

- waterberging, extra spuit- en bemestingsvrije zone langs water
- Alleen slootvriendelijke bestrijdingsmiddelen
- deelname projecten biol. beheer sloten

Energieverbruik & Duurzame Energie

Max xx p. voor:

- toepassen van zonne-energie
- Installatie voor warmteterugwinning bij melkkoeling
- Aankoop van groene stroom

Duurzame Teelt & Dierhouderij

Max xx p. voor:

- Voor elk % stikstofverlies/ha lager dan de landelijke norm
- Gebruik van louter groene lijstmiddelen
- Verwijdering asbestdaken, recycling kuilfolie

Dierenwelzijn

Max xx p. voor:

- welzijnsmaten in de ligboxen
- Potstal of andere welzijnsstal
- Dag en nacht weidegang gedurende minimaal 120 dagen

CO₂-reductie

Max xx p. voor:

- % grondstoffen uit eigen regio
- verwerking in eigen regio

Transportreductie

Max xx p. voor:

- Aandeel/% uit eigen regio

Afvalpreventie & Hergebruik

Max xx p. voor:

-

Natuur /landschap

Max xx p. voor:

- Weidevogelzorg
- Diploma agrarisch natuurbeheer
- Elk procent v/h bedrijfsoppervlak met natuurpacht of natuurcontract

Sociale Aspecten

Max xx p. voor:

- betrokkenheid burgers
- Rondleiding aan groepen v/d basis- of middelbare school

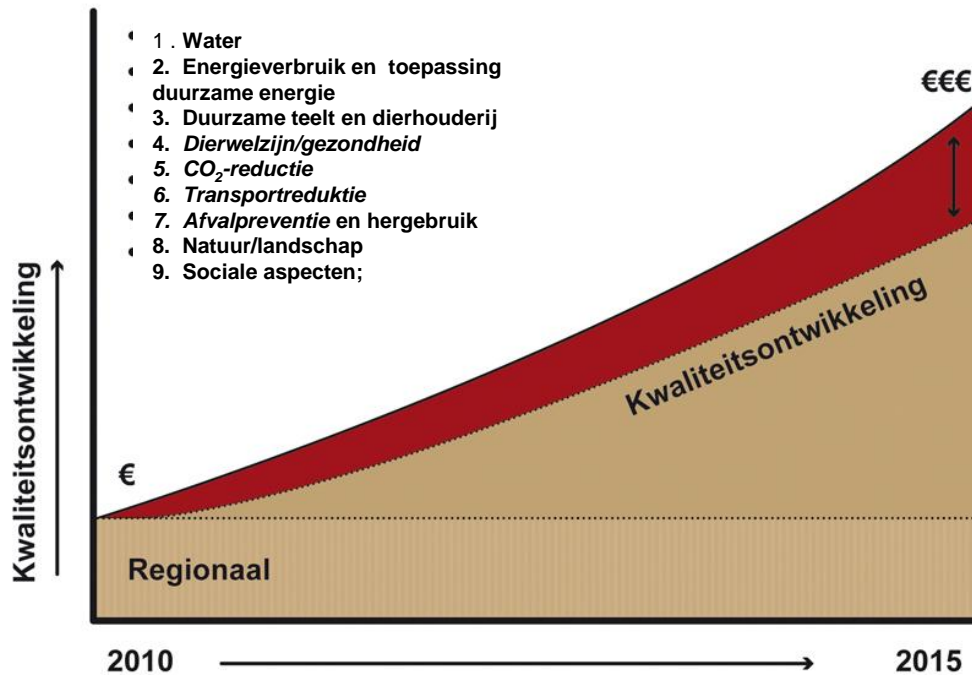
Gebiedscoöperatie Oregional

Kwaliteitsstrategie



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

Kwaliteits- en prijsontwikkeling



Verse en smaakvolle producten
platteland
Nijmegen
Graafschap
De Peel
Maasduinen
De Liemer
Ambachtelijke producten
Land van Gulik
Natuur
Millingerwaard

Gebiedscoöperatie Oregional



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional

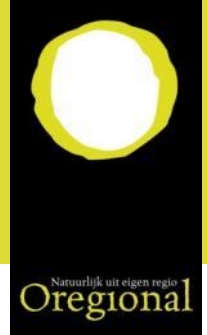
Leverings- en betalingsvoorwaarden

- Eisen vanuit de markt (afnemers) zijn uitgangspunt
- Tussen coöperatie en producent afspraken op het gebied van verpakking, aanleverfrequentie, volume, etc.
- Transparant en controleerbaar
- Primair bedrijf Global Gap gecertificeerd (basiscertificering)
- Transport en verwerking minimaal HACCP
- Kwaliteit staat voorop (o.a. klasse 1)
- Producent verantwoordelijk voor kwaliteit van zijn product



Verse en smaakvolle producten
platteland Een aantrekkelijk platteland
Ambachtelijke producten
De Peel Maasduinen De Liemer
Nijmegen Graafschap
Land van Gulik
Natuur
Millingerwaard
Niederrhein

Gebiedscoöperatie Oregional



Introductie in de markt (producten en diensten):

2011: (Foodservice)

- Restaurants, bedrijfsrestaurants-/kantines
- Zorginstellingen, scholen (catering)
- Cadeau- en kerstpakketten
- Boerderijwinkels



2012: (Consumentenmarkt)

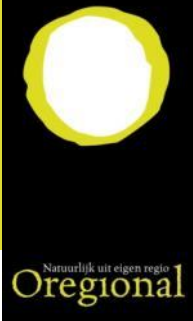
- Consumenten / burgers (webwinkel)
- Oregionalwinkels (-plaza)
- Diensten (belevenisnetwerk)



Verse en smaakvolle
platteland. Een aan
Ambachtelijke producten
Natuur
Millingerwaard

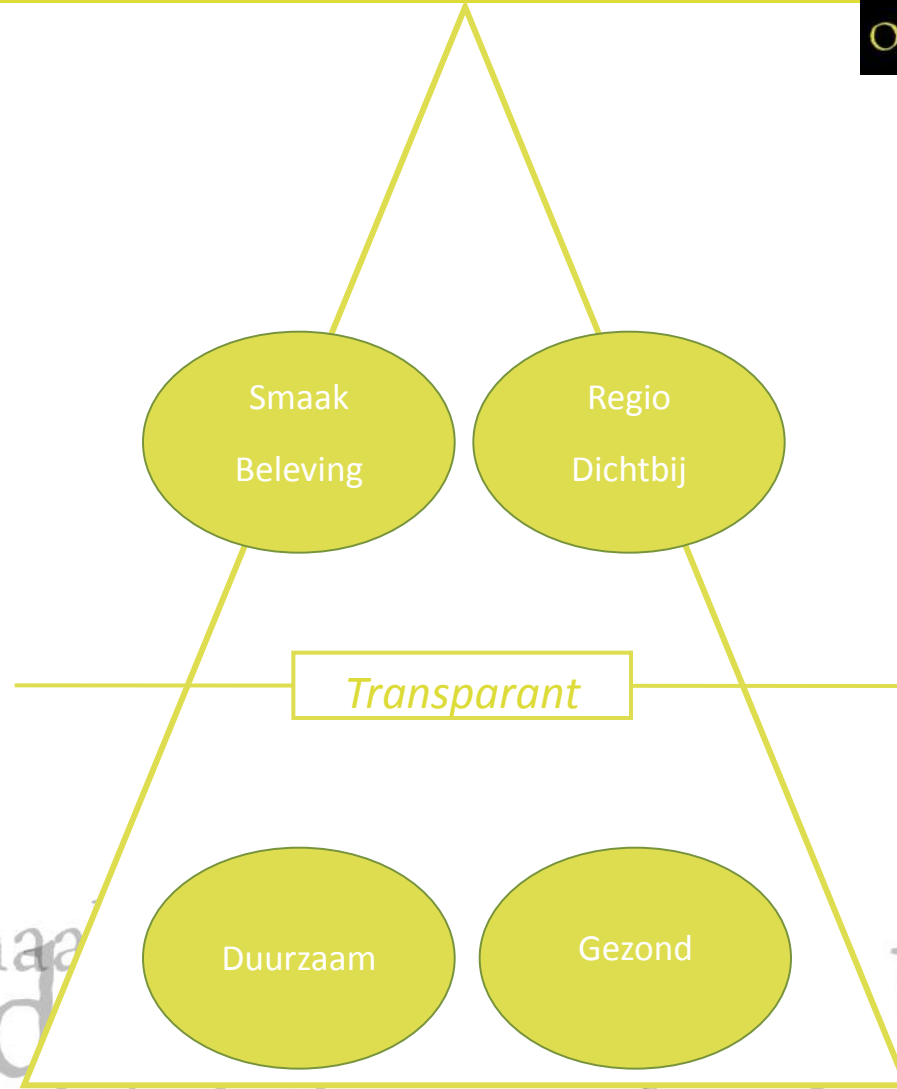
De Peel
Graafschap
Nijmegen
Land van Gulik
Niederrhein

Oregional: marketingstrategie



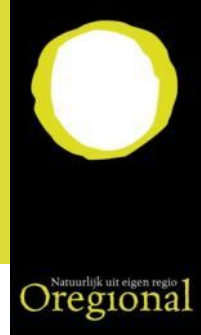
Oregional staat voor:

- Uit de regio/Dichtbij
- Smaak/beleving (Vers)
- Transparant
- Duurzaam
- Gezond (mits bewezen)

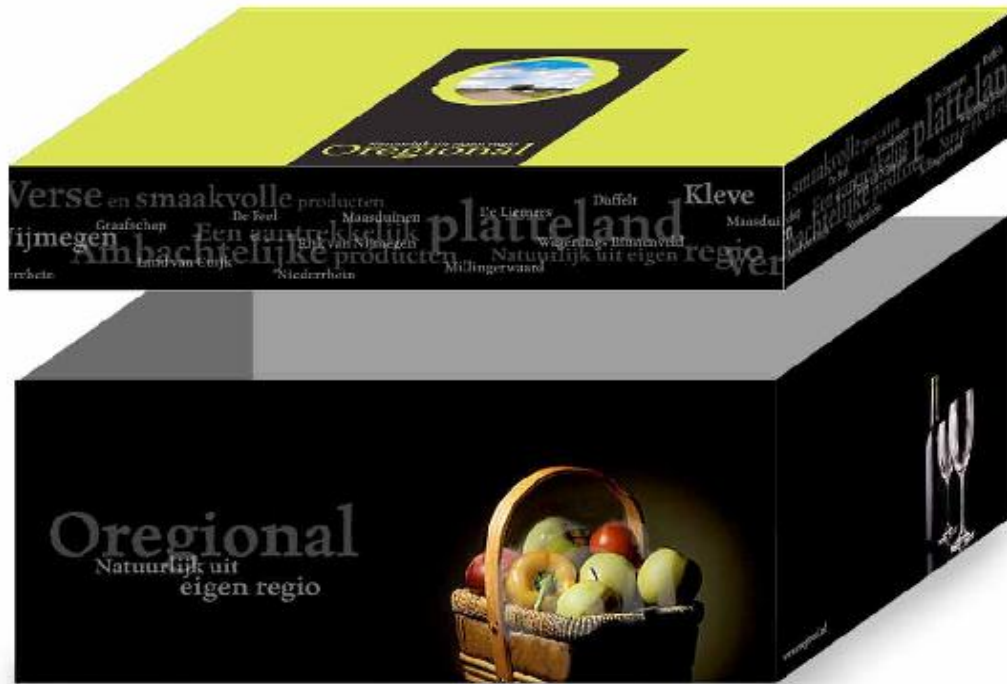


Vers en smaak
platteland
Nijmegen
Graafschap
Ambachtelijke producten
Land van Gulik
De Liemer
Natuur
Millingerwaard

Nieuwe huisstijl (Nederland)



(1) Oregional, (2) gebied, (3) leverancier



Oregionalproducten



Natuurlijk uit eigen regio
Oregional



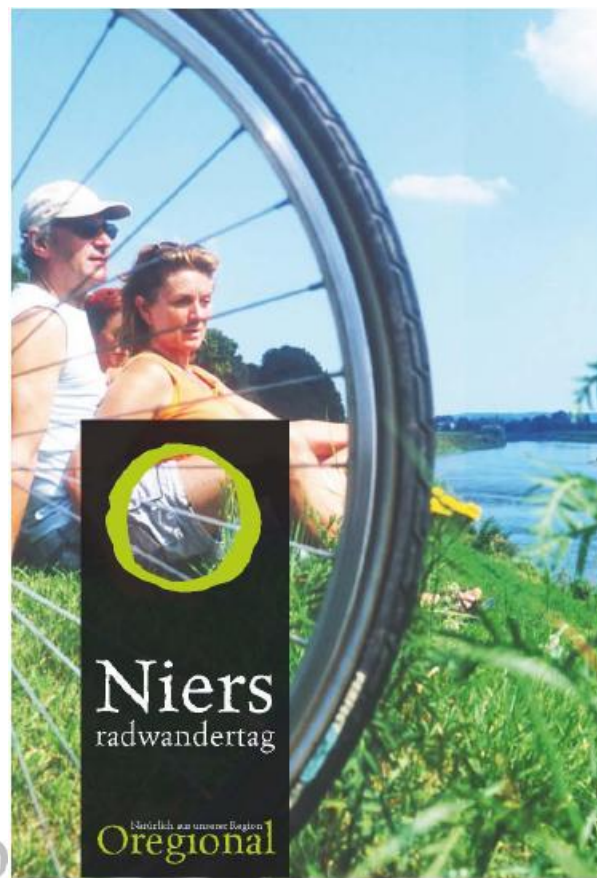
Verse en smaakvolle prod
platteland Graafschap De Peel
Nijmegen Een aantrek
Ambachtelijke
Land van Guljk
Niederrh
ucten
k
Niederrh



Diensten

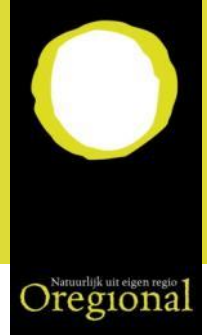


Natuurlijk uit eigen regio
Oregional



veise en smaakvo
platteland, Een aantrekkelijk platte
k Graafschap De Peel Maasduinen De Liemer
Nijmegen Ambachtelijke producten Natu
ucten Land van Gulik Niederbein Millingerwaard

Gebiedscoöperatie Oregional



Stappenplan:

1. Vormen initiatiefgroep ondernemers

2. Opstellen 'startdocument'

a) Inhoudelijk

- Inhoudelijke doelstellingen
- Criteria en randvoorwaarden (o.a. afbakening regio, verwerking in de regio, etc.)

b) Organisatorische aspecten

- Organisatie (eigen coöperatie of aansluiting zoeken bij bestaand initiatief)
- Financiering (o.a. ondernemers, startsubsidie, etc.)
- Begeleiding/ondersteuning

3. Besluitvorming ondernemers



Verse en smaakvolle producten
platteland
Nijmegen
Ambachtelijke producten
De Peel
Een aantrekkelijk
Land van Gulik
Niederrhein
Liemer
tten
Natuur
Millingerwaard