

Atlanthis

Handelshuis BV

GROOTHANDEL IN EERLIJK WAAR

Atlantis Handelshuis is de groothandel in (H)Eerlijk(e) Waar. Wij vermarkten producten uit de regio met een zo kort mogelijke en transparante (voedsel)keten binnen de regio. Met onze partners laten wij zien dat het mogelijk is om verantwoorde streekproducten op de menu's te krijgen in ziekenhuizen en zorginstellingen.

Food is the



Best

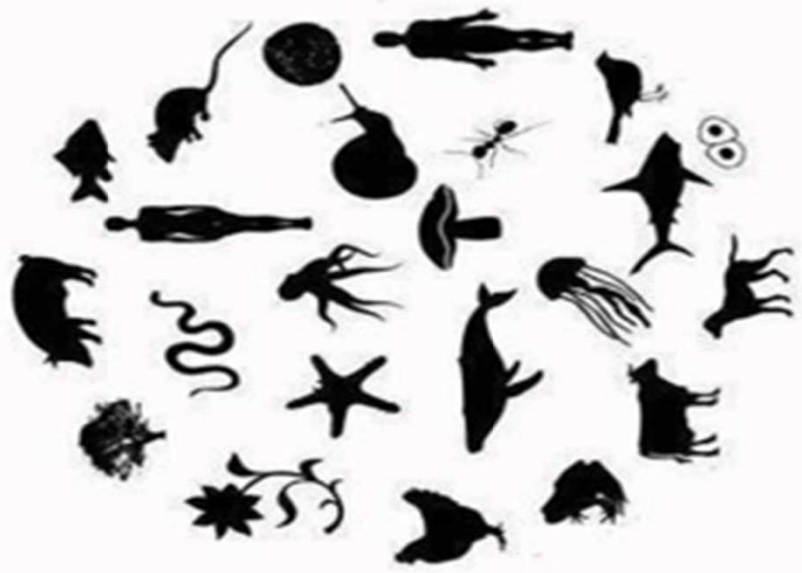
Medicine!

My Natural Family.com

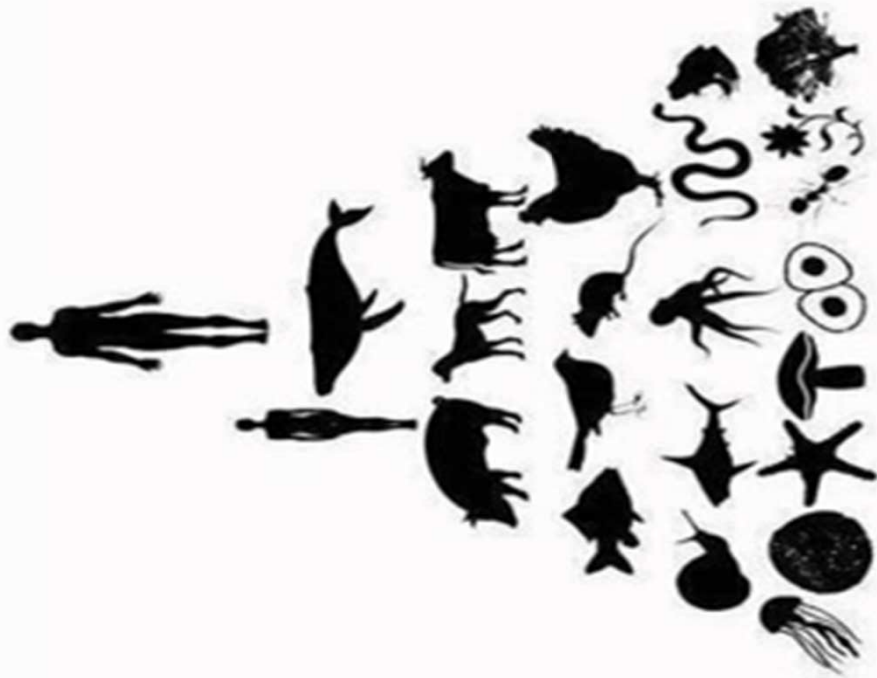


Atlantis Handelshuis wil zoveel mogelijk positieve impact voor het milieu creëren door meer regionale samenwerking te organiseren tussen telers, tuinders en boeren, zodat de koppeling gemaakt kan worden met zorginstellingen en ziekenhuizen en deze te begeleiden in hun transitie om verse en gezondere voeding op het menu te krijgen.

ECO

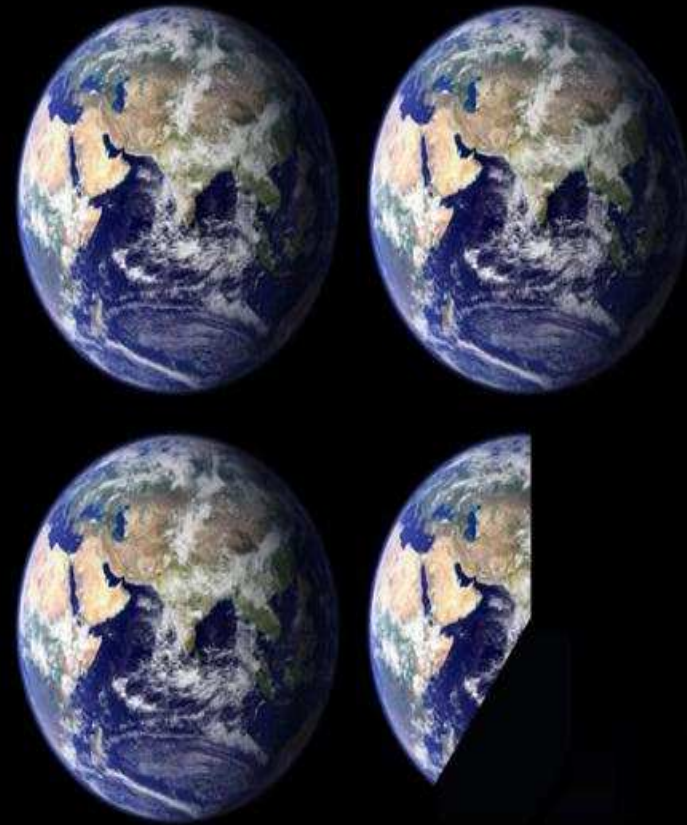


EGO



Gebruik van Grondstoffen

- In 2015 hadden 1,5 aarde nodig om te produceren wat we nodig hebben.
- De gemiddelde Nederlander heeft 6,3 hectare nodig en dat zijn zo'n 9 voetbalvelden. Klinkt niet veel, maar als iedereen op de wereld zo zou leven, dan zijn er 3,5 aardbollen nodig...



Juli 2014 gestart als leverancier voor het Westfriesgasthuis

Volgorde:

- AGF
- Vlees en gevogelte
- Vis
- Vleeswaren
- Kaas e.a. zuivel

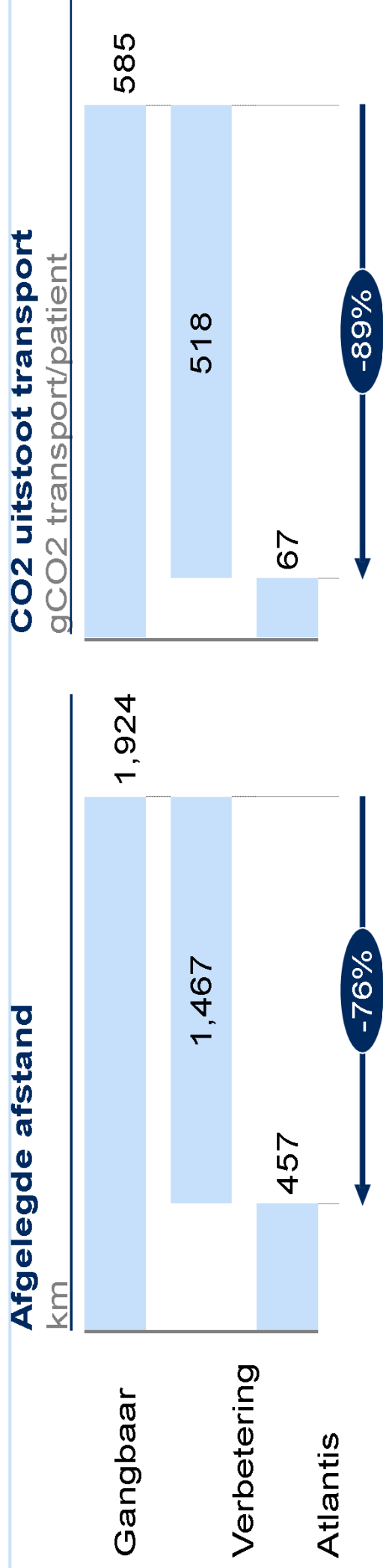
Methode:

- Eerst meelopen in de keuken
- Daarna adviseren op product niveau vanuit concept menu's
- Westfriesgasthuis bepaalt het tempo
- Wennen aan elkaar werken aan vertrouwen
- Ook meedenken met de communicatieafdeling
- Wat kunnen we samen nog meer

- ***Uitgangspunten:***
- Integrale benadering: van 40% afval naar 5% = 35% minder inkoop. Dit verschil besteden om kwalitatief betere en gezondere producten in te kopen.
- 4 seizoenen: Winter, lente, zomer en herfst menu's. De producten inkopen die in het seizoen in overvloed zijn.
- Groentes: Eerst de groentes selecteren. Daar het gerecht omheen bouwen.

Lokale inkoop brengt transportafstand en CO2 emissies terug

Directe impacts



- Gewogen gemiddelden naar transport gewicht en carbonintensiteit
- Lokale sourcing voorkomt grote afgelegde afstanden
- De carbonintensiteit van lokaal transport in vergelijking tot lange afstand transport is beter voor het milieu
- Lokaal wegtransport is per kg/km vervuilender dan lange afstand wegtransport
- Totale CO₂ impact gebaseerd op 200 maaltijden per dag en is 65 tCO₂ (voor Westfriesgasthuis)
- ... en lokaal eten is verser waardoor het een betere kwaliteit heeft en uiteindelijk gezonder is

What is de problem you are trying to solve?

Duurzame gezonde voeding door een korte transparante keten beschikbaar krijgen voor de zorg.

Vraag (zorg) en aanbod (landbouw) bij elkaar brengen

Key assumptions

Lijdt tot: zelfvoorzienende en socialere regio's

Who is your key audience?

Regionale Boeren -
En Telers
Producenten
Toeleveranciers

Key assumptions

Van export naar regionale markt

What is your entry point to reaching your audience?

- Perspectief door volume van de zorg.
- Eerlijke prijs door: Korte keten, integrale benadering binnen de zorg.
- Matching

Key assumptions

Huidige voedselsysteem is onhoudbaar!

What steps are needed to bring about change?

Regionale keten sluiten.
Telers, Boeren en producenten bewust laten worden door ze uit de anonimiteit te halen en hun trots stimuleren. Daarnaast helpen om hun product op de juiste manier aan te leveren.

Measurable effect of your work?

- Minder uitstoot door korte keten.
 - Minder files.
 - Minder krimp
- Biologisch en gangbaar komt dichterbij elkaar.

Gezonde regionale economie.

- Trots op de regio.

 Versnellen duurzaam gedrag.

- Meer gebruik van sociaal werk.

What are the wider benefits of your work?

Beter produceren, door minder pesticides en antibiotica. Hogere voedingswaarden in de producten. Innovaties.

Bedrijfsopvolging door jonge boeren (kinderen van), het werk wordt weer gewaardeerd. Nieuw vertrouwen in ons voedsel.

What is the long term change you see as your goal?

Zelfvoorzienende, socialere en economisch gezonde regio's die veel minder afhankelijk zijn. De gangbare en biologische werelden versmelten, daarnaast zijn we Fair-Trade in ons eigen land, we betalen een eerlijke prijs voor een eerlijk product!

**People !
Planet !
Prosperity !**

Key assumptions

Behoefte aan gezond bedrijfsvoering

Key assumptions

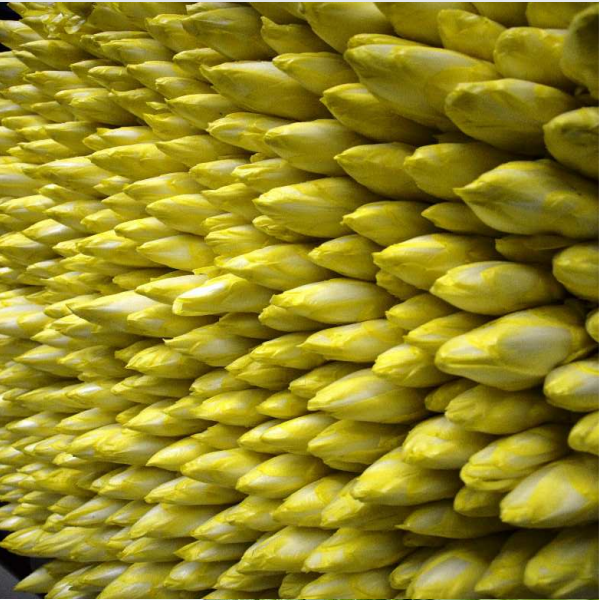
Door deze impact te meten op de juiste indicatoren zijn deze claims te onderbouwen

Key assumptions

Er is behoefte aan jonge boeren/telers die de bedrijven over willen nemen

Stakeholders

Alle spelers binnen de korte regionale keten



What is de problem you are trying to solve?

Het is over het algemeen niet best gesteld met de kwaliteit van de voeding binnen de zorg. Dit is het gevolg van jarenlange prijsonderhandelingen, ingegeven door bezuinigingsrondes. Daarnaast wordt er veel voedsel weggegooid (gemiddeld 30-40%). Voeding gerelateerde ziektes manifesteren zich.
Wij gaan dit omkeren!

Key assumptions

Door te werken aan voedselverspilling (< 10%), ontstaat er ruimte (20-30%) op de inkoop.

Who is your key audience?

Zorginstellingen
Ziekenhuizen
Patiënten en cliënten.

Key assumptions

De ruimte op de inkoop (20-30%) dient integraal besteed te worden aan betere verse voeding.

What is your entry point to reaching your audience?

Onze partners Greenpoort NHN en MVO Nederland spreken de bestuurders en managers binnen de zorg aan.
Andere partners helpen de instellingen intern bij hun transitie naar gezonde en verantwoorde voeding op het menu en afval reductie.
Vervolgens leveren wij de (streek)producten, en organiseren alles wat daar bij komt kijken.

Key assumptions

Wij zijn op dit moment de enige groothandel die dit regionaal organiseert in een korte transparante keten.

Theory of Change ZORG (Klanten)

What steps are needed to bring about change?

De zorginstellingen en ziekenhuizen dienen een keuze te maken voor de integrale benadering.
Aanbestedingen dienen anders te worden ingericht.
Het meten van effecten:
-Minder ondervoeding.
-Sneller herstel.
-Minder medicijnen.
-Minder overgewicht.
- Meer maaltijdtevredenheid.
- enz, enz

Key assumptions

Onderbouwing van de inverdien effecten zal bestuurders en managers overtuigen van de keuze voor de Integrale aanpak.

Measurable effect of your work?

-Maaltijdtevredenheid
-Sneller herstel-Vitaler ouderen
-Betere smaak (door sturing en optimalisatie)
-Minder eenzaam

-Minder obesitas en ondervoeding.
-Minder medicijngebruik.
-Minder afval.
-Behoudt arbeidsplaatsen

Key assumptions

Er wordt gezocht naar betaalbare volhoudbare en kwalitatieve zorg.

What are the wider benefits of your work?

Familie en andere relaties van patiënten en cliënten zullen vaker blijven eten in de instelling als het eten goed en betaalbaar is.

Bij een keuze voor dit model zal het aandeel duurzame inkoop (voeding) binnen 2 jaar minimaal 30% bedragen.

Key assumptions

De werkende mens heeft het maar druk. Samen goed en lekker eten = Quality-Time, voor patiënt/cliënt en relatie

What is the long term change you see as your goal?

Een houdbaar (zorg)systeem, blijere patiënten en cliënten vitalere ouderen en zelfvoorzienende, bloeide, socialere en gezondere en trotse regio's.

**People!
Planet!
Prosperity!**

Stakeholders

Ziekenhuizen en zorginstellingen.



alle aandacht

Westfriesgasthuis

Dank u voor uw aandacht.



Atlantis
Handelshuis BV

GROOTHANDEL IN EERLIJK WAAR