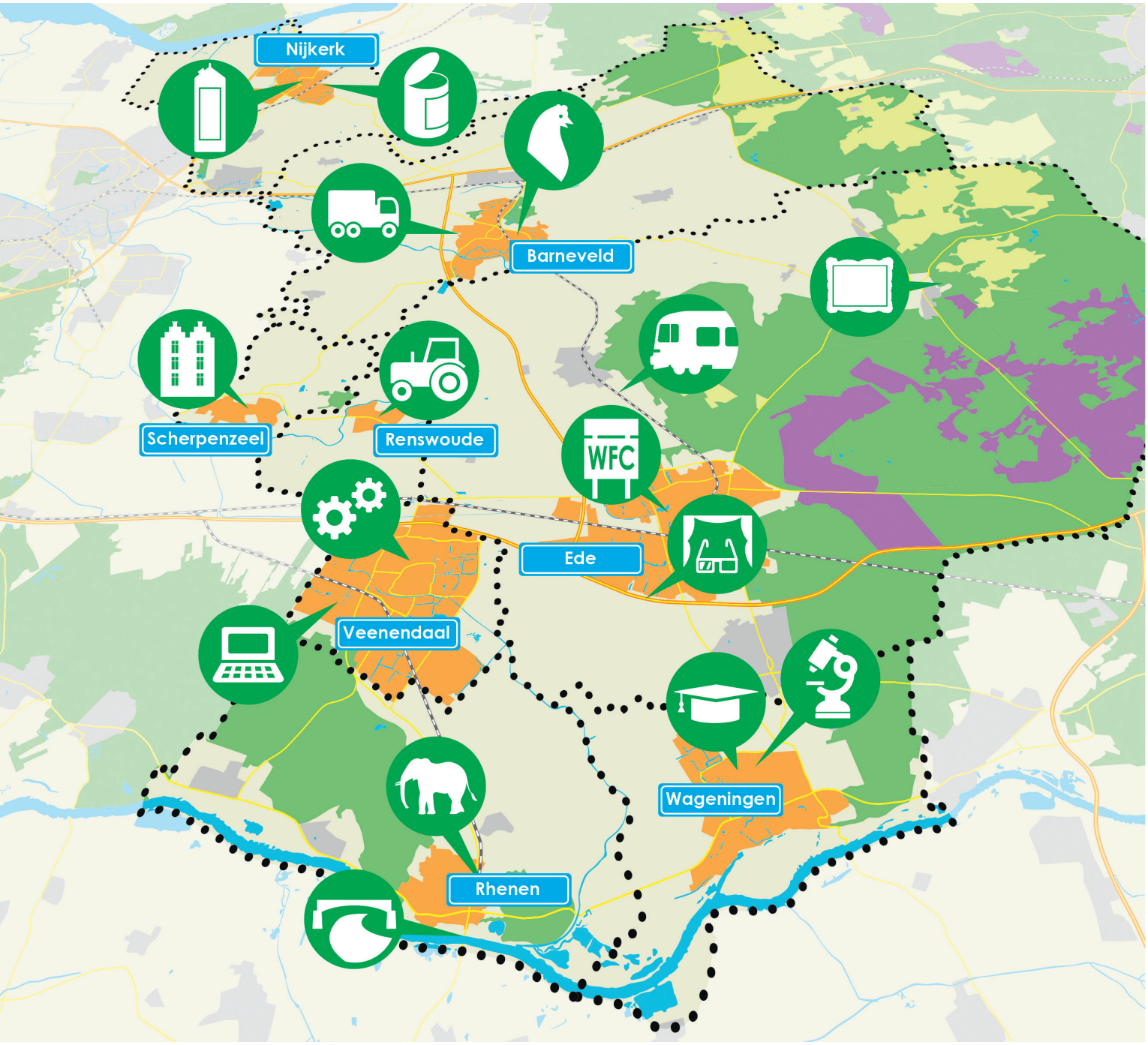
STRATEGISCHE AGENDA 2015-2019

FOODVALLEY
VAN DENKEN NAAR DOEN



Ondernemers, onderwijs en overheid werken samen aan een economische topregio

COLOFON
Niets van deze uitgave mag worden verveelvoudigd in enige vorm of op enige wijze zonder schriftelijke toestemming van Regio FoodValley.

Raadhuisstraat 117, Postbus 9022, 6710 HK Ede
0318 680 667, info@regiofoodvalley.nl

© Regio FoodValley, april 2015.

INLEIDING

Dankzij samenwerking van de regionale partners is de voor u liggende Strategische Agenda tot stand gekomen.

Dit document is de opvolger van de In 2011 door de acht gemeenten van Regio FoodValley samengestelde Strategische Agenda. Hierin stond de ambitie om de internationale topregio voor Food te worden. Bestuurders uit het regionale bedrijfsleven, onderwijs/onderzoek en overheden hebben hiervan de balans opgemaakt. Geconcludeerd werd dat de regio weliswaar geslaagd is in zijn ambitie maar méér zou kunnen bereiken, als ook de andere partners een rol en verantwoordelijkheid zouden nemen in de inhoud en het proces van de Strategische Agenda.

Bij de opstelling van voorliggend document hebben de regionale partners (kolommen) Ondernemers en Onderwijs/Onderzoek de lead genomen. Ze hebben dit gedaan aan de hand van externe onderzoeken vanuit het rijk (MIRT), Alterra (Op zoek naar verbinding) en de provincie (Sterk bestuur in FoodValley regio). Op basis van deze onderzoeken is een beeld gevormd van de uitdagingen voor doorontwikkeling van de Agrofood regio. Deze uitdagingen zijn uitgebreid besproken met de regionale partners (kolommen). Ook zijn de opgaven voor de komende jaren bepaald en diverse afspraken over governance gemaakt.

Verder is een groot onderling vertrouwen en wederzijds begrip ontstaan. Nu gaan Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheden **samen aan de slag** om de internationale topregio te worden!!

1. VAN DENKEN NAAR DOEN

In 2011 was *FoodValley* nog een abstract begrip met een mooi doel: het bestond uit een beeld van een agrofoodregio die de wens had uit te groeien tot een economisch krachtige, vitale, duurzame groene regio, waar het goed wonen, werken, leren en recreëren is.

Acht gemeenten, bedrijfsleven, onderwijs/onderzoek en provincies Gelderland en Utrecht hebben zich sindsdien samen sterk gemaakt voor dat doel en anno 2015 kan geconstateerd worden dat het beeld van de FoodValley regio uit de verf is gekomen. De regio staat inmiddels nationaal en internationaal op de kaart.

Dit resultaat van nog geen vijf jaar gezamenlijke inspanning is de voedingsbodem voor het toekomstbeeld van de FoodValley regio over 10 jaar. En dat ziet er zó uit:

FOODVALLEY REGIO ANNO 2025

De FoodValley regio is voor de hele wereld het voorbeeld van innovatie in de landbouw en voedingsindustrie. Naast Wagening- en UR zijn meerdere opleidingen in het gebied gevestigd die zich richten op (agro)food in brede zin. Het onderwijs/onderzoek in de gehele kolom is van goede kwaliteit en sluit aan op de behoeften van ondernemers en kennisinstellingen in de regio. Grote industrieën hebben inmiddels hun laboratoria/R&D departementen in de FoodValley regio. De sterke agrofoodregio brengt allerlei voordelen met zich mee voor ondernemers uit het gebied die zich niet (direct) hierop richten.

Er zijn veel mensen in het gebied komen wonen, aangetrokken door de veelheid aan voorzieningen in combinatie met het landelijk wonen. “De voordeur in de stad en de achterdeur op het platteland”, het ideaal van velen, is in de FoodValley regio gerealiseerd.

Het midden- en kleinbedrijf floreert, deels in samenwerking met de grotere bedrijven en met de kennisinstellingen, deels onafhankelijk. Het platteland is het levende laboratorium van de FoodValley regio, een proeftuin voor innovaties die oplossingen geven voor wereldwijde (voedsel)vraagstukken.

Niet alleen wordt hier in verschillende stijlen de meest innovatieve landbouw bedreven, het vervult ook een incubatorfunctie voor verschillende startende bedrijven. Er zijn veel biobased initiatieven. De fysieke en digitale verbindingen in de gehele regio zijn uitstekend en er hebben zich veel logistieke bedrijven in de FoodValley regio gevestigd. Alle gemeenten van de regio profiteren van de bedrijvigheid. Het World Food Center trekt veel bezoekers aan. Door buitenlandse kenniswerkers en studenten wordt de regio steeds internationaler. Nieuwe ondernemers ervaren het ondernemersklimaat als een warm bad.

De partners Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid in de regio werken goed samen binnen en tussen de kolommen. We gaan actief samenwerkingsverbanden aan met andere regio's in onze omgeving zodat we ons nationaal en internationaal sterker positioneren. De Triple Helix partners zijn goed vertegenwoordigd in Den Haag en Brussel, onder meer via de regionale vertegenwoordiging, en profileren aldaar eensgezind de regio.

Om die FoodValley regio *Anno 2025* te verwezenlijken, moet er nog wel wat gebeuren. Want hoewel de regio de bewezen potentie heeft zich te ontwikkelen tot hét agrofoodcentrum van Europa, kan dat alleen gebeuren als er nu duidelijke keuzes gemaakt worden. Keuzes voor méér samenwerking op basis van gelijkwaardigheid tussen de partners Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid én keuze voor focus op de zaken, die nodig zijn om te komen tot die innovatieve, krachtige kennisregio. Deze Strategische Agenda is de leidraad voor die keuzes in de komende vier jaar.

2. DÉ TOP IN 2025

De acht samenwerkende gemeenten in de regio FoodValley (Barneveld, Ede, Nijkerk, Rhenen, Renswoude, Scherpenzeel, Veenendaal en Wageningen) hebben met Ondernemers en Onderwijs/Onderzoek de handen ineen geslagen om de hiervoor beschreven FoodValley regio *Anno 2025* te realiseren. Om er hét agrofoodcentrum van Europa van te maken, dé internationale topregio voor kennis en innovaties op het gebied van gezonde en duurzame voeding.
De drie samenwerkende partners vormen inmiddels een gouden driehoek: de overheid zet zich in om een goed vestigingsklimaat en een hoogwaardige leefomgeving te creëren, kennis- en onderzoeksinstellingen zetten zich in om innovaties te ontwikkelen en het bedrijfsleven zet zich in om deze te vermarkten.

Verschillende externe deskundigen hebben gekeken naar wat nodig is om door te groeien naar de top. Drie onderzoeken worden hieronder beknopt toegelicht.

STERK BESTUUR IN FOODVALLEY REGIO

De Adviescommissie Sterk Bestuur in Gelderland constateert op basis van haar meting in 2015 dat het label 'food' de gemeenten in de FoodValley regio helpt bij hun economische groei. De kracht ligt in de clustering van bedrijfsleven, kennis en overheden, waardoor de gehele agrofoodsector een grote bijdrage levert aan de economie en werkgelegenheid in de gehele regio.
De acht gemeenten spelen een verschillende rol binnen de FoodValley regio en zijn daarmee complementair. Ze werken samen op het gebied economie, wonen en bereikbaarheid en deze strategische samenwerking is solide verankerd in de FoodValley regio. De aanwezigheid van Wageningen UR wordt cruciaal genoemd vanwege haar internationaal aanzien. Door de intensieve samenwerking in de regio tussen onderwijs/onderzoek, bedrijfsleven en overheden blijft de regio koploper op het gebied van innovatie in de food en agro gerelateerde business. De commissie adviseert de FoodValley regio zich verder te ontwikkelen in de ingezette richting. De gemeenten kunnen hierbij gebruikmaken van de vehikels die ondernemers en onderwijs/onderzoek aanreiken.

MIRT-ONDERZOEK [1]

Uit het MIRT-onderzoek 'Dutch Food to the European top' blijkt dat het agrofoodcluster van de regio zich onderscheidt door een goede bereikbaarheid en een sterke oriëntatie op kennisontwikkeling. De toonaangevende agrofoodbedrijven uit de regio kennen daarnaast een goed ontwikkelde bovenregionale kennisuitwisseling ('global pipelines'); de 'local buzz' daarentegen is minder goed ontwikkeld.

Belangrijke en positieve vestigingsfactoren zijn de centrale ligging in Nederland, de kwaliteit van de beroepsbevolking ('arbeidsethos') en de prettige woonomgeving ('mooie, bosrijke omgeving'). De internationale concurrentiepositie van de agrofoodsector kan verder verbeterd worden door snellere verbindingen over weg en spoor. Dat geldt ook voor meer investeringen in kennisoverdracht en woon- en leefklimaat, opdat voldoende kenniswerkers in de regio willen wonen. Bedrijfsruimte en arbeid zijn in voldoende mate beschikbaar.

[1] Het doel van het MIRT-onderzoek was te onderzoeken met welke (ruimtelijk fysieke) maatregelen de internationale concurrentiepositie van de regio Food-Valley het beste kan worden versterkt. Het onderzoeks-rapport en de samen-vatting is te vinden op de website www.gelderland.nl

ONDERZOEK ALTERRA [2]

Onderzoeksinstituut Alterra heeft de regionale concurrentiekracht (local buzz) van de FoodValley regio onder de loep genomen. In het rapport 'Op zoek naar verbinding' wordt geconstateerd dat veel food-gerelateerde bedrijven niet onderling zijn verbonden, waardoor bijvoorbeeld ook niet met één stem naar buiten wordt getreden. Daarnaast zijn kennisinstellingen en bedrijven slechts beperkt in staat om kennis naar de markt te vertalen in de vorm van nieuwe technologieën en producten. En dit terwijl de regio beschikt over een goed onderwijsaanbod (MBO/HBO/Universiteit) en andere kennis-gerelateerde instellingen, goede onderzoeksfaciliteiten (zowel publiek als privaat) alsmede over een relatief jonge en hoog opgeleide beroepsbevolking.

[2] In het rapport 'Op zoek naar verbinding' gaat het om handelings-perspectieven voor het Rijk om de concurrentiekracht van regio's te versterken. Het rapport is te vinden op http://edepot.wur.nl/303616

3. KLAAR VOOR HET DOEL 2025?

De FoodValley regio heeft de potentie en de ambitie uit te groeien tot de plek voor kennis en innovatie op het gebied van gezonde en duurzame voeding in Europa. Met andere woorden: tot economische topregio met een uitstekend ondernemers- en onderwijs/-onderzoeks-klimaat op het gebied van dierlijke eiwitten, tuinbouw, diervoeders en de verwerking van reststoffen als biomassa. Maar is de regio daar ook klaar voor? En hoe kunnen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen dit doel met elkaar bereiken? Zowel de samenwerkende partners Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid als externe deskundigen hebben zich over deze vragen gebogen en hun verbeterpunten aangegeven. Hieronder een samenvatting van hun inbreng.

ONDERNEMERS

De ondernemers uit de regio pleiten voor meer en beter samenwerken onder het motto 'ontmoeten verbinden, en versterken'. Bijvoorbeeld om onderwijs/onderzoek en arbeidsmarkt beter op elkaar te laten aansluiten en om bedrijfsleven en kennisinstellingen dichter bij elkaar te brengen (niet alleen voor het vereenvoudigen van stages, maar ook voor het faciliteren van innovatie-vraagstukken). Minstens zo belangrijk is dat het imago van de FoodValley regio wordt versterkt en dat er gezamenlijk wordt gewerkt aan het beeld van de regio als hét kenniscentrum van de Nederlandse agrofood. Een economisch sterkere Agrofood regio heeft positieve gevolgen voor alle ondernemers. In ditzelfde kader past het pleidooi voor herkenbare ambassadeurs van de FoodValley regio, het stimuleren van internationale samenwerking en het vergroten van de aantrekkingskracht van de regio.

ONDERWIJS/ONDERZOEK

Onderwijs zorgt voor de passende opleiding van arbeidskrachten in de regio op alle opleidingsniveaus (doorlopende leerlijnen). Daarnaast dragen de onderwijsinstellingen bij aan de versterking van het ondernemerschap. Om de vraag naar goed opgeleid personeel (nog) beter in beeld te krijgen, wil zij wél vaker en eerder aan tafel met bedrijven, gemeenten en maatschappelijke instellingen. In deze ontmoetingen zal het onderwijs meer inzicht moeten geven in de eindkwalificaties van de opleidingen, terwijl bedrijfsleven en maatschappelijke instellingen een meerjarige

visie dienen neer te leggen van wat er op brancheniveau nodig is. Onderwijs/onderzoek ziet voor zichzelf een sturende rol om kennis op het gebied van de agro, food, techniek en biobased te ontwikkelen, binnen haar kolom door te laten stromen en ter beschikking te stellen aan het lokale en regionale bedrijfsleven. Het valoriseren van kennis is het doel van ontmoetingen tussen MKB en de onderwijsinstellingen. Ook innovatie begint met elkaar ontmoeten.

OVERHEID

Het unieke karakter van de FoodValley regio wordt gevormd door de concentratie van kennis, research, innovatie en bedrijvigheid op het gebied van agrofood. Het maakt de regio tot hét internationale kennis- en innovatiecentrum op foodgebied. Die positie moet behouden en uitgebouwd worden en regiogemeenten en de provincies Gelderland en Utrecht zien daarin voor zichzelf vooral een rol weggelegd in het faciliteren van kennisinstellingen en bedrijven. In ditzelfde kader past de faciliterende rol die gemeenten voor zichzelf zien in de regionale kennisuitwisseling ('local buzz'). Door de aard van de sector en de grote afstand tussen de verschillende spelers (MKB, kennisinstellingen, grote bedrijven) is er op dit moment nog geen optimale samenwerking, maar met meer aandacht en inspanning kunnen waardevolle innovaties tot stand komen. Verder ziet de overheid het als haar taak te zorgen voor een optimaal vestigingsklimaat (inclusief acquisitie). Bovendien dient zij in het kader van duurzaamheid de primaire agrarische sector (de ondernemers in het buitengebied) te ondersteunen bij het moderniseren van hun bedrijven en het in de praktijk brengen van innovaties.

TRIPLE HELIX

Triple Helix is de formele benaming voor een op kennis gebaseerde samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven en onderwijs/kennisinstellingen met het doel te komen tot een duurzame economische ontwikkeling:

- overheid creëert een optimaal ondernemersklimaat en investeert onder andere in vestigingslocaties, onderwijs/onderzoek, kennisontwikkeling en kennisdeling;

- onderwijs/onderzoek zorgt voor nieuwe kennis, doorstroming van kennis binnen haar kolom, kennisvalorisatie, aansluitende leerlijnen en gekwalificeerde arbeidskrachten;
- bedrijfsleven maakt gebruik van de kennis van onderwijs/onderzoek en studenten (research & development) en kan daardoor innoveren en groeien.

In feite is het echter niet meer of minder dan 't ouderwetse 'er samen de schouders onder zetten'. Drie in (agro)food verbonden partijen Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid die een gezamenlijk doel nastreven en realiseren. En dát is precies wat in de FoodValley regio gaande is: door samen te werken creatieve vernieuwing, kennisontwikkeling, innovatie en economische groei met internationale uitstraling tot stand brengen.

4. DE OPGAVEN EN DE DOELEN OM IN 2025 TOT DE TOP TE BEHOREN

In de nota 'Op weg naar een Strategische Agenda 2015-2019' is beschreven hoe we op basis van de externe adviezen en de inbreng uit de drie kolommen zijn gekomen tot de volgende vijf opgaven.

1. VERBETEREN KENNISINTERACTIE

De FoodValley regio wil uitgroeien tot een economisch sterke, innovatieve en kennisintensieve regio. Dit wordt bereikt door:

a. het verbeteren van de kennisuitwisseling tussen bedrijfsleven en onderwijs/-onderzoeksinstellingen: 'local buzz'. In dit kader hoort ook het versterken van de relaties tussen MKB, starters en ZZP'ers onderling alsmede tussen MKB en onderwijs-/onderzoeksinstellingen (inclusief private kennisleveranciers);
b. meer gestructureerd overleg tussen kennisinstellingen en bedrijfsleven om de opleidings- c.q. onderzoeksvraag beter in beeld te krijgen, het onderwijsaanbod en vraag uit de sector beter op elkaar te laten aansluiten en om goed opgeleide arbeidskrachten op alle opleidingsniveaus te kunnen blijven afleveren;
c. het faciliteren van in de regio gevestigde bedrijven en door samenwerking op het gebied van onderzoek en technologie;
d. als overheden te zorgen voor een optimaal vestigingsklimaat, inclusief een actief acquisitiebeleid.

De komende jaren gaan we hieraan uitwerking geven door:

- Vraag en aanbod van ideeën of innovaties bij elkaar brengen door gerichte ontmoetingen tussen bedrijven en kennisinstellingen, bijvoorbeeld '*field labs*'.
- Kennis van onderwijs/onderzoek van de kennisinstellingen toegankelijker maken voor ondernemers. Waar nodig komen er nieuwe digitale, interactieve platforms.
- We gaan voor een effectief innovatie- en informatienetwerk in de regio, met inzet van docentenstages, gastcolleges van bedrijven, stages, kennisbanken, lectoraten, onderzoek en Centre of Expertises. Kennis, onderzoek, faciliteiten en ruimte voor incubators en startende ondernemers worden actief gestimuleerd. We maken zichtbaar wat er is en kan!
- In de hele regio is er aansluitend onderwijs (met doorlopende leerlijnen) en onderzoek, met name gericht op agro en food en aandacht voor ondernemerschap. Ondernemers dragen actief

bij aan het curriculum. We gaan uit van co-creatie bij nieuwe initiatieven van branches/bedrijfsleven.

- In de onderwijskolom worden praktijkvragen die het MBO of HBO tegenkomt vertaald naar (toegepaste) onderzoeksvragen die door HBO of WO worden beantwoord en andersom. De resultaten komen beschikbaar voor de ondernemers.
- Jongeren en basisonderwijs worden gestimuleerd om kennis te maken met Agro, Food en Techniek, zowel door ontmoeting in een bedrijf, op school als via social media.

2. UITBOUWEN GLOBAL PIPELINES

De (inter)nationale zakelijke netwerken zijn al goed ontwikkeld en overstijgen de regio in ruime mate. Dit hoge niveau moet vastgehouden en uitgebouwd worden, opdat de FoodValley regio ook internationaal aangemerkt wordt als dé topregio op het gebied van agrofood. Dit wordt bereikt door:

a. het hoge niveau vast te houden en verder uitbouwen;
b. de internationale lobby versterken (o.a. door voorlichting, missies en ontvangsten), met het oog op het faciliteren van de internationale samenwerking en het uitdragen van de FoodValley regio als economische topregio van Nederland op het gebied van agrofood.

De komende jaren gaan we hieraan uitwerking geven door:

- De aantrekkelijkheid van de regio voor internationale ondernemingen en expats wordt goed in beeld gebracht en vergroot door gerichte faciliteiten, zoals ExpatCentre en Internationale School, uitwisselingsprogramma's van kennisinstellingen.
- De internationale samenwerking wordt gestimuleerd door voorlichting, missies, ontvangsten e.d. We gaan systematisch de "aftersales" organiseren om het rendement hiervan te vergroten.
- Bedrijven, onderwijs/onderzoek en overheden leveren herkenbare en aansprekende ambassadeurs/gatekeepers die de FoodValley regio uit gaan dragen. De gatekeepers signaleren relevante activiteiten en ontwikkelingen en zorgen ervoor dat deze worden geagendeerd.
- De (inter)nationale lobby (zoals in Brussel) wordt uitgebouwd (bijv. Euregio, FAO). De partners in FoodValley maken hun (inter) nationale (lobby)netwerken inzichtelijk voor elkaar.

- De nu al sterke internationale positie van grote ondernemingen en Wageningen UR wordt verder ontwikkeld en waar mogelijk stellen zij hun netwerken beschikbaar voor andere bedrijven en kennisinstellingen.

3. VERGROTEN INNOVATIEKRACHT

Innoveren is steeds vaker een samenspel van aan elkaar verwante sectoren uit verschillende vakgebieden. Meer innovaties met economische waarde in de FoodValley regio worden bereikt door:

a. het regelmatig organiseren van laagdrempelige ontmoetingen tussen verschillende spelers (MKB, kennisinstellingen, grote bedrijven);
b. het ondersteunen van de ondernemers in het buitengebied;
c. het aanbieden van hulp op het gebied van octrooi- en merkenrecht;
d. het stimuleren van ondernemerschap bij studenten.

De komende jaren gaan we hieraan uitwerking geven door:

- Studenten stimuleren en begeleiden in ondernemerschap door dit onderdeel te maken van het curriculum, bestaande startersfaciliteiten te behouden en uit te bouwen en het Startlife concept te verbreden naar de overige sectoren in de regio.
- De bestaande regelingen en subsidiemogelijkheden voor innovatie doeleinden transparanter en toegankelijker maken.
- Het onderwijsaanbod beter aan laten sluiten op de behoeften van bedrijven in de regio. Zowel bedrijfsleven als onderwijsinstellingen nemen hun verantwoorde-lijkheid hiervoor.
- Het ondersteunen van de ambitie van de foodindustrie om duurzamer te gaan werken.
- Onderzocht wordt of ondernemers ondersteuning moet worden geboden op het gebied van octrooi- en merkenrecht.

4. BRANDING & MARKETING

FoodValley is een concept waarmee de regio zich internationaal nog meer in de schijnwerpers kan zetten. Daarvoor is een scherp en eenduidig profiel nodig dat nu nog onvoldoende aanwezig is. We gaan het profiel aanscherpen zodat voor iedereen herkenbaar is dat de regio een unieke concentratie van kennis, research, innovatie en bedrijvigheid op het gebied van agrofood heeft.

Dat leidt tot economische groei, werkgelegenheid, aantrekkingskracht op kenniswerkers en hoogwaardige voorzieningen voor wonen, werken en studeren. Door deze unieke concentratie goed te beschrijven (branding) en dit gericht internationaal bekend te maken (marketing) kan dit effect verder versterkt worden.

De komende jaren gaan we hieraan uitwerking geven door:

- Het profiel van het concept FoodValley regio eenduidig en herkenbaar vastleggen.
- Het concept FoodValley regio versterken nog meer bekendheid te geven en sterker uit te dragen ('be good and tell it'; profileren met unique selling points).
- Visies en innovatieve oplossingen te ontwikkelen voor mondiale food-vraagstukken.
- Het vestigingsklimaat verder te optimaliseren.
- De lokale, regionale en (inter)nationale netwerken te versterken, verder uit te bouwen en open te stellen voor de samenwerkende partners.

5. VERSTERKEN FYSIEK EN SOCIAAL DUURZAME LEEFOMGEVING

De groei naar het doel – *economische topregio van Nederland op het gebied van agrofood* – kan niet los gezien worden van een duurzame ontwikkeling op allerlei gebied. Onderwijs, (digitale) infrastructuur, vestigingslocaties en woon- en werkomgeving zullen mee moeten groeien met de ambities. Dit om te voorkomen dat kansen gemist worden omdat de basis er niet klaar voor was. Ook willen we alle bewoners mee laten delen in de economische kansen die ontstaan door deze groei.

Binnen duurzaamheid willen we onderscheid maken in fysieke duurzaamheid (milieu, duurzame innovaties op het gebied van voeding en biomassa) en sociale duurzaamheid. Sociale duurzaamheid is gericht op het versterken van de cohesie, een goed functionerende arbeidsmarkt, passende arbeid voor minder kansrijke doelgroepen, en projecten op het gebied van wonen, sport, cultuur, toerisme, bereikbaarheid, ruimtelijke ordening, economie en bedrijvigheid).
Op het gebied van sociale duurzaamheid ligt de komende jaren een concrete taak voor de overheden, ondernemers en onderwijs/onderzoeksinstellingen.

De regio gaat hier uitvoering aan geven door:

- De bestaande initiatieven door te ontwikkelen (Kennisas Ede-Wageningen inclusief doortrekking naar ICT-campus Veenendaal en Poultry Expertise Centre Barneveld, FoodProductiecentrum Nijkerk, World Food Center, kenniscampus Ede en Wageningen UR campus).
- Stimuleren van open netwerksamenwerking en samenwerking mainstreamen. Netwerkorganisaties dienen toegankelijk te zijn voor iedereen die belang heeft (stakeholder is): van producent tot en met kenniswerken en van investeerder tot consument.
- Te zorgen voor een compleet en onderscheidend aanbod van werklocaties voor alle bedrijfstypen in de Agro foodsector (inclusief starters).
- Ter bevordering van de duurzame leefkwaliteit te investeren in de uitvoering van de Gebiedsvisie, de Woonagenda en de Netwerkvisie (Verkeer&Vervoer). De daarin opgenomen acties worden voortvarend uitgevoerd met prioriteit voor de fysieke bereikbaarheid WUR.
- Te werken aan een sociale duurzame samenleving door de arbeidsmarktregio tot een succes maken en de sociale cohesie te versterken.

INNOVATIE AGROFOOD EN KRUISBESTUIVING

De focus op (agro)food betekent niet dat de ontwikkeling van andere economische sectoren in de regio uitgesloten wordt. De verbinding ligt in innovatie door kruisbestuiving; bewezen innovaties en technologische vernieuwingen kunnen opnieuw tot successen leiden als ze in een andere sector worden toegepast. Daarnaast zijn andere sectoren nodig voor een gedifferentieerde, robuuste, regionale economie. De brede economische ontwikkeling van de regio biedt daarmee een perfecte voedingsbodem voor creatieve vernieuwing.

Deze kruisbestuiving tussen economische sectoren is ook herkenbaar in de samenwerking van de acht gemeenten op basis van hun specifieke lokale kenmerken. Kenmerken die elkaar aanvullen en zo de FoodValley regio krachtiger kunnen maken.

In voorgaande pagina's is ingegaan op het doel '*Anno 2025*' en de opgaven die ertoe moeten leiden dat dat doel bereikt wordt. Minstens zo belangrijk echter is de vraag hoe het doel gerealiseerd wordt. Op welke wijze organiseren de drie partners Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid hun samenwerking om het gezamenlijk geformuleerde doel effectief te bereiken? Hoe wordt de uitvoering ter hand genomen? Op welke wijze is de voortgang objectief meetbaar te maken?

DE GOVERNANCE

Governance staat voor de afspraken die de samenwerkende partijen met elkaar maken om de gezamenlijke ambities te bereiken. Daarbij gaat het over de aanpak, het organisatie-proces en de bevoegdheden. De samenwerkende Triple Helix partners willen geen nieuwe organisatie in het leven roepen; zij kiezen ervoor samen te werken in een gestructureerde netwerkorganisatie met woordvoerderschappen namens de eigen kolom.
Hierbij zien zij de volgende werkstructuur als goed werkbaar:

a. De drie kolommen werken bestuurlijk samen in een stuurgroep die op hoofdlijnen toeziet op het realiseren van de ambitievoortgang en bijstelling van deze Strategische Agenda en de daar bijhorende projecten.
b. Elke kolom benoemt aansprekende woordvoerders die deelnemen aan de stuurgroep en (het succes van) de samenwerking naar buitenwereld en achterban belichamen en uitstralen
c. De drie kolommen werken samen in een werkgroep die de stuurgroep ondersteunt.

UITVOERINGSPROGRAMMA

De Onderwijs- en onderzoeksinstellingen, Ondernemers en Overheden dragen het eigenaarschap van bovenstaande opgaven en de uitvoering daarvan. Zij vragen de stuurgroep er voor te zorgen dat er eind 2015 een uitvoeringsprogramma is vastgesteld dat uitvoering geeft aan de opgaven uit het vorige hoofdstuk.
Dit bestaat uit afzonderlijke projecten. Per project zal door de verantwoordelijke besturen worden besloten over doelen, inhoud en financiering. De stuurgroep rapporteert jaarlijks over de

voorgang van het uitvoeringsprogramma aan de verschillende besturen, stuurt het programma bij als daartoe aanleiding is en ziet erop toe dat deze projecten bijdragen aan het realiseren van de doelen van deze Strategische Agenda.

HOE WORDT VOORTGANG GEMETEN?

De FoodValley regio wil in 2025 dé economische topregio van Nederland zijn op het gebied van agrofood. Op de voorgaande pagina's zijn de ambities beschreven, de opgaven en de wijze waarop de samenwerkende partners Ondernemers, Onderwijs/ Onderzoek en Overheden van plan zijn dit doel te bereiken.

Aan de hand van een nulmeting en vervolgmetingen wordt het succes van de regio gemeten. Dit wordt gedaan aan de hand van een beperkt aantal macro-economische indicatoren zoals:

- Economische groei in relatie tot andere regio's;
- De groei van de werkgelegenheid binnen de regio en per bedrijfssector;
- De afname van de werkloosheid;
- Het aantal omgeschoolde en geplaatste 'zwakkeren' op de arbeidsmarkt.

Het algemene doel is dat de FoodValley regio op deze indicatoren significant beter presteert dan omliggende regio's en regio's met een vergelijkbaar profiel.

BIJLAGE: INITIATIEFNEMERS & PARTNERS

INITIATIEFNEMERS:

Ron van Gent
Directeur VNO-NCW Midden

Tijs Breukink
Lid Raad van Bestuur
Wageningen UR

Martin Ruiter
Voorzitter Federatie
Ondernemerskringen Valleiregio

Wouter Kolff
Plv. voorzitter Regio FoodValley

Liesbeth Schöningh
Voorzitter College van Bestuur
Stichting COG (ROC A12)

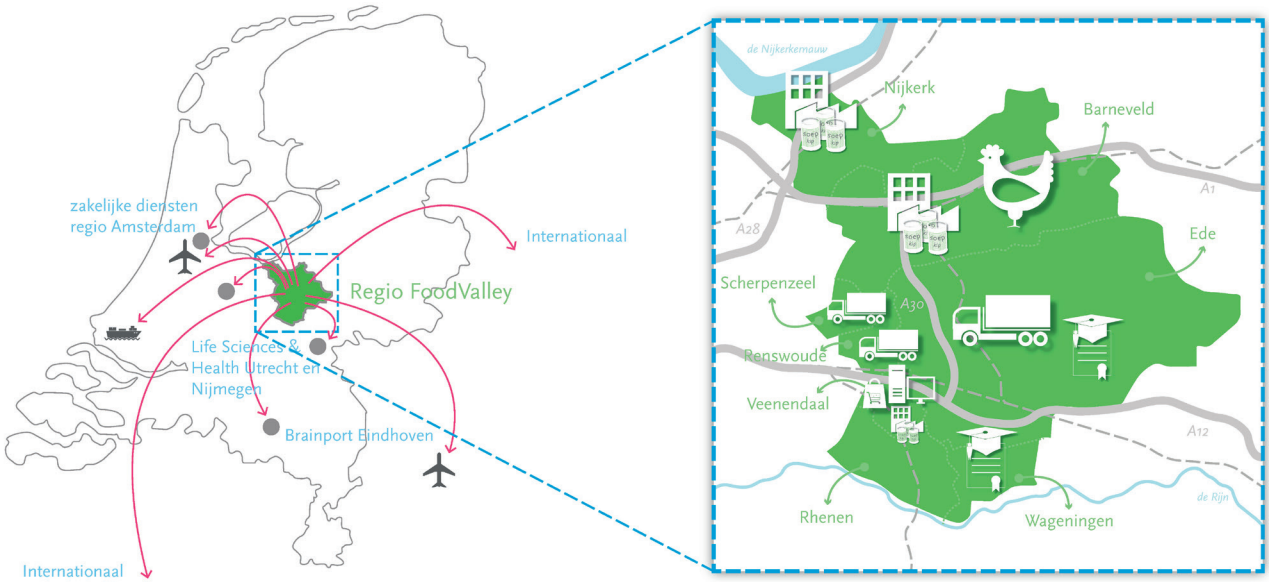
Cees van der Knaap
Voorzitter Regio FoodValley

DE PARTNERS VAN DE DOORONTWIKKELING REGIO FOODVALLEY ZIJN:

Aeres Groep
Federatie Ondernemers-Kringen Valleiregio:
- Barneveldse Industriële Kring (BIK)
- Bedrijvenkring Hoevelaken Nijkerk
- Bedrijvenkring Rhenen
- Bedrijvenkring Scherpenzeel-Woudenberg (BSW)
- Bedrijvenkring Veenendaal (BKV)
- Ede's Bedrijfs Contact
- Ondernemersvereniging Renswoude
- Wagenings Ondernemers Contact (WOC)
- LTO noord
- VNO-NCW Valleiregio
- Stichting Food Valley NL

COG ROC A12
- Christelijke Hogeschool Ede
- ROC Rijn IJssel
- Hogeschool Van Hall Larenstein
- Hogeschool Arnhem Nijmegen
- NIZO food research BV
- Wageningen UR

Provincie Gelderland
- Provincie Utrecht
- Regio FoodValley
- Gemeente Barneveld
- Gemeente Ede
- Gemeente Nijkerk
- Gemeente Renswoude
- Gemeente Rhenen
- Gemeente Scherpenzeel
- Gemeente Veenendaal
- Gemeente Wageningen



Regio FoodValley
Raadhuisstraat 117, Postbus 9022, 6710 HK Ede
0318 680 667, info@regiofoodvalley.nl