

Start-up Kitchen Het Foodatelier

'Wij doen vooral onmogelijke food-innovaties'

Hoe blijf je als gevestigd adviesbedrijf overeind in een competitieve markt als de voedingssector? Marc Oude Luttikhuis van Het Foodatelier blijft klanten met specifieke vragen bedienen, maar zoekt tegelijk een weg om nieuwe, vaak bijna onmogelijke ideeën uit te voeren. Met eigen start-ups.

Rutger Betlem

H

Het Foodatelier helpt de voedselindustrie bij nieuwe marktintroductions, innovaties en marktverkenningen. De onderneming komt bij alle grote partijen over de vloer, ziet waar ze mee bezig zijn, maar ook de kansen die ze missen. Oprichter Marc Oude Luttikhuis (55) maakt er ook een sport van nieuwe bedrijfsmodellen voor de foodsector te bedenken. Hij heeft op ieder moment zo'n vijf start-ups waar zijn team aan werkt.

Sinds kort moet alles wijken voor de Fruitbar, een gezonde reep met niets dan vers fruit: geen toevoegingen, geen suikers en geen vetten. De reep bevat de tien meest gegeten fruitsoorten en een beetje kokos en zuivel om het geheel te binden.

Ons team pakt alleen innovaties op die relatief onmogelijk lijken. We willen niet de concurrent van onze afnemers worden', aldus de ondernemer. Recentelijk verkocht Oude Luttikhuis nog zo'n onmogelijk start-upproject. Blikproducent Ardagh klopte bij Het Foodatelier aan met een blikken verpakking voor de magnetron. De ondernemer ontwik-

kelde hier een kaasfondueconcept voor, en verkocht dit aan het Zwitserse zuivelconcern Emmi. De 'Fondü All-In-One' wordt nu onder meer bij de winkels van Albert Heijn en De Haas verkocht.

Voor Fruitbar voorziet Oude Luttikhuis eenzelfde scenario. 'We laten zien dat het werkt, en gaan daarna op zoek naar een koper.' Of het concept ook aanslaat, moet over enkele weken blijken: dan ligt de Fruitbar bij tien Shell-tankstations, in het versvak naast de voorgesneden appeltjes en de bekers met yoghurt met muesli. Ook cateraar Sodhexo wil de fruitreep, die zonder kwaliteitsverlies veertien dagen houdbaar is, gaan verkopen.

De kaasfondueset was een eenvoudig product, zegt Oude Luttikhuis in zijn kantoor in Enschede. 'Daarbij ging het alleen om het blik: dan krijg je een snelle deal.' Bij de fruitreep maken ook de verpakking, de productiemethode en het modelrecht deel uit van het verkoopproces. 'Dit is meer dan een afvullijntje en een productielijntje.'

Oude Luttikhuis rekent voor zijn producten op de Doles en Campina's van de wereld. 'De introductie van een dergelijk complex product is niet haalbaar voor een bedrijf van onze omvang', aldus de ondernemer, die voor de fruitbar samenwerkt met de voedseltechnologen Tate & Lyle. Het Britse concern deed dat onbezoldigd op voorwaarde dat ze deel uitmaken van een eventuele verkoopdeal. 'We helpen ze hun R&D-kennis te kapitaliseren.'

Bosch doet op het moment onderzoek naar de meest praktische productieopstelling. 'Onze uitdaging wordt een gemotiveerde producent te vinden. Iemand die er echt voor gaat. We benaderen nie-



Mark Tukker (links) en Marc Oude Luttikhuis van Het Foodatelier.

FOTO: MARK TUKKER, VOEDSELWET.NL

Uitdagingen

1

Geen bestaande business van klanten kannibaliseren

2

Een grote partner vinden om de nieuwe producten op te schalen

Het oordeel: 'Dit project getuigt van lef en strategisch denkvermogen'

Wat vindt de neutrale investeerder van deze start-up? Deze week: Sacha Engels

'Een uitstekend idee om je ervaring en netwerk te kapitaliseren met een "food accelerator". Dit getuigt van lef en strategisch denkvermogen om je niet alleen te positioneren als partner voor een specifiek vraagstuk of een behoefte van klanten. Met dit incubatorprogramma passen ze hun eigen motto "vernieuwen is een vak" op zichzelf toe.

Het Foodatelier weet dat bedrijven in de foodsector steeds moeten vernieuwen om groei te realiseren in deze hoog competitieve markt. Het prikkelt ook medewerkers om net even verder te denken. Ik vind het heel sterk dat zij inzetten op innovaties die niet voor de hand liggen, waardoor het idee niet het bestaande businessmodel kannibaliseert. De kunst is wel om hier balans in te vinden en bereid te zijn te delen en niet financieel het

Sacha Engels

is consultant, commissaris en investeerder. Ze heeft belangen in diverse start-ups. Eerder was ze ondernemer in de marketing- en communicatiebranche.



onderste uit de kan te willen halen. Sommige klanten zullen denken dat Het Foodatelier zich op "hun" gebied begeeft. Maar elk succesvol innovatief bedrijf krijgt die feedback. Het getuigt van realisme om te ontwikkelen op basis van een exitstrategie om een "proven concept" snel in de etalage te zetten. Om hun klanten hier meer bij te betrekken kunnen ze overwegen al vroeg te pitchen en hun de kans te geven in te stappen.'

mand actief, maar willen via het netwerk de gesprekken op gang laten komen.'

De fruitreep is inmiddels beschermd met modelrecht. 'Zelfs een nougatreep mag er niet hetzelfde uitzien.' Voor kopiëren is hij niet bevreesd. 'Iets namaken is stukken moeilijker dan iets bedenken', aldus de nuchtere Tukker, die zijn vinding niet gepatenteerd heeft. Het product is klaar voor de testmarkt, maar nog niet uitontwikkeld. 'De koper zal zijn eigen stempel drukken op de productie', weet Oude Luttikhuis. 'Het heeft geen nut om tot het oneindige door te ontwikkelen.'

Hoewel ze actief op zoek zijn naar een koper, blijft Het Foodatelier het liefst nog enige tijd aan boord. In ieder geval tot na de Nederlandse introductie. 'We hebben via onze investeerders' — het bedrijf wordt ondersteund door een groep kapitaalcrachtige informele geldschieters — 'de mogelijkheid om door te investeren tot de Europese introductie. Maar het is niet de bedoeling om hier langjarig in te zitten.'

Oude Luttikhuis is nu bezig met de Fruitbar, maar kijkt ondertussen al met een half oog naar nieuwe mogelijkheden. Tijdens het bezoek aan het kantoor in de wijk Roombeek maakt chef Mark Tukker glutenvrije ravioli. 'We hebben het al aan twee partijen verkocht, maar nog geen idee hoe we het productieproces onder controle krijgen.' Recentelijk trad driesterrenchef Jonnie Boer toe tot het bedrijf als non-executive chief. 'Met hem ontwikkelen we nu een concept voor vis in blik.'

Rutger Betlem is redacteur van het FD.



4/3/2017