

Dat smaakt naar meer!

Innovatie in het Nederlandse levensmiddelen-mkb

Innexus, Franeker, 3 december 2014

Michiel van Galen, Katja Logatcheva, Elsje Oosterkamp



Introductie

- LEI Wageningen UR onderzoekt in opdracht van het Ministerie van EZ hoe en hoeveel het mkb in de levensmiddelenindustrie (voedingsmiddelen en dranken) innoveert
- Het mkb is een belangrijk deel van de levensmiddelenindustrie
- De levensmiddelenindustrie is belangrijk voor de Nederlandse economie
- De levensmiddelenindustrie opereert in de keten vooral B2B, tussen de primaire producent en de detailhandel



TOP TEN TRENDS

Waste reduction and regaining trust top the trends list for 2014.

"New" Superfoods

Functional foods, fruits, vegetables and grains are being...
 Discovery of new ancient grains such as freekeh and chia, are...
 An increased focus on fruits and vegetables...
 Far more old-fashioned nutrition...
 Find their way into mainstream products...
 Natural health attributes as far as vitamins and minerals



Health is More Holistic

Nutrition is getting closer to being truly recognized as the answer to...
 Some big food manufacturers are looking to all areas of health for a more holistic approach...
 Clinical nutrition is being eyed as a highly profitable platform along with health alternatives.

- More body, mind and spiritual connection will be played off with particular ingredients.
- Health-giving, natural extracts full of rejuvenating medicinal properties will be applied in food and beverages where possible.
- Vitamins & minerals promotion will continue to be a strong claims focus.
- Traditional medicine alternatives such as TCM and Ayurvedic will be further explored.



Simpler Pleasures

There are positives for society as a whole with the renewed focus on...
 Consumers have had to reassess their needs and in regard to food get back to basics...
 There has also been a shift towards more home cooking, with food bringing family and friends together in preference to quick, convenient and more expensive fixes.

- Sales of budget cooking ingredients from cheaper cuts of meat to tin of tomatoes should boom.
- The frozen food aisle may find a new lease of life, as consumers look to frozen fruit and vegetables as cheaper alternatives to fresh.
- Private label value lines will be continuously revamped to be more visually appealing.
- Value packaging, good value claims on the products themselves and in-store value promotions will prosper.

3

Look Out for the Small Guy

Small innovators are rising to the challenge, with the development of high quality and distinct products that have small-scale appeal, but big potential as far as future product trends are concerned. Social media platforms have provided more opportunities for small companies to develop a market by directly targeting niches.

- Big companies will be increasingly looking to smaller companies for product innovation ideas.
- Craft inspired or handmade snacks, biscuits and beverages will be the "small guy" categories with the most potential to impact future trends.
- New ingredients, concepts and preparation/processing methods for new health benefits will emerge.
- Flavour authenticity in various cases flower variety will be a strong driver.

4

Authenticity
 Novel Flavors
 Small Batch
 Health
 Novel Ingredients
 Preventative
 Extracts
 Solutions
 Holistic
 Natural

WWW.INNOVADATABASE.COM

Innovatief



Glutenvrij



Suikervrij



Zaden en granen

Innovatief



Natural



Superfoods



Vakmanschap

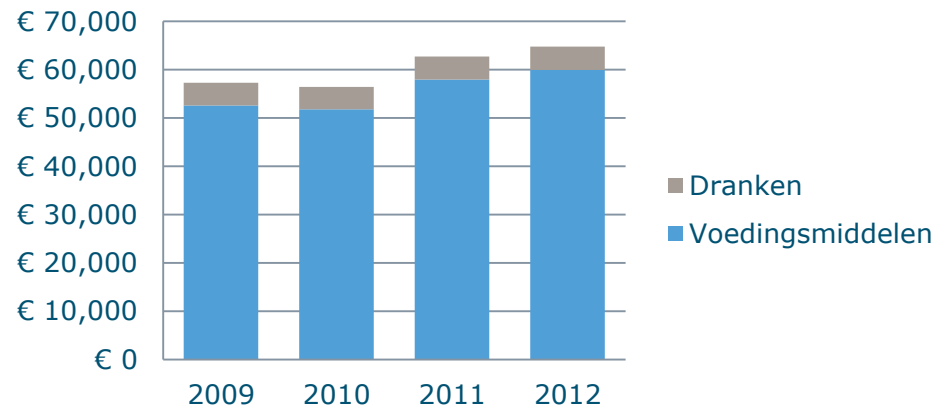
Levensmiddelenindustrie

■ 65 miljard euro omzet in 2012

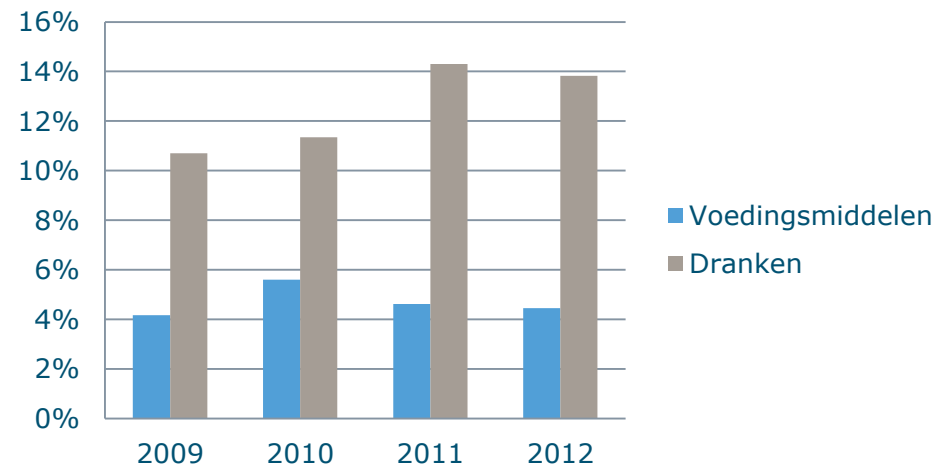
■ Arbeidsvolume ruim 127 duizend werkzame personen (arbeidsjaren) in 2012:

- Slachterijen en vleeswaren 24
- Vis 3
- Groente en fruit 12
- Spijsoliën en vetten 3
- Zuivel 12
- Meel 3
- Brood- en deegwaren 34
- Overige voedingsmiddelen 25
- Dranken 7

Bedrijfsopbrengsten (x 1 miljoen)



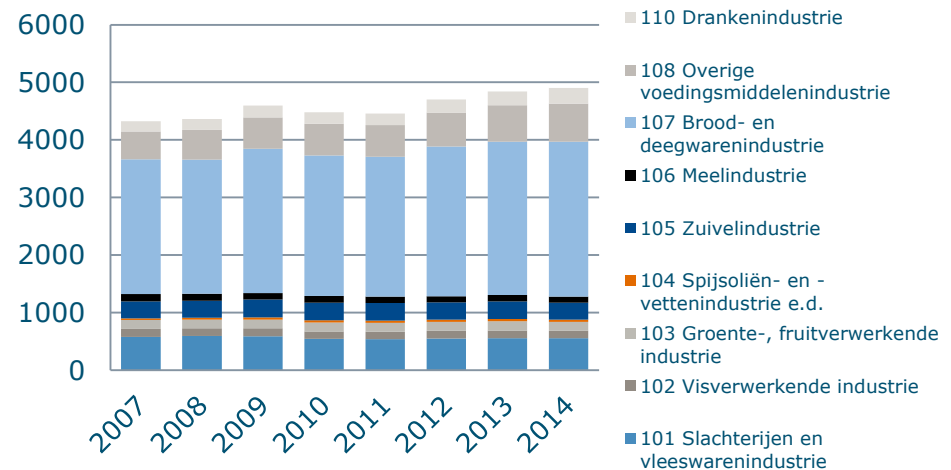
Bedrijfsresultaat (%)



Levensmiddelenindustrie

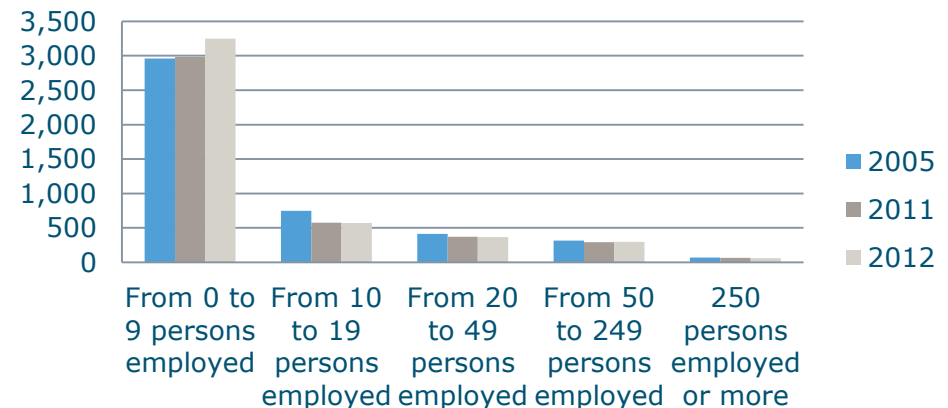
- Aantal bedrijven stijgt; 500 nieuwe bedrijven per jaar
- Vooral aantal hele kleine (micro) bedrijven stijgt
- 27% is mkb, 70% micro
- Bedrijven met minder dan 250 werknemers zijn goed voor 65% van de werkgelegenheid en 50% van de omzet

Aantal bedrijven



Manufacture of food products

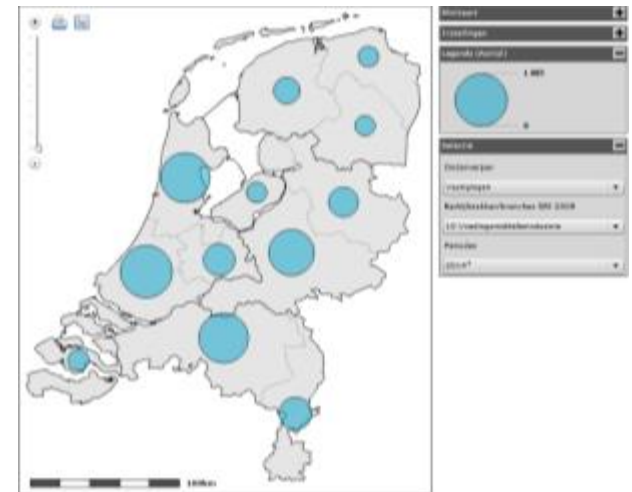
Bron: CBS



Bron: Eurostat

Levensmiddelenindustrie per provincie

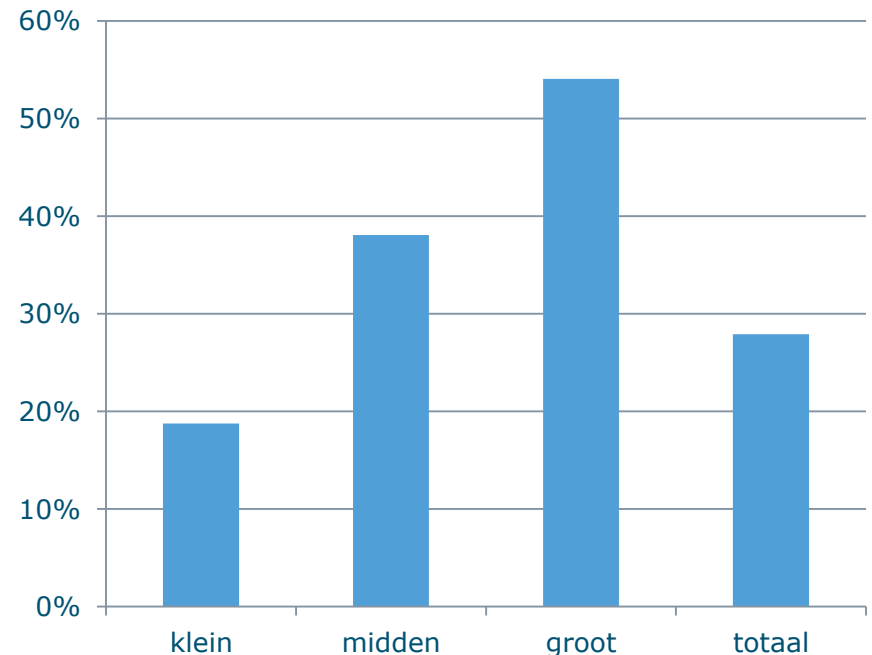
- Meeste bedrijven in Noord en Zuid-Holland, Noord-Brabant en Gelderland
- In het Noorden van het land relatief veel meelindustrie (Groningen), spijsoliën en vetten (Friesland), visverwerking (Friesland en Groningen), en zuivelindustrie



Productinnovatie naar bedrijfsomvang

- Steekproef van 298 bedrijven, periode 2008-2010, CBS innovatie enquête
- 28% bedrijven levensmiddelenindustrie productinnovatie
- Grote bedrijven innoveren vaker, maar mkb-bedrijven zijn met veel meer: motor voor innovatie!

Figuur: Aandeel bedrijven met goedereninnovaties, naar bedrijfsgrootte

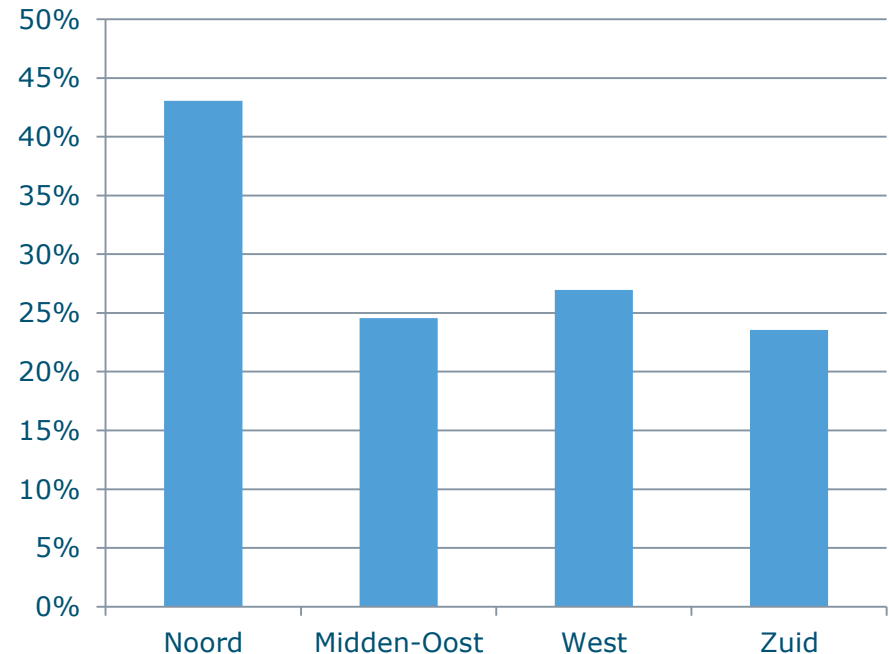


Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Productinnovatie naar regio

- Bedrijven met productinnovaties hoogste in Friesland, Groningen, Drenthe, Flevoland en Overijssel (regio 'Noord' in het onderzoek)
- Maar liefst 43% betrokken bij goedereninnovatie in 2008-2010

Figuur: Aandeel bedrijven met goedereninnovaties, naar regio

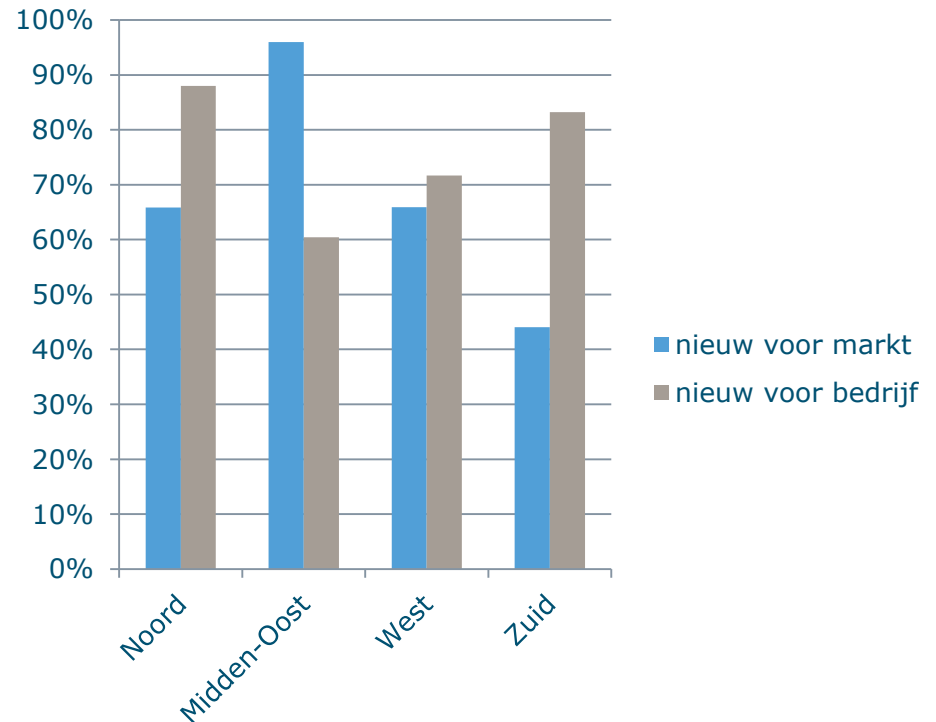


Bron: CBS CIS 2008-2010; berekening LEI.

Productinnovatie naar innovativiteit

- Radicale innovatie en incrementele innovatie
- Leader (nieuw voor markt) en follower innovatie (nieuw voor bedrijf)
- Gelderland en Utrecht meeste leader innovatie
- Noord Nederland meeste follower innovatie en relatief veel leader innovatie

Figuur: Aandeel bedrijven met productinnovaties die nieuw voor het bedrijf of de markt waren, in % van de product-innovatoren, naar regio



Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

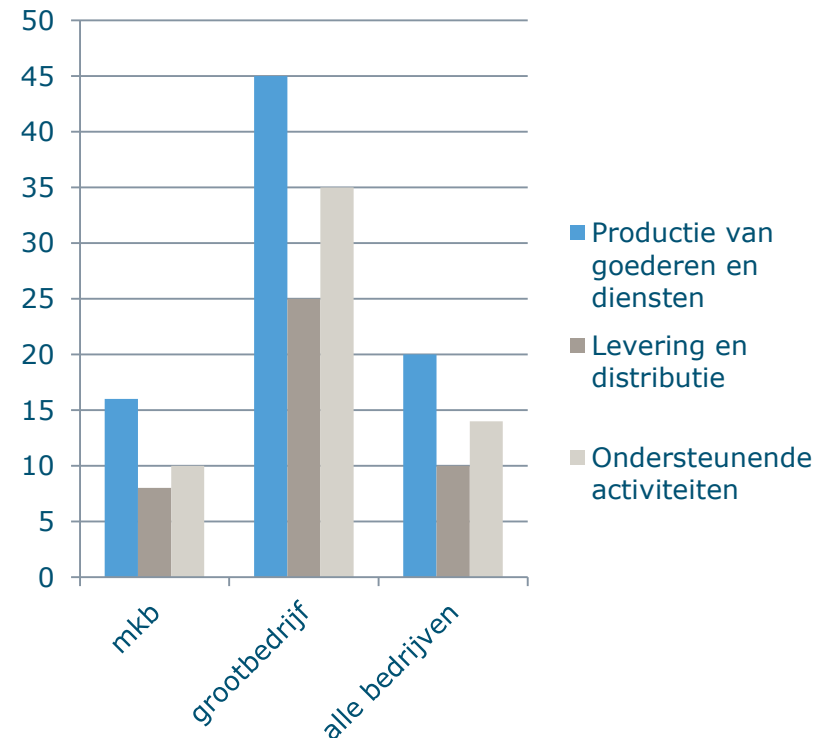
Procesinnovatie

■ Procesinnovatie in levensmiddelenindustrie;

- 20% voor productie van goederen en diensten
- 10% voor levering en distributie
- 14% voor ondersteunende activiteiten

■ Radicale procesinnovaties meest in de vleesverwerking, visverwerking, en oliën en vetten

Figuur: Aandeel bedrijven met procesinnovatie, naar bedrijfsgrootte, 2008-2010, in %

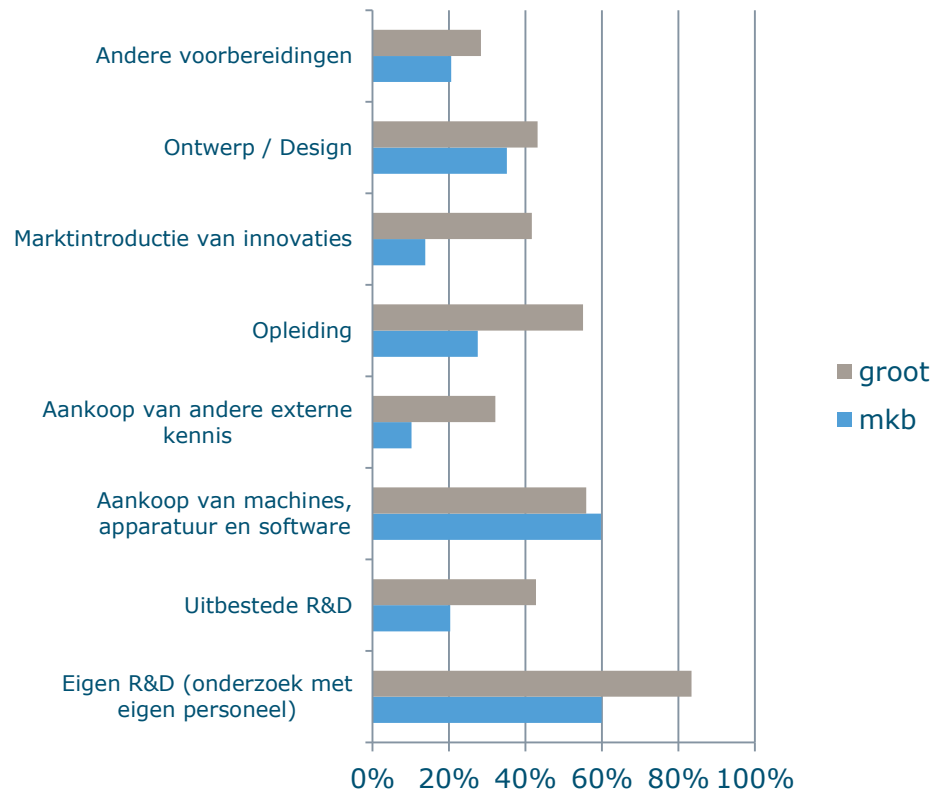


Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Innovatie-activiteiten

- Eigen R&D grootbedrijf 83% en mkb 60%
- Mkb-bedrijven minder vaak activiteiten voor marktintroductie, aankoop van externe kennis, en opleiding
- Mkb relatief vaak aankoop van machines en apparatuur
- Grootbedrijf geeft meer uit dan mkb: 4 mln versus 200 k euro

Figuur: Percentage bedrijven met verschillende innovatieactiviteiten, in % van innovatoren (product en/of proces geïntroduceerd en/of lopend en/of afgebroken), naar bedrijfsgrootte, in 2010

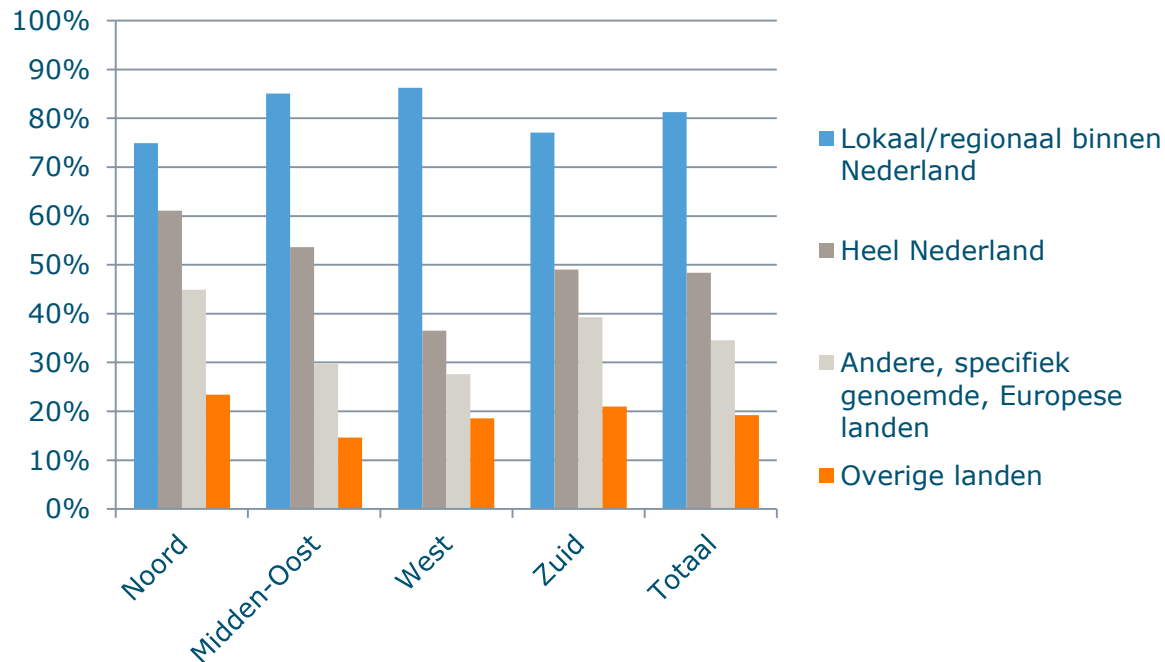


Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Export oriëntatie

- In 'Noord' zijn de bedrijven bovengemiddeld internationaal gericht; 45% exporteert naar Europa en 23% naar overige landen

Geografische afzetmarkten, naar regio

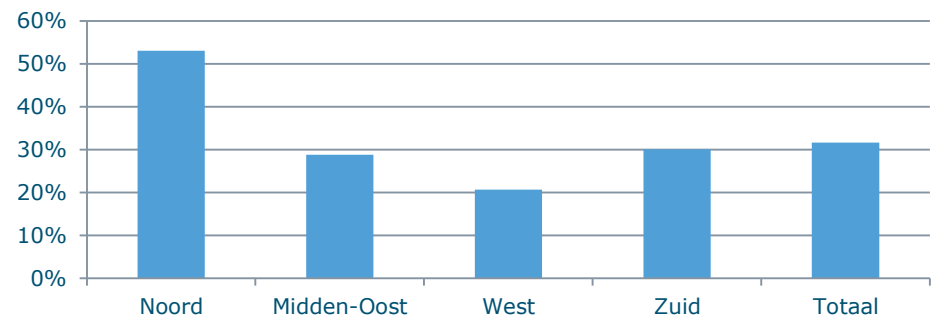
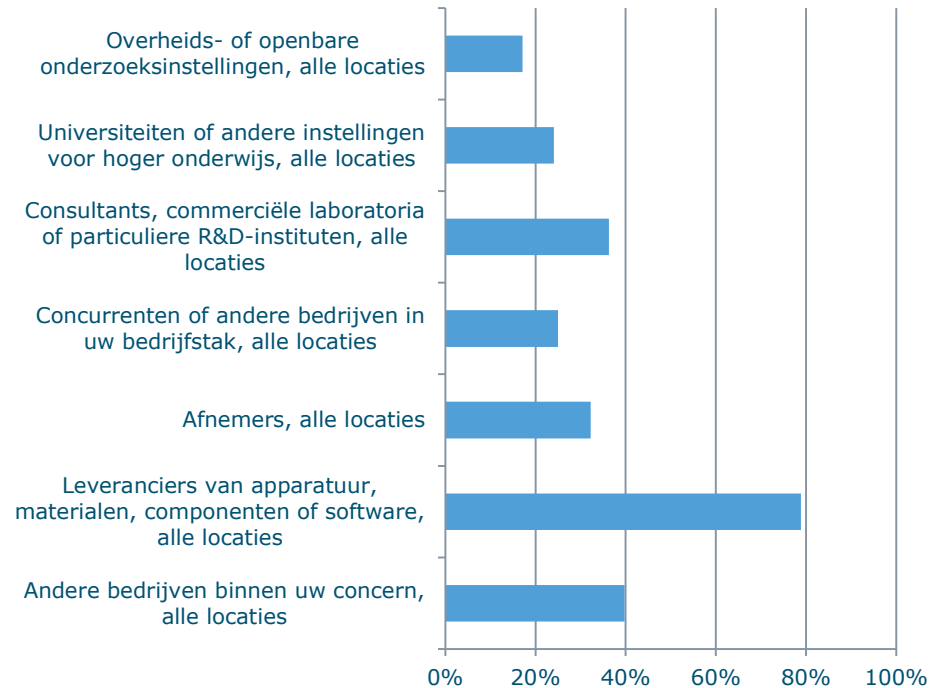


Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Samenwerking

- Veel innovaties komen tot stand in samenwerking (54% grootbedrijf; 24% mkb)
- Leveranciers zijn belangrijkste samenwerkingspartner
- Procesinnovatie: 39% alleen ontwikkeld, 22% zelf door aanpassing innovatie van anderen, 48% in samenwerking en 20% geheel door andere bedrijven

Figuur: Percentage van de bedrijven in de levensmiddelenindustrie dat bij innovatie-activiteiten heeft samengewerkt met andere bedrijven of instellingen, in% van de innovatoren, naar regio, in 2008-2010

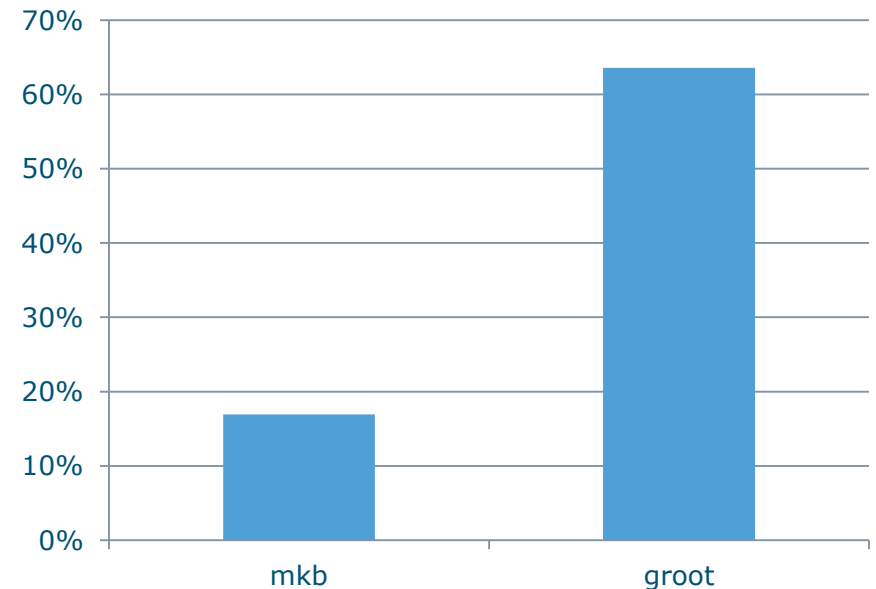


Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Financiering en subsidies

- Subsidie van lokale of regionale overheden: 10% van de innoverende bedrijven
- Subsidie van nationale overheid (incl. WBSO): 29% van de innoverende bedrijven
- Grote bedrijven krijgen vaker steun voor innovatie dan mkb-bedrijven

Figuur: Bedrijven met overheidssteun ontvangen van nationale overheid (inclusief agentschappen of ministeries), in procent van innovatoren (product en/of proces geïntroduceerd en/of lopend en/of afgebroken), naar bedrijfsgrootte, in 2008-2010



Bron: CIS 2008-2010; berekening LEI.

Financiering en subsidies

- Hoewel grote bedrijven vaker bij innovatie betrokken zijn en veel meer geld uitgeven aan innovatie-activiteiten is de verdeling van het percentage bedrijven dat subsidie ontvangt scheef
- Midden-Oost (Gelderland, Utrecht), en Zuid (Noord-Brabant, Limburg en Zeeland) ontving het meeste subsidie. Regio Noord ontving relatief weinig subsidie
- Oorzaken: Niet nodig? Minder middelen beschikbaar? Bureaucratie? Onbekendheid met mogelijkheden?

Noord Nederlandse levensmiddelenindustrie innoveert!

- Relatief veel bedrijven met productinnovaties (follower en leader) in de regio 'Noord': 43% bedrijven met productinnovatie in 2008-2010
- Noord: Meer internationaal gericht, relatief veel samenwerking bij innovatie, aandacht voor training, baanroulatie en stimulans voor werknemers om nieuwe ideeën te ontwikkelen
- Regio Noord maakt relatief weinig gebruik van subsidies
- De grote vraag is of dat een verdienste is van de bedrijfstak, een natuurlijk kenmerk van de bedrijfstak in de regio, een omissie in het beleid..

Dank voor uw
aandacht

Vragen zijn welkom

