# VERSLAG GEBIEDSBIJEENKOMST BIOVALLEY

De gebiedsbijeenkomst BioValley is georganiseerd op initiatief van de Provincie Noord-Holland en de Agriboard in samenwerking met Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (Wageningen UR). De bijeenkomst is gehouden op 16 december 2010 te Sint Maarten.

Aanwezig: Jan Schrijver (ondernemer), Joris Kollewijn (ondernemer), Arjan Kroon (ondernemer), Peter Timmerman (ondernemer), Jan de Veer (ondernemer), Jeroen Konijn (ondernemer), Petra Taams (KvK Alkmaar), Enno Brommet (gem. Harenkarspel), Monique van der Voort (gem. Harenkarspel), Jacques Dekker (dagvoorzitter), Fedde Jonker (Vezet), Henk van Zanten (Bejo zaden), Arend Zeelenberg (buro a-z), Bart Muntjewerf (min. EL&I), Maria van Boxtel (Land & Co), Marcel Vijn (PPO – Wageningen UR), Jaap Bond (gedeputeerde Prov. N-H), Danielle Lieuwen (Prov. N-H), Jan Prins (LTO Noord), M. Lont (agr. Natuurvereniging), Robert Kos (ondernemer), Vincent Pieters (DLG), Piet Muns (DLG), Adri Kromwijk (DLG), Paul Fischer (Vroegop-Windig), Remco Schreuder (DLG), Vera van Vuuren (NHN- Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord), Marcel van der Voort (PPO – Wageningen UR), Tryja Boven (De Klink Consultancy, projectleider BioValley), Herman Schoorlemmer (PPO – Wageningen UR), Maureen Schoutsen (PPO – Wageningen UR, verslag)

**1. Welkom**
De dagvoorzitter Jacques Dekker heet de aanwezigen welkom. Er wordt vandaag een actieve rol verwacht van iedereen om met ideeën te komen voor samenwerking tussen bedrijven in de regio Harenkarspel. Herman Schoorlemmer licht het programma toe.

**2. Diverse presentaties**
Jaap Bond: gaf in zijn toespraak o.a. aan dat de Provincie Noord-Holland groot belang hecht aan biologische landbouw en dat ondanks de bezuinigingen het budget voor het stimuleren van biologische landbouw overeind is gebleven. Biologische landbouw is de kern van de duurzaamheidambities van de provincie. Het is zaak om de kennis op niveau te houden en wat betref het arbeidsaanbod is er nog een grote weg te gaan. Maar gunstig is dat consumenten in Noord-Holland in deze tijden van economische recessie biologische producten blijven kopen. Dit schept kansen voor ondernemers. De ondernemers in BioValley zijn nu aan zet.

Jan Schrijver: wordt gepresenteerd als iemand die een bijzondere positie inneemt in de regio Harenkarspel; de vis die tegen de stroom opzwemt. Hij schetst de geschiedenis van zijn bedrijf. Een aantal jaren geleden is de maatschap met o.a. Joris Kollewijn ontstaan en samenwerking speelt een belangrijke rol binnen het bedrijf. Mensen werken verschillend, en het uitwisselen van kennis en ervaring leidt tot positieve dingen. Het is belangrijk om vooruit te denken; soms mislukken plannen, maar uit het uitwisselen van ideeën en het maken van plannen kunnen toch blijvend positieve dingen voortvloeien.

Marcel van der Voort: presenteert het project 'kansen voor regionale clustering van biologische landbouw'. Het doel van dit project dat door het Ministerie van EL & I wordt gefinancierd is om meer zicht te krijgen op kansen en belemmeringen voor clustering als optie voor de positieve impuls van biologische landbouw. Hij geeft aan dat hij verwacht dat samenwerking en clustering in de regio Harenkarspel een kans krijgen. Aan de belangrijkste voorwaarden voor clustering wordt hier namelijk voldaan: kansen voor samenwerking met andere sectoren, aansluiting bij de consumenten, een goede schaalgrootte is mogelijk en er is veel bereidwilligheid.

Koen Nouws: geeft een inspirerende presentatie over een initiatief in de regio Nijmegen. Hij heeft vanuit z'n eigen bedrijf samenwerking gezocht in deze regio vanuit economisch en maatschappelijk perspectief. Dit heeft geleid tot Oregional Gebiedscoöperatie: een duurzame regionale keten op gebied van productie, verwerking, logistiek en verpakking. Uitgangspunten: onderscheidende kwaliteit en een eerlijke prijs voor de producent. Hij geeft aan dat je op een gegeven moment gewoon moet beginnen met de uitvoering van plannen, al is het op heel kleine schaal. Een goede voorbereiding is wel belangrijk, evenals geloof, 'drive' en uithoudingsvermogen.

**3. Gezamenlijk bepalen thema's voor realisatie BioValley**
Er is een groot aantal thema's benoemd voor de realisatie van BioValley (zie bijlage 1). De thema's zijn geprioriteerd door de deelnemers. De prioritering leidde tot de volgende vier thema's die zijn uitgewerkt in het middagprogramma:

- Schaalsprong
- Meer biologische grond
- Regionale markt
- Marktontwikkeling

**4. Workshop uitwerking per thema**
De vier thema's zijn door de procesbegeleiders uitgewerkt tot de volgende vier pakkende (vraag)stellingen:

- Hoe krijgen we een schaalsprong? Van servet naar tafellaken binnen 5 jaar!
- Meer biologische grond: hoe krijgen we 20% meer biologische grond in 2015?
- Hoe kunnen we de regionale markt vergroten? Eind 2011 eet iedere Noord-Hollander elke dag regionaal
- BioValley als regionaal merk: hoe zorgen we ervoor dat eind 2011 iedereen een BioValley Kerstpakket wil?

De deelnemers zijn vervolgens gevraagd plaats te nemen bij het voor hen meest interessante/aantrekkelijke thema. In de vier groepen is gebrainstormd over ideeën die bovenkomen bij de thema's, c.q. vraagstellingen. In elke groep zijn vervolgens twee ideeën uitgewerkt tot projectideeën, die daarna plenair zijn gepresenteerd (voor de projectposters, zie bijlage 2).

De workshop BioValley heeft geresulteerd in de volgende acht projectideeën:

1. In BioValley: het plangebied BioValley krijgt een biologische status. Met kavelruil, grondbank, bio-grondbedrijf in voortdurende samenwerking in de keten. Dit moet resulteren in 20% bio-grond in Noord-Holland. Fysieke clustering biedt meerwaarde voor biologische én reguliere telers.
2. Adopteer een bio-boer! Maak consument deels eigenaar van gebied BioValley via uitgifte van grondcertificaten, zogenaamde 'Bonds'. Richt een stichting op met goede PR-activiteiten en betrek Alkmaar erbij.
3. BioValley Park Community: er wordt een een community voeding & gezondheid gecreëerd. Losse activiteiten in samenhang rond een fysieke en virtuele kern: voeding (AGF, zuivel, wijn), 'leisure', beleving (zien, proeven), voorlichting, educatie, onderzoek, verkoop.
4. Bio Valley: biologische regionale producten verkopen op de centrale groothandelsmarkt in Amsterdam. Samenwerking tussen producent, handel en onderwijs. Kortom : integrale duurzaamheid.
5. Vergroten van biologisch aanbod door: bundeling, samenwerking, marketing, productontwikkeling, uitbouw afzet, directer klantcontact, logistiek, gezamenlijke vruchtwisseling.
6. Westfries Biologisch: het Westfriese product is biologisch. Korte lijnen naar de klant: consument –> weekmarkten, instellingen –> ziekenhuizen, bejaardentehuizen, verkoop stalletjes, detailhandel –> centrale markthallen en Agriport.

7. BioValley als regionaal merk: het biologisch product uit Westfriesland krijgt een gezicht door Jan en Joris boegbeelden te maken voor multimediale campagnes. In brede zin dus verbinden met lopende initiatieven.
8. Consument als trekker: doel = schaalvergroting, meer afzet biologische producten. Idee = consumenten inschakelen, publieksacties en bewerken ketenpartijen.

**5. Sluiting**

De dagvoorzitter sluit af en bedankt alle aanwezigen voor hun inzet en actieve bijdrage. De deelnemers worden opgeroepen om hun naam te noteren bij de projectideeën waar zij betrokken bij willen blijven of die zij willen steunen. De organisatie van de bijeenkomst zal de uitkomsten van BioValley in januari 2011 evalueren. Het streven is om de projectideeën met de belangstellenden nader te gaan uitwerken. Deelnemers zullen over het vervolgtraject worden ingelicht.