

BESLUITPUNTEN

Voedselraad 15 juni 2019

1. Eiwittransitie en Innovatie

Toelichting 1.1: De ambassadeur zal gebruik gaan maken van de faciliteiten van de HAS, AVANS, Willeml College en SVO. Daarnaast zal gewerkt worden aan het inspireren en beïnvloeden van de retail en voedingsindustrie in Brabant. Voorbeeld is inspiratietour naar bijvoorbeeld Mansholtfezing in Brussel (sept!) en Food Matters Summit in Londen (nov) Contact en verbinding zal ook worden gezocht met andere initiatieven op dit gebied.

Kosten: Ca. 100.000 € in 2019 & 2020, vervolg afhankelijk resultaten en behoefte uit roadmap.

Resultaat: N-B wordt dankzij deze ambassadeur steeds enthousiaster voor de eiwittransitie.

1.1 Ambassadeur Brabants Cuisine

Er wordt een Ambassadeur: "Brabants Cuisine" aangesteld. Deze zal werken aan het inspireren en beïnvloeden van de retail en voedingsindustrie in Brabant.

Toelichting 1.2: De winkel gaat aanvragen voor ontheffingen stroomlijnen. Daarnaast zal regelmatig behoefte zijn aan input van experts en mogelijk additioneel wetenschappelijk onderzoek om te bepalen of innovaties zinvol en verantwoord zijn. Wat voor budgetten zijn hier momenteel voor, wat voor budgetten zouden hiervoor nodig zijn (PM)

Kosten: 2019 25.000€ voor opzet winkel, 2020 100.000€ onderhoud winkel. Daarna afhankelijk behoefte aan aantal manuren. Eventueel te voorzien vanuit huidige bezetting?

Resultaat: Versnelling van de procedures met verantwoordde besluiten is in belang van iedereen..... Dus goed communiceren.

1.2 Eiwit-Transitie Winkel

Er wordt een Innovatie-winkel: "In Brabant kan het!" opgezet. Deze winkel gaat aanvragen voor ontheffingen stroomlijnen.

Toelichting 1.3: Bij het opstellen van de roadmap zullen veel mensen en belangbehartigende organisaties worden betrokken. Daarna zullen vervolgplannen door diezelfde mensen en bijbehorende organisaties worden gemaakt. Dit vindt grotendeels plaats via bestaande structuren, alleen de richting is vastgelegd in de roadmap. Via de duurzaamheidsmeting wordt de voortgang gevolgd en jaarlijks bijgestuurd.

Kosten: Afhankelijk of uren van deelnemers moeten worden betaald. Indien uit hoofde van functie, misschien dan alleen facilitator nodig Indien inhuur: 50.000 – 100.000 in 2020, daarna ca. 5.000 € per jaar voor een update.

1.3 Roadmap Eiwittransitie

Er wordt een Roadmap Eiwittransitie opgesteld. Daarbij zullen veel mensen en belangbehartigende organisaties worden betrokken. Daarna zullen vervolgplannen door diezelfde mensen en bijbehorende organisaties worden gemaakt.

2. High Tech en Data

Toelichting besluitpunten over transparantie:

Samenwerking wordt bevorderd door een centraal overzichtelijk beeld wie van ons welk specialisme heeft en welke projecten/ initiatieven er bestaan op het gebied van innovatie high tech en data in de agrosector.

2.1 broedmachine

Zorg voor een centraal platform waarin iedereen, die wil samenwerken aan (systeem)innovatie in de agrosector, zich kan melden en zijn specialisme, initiatief, project, vraag op het gebied van agro, high tech en data met contactinformatie kan delen.

2.2 initiatiefgroep broedmachine

Zorg voor een initiatiefgroep om het platform van de broedmachine vorm te geven.

Toelichting besluitpunten over samenwerking:

Samenwerkingen tussen ondernemingen, overheid en ondernemers is van groot belang om ontwikkelingen in (systeem)innovatie in de agrarische sector tot stand te brengen. Agrorobotica is de grootste kans voor Brabant om dit te bewerkstelligen.

2.3 Agrorobotica

Stel een plan samen om samenwerkingen t.b.v. de ontwikkeling van agrorobotica te stimuleren.

2.4 ondersteuning van proeftuinen

Geef initiatieven juridische verruiming van regelgeving om te kunnen experimenteren.

Toelichting besluitpunten over kennismissie:

Internationale samenwerking is van groot belang om (systeem)innovatie tot stand te brengen. Het leggen van contacten met internationale spelers bevordert onze kennis over agrorobotica.

2.5 internationale kennismissie

Stel een plan samen voor internationale kennismissies.

2.6 internationale studentenuitwisselingen

Stel een plan samen voor studentenuitwisselingen met relevantie hogescholen / universiteiten.

Besluitpunten over handelsperspectief:

Innovatie ontstaat vooral door aan de hand van een visie en ideeën snel veel ervaring op te doen. Handelingsperspectief stimuleert ondernemers, overheid en onderwijs om dit gezamenlijk aan te pakken.

2.7 inspiratiesessies agrorobotica

Stel een plan samen om per thema van iedere werkplaats bijeenkomsten te organiseren om een visie of idee te kunnen (uit)ontwikkelen

2.8 challenges

Stel een plan samen om 1 of meer challenges per jaar te organiseren a.d.h.v. een visie of idee

2.9 Floriade

Stel een plan samen om ons als Brabant als meest innovatieve, duurzame en slimme agrofoodregio's van Europa op de Floriade te kunnen presenteren.

3. Voedsel Lokaal

'Maak lokaal geproduceerd voedsel mainstream voor de thuismarkt!'

3.1 Ontwikkel een Streekorganisatie

Ontwikkel een organisatie op streekniveau die de verbinding realiseert tussen de lokale voedselconsument en de lokale voedselproducent. Dit is Voedsel Lokaal in essentie. Daar hoort bij:

- Faciliteer ondernemers in hun transitie;
- Regisseer de keten van producent naar consument met daarbij de focus op verkorting van het handelskanaal met behulp van een streekregisseur;
- Haak aan bij bestaande organisaties in een streek, dan wel bij initiatieven en processen die hetzelfde doel nastreven, en ontwikkel deze door.

3.2 Maak een Businessplan Voedsel Lokaal

Maak een businessplan, waarin ondernemers, onderwijs (en onderzoek), omgeving en overheden doelgericht met elkaar samenwerken aan Voedsel Lokaal. De samenwerking dient plaats te vinden in de geest van de Omgevingswet, die in 2021 in werking treedt.

3.3 Pilot Brabantse Wal

Doe een pilot met Voedsel Lokaal, waarvan de resultaten na gebleken succes opgeschaald kunnen worden. De Brabantse Wal is zeer kansrijk voor een pilot Voedsel Lokaal. De gedragen streekorganisatie Brabantse Wal, Proefmei en de Brabantse Wal Dag bieden hiervoor een stevige basis.

3.4 Stel Kwartiermakers en streekregisseur aan

Stel vanuit de stakeholders Brabantse Wal een team van kwartiermakers samen met een streekregisseur die samen verantwoordelijk zijn voor de pilot Voedsel Lokaal op de Brabantse Wal. De kwartiermakers en streekregisseur kunnen tussentijds informatie en ervaringen delen met andere streken in Noord-Brabant. Die andere streken kunnen er hun voordeel mee doen bij het opzetten van hun eigen Voedsel Lokaal.

3.5 Businessplan

Stel een budget beschikbaar voor het maken van een businessplan. Voor het maken van het businessplan hebben we € 70.000,- exclusief BTW nodig. Als het businessplan gereed is, gaan we het uitvoeren.

4. Samen Sterk

Toelichting: Verbeteren, versterken en veranderen van de relatie tussen betrokkenen uit de voedselketen is nodig, maar tegelijkertijd ook veelomvattend en complex. De Boeren en Burgers Roadshow is de werktitel van een rondreizende voedselkaravaan die mensen verrast, vermaakt en verbaast over onderlinge verwantschap en afhankelijkheid van burgers en boeren in Brabant en verre omstreken. We willen een dialoog op gang brengen die bijdraagt aan ontmoeting, elkaar beter kennen en aan wederzijds kloppende beeldvorming. We kiezen daarbij voor een vrolijke en positieve insteek.

4.1 Boer & Burger Roadshow

Organiseer een rondreizende Boer & Burger Roadshow conform het door de werkplaats geformuleerde voorstel voor een periode van 2 jaar met totale kosten van €120.000.

4.2 Partners faciliteren de Boer & Burger Roadshow

Doe het verzoek aan partners Voedsel1000 om op te treden als facilitator en participant voor de rondreizende Boer & Burger Roadshow.

4.3 Kosten Boer & Burger Roadshow

Verzoek partners van Voedsel1000 om het eerste jaar 100% en het tweede jaar 50% van de kosten te dekken.

4.4 Uitvoerende club

Geef opdracht aan een uitvoerende club (nader samen te stellen) om het project vorm te geven en financiers te zoeken voor de andere helft van het bedrag in het tweede jaar.

5. Echt & Eerlijk

Toelichting: Het door ons beschreven project 'Echt & Eerlijk' sluit aan bij een lopend onderzoek van de WUR. Uit dit onderzoek blijkt dat lang niet alle effecten van het produceren van voedsel tot en met het consumeren ervan in de prijs worden betrokken. Ook blijkt dat in de keten de verdeling van de waardetoevoeging niet altijd eerlijk is verdeeld. Ons project heeft tot doel in de vorm van praktijkcases voor vier specifieke Brabantse producten na te gaan wat een eerlijke prijs inhoudt. Voor dezelfde producten wordt nagegaan hoe deze prijs eerlijker kan worden verdeeld.

Aan het onderzoek nemen Brabantse partners deel. Het karakter van het onderzoek is dat ketenpartners samenwerken. Hierdoor ontstaat draagvlak bij producenten en consumenten.

Wij vragen de Voedselraad in te stemmen met de volgende besluitpunten:

5.1 Deelnemen aan WUR-project

Deelname aan het WUR-project door een Brabants consortium, waarbij vier praktijkcasussen worden ingebracht.

5.2 Praktijkcasussen project

Het inbrengen van de volgende voedselproducten t.b.v. de praktijkcasussen: Aardbei, Bossche Bol, Brabants bier en Worstenbrood.

5.3 Kosten praktijkcasus project

Een totale begroting van €160.000, waarvan € 80.000 ten laste komt van het Brabants consortium. Deze € 80.000 bestaat voor een deel uit cash en een deel uit inzet in uren. De Provincie Noord-Brabant wordt gevraagd ca. € 50.000 (cash) bij te dragen.

5.4 Mandaat aan werkplaats Echt & Eerlijk praktijkcasus verder uit te werken

Een mandaat voor de werkplaats Echt & Eerlijk om het project verder uit te werken en de besluitvorming door de WUR, de Brabantse partners en de Provincie Noord-Brabant voor te bereiden.

6. Educatie en Bewustwording

'Leren' rond voedsel versterkt en versnelt de landbouw- en voedselsysteemtransitie. Kennis en bewustwording leidt tot nieuwe vaardigheden en ander gedrag.

6.1 Meerjarig beleidsprogramma voor Educatie en Bewustwording

Zorg ervoor dat Noord-Brabant een meerjarig beleidsprogramma opzet voor Educatie en Bewustwording rond voedsel: er is een ontwikkelstrategie nodig gericht op gedragsverandering om Brabant voedselwijs en voedselvaardig te maken. Doelgroep is van jong tot oud en omvat het héle voedselsysteem: boer, burger, professional en bestuurder.

6.2 Meerjarig beleidsprogramma ondersteund samenwerking

Laat het meerjarenprogramma de samenwerking ondersteunen van provincie, gemeenten, particuliere bedrijven in de agrofoodketen, coöperaties, belangenorganisaties, maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen, onderwijsinstututen en burgerinitiatieven.

Let op: In de papieren hand-out klopt de nummering van 6.3.1 t/m 6.3.3 niet.

6.3.1 Lokale Voedselcollectieven en bottom-up aanpak 1

Laat het meerjarig beleidsprogramma zich richten op het verbinden van bestaande en nieuw te vormen Lokale Voedselcollectieven (LVCs); kleine en grote initiatieven, altijd met een educatief component, die al succesvol zijn of opschaling/ondersteuning behoeven. Als dragers van de veranderaanpak; van burger, consument tot producent, voor bottom-up eigenaarschap en eigenheid, voor blijvende structurele opbouw ter plekke. Lokale Voedselcollectieven leveren sociale cohesie, men kent elkaar. Vanuit een positieve energie en denken in kansen, gaat men met voedsel en aanverwante thema's aan de slag.

6.3.2 Lokale Voedselcollectieven en bottom-up aanpak 2

Installeer 5 voedselcoaches, die bottom-up een gedegen plan van aanpak gaan maken samen met andere partijen in de voedselketen. Zij zoeken partners, ambassadeurs en geschikte ruimtes, zodat inspiratie en fascinatie centra ontstaan. De vijf voedselcoaches verbinden LVCs lokaal en regionaal in Brabant, met soortgelijke provinciale initiatieven, op nationaal en internationaal niveau. Deze gelaagde aanpak op vijf niveaus leidt in combinatie van ervaringsgericht leren tot kennisdeling, nieuwe verbindingen en inzichten. Het leidt tot meer voedselvaardigheid en voedselwijsheid.

6.3.3 Lokale Voedselcollectieven en bottom-up aanpak 3

Zorg voor de benodigde middelen ter ondersteuning van het verbinden en adviseren van LVCs: een toolbox met o.a. lespakketten en starterskit voor LVCs, een digitaal platform voor brede zichtbaarheid en matchmaking, communicatiemiddelen als flyers, campagnes en social media.

6.4 Samenhang brengen in bestaande initiatieven 1

Laat het beleidsprogramma om Brabant voedselwijs en voedselvaardig te maken, de verbinding maken en samenhang aanbrengen tussen alle mogelijke thema's, zoals eiwit transitie, eerlijke prijzen, circulair, bodem, burger-boer relatie, voedselverspilling, gezondheid, korte ketens, hightech. Werk hierin ook samen met de andere werkplaatsen van Voedsel1000, om te verbinden én om met en van elkaar te leren.

6.5 Samenhang brengen in bestaande initiatieven 2

Het voorgestelde meerjarig beleidsprogramma omvat de bestaande initiatieven, materialen, mensen en organisaties, die zich met leren en bewustwording rond voedsel bezighouden. Neem het al bestaande integraal mee in een cyclisch lerend proces. Sluit aan om niet opnieuw het wiel uit te vinden.

6.6 Doelstellingen en monitoring 1

Het voedselsysteem is uitermate complex, met voedselthema's die elkaar onderling beïnvloeden. Stel daarom de doelstellingen per regio, samen met de lokale voedselcollectieven vast.

6.7 Doelstellingen en monitoring 2

Laat het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) een cyclisch dashboard ontwikkelen voor de monitoring, evaluatie en bijsturing op de doelstellingen bij het experimenteren.

6.8 Financiering van voorbereidingsfase 1

Faciliteer de voorbereiding en financier de kosten ervan. Personele kosten en operationele kosten: 1 fte kwartiermaker voor 4 maanden, ingevuld door 2 of meer mensen ca. € 68.000. Kosten voor reizen, vergaderen, bouwen website, maken van publicaties als flyers e.d. ca. € 12.000. Totaal: ca. € 80.000.

6.9 Financiering van voorbereidingsfase 2

Laat de kwartiermakers in de voorbereidingsfase voor de start van de daadwerkelijke uitvoering ook kijken naar financiële bijdragen van gemeenten, bedrijfsleven, banken, maatschappelijke organisaties, naast een bijdrage van de provincie.

6.10 Opdracht aan kwartiermakers 1

Laat de kwartiermakers gesprekken voeren met de benodigde betrokken partijen en betrokken mensen. Laat hen ook verder in kaart brengen wat er al is (voorkom dubbel werk) en wat er nodig is.

6.11 Opdracht aan kwartiermakers 2

Laat de kwartiermakers intentieverklaringen met samenwerkingspartners regelen en ambassadeurs zoeken.

6.12 Opdracht aan kwartiermakers 3

Laat de kwartiermakers een profielbeschrijving maken van de voedselcoaches.

6.13 Opdracht aan kwartiermakers 4

Daar waar mogelijk en wenselijk pakken de kwartiermakers vast activiteiten op van de voedselcoaches, zodat er een vliegende start kan worden gemaakt.

6.14 Opdracht aan kwartiermakers 5

Kwartiermakers maken een alternatief voor beslispunten, mochten deze niet worden aangenomen door de Voedselraad en verwerken dat in de integrale aanpak.

6.15 Opdracht aan kwartiermakers 6

Laat de kwartiermakers een businessplan opstellen voor het meerjarig beleidsprogramma, met een begroting van kosten en een financieringsplan.

6.16 Procedure 1

Verstrek de opdracht voor een meerjarig beleidsprogramma 'Brabant Voedselwijs en Voedselvaardig' in de vorm van een trekker van de thematafel en externe opdrachtverlening.

6.17 Procedure 2

Betrek de werkplaats Educatie en Bewustwording bij de keuze voor de uitvoering. Vraag de deelnemers van de werkplaats of ze als klankbordgroep willen fungeren gedurende de uitvoering.

7. Gezondheid: 'Eet je gezond van Brabantse Grond'

Toelichting 7.1: Het ontbreekt op dit moment aan een overzicht van de boeren die voedsel produceren met een (potentieel) toegevoegde waarde op gezondheid. Dit overzicht is belangrijk omdat op deze manier boeren met elkaar in contact gebracht kunnen worden en er een gezamenlijk initiatief gestart kan worden.

7.1 Inventarisatie van het aanbod van gezond voedsel als startpunt

Voer een inventarisatie uit als startpunt naar de boeren die voedsel produceren met een (potentieel) toegevoegde waarde op gezondheid.

Toelichting 7.2: Meer inzicht in de specifieke voedingswaarde van producten en hun toegevoegde waarde in relatie tot gezondheid en ziekte is van groot belang. Hiervoor is (wetenschappelijk) onderzoek noodzakelijk. Meten is weten. Agrarische opleidingen als HAS en/of Wageningen Universiteit kunnen hier een rol in spelen.

7.2 Onderzoek aansluiting bij onderzoeksinitiatieven

Onderzoek de mogelijkheden om aan te sluiten bij bestaande en startende onderzoeksinitiatieven zoals het topsectorproject 'Waarde(n) van Groente en Fruit' (HAS, Avans en Maastricht University) en het Gerrit Grijns Initiative (Wageningen Universiteit).

Toelichting 7.3: Op dit moment ontbreekt de schakel tussen aanbod en vraag.

7.3 Platform

Breng producenten en mogelijke afnemers bij elkaar in een platform. Op dit platform kan kennis gedeeld worden en kunnen consumenten of andere doelgroepen vinden waar ze hun behoefte aan specifieke producten kunnen vervullen. Bij voorkeur wordt hiervoor aangesloten bij een bestaand platform, zoals 'We are food'.

Toelichting 7.4: Om vraag en aanbod bij elkaar te kunnen brengen is inzicht in doelgroepen essentieel: waar zijn mogelijke afnemers te vinden, wat zijn hun specifieke wensen ten aanzien van productsamenstelling, wat vinden zij belangrijk? Wij denken aan specifieke doelgroepen die gerelateerd zijn aan preventie (voorkomen van aandoeningen), curatie (verhelpen van klachten) maar ook aan prestatie (sporters, werknemers). Het gaat om consumenten maar bijvoorbeeld ook om patiëntenverenigingen, bedrijven, sportclubs, zorginstellingen. Of gezondheidsbewuste retailers die openstaan voor een aanbod producten met een specifieke waarde op gezondheid.

7.4 Doelgroepenonderzoek

Doe onderzoek om de doelgroepen te vinden, te kwantificeren en hun behoeften in kaart te brengen.

Toelichting 7.5: Om doelgroepen op een pakkende en blijvende manier te bereiken is een heldere en herkenbare 'branding' belangrijk. Om dit echt succesvol te maken moeten we verdergaan dan de losse initiatieven en toewerken naar een groeiende 'beweging'. Dit alles onder het motto 'Eet je gezond van Brabantse grond.'

7.5 Community en branding

Inzet van aansprekende Brabantse ambassadeurs (sporters?). Maar bijvoorbeeld ook een programma op Omroep Brabant waar op een kritische manier gekeken wordt naar het voedingspatroon van de Brabander en waarin het aanbod van gezonde producten van Brabantse grond in beeld wordt gebracht.

Toelichting 7.6: De vele projecten die op dit gebied zijn gestart hebben nog niet geleid tot een helder aanbod en groei van deze potentiële markt. Het gaat hier om de langere termijn en om het echt verder helpen van de ondernemers door de juiste verbindingen te leggen en mogelijke barrières weg te nemen. Dat lukt niet met nog een rapport. Maar door te doen en eigenaarschap neer te leggen bij organisatie die dit voor de langere termijn kan en wil borgen.

7.6 Borging / Eigenaarschap

Breng dit initiatief 'Eet je gezond van Brabantse grond' onder bij één van de bestaande organisaties (bijvoorbeeld Food Up).

9. Circulair en Bodem

Toelichting 9.1 en 9.2: Voedsel1000 is een prima middel gebleken om betrokken burgers te mobiliseren. Om dit niet tot een éénmalige actie te laten verworden is een follow up zeer gewenst.

9.1 Opvolging voedsel1000 - 1

Betrek de leden van de werkplaats Circulair en Bodem bij nadere visievorming en vormgeving rond het landelijke gebied.

9.2 Opvolging Voedsel1000 - 2

Benut de praktijkbedrijven om een reëel beeld te krijgen van de wijze waarop dagelijks daadwerkelijk gezond voedsel geproduceerd wordt.

Toelichting 9.2 t/m 9.5: *De bodem vormt de spil bij de productie van gezond en voldoende voedsel. Het verantwoord beheer van de bodem is van groot belang voor het behoud van de biodiversiteit en de lange termijn bodemvruchtbaarheid.*

9.3 Omgaan met de bodem 1

Stel het sluiten van nutriëntenkringlopen centraal bij het beheer van de bodem.

9.4 Omgaan met de bodem 2

Beloon het verhogen van het organischestofgehalte in de cultuurbodem, bijvoorbeeld door jaarlijkse monitoring.

9.5 Omgaan met de bodem 3

Stel gebiedsregisseurs aan voor het uitdragen van de boodschap van een verantwoord bodembeheer.

Toelichting 9.6 en 9.7: *Door alle kosten in de prijsstelling van producten te betrekken wordt voorkomen dat allerlei maatschappelijke en milieueffecten buiten beschouwing blijven in de supermarkt. Op die manier wordt een gelijk speelveld gecreëerd voor producten uit de conventionele landbouw en de biologische landbouw. Dit concept staat bekend als “true pricing”.*

9.6 ‘True pricing’ 1

Ondersteun het doorberekenen van maatschappelijke kosten in de prijs van de producten.

9.7 ‘True pricing’ 2

Zorg voor een transparant en laagdrempelig vergoedingssysteem voor de levering van ecosysteemdiensten, zoals zorg voor biodiversiteit, natuur en lucht- en waterkwaliteit.

Toelichting 9.8 en 9.9: *Regelgeving heeft van nature de neiging om steeds ingewikkelder te worden en het tempo waarmee de regels elkaar opvolgen lijkt alleen maar toe te nemen. Dat belemmert de ondernemers in het uitstippelen van een meerjarenplan en brengt de continuïteit van hun bedrijven in gevaar.*

9.8 Regelgeving 1

Bevorder het opstellen van doelvoorschriften boven middelvoorschriften.

9.9. Regelgeving 2

Respecteer de geldigheidstermijn van verleende vergunningen alvorens nadere maatregelen op te leggen.

10. Brabants feestje circulair

Toelichting 10.1 en 10.2: Een circulair voedselsysteem in balans met de natuur, geeft de beste garantie voor voldoende en gezond voedsel in de toekomst. Geld is een krachtig sturingsinstrument. Door de financiële stromen te veranderen, verandert ons voedselsysteem in de gewenste richting mee. Beloon datgene wat werkelijke waarde toevoegt aan de maatschappij. Laat de vervuiler betalen.

10.1 Belonen van waarden

Beloon datgene wat bijdraagt aan meer biodiversiteit, natuur, betere gezondheid en een mooier landschap.

10.2 Heffing op uitputting en vervuiling

Leg een heffing op uitputting en vervuiling, zoals aantasting van de bodem, CO₂ uitstoot, niet afbreekbare bestrijdingsmiddelen, enz.

Toelichting 10.3: Concrete casussen kunnen inzicht geven in de omvang en route van de verschillende stromen. Denk hierbij aan biomassa, nutriënten en financiële stromen. Hierdoor ontstaat duidelijkheid aan welke knoppen kan worden gedraaid, om het voedselsysteem in zijn geheel te veranderen.

10.3 Inventarisatie stof- en financiële stromen

Inventariseer stof- en financiële stromen aan de hand van relevante en concrete casussen.

Toelichting 10.4 t/m 10.6: Het veranderen van ons financiële systeem vereist inzet van verschillende spelers uit het huidige systeem. Een strategisch plan is een hulpmiddel om gezamenlijk een andere richting in te slaan. Een PR-campagne kan helpen de neuzen in de andere richting krijgen

10.4 Strategisch plan

Stel een strategisch plan op voor het omvormen van de lineaire voedsel economie naar een circulaire voedsel economie.