

Flanders' FOOD toetst innovatiestrategie nog eenmaal af

nieuws

Deze week toerde Flanders' FOOD door Vlaanderen om zijn nieuwe strategie voor te stellen. Die is niet vormgegeven in een kantoor in Brussel. Het innovatieplatform van de Vlaamse voedingsindustrie koos voor de bottom-up aanpak en heeft dus maandenlang geluisterd en ideeën gesprokkeld. Op één dag en vier verschillende locaties werden de hoofdlijnen uit de doeken gedaan. Een laatste maal werden voedingsbedrijven, onderzoeksinstellingen en innovatiecentra om feedback gevraagd. In de toekomst zal voedingsonderzoek veel meer vraag gestuurd gebeuren. Omdat innovatienoden verschillend zijn naargelang het type voedingsbedrijf gaat het platform meer aan maatwerk doen in de dienstverlening. Alles wordt dus in het werk gesteld opdat de voedingsindustrie één van de speerpunten van de Vlaamse economie kan blijven.

🕒 28 SEPTEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:37

Lees meer over:
voedingsindustrie



Deze week toerde Flanders' FOOD door Vlaanderen om zijn nieuwe strategie voor te stellen. Die is niet vormgegeven in een kantoor in Brussel. Het innovatieplatform van de Vlaamse voedingsindustrie koos voor de bottom-up aanpak en heeft dus maandenlang geluisterd en ideeën gesprokkeld. Op één dag en vier verschillende locaties werden de hoofdlijnen uit de doeken gedaan. Een laatste maal werden voedingsbedrijven, onderzoeksinstellingen en innovatiecentra om feedback gevraagd. In de toekomst zal voedingsonderzoek veel meer vraag gestuurd gebeuren. Omdat innovatienoden verschillend zijn naargelang het type voedingsbedrijf gaat het platform meer aan maatwerk doen in de dienstverlening. Alles wordt dus in het werk gesteld opdat de voedingsindustrie één van de speerpunten van de Vlaamse economie kan blijven.

De medewerkers van Flanders' FOOD trokken dinsdag van west naar oost door Vlaanderen om de nieuwe innovatiestrategie voor de Vlaamse voedingsindustrie te presenteren. Achtereenvolgens in Roeselare, Affligem, Tienen en Genk gingen zij in interactie met voedingsbedrijven, onderzoeksinstellingen en innovatiecentra. Want ook al staat het strategisch plan bijna op punt, Flanders' FOOD blijft feedback verzamelen zoals het dat al maanden doet met enquêtes en workshops.

Het participatief traject startte in december vorig jaar met workshops die de aanzet waren voor een intensieve bevraging van meer dan 40 voedingsbedrijven. Vervolgens werden ook innovatie-actoren zoals het Innovatiesteunpunt van Boerenbond en de innovatiehub van de chemische industrie (FISCH) gehoord, waarna Flanders' FOOD zijn oor ook te luister legde bij de kennisinstellingen. Hun input was cruciaal om de vragen, ideeën en concepten van de bedrijven te toetsen aan de kennis en visie van de universiteiten en hogescholen.

Samenwerking is de rode draad doorheen de nieuwe strategie. Door eensgezindheid te creëren omtrent de innovatienoden zal het makkelijker worden om de overheid te overtuigen mee te investeren in onderzoek dat van strategisch belang is voor de voedingsindustrie in Vlaanderen. Dat vergt een heel andere aanpak dan kennisinstellingen ‘top-down’ onderzoek laten doen, om dan te moeten vaststellen dat de nieuw verworven kennis moeilijk ingang vindt in de praktijk of niet beantwoordt aan de verwachtingen. In een concurrentiële omgeving zal de sector zijn bijdrage aan de economie (omzet, tewerkstelling en export) enkel kunnen handhaven of verbeteren als voedingsbedrijven zich geruggensteund weten door onderzoeksinstituten.

In de voedingsindustrie zijn veel meer KMO's dan grote bedrijven actief zodat de meesten niet beschikken over een grote R&D-afdeling die zijn eigen boontjes kan doppen. “Bedrijven zonder eigen R&D-afdeling hebben baat bij de vertaalslag die Flanders' FOOD maakt van de voorhanden zijnde kennis”, zegt algemeen directeur Inge Arents. Het innovatieplatform van de voedingsindustrie wil dat blijven doen, maar is ambitieuzer dan dat. De oude werking was een combinatie van het organiseren van studiedagen en seminaries, één-op-één hulpverlening bij implementatie van nieuwe kennis en technologie (waarbij de Food Pilot in Melle grote diensten bewijst), en mee nadenken over de creatie van nieuwe waardeketens.

Voor de toekomst mag daar het opbouwen van nieuwe kennis – “lead in knowledge” – aan toegevoegd worden. De 15 medewerkers van Flanders' FOOD kunnen dat onmogelijk zelf doen maar zij worden wel de spin in het web dat voedingsonderzoek heet. “Wij gaan er voor zorgen dat voedingsbedrijven en kennisinstellingen elkaar vinden, dat beide partijen in vertrouwen kunnen samenwerken”, maakt Arents zich sterk. Haar collega en business development manager Veerle Rijckaert verduidelijkt dat Flanders' FOOD jarenlang thematisch heeft gewerkt, waarbij er oproepen voor onderzoeksvoorstellen gebeurden rond thema's als kwalitatieve en duurzame voeding. Die aanpak wordt omgegooid, in de zin dat de onderzoeksagenda niet meer door de wijze van financiering bepaald zal worden maar wel door de doelstellingen zoals ze geformuleerd zijn door voedingsbedrijven en gestroomlijnd door Flanders' FOOD. Dat schept ook ruimte voor onderzoek met de lange termijn voor ogen.

“Het mantra is samenwerken want alleen zullen onze bedrijven dat niet klaarspelen”, zet Rijckaert nogmaals in de verf. Vier cases waarrond sectoroverschrijdend samengewerkt zal worden, zijn ‘van graan tot bakkerijproduct’, ‘van varken tot vleesproduct’, ‘van aardappel tot friet’ en de opwaardering van nevenstromen in de bio-economie. Onderzoeksprogramma's worden afgestemd op de vier strategische doelstellingen en begeleid door een comité waarin zowel kennisinstellingen als bedrijven zetelen. Een programmamanager van Flanders' FOOD vervult de rol van coördinator. Het innovatieplatform trekt een streep door de ‘one-size-fits-all’ werking uit het verleden. “Innovatienoden zijn net verschillend naargelang het type bedrijf”, weet Veerle Rijckaert.

Om de belofte van maatwerk in de praktijk te kunnen waarmaken, polste Raf Geenen van Flanders' FOOD bij de aanwezigen naar een zinvolle segmentering van bedrijven. Het innovatieplatform zou zijn dienstverlening kunnen aanpassen naargelang de grootte van bedrijven, hun eindproducten, de afzetmarkt waarvoor ze produceren, de ‘levensfase’ waarin ze verkeren (starter of gevestigde waarde), enz.

In parallelle sessies werd onder meer naar voorstellen gepeild om het imago van de voedingsindustrie op te krikken. Door de negatieve focus op suiker en vet, onder meer door goed verkopende boeken van voedingsgoeroes, heeft de sector het moeilijk om positief het nieuws te halen. Bedrijven zouden niet liever willen dan over hun vernieuwende productieprocessen communiceren en productinnovaties toelichten, maar constateren dat voeding pas nieuws is als het gekoppeld wordt aan gezondheid. En als bedrijf of onderzoeksinstituut communiceren over de relatie tussen voeding en gezondheid is aartsmoeilijk. De boodschap is vrijwel altijd genuanceerd en complex, en bij voorbaat dus moeilijk verkoopbaar aan de pers.

Het was aan de deelnemers van de Flanders' FOOD roadshow om daar oplossingen voor te bedenken, net zoals hen ook gevraagd werd hoe de uitbreiding van de Food Pilot in Melle met een ‘inspiratiecentrum’ er zou kunnen uitzien. Verder werd er gepolst naar de aard en inhoud van samenwerkingsvormen en projectonderwerpen. Alle input wordt verwerkt door Flanders' FOOD zodat de nieuwe strategie volledig op punt staat wanneer het nieuwe jaar van start gaat.

Beeld: Flanders' FOOD






VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>
 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>
 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>
 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
 screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra