



“De smaak van Rijk Zwaan”

Strategieën om de groenten en fruit
consumptie te verhogen

Anton van Doornmalen, 24 augustus 2010



Inhoud

- Rijk Zwaan
- Groenten zijn gezond!
- 2x2 en Rijk Zwaan
- The taste of youth
- Iedereen en overal:
"De smaak te pakken met Rijk Zwaan"



Rijk Zwaan

- Groenteveredeling en zaadproductie
- Onafhankelijk familiebedrijf, opgericht in 1924 door mr. Rijk Zwaan
- Hoofdkantoor in De Lier
- 1,800 medewerkers
- Actief in >100 landen
- Omzet: €200 miljoen





Assortiment

- >25 verschillende groenten
- > 900 rassen
- Conventioneel en biologisch
- Markt leider in sla en spinazie
- Andere belangrijke gewassen: tomaat, meloen, komkommer en paprika





Onze klanten

- De consument!
- Supermarkten en leveranciers (handel)
- Diepvries/ conserven/ etc
- Snijderijen
- Professionele telers
- Plantenkwekers





Eet meer groenten!





Eet meer groenten!

- Waarom?
 - Mensen aan te moedigen om gezonder te leven
 - Bij te dragen aan een sterkere en gezondere maatschappij
 - (Vergroten van de groentezaden markt)



Trend Westerse landen

- 2 belangrijkste doodsoorzaken:
 - Hart- en vaatziekten
 - Kanker
- Snelle toename obesitas afgelopen 10 jaar
- Interesse in preventie





Trend Westerse landen

- Risico's verkleinen van het krijgen van deze ziektes en verminderen van obesitas door:
 - Meer beweging
 - Gezondere voeding



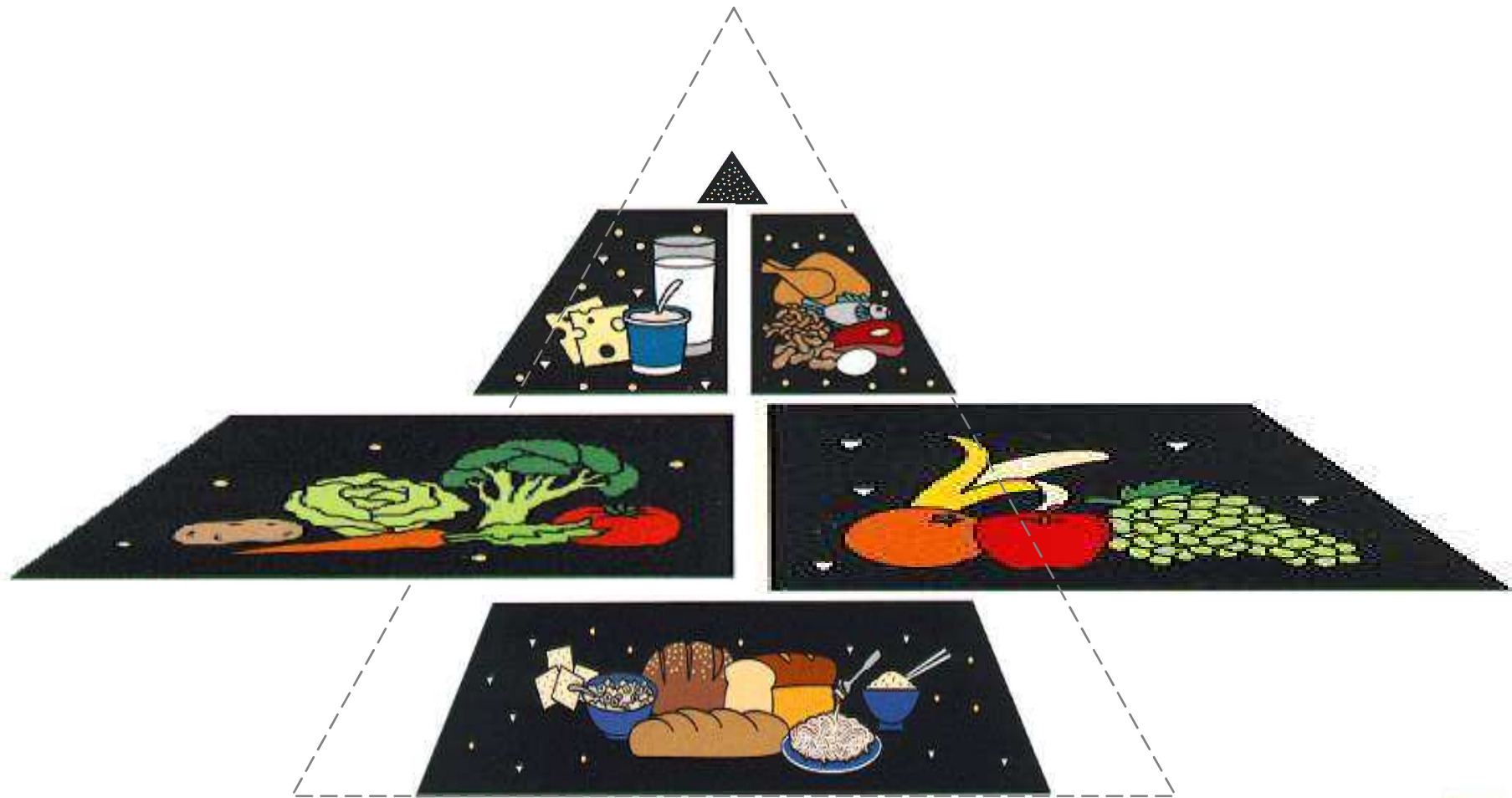
= groenten



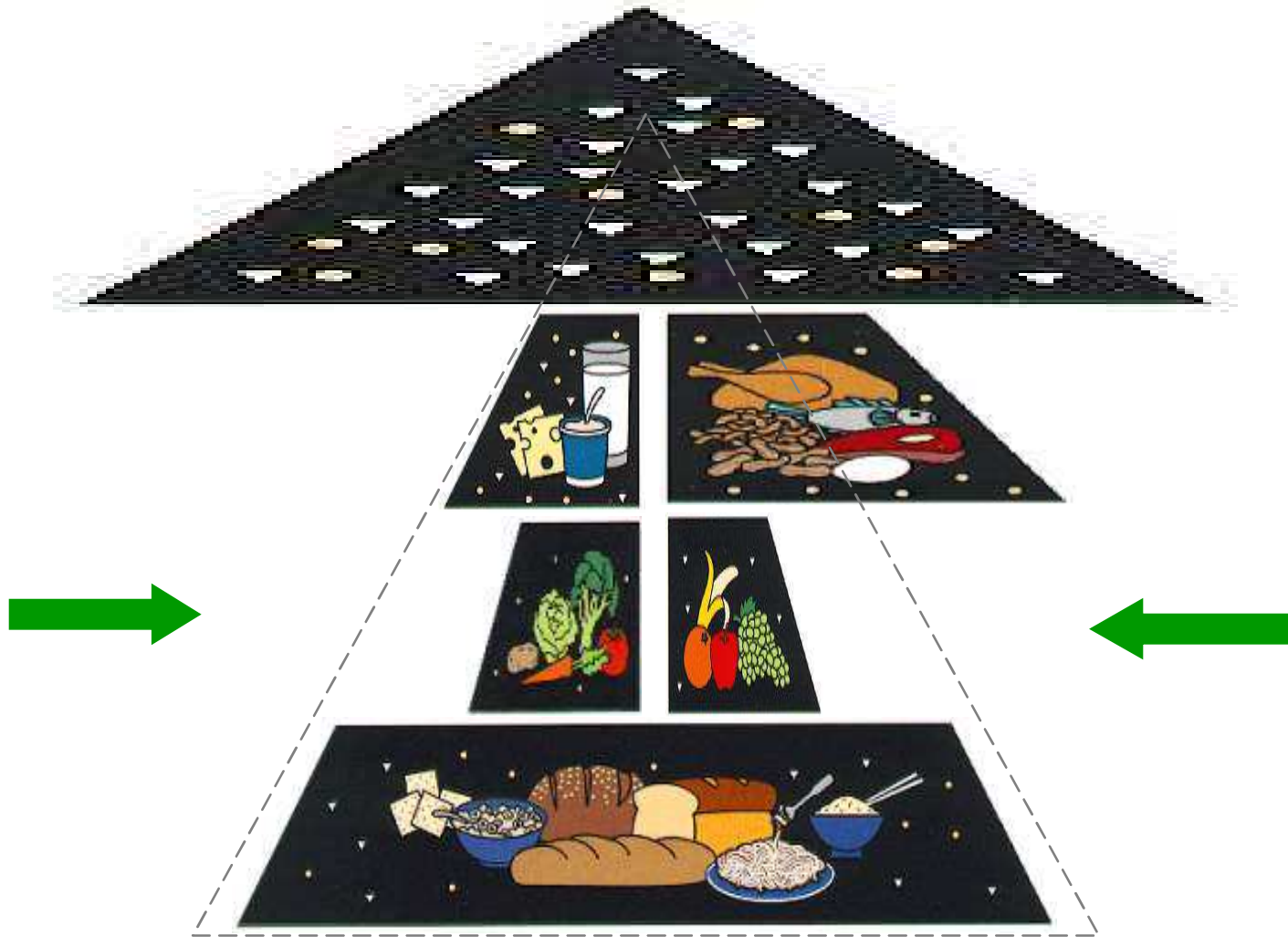
“Officieel” voedingsadvies



“Gezond” voedingsadvies

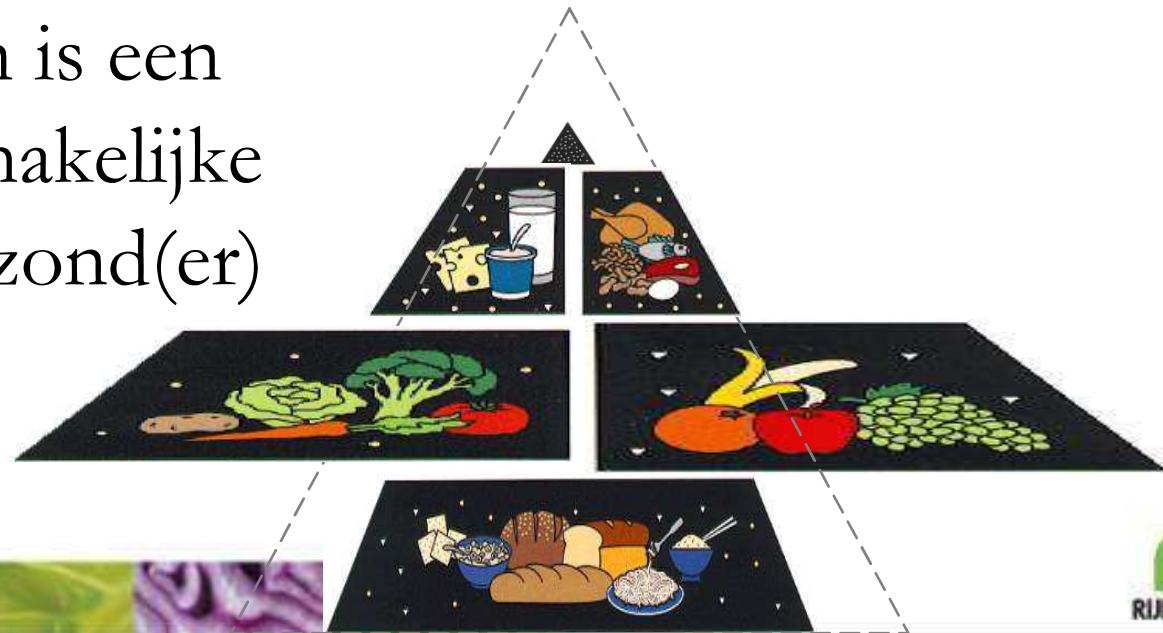


“Commercieel” advies



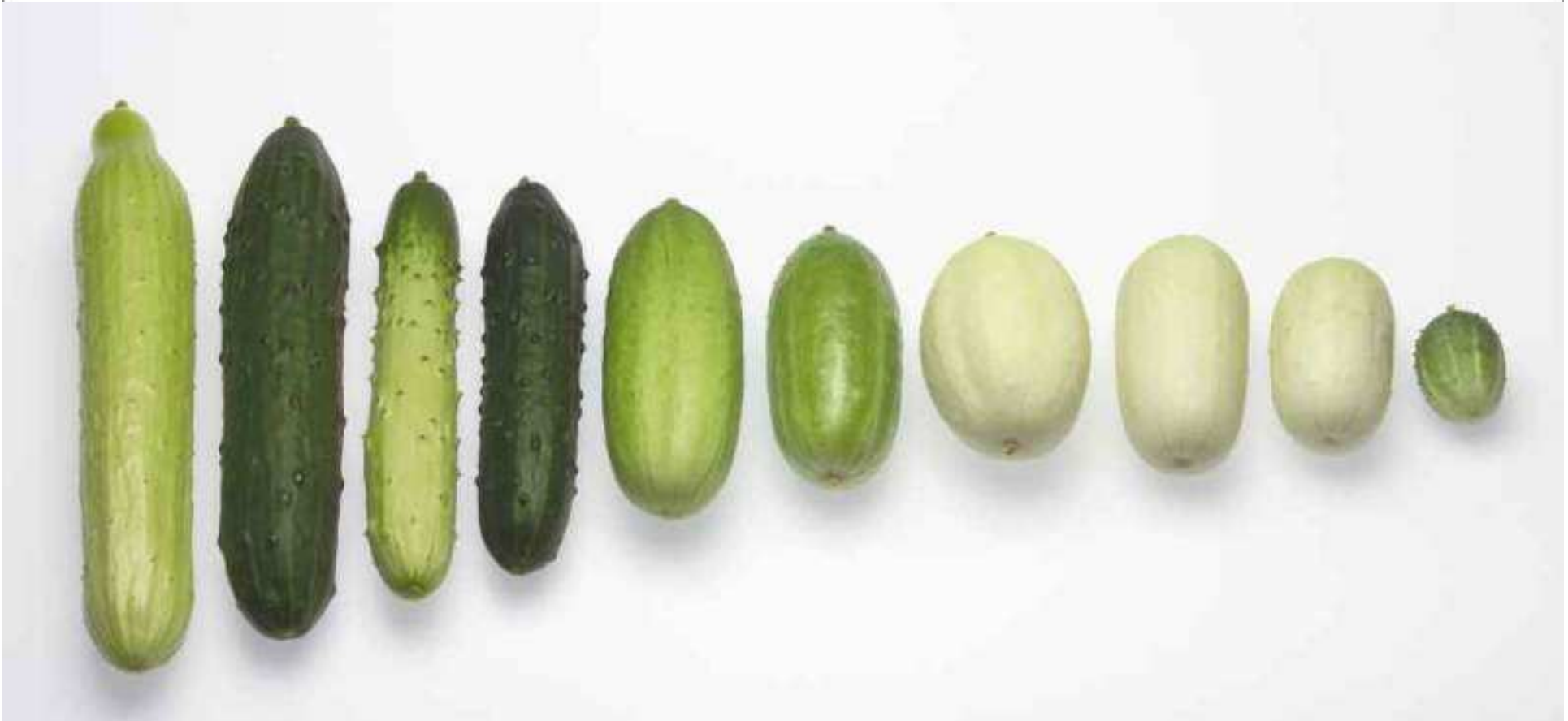
Groenten zijn gezond

- De consumptie van groenten en fruit stimuleren door wereldwijd “Eat Healthy” projecten op te zetten of stimuleren:
- Groenten zijn onderdeel van een gezonde levensstijl
- Groenten eten is een makkelijke, smakelijke manier om gezond(er) te leven





Groenten zijn gezond



2x2 en Rijk Zwaan

- 2x2 zet de consument in beweging
 - De oude slogan was bekend
 - Met 2x2 gaat het om actie!
- Rijk Zwaan gelooft ook in die beweging
 - Denken in doelgroepen
 - Met de juiste partners
- Om daadwerkelijk resultaat te zien!



5-a-day en Rijk Zwaan

- Rijk Zwaan wereldwijde support aan bekende “5-a-day” programma’s
- Vooral in Duitsland met “5-am-Tag” zeer actief



Just Eat More
(fruit & veg)





Vegyfit

- Iedere woensdag een groentensnack
- Intern onderzoek:
 - RZ medewerkers halen ook de 2x2 niet
 - Verwachten wel van RZ als werkgever dat daar actief aan gewerkt wordt
 - Vooral ook richting de kinderen van medewerkers





Love my salad

- Gebruik van “sociaal networks”
- Workshops met collega’s
- “Salad lovers” houdt lovemysalad.com in de gaten!!





The Taste of Youth





Hoe kunnen we het imago en de kennis van het eten van verse groenten en fruit bij kinderen verbeteren

- Onderwijs over de voedselpyramide
- Ontwikkelen van recepten, bijvoorbeeld via het “Kinderen aan Zet” project
- Product informatie geven



- Kinderen aan Zet
- Kinderen van collega's koken met komkommer
- Verzinnen recepten vanuit hun belevingswereld





Hoe kunnen we het imago en de kennis van het eten van verse gr en fr bij kinderen verbeteren

- Promotiemateriaal voor kinderen ontwikkelen
- Onze producten op scholen krijgen (vb. Westland)
- En we moeten de juiste producten maken:
 - Convenience/snack
 - Aantrekkelijk uiterlijk
 - Fun/emotie
 - Goede smaak





Schoolprojecten

- Aandacht voor groen en fruit
- Voorkomen/ terugdringen overgewicht
- Echt iets doen aan gezond opgroeien
- Voorbeeldfunctie NL
- Educatie
- Structurele verandering





Kortom..

- Creëer, ondersteun en/of wees actief in netwerken van organisaties welke ouders en kinderen aanzetten tot gezondere eetgewoontes
- Ontwikkel innovatieve producten die kinderen aanspreken
 - Zoals onze snackkomkommer





Conclusie

Hoe consumptie van gr en fr te verhogen

1. Aantrekkelijke en smaakvolle groenten creëren
2. Als groenten en fruit sector eerst nationaal en vervolgens internationaal samenwerken om de consumptie van gr en fr te bevorderen

De smaak te pakken met Rijk Zwaan!



Bedankt voor uw aandacht