

# Verslag van Actiedag Lokaal Voedsel Flevoland.

Arjan Dekking (Wageningen-UR,), Ingrid Veeman-Cremer (Biologisch Netwerk), Diane Stap (Ontwikkelings Maatschappij Flevoland)

Op dinsdag 24 mei vond in Lelystad de Actiedag Lokaal Voedsel Flevoland plaats. Deze dag werd georganiseerd vanuit het project Duurzame Voedsellandschappen van het kennisprogramma Duurzaam Door. De organiserende partijen waren Wageningen-UR, Ontwikkel Maatschappij Flevoland, Biologisch Netwerk en de provincie Flevoland. Het doel van de bijeenkomst was het formuleren van een Actieplan voor de vermarkting van lokaal voedsel.

Dat dit onderwerp zeer actueel is bleek uit de grote opkomst. Ruim 80 personen; ondernemers, mensen van gemeenten en provincie, studenten en organisaties die voeding en educatie in hun takenpakket hebben. Gastheer was Gerhard Flantua die de gelegenheid gebruikte om zijn nieuwe bedrijfsconcept BoerKok te presenteren.

Tijdens de bijeenkomst was er ook de gelegenheid voor bedrijven om zich aan de bezoekers te presenteren. Ongeveer 15 bedrijven maakten hiervan gebruik en lieten de bezoekers zien en proeven wat er allemaal gebeurd op het gebied van lokaal voedsel in Flevoland.



Het hoofdonderdeel van de bijeenkomst was een brainstorm waarbij thema-gericht besproken werd welke acties er nodig zijn om meer lokaal geproduceerd voedsel af te zetten. Deze thema's waren: afzet zakelijke markt, afzet consumentenmarkt, samenwerking en netwerkvorming, communicatie, logistiek en distributie.

Er werden een aantal concrete actiepunten benoemd die op korte termijn zouden kunnen worden opgepakt. Een creatief idee was de benoeming van een ambassadeur voor Flevoland voedsel. Deze persoon kan bijvoorbeeld op evenementen het Flevolands product promoten, gastlessen geven op scholen enzovoort. Ook een uniform herkenningsteken aan de weg dat wijst naar locaties waar lokaal voedsel verkrijgbaar is maakt deze bedrijven beter vindbaar. Een andere suggestie was om een APP te gaan ontwikkelen waarmee bedrijven informatie kunnen uitwisselen over de beschikbaarheid van producten maar, bijvoorbeeld ook over de logistiek.



Daarnaast werden een aantal meer complexe zaken benoemd. Deze vragen meer in termen van tijd, geld en organisatie. Enkele belangrijke uitkomsten zijn:

- Er is behoefte aan een Flevolands keurmerk voor lokaal geproduceerd voedsel.

- Voor de zakelijke markt moet het Flevolandse merk staan voor betrouwbaar, transparant, vers, veilig, ruim voorradig, homogeen etc..
- Voor de consumentenmarkt is beleving, het verhaal achter het product is belangrijk.
- Voor directe afzet naar de consument is samenwerking, bijvoorbeeld de oprichting van een coöperatie van kleinschalige producenten, belangrijk.
- Coördinatie m.b.t. logistiek is nodig, retailers gaan het niet halen, boeren gaan het niet brengen
- Voor een succesvolle samenwerking is een betere communicatie tussen producent en afnemer noodzakelijk.
- De website [www.lokaalvoedselflevoland.nl](http://www.lokaalvoedselflevoland.nl) moet verder worden uitgebouwd (bijvoorbeeld met extra informatie over beschikbaarheid) en gepromoot.
- Benut de kansen die de Floriade van 2022 biedt voor promotie van de bedrijven en het gebied.
- Centrale inkoop en distributie middels een fysieke locatie (foodhub/verzamelpunt/distributiepunt).
- Er is meer variatie in producten nodig om echt vraaggericht te kunnen afzetten.
- Toegankelijke informatie over producenten en de beschikbaarheid van producten is belangrijk.

Bovendien werden er enkele belangrijke randvoorwaarden benoemd. Zo moet er geen grote nieuwe organisatie opgetuigd worden, maar ga vanuit bestaande structuren direct aan de slag. Een klein groepje onafhankelijke mensen moet daadkrachtig aan de slag gaan om lokaal voedsel bij de Flevolandse consument, maar ook bij de zakelijke markt en verwerkers in binnen en buitenland aan de man te brengen.

Een laatste tip was een groot compliment aan de organisatie van deze bijeenkomst namelijk "meer van dit soort bijeenkomsten organiseren". Dat gaat zeker gebeuren.

