

Memo

Aan : Directie World Food Center Development
Van : [REDACTED] (Dreamport Leisure Consultant BV)
Kopie : [REDACTED]
Datum : 28 september 2016
Referentie :
Onderwerp : Selectie Experience ontwikkelaar en vervolgproces

Experience World Food Center 2016.

In de afgelopen maanden is er een inventarisatie uitgevoerd door een deskundig adviseur, [REDACTED] op het gebied van Experience in samenwerking met World Food Center Development. De inventarisatie moest leiden tot een keuze van een kwalitatief hoogwaardig bureau welke de ontwikkeling van het WFC Experience Center vorm kan geven.

Hieronder in het kort, de route die we hebben doorlopen:
Vanaf medio juli is er een rondje langs bedrijven afgelegd voor een eerste kennismaking en inventarisatie om een eerste screening uit te voeren welke bedrijven in aanmerking zouden kunnen komen voor een tweede ronde.
Na enkele maanden kwamen we tot de conclusie dat er bedrijven waren die hiervoor in aanmerking komen waarmee we diepgaander in gesprek zijn gegaan.
Tijdens deze gesprekken hebben we gevraagd om een plan van aanpak op te stellen zodat wij een evenwichtige keuze zouden kunnen maken.

Algemeen:

Bij alle bedrijven kwamen we gezamenlijk tot de conclusie dat een Experience zoals het World Food Center beoogd, nog niet eerder ontwikkeld en gerealiseerd is, waar ook ter wereld. Dit tevens de moeilijkheidsfactor waar we tegen aanlopen omdat alle bedrijven voldoende ervaring hebben van een Experience van één product zoals chocolade, bier of een automerk.

Hieronder volgen de bedrijven en in het kort de expertise.

Jora Vision Creating Leisure te Rijsburg:

Een zeer gerenommeerde onderneming die veel ervaring heeft in de entertainment en deels ook in de Experience. Heeft het proces goed beschreven en noemt ook wel de uitdagingen waar we voor staan. Qua ervaring zit Jora Vision meer in het gebied van beleving en entertainment als het gaat om de doelgroep kinderen.

Hun expertise op het gebied van design en realisatie van dergelijke attracties is groot.
Een van hun mooie projecten waar ze nog aan werken is "Floriworld" in Aalsmeer een mogelijke Experience van de tuinbouwsector. Men heeft dus ook ervaring in de Agro Food sector.
Werken wel wereldwijd en hebben dus ook een uitstekend netwerk.
Zouden mogelijk een rol kunnen krijgen in de uitwerking qua design voor de invulling Mauritskazerne.

Aan : Directie World Food Center Development
Datum : 27 september 2016
Blad : 2 van 3

DST the Experience agency te Baarn:

Een goed bureau dat in de wat kleinere Experience mooie projecten heeft gerealiseerd. Dit varieert van deelpartner in de Heineken Experience tot en met de binnenkort te openen Fiets Experience in Ede. Daarnaast heeft DST kleinere Experience projecten gerealiseerd als G4S maar ook de Dome Floriade 2012. De laatste is een 4D beleving van de bloemenpracht die hier werd beleefd in een rond gebouw. Het plan van aanpak van DST is traditioneler van opzet en er zaten veel 'open deuren' in het plan aanpak die inmiddels al meerdere keren ter sprake zijn geweest.

Niet of nauwelijks ervaring in de Agro Food sector

BRC Imagination Arts – An Experience Design and Production Agency te Eindhoven en USA :

BRC rekent zichzelf tot de 'top of the world' als het gaat om de ontwikkeling en uitvoering van Experience van uiteenlopende aard.

Een Amerikaans bedrijf dat een vestiging heeft in Eindhoven.

BRC heeft ervaring in grote en middelgrote projecten variërend van een enkel product tot en met een storyline van de slavernij in Amerika.

Het plan van aanpak van BRC is een weerspiegeling van de staat van dienst van dit bedrijf.

Gedegen proces aanpak maar ook zodanig dat zij niets aan het toeval overlaten.

Hoogwaardig marktonderzoek voorafgaand aan het 'echte' werk ziet men als een belangrijke vereiste zodat het eindproduct ook marktconform, Fundable en exploitabel is. BRC heeft een brede ervaring met exploitanten en zal ook mede zorgdragen voor een **exploitant** die bij de eindpresentatie van het concept (Q1 2017) aan tafel zit. De brede ervaring van BRC in doelgroepen is indrukwekkend en schept vertrouwen ook al is de ervaring nationaal minimaal.

De Heineken Experience in Amsterdam is overigens wel een groot succes geworden dankzij de inzet van BRC. Experience en doelgroep zijn hier goed met elkaar in overeenstemming gebracht.

Gezien onze stakeholders, die mondiaal werkzaam zijn, is BRC qua ervaring een uitstekende sparringpartner voor de Agro Food bedrijven die voor het overgrote deel hun business mondiaal voeren.

Tinker imagineers te Utrecht:

Een mooi Nederlands bureau met een brede ervaring van designwerk en Experience.

Ook een brede ervaring als het gaat om museale concepten van uiteenlopende aard.

Het laatste huzarenstukje in de wereld van Agro en Food is de Experience van Nestlé in Zwitserland.

Een gedegen bureau dat inmiddels haar sporen verdient heeft zij het wel meer aan de museale kant.

Echte projecten op het gebied van beleving in de breedste zin van het woord zijn spaarzaamelijk.

Verder kunnen we hier kort over zijn omdat partners van Tinker na het tweede gesprek aangaven geen tijd te kunnen vrijmaken voor de ontwikkeling van het World Food Center. Dit was een moeilijke maar weloverwogen keuze omdat Tinker al meerdere opdrachten had aanvaard. Een luxe probleem dus.

Na bovenstaande intensieve ronde hebben wij na een grondige analyse een voorstel in volgorde voor de directie van het World Food Center Development, Stuurgroep World Food Center teneinde een definitieve keuze te kunnen maken.

Aan : Directie World Food Center Development
Datum : 27 september 2016
Blad : 3 van 3

Ons voorstel luidt dan ook om **BRC Imagination Arts – An Experience Design and Production Agency** te kiezen als bureau om de ontwikkeling van de Experience World Food Center NL in opdracht te geven. BRC voert deze opdracht uit voor een bedrag van ca. **€ 300.000,-** afhankelijk van de opdracht die gegeven wordt aan de uitvoering van het visibility onderzoek.

De vervolgstappen die wij voorstellen:

1. Voorstel bespreken met directie WFCD, Cees van Bommel en Aart Jan Verdoold. (wk 38)
2. Voorstel bespreken met directie gemeente . (wk 39)
3. Na definitieve keuze voor BRC:
 - * Gesprek met BRC inzake afronding en concept opdracht formuleren. (wk 40)
4. De volgende stap in dit proces is om BRC een presentatie te laten verzorgen voor de zogeheten 'koplopers' en dan wel eerst per bedrijf om zo ook commitment te krijgen. Een belangrijk onderdeel hiervan is, dat deze 'koplopers' **mede opdrachtgever** worden voor de ontwikkeling van de Experience. (wk 41-43)
Bedrijven die hier gevraagd gaan worden zijn:
 - Friesland Campina
 - Scelta Mushrooms /Kids University (toezegging per e mail bevestigd)
 - Albron
 - Albert Heijn
 - DSM
 - Kraft Heinz

Volgende stap is om mede opdrachtgeverschap (in €) van zowel bedrijven als gemeente Ede vast te leggen. (wk 43)

Ons voorstel is om bedrijven, overheid, en in een later stadium de exploitant, per bedrijf **€ 50.000,-** te laten betalen om zo het gezamenlijke opdrachtgeverschap vorm te geven.

5. Aansluitend een **collectieve meeting** als Kick-off voor het te doorlopen proces en zal het ontwikkelteam worden benoemd. (wk 44)
6. Tenslotte zal aan BRC de definitieve opdracht worden gegeven.

Bovenstaande stappen doorlopen onder leiding van Harry Veldhuis en Bart de Boer waarna Bart de Boer het proces op hoofdlijnen zal managen.

Ede, 2016 september.

