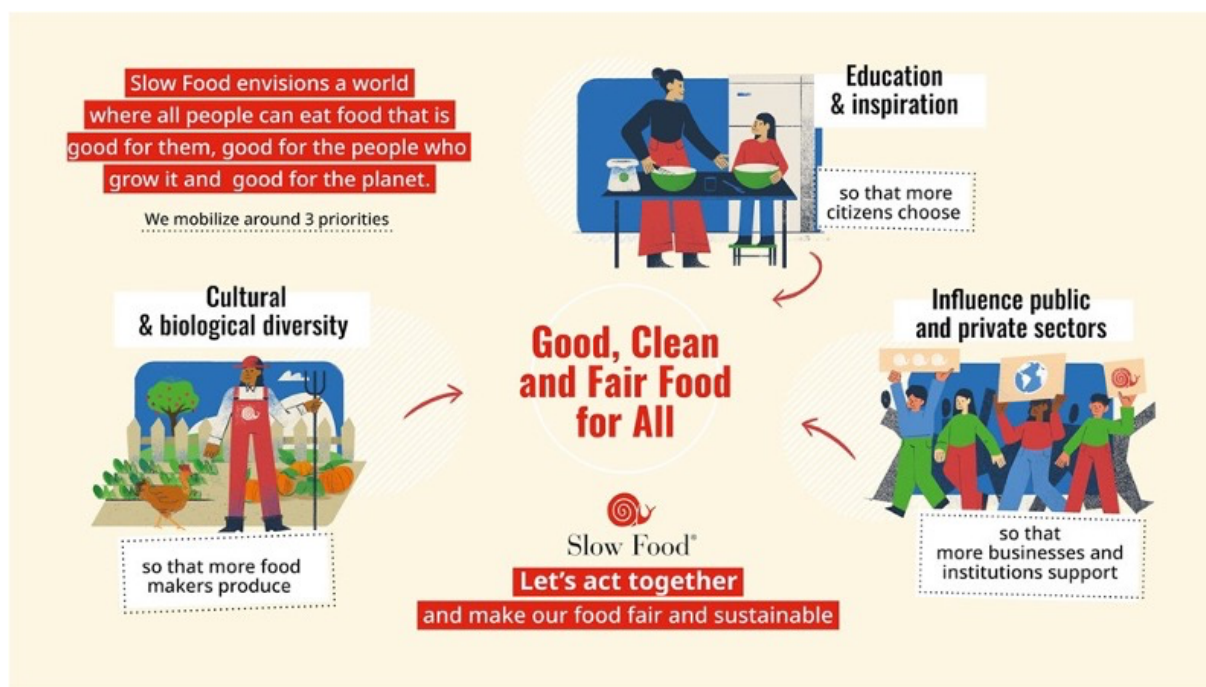


## JAARPLAN 2024

In 2019 hebben we een strategie voor 2020- 2024 vastgesteld, waar we sindsdien mee werken. In 2024 gaan we die strategie actualiseren voor 2025-2028, in samenwerking met communities en Slow Food International. We sluiten ons daarbij net als in de afgelopen jaren aan bij de strategie van de internationale Slow Food beweging.



Behalve aan deze strategie, gaan we in 2024 gaan we werken aan de volgende actielijnen:

1. Ark van de Smaak, Presidia
2. Politieke beïnvloeding rond Europese verkiezingen
3. Professionals community
4. Fondsenwerving
5. Communicatie
6. Organisatie



## **1. Ark van de Smaak en Presidia**

### **Activiteiten 2024:**

- ✓ Actief uitvragen van nieuwe Ark nominaties: ca. 5-10 per jaar
- ✓ 1 tot 3 proeverijen organiseren waarbij Ark-nominaties worden geproefd en beoordeeld of ze een plek verdienen in de Ark.
- ✓ 1 tot 3 persmomenten met nieuws over biodiversiteit en de Ark van de Smaak.
- ✓ 1 of 2 artikelen over oude of nieuwe Ark producten/producenten en hun geschiedenis.
- ✓ Bijhouden / up to date houden Ark van de Smaak op de website.
- ✓ Vertalen nieuwe Ark producten in het Engels t.b.v. internationale catalogus
- ✓ Onderzoeken of Ark producten breder onder de aandacht gebracht kunnen worden d.m.v. samenwerking, commercieel of niet-commercieel.
- ✓ Presidia actualiseren en aanhaken aan de professionals community - logogebruik regelen

### **Budget:**

€ 2.000,-

## **2. Politieke beïnvloeding rond Europese verkiezingen**

Vlak voor de Tweede Kamerverkiezingen eind 2023 organiseerden Slow Food Nederland en Slow Food Youth Network Nederland (SFYN) gezamenlijk een politiek evenement. In een uitverkochte zaal gingen de aanwezigen in gesprek met een panel van politiek actieve Slow Food-ers én met elkaar. Dat was een groot succes, dus dit krijgt in 2024 een vervolg met de Europese verkiezingen op komst.

### **Acties 2024:**

- ✓ Gezamenlijk politiek evenement van Slow Food Nederland en Slow Food Youth Network Nederland (SFYN) vlak voor de Europese verkiezingen die op 6 juni 2024 plaatsvinden.
- ✓ Ondersteuning van en deelname aan de Good Food Good Farming campagne "Vote for the Future" (maart t/m juni), in samenwerking met Slow Food Europe en andere landelijke Slow Food organisaties in Europa.
- ✓ Voortzetting van onze actieve deelname aan de "advocacy" werkgroepen en campagnes van Slow Food Europe gedurende het hele jaar.

### **Budget:**

€ 2.500,-



### 3. Professionals community

In 2023 is de Professionals Community gelanceerd. Daarmee wil Slow Food een levendige community van professionals faciliteren die zich via Slow Food kunnen profileren en hun markt kunnen uitbreiden, en die elkaar daarnaast kunnen vinden, inspireren, en kennis en ervaring kunnen delen. De doelstelling voor 2024 is om minimaal 150 leden van de community te hebben, vier evenementen te organiseren en een werkende online omgeving te creëren. Daarvoor werken we samen met SFYN, communities, bestaande profs en SF leden. We kijken ook naar samenwerking met andere organisaties.

#### **Acties 2024:**

- ✓ Aanscherpen van de vraag “waarom lid worden van de profs community?”. Tot nu toe is dit zo geformuleerd:
  - *Advies, ervaringen en nieuws krijgen en delen met een breed scala aan voedselondernemers en professionals.*
  - *Een nieuwe afzetmarkt vinden ( de achterban van Slow Food, waar mensen vanuit de hele keten deel van uitmaken, waaronder ook veel gemotiveerde consumenten die altijd op zoek zijn naar good, clean en fair producten).*
  - *Samen verandering teweeg brengen*
  - *Gezamenlijk nieuwe projecten of producten opzetten die voor alle betrokken ondernemers voordelen met zich meebrengen*
  - *Je maakt deel uit van een grote (inter)nationale beweging - mogelijkheden tot internationale samenwerking*
  - *In 2024 onderzoeken we welke lagen we nog kunnen toevoegen.*
- ✓ Opzetten van een whatsapp business account en een online community om laagdrempelig te kunnen communiceren (*gerealiseerd via Whatsapp*)
- ✓ Plannen en organiseren van 3 a 4 bijeenkomsten voor professionals (leden en potentiële leden)
- ✓ Nieuwe leden achter de broek aanzitten om tekst voor de website aan te leveren
- ✓ Website vervolmaken

#### **Budget:**

€ 3.000,-

### 4. Communicatie

Internationaal heeft SF zijn missie teruggebracht tot de begrippen 'Good, Clean & Fair'. Dat is een mooie kernachtige verwoording van het gedachtegoed, maar voor de Nederlandse situatie nog wat abstract. De komende tijd zou voor het voetlicht gebracht moeten worden dat het huidige 'dominante' voedselsysteem de oorzaak is van veel problemen waar we op dit moment mee te kampen hebben, van wereldwijde milieuproblematiek tot, meer lokaal, individuele gezondheidsproblemen. Maar waar 'goed doen' om de problemen het hoofd te bieden vaak gaan over wat je als individu allemaal



niet (meer) moet doen, biedt Slow Food een handelingsperspectief waarbij je juist dingen wél moet doen. Heel in het kort: voedingsmiddelen die gekenschetst kunnen worden als lokaal, seizoensgebonden, ambachtelijk en kleinschalig zijn (vaak) niet alleen beter voor de wereld en voor je gezondheid, maar zijn ook lekkerder en leuker; een verrijking in plaats van een verschraling dus.

#### **Acties 2024:**

- ✓ communicatie daadwerkelijk over “food” laten gaan - eetbare dingen die de wereld verbeteren
- ✓ duidelijker maken wat je eraan hebt om lid te zijn van Slow Food

Boodschap specifiek:

- ✓ leden van de professionals community uitlichten, met 1 x per maand een portret
- ✓ 1 maal in de 2 weken een oproep voor profs om zich aan te sluiten
- ✓ betaalde promotie van de SFPC via social media
- ✓ de content van het Ark van de Smaak boek gebruiken op social media, met 1 x per maand een product
- ✓ het jaarthema “Slow Beans” ook dit jaar gebruiken, met 1 x per 2 maanden een filmpje
- ✓ het internationale karakter van de Slow Food beweging als USP uitbuiten, door wekelijks een bericht van SFI te delen
- ✓ de synergie met de communities en SFYN versterken, door hun activiteiten actief te promoten.

#### **Budget:**

€ 2.500,-

## **5. Fondsenwerving**

De inkomsten uit ledengeld lopen jaarlijks terug. Om toch aan onze doelen te kunnen blijven werken moeten we andere bronnen aanboren. Samen met SFYN gaan we de fondsenwerving oppakken. Daartoe is inmiddels een klein slagvaardig team samengesteld.

De volgende acties staan op de rol:

- ✓ onderzoeken welke fondsen kansrijk zijn voor Slow Food
- ✓ twee of drie kansrijke projecten selecteren en daar een aanvraag voor indienen
- ✓ contact leggen met de fondsenwerfers van Slow Food International om van hun expertise gebruik te maken en te leren hoe we succesvoller kunnen worden
- ✓ met hen een fondsenwerf-strategie voor de langere termijn opstellen, waarmee we in een later stadium ook grotere fondsen kunnen aantrekken

#### **Budget:**

Fondsenwerver krijgt een percentage van het fonds dat hij/zij binnenhaalt)



---

## ***Organisatie***

Slow Food kent in Nederland verschillende Slow Food communities verspreid over het land. Zij vormen de basis van de beweging en zetten zich in voor good, clean en fair voedsel voor iedereen, in een stad of regio, of rond een bepaald thema. Consumenten, producenten en koks weten elkaar hier te vinden en delen hun kennis op het gebied van gastronomisch erfgoed, authentieke productiewijzen en duurzaam geproduceerde, traditionele en nieuwe streekproducten.

Een aantal communities is zeer actief en daar zien we dat het aantal leden en supporters stabiel blijft of zelfs groeit. Een groeiend aantal communities heeft echter moeite om actief te blijven, bestuursleden te vinden of activiteiten te organiseren. Daar zien we dan ook het aantal aanhangers teruglopen. In 2024 zullen we samen met de communities te onderzoeken of andere vormen van organisatie en/of betrokkenheid mogelijk zijn om de beweging van Slow Food in Nederland vitaal te houden.

## ***Budget:***

€1.000

## BEGROTING 2024

BATEN	
<b>Inkomsten</b>	
Contributies en Donaties	€ 90.000
Fondsen en subsidies	PM
Verkoop	1.000
<b>Totaal Inkomsten</b>	<b>91.000</b>
LASTEN	
<b>Vaste Lasten</b>	
Afdrachten	€ 37.000
Administratieve kosten	€ 8.000
Bestuurs- en commissiekosten	€ 8.000
Personeelskosten	€ 31.000
Vaste Communicatiekosten	€ 6.000
<b>Vaste Lasten Totaal</b>	<b>€ 90.000</b>
<b>Prioriteiten</b>	
Ark van de Smaak en Presidia	€ 2.000
Politieke Beïnvloeding	€ 2.500
Professionals Community	€ 3.000
Communicatie	€ 2.500
Fondsenwerving	PM
Organisatie	€ 1.000
<b>Totaal actielijnen</b>	<b>€ 11.000</b>
<b>Totaal Uitgaven</b>	<b>€ 101.000</b>
<b>Saldo</b>	<b>€ -11.000</b>