

Pla d'Innovació a la Conca del Ripoll

El clúster de l'alimentació: Principals reptes estratègics

Agenda de la reunió

- El Pla d'Innovació de la Conca del Ripoll
 - Objectius i àmbit d'actuació
 - Principals conclusions de l'anàlisi
- Caracterització del sector de l'alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll
- Reptes estratègics del sector de l'alimentació i auxiliar
- Potencials àrees d'actuació

Agenda de la reunió

- El Pla d'Innovació de la Conca del Ripoll
 - Objectius i àmbit d'actuació
 - Principals conclusions de l'anàlisi
- Caracterització del sector de l'alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll
- Reptes estratègics del sector de l'alimentació i auxiliar
- Potencials àrees d'actuació

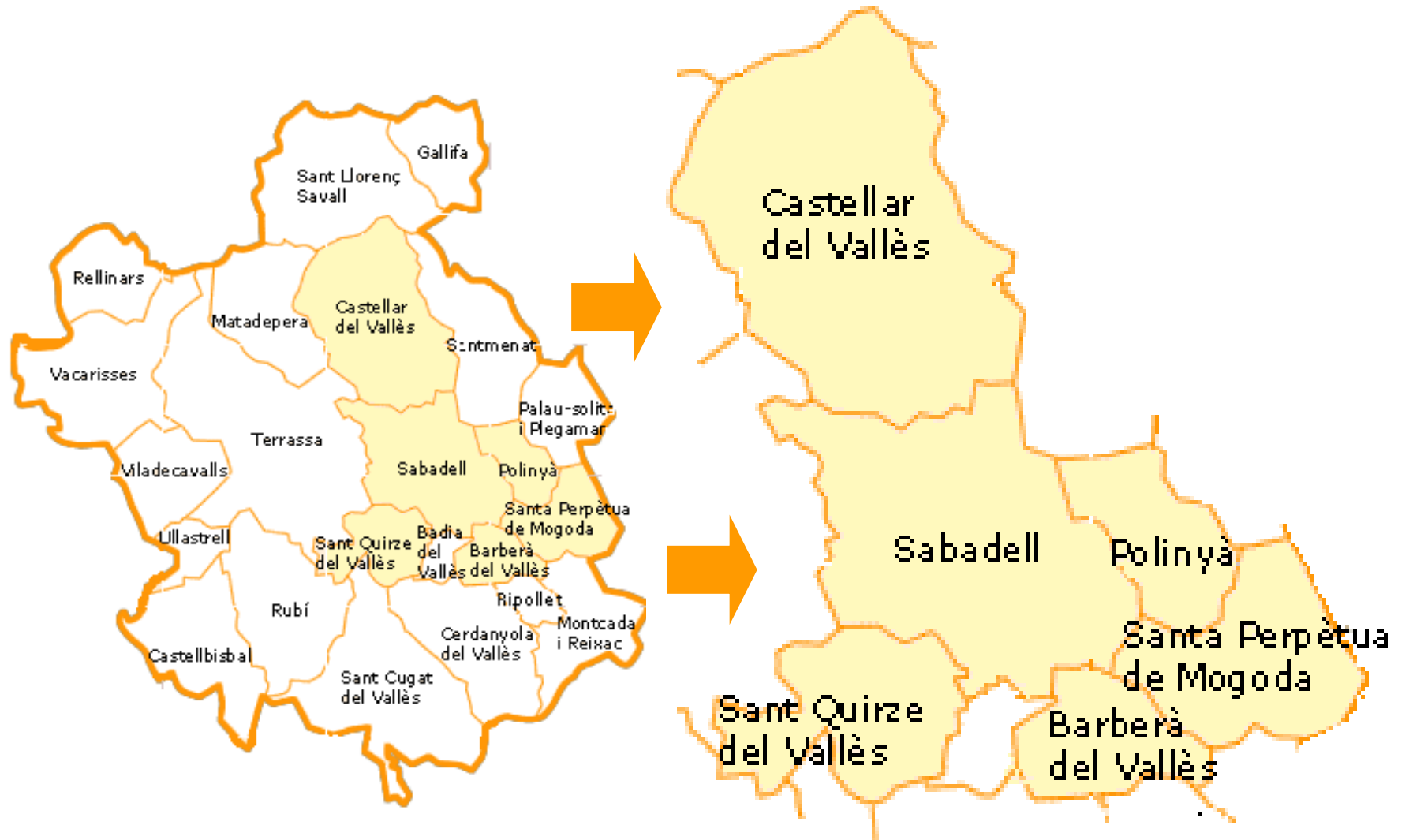
Pla d'Innovació Local – Objectius i resultats

Millorar el sistema i les capacitats d'Innovació de la Conca del Ripoll per estimular el seu creixement econòmic

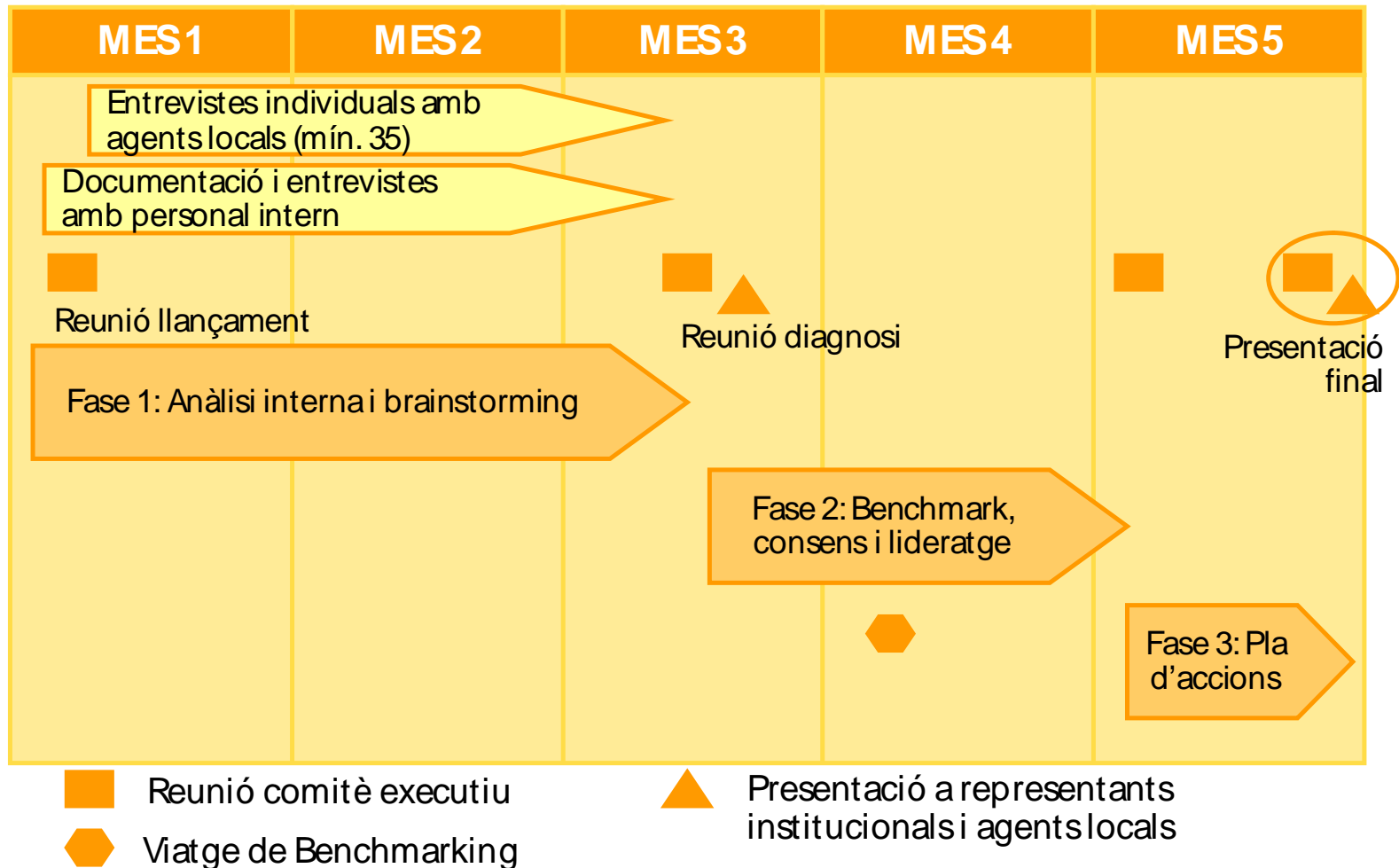
■ **Resultats:**

- Diagnosi: definint i compartint un diagnòstic de les fortaleces i debilitats del sistema d'innovació de la zona.
- Pla d'acció: arribant a un consens en prioritzar accions per activar els factors d'innovació local.
- Lideratge: identificar i involucrar els agents d'innovació locals perquè prenguin part en el projecte.
- Efecte multiplicador: facilitar l'elaboració de nous arguments institucionals per justificar l'obtenció de recursos addicionals que permetin els conseqüents efectes multiplicadors

Àmbit Pla Innovació: la Conca del Riboll



Pla de treball



Sistema de valor d'innovació: la Conca del Ripoll

TERRITORI (Infraestructures potents, Aeroport, polígons a definir...)



ES Di Escola Superior de Disseny centre associat Universitat Ramon Llull

UAB

 PROV. CONEIX. I DE RECERC

 A

PARC DE RECERCA UAB

 Fundació Parc Taulí Institut Universitari UAB

TEIXIT EMPRESARIAL

SUPORT A LA INNOVACIÓ

ESTRATÈGIC
C
 (Pol. locals, nacionals, estatals de desenv emp.)

FINANCER
 (K. Risc, Admció., Business Angels...)

ALTRES
 (Emp. serveis avançats, assés. legal, financier...)

DEMAND A SOFIST.
 Grans emp. líders als seus mercats
MERCAT LOCALS SIGNIF.
 Tèxtil, construcció, industria

Activitat empresarial segons CNAE

	Emp.	Fact. (mil.€)	Treb.	% Emp.	% Fact.	% Treb.
51.- Comerç a l'engròs i intermediaris del Comerç, excepte vehicles de motor i motocicletes	644	3.064.247	8.865	21,02%	21,01%	11,47%
45.- Construcció	417	890.405	6.654	13,61%	6,11%	8,61%
28.- Fabricació de productes metàl·lics, excepte maquinària i equip	291	767.928	5.324	9,50%	5,27%	6,89%
70.- Activitats immobiliàries	238	717.540	1.264	7,77%	4,92%	1,64%
74.- Altres activitats empresarials	186	2.170.051	16.410	6,07%	14,88%	21,24%
29.- Indústria de la construcció de maquinària i béns d'equip	148	528.092	3.198	4,83%	3,62%	4,14%
60.- Transport terrestre; Transport per tuberies	132	702.673	4.141	4,31%	4,82%	5,36%
17.- Fabricació de tèxtils i productes tèxtils	130	379.718	3.232	4,24%	2,60%	4,18%
25.- Fabricació de productes de cautxú i matèries plàstiques	92	727.191	3.433	3,00%	4,99%	4,44%
22.- Edició, arts gràfiques i reproducció de suports gravats	74	360.815	2.319	2,42%	2,47%	3,00%
24.- Indústria química	63	967.738	3.068	2,06%	6,64%	3,97%
63.- Activitats annexes als transports. Activitats d'agències de viatge	62	164.736	777	2,02%	1,13%	1,01%
36.- Fabricació de mobles. Altres indústries manufactureres	58	208.512	1.491	1,89%	1,43%	1,93%
55.- Hosteleria	50	109.036	1.748	1,63%	0,75%	2,26%
18.- Indústria de la confecció i de la pel·leteria	49	216.194	1.408	1,60%	1,48%	1,82%
15.- Indústria de productes alimentaris i begudes	46	328.019	1.192	1,50%	2,25%	1,54%
85.- Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	42	79.845	1.232	1,37%	0,55%	1,59%
72.- Activitats informàtiques	33	194.660	1.504	1,08%	1,33%	1,95%
20.- Indústria de la fusta i del suro, excepte mobles, cistelleria i esparteria	32	57.712	429	1,04%	0,40%	0,56%
31.- Fabricació de maquinària i material elèctric	31	444.698	1.688	1,01%	3,05%	2,18%
92.- Activitats recreatives, culturals i esportives	30	67.499	512	0,98%	0,46%	0,66%
21.- Indústria del paper	27	187.903	827	0,88%	1,29%	1,07%
27.- Metal·lúrgia	27	263.135	592	0,88%	1,80%	0,77%
26.- Fabricació d'altres productes de minerals no metàl·lics	20	47.835	314	0,65%	0,33%	0,41%
TOTAL	3064	14.582.299	77.260	100%	100%	100%

Font: Segons mostra d'empreses extreta (>500.000 M€), a partir de SABI

Online

Negocis per cadena de valor: Automoció

ACTIVITAT "CNAE"

ESPECIALITZAC
IÓ

Proveïdors
MP

Indústria
electrònica

ELECTRONIC
MANUFACT.
SERVICES (EMS)

Indústria
tèxtil

TEIXIT
TÈCNIC

Indústria
del plàstic

INJECCIÓ
PLÀSTIC

Indústria
del metall

TRANSF.
METALL

....

FABRICANTS
MAQUINÀRIA

CADENA DE VALOR NEGOCI DE L'AUTOMOCIÓ

PROVEÏDORS
2n NIVELL

PROVEÏDORS
1r NIVELL

CONSTRUCTORS

Negocis per cadena de valor: Alimentació

MAQ. IMATERIALS
PER A ENVASOS I
PROCÉS
PACKAGING

FABRICACIÓ
MAQUINÀRIA PER A
PRODUCTES
ALIMENTARIS

INDÚSTRIA DEL
PACKAGING

**INDÚSTRIA
ALIMENTÀRIA**

ARTS GRÀFIQUES
(etiquetes,
maquinària...)

PROVEÏDORS MP

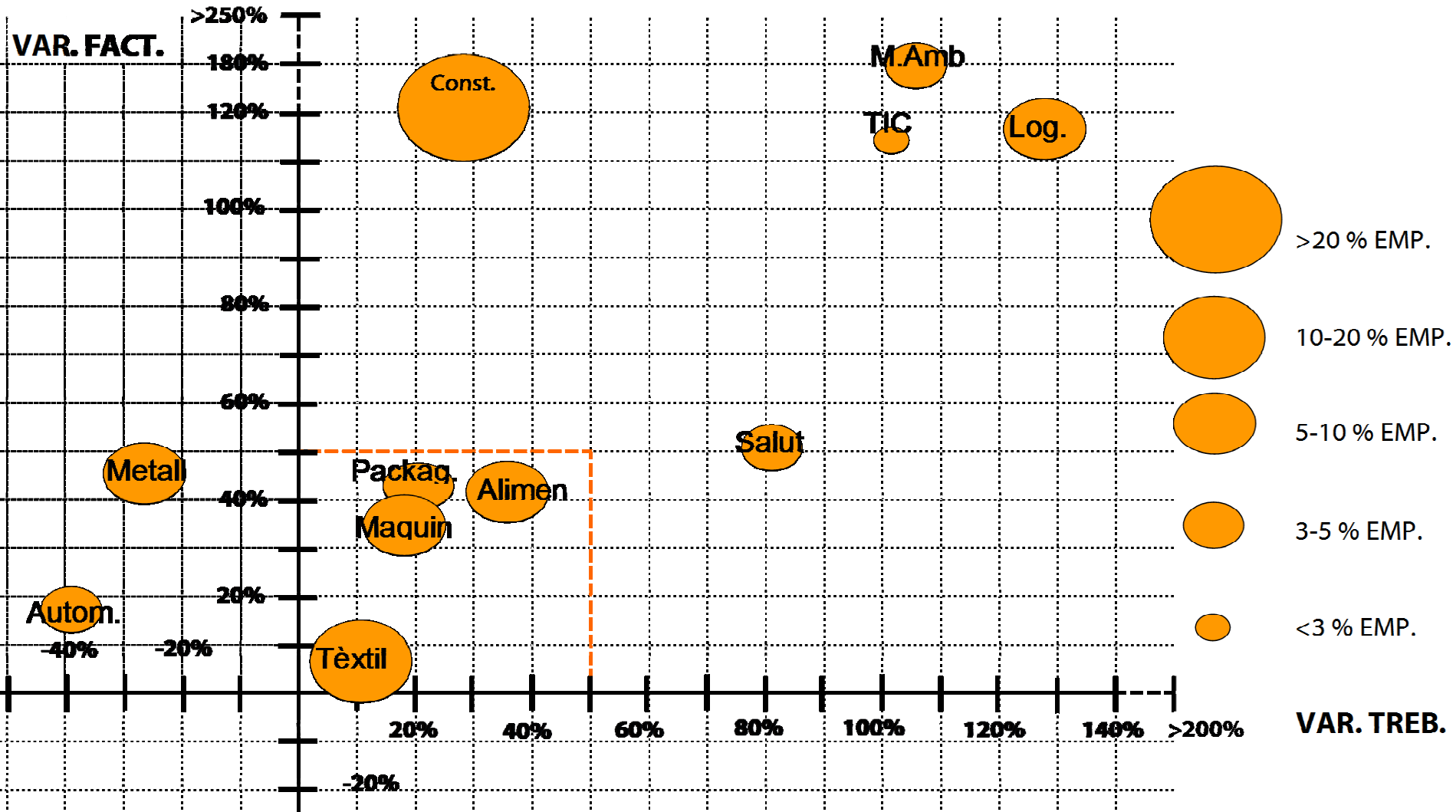
Font: Segons mostra d'empreses elaborada (>1 M€), a partir de SABI Online

TOP-10 negocis (segons facturació)

	FACT. ÚLT. ANY (M €)	% FACT. (Rànk.)	EMP.	% EMP. (Rànk.)	TREB.	% TREB. (Rànk.)
Indústria de l'alimentació i auxiliar	1.593	12,55% (1)	177	11,57% (1)	10.356	20,65% (1)
Indústria de l'automoció i relacionats	1.148,81	10,45% (2)	37	4,46% (5)	3.580	7,14% (4)
Indústria química i relacionats	897,10	8,16% (3)	33	3,98% (6)	2.514	5,01% (5)
Indústria del tèxtil i moda	794,96	7,23% (4)	86	10,36% (2)	4.541	9,06% (2)
Logística	691,84	6,29% (5)	51	6,14% (3)	3.633	7,25% (3)
Indústria del Metall i relacionats	612,10	5,57% (6)	43	5,18% (4)	1.269	2,53% (-)
Maquinària i eines per altres / varis sectors	402,00	3,66% (7)	27	3,25% (7)	1.562	3,12% (8)
Salut	399,99	3,64% (8)	27	3,25% (8)	2.003	3,99% (6)
Medi ambient	399,80	3,64% (9)	23	2,77% (9)	1.739	3,47% (7)
Mat. elèctric i sistemes per a instal·lacions diverses	396,91	3,61% (10)	20	2,41% (-)	1.134	2,26% (-)

Font: Segons mostra d'empreses elaborada (>3 M€), a partir de SABI Online, Excepte el negoci de la construcció

Evolució dels principals negocis ('01-'06)



Font: Segons mostra d'empreses elaborada (>3 M€), a partir de SABI

Online

Tres grans àrees de treball

- **Accions horitzontals** de millora del sistema d'innovació local relacionades amb aspectes com: emprenedoria, capital risc, suport estratègic, difusió de la innovació...
- **Projectes tractors específics relacionats amb la indústria o clústers locals existents o més emergents** (vinculats a un coneixement diferencial local)
- **Gestió del procés**, lideratge i organització

Resum principals projectes de futur

	Massa crítica	Agregadors	Innov. i de futur	Dinamitz.	Interrelacionats
Salut	++	++	+++	+++	+++
Serveis i ind. Aux. Alim.	+++	+++	++	++	+++
Medi ambient	+	+	+++	+++	++
Serveis avanç. Log.	+++	+++	++	++	+++
Tèxtil Moda	+++	+++	++	+	++

PROJECTES VERTICALS: NEGOCIS PRIORITZATS

SALUT

**ALIM.
I AUX.**

LOGÍSTICA

**MEDI
AMBIENT**

**TÈXTIL
MODA**

PROJECTES VERTICALS: NEGOCIS PRIORITZATS

SALUT

ALIM.
I AUX.

LOGÍSTICA

MEDI
AMBIENT

TÈXTIL
MODA

EIXOS D'ACTUACIÓ
HORIZONTALS

EIX D'ACTUACIÓ 1: REFORÇ DEL TEIXIT EMPRESARIAL

EIX D'ACTUACIÓ 2: FOMENT DE L'EMPREDORIA

EIX D'ACTUACIÓ 3: FOMENT I DIFUSIÓ DE LA INNOVACIÓ
I VINCULACIÓ AMB EL TERRITORI

Agenda de la reunió

- El Pla d'Innovació de la Conca del Ripoll
 - Objectius i àmbit d'actuació
 - Principals conclusions de l'anàlisi
- Caracterització del sector de l'alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll
- Reptes estratègics del sector de l'alimentació i auxiliar
- Potencials àrees d'actuació

La indústria alimentària i el seu sistema de valor concentra més de **170 empreses** i una facturació de **1.600 milions €**

6 emp. /
50 M €

MAQ. IMATERIALS
PER A ENVASOS I
PROCÉS
PACKAGING

18 emp. /
147 M€

FABRICACIÓ
MAQUINÀRIA PER A
PRODUCTES
ALIMENTARIS

29 emp.
/235 M€

INDÚSTRIA DEL
PACKAGING

91 emp. /
785 M €

**INDÚSTRIA
ALIMENTÀRIA**

ARTS GRÀFIQUES
(etiquetes,
maquinària...)

16 emp. /
279 M €

7 emp. /
214 M €

PROVEÏDORS MP

Font: Segons mostra d'empreses elaborada (>1 M€), a partir de SABI Online

El sector de la indústria alimentària i auxiliar a la Conca del Ripoll

	EMP.	FACT. (M€)	TREB.
Indústria alimentària	91	785,00	7.884
Proveïdors de matèries primeres i ingredients i additius	7	214,12	248
Productes de molinaria i derivats	12	190,51	5.392
Indústria Càrnia	20	137,50	483
Productes de dietètica i nutrició	9	55,52	234
HORECA organitzat	2	52,48	921
Altres alimentació	7	49,55	148
Comerç a l'engròs de productes alimentaris	20	44,57	176
Begudes	4	19,99	109
Alimentació animal	4	12,24	22
Dolços i xocolates	3	4,42	51
Càtering i servei a col·lectivitats	3	4,07	100
Indústria auxiliar alimentació	78	720,43	3.449
Packaging i envasos alimentació	29	234,69	1.248
Fabricació d'etiquetes alimentació	8	190,30	432
Maquinària i eines per a la indústria alimentària	23	148,18	847
Maquinària i eines per al packaging alimentació	18	147,27	922
Maquinària per la producció / interpretació d'etiquetes	8	88,43	387
TOTAL	177	1.593,85	11.720

Agenda de la reunió

- El Pla d'Innovació de la Conca del Ripoll
 - Objectius i àmbit d'actuació
 - Principals conclusions de l'anàlisi
- Caracterització del sector de l'alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll
- Reptes estratègics del sector de l'alimentació i auxiliar
- Debat sobre possibles àrees d'actuació

Principals tendències Ind. Alimentaria

Consumidor final:

-Canvis en aspectes demogràfics que configuren noves oportunitats

1 -Augment immigració (cuina “halal”, embotits sense porc...)

2 -Canvi estructura familiar tradicional (nous packaging)

-Determinats estils de vida fan créixer nous segments del mercat

3 -Cuidar-se i vida saludable (aliments funcionals i ecològics)

4 -Manca de temps per cuinar (plats preparats, menjar fora de casa)

5 -Polarització mercat: marca reconeguda vs. marca privada

Principals tendències Ind. Alimentària

Fabricants:

- 1 -Necessitat dimensió crítica per marca i innovació (alim. seca)
- 2 -Innovació en producte, servei i canal (alim. Fresca)
- 3 -Baixa internacionalització per fort component local dels mercats

Canal:

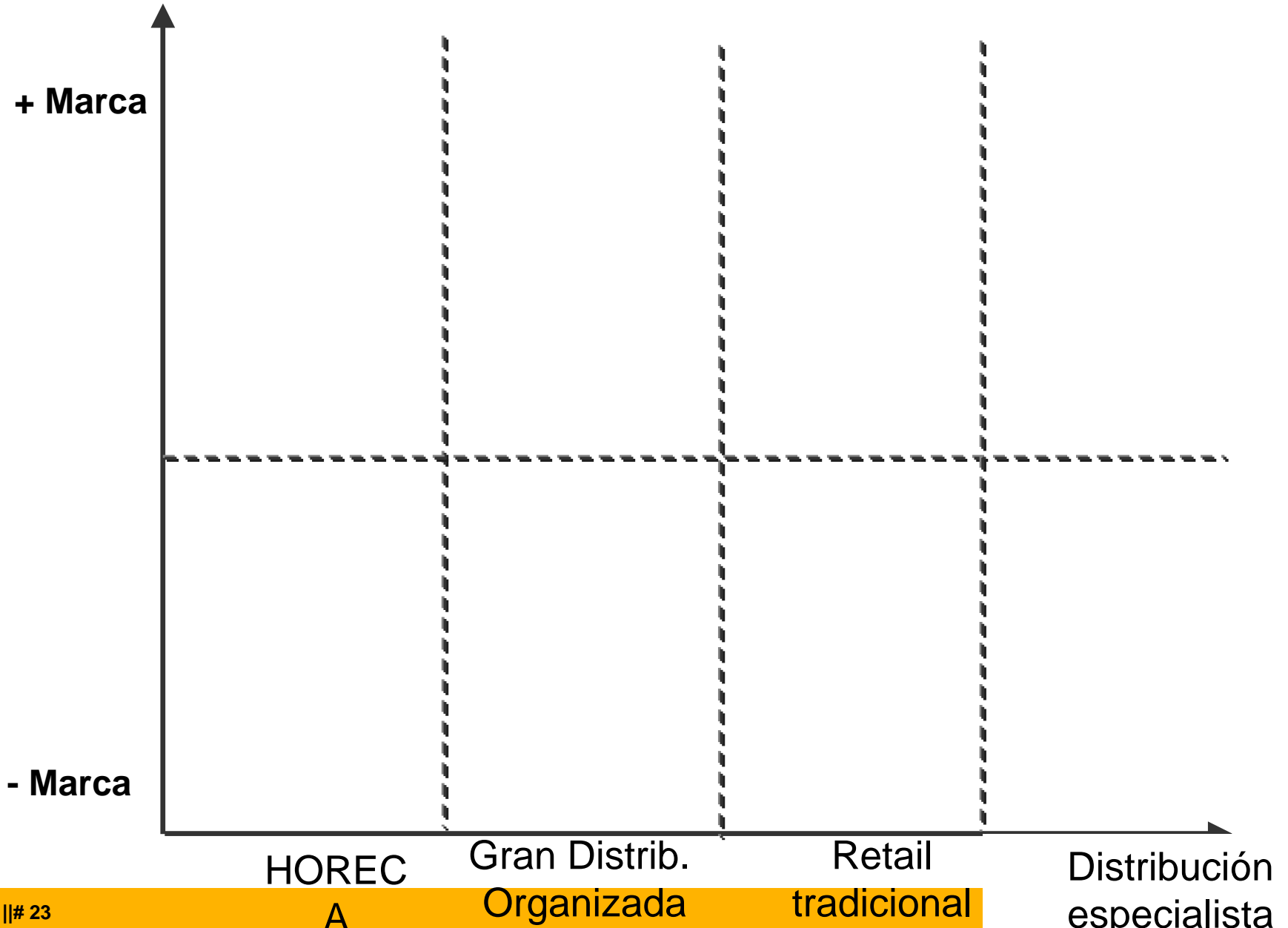
-Reestructuració del canal i augment del poder de negociació

- 4 -Estabilització fort creixement gran distribució
- 5 -Contínua caiguda minorista independent
- 6 -Elevada concentració del canal
- 7 -Augmenta l'oferta no alimentària gran distribució
- 8 -Creixement MARCA DE DISTRIBUCIÓ

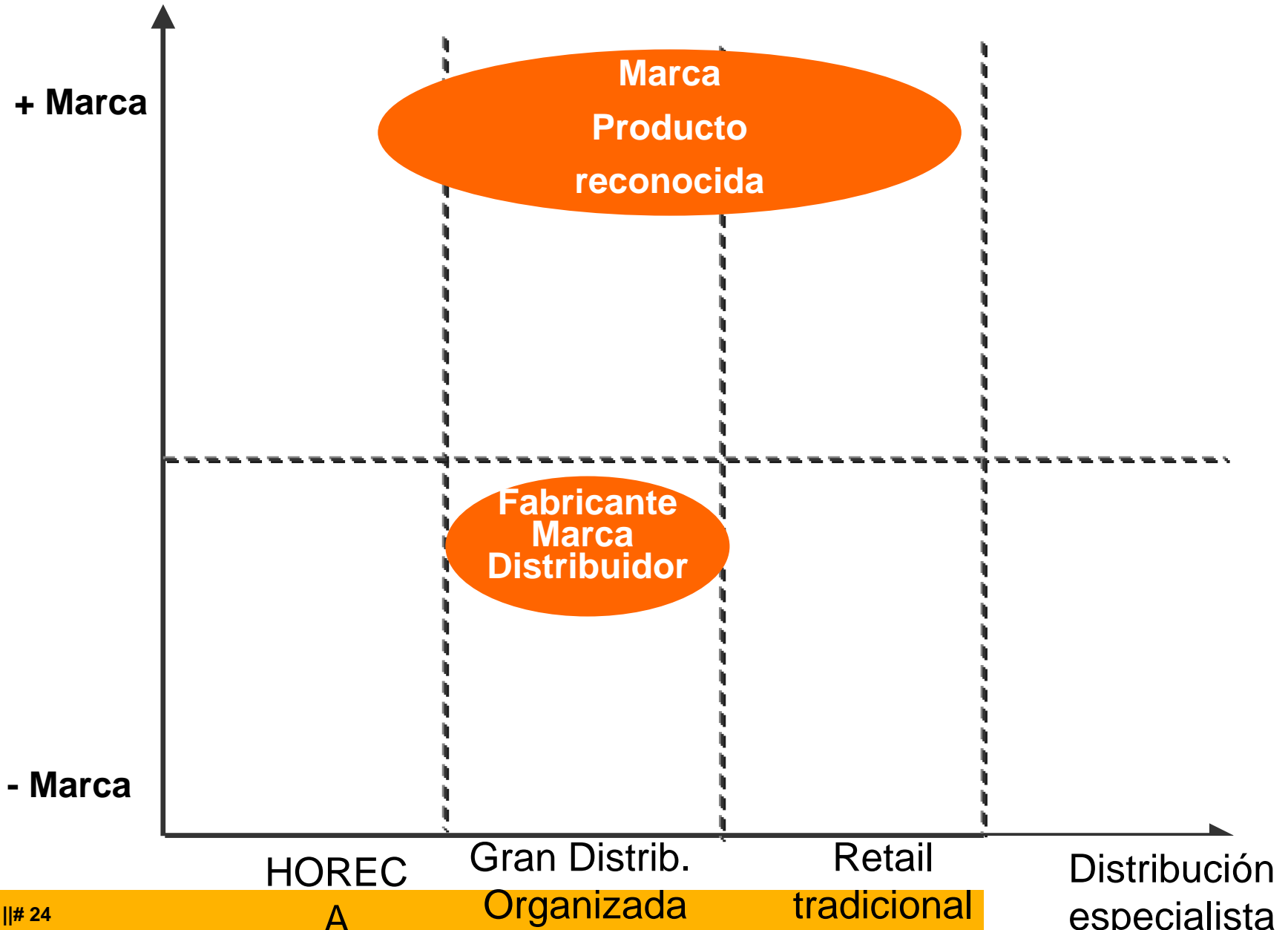
-Anarició i creixement de nous players i nous canals

- 10 -Fort creixement minoristes especialistes organitzats

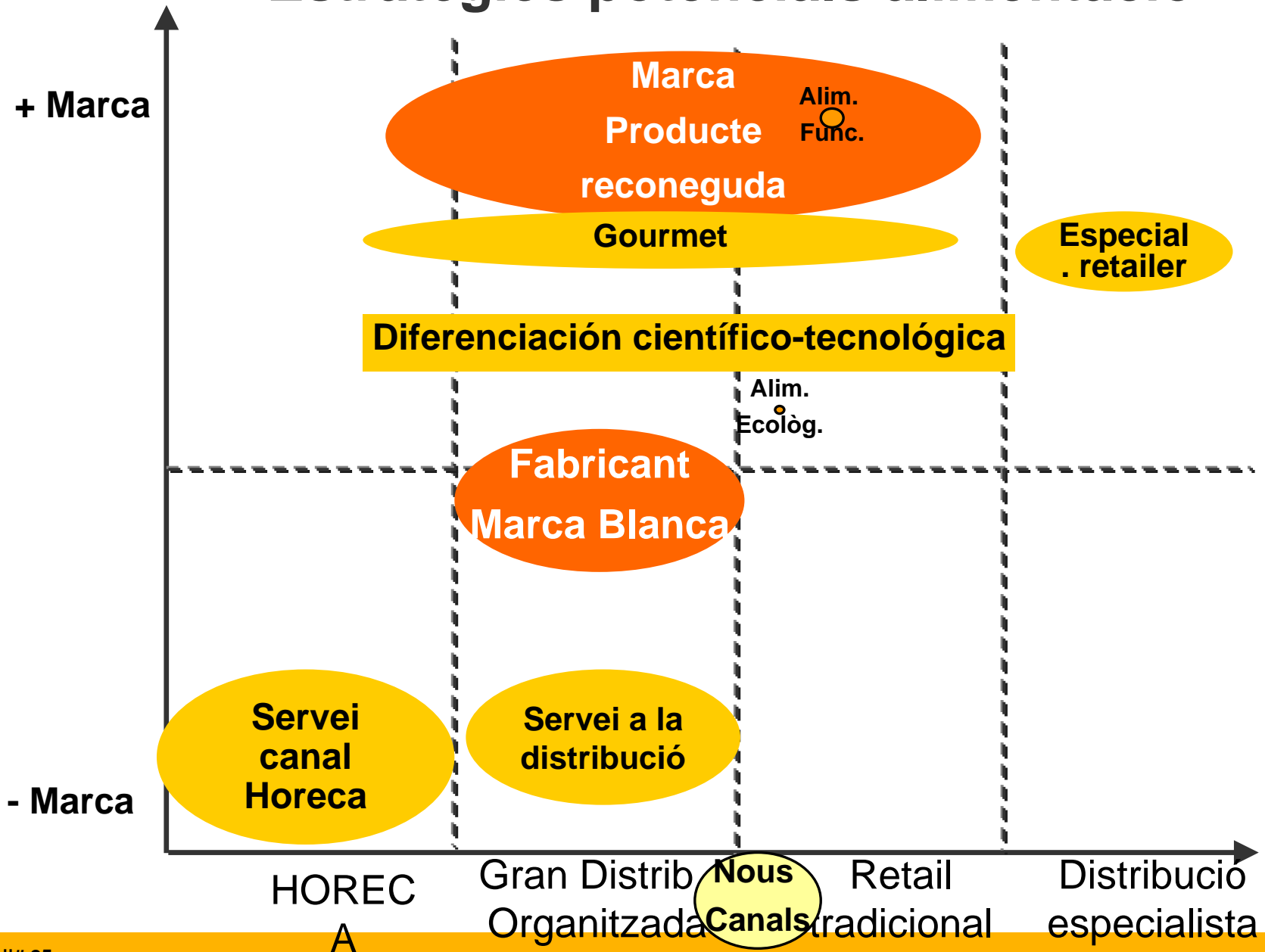
Estratègies potencials alimentació



Estratègies potencials alimentació



Estratègies potencials alimentació



Què entenem per Foodservice?

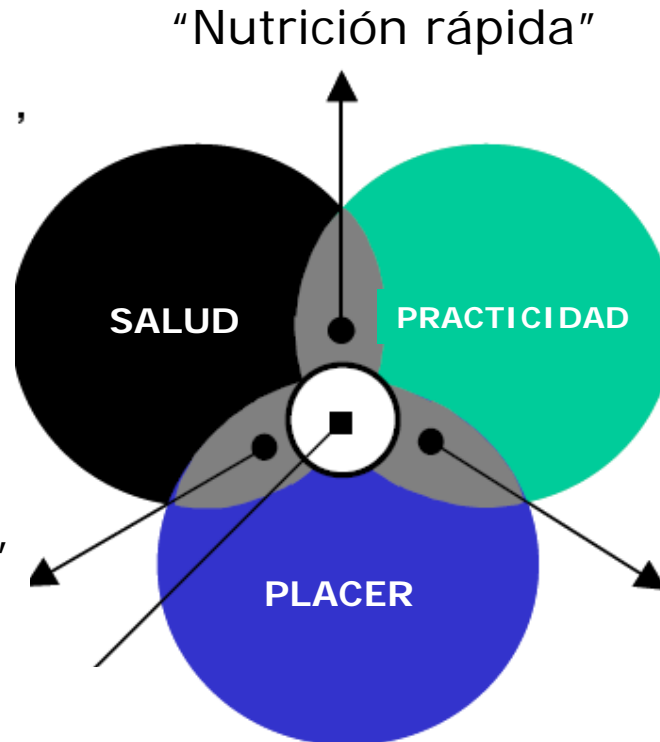
- Tradicionalment, es parla de canal HoReCa = Hostaleria, Restauració i Cafeteries → poc agregador
- Concepte més ampli utilitzat pel sector: FOODSERVICE



Nuevas oportunidades para innovar

Bienestar consumidor

- Funcionales
- Dietéticos
- Natural / orgánico
- Vegetariano



“Nutrición rápida”

Factor tiempo

- Snacks
- “Calentar y servir”
- Platos preparados

“Placer saludable”

Practicidad gourmet

Experiencia sensorial

- Capricho / Placer
- Nuevos sabores
- Tradicional

Fuente: Business Insights,
“Identifying the indulgence
consumer”

Estratègies de negoci

MARCA
PRODUCTE

MARCA
DISTRIBUÏDOR

GOURMET

FOODSERVICE

Estratègies de negoci

MARCA
PRODUCTE

MARCA
DISTRIBUÏDOR

GOURMET

FOODSERVICE

Sofisticació de les estratègies

Projectes de R+D / Desenvolupament de producte

**Millora presència en els mercats (Coneixement de mercats,
capacitat comercials,...)**

Millora de l'entorn competitiu

Dinamització del cluster

Agenda de la reunió

- El Pla d'Innovació de la Conca del Ripoll
 - Objectius i àmbit d'actuació
 - Principals conclusions de l'anàlisi
- Caracterització del sector de l'alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll
- Reptes estratègics del sector de l'alimentació i auxiliar
- Potencials àrees d'actuació

Indústria alimentació i auxiliar a la Conca del Ripoll

PARTICIPANTS AL GRUP DE TREBALL

- Cafès Pont
- Carinsa
- Cart Service Centro Stampa
- Panificadora Valero
- Tecnopack Plastics
- UAB
- Viena
- Volpak

PRINCIPALS CONCLUSIONS

DIFUSIÓ, PROCÉS I NETWORKING

- Importància de fer difusió per conèixer les empreses i agents del sector a la zona
 - En la recerca de proveïdors, en la recerca de partners per a projectes de desenvolupament conjunts...
- Oportunitat per a dotar al sector a la zona d'una major visibilitat (nacional i internacional)

DEFINICIÓ I IMPULS DE PROJECTES

- Possibles reptes o àrees comunes d'interès:
 - Informació del consumidor final
 - Forta tendència a la vinculació de l'alimentació amb d'altres camps, aliments funcionals..:
 - Salut
 - Cosmètica
- Complexitat de fer processos d'innovació amb desconeixement sovint de l'existència i el com accedir a ajuts per a la innovació
- Gran potencial per a la realització de projectes conjunts de desenvolupament entre diferents agents i empreses cadena de valor: coneixement multidisciplinar
- Formació: No existeixen programes específics a la zona: clara àrea d'actuació d'interès

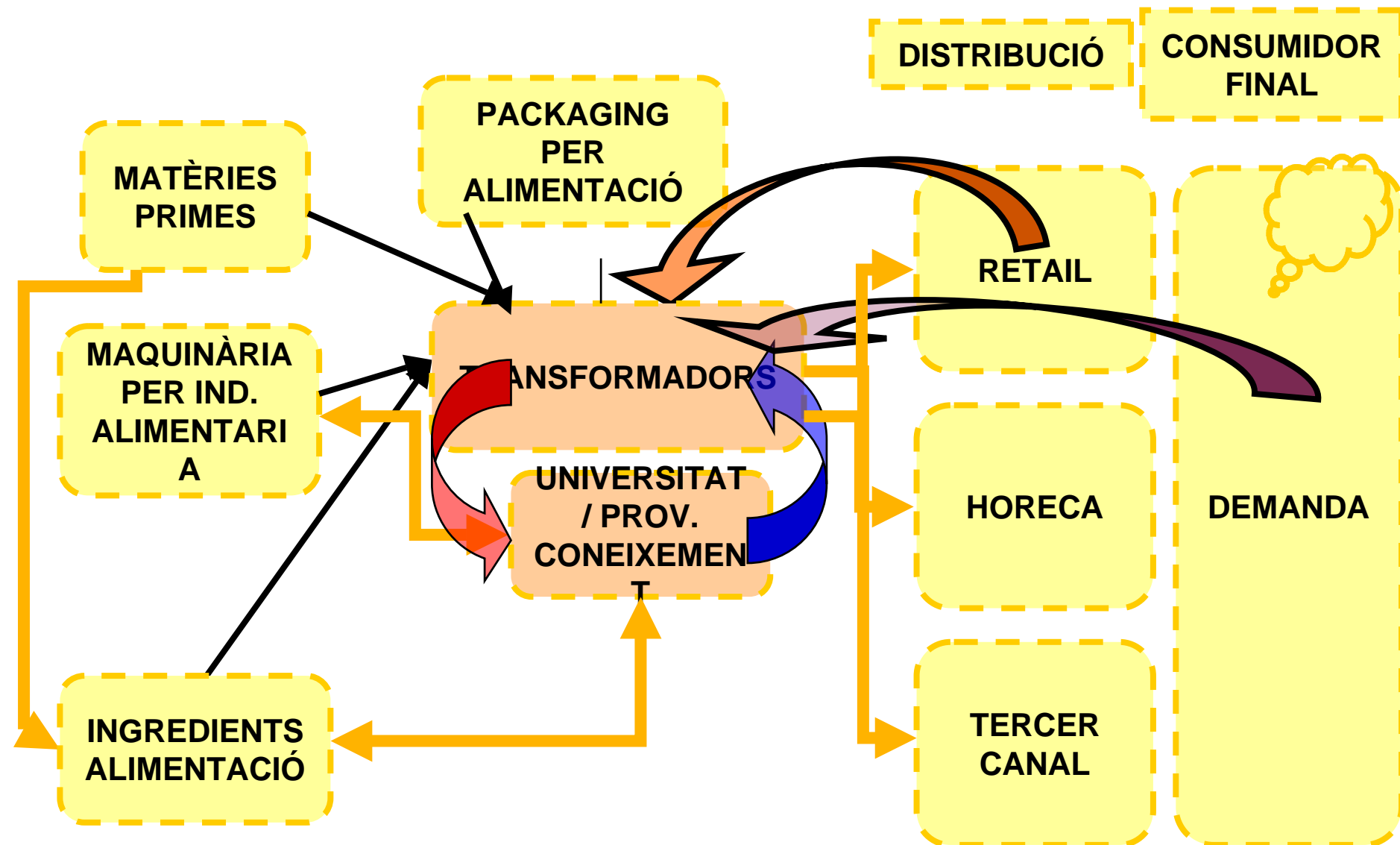
Potencials Àrees d'actuació

Desenvolupament de producte	
1.	Suport en la realització de projectes de desenvolupament de producte
2.	Suport en projectes per a millora i desenvolupament de tecnologies de producció / industrialització
Coneixement de mercat	
3.	Estudis de mercat gourmet, foodservice (Espanya i mercats internacionals)
4.	Ponències / Xerrades amb compradors de referència a nivell espanyol o internacional)
Capacitats comercials i internacionalització	
5.	Espais per a la presentació de nous productes al client final
6.	Projectes de contractació conjunta de comercials de suport
7.	Formació específica de perfils professionals per al segment: gourmet, foodservice
8.	Suport en accions per a l'obertura de nous mercats
Millora de les operacions i eficiència logística	
9.	Suport en projectes de realització conjunta de la logística de distribució
10.	Suport a la implementació i desenvolupament de plataformes tecnològiques
Reflexió estratègica, dimensió i integració a la distribució	
11.	Suport a la realització de projectes de reflexió estratègica segons segments: gourmet, foodservice
12.	Suport en projectes per a obtenir una major dimensió

Potencials Àrees d'actuació

- **Nous productes: Cooperació entre tots els agents de la cadena per desenvolupar nous productes**
 - Com coordinem millor la cadena?
 - Quins són els principals drivers d'innovació en la cadena alimentària?
 - Allargar la vida útil del producte (packaging,...)?
 - Col·laboracions en 4a i 5a gamma (precuinats)?
 - Desenvolupament de productes funcionals?
 - Identificar nous nínxols de mercat de valor afegit?
 - Accions a desenvolupar
 - Facilitar test de mercat
 - Agilitar industrialització de producte

PROCÈS DE DESENVOLUPAMENT DE NOUS PRODUCTES



Interacció entre tota la cadena de valor del negoci alimentari

Com es reparteix el pes de la innovació en les diferents activitats de desenvolupament de producte?

El packaging i la tecnologia prenen part important en la innovació de plats preparats:

Conservació i manteniment de la qualitat del producte PUNTS CRÍTICS

Table 4.8: Percentage of types of innovation within innovative ready meals, 2004-2007

Type of innovation	% share of innovative products
Formulation	71%
Packaging benefit	13%
Merchandising	3%
Positioning	11%
Technology	2%

Note: Year ends 24th October 2004.

Source: Productscan

Business Insights Ltd

Àrees d'actuació

- Proveïdors de maquinària d'alimentació:
 - Desenvolupament i industrialització conjunta de productes (plats 5a gamma, productes funcionals...)
 - Nous formats..

- Proveïdors d'envasos i maquinària de packaging
 - Conservació del producte (vida del producte)
 - Desenvolupament i industrialització conjunta de productes (plats 5^a gamma)
 - Envasos intel·ligents (traçabilitat...)
 - Envasat sostenible

Øresund region



- Més de 400 empreses a la indústria alimentària (entre les quals empreses com Tetrapak, Danisco, Arla Foods i d'altres amb alt potencial d'innov. com Probi, Oatly...)
- Facturació total de 75.000 M € l'any
- Agents en el camp de innovació d'alta reputació (Universitat de Lund...)
- Creació d'una plataforma que funciona de facilitador i generador de networking

al clúster: **ØRESUND FOOD PLATFORM**

Potencials Àrees d'actuació

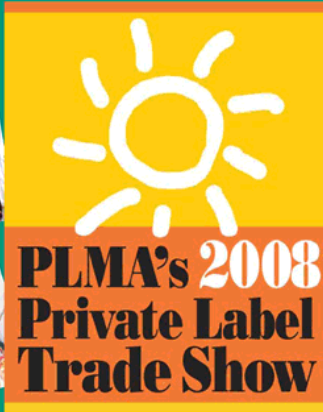
Desenvolupament de producte
1. Suport en la realització de projectes de desenvolupament de producte
2. Suport en projectes per a millora i desenvolupament de tecnologies de conservació
Coneixement de mercat
3. Estudis de mercat gourmet, foodservice (Espanya i mercats internacionals)
4. Ponències / Xerrades amb compradors de referència a nivell espanyol o internacional)
Capacitats comercials i internacionalització
5. Espais per a la presentació de nous productes al client final
6. Projectes de contractació conjunta de comercials de suport
7. Formació específica de perfils professionals per al segment: gourmet, foodservice
8. Suport en accions per a l'obertura de nous mercats
Millora de les operacions i eficiència logística
9. Suport en projectes de realització conjunta de la logística de distribució
10. Suport a la implementació i desenvolupament de plataformes tecnològiques
Reflexió estratègica, dimensió i integració a la distribució
11. Suport a la realització de projectes de reflexió estratègica segons segments: gourmet, foodservice
12. Suport en projectes per a obtenir una major dimensió

Estrategias distintas , acciones a medida

You meet the right people at PLMA

Menu

- Show Information
- Preview for Buyers
- Market Update
- Upcoming Events
- Scanner on Line
- Member Services
- Press Update
- Idea Supermarket®
- PLMA International



November 16-18 • Chicago

© Copyright 2008
Private Label
Manufacturers Association



They were at Sirha in 2007 :

- 4,100** head chefs
- 1,530** pastry chefs
- 2,203** buyers
- 2,304** restaurant or hotel managers
- 1,749** R&D managers
- 646** category managers
- 566** intendants
- 49,209** companies (+ 20 %
compared to 2005)



The Gourmet Retailer
magazine presents

SHOW SIZZLER

**FANCY
FOOD
SHOW**

WINTER • SAN FRANCISCO
www.fancyfoodshow.com

Jan 21-23, 2007
San Francisco,
California

**INTERNATIONAL
HOME
&
HOUSE
WARES
SHOW**

INTERNATIONAL 2007

Mar 11-13, 2007
Chicago, Illinois

The
**Gourmet
HOUSEWARES
SHOW®**

May 8-10, 2007
Orlando,
Florida

N.A.S.F.T

**FANCY
FOOD
SHOW**

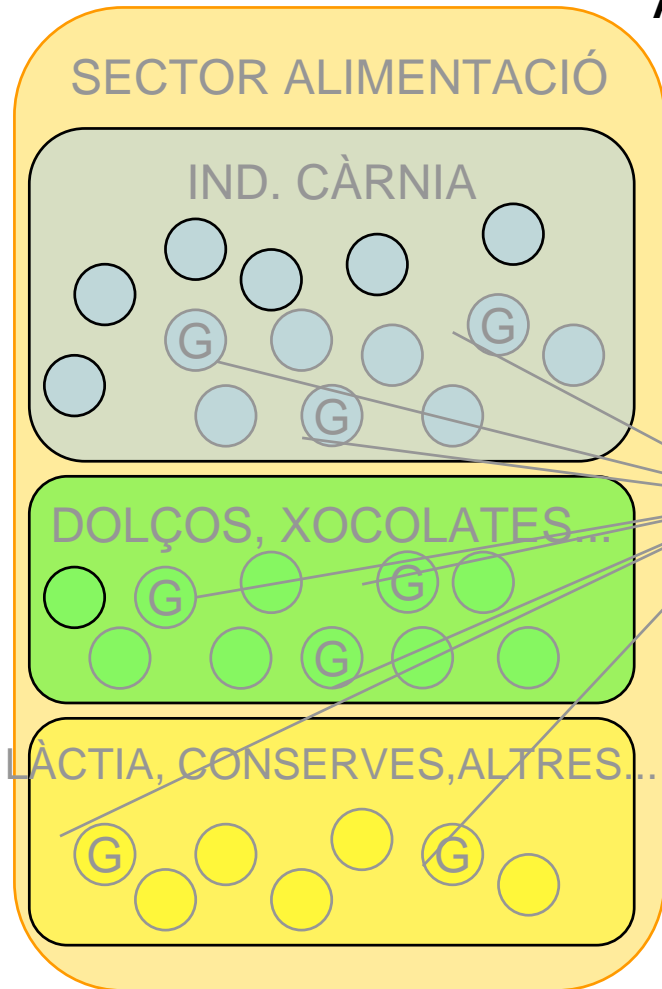
SUMMER • NEW YORK CITY
www.fancyfoodshow.com

July 8-10, 2007
New York,
New York

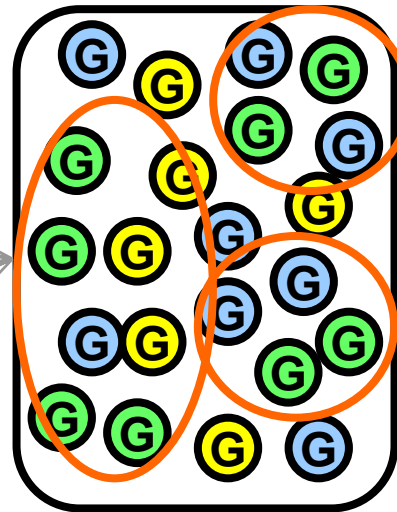
PLEASE SELECT AN EVENT

Principals accions a desenvolupar

ACCIONS PROMOCIÓ CONJUNTA I MISSIONS INVERSESES



Empreses de productes gourmet



- Autoselecció empreses
- Grups reduïts (màx. 10 emp)
- Definició prèvia dels mercats d'interès i del canal de distribució
- Priorització tipologia i format d'accions
 - Accions promoció conjunta:
 - En punt de venda
 - Amb distrib./importadors
 - En fires alimentàries
 - Missió inversa:
 - Buyers del client final
 - Import. mercat destí

 Empreses de productes gourmet

Conclusions

- De l'estadística al negoci real
- La cadena de valor de l'alimentació com a procés conjunt d'innovació
- Importància d'aquest negoci en el territori
- Les estratègies de futur per les empreses de producte propi (gourmet, foodservice,....)
- De les estratègies a possibles àrees d'actuació sigui per:
 - Estratègies
 - Accions horitzontals

