

Bijlage bij Statenmededeling Halfjaarbericht Brabant Europese Regio van de Gastronomie 2018

Datum

5 september 2018

Documentnummer

4409470

Ingezoomd op de opbrengst

Hieronder geven we een samenvatting van de opbrengsten. Op de site www.wearefood.nl vindt u de uitgebreide achtergronden én opbrengsten van deze campagne.

Het foodjaar 2018 startte op 1 maart. Zes van de tien keukens zijn achter de rug.



De maand '[Samen tegen verspilling](#)' gaf een stevig extra accent aan de activiteiten rond 'no waste' in de Verspillingsfabriek in Veghel. Hoogtepunten waren het Nationaal Convenant tegen voedselverspilling, de opening van de 'Verspillings-hub' en het internationaal NoWaste congres. Duizenden bewoners en scholieren maakten kennis met de Verspillingsfabriek



Datum

5 september 2018

Documentnummer

4409470

In de tweede keuken '[Voedsel van Brabantse grond](#)' werkten de 7 Brabantse koks-opleidingen samen onder leiding van het Koning Willem I College. Toekomstige chefs en Brabantse boeren, telers en kwekers werden aan elkaar gekoppeld. Na bezoeken aan deze producenten zijn de koks aan de slag gegaan met het vertalen van de oogst van Brabantse Grond naar nieuwe recepten. De insteek past erg goed in de Dutch Cuisine-aanpak, die het Koning Willem 1 college al toepaste. De basisprincipes daarin zijn 20% vlees en 80% groente, meer seizoensgebonden ingrediënten en meer lokale producten gebruiken.

De nieuwe recepten van de koks landen in een kookboek dat in december wordt gepresenteerd.



Keuken drie - 'Eet je beter' - draaide om anders eten, zodat we Diabetes type 2 in Brabant tegengaan. Chef Robert Danse vertelt de aanpak [hier](#).

De truck met kookworkshops deed twaalf Brabantse gemeenten aan, waar in totaal 93 kookclinics werden gegeven. In de truck kregen bezoekers een proeverij van gerechten van Danse die gezond én lekker zijn en makkelijk thuis te maken. De zorg- en voedingssector heeft veel belangstelling voor dit concept.



Datum

5 september 2018

Documentnummer

4409470



In de vierde maand - 'De Gezonde School' - konden 5000 leerlingen in Oss meedoen met de wedstrijd om de gezondste, duurzaamste en meest multiculturele hamburger. Daarvoor is een speciale app gebouwd. Stijn won met zijn veganistische Wereldburger van 865 andere inzenders. School Het Hooghuis, gemeente, provincie en Osse foodbedrijven zorgen nu dat de Wereldburger ook op de markt komt. De verwachting is dat een groot aantal andere Brabantse scholen benaderd wordt om de aanpak in te zetten, onder andere via de ontwikkelaar van de app.



Tegelijk met de opening van de expositie 'Food is fictie' in 's-Hertogenbosch is de 5e keuken geopend: 'De Nieuwe Boer.' Deze maand stond in het teken van toekomstbestendige voedselproductie.

Keukenchef Tjacko Sijpkens presenteerde Het Familievarken, een voorbeeld van een initiatief dat kopieerbaar is en ons opnieuw verbindt met ons eten. De ondernemers hebben met een varkensboer, wetenschappers en architecten een totaal nieuwe varkensstal ontwikkeld. Dat leverde de Familiestal op, een bijzondere stal zonder ammoniakuitstoot en met gelukkiger varkens. Bekijk [hier](#) hun animatie. In de zomermaanden reisde de Familievarken-truck langs festivals om een eigen fanbase met toekomstige klanten te bouwen. Juli kende ook een minisymposium voor de groep baanbrekende agrarisch ondernemers die de landbouw in Brabant vormgeven.

Datum

5 september 2018

Documentnummer

4409470



De zesde maand - [De gezonde community](#) - stond in het teken van dorpen waar inwoners, ondernemers en instanties samenwerken aan een gezonde leefstijl. In Brabant gebeurt dit al op verschillende manieren. Twee aansprekende voorbeelden stonden in augustus centraal.

GezondDorp uit Leende (bekijk [hier](#) een impressie) is een project waarin bewoners zelf aan de slag zijn met een andere leefstijl en anders eten. Cittaslow Alphen-Chaam is een aanpak waarin met stevige support van de gemeente mensen onthaasten, meer eten uit de buurt en genieten van lokale culinaire tradities. De ervaring laat zien dat de mensen in dergelijke Gezonde Communities beter eten, meer bewegen en gezonder zijn. Deze initiatieven verdienen navolging, binnen én buiten Brabant.

Media

De wapenfeiten van de eerste zeskeukens werden breed uitgemeten in de (regionale) media. Op 20 augustus bedroeg de mediawaarde, die dit jaar is gecreëerd door het We Are Food programma, al 2,7 miljoen euro.

Het publieksprogramma in de vier regio's omvat nu al 250 evenementen. Website www.brabantcelebratesfood.com is vooral daardoor al 70.000 keer bekeken. Vanaf maart vonden de eerste pers- en influencerbezoeken plaats, die leidden tot meer dan 100 publicaties in heel Europa. In juni genoten in de oude leerfabriek in Oisterwijk 15 Brabantse bloggers (samen ruim 150.000 volgers) van het [Brabants Bloggers Breakfast](#).



Ondernemers werden geïnformeerd tijdens ondernemers-events in Breda en Heeze, op de RDA beurs in Duitsland en via mailingen. Ook lanceerde VisitBrabant de [Brabantse Gastvrijheid Award](#) en is er nu [online training](#) over food in Brabant.

Met de Persgroep en Gazet van Antwerpen gingen grote campagnes van start in Nederland en België. Met de Gazet van Antwerpen stelde VisitBrabant een [commerciële bijlage](#) van 6 pagina's samen. Ook in de campagne "[Brabant is Open](#)", over het aanbod voor bezoekers in Brabant, is de hoofdrol voor food weggelegd. Potentiële bezoekers worden ook via Facebook en Instagram continue geïnspireerd om voor food naar Brabant te komen. En in april ging de eerste pop-up fietsroute van start met Robèrt van Beckhoven. Het [digitale magazine](#) gewijd aan food werd naar 10.000 abonnees gestuurd en via online campagnes verder verspreid. En naast alle opbrengsten die te meten zijn in aantallen en bereik, vormen de samenwerking met partners uit de regio's en de nieuwe verbindingen die ontstaan tussen agrofood, cultuur en erfgoed een verrassend resultaat dat smaakt naar meer.

Datum

5 september 2018

Documentnummer

4409470