



Telefoon (06) 502 602 05/ M. de Gier
Onderwerp Groningen Kandidaat Hoofdstad van de
Smaak 2011

Leden van de gemeenteraad van Groningen
Grote Markt 1
GRONINGEN

Datum 17 MEI 2010

Bijlage(n)

Ons kenmerk RO10.2249935

Uw brief van

Uw kenmerk

Geachte heer/mevrouw,

Wij willen u informeren over het feit dat wij hebben besloten Groningen aan te melden voor de verkiezing 'Hoofdstad van de Smaak 2011', in het kader van de landelijke 'Week van de Smaak'. De Week van de Smaak is een jaarlijks nationaal evenement, gehouden in september, met honderden grote en kleine lokale activiteiten waarin 'smaak' centraal staat en waarin ambachtelijke streekproducten, seizoensproducten en biologische voeding de hoofdrol spelen. Restaurants, producenten, consumenten, winkels, buurthuizen, supermarkten, kookscholen, boerderijen en basisscholen kunnen meedoen met een eigen activiteit, klein of groot. Ook complete winkelstraten kunnen zich laten omdopen tot 'smaakstraten'. In het kader van de Week van de Smaak worden jaarlijks een 'Held van de Smaak' en een 'Hoofdstad van de Smaak' gekozen.

De Hoofdstad van de Smaak vormt elk jaar het bruisende middelpunt van de Week van de Smaak. De benoeming geldt voor één jaar en gedurende dat gehele jaar kunnen activiteiten worden georganiseerd die gekoppeld zijn aan het predicaat Hoofdstad van de Smaak. De verkiezing tot Hoofdstad van de Smaak trekt jaarlijks extra publiciteit, brengt de sterke punten van een stad in relatie met de regio in beeld en stimuleert initiatieven en samenwerking van consumenten, producenten, winkeliers en de overheid. De afgelopen jaren hebben Valkenburg, Zwolle en Amsterdam (2009) de titel binnengesleept. 's Hertogenbosch is in 2010 Hoofdstad van de Smaak. En in 2011 willen wij de titel naar Groningen halen.

Thematiek voor verkiezing 2011

Wij hebben ons kandidaat gesteld met een bidboek met de titel 'Uit de Grond van Ons Hart'. Het bidboek zet de stad en provincie Groningen neer als boegbeeld van eerlijk, duurzaam, 'goud'eerlijk en oorspronkelijk voedsel. Kernwoorden die aan de orde komen zijn zuiver, vers, voedsaam, slowfood, biologisch, fairtrade, regionale herkomst. Ook educatie in en bewustwording van voedselkwaliteit zijn hierbij essentieel. In de concurrentie met andere

kandidaten zijn dit elementen waarmee Groningen (zowel stad als regio) sterk en onderscheidend op kan treden. Het bidboek geeft een aantal voorbeelden van activiteiten die passen bij het genoemde thema: proeverijen, bijzondere warenmarkten, kookworkshops (bv. 'oma leert omgaan met de producten van vroeger'), kookwedstrijden (straat tegen straat of kok tegen kok), running dinners, speciale activiteiten in verzorgingscentra, voedingseducatie op scholen, een dag van de streek, een fair trade congres, etc.

Aansluiting op gemeentelijke thema's

De gedachte achter de Week van de Smaak en de thematiek van het bidboek sluit aan op diverse lopende programma's en activiteiten van de gemeente. Er is een direct verband met duurzaamheid en fair-trade. Verder zijn wij bezig met het ontwikkelen van een voedselstrategie en verkiezing tot Hoofdstad van de Smaak past hierbij uitstekend als een strategische activiteit. Ook met programma's binnen OCSW (educatie), SoZaWe (programma Doorkoken) en HVD (bijvoorbeeld Dik down in Grunn) valt zowel thematisch als op het gebied van activiteitenorganisatie een goede koppeling te maken. Daarnaast is de verkiezing tot Hoofdstad van de Smaak is een uitgelezen mogelijkheid om de relatie tussen de stad en de landelijke omgeving tot uitdrukking te brengen, zoals we dat ook doen in de visie Stadsrand Groninger Ommelanden. Tot slot staat binnen het samenwerkingsverband Regio Groningen- Assen 2030 duurzame ontwikkeling en aandacht voor landelijke omgeving hoog op de agenda. In dit kader wordt het belang van het scheppen van nieuwe perspectieven voor landbouw onderstreept. Het promoten van duurzaam en lokaal geproduceerd voedsel kan hierin een stimulerende rol spelen.

Economisch zal verkiezing tot Hoofdstad van de Smaak een impuls geven. Evenementen van deze grootte houden de binnenstad levendig, zorgen voor positieve publiciteit en zullen een hoop bezoekers, ook van ver buiten de gemeentegrenzen, naar Groningen trekken. Ervaringen in steden die eerder Hoofdstad van de Smaak zijn geweest leren bovendien dat verkiezing leidt tot een veelvoud aan producenten-, winkeliers-, horeca- en burgerinitiatieven.

Tijdspad

De organisatie zal in mei 2010 bekend maken wie zich in in 2011 Hoofdstad van de Smaak mag gaan noemen. Naast Groningen hebben wij vernomen dat ook Den Haag zich kandidaat heeft gesteld. Formeel vindt overdracht van de titel 'Hoofdstad van de Smaak' in januari 2011 plaats, tijdens de BioVak, de vakbeurs voor de biologische sector op **19 en 20 januari 2011** te Zwolle. Bij uitverkiezing zal het restant van 2010 gebruikt worden voor organisatie, financiering, productontwikkeling en planning voor de activiteiten in 2011. Evenementen in het kader van de Hoofdstad van de Smaak zullen op verschillende momenten (bijvoorbeeld maandelijks) in 2011 plaatsvinden. In de **Week van de Smaak, in september 2011**, wanneer de Hoofdstad van de Smaak op landelijk niveau onder de aandacht gebracht zal worden, zal de grootste intensiteit aan activiteiten plaatsvinden.

Organisatie en planning

Bij verkiezing zullen wij de organisatie van het project 'Groningen Hoofdstad van de Smaak 2011' verder uitwerken. Qua organisatie valt er bijvoorbeeld te denken aan de opzet van een stuurgroep, een projectleider en één of enkele werkgroepen.

In een dergelijke stuurgroep zouden bestuurders uit direct betrokken organisaties plaats kunnen nemen: hierbij valt te denken aan de gemeente, de provincie, Marketing Groningen, de Groningen City Club, het Koepelproject Streekproducten Groningen, PUUR Noord-

Nederland, het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, Koninklijke Horeca Nederland en afgevaardigden uit het onderwijs en de zorg. Voor de operationele taken zouden één of twee projectleiders aangesteld kunnen worden, daar biedt de begroting ruimte voor. Zij zouden hierbij terug moeten kunnen vallen op één of enkele werkgroepen, met daarin medewerkers van eerdergenoemde organisaties. Deze werkgroepen kunnen gegroepeerd worden rond de onderwerpen inhoud, logistiek en communicatie. Het projectleiderschap kan uitgevoerd worden door een gemeentelijke projectleider en een externe projectleider met kennis van het vakgebied. Bij organisatie van het 3FM/Glazen Huis is een vergelijkbare constructie opgezet.

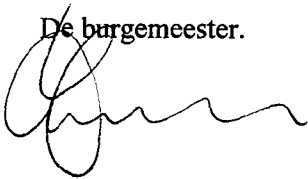
Begroting en dekking

De begroting van het evenement (uiteraard bij daadwerkelijke verkiezing) ligt op ongeveer €265.000. De dekking hiervan komt voor rekening van gemeente, provincie, de Regio Groningen-Assen en enkele koepelorganisaties. Daarnaast zijn al enkele sponsorbijdrages toegezegd. De gemeente zal maximaal € 90.000 van de kosten dekken. Deze dekking komt volledig voort uit bestaande programmering in 2010 (G-Kracht, Milieubeleidsplan, Binnenstadsmiddelen, Cultuur). Voor aanvullende Europese subsidies, bijvoorbeeld vanuit het Europese Programma 'Leonardo' van het DG Onderwijs, lopen er op dit moment gesprekken.

We vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders
van Groningen,

De burgemeester.



De secretaris.

