

## Memo van de gedeputeerde

M.J.G. Spierings

Gedep. Agrarische ontwikkeling, Energie en Bestuur

### Onderwerp

Voortgang Korte Waardeketens Agrofood

Beste Statenleden,

Graag informeer ik u over de kansen en uitdagingen van korte waardeketens agrofood, en onze rol daarin. Dit omdat waardeketens een belangrijk thema is in de Uitvoeringsagenda Brabantse Agrofood (UBA).

In korte waardeketens agrofood wordt waarde gecreëerd door een sterke verbinding van boer en consument, vaak met minder schakels in de keten. Het gaat vooral om agrarische producten die met 'een verhaal' worden vermarkt. Kort heeft daarmee ook een 'mentale' dimensie.

### ***1. Waardeketens kennen producten met een authentiek verhaal maar zijn nog klein en versnipperd.***

Een waardeketen in de agrofoodsector zien wij als een keten 'van grond tot mond' waarin producenten en consumenten worden verbonden. Het gaat erom dat consumenten bewuster worden van het voedselsysteem en daardoor waarde toekennen aan de verschillende aspecten ervan. Daarbij gaat het om behoud van natuur, milieu, dierenwelzijn, landschap, kwaliteit, veiligheid, gezondheid en de nodige marges om hierin te kunnen investeren. Denk hierbij aan 'local for local', voedsel met een identiteit en een verhaal (zoals een specifieke veehouder) als tegenhanger van het meer anonieme voedsel dat in de mainstream (supermarkten) gangbaar is.

De dominante ketens in de agrofood (grote inkooporganisaties, verwerkers en de retail zoals Agrifirm, Vion resp. Ahold) kennen veel schakels waarbij het proces binnen elke schakel is geoptimaliseerd. Dat gaat vaak ten koste van optimalisatie van de gehele keten. Bekende gevolgen ervan zijn de kloof tussen boer en consument/burger en de ongelijke verdeling van macht en marges binnen de keten. Daardoor is er onvoldoende kracht om te innoveren en te investeren in verduurzaming en innovatie bij de primaire sector (zie figuur 1).

Voorbeelden van korte waardeketens zijn:

- Boerderijwinkels (zoals [landwinkelconcept](#))
- Webwinkels (zoals [Boerschappen](#));
- Directe levering aan zorginstellingen, horeca, franchiseondernemers van supermarkten, lokale markten en festivals.

### Datum

3 juli 2018

### Documentnummer

4381490

### Aan

Provinciale Staten van Noord-Brabant

### Kopie aan

-

### van

Anne-Marie Spierings

### Telefoon

(073) 681 25 80

### Email

pvenckevort@brabant.nl

Een quick scan van de HAS (februari 2017) laat zien dat er meer dan 160 Brabantse ondernemers op het internet te vinden zijn die hun producten (deels) via een vorm van korte keten afzetten. CBS-cijfers laten zien dat Brabant in 2016 500 agrarische bedrijven had met verkoop aan huis had en 82 met verwerking van landbouwproducten (zoals kaasmakerijen).

**Datum**

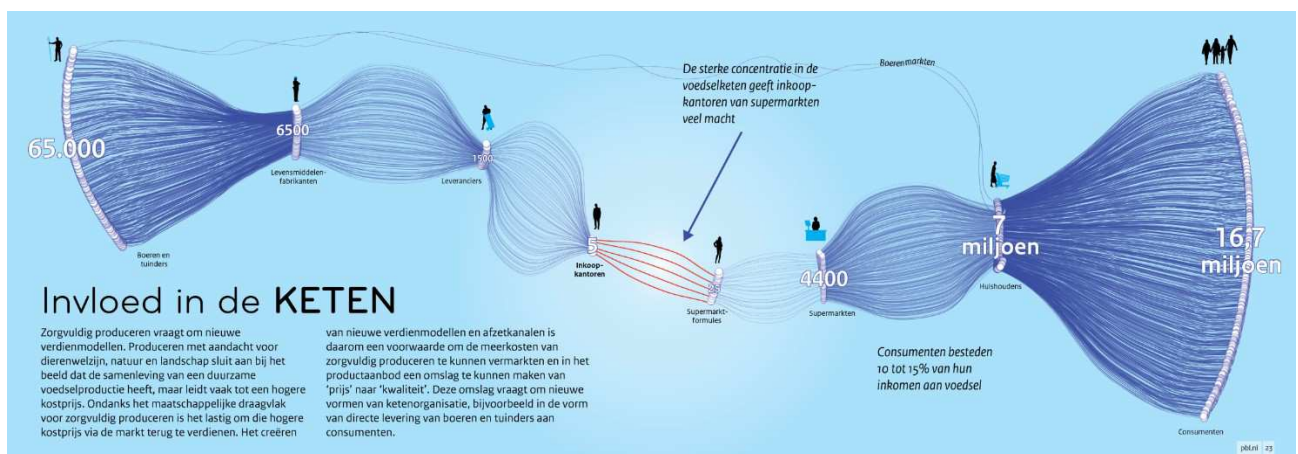
3 juli 2018

**Documentnummer**

4381490

We constateren dat korte waardeketens:

- klein en versnipperd zijn,
- vaak nog het nodige assortiment en de collectiviteit ontberen,
- de kennis en investeringskracht missen om door te groeien en,
- onvoldoende in staat zijn om optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden van data om een klantenbestand op te bouwen, voor een slimme logistiek en om leveranciers te binden.



Figuur 1. Goederenstromen en verdeling van invloed in de agrofoodketen ([bron PBL](#)).

## **2. De snelle ontwikkelingen rond dataficatie en daaraan gekoppelde zaken als e-marketing en logistiek bieden kansen om deze ketens op een hoger plan te tillen met volwassen markt volumes.**

Dataficatie en de gevolgen ervan zoals met AirB&B in de hotelbranche en Uber in de taxibranch, gaan ook plaatsvinden in de agrofoodketen (zie verkenning van de BOM over [Dataficatie in Agrofood](#)). We zien dat kapitaalcrachtige internationale partijen dominante data-gedreven posities innemen in de afzet van voedsel, zoals Amazon. In het 'tussensegment' zitten initiatieven zoals Picnic, Hellofresh en de AH-webshop.

*Hoe bereidt de agrofoodsector zich hierop voor? En wie pakt welke positie? Hoe houden we in Brabant zoveel als mogelijk regie op dit proces om te voorkomen dat hierdoor de kansen voor gezondere marges en verduurzaming bij de primaire sector verloren gaan?*

De grote (internationale) partijen zijn (vooral nog) gericht op het snel aan huis leveren van hetzelfde voedsel dat ook in supermarkten verkrijgbaar is. De kleine regionale initiatieven richten zich op ander soort voedsel en vaak ook op andere waarden die een andere groeiende groep van consumenten aanspreekt (zie 1).

In Brabant zijn de belangrijkste ingrediënten aanwezig om de ingezette dataficatie van de agrofood-keten door te zetten en de daaruit voortvloeiende kansen te benutten. Er is hier een mix van krachtige bedrijven en kennisinstellingen op het gebied van agrofood, ICT, datascience en hightech. Cruciaal is ook de grote groep van agrarische ondernemers die in Brabant kiest voor een afzet via korte waardeketens (zie 1).

**Datum**  
3 juli 2018  
**Documentnummer**  
4381490

### 3. We ondersteunen initiatieven die gebruik maken van de ontwikkelingen in de digitalisering en de hightech.

Korte ketens hebben zich de afgelopen 10 jaar langzaam maar gestaag ontwikkeld qua afzetvolume en professionaliteit van de ondernemers. Een belangrijke drijfveer voor deze groep is dat ze een uitweg zoeken in een systeem waarin ze zich steeds meer gemarginaliseerd voelen door dominante marktpartijen van de traditionele ketens. Een systeem waardoor de boeren anonieme producenten zijn geworden die in hun bedrijf enkel nog kunnen sturen op kostprijsverlaging. Daarom willen velen een andere afslag nemen op de bekende metaforische rotonde (zie figuur 2).



Figuur 2. Korte waardeketens sluiten goed aan bij de oriëntatie nichemarkt (zie nr. 4).

Een verkenning van [Geodan](#) (eind 2017/begin 2018) samen met ondernemers (boeren, logistiek, verwerkers, marketeers, etc), de HAS en ZLTO laat zien dat de digitaliseringsgolf een nieuw hoofdstuk kan toevoegen aan de door-ontwikkeling van korte waardeketens (zie ook 2). Dit geldt ook voor de snelle ontwikkelingen in de hightech met meer mogelijkheden voor decentrale verwerking van producten. In dit kader ondersteunen we met begrotingssubsidie financieel drie projecten:

- Dairylink: hiermee wordt de eerste 'melkfabriek' op de boerderij mogelijk gemaakt. Dit breekt met de gangbare wijze van de productie en raffinage van anonieme bulkmelk voor bodemprijzen. Het draagt bij aan nieuwe korte zuivelketens die meerwaarde creëren door in te spelen op wensen van de klant

die o.a. op zoek is naar smaak, herkomst en specifieke gezondheid bevorderende inhoudsstoffen. Er zijn afspraken gemaakt voor afzet via lokale kanalen en landelijke partijen. Het biedt mogelijkheden voor melkveehouders die willen kiezen voor de niche markt om het voortbestaan van hun bedrijf te borgen.

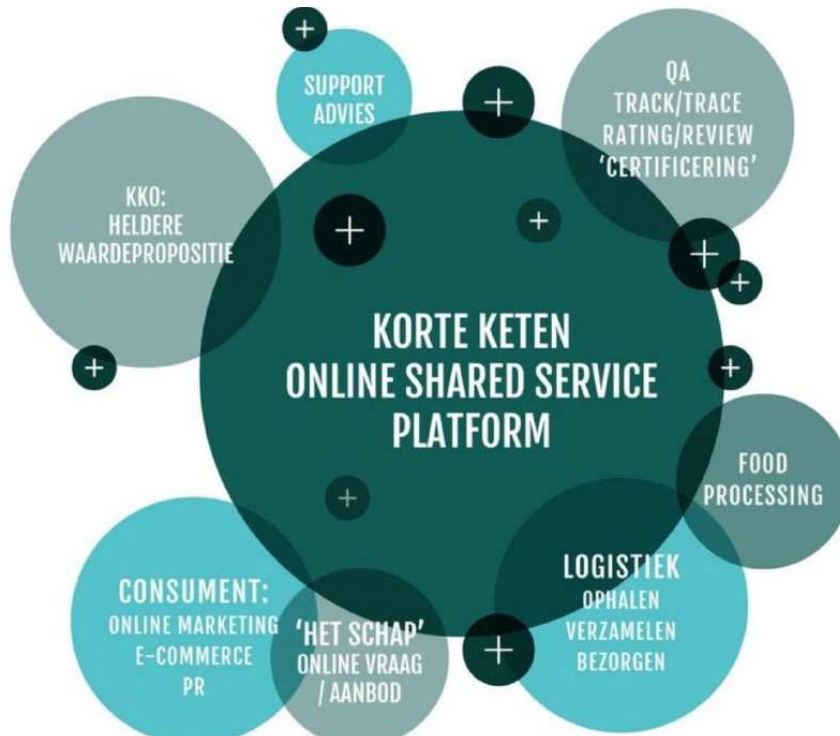
- Korte Keten 2.0: hiermee wordt de ontwikkeling van een internetplatform (proof of concept) mogelijk gemaakt voor korte waardeketens. Boeren kunnen met dit platform kennismaken van onderwerpen en gebruik maken van diensten die belangrijk zijn voor hun bedrijfsontwikkeling. Denk bijvoorbeeld aan bundeling van vraag en aanbod waardoor het transport van producten efficiënter wordt. Naast de logistiek gaat het ook om gezamenlijk marktkennis, vermarkten, en het bewaken van de transparantie, kwaliteit en kernwaarden m.b.t. duurzaamheid (zie figuur 3).
- Pilot Boerschappen: Boerschappen is een bedrijf dat zich in de (markt)trend, van het directer aanbieden van lokale kwaliteitsproducten aan de consument, zeer succesvol heeft ontwikkeld. Boerschappen biedt, met een eerlijke prijs voor lokale boeren, goede producten aan in de vorm van een wekelijkse boodschappenbox. Het bedrijf wil als scale-up snel doorgroeien waarbij in drie jaar tijd het aantal aangesloten lokale boeren groeit van 50 naar 150, en de omzet minimaal verdubbelt. Als onderdeel hiervan wordt samen met de boeren een pilot ondersteund om nieuwe producten en diensten te ontwikkelen en te testen om nog beter in te spelen op consumentenwensen. Alle kennis uit deze pilot wordt gedeeld en ook gebruikt in het project Korte Keten 2.0.

**Datum**

3 juli 2018

**Documentnummer**

4381490



Figuur 3. Het concept van een open dataplatform voor Korte Ketens 2.0 in de agrofood waar vraag en aanbod, logistiek en andere diensten slim met elkaar worden gebundeld.

Daarnaast ondersteunen we in het kader van [LIB](#) (Landbouw Innovatie Brabant) en [POP3](#) (Europees plattelandsontwikkelingsprogramma 2014 - 2020) de ontwikkeling van (korte) waardeketens. Door deelname aan internationale kennisuitwisselingsprojecten rond korte ketens agrofood (zoals [SKIN](#) met 14 EU-landen) kan Brabant zich internationaal profileren als voorloper en proeftuin op dit vlak. Binnen de recent vastgestelde [Brabantse Agenda Digitalisering](#) is voedsel een van de 6 maatschappelijke transitieopgaven die versneld dient te worden door inzet van digitale technologieën. Omdat nieuwe korte duurzamere afzetketens daar een belangrijk onderdeel van vormen biedt ook dit kader hiervoor nieuwe kansen.

**Datum**

3 juli 2018

**Documentnummer**

4381490

Met al deze beleidsinstrumenten en initiatieven wordt het potentieel van korte waardeketens benut voor de transitie naar een duurzamere en slimme agrofoodsector zoals we die met de UBA voor ogen hebben. Het faciliteert ook de keuze van boeren voor de nichemarkt.

Met vriendelijke groet,

M.J.G. Spierings