

WFCFVr

Strategie Communicatie World Food Center in FoodValley regio Januari 2013



gemeente **wageningen**



Strategie Communicatie toewijzing World Food Center

Aan : Partners voor World Food Center in FoodValley regio
Van : ██████████ woordvoerder/bestuursadviseur burgemeester, gemeente Ede
Datum : 17 januari 2013
Bijlagen : Concept-persbericht, concept-brieven en concept-teksten social media
In afschrift aan : Projectburo BV en Stichting World Food Centers (na bekendmaking 22 jan).

Versie 17 januari 2013

Inhoud

1.	Aanleiding	P04
2.	Strategie	P05
	- Missie	
	- Visie	
	- Kernboodschappen	
3.	Vier doelgroepen	P08
	- Media	
	- Partners, adhesiebetuigers en colleges RFV-gemeenten	
	- Gemeenteraad Ede en Wageningen, bedrijfsleven	
	- Inwoners	
4.	Middelen	P09
5.	Monitoring	P10
6.	Planning	P10
7.	Organisatie	P10
8.	Toekomst	P11

1. Aanleiding

Stichting World Food Centers maakt dinsdag 22 januari 2013 bekend wie ze kiest als vestigingslocatie voor het World Food Center: FoodValley regio of Rotterdam. De stichting maakt dit besluit later die week openbaar. Dat gebeurt in samenspraak en samenwerking met de partner, die ze kiest als vestigingslocatie.

De FoodValley regio verwacht een enorme impuls voor het gebied als het World Food Center hier komt te staan, om precies te zijn bij intercitystation Ede-Wageningen aan de zuidkant van Ede.

Het zal een aanzuigende werking hebben op bedrijven en kennisinstellingen op gebied van duurzame en gezonde voeding. Het zal de stroom bezoekers aan de regio doen toenemen. En het zal architectonisch een verrijking van stad én regio betekenen.

Het World Food Center is een enorme kans om de FoodValley regio beter te positioneren; om duidelijk te maken dat alles in de regio draait om Food.

En dat is nodig. Alles rond Food is zo belangrijk, dat zichtbaarheid urgent is. Oplossingen voor voedselvraagstukken in onze wereld, waarvan de bevolking blijft groeien, zijn urgenter dan ooit. De topsector Agro&Food heeft behoefte aan een broedplaats van ontwikkelingen waar Food, kennis, innovatie en praktijk samenkomen.

Het is daarom van groot belang goed uit te leggen wat er staat te gebeuren als de FoodValley regio het World Food Center krijgt toegewezen. Maar ook wat de regio te doen staat als de keus valt op Rotterdam. Ook de rollen van de partners en andere betrokkenen moet duidelijk zijn. Daarin heeft de FoodValley regio haar eigen rol. De Stichting World Food Centers heeft een eigen rol in het communiceren over de argumenten, die doorslaggevend zijn geweest bij de locatiekeuze.

Dit staat allemaal, weliswaar beknopt, in dit communicatieplan. Dit plan is afgestemd met de partners, die als FoodValley regio een bid hebben ingediend voor het World Food Center: gemeente Ede, gemeente Wageningen, Wageningen UR, Regio FoodValley, Stichting FoodValley, provincie Gelderland en Oost NV.

2. Strategie

Een topregio voor een topsector. Dat is de FoodValley regio, een unieke bundeling van bedrijvigheid, onderwijs, innovatie en kennis op gebied van gezonde en duurzame voeding. Waar alles nu al samenkomt: innovatie kennis en dagelijkse praktijk.

Dit gebied is dé meest logische en beste vestigingslocatie is voor het World Food Center. Omdat alles op gebied van Food, kennis en innovatie hier al dagelijks bij elkaar komt. Met als boegbeeld de Wageningen UR.

In een gebied waar landbouw, natuur en water van oudsher, nu en in de toekomst belangrijke thema's zijn, komt een Word Food Center optimaal tot ontwikkeling en profiteert het van andere ontwikkelingen en investeringen in deze dynamische regio.

Communiceren over Food kan over de hele wereld. Elkaar ontmoeten rondom Food kan alleen in de FoodValley regio.

De partners voor het World Food Center dragen dit allemaal actief en enthousiast uit. Dat is nodig om onze doelgroepen (zie pagina 6) te binden en te boeien. Dat kan via allerlei kanalen en middelen (zie pagina 9). En waar dat kan zetten we daarvoor onze belangrijkste stakeholders in als woordvoerders (zie pagina 10).

We gaan daarbij:

- Informeren;
- Motiveren;
- Overtuigen.

2.1 Missie

De FoodValley regio is hét kennishart van de topsector Agro&Food. Het World Food Center bundelt die kennis, maakt deze zichtbaar en tastbaar voor onderwijs, wetenschap, bedrijfsleven en het grote publiek en is blijvend op zoek naar nieuwe kennis en innovaties, die ze ontwikkelt en deelt met kennisinstellingen en bedrijfsleven.

2.2 Visie

De economische groei in de FoodValley regio behoort tot de top van Nederland. Hier is topkennis op wereldniveau, die dagelijks wordt toegepast. Voeding en gezondheid, voedselkeuze, smaak- en geurbeleving, eetgedrag, voedselproductie, opleidingen, innovatie en transport: in FoodValley bevindt zich de hele keten.

Het World Food Center komt te staan bij intercitystation Ede-Wageningen, op het kruispunt van de Kennisas Ede-Wageningen met het nieuwe woon- en werkgebied Veluwe Poort. Een locatie op een uur reizen van de Randstad en Schiphol en op een uur rijden van Noordrijn-Westfalen. Het World Food Center is onderdeel van één van de grootste toeristische trekpleisters van Nederland, de Veluwe.

Het World Food Center verwerft zich wereldwijd een plek in het innovatieve domein van gezonde voeding en leefomgeving.

2.3 Kernboodschappen

World Food Center naar FoodValley regio

- > Zeven partners hebben de handen succesvol ineen geslagen: gemeente Ede, gemeente Wageningen, Wageningen UR, Regio FoodValley, Stichting Food Valley, provincie Gelderland en Oost NV.
- > De partners hebben altijd geloofd in een World Food Center in de FoodValley regio en daarvoor met succes een visie en strategie opgesteld. Daarnaast kreeg dit plan de steun van een groot aantal andere kennisinstellingen, bedrijven en overheden, bijvoorbeeld NOC*NSF, provincie Utrecht, Ziekenhuis Gelderse Vallei en FrieslandCampina Riedel.
- > De keuze is een uitstekende. Stichting World Food Centers kiest voor een World Food Center in hét kennishart van de topsector Agro&Food: de FoodValley regio. Hier is alles (Wageningen UR, kennisinstellingen en foodbedrijven) aanwezig om een levendige broedplaats te realiseren voor innovatie, kennis en praktijk.
- > Oplossingen voor voedselvraagstukken zijn met de groeiende wereldbevolking urgenter dan ooit. Het World Food Center FoodValley regio bundelt de kennis op het gebied van voeding en maakt deze zichtbaar en tastbaar voor onderwijs, wetenschap, bedrijfsleven en het grote publiek.
- > Het World Food Center FoodValley regio Het is een platform voor informatie en oplossingen op gebied van agro- en voedselvraagstukken. Het World Food Center zet alles in de etalage wat zich afspeelt in de Nederlandse sector van Agro&Food en Tuinbouw. Sectoren die voor de Nederlandse economie enorm van belang zijn.
- > Het World Food Center FoodValley regio krijgt een plek bij station Ede-Wageningen. Een zeer centrale plek, goed bereikbaar per trein en met de auto. Een locatie op een uur reizen van de Randstad en Schiphol en op een uur rijden van Noordrijn-Westfalen.
- > Nabij het station komt het World Food Center FoodValley regio optimaal tot ontwikkeling en profiteert het van andere ontwikkelingen en geplande investeringen, zoals een compleet nieuw station, de komst van woon- en werkgebied Veluwe Poort en plek voor andere bedrijven.
- > Het World Food Center Foodvalley regio kan nog dit jaar open in een tijdelijke vestiging. Bijvoorbeeld in een van de bestaande (monumentale) gebouwen in de directe omgeving van het station op de voormalige kazerneterreinen.
- > De daadwerkelijke bouw van het World Food Center FoodValley regio wordt de komende periode in overleg met een investeerder(s) verder geconcretiseerd.

World Food Center naar Rotterdam

- > We feliciteren Rotterdam met dit voor die stad fantastische resultaat.
- > We hebben begrip voor de argumentatie van Stichting World Food Centers om voor Rotterdam te kiezen. We begrijpen dat de rol van de Rotterdamse Haven, één van de grootste in de wereld op gebied van doorgeefluik van voedsel, daarin een belangrijke rol heeft gespeeld.
- > We benadrukken dat de FoodValley regio graag samenwerkt met Rotterdam.
- > We vinden nog steeds dat de FoodValley regio hét internationale kennishart is van alles wat met gezonde voeding te maken heeft.
- > De FoodValley regio gaat om die reden door – met Wageningen UR als boegbeeld – om haar internationale positie op gebied van Food-gerelateerde kennis en innovaties te verstevigen en uit te breiden.
- > Het concept van een World Food Center is ontstaan in de regio FoodValley en is enkele jaren geleden beschreven in de FoodValley Ambitie 2020 (destijds genoemd Food Expierence Center). Dit concept sluit nog steeds naadloos aan bij de unieke kwaliteiten van de regio en ambitie van de partners. Daarom hebben de partners de ambitie om dit concept van kennisdeling en ontmoeting met elkaar verder uit te werken en te gaan ontwikkelen en een regionale kleur te geven. Wageningen UR zal hier samen met onder meer ziekenhuis Gelderse Vallei en het bedrijfsleven in de FoodValley regio een belangrijke inhoudelijke rol in gaan spelen. Mogelijk kan een samenwerking ontstaan met het World Food Center dat in Rotterdam ontwikkeld wordt.

3. Vier doelgroepen

In de communicatie over de bekendmaking van de locatie hanteren we grofweg vier doelgroepen, die we ook afzonderlijk gaan benaderen.

3.1 Media

Hierbij mikken we op aandacht in 1) lokale- en regionale media, 2) landelijke dag- en weekbladen, 3) landelijke televisieprogramma's en 4) vakbladen.

Zij krijgen een persbericht (zie bijlage 1) toegezonden en een uitnodiging voor een persgesprek met daarbij mogelijk aanwezig: [REDACTED] (voorzitter Stichting World Food Centers), [REDACTED] (Voorzitter Raad van Bestuur Wageningen UR), [REDACTED] (voorzitter Regio FoodValley en burgemeester van Ede) en [REDACTED] (voorzitter Stichting FoodValley). De laatste drie vormen samen de triple helix.

Deze mensen zijn ook beschikbaar voor eventuele aanvragen van interviews van kranten en actualiteitenrubrieken op radio en televisie.

Het is duidelijk dat bij aanwijzing van Rotterdam als locatie de meeste aandacht van de media zal uitgaan naar Rotterdam. Een persgesprek is dan niet nodig. Een persbericht wel en de voorbereiding voor als er toch vragen komen.

3.2 Partners, adhesiebetuigers, colleges van B en W van de FoodValley-gemeenten.

Hierbij informeren we de partners, de adhesiebetuigers, deelnemers film en de colleges van B en W van de FoodValley-gemeenten over het besluit. Ook bedanken we ze hun voor hun inzet en geven we een schets wat we in de toekomst van ze verwachten en/of wat we van elkaar mogen verwachten. Dat gebeurt met een brief (zie bijlage 2), ondertekend door [REDACTED] als voorzitter van Regio FoodValley en burgemeester van Ede en door [REDACTED] als voorzitter RvB Wageningen UR.

3.3 Gemeenteraad Ede en Wageningen, Kopgroep Citymarketing Ede, bedrijfsleven FoodValley regio

Hierbij informeren we de gemeenteraden van Ede en Wageningen, de Kopgroep Citymarketing Ede en het bedrijfsleven in de FoodValley regio. We bedanken ze voor hun betrokkenheid en stimuleren ze betrokken te blijven en waar dat kan aan te haken. Dat gebeurt met een brief (zie bijlage 3), ondertekend door [REDACTED] als voorzitter van Regio FoodValley en burgemeester van Ede en [REDACTED] tekenen, het plan is namelijk ook samen gepresenteerd?)

3.4 Inwoners

Met promotieacties op station Ede-Wageningen en in de binnensteden van Ede en Wageningen willen we inwoners en bezoekers actief opzoeken, informeren en motiveren. Zij krijgen bijvoorbeeld met een flyer kort uitleg over het World Food Center met daarbij een zakje zaadjes voor in de tuin, zodat zij hun eigen Food kunnen kweken (metafoor: WFC is ook in ontwikkeling, en zal de komende periode tot bloei komen!)

4. Middelen

Voor de communicatie maken we van de volgende middelen gebruik:

- *Persbericht*
Een algemeen persbericht voor alle landelijke en regionale media, inclusief vakbladen
- *Persgesprek*
Ter ondersteuning van het verhaal in het persbericht is er een persgesprek met daarbij mogelijk aanwezig: [REDACTED] (voorzitter Stichting World Food centers), [REDACTED] (Voorzitter Raad van Bestuur Wageningen UR), [REDACTED] (voorzitter Regio FoodValley en burgemeester van Ede) en [REDACTED] (voorzitter Stichting FoodValley).
- *Websites*
De websites van de partnerorganisaties zijn een belangrijke bron van informatie. De informatie op de websites is eenduidig, eenvoudig uit te breiden en aan te passen en altijd en overal te raadplegen. Alle gezamenlijke communicatie is hier terug te vinden zijn voor geïnteresseerden, inclusief links naar de andere partijen.

Gemeente Ede:	www.ede.nl
Gemeente Wageningen:	www.wageningen.nl
Regio FoodValley:	www.regiofoodvalley.nl
Stichting FoodValley:	www.foodvalley.nl
Provincie Gelderland:	www.gelderland.nl
Oost NV:	www.oostnv.nl
- *Infopagina gemeenten*
De acht gemeenten in Regio FoodValley kunnen op hun gemeentelijke informatiepagina's aandacht besteden aan de toewijzing van de locatie voor het World Food Center. Zie daarvoor de tekst in bijlage 4.
- *Brieven*
Via brieven om partners, adhesiebetuigers en andere betrokkenen te informeren, ondertekend door [REDACTED] als voorzitter van Regio FoodValley en burgemeester van Ede en [REDACTED] voorzitter RvB Wageningen UR.
- *Facebook en Twitter*
Via de Facebook- en Twitteraccounts van de partners zijn diverse boodschappen (en het persbericht) te verzenden (zie bijlage 5).
- *Film World Food Center*
Het filmpje dat gemaakt is voor bij de presentatie van het bidbook is beschikbaar om als link te plaatsen bij Facebook- en Twitterberichten.
- *Bidbook*
Het bidbook is digitaal beschikbaar.

5. Monitoring

Nadat het nieuws bekend is gemaakt, is het belangrijk een constante media-analyse te doen om op de hoogte te blijven van hoe het nieuws wordt opgepakt, hoe erop gereageerd wordt en hoe het nieuws zich verder ontwikkeld.

Met name is interessant hoe op Twitter de ontwikkelingen gaan. Die geven vaak een goed beeld van het enthousiasme of juist de weerzin van mensen op een onderwerp.

Waar nodig kunnen we dan bijsturen of de nieuwsstroom beïnvloeden

6. Planning

Dit plan gaat uit van de eerste dagen/weken na de bekendmaking van de toewijzing. Veel mediadruk zal de eerste dagen aanwezig zijn.

Wat betreft dit plan ligt de volgende planning voor:

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. Akkoord partners op concept-communicatieplan | maandag 21 januari |
| 2. Akkoord partners op concept-teksten | maandag 21 januari |
| 3. Afstemming plan met Stichting World Food Centers
en definitieve rolverdeling | dinsdag/woensdag 22/23 januari |

7. Organisatie

1. De regie van de communicatie is in handen van Stichting World Food centers en de gemeente Ede.
2. Stichting World Food Centers en de gemeente ede coördineren de woordvoering.
3. Waar nodig stemmen de partners zoveel mogelijk de communicatie acties op elkaar af.

Woordvoerders:

Stichting WFC: [redacted] voorzitter Stichting World Food Centers
Gemeente Ede: [redacted] burgemeester en voorzitter Regio FoodValley
Gemeente Ede: [redacted] woordvoerder/bestuursadviseur burgemeester Ede
Wageningen UR: [redacted] voorzitter RvB
Stichting FoodValley: [redacted] voorzitter

8. Toekomst

Het is belangrijk een strategisch communicatieplan bij de hand te hebben voor het traject van de komende jaren, als het World Food Center daadwerkelijk gerealiseerd gaat worden en als het World Food Center er is.

Dit plan moet antwoord geven op vragen als 'hoe gaan we het World Food Center vermarkten?', 'op welke momenten zoeken we actief de media?', 'wat betekent het World Food Center voor de regio en hoe gaan we dat uitleggen?' enzovoort.

Daarvoor komt op een later moment een apart plan.