

CONFERENTIE EN LANDELIJKE ANLB DAG

SUCCESVOL BOEREN MET NATUUR

1.5 Rendement door omgevingsbewust ondernemen

Workshopspreker: Gea Bakker Smit





Rendement door omgevingsbewust ondernemen

Velp, 7 april 2017

Gea Bakker-Smit
Sectorspecialist Biologische Landbouw



Rabobank

Actualiteiten



15 november 2016

Consumenten kopen meer duurzame producten

Vorig jaar hebben consumenten voor het zesde jaar op rij meer duurzame producten gekocht. De verkoop steeg met 12 procent. Vooral de verkoop van duurzame vlees (22 procent) en vis (22 procent) is gestegen.



5 januari 2017

Meerderheid van horecabezoeker vindt duurzaamheid belangrijk

Driekwart van de horecabezoekers houdt bij zijn restaurantkeuze rekening met een duurzaamheidskeurmerk.



2 januari 2017

'Biologische wijn scoort beter op smaak dan 'gewone' wijn'

Biologische wijnen worden over het algemeen beter beoordeeld dan hun 'gewone' tegenhangers. Onderzoekers van de universiteit van Californië vergeleken de recensies van ruim 74.000 verschillende wijnen en concludeerden dat biologisch vaak



Rabobank



19 juni 2016

Biologische boerderijen trekken 45.000 bezoekers

Ongeveer 45.000 mensen hebben zaterdag en zondag de 140 deelnemende biologische boerderijen bezocht.



18 maart 2017

Duizend vierkante meter bloem extra voor de bijen in de stad

De gemeente Breda heeft meer bloem dan ooit geplant in de stad. Er is dit jaar 1.000 vierkante meter bloembollen geplant, vertelt wethouder Paul de

Kans....en uitdaging....



**Banking
for Food**

De Rabobank
neemt samen
met klanten een
aandeel in een
duurzame voedsel-
voorziening.



*De uitdagingen
voor 2050*

Elke maand zijn er
wereldwijd **5 miljoen**
meer monden te voeden.



Dat is een stad zo groot als Singapore



Ruim **95%** van de
Nederlandse kinderen
eet **onvoldoende**
groente en fruit.

1/3

van het wereldwijd
geproduceerde
voedsel gaat
verloren of wordt
verspild.

Iedere **20 jaar** verdubbelt
het aantal mensen dat
afhankelijk is van één boer.



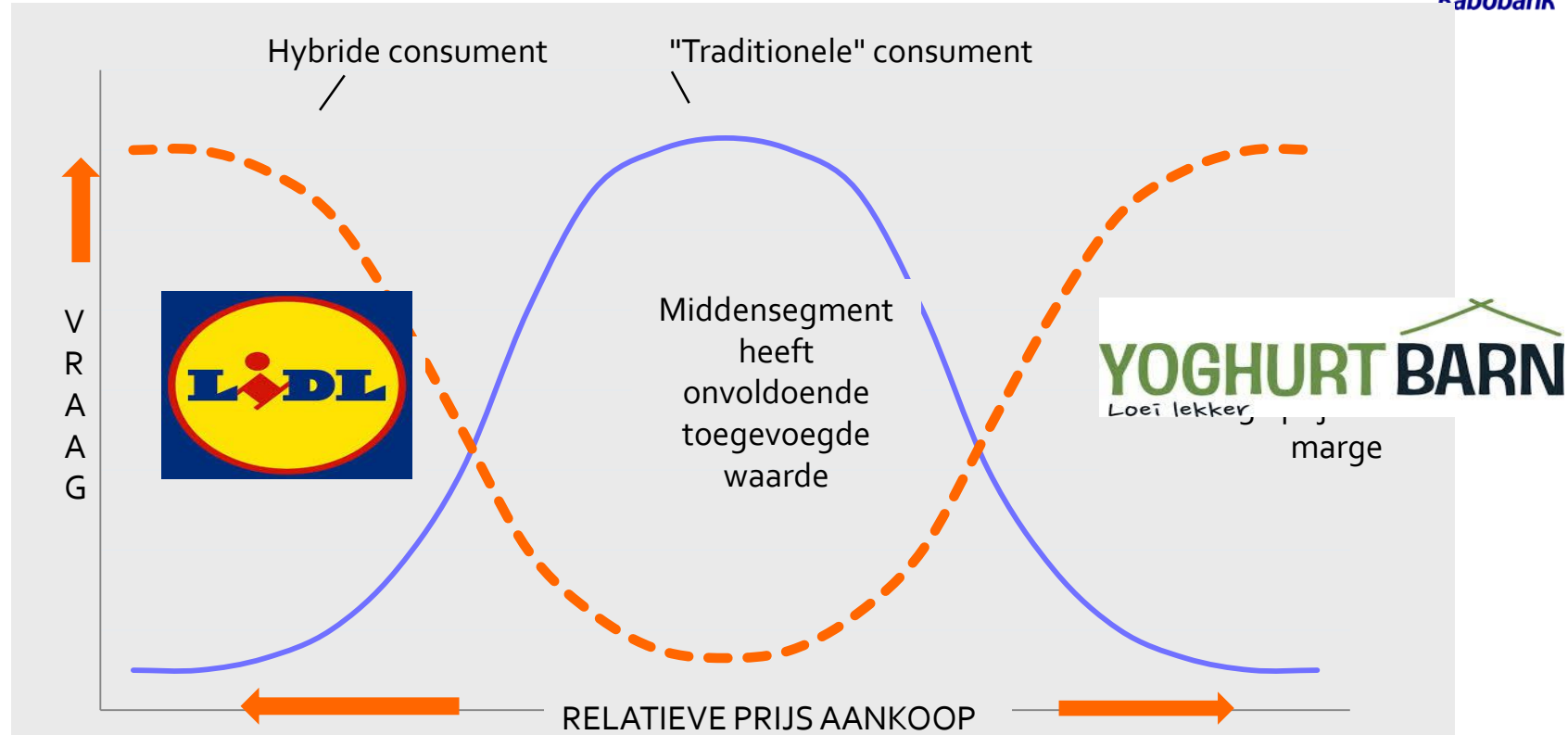
De consument verandert...



Food: Impact van hybride consument



Rabobank



Hybride consument

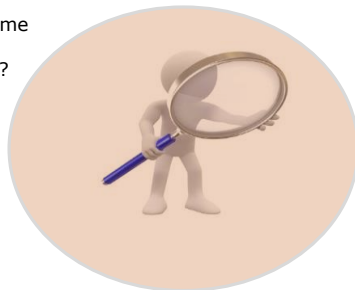


Consumententrends, relevant voor de voedselindustrie



TRANSPARENCY

Where does my food come from? What is the environmental footprint?



HEALTH, NATURAL, FRESH

Such as natural, organic, GMO-free, gluten free, high protein, antibiotic free



HYBRID CONSUMER

Premium or value proposition maintaining quality (the high quality "better burger")



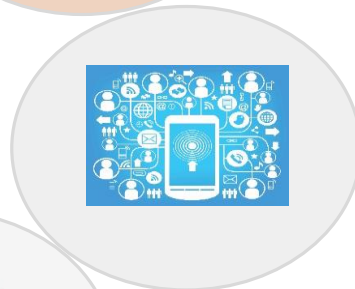
CONVENIENCE

Shorter preparation times, single serve packaging, on-the-go alternatives, delivery



ONLINE, MOBILE, SOCIAL

Ordering and purchasing online, innovation in mobile marketing and advertising



Voorbeelden



Premium varieties



High-value



Convenience



Healthy snacking



Local



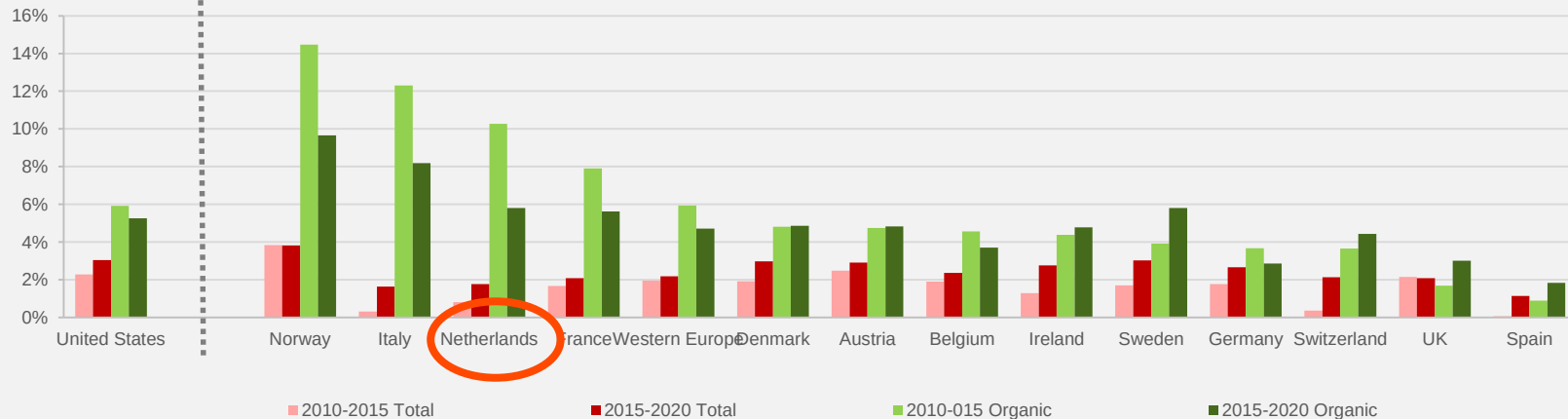
Sustainable

Groei biologische producten in Europa



Organic food will continue to strongly outperform *

CAGR Rates Organic vs. Total in Packaged Food Markets (RSP, CAGR %)

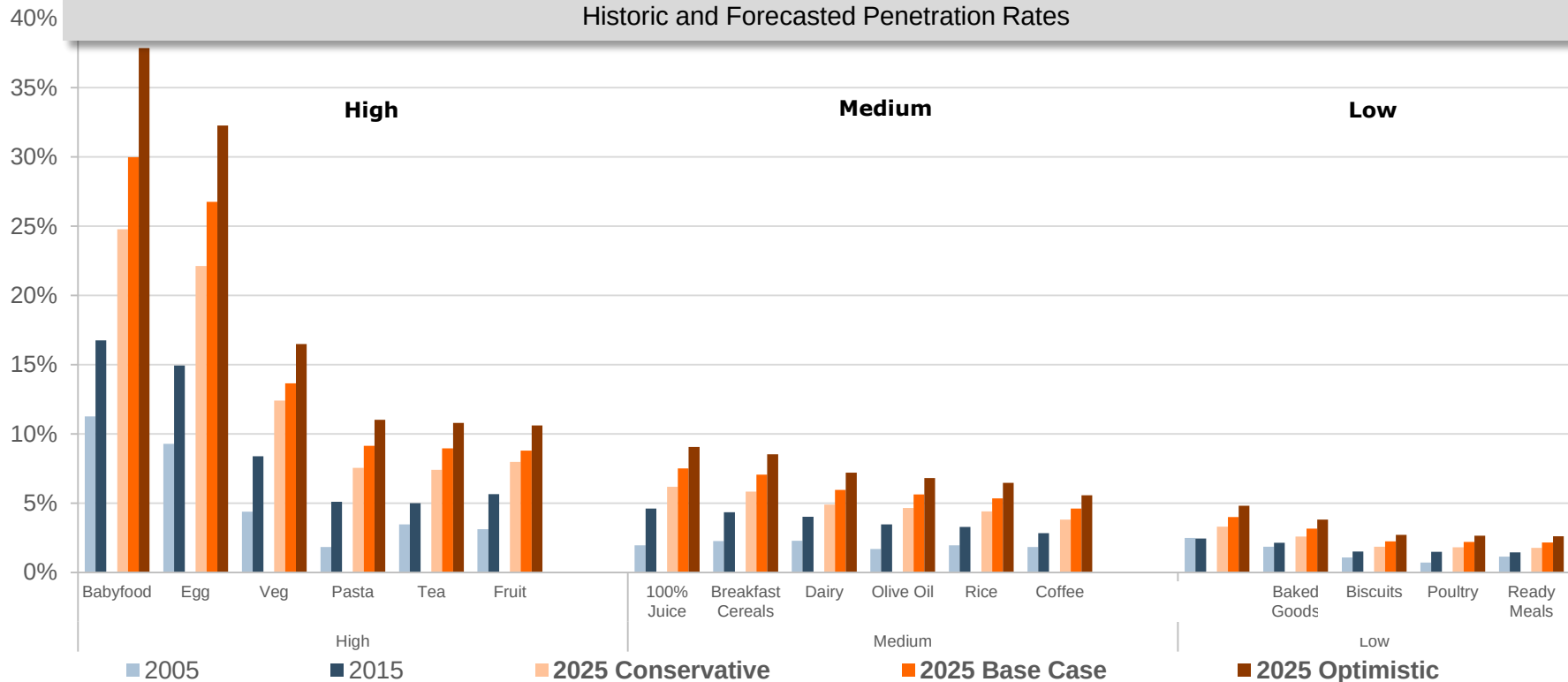


Biologische voedselcategorieën in Europa



In several categories organic will become mainstream while in others it will likely remain niche

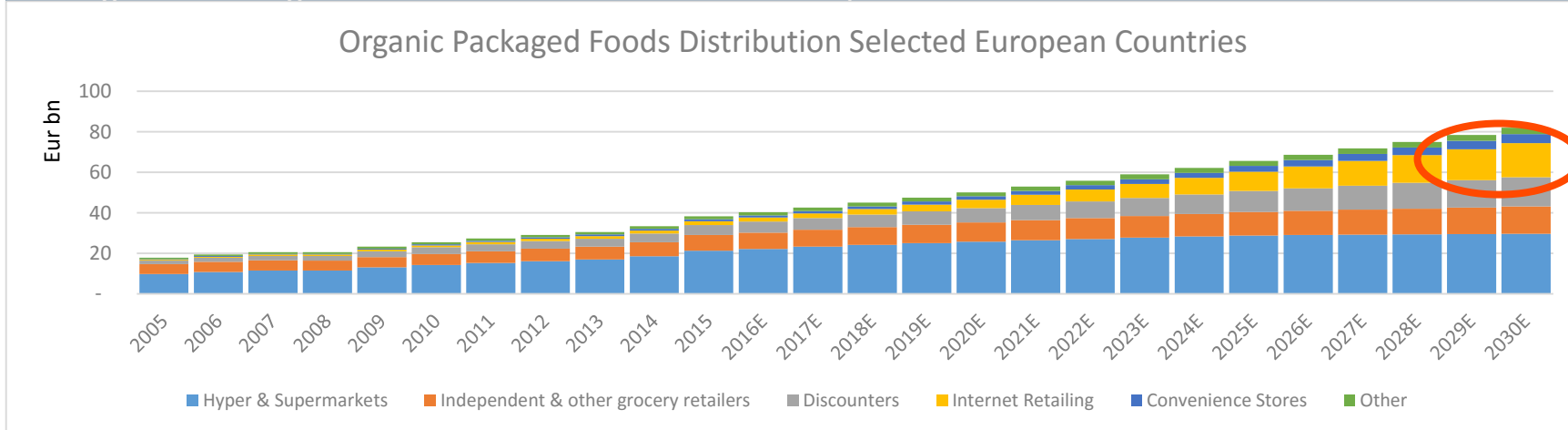
Historic and Forecasted Penetration Rates



Grote verschuivingen verwacht in distributie van biologische levensmiddelen

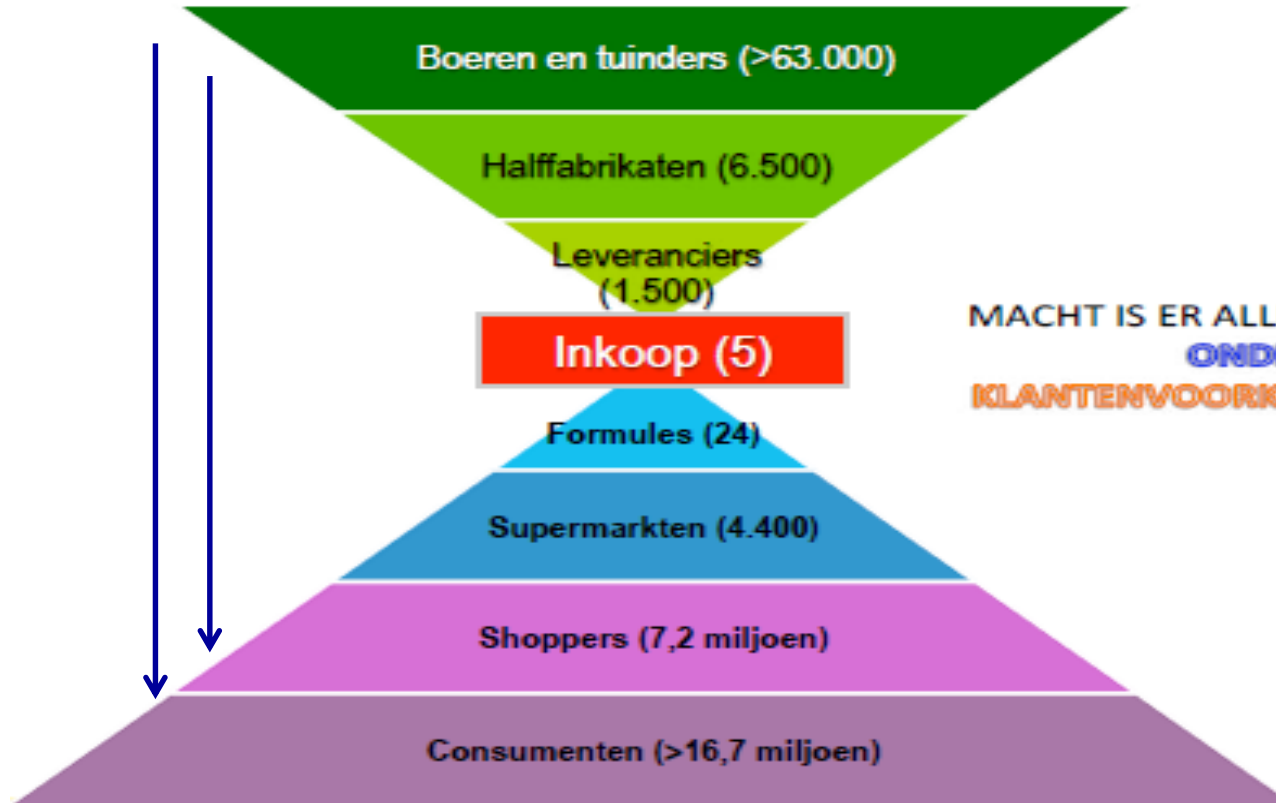


Organic Packaged Foods Distribution Selected European Countries



- ✓ Rabobank predicts online to become one of the prime sources of organic food sales within the next fifteen years (CAGR 16.3% 2015-30)
- ✓ A high share of online sales will come from hypers & supers, thus on an aggregate basis these groups will remain relevant
- ✓ Discount chains will increase their share of the pie, implying their private label suppliers will have to shift along
- ✓ Organic food sales in the discount channel are foreseen to grow by 7,3% per annum (CAGR 2015-30)
- ✓ Independent retailers will remain popular (CAGR 3,8% 2015-30) with 'diehard fans', but loose share to winning channels

Toegevoegde waarde en macht?



MACHT IS ER ALLEEN BIJ OVERCAPACITEIT,
ONDERSCHIED EN
KLANTENVOORKEUR ZIJN BELANGRIJKER!

Duurzaam ondernemen



Wat is het doel

- Duurzame vorm van landbouw ontwikkelen
- Continuïteit van het bedrijf
- Hoger inkomen
- Innovaties



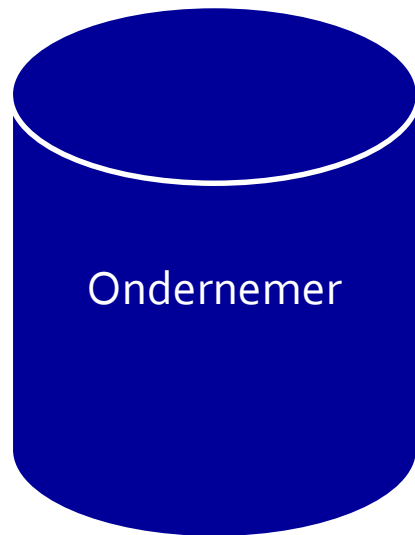
Waar bent u goed in?



- Landbouwkundige ontwikkeling
- Vakmanschap is een vereiste
- Producten verwerken
- Hoe zit het met de marketing
- Samenwerken is een kunst



De pijlers bij financieren



In overeenstemming met **integriteit** en **duurzaamheidspolicy** Rabobank

MVO Kenniskaart: Melkveehouderij

Laatste update:



Rabobank

Lange termijn visie

De melkveehouderij heeft veel te danken aan haar goede imago. De aalbaarheid van de sector is groot en hiermee het maatschappelijk draagvlak. Dit heeft er mede voor gezorgd dat er (vooralsnog) geen melkveerechten zijn ingevoerd. Om voldoende ontwikkelingsruimte te houden moet de melkveehouderij zuinig zijn op dit imago. De belangstelling voor de melkveehouderij groeit bij de consument en burger. Dit vergt van melkveehouders, zowel individueel als collectief, een voortdurende bereidheid tot dialoog. Het gaat om de bereidheid om de wensen van burgers serieus te nemen. Rekening houden met de omgeving is een belangrijke factor voor draagvlak. Belangrijke issues zijn zichtbaarheid (weidegang), orde en netheid, stank, dierenwelzijn en diergezondheid, voedselveiligheid, transportbewegingen en geluid. Ook het betrekken van de omgeving bij planvorming hoort hierbij.

Best Practices

Winstgevendheid:

- Liquiditeitsmanagement gezien grotere volatilititeit melkprijs, zeker bij bedrijven met ambitieuze groeisporen.
- Kostprijsniveau in relatie tot het aandeel vaste kosten.

Milieu en omgeving:

- Duurzame stallen conform Maatlat Duurzame Veehouderij.

Sociaal:

- Op het gemiddelde melkveebedrijf in Nederland wordt de arbeidsbehoefte door het gezin ingevuld. Dit vraagt aandacht voor een goede balans tussen werk en privé. Op de grotere melkveebedrijven met personeel wordt aandacht gevraagd voor een adequaat HRM beleid.
- Verantwoord antibioticagebruik.

Governance:

- Externe MVO-rapportage van de onderneming c.q. uitdragen MVO-beleid op websites/ sociale media etc.

Waardeketen:

- Middels bedrijfsspecifieke excretie/kringloopwijzer aantoonbaar hogere mineralen efficiëntie dan de forfaitaire normen.

Keurmerken/kwaliteitssystemen:

Gemeenschappelijk kwaliteitssysteem met voorschriften over het transport en de verzameling van dieren. Ter bevordering van dierenwelzijn en om verspreiding van ziekten via transport of verzameling te voorkomen.

<http://www.rvwa.nl>

Duurzame stallen/huisvesting:

<http://www.maatlatsuurzameveehouderij.nl/>

SKAL: Skal Biocontrole zet zich als toezichthouder in voor aantoonbare betrouwbaarheid van biologische producten in Nederland.

<http://www.skal.nl/>

Met de KringloopWijzer kan de mineralenefficiëntie van het bedrijf in beeld gebracht worden. Hiermee kan er beter gestuurd worden op de benutting van mineralen en besparen op voer- en kunstmest aankoop en/of mestafvoer

www.dekringloopwijzer.nl



Rabobank

Een aandeel in elkaar

Tarifiering afhankelijk van



- Rentabiliteit
- Vermogen
- Zekerheid
- Risico
- Kwalificatie MVO
- Leningen met rentekorting
 - Bijv. Impactlening of Groenlening

Samenvattend



- Toenemende vraag naar duurzame producten
- Duurzaamheid begint bij individuele ondernemer



Op weg naar een succesvolle toekomst!



Gea Bakker-Smit
Sectorspecialist

- Biologische landbouw
- Melkgeiten
- Visserij



(06) 12 35 88 98



E-mail sturen



Rabobank

CONFERENTIE EN LANDELIJKE ANLB DAG

SUCCESVOL BOEREN MET NATUUR

