

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,...)?

Foodpairing NV is een Vlaamse food-tech kmo met 14 werknemers, die omwille van haar unieke Foodpairing-technologie actief is op de internationale markt. Gestart in 2009, bevindt het bedrijf zich momenteel in de 'scale-up' fase. Het bedrijf ontwikkelt werelds grootste aroma- & ingrediënten-database en algoritmes die volledig nieuwe recepten kunnen berekenen.

Op basis van deze technologie wil het bedrijf marktleider worden op het gebied van persoonlijke voedingssuggesties die tegemoetkomen aan smaak, duurzaamheidsprincipes en een gezonde levensstijl.

Door zijn verscheidenheid aan producten en diensten werkt het bedrijf samen met zowel kleine als grote voedingsbedrijven in Europa, maar ook internationaal, met o.a. klanten in Colombia, Korea, de VS,...

Actief onder het merk Foodpairing® biedt het bedrijf de volgende producten & diensten aan:

- **Voor chefs**
Een on-line software voor chefs en food professionals (op foodpairing.com), die hen in staat stelt om nieuwe combinaties en recepturen te maken. Hoofdzakelijk een inspiratieplatform voor nieuwe gerechten.
- **Voor de voedingsindustrie**
Een Consultancy service (rond smaakcombinaties) voor de voedingsindustrie waarbij wetenschappelijke data en big data gecombineerd worden.
- **Voor software-ontwikkelaars**
Een API service die combinaties en recepten genereert en hierdoor foodapplicaties kan aansturen. Een voorbeeld van een smoothie generator.

Aan de start van de ontwikkeling van de wetenschappelijke Foodpairing-methode, vooraleer het bedrijf Foodpairing NV werd opgericht (2009), werd samengewerkt met de KULeuven (Mebios).

Met de steun van het Innovatiecentrum werd Foodpairing wegwijs gemaakt in het subsidielandschap voor technologische innovatie. Op deze manier werden door middel van de steun van het IWT bepaalde technologieën, algoritmes en methodologieën verder ontwikkeld. Op jaarbasis maakt het bedrijf gebruik van de diensten van het IWT voor zowel haalbaarheidsstudies als innovatie-onderzoek.

WHAT

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

Foodpairing wil zijn technologie ter beschikking stellen om bedrijven, foodprofessionals en consumenten in staat te stellen gevarieerde, duurzame en gezonde maaltijden te bereiden.

Voedingspatronen zijn aan het veranderen. Grote voedingsbedrijven die alleen maar massaproducten serveren, zoals McDonald's, hebben moeite om hun marktpositie te houden hun producten te verkopen in een gewijzigd voedingslandschap.

Foodpairing wil met zijn technologie een antwoord bieden op dit nieuwe type van consument.

Dankzij de aanleg van een ingrediëntendatabase (waaronder duurzame en gezonde producten zoals algen, insecten, vleesvervangers, bijzondere groenten etc.) enerzijds en slimme algoritmen anderzijds, kan de Foodpairing-technologie inspireren met unieke combinaties alsook met volgebalanceerde recepturen.

- **Voor chefs**

Een on-line software voor chefs en food professionals (op foodpairing.com), die hen in staat stelt om nieuwe combinaties en recepturen te maken. Hoofdzakelijk een inspiratieplatform voor nieuwe gerechten.

- **Voor de voedingsindustrie**

Een Consultancy service (rond smaakcombinaties) voor de voedingsindustrie waarbij wetenschappelijke data en big data gecombineerd worden.

- **Voor software-ontwikkelaars**

Een API service die combinaties en recepten genereert en hierdoor foodapplicaties kan aansturen.

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

Foodpairing heeft als bedrijf een wetenschappelijke methode beschikbaar gemaakt voor foodprofessionals en de voedingsindustrie. Op vandaag heeft het bedrijf 125.000 leden (chefs) op de website, met 500.000 bezoekers per jaar, alsook een portfolio van grote internationale klanten verspreid over de hele wereld. Het heeft hiermee een duidelijke impact op het eetpatroon van mensen.

De database en methodiek zetten chefs en andere foodprofessionals wereldwijd aan om gevarieerder, duurzamer en gezonder te creëren. Producten zoals algen, by-catch vissen etc. worden gepromoot en gefamiliariseerd. Deze early adopters zetten de trend, hierna volgen industrie en consumenten. Applicaties zoals de smoothiemaker van Alpro, waarmee 40.000 recepten per maand worden gegenereerd, helpen consumenten om eigen gezonde recepten te maken.

KATALYSATOREN & OBSTAKELS

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

Als een van de eerste start-ups was er nog niet veel kennis voorhanden om een technologisch bedrijf uit te bouwen. Vandaag zijn er reeds veel meer initiatieven voorhanden om jonge starters te helpen.

Dit zijn de problemen waar we mee kampen.

- Foodpairing baseert zich op een wetenschappelijke methode die start van aroma-analyses, wat een grote kost met zich meebrengt. Dit vertraagt een snelle groei van zijn database. Concurrenten die vergelijkbare resultaten ogen, werken met big data.
- Met een hoofdkantoor in Brugge is het als pioniering FoodTech bedrijf een minder interessante uitvalsbasis om zich in de Foodtech-scène te begeven en om de juiste profielen aan te trekken. Daarom heeft het bedrijf ook een kantoor in New York van waaruit het opereert.
- De juiste mensen vinden wordt moeilijker en moeilijker of lukt volledig niet. Software developers en mensen die in staat zijn om een bedrijf te 'schalen' naar een wereldspeler zijn zeer moeilijk te vinden.
- Juiste funding/investors vinden en onafhankelijkheid toch zoveel mogelijk behouden. België heeft een hiaat tussen kleine en grote investeringsfondsen. Tickets tussen 1,5 miljoen euro & 3 miljoen euro zijn niet te vinden in het Belgische landschap.

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

- Vroeger advies inwinnen over het juiste businessplan / model.
- Vroeger advies inwinnen over het juiste pricing model.
- Een aantal cruciale profielen/kennisdomeinen waren niet aanwezig in het managementteam. Dit had vroeger aangepakt moeten worden.
- De lanceringen gaan gepaard met niet voldoende middelen, dit zou agressiever moeten.
- Het gebrek aan kennis & contacten met investeerders heeft ervoor gezorgd dat we alles op eigen middelen hebben gefinancierd. Hierdoor heeft het bedrijf een tragere groeicurve doorgemaakt. Nochtans is dat een cruciaal onderdeel van de groei van het bedrijf.
- Momenteel lopen gesprekken met internationale investeerders.
- De raad van advies had vroeger geïnstalleerd moeten worden.