

## Nieuwsbrief

World Food Center

september 2012



STICHTING  
WORLD FOOD CENTERS

### Inhoud

1. Vooraf	p. 1
2. WHY- factor	p. 2
3. Masterplannen	p. 3
4. Businesscase	p. 4
5. Organisatiemodel	p. 4
6. Communicatie en PR	p. 4
7. Planning	p. 4

*" We ervaren keer op keer de dynamiek in het WFC project, voor de meesten 'Het EI'. Het mooie is dat we bijna de gehele A&T sector bij elkaar hebben kunnen brengen. In deze fase van de haalbaarheidsstudie met veel dialoog, inventarisaties, businesscases en studies naar de haalbaarheid, wordt het project WFC steeds concreter. Hoe, waar en met wie gaat 'Het EI' tot stand komen als nieuw Nederlands icoon voor bedrijven, de overheid en het publiek? En nog boeiender is de vraag: "Wat is straks de impact van dit icoon?" Nu al ontvangen wij dagelijks de eerste signalen, vragen van en nieuwe verbanden tussen bedrijven. Bedrijven van diverse oorsprong die elkaar nú tegenkomen. Zelfs in het buitenland blijft het niet onopgemerkt en krijgen we concrete vragen uit onder andere China en Brazilië. "*

*Aldus Therus Gieling, initiator en voorzitter bestuur Stichting WFC.*

## Vooraf

### Voortgang

In de **nieuwsbrief** van juni 2012 is het inspirerende idee van een World Food Center (WFC) in beeld gebracht. WFC maakt aan een groot publiek duidelijk wat de kracht en potentie is van de Topsectoren 'Agro&Food' en 'Tuinbouw en Uitgangsmaterialen' (in vervolg aangeduid als A&T) in Nederland. Wij hebben beschreven wat de door velen gewenste uitstraling en plek in de samenleving is van zo'n experience center. Een centrale positie, een icoon met internationale allure, waar informatie en experiences vanuit én over de foodketen bijeen wordt gebracht. Er zijn twee locaties volgens een vastgelegde procedure geselecteerd, die zo'n experience centrum buitengewoon graag willen gaan huisvesten: Stadshavens Rotterdam en Regio FoodValley (Ede-Wageningen).

Deze nieuwsbrief laat de voortgang zien, die Stichting World Food Centers momenteel maakt. Enthousiasme en plannen zijn er ruimschoots voor het willen invullen van het project én voor het willen presenteren van thema's aan de diverse doelgroepen voor het WFC. Ideeën worden uitgebreid geïnventariseerd. Stichting World Food Centers heeft vele inspirerende gesprekken gevoerd en daarin vooral veel positieve respons ontvangen. Maar tussen droom en daad zit een praktische wereld van 'processtappen'. Hoe het haalbaarheidsonderzoek in deze dialoogfase concreet wordt voor de twee kandidaat locaties is te lezen in deze nieuwsbrief.



## WHY- factor

### De Gouden Driehoek

Afgelopen jaar heeft stichting World Food Centers veel interesse en enthousiasme ontvangen voor het idee van een WFC: een plek met internationale allure, waar iedereen aan den lijve kan ervaren wat de kracht is van de Nederlandse A&T sector; een platform rond de economische topsectoren 'Agro & Food' en 'Tuinbouw en Uitgangsmaterialen', zoals de rijksoverheid deze beleidsmatig benoemd heeft. Een World Food Center over voeding en voedselproductie, waar kennis en kunde beschikbaar is voor overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven (gouden driehoek) maar vooral ook voor de nieuwsgierige en betrokken consument. Maar wat wordt dan het inhoudelijke format? De thema's, ervaringen en verhalen, maar ook de bedrijfs- en professionele activiteiten die straks een plek krijgen in WFC worden in het proces en het haalbaarheidsonderzoek omschreven als de WHY-factor. Hoe wordt dat aangepakt?



Eline Fraters, Martijn Rauwers en Heleen van 't Spijker hebben namens Stichting World Food Centers interviews gehouden met 20 geïnteresseerden uit de brede A&T wereld. Dat betrof denkers en doeners uit het bedrijfsleven, adviseurs van de overheid en wetenschappers vanuit kennisinstellingen die beleid bepalen of beïnvloeden. Veel gesprekspartners zijn enthousiast en willen graag het center samen met alle geïnteresseerde partijen uit de A&T sector verder vorm geven. WFC wil diverse standpunten laten zien en informatie, mogelijke oplossingen en innovaties over de uitdagingen waar we voor staan presenteren. Te denken aan gezondheid, duurzaamheid, veiligheid en 9 miljard wereldburgers. Maar ook: wat betekent voedsel, hoe kun je het nog lekkerder bereiden, wat heb je nodig en wat gebeurt er in je lichaam?

Naast interviews heeft WFC twee workshops gehouden: één met Wageningen Universiteit en Research Centre (WUR), onder leiding van Raoul Bino. En één met Alliantie Voeding (samenwerkingsverband ziekenhuis Gelderse Vallei en WUR), met Menrike Menkveld-Beukers en Frans Kok, over voedsel en gezondheid in de breedste zin van het woord. Daarnaast organiseren beide geselecteerde locatiehouders onder eigen regie met ondersteuning van WFC workshops met bedrijven en instellingen.

Begin september is Philips Design gestart met het verwerken van alle verzamelde informatie tot scripts en een propositie. Vanuit hun expertise vullen zij dat aan met eigen creativiteit en data. Via een workshop met de Klankbord- en Potentiële Gebruikers Groep (KPGG) komen zo de eerste inhoudelijke contouren van het format voor het World Food Center meer en meer in beeld.

### Dynamiek

In de week van 17 september presenteert WFC op uitnodiging van Stadshavens Rotterdam voor tientallen grotere spelers uit de tuinbouwsector. Dat gebeurt samen met wethouder Baljeu en Hans Smits (CEO Havenbedrijf Rotterdam) op het water.

Op 27 september houdt de gemeente Ede een vergelijkbare bijeenkomst voor regionale bedrijven uit Regio FoodValley. Deze bijeenkomst vindt plaats op de kazerneterreinen van Ede in aanwezigheid van burgemeester Cees van der Knaap.

**Het experience centrum mag dan fysiek of digitaal nog niet gerealiseerd zijn, het brengt in deze dialoog/haalbaarheidsfase al een groot aantal belangrijke spelers samen. Het WFC legt verbindingen en maakt diverse interessante crossovers.**

### Gebiedsontwikkeling

Het idee achter het World Food Center is het ontwikkelen van een beleevingscentrum over voeding voor consumenten. Daarnaast zal het fungeren als ontmoetingscentrum voor zakelijke bezoekers en andere professionals rond de brede A&T wereld in Nederland. Daarnaast dient de uitstraling van het WFC als vliegwiel te werken. Zo gaat de directe omgeving van de locatie een thematische invulling krijgen. Er ontstaat letterlijk en figuurlijk ruimte voor allerlei bedrijvigheid rondom 'food'. Een plek waar bezoekers, consumenten en professionals elkaar kunnen ontmoeten. Zo heeft 'het EI' een spilfunctie in de lokale en/of regionale gebiedsontwikkeling met een nationaal belang en een internationale allure.



# Masterplannen

Het masterplan geeft inzicht in de locatiekeuze. Voor Regio FoodValley en Stadshavens Rotterdam vertalen Martijn Rauwers en Margot Slood het format van WFC in drie gebiedseigen scenario's. De ruimtelijke onderzoeken hebben geleid tot ontwerpschetsen.

## Stadshavens Rotterdam

In Rotterdam gaat het om het haven terrein rond de Merwe-vierhavens, aan de noordoever van de Nieuwe Maas tussen Rotterdam (Spangen) en Schiedam. Verschuiving van economische activiteiten biedt hier kansen voor thematische herontwikkeling van het gebied. Een WFC met de machtige Nieuwe Maas als decor en als symbool van economische dynamiek, die ook de Nederlandse Foodsector kenmerkt. Het grootste tuinbouwgebied in de achtertuin van WFC.



## Regio FoodValley

De mogelijkheden in Regio FoodValley bevinden zich rond het spoorstation Ede-Wageningen op de lijn Utrecht-Arnhem: fysiek op één van de meest centrale plekken van het land. Daarnaast vormt het station dé schakel in de 'kennis-as ontwikkeling van de Regio FoodValley'. Het WFC krijgt hier creatieve impulsen uit de wereld van kunst en cultuur: het Kröller Müller Museum en Van Gogh Europe zijn geïnteresseerd in samenwerking.

Deze beide toplocaties zijn in concept uitgewerkt en vertaald naar beelden. Vervolgens worden scenario's uitgewerkt naar eindbeelden en gebruikt voor de businesscase.



Werkende weg ontwikkelt zich een steeds duidelijker verschil in aanpak van beide locatiehouders om WFC voor hun locatie binnen te halen. Steeds duidelijker wordt dat sprake is van twee totaal verschillende locaties, met ieder hun eigen dynamiek. Dit zal resulteren in twee uitwerkingen van het WFC format, met een eigen focus en eigen perspectieven in het kader van de verdere gebiedsontwikkeling, waar het WFC het vliegwiel van zal zijn.



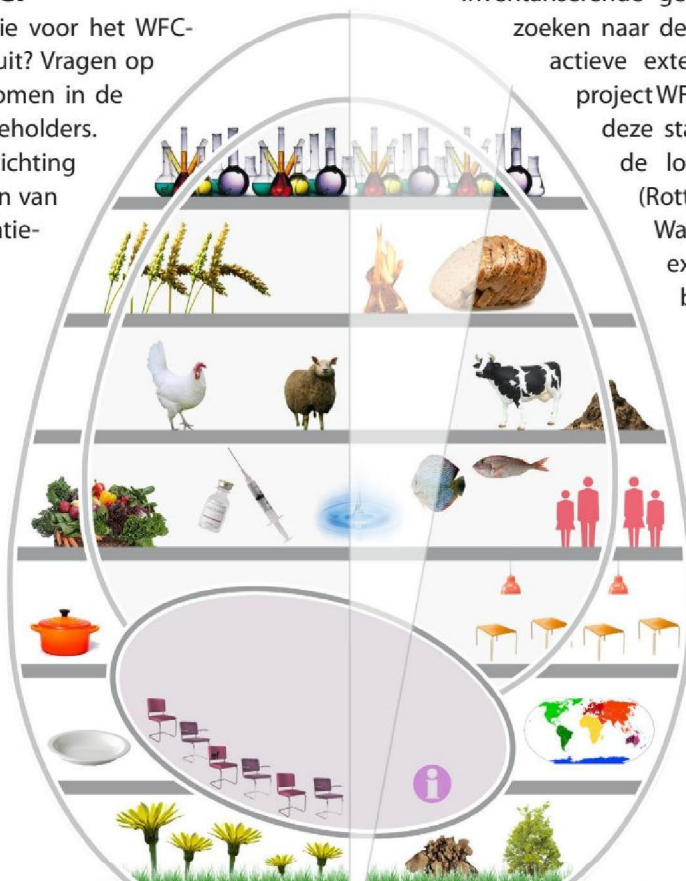
## Businesscase

### WFC NL

De dialoog met de locaties moet de businesscase inkaderen en tegelijkertijd ook meer specifiek maken. Daarbij maakt WFC gebruik van de kennis en kunde van specialisten van bureaus die op onderdelen al betrokken zijn. Adviesbureau Ecorys maakt op basis van eerdere studies naar de haalbaarheid van het project de definitieve businesscase voor WFC-NL. Daarin worden analyses gemaakt rond de doelen en de scope, de kosten, baten en exploitatie.

### Organisatiemodel

Hoe ziet de organisatie voor het WFC-NL er in de toekomst uit? Vragen op dit punt zijn meegenomen in de interviews met de stakeholders. In september start Stichting WFC met het uitwerken van een passend organisatie-model.



## Communicatie en PR

### Betrekken externen

Nieuwsbrieven worden samengesteld en periodiek verspreid om in de dialoog/haalbaarheidsfase de stakeholders, in de driehoek van foodbedrijven, kennisinstellingen en overheden op de hoogte te houden. De communicatie dient ook om investeringsfondsen, banken, vastgoedpartijen en bouwondernemingen te (blijven) betrekken bij de ontwikkeling van het format.

In deze dialoog/haalbaarheidsfase, van nadere inventariserende gesprekken en lopende onderzoeken naar de haalbaarheid, is er nog geen actieve externe communicatie rond het project WFC, anders dan via de website en deze stakeholder nieuwsbrieven. Met de locatiehouders in Stadshavens (Rotterdam) en FoodValley (Ede-Wageningen) is afgesproken om externe media (pas) te gaan betrekken ná afloop van de haalbaarheidsfase.

### Planning

Vanaf oktober is er een propositie klaar op basis van de WHY-factor en de masterplannen, waar ook het organisatiemodel en de businesscase in concept in beschreven worden. Deze pitch wordt vervolgens aan een eerste groep van mogelijke participanten uit de A&T wereld in WFC Nederland voorgelegd waarmee vanaf oktober/november de interesse en intentieverklaringen van participanten vastgelegd zullen worden. Die nemen we mee in de uiteindelijke businesscase op basis waarvan de haalbaarheid wordt bepaald.

**Oproep  
interesse?**

Momenteel voert Stichting WFC gesprekken met:

- bedrijven, kennisinstellingen en instituten uit de A&T sector en
- bouwende en ontwikkelende partijen.

Heeft u interesse of ideeën met betrekking tot de ontwikkeling, bouw en exploitatie van WFC? Laat het ons weten via onderstaande contactgegevens.

### Contact

Wilt u meer informatie over het project WFC, neemt u dan contact op met [redacted]. Zij is te bereiken via tel. 0318 - [redacted] of per mail: [redacted]@pbbv.nl.

Wilt u met name informatie over de locatie(s), neemt u dan contact op met [redacted] tel. 0318 - [redacted] of per mail: [redacted]@pbbv.nl.

Meer informatie is ook te vinden op onze website:

[WWW.WORLDFOODCENTERS.COM](http://WWW.WORLDFOODCENTERS.COM)