

Wat is het FSIN?

Het FoodService Instituut Nederland is het onafhankelijke Kennisinstituut voor de ontwikkeling van de markt van de buitenshuisconsumptie.

Het FSIN ziet het als haar taak om de markt voor buitenshuis eten en drinken in kaart te brengen, definities en begrippen vast te stellen, analyses te maken, kennis en inzichten van experts over die markt te bundelen en toekomstverkenningen te produceren.

We vertalen die doelstellingen het beste met deze vier woorden:

FACTS - ANALYSES - INSIGHTS - OUTLOOKS !

Facts: we verzamelen gegevens over de verschillende foodmarkten met behulp van marktonderzoekbureaus en verschillende databases en openbare en eigen bronnen.

Analyses: we maken analyses over trends en groeifactoren die tot veranderingen in de markt leiden.

Insights: we verdiepen en verrijken de informatie door middel van discussies met experts uit de markt en met hulp van wetenschappelijke instellingen.

Outlooks: we maken toekomstgerichte rapporten, issueverkenningen en beleidsdocumenten voor onze leden.

Daarmee is het FSIN autoriteit en het aanspreekpunt voor de publieke interesse rond de totale foodservice markt geworden.

Uitgangspunten

Het FSIN hanteert de volgende uitgangspunten.

- a. We richten ons op het invullen van onafhankelijke autoriteit. We zijn een 'niet commercieel kennisontwikkelingsplatform' dat de conceptmatige professionalisering van de markt voor buitenshuis consumptie tot onderwerp heeft.
 - b. We willen vanuit dat perspectief aanspreekpunt zijn voor vakgenoten, maar ook voor publieke opiniemakers en overheid. We weten wat er gebeurt in de foodmarkt en met name rond buitenshuis consumeren. We kennen de foodbranche als geheel, we werken op een academische manier en we weten wat de overheid moet meenemen in haar afwegingen. Het FSIN is geen belangenorganisatie en we komen dan niet op het terrein van de branche organisaties en de belangenorganisaties. Het FSIN wil de hele sector (fabrikanten, groothandels en outletorganisaties) met haar inzichten dienen, en zal dus nooit de individuele belangen van deelgebieden kunnen oppakken.
 - c. We volgen de marktontwikkelingen op beleidsniveau. Daarvoor brengen we jaarlijks de markt - en alle drivers erachter - in kaart en geven veranderingen en verwachtingen weer. Bovendien maken we een koppeling tussen academische kennis over de (internationale) foodbranche en de praktijk van onze leden.
 - d. We maken gebruik van de aanwezige kennis van de beleidsmakers (directies) van onze leden om issues en standpunten voor de emancipatie van ons vak voor het voetlicht te brengen.
-

Zo ziet het FSIN eruit



Plannen voor 2010 en 2011

De onderbouwing en de bekendheid van het FSIN als een Onafhankelijk Kennisinstituut staat centraal in onze activiteiten. We hebben intussen een grote bekendheid gekregen als onafhankelijke expertise instituut voor de foodservicemarkt. Dat willen we nog meer uitbouwen ten behoeve van onze leden. Met het bestuur hebben we een focus aangebracht in onze plannen en activiteiten. Die plannen strekken zich uit tot en met 2012.

Samenwerking met wetenschappelijke instituten

In de komende jaren gaat het FSIN zijn rol als Onafhankelijk Kennisinstituut verder uitbouwen. We bouwen aan een verdere samenwerking met wetenschappelijke instituten en maken gebruik van de kennis van postdoctorale studies van studenten die we begeleiden. Het FSIN werkt al samen met EFMI Business School en de samenwerking met het Landbouw Economisch Instituut en Wageningen Universiteit wordt uitgebouwd. Maar ook de samenwerking met HBO instellingen (hotelscholen) gaat in 2010 van start.

Internationale contacten

Omdat de Nederlandse Foodservice sterk beïnvloed wordt door ontwikkelingen in andere landen, heeft het FSIN goede contacten opgebouwd met organisaties en instellingen in het buitenland. We wisselen trends en analyses uit en hebben toegang tot elkaars databanken. Met die kennis zijn wij steeds vaker in staat om onze leden te helpen met het duiden van internationale trends die van invloed worden in Nederland.

Het monitoren van de totale foodconsumptie

Het FSIN is het enige Instituut dat kennis verzamelt en analyses maakt voor de totale foodconsumptie. Wij brengen niet alleen in beeld wat buitenshuis wordt geconsumeerd, maar ook de thuisconsumptie wordt door ons geanalyseerd. De reden daarvoor is dat thuis- en buitenshuisconsumptie communicerende vaten van elkaar zijn. Consumenten gebruiken niet meer kilocalorieën. En elke kilocalorie die thuis wordt genuttigd, wordt niet meer buitenshuis besteed en vice versa. Het FSIN heeft daarom al een paar jaar een begin gemaakt met de totale foodmarkt in kaart te brengen en dat zullen we de komende jaren verder verdiepen.

In 2011 komt er een nieuwe Foodshopper Monitor van het FSIN. In samenwerking met GfK brengt het FSIN in beeld waar consumenten hun foodconsumptie Euro's besteden, maar we brengen ook de aankoopmotieven in beeld. Dit jaar testen we deze nieuwe manier van informatieverzameling met GfK's Consumer jury panel. We willen daarna in 2011 met een extra Monitor komen die we voorlopig maar even de Foodshopper Monitor hebben gedoopt.

Duurzaamheid als hot-topic

Het ministerie van LNV heeft het verduurzamen van de Nederlandse foodsector tot speerpunt verheven. Een duurzame foodsector moet Nederland onderscheiden op het Europese concurrentiespeelveld.

En op verzoek van LNV zal het FSIN samen met Wageningen Universiteit en het LEI (Landbouw Economische Instituut) in 2010 en 2011 een groot onderzoek doen naar de huidige stand van zaken van alle elementen die met duurzaamheid in de foodketen te maken hebben. Dit wetenschappelijk onderzoek is bedoeld om alle spelers in de foodsector (zowel Foodservice als Foodretail) aanknopingspunten te bieden tot verbetering van het Duurzaamheidsbeleid. Het FSIN is partner in dit onderzoek vanwege de door het FSIN ontwikkelde denkmodellen en de ervaring met grootscheepse Delphi onderzoeken, waarbij we de mening van beleidsbepalende organisaties in Foodservice en Foodretail in het onderzoek betrekken.

Beperkte staf

Het FoodService Instituut Nederland heeft een beperkte staf. We willen met beperkte middelen en met gebruik maken van de expertise van onze leden zoveel mogelijk kwalitatieve analyses te maken. We gebruiken daarvoor ook een netwerk aan specialisten die we inschakelen voor de diverse aandachtsvelden.

Wat willen we tot en met 2011 bereiken?

Op een compacte manier geven we onze overige doelstellingen weer.

- De kwaliteit van onze rapporten verder vergroten. De Foodservice Monitor blijft kwalitatief groeien. Wetenschappelijke rapporten en Management Readers zullen in het teken van actuele vraagstukken blijven staan.
- De 'gewone' Monitor gaat vooral over de marktcijfers en de marktontwikkelingen en analyses en verkenningen voor de komende jaren.
- De nieuwe Foodshopper Monitor gaat vooral het gedrag van consumenten in beeld brengen en dan voor de totale foodmarkt. Deze nieuwe Monitor verschijnt in 2011. In 2010 bouwen we hiervoor de data en de analyses op.
- Door het hele jaar heen ontvangen onze leden informatie die voor de beleidsvorming van hun bedrijf ondersteuning kan bieden.
- We gaan verder met de activiteiten voor onze leden: twee keer per jaar een congres; bijeenkomsten met de werkgroep marktonderzoek; en Ronde Tafel gesprekken met groepen directieleden van FSIN bedrijven, maar ook rondom speciale onderwerpen of sectoren.
- De bekendheid van het FSIN in de totale foodsector wordt groter. We zullen ook de leden zelf meer bekend maken met de meerwaarde die het FSIN (en de producten en diensten van het FSIN) kan hebben bij beleidsafwegingen waarvoor ze zich gesteld zien.
- Voor de leden komen op de website steeds meer data beschikbaar om zelf te kunnen toepassen in hun eigen datamodellen. We werken aan een totale vernieuwing en een toegankelijke opzet van de data.
- We zullen de pers periodiek voorzien van informatie waardoor ze aandacht gaan geven aan de markt voor buitenshuis consumptie.
- Als er in de publieke opinie (overheden, beleidsmakers en pers) vragen leven over Foodservice, dan moet het een verdergaand automatisme worden dat men contact opneemt met het FSIN.
- We zullen opleidingsinstituten rond Food stimuleren om meer aandacht te geven aan Foodservice. Zodat studenten vaker gaan afstuderen op onderwerpen rond ons vakgebied. We ondersteunen die studenten met hun onderwerpen door ze te voorzien van informatie. Met als kantlijn dat het niet de belangen van onze leden (en het FSIN) mag schaden.
- We gaan samen met de grossiersleden van het FSIN een verdiepingsslag maken om de groothandelsmarkt nauwkeuriger in kaart te brengen en veranderingen in de markt (en assortimenten) te kunnen monitoren.

Algemeen:

De autoriteit en de onafhankelijke deskundigheid van het FSIN en haar medewerkers groeit. Daardoor wordt met regelmaat nu al de mening van het FSIN gevraagd rond allerlei onderwerpen. We zullen dit proces op een zorgvuldige en voorzichtige manier versterken.