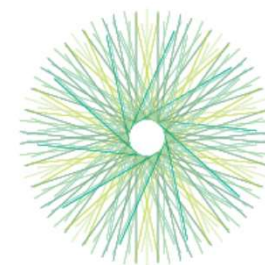


# EIP-AGRI Workshop

## Cities and Food

September 21 – 22, 2016 – Kraków, Poland



eip-agri  
AGRICULTURE & INNOVATION



funded by





## Programme 22 September

### Sharing experiences in breakout sessions

09:30-11:00 Breakout sessions – Discussing cases in three groups

### 2.2 Business Models to access new markets

***Local2Local, a business model to access new markets in Utrecht region – Mr Mark Frederiks - Amped - Local2local - Herenboeren, The Netherlands***

How to run a successful short food supply chain enterprise in Cambridge, Box Schemes and Food Hubs – Mr Duncan Catchpole - The Cambridge Organic Food Co. Cambridge, UK



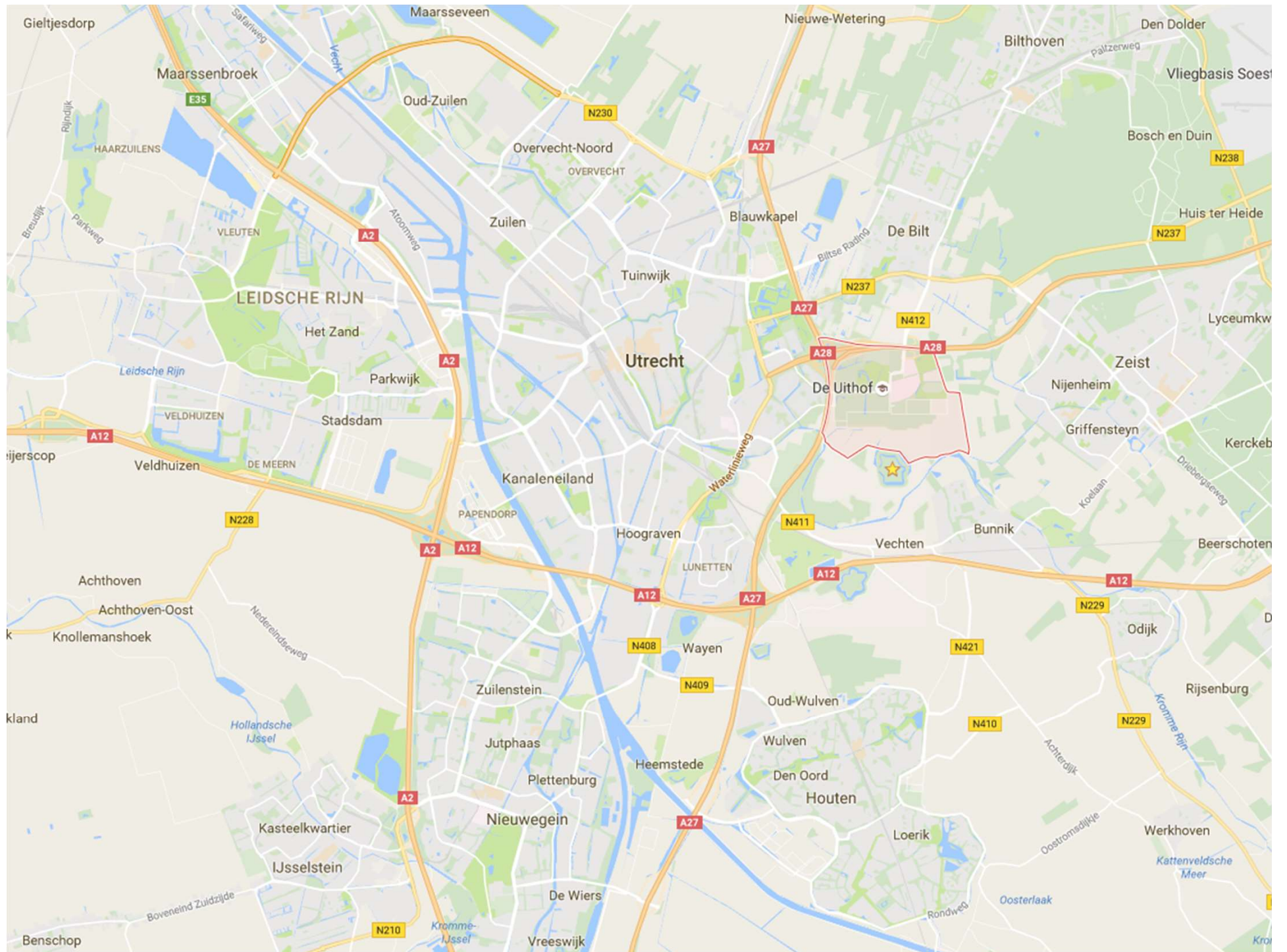
Mark Frederiks

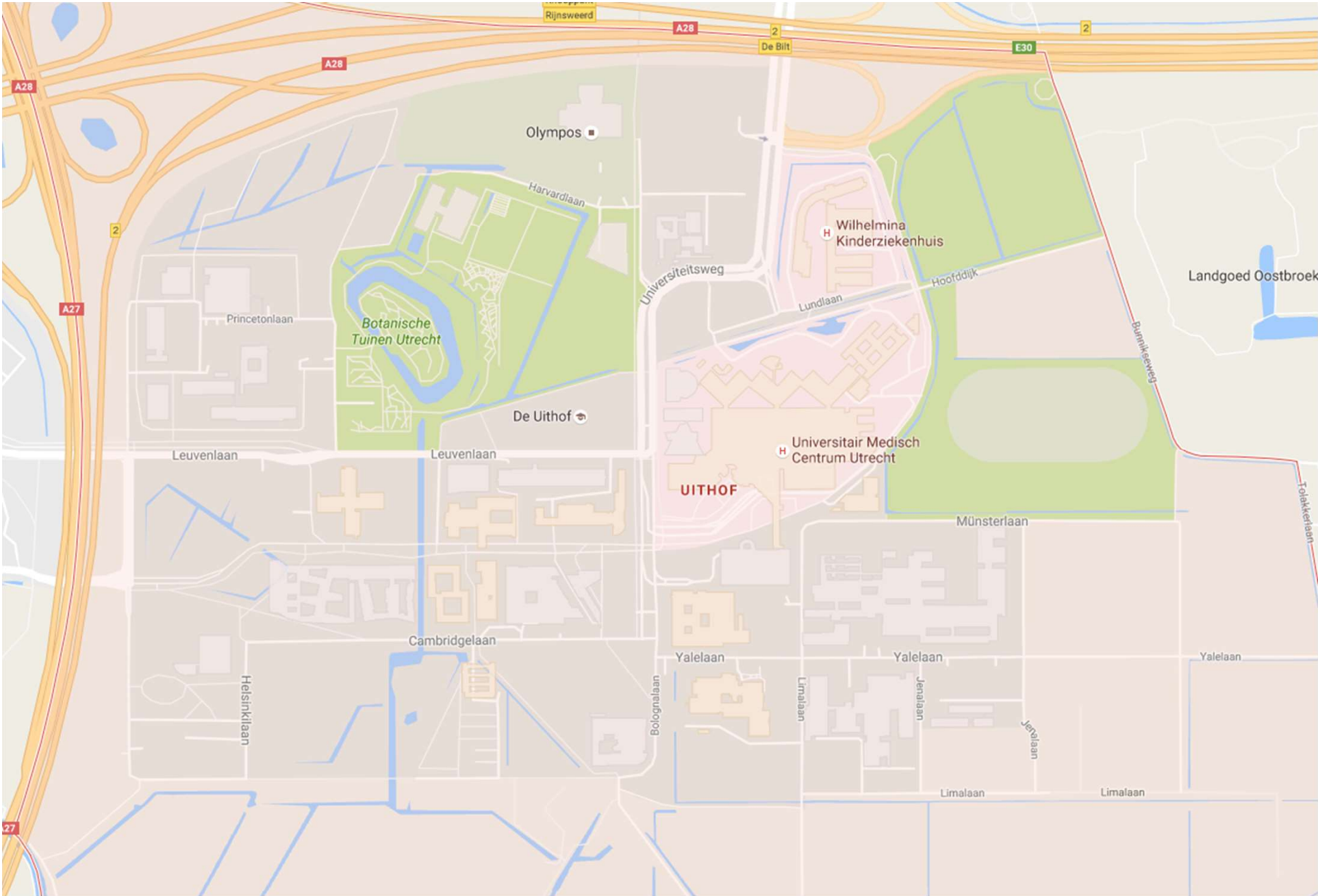
**amped** - a sustainable business development company



local2people

Case: Utrecht Science Park  
(Uithof)







# local2|e301

## **L2L organized stakeholder meetings / workshops;**

- a. do we want the same?  
(local sourcing)
- b. what can/will you contribute?



**Uithof** DOE MEE! BETROKKEN NIEUWS

Stap 1 van 12

Ik heb Voedsel in de Buurt gevonden via:

Amped

Mijn voedselvoorkeuren zijn:

BIOLOGISCH DUURZAAM, NIET PERSÉ BIOLOGISCH GLUTENVRIJ SEIZOENSCEBONDEN VEGETARISCH

Ik kook het volgende aantal dagen per week:

1 dag

Mijn gezin, groep of collectief bestaat uit:

1 persoon

Als het aanbod past dan wil ik mijzelf vastleggen voor:

3 maanden

Ik ben bereid voor een eerlijke vergoeding:

RUIJME BESCHIKBAAR TE STELLEN OM AF TE HALEN TE HELPEN BIJ HET SAMENSTELLEN VAN BESTELLINGEN VOEDSEL TE BEZORGEN

Ik ben bereid om actief mee te werken door:

OVER DIT INITIATIEF TE SCHRIFVEN DIT INITIATIEF TE PROMOTEN VIA SOCIAL MEDIA DIT INITIATIEF BIJ MIJN WERKGEVER AAN TE BIEDEN

VOOR DIT INITIATIEF ACTIEF IN MIJN OMGEVING TE GAAN WERVEN TE INVESTEREN IN BOERENBEDRIJVEN

**VOLGENDE »**

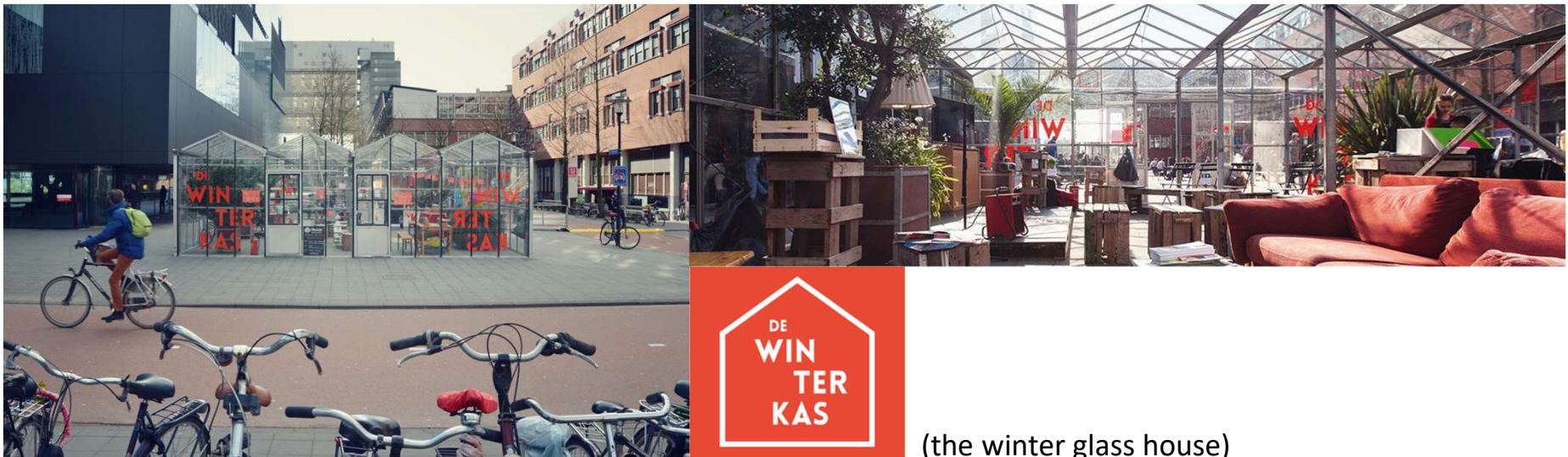
**We e-surveyed employees, students & inhabitants** about their food wishes *and* what *they* would like to contribute to new food chain (volunteer, work, offer space, invest, etc). This delivered very powerful data.

[www.voedselindebuurt.nl](http://www.voedselindebuurt.nl)



# local2|eooi

We started working with stakeholders through events and pilot-projects, collecting more demand-driven data.



# local2|e301



**L2L coordinated/produced content & communications, social media engagement, (network)marketing & PR and media exposure for all involved.**



# local2local

We opened important hubs (pickup-points) in Utrecht Science Park, such as a student-run cafe & in the Botanical Gardens.





bijv. appels

ZOEKEN

MIJN BESTELLINGEN

# Samen eten met Local2Local

Meer



## Wordt zakelijke klant

Heb je interesse wat Local2Local zakelijk voor jou kan betekenen? [Klik dan hier!](#)



## Leo Gensen in het AD: Imker laat zijn bijen overwinteren in de Dordogne

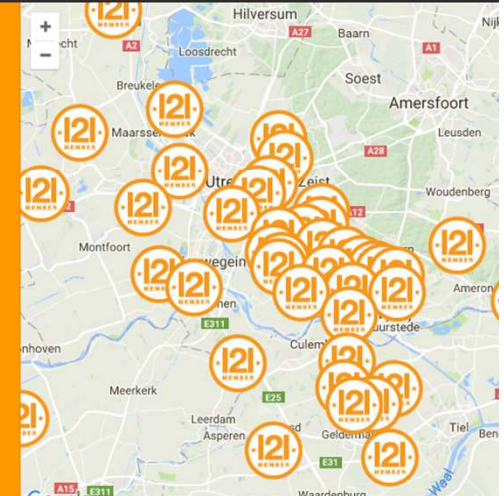
Laatste nieuws van vrijdag 16 september 2016

## Local2Local-introductie: 10% korting op alle producten bij de eerste bestelling

Actiecode ontvangen? Vul hem hier in en klik op volgende!

jouw actiecode

VOLGENDE



We built the e-commerce software for the B2C & B2B webshop, crm, distribution and logistics.

# Het verhaal van de Local2Local-boer: Diederik Beker van Betuws Wijn domein

« Ga een pagina terug



**Het Betuws Wijn domein** is een van de eerste bedrijven in de Betuwe die zich professioneel bezighoudt met de teelt, verwerking en verkoop van druiven en wijn. Het Betuws Wijn domein is met haar 6 hectare (ruim 16.000 stokken), een van de grootste wijngaarden van Nederland.

**Diederik Beker** is met zijn 30 jaar een van de jongste wijnmakers van Nederland. Na zijn studie plantkunde belande hij in de wijnbouw. Zowel in de wijngaard bij het kweken en onderhouden van de stokken, als ook in de wijnkelder waar de wijnen worden gemaakt, zwaait hij de scepter.

"Onze wijngaarden zijn centraal gelegen in het mooie Betuwse landschap, nabij Glasstad Leerdam, Fruitig Geldermalsen en Oranjestad Buren, aan de rivier de Linge. Mooier kan haast niet! Door de ontwikkeling van nieuwe schimmeltolerante en vroegrijpende druivenrassen is wijnbouw in Nederland sinds enkele decennia mogelijk. In combinatie met de kalkrijke rivierklei levert dit uitermate goede kwaliteit druiven die op duurzame wijze worden geteeld en verwerkt in onze eigen kelder."

## Social media (network) marketing

| Facebook | Twitter | Blog |

- L2L, producers, products, hubs, seasons, events

Tweets by @AmpedNL

Local2Local  
@Local2LocalNL

Het verhaal van de @Local2LocalNL-boer: Diederik Beker - Betuws Wijn domein @BetuwseWijnen [local2local.nl/blog/het-verha](http://local2local.nl/blog/het-verha)

View translation



RETWEETS 10 LIKES 5



8:27 AM - 29 Apr 2016



Local2Local

Gepubliceerd door Marc van Woudenberg [?] · 29 april om 17:29 ·

Een nieuwe blogpost: 'Het verhaal van de Local2Local-boer: Diederik Beker van Betuws Wijn domein'



Het verhaal van de Local2Local-boer: Diederik Beker van Betuws Wijn domein

Het Betuws Wijn domein is een van de eerste bedrijven in de Betuwe die zich professioneel bezighoudt met de teelt, verwerking en ...

LOCAL2LOCAL.NL

706 bereikte personen

Bericht promoten

Leuk Reactie Delen

Local2Local, Wiebe Visser, Elsenburg - Broodmaker en 12 anderen

Schrijf een reactie...



How to create a market for local, artisinally produced honey, targeted at the Muslim community.



## WHY

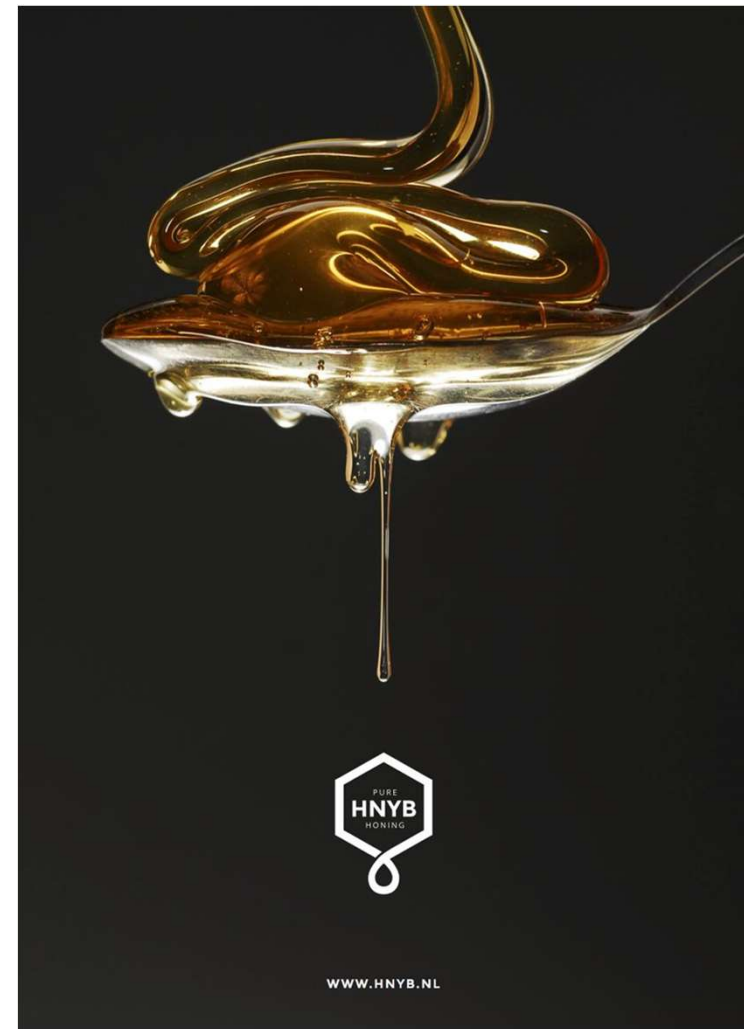
- NL population: 17 million;
- NL Muslim population: 1 million;
- Dutch people mostly buy cheap, sugary, inferiorly processed honey. Muslims buy pure honey for traditional medicinal / religious motivations.

## HOW

- We built a bi-lingual (Dutch/Arabic) webshop;
- We ran a **Facebook** ad campaign for 3 months, targeting Muslim citizens aged 25-50, living in the 5 big cities;
- “Like HNYB & you could win three pots of HNYB-honey!” - weekly lottery, give-away.
- Engage with content & create reach and awareness.

## WHAT

- Artisanally produced, pure honey from a respected beekeeping company;
- A newly developed brand: **HNYB**. PURE HONEY.





## Results

- Over 700 new and engaged followers in 3 months;
- HONYB added over 60 local Islamic resellers in Amsterdam, Rotterdam, The Hague and Utrecht;
- The Facebook activities provided an export opportunity to Iran.

## EGG NOT FOUND:



# het ei en de kip

Het Ei en de Kip Tussenstand Volg ons op Twitter Ik ben leverancier!

### De code van mijn ei is... ?

0 NL 1234567

Aanbieder

Type

Soort

Aantal eieren in een doos

Uw e-mail adres ?

Uw woonplaats

Meld mij aan voor de [nieuwsbrief](#).

**Zoek de kip!**

## Ei 1-NL-4076701 is NIET gevonden!

.@albertheijn ik wil #ei 1-NL-4076701 traceren. Kan de leverancier zich kenbaar maken op [www.eienkip.nl](http://www.eienkip.nl) aub? #eienkip

**Tweet dit!**





What's happening?

.@albertheijn ik wil #ei 1-NL-4076701 traceren. Kan de leverancier zich kenbaar maken op [www.eienkip.nl](http://www.eienkip.nl) aub? #eienkip

14

Tweet

.@albertheijn I wish to trace the origins of #egg 1-NL-4076701. I'd like the supplier to identify himself on [www.eggandchicken.nl](http://www.eggandchicken.nl), please. #eggandchicken

EGG FOUND >  
TWEET:



**Amsterdamized**  
@amsterdamized



Following

.@albertheijn ik heb vrije uitloop #eieren bij u gekocht & herkomst getraceerd via [eienkip.nl](https://eienkip.nl) #eienkip #transparantie #BlijjeKip

 View translation

.@albertheijn I bought free range #eggs at your supermarket & I traced its origin via [eggandchicken.nl](https://eggandchicken.nl) #eggandchicken #transparency #HappyChicken

# Results

- Top 10 ranking of supermarket egg transparency;
- Top tier supermarket provided dataset to obtain #1 position;
- Insight into price fluctuations;
- Farmers gain insight into where their eggs are sold (at which supermarket);
- Insight into food miles of eggs sold in the Netherlands.

# Lessons learned

- You don't need 100(0).000 followers to have impact;
- Address the marketer instead of the buyer;
- Social media and data create a (more) level playing field.

*Don't fight the system, but fool the system*



# MyFarm

MyFarm is a sophisticated program / application that can serve as a benchmark tool (social norm strategy) for e-grocers.

- MyFarm stimulates sustainable behaviour through intervention in the online purchase process;
- MyFarm intervenes on the parameters *health & local*;
- Social identification is key.

Online interventions can influence 200 million shoppers (EU).

Maak je bestelling compleet Verder winkelen Volgende stap

Jouw score op duurzaamheid is lager dan je vrienden. Je kunt hier duurzame alternatieven kiezen. Totaal in Euro € 12,21

4,3 6,1 6,1 7,8  
Michiel Joanne Spjoke

**33% van je vrienden scoort beter op duurzaamheid**  
berekend door Milieu Centraal

Je scoort een 5,3 op duurzaamheid, 66% van je vrienden scoort beter. Jouw score is onafhankelijk berekend door MilieuCentraal. Je kan jouw score verbeteren met onderstaande productsuggesties.

milieu centraal Meer informatie over mijn score Pas mijn voorkeuren aan

**Jouw score: 6,1**

Hieronder zie je drie duurzame alternatieven voor jouw boodschappen. Klik op het oude product om de suggestie af te slaan of kies een ander alternatief door op het nieuwe product te klikken.

Selecteer alle duurzame suggesties (3)

<p>100 g 1,79</p> <p>AH Delicata reep extra puur 93%</p>	<p>150 g 2,65</p> <p>Tony's Chocolonely Paar</p> <p>7 alternatieven</p>	<p>100 g 3,00</p> <p>AH Kipstuckjes</p>	<p>150 g 3,99</p> <p>Vegetarische Slager Kiptuckjes</p> <p>5 alternatieven</p>	<p>300 ml 2,49</p> <p>Innocent Tropical juice blend</p> <p>Kies suggestie (+0,05)</p>	<p>1 l 1,64</p> <p>Appelsapen Mango</p> <p>11 alternatieven</p>
--	---	---	--	---	---

Verder winkelen Volgende stap

In 2014 MyFarm ran a pilot for research purposes to test this social norm strategy.

This research has shown it is possible for consumers to change their purchase behaviour, even if consumers have no special interest in sustainable behaviour. Product information had no significant effect on the purchase behaviour of the consumers.

# MyFarm

- Pilot has shown significant positive effects in purchase behaviour;
- MyFarm's intervention is effective for people who don't care about sustainability;
- MyFarm has come to agreement with Albert Heijn (AHOLD) to integrate MyFarm into their online shop and stimulate sustainable behaviour along the parameters *health & local*.