



Food Circle Lab

lokale hub om circulaire voedselinnovaties te testen op de lokale markt

HET PROJECT IN HET KORT

EIT Food is de grootste netwerkorganisatie op het gebied van voedselinnovatie in Europa. Jaarlijks worden meer dan 200 innovatieve ideeën gegenereerd voor een duurzame en circulaire voedselketen. De uitdaging ligt vooral bij de **implementatie** en het **opschalen** van ideeën en de **(lokale) toegang** tot de bedrijven en consumenten die de producten gaan gebruiken.

Met het project Food Circle Lab willen we een **lokale hub** creëren waar we **geselecteerde start-ups** en verschillende lokale partijen met elkaar **in contact** brengen om samen te **experimenteren** met producten en diensten die de circulaire economie in de voedselsector een stapje dichterbij brengt.

Het lab richt zich voornamelijk op de **validatie- en implementatiefase** van de innovatiefunnel: innovatieve producten en diensten van start-ups in ons netwerk worden gescand op potentiële toepassing in Vlaanderen (o.a. Leuven, Mechelen, Gent). Zij krijgen vervolgens de mogelijkheid het nieuwe product met lokale partners te implementeren en hun start-up verder op te schalen.

PROJECTGEGEVENS

Dossiernummer: 2019-081
 Looptijd: 11/2019 tot 12/2021
 Subsidiebedrag: € 100.000

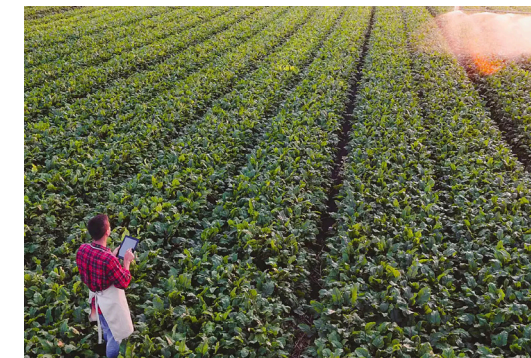
Een project van:

EIT Food CLC West

Samen met:

RisingFoodStars

[naar de databank >](#)



BELANGRIJKSTE RESULTATEN

1

De start-ups nemen deel aan **professionele beurzen** en **tastingevents** waar ze hun product kunnen uittesten bij de eindgebruiker (tastings, enquêtes ...). De **feedback** is leerrijk en helpt richting geven aan hun marktstrategie.

2

Via **events** en allerlei **acties op sociale media** (quizzes, acties, influencers ...) helpen we de **merkbekendheid** van de start-ups te **verhogen**. Het belang van sociale media als betaalbare marketing tool is bewezen.

3

Dankzij enkele sleutelpersonen en bedrijven uit het circulaire veld werd het **productieproces** van enkele start-ups **geprofessionaliseerd** en meer in lijn gebracht met de **zerowastefilosofie**.

4

We organiseerden verschillende **netwerkevenementen** die voor veel start-ups deuren openden naar **economische opportuniteiten**: om verder te groeien, producten te ontwikkelen en te verspreiden. Er werden o.a. contacten gelegd met grote spelers zoals Delhaize.

BELANGRIJKSTE GELEERDE LESSEN

1

Een **succesverhaal** achter je start-up vormt zeker een meerwaarde, maar is niet voldoende. Het is ook belangrijk om als bedrijf bij je roots te blijven. **Langzame, doordachte groei** zal het circulaire productieproces helpen waarborgen.

2

Marktonderzoek en tastings in de voedselindustrie zijn een must. Onderzoek bij consumenten naar smaak, kleur, textuur, verpakking, prijszetting ... werkt altijd zeer **verhelderend** en helpt een start-up groeien.

3

Een beroep doen op de **sociale economie** werkt positief zowel op de prijszetting als het imago van een bedrijf. Duurzaam ondernemen houdt in dat het rendement verder gaat dan het financiële: ook de **maatschappelijke winst** telt mee.

4

Een **ontdekkingspakket** kan een zeer interessante formule zijn voor een start-up. Toen enkele deelnemende start-ups zo een pakket op de markt brachten, bleken het **bestsellers** in hun productenaanbod.

WAT BRENGT **DE TOEKOMST?**

Onze geselecteerde start-ups worden de komende jaren opgenomen in het **New European Bauhaus programma** en zullen ook vandaaruit steun krijgen.

Voor onze **evenementen** hebben we in samenwerking met een professionele chef-kok een **cateringaanbod** opgesteld van o.m. de geselecteerde start-ups en nieuwe start-ups in de circulaire economie. Zo blijven we vanuit EIT Food bijdragen in hun marktstrategie, kenbaarheid en visibiliteit.