



**Buck
Consultants
International**

Actualisatie ‘Marktperspectief Foodpark Veghel’

Inhoud

	Blz.
1 Vraagstelling en context	1
2 Relevante ontwikkelingen	3
3 Conclusies	9

Uitgevoerd in opdracht van:
Gemeente Veghel

Buck Consultants International
Nijmegen, 29 maart 2016

1 Vraagstelling en context

A Uw vraag

Op 29 april 2015 heeft de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State het besluit van de raad van de gemeente Veghel van 13 februari 2014 vernietigd. Het besluit ging over de vaststelling van het bestemmingsplan 'Bedrijventerrein Foodpark' en het exploitatieplan 'Bedrijventerrein Foodpark'. Het belangrijkste argument voor de Raad van State om een streep te zetten door beide plannen, is dat de gemeente niet op een juiste wijze heeft beoordeeld of er wel of geen milieueffectrapportage voor de ontwikkeling van het bedrijventerrein dient te worden opgesteld. De Raad van State is van oordeel dat er een onlosmakelijk verband bestaat tussen de ontwikkeling van fase 1, waarvoor het bestemmingsplan was vastgesteld en de door de gemeente beoogde toekomstige ontwikkeling van de 2e fase van het bedrijventerrein. De gemeente Veghel is nu bezig met het opstellen van een nieuw bestemmingsplan voor Bedrijventerrein Foodpark (fase 1) om deze zo snel mogelijk in procedure te brengen en voorziet daarin ook een actualisatie van nut en noodzaak. De gemeente Veghel heeft Buck Consultants International (BCI) gevraagd of de conclusies van het onderzoek 'Marktperspectief Foodpark Veghel' (2011) en de eerdere actualisatie (2013) over-eind blijven.

In deze compacte en overzichtelijke notitie worden het nut en noodzaak voor Foodpark Veghel beschreven en onderbouwd met cijfers en kwalitatieve informatie. Hiervoor worden enkele stappen doorlopen:

- analyse van ontwikkelingen in recente jaren (vanaf 2013), in termen van regionale uitgifte voor Veghel en de regio
- oordeel van de gemeente Veghel over de marktomstandigheden en perspectieven voor Bedrijventerrein Foodpark
- beschrijving van de relatie met de ladder voor duurzame verstedelijking
- conclusies ten aanzien van de houdbaarheid van eerdere onderzoeken (2011 en 2013) en mogelijke nuanceringen

Foodpark Veghel richt zich vooral op food(gerelateerde) bedrijven. Hierbij wordt aangesloten op de volledige keten en gaat het niet alleen om bedrijven die primair actief zijn in de sector food, maar ook om bedrijven in de toeleverende sectoren, cross-overs en intermediairs zoals makelaars en adviseurs. Voor vestiging op Foodpark Veghel ligt het accent - in termen van concrete doelgroepen - op verwerkers, producenten, groothandel, retail en foodservice en logistiek.

B *Houdbaarheid ‘Marktperspectief Foodpark Veghel’ (2013)*

In september 2013 werd het ontwerpbestemmingsplan Bedrijventerrein Foodpark vastgesteld. Destijds is door een van de reclamanten de vraag gesteld of conclusies en aanbevelingen van het ‘Marktperspectief Foodpark Veghel’, dat in 2011 is opgesteld door BCI, nog actueel zijn. De gemeente Veghel heeft BCI toen gevraagd een toets te doen met betrekking tot de houdbaarheid van het Marktperspectief Foodpark Veghel (dd. oktober 2011).

Het marktperspectief (uit 2011) is hieronder kort samengevat:

Marktperspectief Foodpark Veghel (2011) – in het kort

In deze notitie is het marktperspectief van het Foodpark Veghel uiteengezet. Het geeft een beeld van het profiel van Veghel als ‘food & feed stad’ (SWOT), toont een overzicht van het perspectief van de sector (trends en ontwikkelingen) en maakt de ruimtebehoefte naar Foodpark Veghel inzichtelijk. Uit de analyses blijkt dat de ambitie die is neergelegd in het Masterplan Foodpark Veghel te groot is, zeker voor de komende 10 jaar. Ontwikkeling van een bedrijvenpark van 70 ha netto dat specifiek is ingericht voor food & feed bedrijven en daaraan gelieerd onderwijs, cultuur en kunst is vanuit marktperspectief niet realistisch, ook niet op langere termijn. In analyse wordt ingezoomd op de ontwikkelingsfilosofie voor het bedrijventerrein, waarbij de essentie, doelgroep en vestigingseisen, randvoorwaarden en bijkomende risico’s worden vertaald in concrete handvatten om Foodpark Veghel in ontwikkeling te brengen.

Om de haalbaarheid van dit marktperspectief te toetsen zijn in 2013 de volgende elementen opnieuw en nader bekeken:

- omvang uitgifte in de regio (aantal transacties, ha)
- aandeel van Veghel in de regio
- het gebruikte lange termijn-scenario (Transatlantic Market, TM)
- invulling van de beleidsimpuls in de afgelopen jaren (2014/2015)

Hieronder de toets resultaten (uit 2013) kort samengevat:

Houdbaarheid ‘Marktperspectief Foodpark Veghel’ (2013) – in het kort

In deze korte notitie zijn geen uitspraken gedaan over exacte hectares in relatie tot ruimtebehoefte. De markt staat onder druk, recente resultaten geven geen houvast voor passief optimisme en de lange termijn ramingen (voor werkgelegenheid) benadrukken nog eens extra de druk om onderscheidend te zijn en het tegendeel te bewijzen. De regionale plus kan uitsluitend worden gerealiseerd als regionale partners niet concurreren met Veghel en afspraken worden gemaakt én nageleefd over vestiging en concentratie van food/feed bedrijven in Veghel. De conclusie luidt dat het geschetste marktperspectief overeind blijft en dat er voldoende marktperspectief is voor de eerste fase (27,6 ha) tot 2020. De eerste fase van het Foodpark vraagt wel om een ontwikkelingsstrategie die zich op een bredere doelgroep richt dan de waardeketen food & feed (uit Veghel en de ruimere regio).

Om de haalbaarheid van het marktperspectief opnieuw te toetsen zijn in deze notitie dezelfde elementen opnieuw bekeken en geactualiseerd.

2 Relevante ontwikkelingen

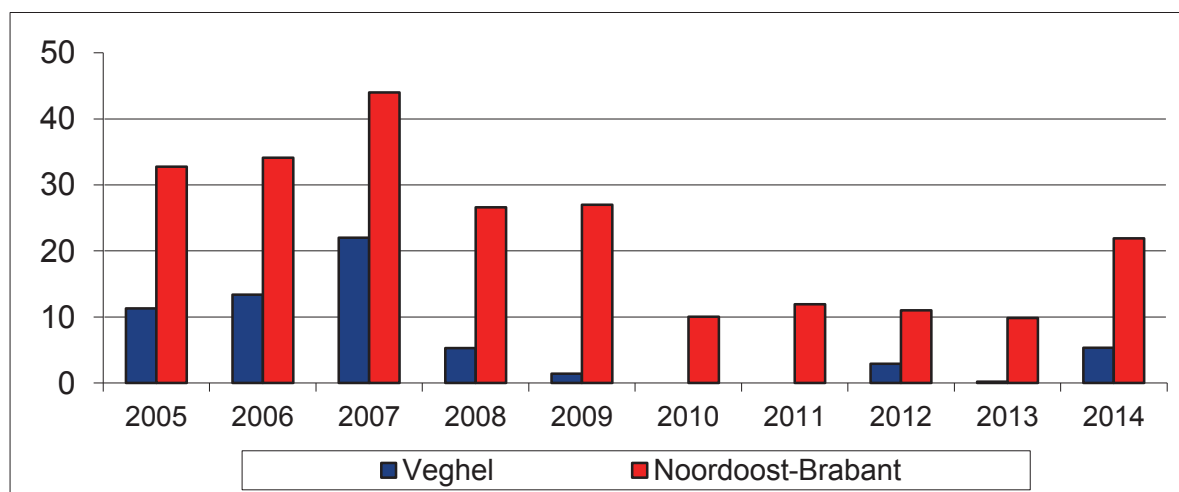
A Vraag en aanbod

Om de toekomstige vraag naar bedrijventerreinen voor Veghel te bepalen, worden twee invalshoeken gebruikt. Ten eerste kijken we naar de historische uitgifte, ten tweede maken we gebruik van recent uitgevoerde onderzoeken die zich baseren op macro-economische scenario's.

Historische uitgifte bedrijventerreinen 2005-2014

In de regio Noordoost-Brabant lag de uitgifte in de periode 2005-2014 gemiddeld (per jaar) op circa 23 ha. Op de bedrijventerreinen in de gemeente Veghel werd in deze periode circa 6,2 ha per jaar uitgegeven (een aandeel van circa 27% in de regio). Vanaf 2010 zien we een forse daling in de uitgifte in de regio. Ook in Veghel is vanaf 2008 sprake van een forse daling. In 2014 kruipen de cijfers weer enigszins omhoog en bevindt het uitgifte tempo zich (ongeveer) op het niveau van 2008, overigens zonder dat al bekend is of deze aantrekkende uitgifte ook doorzet.

Figuur 1 Historische uitgifte bedrijventerreinen 2005-2014



Bron: IBIS, 2005-2014

De afgelopen vijf jaar (2011-2015) hebben in Veghel 13 transacties plaatsgevonden op bedrijventerreinen, voornamelijk op bedrijventerreinen De Dubbelen en Doornhoek. In 2014 heeft Veghel 5,4 ha bedrijventerrein uitgegeven. Dit is het hoogste uitgifte cijfer sinds 2007 (toen 22 ha). In de regio Noordoost-Brabant is in 2014 bijna 22 ha uitgegeven. In 2009 lag dit cijfer voor het laatst hoger (toen 27 ha).

In de gemeente Veghel is zoals gezegd de afgelopen tien jaar gemiddeld 6,2 ha per jaar uitgegeven. In de regio Noordoost-Brabant is dat 23 ha per jaar. Als dit gemiddelde wordt doorgetrokken voor de periode tot 2030, dan resulteert dat in een ruimtevraag op basis van historische uitgifte van 93 ha voor de gemeente Veghel en 345 ha voor de regio.

De gemeente Veghel heeft anno 2016 diverse concrete leads die serieuze belangstelling voor vestiging in Veghel hebben. Onderstaand de belangrijkste op een rij, waarbij gesprekken met kleinschalige lokale partijen niet zijn opgenomen.

- Veghel was onlangs in de race voor de vestiging van een nieuwe productiefaciliteit van Danone (deze is uiteindelijk geland in Cuijk, waar Danone al van oudsher is gevestigd).

Lange termijn scenario's

Buck Consultants International

Eind 2014 heeft Bureau BUITEN in opdracht van de Provincie Noord-Brabant een prognose opgesteld naar de kwantitatieve behoefte aan bedrijventerreinen in de perioden 2014-2020, 2021-2030 en 2031-2040. Bureau BUITEN maakt gebruik van prognoses van EIB over de ontwikkeling van werkgelegenheid. Deze prognoses worden gehanteerd als de onderlegger voor bestuurlijke afspraken over de programmering van bedrijventerreinen in de Brabantse regio's. Begin 2015 is aansluitend op het kwantitatieve onderzoek een kwalitatief verdiepingsonderzoek bedrijventerreinen Noord-Brabant uitgevoerd (Stec Groep).

Onderstaande tabel geeft de prognose per periode voor de regio Noordoost-Brabant weer. De getallen betreffen de ontwikkeling van de ruimtebehoefte (toevoeging ten opzichte van de bestaande voorraad uitgegeven terrein).

Figuur 2 Prognose ontwikkeling ruimtebehoefte (in netto ha) Noordoost-Brabant

Periode	Noordoost-Brabant
2014-2020	+178
2021-2030	+10
2031-2040	-60
Totaal 2014-2040	+128

De netto ruimtebehoefte zit dus vooral in de komende jaren. Na 2030 vlakt de vraag af tot zelfs een negatieve vraag (resultaat van dalende en groeiende markten). Maar in de komende periode (tot 2030) wordt een ruimtebehoefte van 188 ha voorzien voor Noordoost-Brabant.

Uit de kwalitatieve verdiepingsslag blijkt dat de ruimtevraag zich grotendeels voor zal doen in de (zeer) grootschalige logistiek en groothandel. Bijna 95 hectare van de regionale uitbreidingsvraag wordt in dit segment verwacht. Het onderzoek stelt dat er geen ruimtevraag vanuit productie c.q. industrie te verwachten is. Trends en daadwerkelijke ruimtevraag (in Nederland en in de regio) laten voorlopig nog een ander beeld zien: er zijn in recente jaren (en nu eveneens) meerdere voorbeelden te noemen van productiebedrijven (o.a. in de foodsector) die omvangrijke kavels zoeken. Het voorbeeld van Danone is een hele concrete, die in de regio is geland. Veghel zelf heeft nu een concrete (internationale) lead die specifiek interesse heeft in een grote kavel in Veghel. Een vraag die in Veghel alleen op het Foodpark kan worden gefaciliteerd.

Aanbod van bedrijventerreinen

De regio werkt momenteel aan een herijking van de regionale afspraken over (programmering van) bedrijventerreinen, op basis van recente onderzoeken. Deze exercitie resulteert medio 2016 in nieuwe regionale afspraken.

Voor nu kan worden gesteld dat qua 'concurrerend aanbod' de regio slechts enkele locaties in de aanbidding heeft die mogelijk als alternatief voor Foodpark Veghel zouden kunnen dienen. Het betreft dan vooral de locaties Laarakker in Cuijk (nog circa 40-45 ha) en Vorstengrafdonk (nog circa 30 ha) die de huidige vraag kunnen accommoderen: grootschalig en met mogelijkheden voor een relatief hoge milieucategorie. Doornhoek en De Dubbelen (in Veghel) hebben nog beperkte keuze, er is (door de vele uitgiftes) weinig flexibiliteit

meer om de kavelgrootte aan te passen. Hetzelfde geldt voor de Rietvelden in 's-Hertogenbosch, waar nog één grote kavel beschikbaar is en enkele wat kleinere percelen. Heesch-West is als zacht plan ook nog in beeld, een gezamenlijke ontwikkeling van Oss en 's-Hertogenbosch van 90 ha. De besluitvorming van de betrokken partijen over verdere planvorming (doelgroepen, bestemmingsplan, en dergelijke) moet nog plaatsvinden.

Confrontatie vraag & aanbod

Voor de doelgroepen waar Foodpark Veghel vooral op mikt, in de keten van food-gerelateerde bedrijven, is het aanbod in de regio beperkt tot enkele (omvangrijke) bedrijven-terreinen die de vraag van deze partijen kunnen accommoderen. Conform de kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de ruimtebehoefte in Noordoost-Brabant zal een belangrijk deel van de ruimtevraag 'grootschalig' zijn. Daadwerkelijke transacties in het hele land ondersteunen de ontwikkeling, dat partijen regelmatig meer dan 10 ha zoeken.

Van de geprognosticeerde ruimtevraag van 188 ha tot 2030 zal dan ook het grootste deel 'grootschalig' zijn. Zeker niet allemaal groter dan 10 ha, maar in alle sectoren met dynamiek in ruimtevraag is sprake van een zekere schaalvergroting. Stec Groep voorziet in de periode tot 2030 een vraag van circa 150 ha voor grootschalige logistiek en zeer grootschalige logistiek. Overigens gaat dat gepaard met een negatieve vraag van andere sectoren zoals bouw, kleinschalige industrie en zakelijke dienstverlening. Dat laat onverlet dat voor de accommodatie van de grote vraag naar grootschalige kavels alle bovengenoemde terreinen (in Oss, Cuijk en 's-Hertogenbosch) een rol te vervullen hebben. De regio heeft dan wel een (grote) uitdaging op diverse andere plannen en locaties waar het aanbod niet (meer) tegemoet komt aan de actuele kwalitatieve vraag.

B Effort beleidsimpuls Foodpark Veghel

Economische stimulering

De economische stimulering van het cluster food & feed in Veghel, en in het bijzonder Foodpark Veghel, heeft de afgelopen jaren vooral vorm gekregen door het ontwikkelen van diverse marketing, promotie en branding-acties. De aanpak voor marketing en acquisitie van Foodpark Veghel is eind 2014 vastgelegd in een marketing- en acquisitieplan. Hierin worden de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen voor Foodpark Veghel benoemd. Vervolgens worden hier concrete activiteiten (basics, offline, online en personal contact) aan gekoppeld.

Naast de lokale inzet vanuit Veghel, werken gemeenten in Noordoost-Brabant samen op het gebied van economie in Agrifood Capital. Binnen het samenwerkingsverband werken ondernemers, overheden en onderwijsinstellingen samen aan innovatieve oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken rondom duurzaamheid, voeding en gezondheid. Agrifood Capital wil Noordoost-Brabant in 2020 laten excelleren als dé topregio in agrifood. Aan de hand van verschillende projecten wordt toegewerkt naar 15 concrete doelstellingen in 2020. Dit alles onder het motto: 'Sowing innovation, harvesting the future.'

Diverse food-gerelateerde initiatieven hebben afgelopen jaren het licht gezien in Veghel, die bijdragen aan de profilering en propositie van Veghel. Het Food Innovatie Center is een voorbeeld, evenals de Verspillingsfabriek die is opgezet door lokale ondernemer Bob Hutten van Hutten Catering (een initiatief waarin ook partijen als Wageningen UR en Sligro participeren).

Marketing & acquisitie

Op het gebied van marketing & acquisitie is het noodzakelijk dat de gemeente Veghel zich op verschillende manieren laat zien. De afgelopen jaren is ingezet op een aantal zaken.

Veghel heeft veel geïnvesteerd in de relatie met belangrijke partijen als BOM en NFIA, zodat deze ontwikkelingsmaatschappijen Veghel op het netvlies hebben als zij (buitenlandse) bedrijven adviseren en faciliteren. Dat lijkt zijn vruchten af te werpen, gezien gesprekken met de BOM over een grootschalige zuivelfabrikant.

De marketing en acquisitie aanpak is vastgelegd met concrete afspraken en activiteiten voor bedrijventerrein Foodpark Veghel (d.d. oktober 2014). De doelstelling van het marketing- en acquisitieplan is om bij te dragen aan een ontwikkeling van Foodpark. Het plan moet er voor zorgen dat het verwachte uitgifte tempo gehaald wordt en richt zich hoofdzakelijk op food(gerelateerde) bedrijven (zoals binnen Agri-Food Capital). De gemeente Veghel heeft aangegeven dat er - gezien de procedure bij de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State tegen het vastgestelde bestemmingsplan - de afgelopen twee jaar weinig is ingezet op marketing en acquisitie, maar dat er desondanks relatief veel interesse is vanuit de markt voor Foodpark Veghel. De onzekerheid over het bestemmingplan lijkt hier (opvallend genoeg) weinig invloed op te hebben.

Een regionaal marketing & acquisitieapparaat vanuit Agri-Food Capital op het gebied van Agro & Food en aanpalende sectoren waar interessante cross-overs mogelijk zijn is verkend. Daarnaast wordt regionaal verkend of verdergaande afspraken over uitgifteprotocol of een regionale grondbank realistische opties zijn om de regionale propositie te versterken en verduurzamen.

Regionale afspraken

- Het nieuwe regionaal programma bedrijventerreinen zal naar verwachting in juni 2016 worden vastgesteld.
- In de 'Agenda Noordoost-Brabant: Richting 2020' werd in 2010 de ambitie uitgesproken om als Noordoost-Brabant in 2020 een excellente regio te zijn in Food, Health & Farma (FHF). Concreet wil Noordoost Brabant dat in 2020 minimaal vijf toplocaties (Willemspoort 's-Hertogenbosch, Life sciences Park Oss, Health Campus Boxmeer, Zorgpark Uden en Foodpark Veghel) voor innovatieve bedrijvigheid zijn gerealiseerd of worden voorbereid.
- Er zijn geen specifieke en formele afspraken gemaakt over het begeleiden en/of geleiden van potentiële food & feed bedrijven naar Foodpark Veghel. Ondanks dat wordt in de praktijk wel degelijk samengewerkt in het doorgeven en –spelen van mogelijke leads en geïnteresseerde bedrijven wanneer hier sprake van is. De lastige marktomstandig-

heden met beperkte gronduitgifte hebben echter wel een dempend effect op de bereidheid om samen te werken en leads naar de burens door te spelen.

Deelconclusies

Er wordt nog steeds op meerdere fronten actief werk gemaakt van de 'gerichte beleidsimpuls' om Veghel in brede zin en Foodpark Veghel in het bijzonder in de kijker te spelen van bedrijven en spelers in de keten van food.

De economische stimulering die lokaal en vooral regionaal is opgetuigd, heeft een positieve impact op de ontwikkeling van de food & feed sector en op de aantrekkelijkheid van de positie van Noordoost-Brabant, Veghel en Foodpark Veghel.

De marketing en acquisitie effort is lokaal opgepakt, regionaal wordt verder verkend. Vooralsnog heeft Veghel diverse serieuze en interessante leads te pakken.

3 Conclusies

A **Conclusies actualisatie ‘Markperspectief Foodpark Veghel’**

We doen, net als in 2013, geen nieuwe uitspraken over exacte hectares van Veghel in het regionale spectrum. De markt is meer in beweging, zeker in bepaalde (grootschalige) segmenten. Dat impliceert dat bepaalde (bestaande) bedrijventerreinen moeilijker tegemoet kunnen komen aan de actuele behoefte van bedrijven. Foodpark Veghel mikt echter wel op de doelgroepen waar sprake is van dynamiek en kan daar met de beoogde propositie goed op inspelen.

Een kanttekening is dat de eerder genoemde economische ‘plus’ (in kwantitatieve zin in orde van grootte van het Global Economy scenario) én de in 2011 geschetste mogelijke ‘plus’ vanuit de regio op basis van de prestaties afgelopen jaren (voor nu) niet meer te onderbouwen zijn.

Kortom: de **conclusie uit 2013 blijft overeind**. Voor de eerste fase van Foodpark Veghel (ca 28 ha netto) is er voldoende marktperspectief, ook in combinatie met het aanbod op locaties Laarakker en Vorstengrafdonk. Veghel komt met deze ontwikkeling tegemoet aan een evidente vraag in de markt die beperkt in de regio kan worden gefaciliteerd. Teveel aan hectares (in het aanbod) concentreert zich op andere locaties, wat onverlet laat dat de regio (inclusief Veghel) een maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft om daarvoor tot slimme oplossingen te komen.

Een gerichte proactieve inzet op marketing & acquisitie is en blijft cruciaal, met een onderscheidende propositie en concurrentiepositie op (inter)nationaal niveau. Dit vraagt om een integrale clusteraanpak waarbij o.a. wordt samengewerkt met Agrifood Capital, BOM en NFIA op het gebied van op het gebied van marketing en acquisitie.