

Innovation Across Borders – Forum VBO-FEB

Preparation Form Innovation Cases

WHO

- Welke onderneming(en) werd(en) hierbij betrokken? (grootte, bedrijfssector,...)?
- Met welke partner(s) (clusters, O&O-centrum, spin-offs, hubs,...)?

De Lodewijckx groep is een Vlaamse familiale onderneming actief in de productie van verse eieren, gepasteuriseerde vloeibare eiproducten en eipoeders. Onder het merk Ovyta worden omega 3-verrijkte eieren vermarkt door de firma Euro EI bvba uit Tessenderlo, onderdeel van de Lodewijckx groep.

De grote knowhow, de toegepaste technologieën, de strenge kwaliteitscontroles en de voortdurende focus op vernieuwing en klantgerichtheid maken van Lodewijckx een geprefereerde partner voor vele toonaangevende voedingsfabrikanten, banketbakers, slaggers, vleeswarenbedrijven, traiteurs, deegwarenproducenten, chefs van keukens en grootkeukens.

Lodewijckx zat in de gebruikersgroep van het VIS-project OMEGA-EI (Agentschap Innoveren en Ondernemen) geïnitieerd en gecoördineerd door Flanders' FOOD. Op basis van de resultaten is de innovatie ontstaan. Het onderzoek werd uitgevoerd door de KU Leuven, Food & Lipids, KULAK en professor Imogen Foubert.

Na afloop van het project werd in samenwerking met twee bedrijven uit de veevoedingssector, een leghennenhouder en een toeleverancier van gedroogde algen, een voedersamenstelling ontwikkeld die toelaat om het gehalte aan omega 3-vetzuren (ALA & DHA) in de eidooier van een ei zodanig te verhogen dat er een aantal wettelijk goedgekeurde voedingsclaims en gezondheidsclaims kunnen gebruikt worden op de verpakking van de Ovyta eieren.

WHAT

- Wat was de doelstelling van de innovatie?
- Waarin bestaat precies de innovatie (toepassing, soort innovatie – product/procedé/businessmodel/support diensten/management,...)?

Ovyta is al langer een merk op de markt van de eieren rijk aan omega 3. Omega 3-eieren vormen een echte nichemarkt en het is belangrijk om de samenstelling van het leghennenvoer te optimaliseren naar prijs, maar ook naar toegevoegde waarde, d.w.z. naar de meest efficiënte aanrijking met omega 3-vetten, smaak en gezondheid van de kip. Dankzij deelname aan het project OMEGA-EI kreeg het bedrijf Lodewijckx toegang tot de state-of-the-art kennis en bronnen van omega 3 die mogelijk onder het leghennenvoer gemengd kunnen worden. Kippen worden leghennenvoeder gevoed op basis van microalgen.

Lodewijckx brengt nu heerlijke omega 3-eieren op de markt met een zeer concurrentiele prijszetting. Meer info kan u vinden op hun website: <http://www.ovyta.eu/nl/>

Hoewel het gezondheidsbevorderend potentieel van de langketen omega 3-vetzuren (LC-PUFA) vrij bekend is, zijn er slechts een zeer beperkt aantal levensmiddelen op de markt die effectief aangerijkt zijn met LC-PUFA en zijn er dus in de markt zeker nog opportuniteiten voor levensmiddelen aangerijkt aan LC-PUFA. Een mogelijkheid hiertoe is het aanrijken van leghennenvoeder met LC-PUFA, waardoor de eidooiers aangerijkt raken aan LC-PUFA. De belangrijkste commerciële bron van LC-PUFA, echter niet in België, om toe te voegen aan het voeder van legkippen is visolie. Er zijn echter verschillende problemen verbonden aan het gebruik van deze visolie.

Het doel van het onderzoeksproject was om de geïntegreerde effecten te onderzoeken van supplementatie van voeder van legkippen met volledige biomassa van microalgen, rijk aan LC-PUFA. Er werd nagegaan wat het effect is van de soort microalg, de dosis en het supplementatieschema op de aanrijking van eieren met LC-PUFA, de algemene kwaliteit van de eieren (o.a. de kleur van het ei) en de zoötechnische prestaties en de gezondheidsstatus van de kip.

IMPACT

- Voor de business/ de onderneming (verwerving van een nieuwe markt, groei, kostenvermindering,...)
- Op de markt (eindafnemers, tussenpersonen)
- Over het geheel genomen, ten aanzien van de maatschappelijke thematiek

- Deze innovatie heeft een versterking van de marktpositie veroorzaakt van het Ovyta merk. De productie van consumptie-eieren voor de retail wordt gedomineerd door de private label merken van de supermarkten. Een eigen merk geeft aanleiding tot een sterkere positie van het bedrijf.

KATALYSATOREN & OBSTAKELS

- Hoe verloopt / verliep de ontwikkeling van het project (duur, algemene indruk)?
- Wat vergemakelijkt / vergemakelijkte het verloop van het project (katalysatoren)?
- Wat zijn / waren de moeilijkheden en uitdagingen waaraan het hoofd moet /moest worden geboden (hinderpalen)?

- Omega-ei project van Flanders' FOOD heeft de ontwikkeling van het Ovyta eiconcept op 2 niveaus vooruit geholpen :
 - Er werd een state-of-the-artstudie uitgevoerd die de mogelijkheden en beperkingen van verschillende omega 3-bronnen inventariseerde met hun voor- en nadelen
 - Tijdens het project werd een experimentele voederformulering geëvalueerd op basis van een combinatie van lijnzaadolie en gedroogde algen. Deze evaluatie gebeurde in een vergelijkende studie met andere omega 3-bronnen en gaf aan wat de kostprijs en technische voor- en nadelen waren van de gekozen formulering

LESSONS LEARNT

Wat kon er / had er kunnen verbeterd worden om deze innovatie te vergemakkelijken? (enkel invullen indien van toepassing)

- Organisatie/management van het project
- Samenwerking/partnerschap
- Beheer van de intellectuele eigendom
- Lancering van de innovatie op de markt
- Financiering van het innovatieproject (fiscaal beleid, beschikbaarheid van kapitaal, investeringsubsidies, enz.)
- Andere beleidsaspecten /regelgevingsaspecten

- Organisatie project : OK
- Samenwerking : OK
- Beheer IP : niet van toepassing
- Lancering : toegang tot markt bekomen bij volgende supermarkten : Spar, Okay, Colruyt, AVEVE, Carrefour, Makro, Alvo & Champion
- Het natraject na afloop van het project was vrij kort waardoor de financieringsthematiek beperkt is