

## SITUERING

Dit actieplan vormt het laatste onderdeel van het project "Versterken van de innovatiecapaciteit in de Meetjeslandse agribusiness sector op basis van lokale factorvoordelen". Een studie van de Universiteit Gent, in samenwerking met ABCConsulting en de vzw Streekplatform+ Meetjesland.

De studie werkt door op bevindingen dat innovatie binnen ondernemingen niet alleen vanuit de onderneming zelf tot stand komt, maar tevens vanuit de regionale context wordt gefaciliteerd of geprikkeld.

In een eerste rapport, afgeleverd januari 2005, werden "de regionale factoren" geïnventariseerd. Het rapport beschrijft welke initiatieven en faciliteiten er zijn in de regio, die aanzetten of bijdragen tot innovatie. Daaruit bleek dat het Meetjesland beschikt over een aantal regionale factoren die een concurrentieel voordeel kunnen betekenen ten opzichte van andere regio's (nabijheid van Gentse kennisinstellingen, specifieke netwerken zoals Voeding Meetjesland, ...).

In een tweede rapport werden op basis van een uitgebreide bevraging de Meetjeslandse voedingsbedrijven ingedeeld in innovatieklassen. Van de 164 doelgroepbedrijven namen 81 bedrijven deel aan de enquête. Ze werden ingedeeld in vier klassen: innovatoren (7), volgers (33), traditionelen (19) en niet-vernieuwers (22).

Op basis van informatie uit de enquête kon een duidelijke correlatie worden vastgesteld tussen de mate van innovatie enerzijds en het gebruik van de regionale factoren. Bedrijven die met andere woorden participeren in lokale netwerken, die in relatie staan met kennisinstellingen, e.d. zijn innovatiever dan diegenen die daar geen gebruik van maken. Geen ongewone conclusie: kennisoverdracht verloopt via netwerken, netwerken geven de gelegenheid te wegen op de besluitvorming, ...

Het actieprogramma in bijlage vormt het sluitstuk van het onderzoek. De acties willen de link versterken tussen de bedrijven en de regionale factoren, gezien de correlatie tussen innovatie en regionale factoren. De uitwerking van dit actieprogramma werd toevertrouwd aan de vzw Streekplatform+ Meetjesland, als actor op het terrein. Ook de opvolging van de acties zal vanuit het Streekplatform+ gebeuren, dat tevens de zetel is van Voeding Meetjesland.

## Deel III. Actieprogramma

---

### 13. De regio als facilitator voor innovatie in de voedingssector

Nadat in de voorgaande hoofdstukken een diepgaand inzicht verworven werd in de innovatiecapaciteit van de Meetjeslandse voedingssector, wordt in dit laatste hoofdstuk een voorstel van actieprogramma geformuleerd dat de innovatiecapaciteit van de sector moet verhogen. Het hoofdstuk omvat de vijfde fase van het project (zie hoofdstuk 1.2) en bouwt verder op de informatie die verworven werd door de inventarisatie van regionale factoren en de enquête bij 81 Meetjeslandse voedingsbedrijven.

De uitwerking van dit actieprogramma wordt toevertrouwd aan de vzw Streekplatform Meetjesland, als actor op het terrein. Ook de opvolging van de acties zal vanuit het Streekplatform gebeuren, dat tevens de zetel is van Voeding Meetjesland, die als vereniging van voedingsbedrijven een belangrijke rol vervult in de regionale dynamiek rond voeding.

In hoofdstuk 13.1 worden de verschillende stappen beschreven die hebben geleid tot de prioriteiten voor het actieplan. Vervolgens worden de geselecteerde prioriteiten vertaald in een aantal acties, voorgesteld in hoofdstuk 13.2. In hoofdstuk 13.3 worden deze acties uitvoeriger beschreven. Tenslotte wordt in hoofdstuk 13.4 vastgelegd hoe de uitvoering van het actieprogramma zal verlopen en hoe in opvolging wordt voorzien.

#### 13.1 Selectie van prioriteiten

De prioriteiten voor het actieplan komen voort uit de informatie die bekomen werd via primaire en secundaire data, respectievelijk de enquête bij de ondernemingen en de inventarisatie van regionale factoren. Doorheen verschillende rondes hebben de projectpartners en de klankbordgroep negen prioriteiten weerhouden.

De verschillende etappes die in de afbakening van de prioriteiten werden doorlopen zijn:

1. **Inventarisatie van regionale factoren** op basis van beschikbare data (hoofdstuk 4). Dit bracht onderzoeksvragen aan het licht, en resulteerde in een eerste evaluatie van regionale factoren in het Meetjesland.
2. **Evaluatie van regionale factoren door de klankbordgroep.** Vanuit hun expertise wordt de leden van de klankbordgroep gevraagd de belangrijkste factoren aan te duiden. Enkele factoren verdwijnen daarbij uit beeld ('historische wortels van de bedrijven', 'regionale merken en labels'). Deze evaluatie is weergegeven in bijlage 3.
3. **Enquête bij 81 Meetjeslandse voedingsbedrijven.** De enquête laat toe inzicht te krijgen in de relatie tussen innovatiecapaciteit en de relatie tot regionale factoren en te peilen naar de perceptie van de bedrijven op regionale factoren en mogelijke initiatieven. De resultaten worden gepresenteerd in de hoofdstukken 6 tot 12.
4. **Evaluatie van de prioriteiten door de klankbordgroep.** De enquêteresultaten worden beoordeeld door de klankbordgroep, waarbij een selectie van 9 prioriteiten bekomen wordt die weergegeven is in Figuur 1.
5. **Opstellen van het voorstel tot actieprogramma,** waarbij vanuit de specifieke expertise van de projectpartners een doeltreffende en creatieve invulling van de prioriteiten gezocht wordt. Het programma wordt uitgewerkt door Streekplatform Meetjesland, dat ook voor de uitvoering instaat.
6. **Goedkeuring van het voorstel door de klankbordgroep,** met formalisering van het engagement op het Voedingstreffen in november 2005.

Hieronder worden de negen prioriteiten gegeven die als focus weerhouden worden voor het actieprogramma. In de rechterkolom wordt op een aantal zinvolle aspecten gewezen die in de analyse sterk naar voren kwamen.

**Figuur 1: prioriteiten voor het actieplan**

prioriteiten	zinvolle aspecten
1. verbeteren van de kennisoverdracht tussen kenniscentra enerzijds en voedingsbedrijven anderzijds	Gent als kennispool voor de regio kennis aantrekken in het Meetjesland (gekoppeld aan prioriteit 5)
2. informatie en dienstverlening van de overheid transparanter maken	vragen van bedrijven tav. publieke actoren subsidiemogelijkheden procedures onthaal en informatieverstrekking
3. netwerking tussen voedingsbedrijven stimuleren	formeel en informeel horizontaal en verticaal terughoudende en intensieve netwerkers
4. samenwerking tussen landbouw en verwerkende bedrijven stimuleren	sterke aanwezigheid van beide schakels weinig uitwisseling/samenwerking
5. kwalitatief verbeteren van de regionale infrastructuur voor voedingsbedrijven	goede mobiliteit en transport bedrijventerreinen goede nutsvoorzieningen
6. een bedrijfsvriendelijk bestuur	lage taksen vlotte afhandeling van procedures zorg voor infrastructuur subsidiemogelijkheden
7. beschikbaarheid van competente medewerkers	voldoende en adequaat opgeleid personeel sociaal beleid
8. kapitaalfondsen voor de voedingssector	bijkomende fondsen wegwijs binnen het aanbod (cfr. prioriteit 2)
9. imago en positieve beeldvorming	imago van de sector imago van het Meetjesland als voedingsregio

bron: eigen data

## 13.2 Voorstel van actieprogramma

### 13.2.1 Objectief van het actieprogramma

De acties in onderhavig hoofdstuk hebben tot doel de regionale factoren voor de Meetjeslandse voedingssector te versterken en in het bijzonder de banden tussen voedingsbedrijven en agrarische en andere toeleveranciers aan te halen.

Op die manier kan de sector in het Meetjesland een competitief voordeel verwerven, zoals beschreven in de literatuur.

Het plan hanteert volgende uitgangspunten:

- **Regionale focus:** in het plan worden in de eerste plaats acties voorzien die regionaal kunnen worden geïnitieerd en bijgevolg haalbaar zijn. Initiatieven die op een hoger schaalniveau moeten worden uitgewerkt, worden niet opgenomen.
- **Haalbaarheid:** er worden een beperkt aantal acties geformuleerd omdat een aantal bedrijven in het andere geval afhaakt. Ervaring van het Streekplatform leert dat het beter is om de kar niet te overladen. Daarnaast worden ook geen acties genoemd waar momenteel geen middelen voor beschikbaar zijn.
- **Meetbaarheid:** de partners, de timing, de succesfactoren en de verwachte resultaten van de actie worden duidelijk geformuleerd. Er wordt in opvolging voorzien.

#### BELANGRIJK!

Dit voorstel van actieplan is opgemaakt met kennis van het werkveld, maar werd nog niet onderschreven door de onderscheiden partners. Vandaar dat over een voorstel van actieplan wordt gesproken.

In de loop van september en oktober 2005 zal aan de genoemde partners gevraagd worden hun engagement te bevestigen.

De formalisering van het actieplan is voorzien in november 2005, in aanwezigheid van de diverse partners.

### 13.2.2 Overzicht actieprogramma

In het actieprogramma wordt ingespeeld op de noden die door de bedrijven worden genoemd (zie Figuur 1). Op zeven van de negen prioriteiten wordt rechtstreeks ingespeeld. Twee prioriteiten worden indirect behandeld, met name 'kapitaalfondsen voor de voeding' en 'imago en positieve beeldvorming'.

De verzuchting m.b.t. kapitaal voor investeringen is verwerkt in prioriteit 2 (informatie en dienstverlening van de overheid transparanter maken), waarbij via de ondernemersloketten ook informatie over kapitaal wordt verschaffd. Daarnaast wordt het onderwerp kapitaal genoemd in het onderzoeken van de haalbaarheid van kenniseconomie en researchpark. Daarin wordt de idee naar voor geschoven om deels financiering te voorzien vanuit de regio, door de inwoners zelf.

De prioriteit 'imago en positieve beeldvorming' wordt op een indirecte manier gerealiseerd doorheen de andere acties. Positieve beeldvorming ontstaat immers in de interactie tussen de sector en kenniscentra (prioriteit 1), overheid (prioriteiten 2, 4 en 5) of arbeidsmarkt (prioriteit 7). Vandaar dat er geen aparte actie wordt voorzien. Imagocampagnes ten aanzien van de consument worden in dit actieplan niet opgenomen omdat daarvoor geen financiële middelen zijn op regionaal niveau en omdat een imagocampagne voor de sector het best vanuit een Vlaams of Belgisch perspectief wordt gevoerd.

## Overzicht van de prioriteiten en acties

### 1. Verbeteren van de kennisoverdracht tussen universiteiten en hogescholen enerzijds en voedingsbedrijven anderzijds

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Contactmomenten tussen bedrijven en kenniscentra	contactmomenten met op toepassing gerichte uitwisseling tussen bedrijven en kennisinstellingen. Geen studiedagen, maar gerichte bezoeken.	Voeding Meetjesland	RIS, Flanders Food, VOKA, UNIZO, Food2Know	Voeding Meetjesland met partners	Voorjaar 2006, jaarlijkse herhaling	Praktische aanpak Toepassingsgericht Schaal kan variëren (Meetjesland, Oost-Vlaanderen of Vlaanderen)
Haalbaarheidsstudie research- of bedrijvenpark	Mogelijkheid onderzoeken om te komen tot een researchpark in het Meetjesland m.b.t. uitgesproken economische sectoren in het Meetjesland (agro, voeding, natuur, ...)	Streekplatform Meetjesland i.s.m. RESOC Meetjesland	UGent Flanders Food 'Prime' projectpartners Voeding Meetjesland	Vermoedelijk gemengd (Vlaams, lokaal, ...)	1-1-2006 tot 31-12-2006	Engagement partners Complementariteit met andere Vlaamse initiatieven

### 2. Informatie en dienstverlening van de overheid transparanter maken

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
De bestaande ondernemersloketten dichterbij de ondernemer brengen	Sterkere bekendmaking van de dienstverlening aan ondernemers via ondernemersnetwerken in het Meetjesland	GOM Oost-Vlaanderen (Huis voor de Vlaamse Economie)	Werkgeversorganisaties Bedrijfskringen op de Meetjeslandse bedrijventerreinen	Reguliere middelen GOM	Vier sessies (op diverse lokaties) in 2006	Technieken bedenken om de niet-vernieuwers te bereiken.

### 3. Netwerking tussen voedingsbedrijven stimuleren

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Voedingstreffen	Jaarlijks contactmoment waarop voedingsbedrijven, toeleveranciers, groothandels, kennisinstellingen, e.d. uit de regio worden bijeengebracht met het oog op informatie en samenwerking.	Voeding Meetjesland	Werkgeversorganisaties	Voeding Meetjesland	November 2005 met jaarlijkse herhaling	

#### 4. Samenwerking tussen landbouw en verwerkende bedrijven stimuleren

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Studiedag ketensamenwerking in de agro-voedingssector	Studienamiddag op basis van sprekende voorbeelden uit binnen- en buitenland	UGent, vakgroep landbouweconomie	Voeding Meetjesland, landbouworganisaties	Kostenbijdrage door de deelnemers. Voeding Meetjesland	Najaar 2006 of 2007	Praktische aanpak, inspirerende voorbeelden

#### 5. Kwalitatief verbeteren van de regionale infrastructuur voor (voedings)bedrijven

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Het aanbod van bedrijventerreinen in het Meetjesland verhogen	Het realiseren van kwalitatieve en weloverwogen voorstellen voor bedrijventerreinen in het Meetjesland	Provincie Oost-Vlaanderen gemeentebesturen	RESOC Veneco2	De realisator van het terrein	Permanent Nieuwe terreinen vanaf 2007	Visie van de gemeente op ruimtelijke en economische ontwikkeling
Het opwaarderen van de tweejaarlijkse mobiliteitsconferentie Meetjesland	Daadwerkelijke oplossingen formuleren voor regionale mobiliteitsknelpunten	Streekplatform Meetjesland	De Meetjeslandse gemeenten Hogere overheden	Streekplatform Meetjesland	September 2006	Tijdige voorbereiding Actieve betrokkenheid gemeenten

#### 6. Een bedrijfsvriendelijk bestuur

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Ondersteuning project bedrijfsvriendelijke gemeente in het Meetjesland.	Het verbeteren van de relatie tussen ondernemers en de gemeenten en het voeren van een bedrijfsvriendelijke politiek.	VOKA – Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen	Streekplatform Meetjesland, RESOC Meetjesland-Leiestreek, gemeenten	VOKA	Aan de gang	Participatie van de gemeenten

#### 7. Beschikbaarheid van competente medewerkers

actie	korte omschrijving	trekkersrol	partners	financiering	timing	aandachtspunten kritische succesfactoren
Campagne naar de lokale arbeidsmarkt	Potentiële werknemers wijzen op de jobopportunities en uitdagingen binnen de voedingssector.	Voeding Meetjesland	Communicatiebureau FEVIA, IPV	Voeding Meetjesland, mogelijks aangevuld met andere bronnen	Doorlopend in 2006	Afbakening doelgroepen Troeven uitspelen Originele communicatiemix

## 13.3 Uitwerking van de acties

Nadat een aantal acties geformuleerd zijn, gekoppeld aan de gestelde prioriteiten, is het noodzakelijk deze verder uit te werken en te onderbouwen. Daarbij worden de motivering en doelstelling van de acties beschreven. Eveneens is het noodzakelijk de modaliteiten van uitvoering (trekkersrol, partners, succesfactoren, timing) zo scherp mogelijk af te lijnen.

Het actieprogramma bevat enerzijds nieuwe projecten, maar bouwt anderzijds verder op bestaande initiatieven.

---

### Prioriteit 1 : Verbeteren van de kennistransfer tussen kenniscentra enerzijds en voedingsbedrijven anderzijds

---

In de inventarisatie van regionale factoren werd beschreven hoe de aanwezigheid van kennis en expertise op het vlak van voeding, landbouw en biotechnologie in het Gentse een sterke regionale factor is voor de Meetjeslandse agri-business.

Illustratief in dat verband is de lancering van Food2Know binnen de UGent in juli 2005. Het is een interfacultair kenniscentrum rond levensmiddelenwetenschappen, voeding en gezondheid. Dit initiatief brengt duidelijk tot uitdrukking dat aan de Gentse Universiteit binnen diverse faculteiten en vakgroepen rond voeding wordt gewerkt. Naast de universitaire kenniscentra zijn er in het Gentse ook de hogescholen en specifieke onderzoekscentra als het Centrum voor Landbouwkundig Onderzoek (CLO).

Om de kennistransfer tussen de kenniscentra en de voedingsbedrijven beter te laten verlopen worden twee acties voorgesteld:

#### **Actie 1.1: Contactmomenten tussen bedrijven en kenniscentra**

##### Motivering:

Voorgaande analyse bevestigt dat de capaciteit van het bedrijf om te innoveren gerelateerd is aan het vermogen om informatie te onttrekken aan de omgeving. Zo wordt aangetoond dat bedrijven significant innovatiever zijn naarmate ze intensiever in contact staan met kennisinstellingen. Bijgevolg verhoogt de innovatiecapaciteit wanneer deze contacten geïntensifieerd worden.

De inventarisatie wees onder meer op het regionale voordeel dat het Meetjesland ontleent aan de nabijheid van kennis, onderzoek en onderwijs in het Gentse. Een actie die deze banden aanhaalt is dan ook een belangrijke optie.

##### Doelstelling:

Contactmomenten tussen kenniscentra en bedrijven zodat kennis en ervaring maximaal kunnen doorstromen.

Bij voorkeur toepassingsgericht, waarbij bedrijven in contact komen met onderzoeksactiviteiten die voor hen direct interessant zijn. Als men ook de volgers en traditionelen wil betrekken is het belangrijk geen lange studiedagen te organiseren, maar wel gerichte bezoeken.

Deze idee ligt in het verlengde van een reeks van bezoeken die in 2000 door Voeding Meetjesland werden georganiseerd aan de Gentse kenniscentra. Toen beperkt tot de zes leden van Voeding Meetjesland, maar het initiatief wordt nu voor een bredere groep van bedrijven open gesteld.

Er wordt aan gedacht om de werkwijze in zekere zin om te keren. In plaats van de bedrijven naar de campus van een universiteit of hogeschool te brengen, worden bedrijven wellicht meer aangesproken door een bedrijfsbezoek, waarbij een bedrijf en een onderzoeksinstelling samen uitleggen op welke manier zij bepaalde processen binnen het bedrijf wisten te verbeteren.

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Voeding Meetjesland
- **partners:** een aantal nieuw opgerichte structuren als Flanders Food (2005)<sup>1</sup> en het Regionale Innovatie Samenwerkingsverbanden (2003)<sup>2</sup> kunnen mee voor de organisatie en omkadering instaan. Ook Food2Know is als interfacultair centrum van de Gentse universiteit een interessante partner. UNIZO en VOKA voor het betrekken en mobiliseren van de doelgroep.
- **instrumenten:** bedrijfsbezoek, campusbezoek
- **succesfactoren:** praktische aanpak, toepassingsgericht, aantrekkelijk programma
- **andere:** afhankelijk van de agenda moet de juiste schaal worden bepaald: Meetjesland, Oost-Vlaanderen, Vlaanderen. Voor specifieke thema's is immers de groep van Meetjeslandse bedrijven te klein.

#### Timing en budget:

- Minstens één bezoek per jaar, met aanvang voorjaar 2006
- Het initiatief vraagt weinig budget. Een eventuele receptie n.a.v. een bedrijfs- of campusbezoek kan via een bijdrage op de deelnemers worden verhaald. De voorbereiding kan gebeuren vanuit Voeding Meetjesland, gezien het initiatief binnen de prioriteiten valt van het samenwerkingsverband.

### **Actie 1.2: Haalbaarheidsstudie research- of bedrijvenpark**

#### Motivering:

In de inventarisatie werd een nijpend tekort aan bedrijventerreinen in het Meetjesland vastgesteld. Dit wordt door de bedrijven nochtans als een prioriteit aangeduid. Hoewel dit probleem algemeen erkend wordt, zijn er vooralsnog geen geïntegreerde plannen om hierop een antwoord te bieden. Als regio met een sterk agri-business complex ligt hierin de kans nieuwe bedrijfsoppervlakte te creëren vanuit het profiel van voedselregio.

Het grote belang van uitwisseling van kennis in innovatieprocessen, en het vermogen van kenniscentra om een economische dynamiek te genereren, zijn argumenten om daarbij de koppeling met wetenschappelijk onderzoek te maken.

Gezien researchparken het best worden ingericht in een productiemilieu en op korte afstand van het fundamenteel onderzoek, is het Meetjesland een mogelijke locatie voor een research- en/of innovatief bedrijvenpark rond agro-voeding en andere economische pijlers van het buitengebied.

#### Doelstelling:

Vanuit de sterke aanwezigheid van voeding in het Meetjesland enerzijds en Gent als kennispool voor voeding anderzijds, dient te worden onderzocht in welke mate een aantal toegepaste onderzoeksactiviteiten en/of innovatieve bedrijfsactiviteiten niet in de regio Meetjesland kunnen plaats vinden.

Het groene karakter van de regio is een bijkomende troef voor kenniswerkers.

De inplanting van een researchpark in de regio Meetjesland zou de kennistransfer tussen bedrijfsleven en onderzoek vergemakkelijken.

Gezien de aanwezigheid van nieuwe bedrijven innovatie in de hand werkt, kan vanuit een dergelijk concept ook gedacht worden aan het ondersteunen en stimuleren van nieuwe bedrijfsactiviteiten in agro-voeding (incubator).

---

<sup>1</sup> Excellentiëpool opgericht op initiatief van voedingsfederatie FEVIA met steun van de Vlaamse Regering

<sup>2</sup> Ingebed in de GOM Oost-Vlaanderen en erkend door het IWT

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Streekplatform Meetjesland in samenspraak met RESOC Meetjesland
- **partners:** UGent, vakgroep Ruimtelijke Planning (prof. G. Allaert)  
Daarnaast zal een stuurgroep worden gevormd met de betrokken partners in de studie
- **instrumenten:** haalbaarheidsstudie
- **succesfactoren:**  
Intentieverklaring van verschillende partners bij de aanvang van de studie, om met resultaten van de studie daadwerkelijk aan de slag te gaan.  
Bij de uitwerking van deze idee moet een maximale complementariteit met andere bedrijfs- en researchparken worden nagestreefd.<sup>3</sup>
- **andere:**

#### Timing en budget:

Uitvoeringstermijn van de studie: 1/1/2006 – 31/12/2006

Mogelijkheden voor de financiering van de studie worden onderzocht.

---

<sup>3</sup> We denken daarbij aan het Greenbridge project van de Gentse Universiteit in Oostende en aan het Feed Food Health016-project van de stad Tienen i.s.m. de Leuvense universiteit rond gezondheidsbevorderende of functionele voeding.

Bedrijven werden in de bevraging gevraagd in welke mate zij geïnformeerd worden, ondersteuning en begeleiding krijgen door de overheid.

Daarbij werd vastgesteld dat innoverende bedrijven doorgaans meer tevreden zijn dan bedrijven uit de lagere innovatieklassen over informatie die door de overheid wordt verleend omtrent reglementering, subsidiemogelijkheden, innovatie-advies, ...

Daaruit concluderen we dat de overheid wel degelijk informatie en advies verstrekt, maar dat slechts een kleine groep van bedrijven (de innovatoren) hun weg vinden.

Het komt er bijgevolg op aan 'de achterblijvers' bewust te maken van de mogelijkheden op het vlak van beleidsondersteuning.

We mogen daarbij veronderstellen dat het bijzonder moeilijk zal worden om de groep van niet-vernieuwers te bereiken. Zij geven in de enquête aan niet geïnteresseerd te zijn in toekomstige initiatieven. Het zal productiever zijn te richten op de traditionelen en volgers, die wel interesse tonen in toekomstige initiatieven.

De vaststelling dat bedrijven door de bomen van informatie en advies het bos niet vinden, is niet nieuw. In zekere zin is het verwonderlijk, gezien zowel werkgeversorganisaties als overheden diverse aanspreekpunten en loketten installeerden om bedrijven met vragen te helpen.

Van overheidswege denken we daarbij aan de werkinkels (vragen m.b.t. arbeidsmarkt), het bedrijvenloket in het Oost-Vlaamse Huis voor de Economie, het Regionaal Innovatiesteunpunt binnen de GOM Oost-Vlaanderen, het Euro Info Centre, de bedrijfsadviseurs van VIZO en GOM, Export Vlaanderen en de website [www.vlaanderen.be/ondernemen](http://www.vlaanderen.be/ondernemen) met een bedrijvenforum waar bedrijven en on-line vragen kunnen stellen.

Gezien de veelheid aan bestaande initiatieven, zal de oplossing voor het informatieprobleem dat de bedrijven aanhalen er niet in bestaan een bijkomend aanspreekpunt op te richten of een bijkomende bedrijfsconsulent te engageren.

Wij denken dat het er eerder op aankomt om de bestaande informatiepunten zo klantvriendelijk mogelijk te organiseren, dichtbij de ondernemer, alsook bedrijven via hun vertrouwde kanalen te informeren over het bestaande aanbod.

De bundeling van het eerstelijnsadvies van de Vlaamse Overheid binnen het Vlaams Agentschap Ondernemen (VLAO)<sup>4</sup> is een stap in de richting van meer transparantie. De provinciale antennes van het Vlaams Agentschap Ondernemen worden beschreven als "one stop" klantengerichte huizen waar zowel aan de persoon met een idee, de starter of de doorgroeier een gepersonaliseerde en kwaliteitsvolle service wordt aangeboden. In de provinciale antennes van VLAO zal er een pooling komen van de diensten bedrijfsadvies van VIZO, de bedrijfsondersteunende diensten van de GOM's en het Euro info centre. Mogelijks later zullen er ook front offices worden ingericht van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap voor wat betreft het beleidsdomein Economie-werkgelegenheid-toerisme en een aantal Vlaamse openbare instellingen zoals het IWT en Flanders Investment and Trade (FIT), dat Export Vlaanderen en FFIO (Flanders Foreign Investment Office) integreert.

Het fysiek bijeenbrengen van een aantal overheidsinitiatieven zal evenwel niet volstaan om bepaalde KMO's te bereiken. Vandaar dat we nog volgende concrete maatregel willen voorstellen:

---

<sup>4</sup> Decreet op het Vlaams Agentschap Ondernemen (VLAO) van 7 mei 2004 (B.S. 07.06.2004)

## **Actie 2: De bestaande ondernemersloketten dichterbij de ondernemer brengen**

### Motivering:

De analyse leert dat een deel van de bedrijven, de zgn. volgers en traditionelen, onvoldoende vertrouwd zijn met het bestaande aanbod aan overheidsinitiatieven. Desalniettemin geven deze bedrijven aan geïnteresseerd te zijn in deze initiatieven. Een specifieke uitdaging bestaat er in deze groep van bedrijven beter in contact te brengen met het bestaande aanbod.

### Doelstelling:

Sterkere bekendmaking van de publieke dienstverlening aan ondernemers via ondernemersnetwerken. Het aanbieden van informatie op plaatsen waar ondernemers elkaar treffen. Voor het Meetjesland denken we daarbij aan het netwerk van UNIZO en VOKA Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen en aan de verenigingen van bedrijven in Aalter, Eeklo en Maldegem (BIM).

Daarbij moet in het bijzonder nagedacht worden over methodieken om ook volgers en traditionelen te bereiken. Bijvoorbeeld: elke ondernemer aanwezig op een informatiesessie engageert zich om een documentatiemap te bezorgen aan een collega-ondernemer die niet aanwezig is.

### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Ondernemersloket van de GOM Oost-Vlaanderen (in 2006 wellicht opgenomen in het VLAO)
- **partners:** VOKA, UNIZO, bedrijfskringen Aalter, Eeklo en Maldegem
- **instrumenten:** voordrachten in ondernemerskringen
- **succesfactoren:**  
Methodieken ontwikkelen om ook volgers en traditionelen te bereiken.
- **andere:**

### Timing en budget:

In de loop van 2006 worden vier informatiesessies georganiseerd in de regio.

Deze actie vraagt geen bijkomend budget en kan ingeschreven worden in de reguliere werking van het VLAO.

### Actie 3: Voedingstreffen

#### Motivering:

De bevraging leert dat er een vraag bestaat naar netwerkactiviteiten. Zowel bij traditionelen, volgers als innovatoren is de vraag naar toekomstige initiatieven groot. Bij de traditionelen en volgers blijkt de tevredenheid over het bestaande aanbod een stuk lager te zijn, waardoor deze klassen een specifieke doelgroep zijn voor maatregelen.

Verticale netwerking is belangrijk, temeer klanten en in mindere mate leveranciers in de bevraging worden aangeduid als bronnen van innovatie.

Kennis van verwante bedrijven in de regio is bovendien niet alleen in termen van innovatie belangrijk, maar evenzeer commercieel. Nu worden bepaalde opdrachten wellicht buiten de regio gegund, enkel bij gebrek aan kennis van de regionale markt. In termen van regionale ontwikkeling is het belangrijk de toegevoegde waarde binnen de regio te houden.

#### Doelstelling:

Een jaarlijks netwerkmoment tussen voedingsbedrijven en stakeholders. Een samenkomst in de vorm van een voedingsreceptie is bijzonder laagdrempelig, en heeft als doelstelling bedrijven in contact te brengen met elkaar en met de regio. Bovendien kan het de identiteit van het Meetjesland als voedingsregio versterken.

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Voeding Meetjesland vervult de trekkersrol voor dit initiatief.
- **partners:** ondersteuning en promotie kan gezocht worden bij UNIZO en VOKA (waaraan de enquête toont dat deze een grote bekendheid en goede reputatie genieten bij de bedrijven).
- **instrumenten:** een receptie, gekoppeld aan een informatief moment (spreker, debat) en creatieve mogelijkheden om aanwezigen met elkaar in contact te brengen (bv. speeddating).
- **succesfactoren:** de klemtoon ligt op het contact binnen de verticale kolom van het agri-business complex, en het contact tussen bedrijven en kennisinstellingen en onderzoekscentra. Andere stakeholders zijn dan: overheden, kennisinstellingen en onderzoekscentra, economische netwerken, publieke dienstverleners, ...
- **andere:**

#### Timing en budget:

Het eerste voedingstreffen wordt gepland op 15 november 2005. Hoofdonderwerp is de voorstelling van deze studie met actieplan. Het initiatief zal jaarlijks herhaald worden.

De kosten voor de voorbereiding en organisatie van het initiatief zullen gedragen worden door Voeding Meetjesland, eventueel met een kleine bijdrage voor de deelnemers.

#### Actie 4: Studiedag ketensamenwerking in de agro-voedingssector

##### Motivering:

In de huidige marktsituatie is ketensamenwerking voor de agro-voedingssector van groot belang. Verzadigde markten dwingen de bedrijven ertoe zich door productdifferentiatie en productvernieuwing van de concurrentie te onderscheiden. Bovendien heeft de onderneming te maken met veeleisende consumenten en specifieke doelgroepen, die hoge kwaliteitseisen stelt (AKK, 1999). Ketensamenwerking is een manier voor het bedrijf om hier beter mee om te gaan.

De aanduiding 'keten' duidt hierbij op afzetkanalen waarin sprake is van samenwerking tussen ondernemingen, die niet enkel op marktprijs, maar ook op speciale afspraken en procedures gericht is (AKK, 1999). Met oog op het individueel resultaat wordt de onderneming ertoe gedreven haar beleid door te denken in relatie tot de keten. Door middel van deze strategieën slaagt de onderneming er in een antwoord te bieden op marktten-densen. Drijvende kracht van succes in ketensamenwerking is het besef dat het verbeteren van de resultaten van de keten door coördinatie en integratie ook de resultaten van de individuele onderneming omhoog stuwt (Van der Vorst et al, 2005).

In het Meetjesland wordt vastgesteld dat met een economisch sterke landbouwsector en de sterke aanwezigheid van voedingsbedrijven verschillende schakels aanwezig zijn. Vooral de teelt van varkens en vleesvee, en de sterke vleesverwerkende sector opent perspectieven voor samenwerking. Tegelijk wordt vastgesteld dat er van een doorgedreven coördinatie of integratie geen sprake is. Ongetwijfeld kan er meer synergie worden ontwikkeld tussen landbouw en de verwerkende nijverheid. Het water is in sommige gevallen evenwel diep.

##### Doelstelling:

Het stimuleren van samenwerking tussen landbouw en verwerkende bedrijven door middel van een praktisch seminarie waarin voorbeelden worden toegelicht uit binnen- en/of buitenland. Na een introductie in de vorm en inhoud van ketensamenwerking wordt aan de deelnemers een aantal voorbeelden voorgelegd die op bedrijfsniveau de mogelijkheden van ketensamenwerking aantonen.

Tot slot vindt een discussieronde plaats, waarbij vertegenwoordigers van de verschillende schakels zich buigen over mogelijke gemeenschappelijke thema's en hinderpalen voor samenwerking.

Op deze dag wordt inzicht verworven in de manier waarop de aanwezige bedrijven tot een meerwaarde kunnen komen door ketensamenwerking. Deze meerwaarde kan gerealiseerd worden binnen verschillende gebieden van de bedrijfsvoering: innovatie, toegevoegde waarde, voedselveiligheid en transparantie, *efficiency*, duurzaamheid. Dit zijn de sleutelthema's van de studiedag.

De studiedag heeft een dubbel doel: enerzijds worden bedrijven die niet vertrouwd zijn met de mogelijkheden van ketensamenwerking geïnformeerd omtrent de mogelijkheden die voor hen weggelegd zijn. Anderzijds wordt een dialoog op gang gebracht tussen de aanwezige schakels, die tot bedoeling heeft na te gaan welke de mogelijkheden en hinderpalen zijn voor ketensamenwerking in de regio. Hiermee wordt betracht een aanzet te geven voor initiatieven.

##### Uitvoering:

- **trekkersrol:** UGent, vakgroep Landbouweconomie
- **partners:** Voeding Meetjesland, landbouworganisaties voor het betrekken en mobiliseren van de doelgroep
- **instrumenten:** seminarie met sprekende voorbeelden en discussieronde met relevante schakels
- **succesfactoren:** een benadering op bedrijfsniveau, inspirerende voorbeelden en een open debat. De interesse van de bedrijven in het thema moet vermoedelijk nog gewekt worden
- **andere:**

##### Timing en budget:

De studiedag wordt gepland in het najaar van 2006. De kosten voor de voorbereiding en organisatie van het initiatief worden verhaald op de deelnemers, en gedragen door Voeding Meetjesland.

In zowat alle enquêtes naar bedrijven – dus ook in onze enquête – blijkt het belang dat bedrijven hechten aan primaire elementen als grond, mobiliteit en kapitaal. Ook de bedrijven van Voeding Meetjesland hebben al vaak te kennen gegeven hoe veel belang zij hechten aan beschikbare bedrijfsgronden en vlotte mobiliteit.

Er is een duidelijke vraag naar het verder opvolgen van de voorraad aan bedrijventerreinen in het Meetjesland, het opvolgen van nieuwe initiatieven en het rationeel en efficiënt gebruik ervan stimuleren.

Dit gebeurt vanuit het Streekplatform Meetjesland en binnenkort vanuit het nieuw op te richten Regionaal Economisch en Sociaal Overlegcomité.

Binnen deze maatregel zouden we volgende acties willen voorstellen:

### **Actie 5.1: het aanbod van bedrijventerreinen in het Meetjesland verhogen**

#### Motivering:

In zo goed als alle gemeenten van het Meetjesland is de voorraad aan bedrijventerreinen opgebruikt. Het aanleggen van bijkomende bedrijventerreinen is voor de economie en voor de tewerkstelling noodzakelijk. Ook de bestaande terreinen kunnen kwalitatief verbeteren.

De levende krachten van het Meetjesland keurden op 25 juni 2003 in algehele consensus een visietekst goed waarin wordt aangegeven hoe de regio aankijkt tegen de verdere ontwikkeling van bedrijventerreinen in het Meetjesland (Streekplatform Meetjesland, 2003). Deze tekst blijft brandend actueel en vraagt om uitvoering.

#### Doelstelling:

Het realiseren van kwalitatieve en welverwogen voorstellen voor nieuwe bedrijventerreinen in het Meetjesland of het verbeteren van het bestaande.

Uitgangspunten voor bedrijventerreinen in het Meetjesland (overgenomen uit regionale visie):

- Vrijwaren van lokale en economische dynamiek: bedrijventerreinen zijn een noodzakelijke randvoorwaarde om voldoende economische dynamiek en tewerkstelling te houden in de regio;
- Op maat van het Meetjesland: het is wenselijk dat nieuwe economische activiteiten aansluiten bij het profiel en de kenmerken van het Meetjesland;
- Een gecontroleerde voorraad aan terreinen: om ten allen tijde een goed beeld te hebben van vraag en aanbod van terreinen en een pro-actief beleid te kunnen voeren is een continue monitoring noodzakelijk;
- Een optimale ruimtelijke inplanting (locatieprincipes)
- Zorgvuldig ruimtegebruik, kwalitatieve en duurzame inrichting: voor een maximaal behoud van de open ruimte en een goede landschappelijke integratie van terreinen wenst de streek dat bij de inrichting van terreinen nomen worden uitgewerkt die een zorgvuldig ruimtegebruik (zuinig en efficiënt) en een duurzame inrichting (waar rekening wordt gehouden met het milieu, met het landschap en de architectuur) garanderen;
- Doordachte realisatie, toewijzing en beheer: weloverwogen inrichtings- en ontwikkelingsplan, selectieve toewijzing van gronden, actief bedrijventerreinenmanagement.

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Provincie Oost-Vlaanderen voor de afbakening van de regionale bedrijventerreinen, de gemeenten voor de afbakening van lokale bedrijventerreinen.
- **partners:** RESOC, dienstverlenende vereniging Veneco2
- **instrumenten:** Ruimtelijke Uitvoeringsplannen
- **succesfactoren:** visie van de gemeente op ruimtelijke planning en economische ontwikkeling.
- **andere:**

#### Timing en budget:

- Realisatie vanaf 2007 (de eerste RUP's zijn in voorbereiding)
- De aanleg van de terreinen zal gebeuren door de gemeenten of door de intercommunale Veneco2

### **Actie 5.2: het opwaarderen van de tweejaarlijkse mobiliteitsconferentie Meetjesland**

#### Motivering:

Mobiliteit is danig belangrijk dat het niet alleen lokaal, maar ook vanuit regionaal oogpunt meer aandacht verdient. Heel wat noden en vragen m.b.t. mobiliteit in de regio blijven immers onbeantwoord:

- Rond bepaalde infrastructuur is meer overleg en afstemming nodig tussen de lokale besturen. Er leven vaak andere visies op dezelfde wegen. We denken daarbij bv. aan de N9 of de N499 (weg Eeklo-Aalter).
- Op basis van een Genderonderzoek signaleerden vrouwelijke werkzoekenden een probleem m.b.t. de ontoereikendheid van het openbaar vervoer in de regio. Mogelijke verbeteringen en alternatieven dienen uitgewerkt te worden.
- In de lijn van het voorgaande probleem, zouden meer algemeen de initiatieven die inspelen op het probleem van de vervoersarmoede (voorbepaalde groepen) in het landelijk gebied beter kunnen worden gestroomlijnd en ingezet (minder mobiliteitscentrales, e.d.). Dat zou de rentabiliteit van het aanbod aanzienlijk kunnen verhogen.
- De multimodaliteit kan beter worden uitgebouwd (overstap personenwagens – openbaar vervoer - fiets), zowel voor het inkomend als voor het uitgaand verkeer.<sup>5</sup>
- Er kunnen meer stimuli gegeven worden voor duurzame mobiliteit (bedrijfsvervoersplannen, fietsbeleid, ...)

Binnen het Streekplatform wordt luidop gedroomd van een steunpunt mobiliteit. Om deze ambitie waar te maken ontbreken evenwel de middelen.

Een meer bescheiden maar waardig alternatief is het opwaarderen van de tweejaarlijkse mobiliteitsconferenties

#### Doelstelling:

Tweejaarlijks organiseert het Streekplatform haar mobiliteitsconferentie. Op deze mobiliteitsconferenties wordt een bepaald dossier uitgediept en wordt verder een stand van zaken gegeven van lopende en nieuwe mobiliteitsprojecten.

Bedoeling is dit tweejaarlijks initiatief te laten uitgroeien tot een soort Staten-Generaal, gefocust op daadwerkelijke knelpunten inzake mobiliteit. De conferenties moeten het nodige gezag ontwikkelen om waar nodig hogere overheden te bewegen tot nieuwe investeringen in de regio.

Deze conferentie wordt grondig voorbereid met de gemeenten van het Meetjesland, inzonderheid de mobiliteitsambtenaren.

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Streekplatform Meetjesland
- **partners:** Meetjeslandse gemeenten in eerste orde, provincie en Vlaams Gewest in tweede orde
- **instrumenten:** conferentie
- **succesfactoren:** tijdige voorbereiding, gedragen door de gemeenten, in samenspraak met de hogere overheden
- **andere:**

#### Timing en budget:

Eerste conferentie "nieuwe stijl" in september 2006

De kosten van organisatie worden gedragen door het Streekplatform Meetjesland, eventueel met een bijdrage voor de deelnemers.

---

<sup>5</sup> Een voorbeeld daarvan is de mobiliteitsstudie Drongengoed (juni 2005), waar oplossingen werden uitgewerkt voor fietsers en wandelaars die met de auto naar het bosgebied komen.

De bedrijven formuleerden in de enquête ook een aantal desiderata ten aanzien van de lokale besturen. De belangrijkste waren:

- Lage taksen
- Vlotte afhandeling van procedures
- Infrastructuur
- Subsidiemogelijkheden

### **Actie 6: ondersteuning project 'bedrijfsvriendelijke gemeente'**

#### Motivering:

Een interessant initiatief in het kader van een betere relatie tussen bedrijven en gemeenten is het project 'bedrijfsvriendelijke gemeente'. In 2004 organiseerde VOKA samen met de Administratie Economie van de Vlaamse Gemeenschap een wetenschappelijke enquête die aangeeft hoe 'bedrijfsvriendelijk' de 308 Vlaamse gemeenten door de ondernemingen worden ingeschat? Welke knelpunten ervaren ondernemers in hun contacten met de lokale overheid en welke moeilijkheden ondervinden gemeentebesturen bij het voeren van een lokaal economisch beleid?

Voka – Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen trok inmiddels naar een 20-tal economisch sterke locaties in de provincie met de bedoeling om plaatselijke overheden en de ondernemingen te laten samenwerken aan een meer bedrijfsvriendelijk lokaal bestuur. In het Meetjesland kwamen o.a. Eeklo, Maldegem en Aalter aan de beurt

Ondertussen maakte VOKA Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen ook een analyse van de lokale fiscaliteit en start zij een PLATO project op (peterschap) waarbij ambtenaren en bedrijfsmensen bij elkaar in de leer gaan.

#### Doelstelling:

Gezien deze bestaande dynamiek stellen wij voor onze actie in deze maatregel te richten op het ondersteunen van het project bedrijfsvriendelijke gemeente door VOKA – Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen ten aanzien van de Meetjeslandse gemeenten.

Het Streekplatform Meetjesland zal zijn contacten met de gemeenten aanwenden om het project meer slaagkansen te geven.

#### Uitvoering:

- **trekkersrol:** VOKA – Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen
- **partners:** gemeenten, RESOC Meetjesland-Leiestreek, Streekplatform Meetjesland
- **instrumenten:**
- **succesfactoren:** participatie van de gemeenten
- **andere:**

#### Timing en budget:

Te verfijnen door VOKA – Kamervan Koophandel Oost-Vlaanderen

## Actie 7: campagne naar de lokale arbeidsmarkt

### Motivering:

Het vinden van goede werknemers voor de verdere ontwikkeling van de voedingssector is voor de bedrijven een belangrijk item:

- Ten eerste leert de bevraging dat de bedrijven een groot belang hechten aan arbeidskrachten met de juiste technische vaardigheden. Technisch geschoolde arbeidskrachten (met voedingspecifieke en met algemeen technische vaardigheden) zijn voor hen erg belangrijk.
- Ten tweede werd in de inventaris gewezen op de expertise die in het Gentse aanwezig is met betrekking tot voeding en landbouw. Vooral hooggeschoolden met een degelijke opleiding. Een bijzondere uitdaging kan er in bestaan als regio deze competenties maximaal te capteren.

### Doelstelling:

Bedoeling is een campagne te voeren die jongeren en potentiële werknemers wijzen op de jobopportunities en de uitdagingen binnen de voedingssector. De campagne moet de sector aantrekkelijk voorstellen en tot uitdrukking brengen dat 'voeding' goede mensen nodig heeft om verder te kunnen groeien.

Dergelijke campagnes werden al eerder gevoerd vanuit Voeding Meetjesland, maar draaien op een laag pitje omdat de campagnebeelden aan een opfrissing toe zijn.

Het uitzicht en de aanpak van de nieuwe campagne zullen uitgewerkt worden binnen de werkgroep HRM van Voeding Meetjesland.

### Uitvoering:

- **trekkersrol:** Voeding Meetjesland, werkgroep HRM
- **partners:** communicatiebureau, FEVIA, IPV
- **instrumenten:** affiches, advertenties, website, gadgets, ...
- **succesfactoren:** voor het welslagen van de campagne zal het belangrijk zijn
  - De prioritaire doelgroep(en) af te bakenen. Op basis van de enquête zou het niet verwonderlijk zijn dat een focus wordt gezet op afgestudeerden van het technisch secundair onderwijs in de regio en hoger onderwijs in het Gentse;
  - Troeven van de voedingssector in de regio uit te spelen: werken dicht bij huis, stabiele sector, veilige werkomgeving, milieuvriendelijke sector, permanente innovatie, ...;
  - Originele dragers te vinden van communicatie in relatie tot de doelgroep.
- **andere:**

### Timing en budget:

Binnen Voeding Meetjesland is budget voor communicatie..  
Mogelijks kan dit aangevuld worden met middelen vanuit IPV.

Tegen december 2005 moet het ontwerp van de campagne klaar zijn (beeld voor advertenties, affiche, ...)  
De campagne zelf (advertenties, ...) zal gespreid worden over het volledige jaar 2006.

## **13.4 Uitvoering en opvolging**

Omdat een actieprogramma pas een succes is als de acties uitgevoerd zijn, worden bij het opstellen van het programma ook de instrumenten ingebouwd die de uitvoering en opvolging moeten garanderen.

Op 15 november 2005 zal een formeel moment worden georganiseerd (eerste Voedingstreffen, cfr. actie 4) waarbij enerzijds deze studie zal toegelicht worden ten aanzien van de doelgroep en waarbij anderzijds de genoemde trekkers en partners zullen gevraagd worden hun engagement te onderschrijven.

In juni 2006 wordt een bijeenkomst van de klankbordgroep gepland waarop de uitvoering van de acties besproken wordt.