

Innovatie door clustervorming in de voedingsindustrie

Bert Vermeire en Xavier Gellynck • Universiteit Gent, Vakgroep Landbouweconomie, Afdeling Agro-Food marketing.

De voedingsindustrie wordt vaak beschouwd als een industriële sector met een traditioneel karakter en een geringe innovatiecapaciteit. Dit is vooral te verklaren door het basiskarakter van voedingsproducten en doordat het vaak de toeleveranciers zijn die vernieuwingen introduceren bij het voedingsbedrijf. Toch stelt men ook vast dat gewijzigde consumentenvoorkeuren en de globalisering van de markt voor voedingsproducten een diepgaande invloed hebben op de voedingsindustrie. Bovendien slaagt de voedingsindustrie er in om door toeleveranciers geïntroduceerde technologieën op een innovatieve manier te integreren in het productieproces. Denken we bijvoorbeeld maar aan nieuwe verpakkings technieken waarmee de houdbaarheidsdatum verlengd kan worden of aan scanningtechnologie die toelaat bedorven grondstoffen direct te detecteren.

Binnen deze context is innovatie het voornaamste instrument om toegevoegde waarde te genereren en competitief te zijn binnen een snel evoluerende, geglobaliseerde markt. Innovatie is niet enkel belangrijk bij de ontwikkeling van een nieuw eindproduct, maar ook op het vlak van de productieprocessen (zoals: een nieuwe bereidingswijze), de organisatie van het productieproces (bijvoorbeeld een meer flexibele organisatie van de human resources) en de marktkeuze (bijvoorbeeld specifieke voedingsproducten voor kinderen of gericht op de Oost-Europese markt).

Innovatie in de voedingsindustrie in de EU

Innovatie speelt een centrale rol in het beleid van de Europese Unie. Het belang van innovatie werd vooropgesteld in de Lissabon akkoorden (2000) waarbij de Commissie zich tot doel stelde de EU tot de meest competitieve en dynamische kenniseconomie ter wereld te maken, met innovatie als sleutelinstrument. Deze doelstelling zou later ingang vinden in de verschillende beleidsdomeinen en geïmplementeerd worden op het niveau van de lidstaten. Daarbij wordt significante aandacht geschonken aan de relatie tussen innovatie en het regionaal beleid. Om dit te begrijpen is het belangrijk te verwijzen naar de **clustertheorie**:

Wat?

Een cluster bestaat uit een ruimtelijke concentratie van bedrijven en gerelateerde instituten binnen een bepaald domein, met elkaar verbonden door gemeenschappelijkheden en complementariteiten.

Waarom?

De positieve impact van clustervorming op innovatie schuilt erin dat nabijheid de doorstroom van kennis en informatie stimuleert en dat clusters bepaalde specifieke regionale vaardigheden versterken en zo leiden tot een competitief voordeel voor de regio.

Hoe?

Eén van de Europese instrumenten die hier toe bijdragen is 'Regions of Knowledge 2'. Dit programma wil de regionale investeringen in R&D maximaliseren door intensieve en gestructureerde samenwerking tussen regionale stakeholders. *Regions of Knowledge 2* wordt gefinancierd vanuit het Zesde Kaderprogramma.

Food Innovation Network Europe

Binnen deze context ontstond *Food Innovation Network Europe* (FINE), een netwerk van acht Europese regio's met een uitgesproken voedingsprofiel. Deze regio's bundelen de krachten om de voedingsindustrie innovatiever te maken door de doorstroom van kennis te stimuleren en samenwerking te creëren tussen de verschillende stakeholders in de voedingsindustrie.

De Universiteit Gent, Vakgroep Landbouweconomie, Divisie Agro-food Marketing vertegenwoordigt in dit project de provincies Oost- en West-Vlaanderen. Daarnaast maken volgende regio's deel uit van het FINE-netwerk: Castilla y Leon (Spanje), Emilia-Romagna (Italië), Oost-Nederland (Nederland), Øresund (Denemarken/Zweden), Rogaland (Noorwegen), Schotland

(Verenigd Koninkrijk) en Wielkopolska (Polen).

De regio's die deel uitmaken van het FINE-netwerk hebben enkele gemeenschappelijke kenmerken: ze huisvesten een **competitieve voedingsindustrie** die een prominente rol vertolkt binnen de regionale economie en die buigt op een **sterke landbouwsector** en andere **gespecialiseerde toeleveranciers**. Verder beschikken deze regio's over heel wat **wetenschappelijke voedingsgerelateerde kennis** en nemen de regionale beleidsmakers een **positieve houding** aan ten opzichte van de voedingsindustrie. Tenslotte is er de belangrijke rol van **netwerken en organisaties** die de verschillende stakeholders bijeen brengen en een medium

zijn voor de doorstroom van kennis en informatie. Deze verschillende stakeholders worden afgebeeld in **figuur 1**.

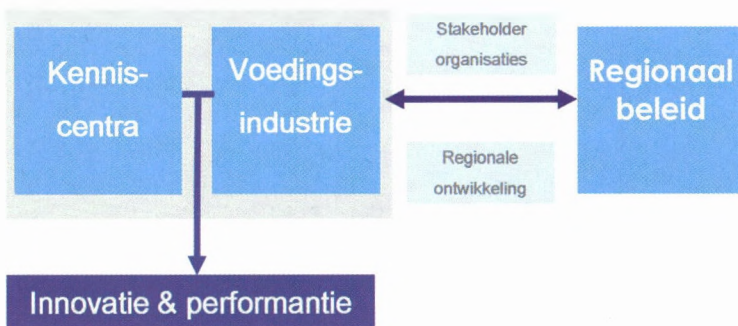
Wanneer de wisselwerking tussen deze stakeholders aangewakkerd wordt, creëert men dus de ideale omstandigheden voor een innovatieve voedingsdynamiek. Deze dynamiek draagt bij tot de competitiviteit van de voedingsbedrijven en verhoogt bijgevolg de economische slagkracht van de regio. FINE wil hiertoe bijdragen door projecten te realiseren op het niveau van het Europees netwerk en op het niveau van de deelnemende regio's. Daarbij worden volgende stappen genomen:

- eerst vindt een **diepgaande analyse** plaats van de huidige situatie, waarbij strategische objectieven geformuleerd

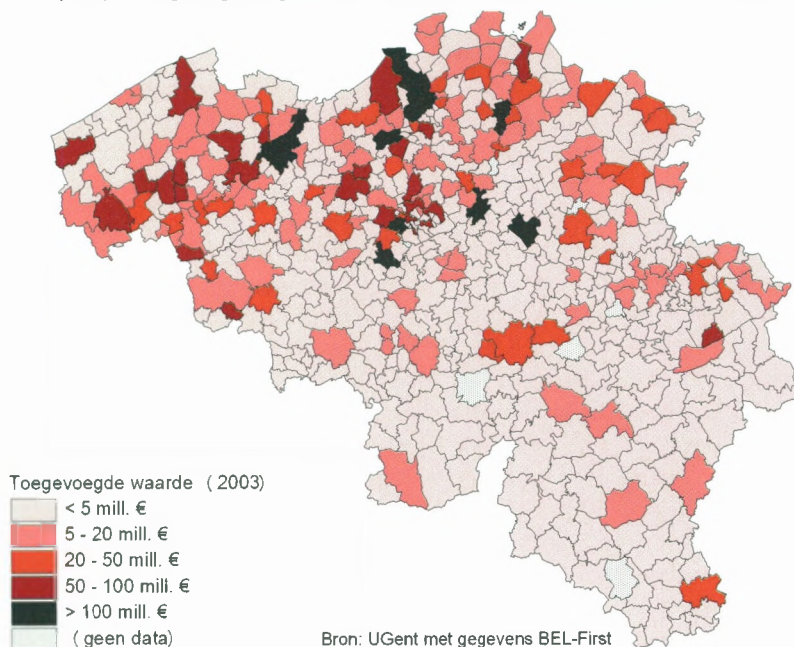
worden op basis van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van de verschillende regio's. Deze fase werd eind september afgesloten;

- daarna worden deze objectieven vertaald in een aantal **strategische beleidsaanbevelingen** gericht op de ontwikkeling van innovaties in de voedingsindustrie;
- vervolgens wordt een **actieprogramma** uitgewerkt dat concrete projecten omvat om die strategische objectieven te bereiken;
- tenslotte is er een sterke ambitie om FINE te laten doorgroeien tot een **Europees innovatienetwerk op lange termijn**.

Figuur 1 Clusterconcept in FINE



Figuur 2 Ruimtelijke spreiding toegevoegde waarde in de Belgische voedingsindustrie (2003)



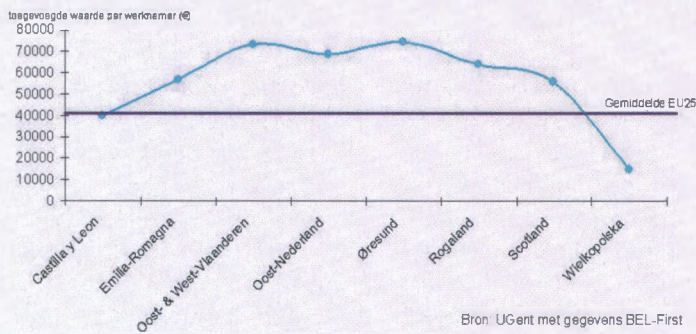
Oost- en West-Vlaanderen: een sterke Europese voedingsregio

Niettegenstaande het Vlaamse studiegebied twee duidelijk verschillende provincies omvat, bestaat er toch een duidelijke verwantschap inzake de slagkracht van de voedingsindustrie en haar productieomgeving. Dit wordt aangetoond in **figuur 2**, waar de toegevoegde waarde weergegeven wordt voor elke Belgische gemeente, in 2003. Eenvoudig gesteld is de toegevoegde waarde het verschil tussen de totale omzet en de kosten voor de aankoop van grondstoffen en diensten. Deze waarde omvat de winst, maar ook de lonen, kapitaalaflossingen en belastingen. Om deze reden wordt toegevoegde waarde geïnterpreteerd als de bijdrage van het bedrijf tot de economische welvaart in de regio. De grootste concentratie van toegevoegde waarde doet zich voor in de provincies Oost- en West-Vlaanderen en Antwerpen. De voedingsindustrie in Oost- en West-Vlaanderen vertegenwoordigt daarbij 29% van de nationale toegevoegde waarde en 31% van de tewerkstelling.

Daarnaast scoren Oost- en West-Vlaanderen goed op Europees vlak wanneer de Toegevoegde Waarde per werknemer beschouwd wordt (**figuur 3**). Niet alleen ligt de waarde voor de provincies aanzienlijk hoger dan het Europees gemiddelde (EU-25) dat 41.000 euro bedraagt, maar ook binnen het FINE netwerk wordt een hoge

Figuur 3

Toegevoegde waarde per werknemer in de FINE-regio's (2003)



score opgetekend, op hetzelfde peil als Øresund en Oost-Nederland.

Strategische objectieven

Om de strategische objectieven voor de voedingsindustrie te bepalen, werd een denkoefening gehouden met 13 stakeholders van de voedingsindustrie. Deze omvat vertegenwoordigers van voedingsbedrijven, wetenschappers, provinciale beleidsmakers en vertegenwoordigers van netwerken en innovatiecentra¹. Eerst werd door middel van bevraging van de stakeholders een SWOT-analyse gemaakt van de onderzoekscapaciteit van de voedingsindustrie en de relatie met het regionaal beleid. Daarna werden de stakeholders bijeen gebracht en werd nagegaan welke kansen en bedreigingen het belangrijkst zijn in relatie tot de sterkten en de zwakten, door middel van een Strategische Oriëntatieronde (SOR). Aldus worden strategische objectieven geformuleerd voor het intensifiëren van de onderzoekscapaciteit van de voedingsindustrie en voor de bijdrage van het regionaal beleid hiertoe.

Objectieven voor het intensifiëren van de onderzoekscapaciteit van de voedingsindustrie:

- Het verhogen van de capaciteit van bedrijven om in te spelen op nieuwe consumententrends, door de transfer van de sterk aanwezige kennis tussen wetenschap en de voedingsbedrijven te versterken;

- De hoge kwaliteit van agrarische grondstoffen benutten om voedingsproducten met een hoge toegevoegde waarde te creëren. Deze producten worden beschouwd als de voornaamste manier om het hoofd te bieden aan bulkproductie die gebaseerd is op kostenreductie. Een betere integratie van de landbouw en voedingsindustrie moet hiertoe bijdragen;
- De reeds sterke exportpositie versterken om internationaal competitief te blijven. Voorgenoemde productontwikkelingen zullen pas tot succes leiden wanneer zij gepaard gaan met een internationale markt oriëntatie en, bijgevolg, internationaal gericht onderzoek.

Objectieven voor het versterken van het regionaal beleid voor innovatie in de voedingsindustrie:

- Verhoogde inspanningen in het aantrekken van Vlaamse en Europese middelen voor innovatie naar de regionale voedingsindustrie. Deze middelen bieden aanzienlijke kansen voor de regio om projecten te ontwikkelen, maar vragen een extra inspanningen hiertoe vanwege de regionale stakeholders;
- Verdere groeikansen voor initiatieven die uitwisseling tussen wetenschap en voedingsindustrie bevorderen. Bestaande initiatieven als Green Bridge Incubator, Regionale innovatiestimulering (RIS) en de provinciale proefcentra hebben een directe impact op innovatie in de voedingsindustrie doordat zij bedrijven de kennis en vaardigheden aanreiken die

deze zelf niet tot hun beschikking hebben (bijvoorbeeld, kennis van nieuwe technologieën, toegang tot onderzoekslaboratoria, kennis van subsidiemogelijkheden);

- Het inrichten van probleem- en praktijkgeoriënteerde R&D initiatieven voor voedingsbedrijven. Een beter inzicht in de voedingsindustrie en een doelgerichte omschrijving moet leiden naar initiatieven die een grotere doelgroep bereiken;
- Het versterken van de identiteit van de regio als voedingsregio. Dit kan een hefboom zijn voor een betere marketing van voedingsproducten, denken we maar aan Parmaham, Noorse zalm of Schotse whisky. Oost- noch West-Vlaanderen hebben een sterk voedingsprofiel bij de nationale en internationale consument. Dit is een voorwaarde om de marktkansen van regionale - maar ook conventionele voedingsproducten te versterken.

Producten met een hoge toegevoegde waarde

Zoals eerder aangehaald wordt de productie van voeding met een hoge toegevoegde waarde gezien als de voornaamste manier om te concurreren met voedingsregio's die omwille van lage arbeidskosten kostenefficiënter zijn. In Oost- en West-Vlaanderen bestaat het productgamma overwegend uit bulkproducten. Dit is bovendien sterk het geval in de twee meest gespecialiseerde sectoren: de vleessector en de diepvriesgroentesector. De stakeholders oordelen

Sterkten van onze voedingsindustrie

De voornaamste troef van Oost- en West-Vlaanderen is de aanwezigheid van wetenschappelijke en toegepaste kennis. Bovendien maken de kwalitatieve grondstoffen en regionale producten er de productie van voeding met een hoge toegevoegde waarde mogelijk. Om deze sterkten om te zetten in innovatie en om de internationale marktpositie te versterken is er nood aan probleem- en

praktijkgeoriënteerde initiatieven die de individuele oriëntatie van sommige bedrijven en publieke actoren doorbreken.

Food Innovation Network Europe (FINE) is een Europees project dat innovatie in de voedingsindustrie wil versterken door samenwerking tussen regionale voedingsbedrijven, kennisinstellingen, overheden en netwerken. **De Provincies Oost- en**

West-Vlaanderen maken deel uit van het studiegebied van dit project, met **UGent** als regionale partner.

› Meer info over FINE:

<http://www.networkfine.net>



nochtans dat in de regio voldoende kansen voorradig zijn om de toegevoegde waarde te verhogen door de goede kwaliteit van de agrarische grondstoffen en de aanwezigheid van regionale producten. Een verhoogde toegevoegde waarde betekent dat de consument bereid is een hogere prijs te betalen voor zijn producten. Welke producten dit zijn, wordt bepaald door de consument zelf. Tegelijk is duidelijk dat de omschakeling naar producten met hoge toegevoegde waarde ingrijpend is en strategische implicaties heeft. Zo impliceert de keuze voor hoge toegevoegde waarde in Oost- en West-Vlaanderen een herstructurering van de voedingsbedrijven. Bovendien heeft dit consequenties voor de landbouwsector, die evenzeer gedreven wordt door kostenverlaging en intensivering. Het verhogen van de toegevoegde waarde van voedingsproducten moet dus gepaard gaan met een intensieve samenwerking tussen de verschillende schakels in de productieketen.

Naar een voedingscluster?

Het onderzoek wijst uit dat de provincies Oost- en West-Vlaanderen binnen Europese context een competitieve voedingsregio vertegenwoordigen. De stakeholders erkennen een aantal sterkten: kennis en expertise die zowel bij bedrijven als kennisinstellingen aanwezig is en die vooral gericht is op de agrarische productie van grondstoffen, procestechnologie en biotechnologie. Om deze **kennis te benutten en positieve clustereffecten te genereren is intense**

uitwisseling en samenwerking tussen de stakeholders noodzakelijk. Deze is voorsnog onvoldoende. De voornaamste factoren die dit belemmeren zijn de individualistische oriëntatie bij sommige bedrijven, verschillen in benadering en verwachtingen tussen bedrijven en kenniscentra en gebreken op het niveau van de netwerken die interactie bewerkstelligen.

De regionale overheid kan deze dynamiek stimuleren door haar recente initiatieven te versterken, en de coherentie te verzorgen tussen innovatiemaatregelen en andere beleidsdomeinen. Administratieve verplichtingen en een gebrek aan flexibiliteit in de arbeidswetgeving zijn niet bepaald bevorderlijk voor R&D en innovatie. Innovatie kan pas ontstaan binnen een algemeen bedrijfsklimaat dat hiertoe voldoende stimulansen geeft en gerichte maatregelen die bijdragen tot de ontwikkeling van specifieke expertise die op de internationale markt gevaloriseerd kan worden. ■

Literatuur

Lagnevik, M., Sjöholm, I., Lareke, A., & Östberg, J. (2004). *The dynamics of innovation clusters. A study of the food industry*. Northampton: Edward Elgar.

Malmberg, A., & Maskell, P. (2006). Localized learning revisited. *Growth and Change*, 37, 1-18.

OECD, & Eurostat. (2005). *Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Third edition. Paris: OECD Publishing.

Oerlemans, L. A. G., & Meeus, M. T. H. (2005). Do organizational and spatial proximity impact on firm performance? *Regional Studies*, 39, 89-104.

Porter, M. (1998). *On the competitive advantage of nations*. London: Macmillan.

Rama, R., & Alfranca, O. (2003). Introduction: innovation in the food industry and biotechnology. *Journal of Biotechnology*, 5, 213-221.

¹ Volgende stakeholders namen deel aan de Strategische Oriëntatie: voedingsbedrijven (Alpro Soyfoods, Breydelham, Unifrost), regionale beleidsmakers (Provincie West-Vlaanderen, Provincie Oost-Vlaanderen) kenniscentra en onderzoeksbureau's (WES Onderzoek en Advies, Hogeschool Gent, UGent-TechnologieTransfer), netwerken (Flanders' FOOD, Food2Know) en publieke initiatieven (Green Bridge Incubator, Innovatiecentrum West-Vlaanderen, RIS Oost-Vlaanderen),