

FOODFLITS

SLOTBERICHT



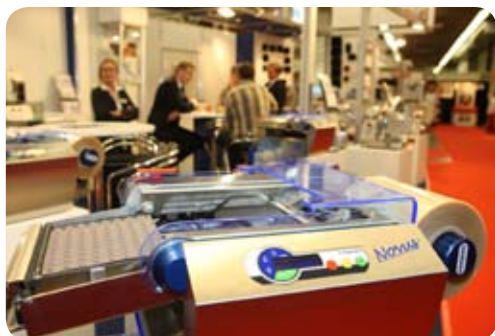
800 AUTHENTIEKE SMAKEN UIT 4 WINDSTREKEN

Voor wie het nog niet in de gaten had: de buitenlandstraat in de supermarkt groeit gestaag. Niet alleen in omvang, ook in variatie. Bij Four Food weten ze er alles van: thuislandproducten! Pomtajer, Bosnische koekjes, Turkse chocolade, Kwie Kwie, Kabanose delikatesowen en bananenchips zijn slechts een paar van de producten uit het assortiment, dat afkomstig is uit de hele wereld. Four Food deelt ze in in 4 windstreken, die ook in de stand zichtbaar zijn terug te vinden: Polski-, Halal-, Asian- en Caribbean Food. Naast de droge kruidenierswaren is ook vers, koelvers en diepvries verkrijgbaar. Maycle Fokink: "We richten de buitenlandstraat in met authentieke producten uit het thuisland, aangepast aan de behoeften van de allochtone bevolking. Want let wel: 1 meter Pools in Venlo ziet er anders uit dan in Rotterdam." Overigens zijn thuislandproducten ook steeds populairder bij het autochtone gedeelte van de bevolking. "De Nederlandse kok en kokkin ziet er ook steeds meer uitdaging in om eens wat anders te proberen dan 'standaard' Italiaans."



100% BEEMSTER KAASSAUS

CONO Kaasmakers introduceert een impulsaanjager in het koelversschap van de retailer: de Beemster Kaassaus. Dit gemakproduct is een welkome aanvulling in de keuken van de kaasliehebber. Marketing manager Jeroen Floris: "Kaassaus hoeft nu niet meer te worden gesmolten of uit een pakje te komen. De Beemster Kaassaus is kant-en-klaar, vers, lekker en verpakt in een handige stazak."



KLAPPER KLAPPACK

Compax staat prominent in Hal 2 en de nieuwe Klappack Novus valt net zo prominent in het oog van de bezoekers. De Novus valt op door zijn compacte design en door de ijsblauwe transparante afwerking. Sales manager Eric Suiskens verklaart wat je niet direct ziet: "De Novus herbergt een totaal nieuwe sealtechniek: impulsseal. Deze vernuftige techniek zorgt ervoor dat het sealraam razendsnel verwarmt en direct na gebruik weer snel afkoelt. Efficiënt in energiegebruik dus!" Hij vervolgt enthousiast: "We hebben op de eerste beursdag al een Klappack Novus verkocht!" En dat niet alleen, ook topsealer Enterpack kwam in handen van een gelukkige nieuwe eigenaar.

DENK BOSKA, DENK KAAS

Aan stof tot praten ontbreekt het Boska's communicatie manager Cindy van Turnhout nooit, maar er is bij Boska dan ook altijd genoeg te vertellen! Een van de doelstellingen op de Food Week is het speciaal onder de aandacht brengen van de winkeldisplays voor retailers. "Het gebruik van zo'n display onderstreept het specialisme van de kaasafdeling en geeft er een nieuwe impuls aan. Dat leidt tot meer kaasverkoop!" Boska vindt het belangrijk om ondernemers te blijven inspireren. Daarom is er veel aandacht voor verspresentaties en toonbankinrichtingen, waarvoor workshops worden georganiseerd. "Vaker wisselen van presentatie trekt de aandacht van de klanten en leidt tot meer probeeraankopen." Innovatieve producten komen met regelmaat uit de Boska-breinen. Afgelopen zomer was er de Cheese Barbeclette, als succesvol antwoord op de 'kaas-zomerdip'. Op de beurs is de Tapas Kaasfondue set te zien, een mini-set waarmee eindeloos te variëren valt (ja, zelfs zonder kaas!). De Easy Grater is een even slim als simpel hulpmiddel die de standaard kaasrasp direct doet vergeten.



Op de Food Week werd bekendgemaakt welke supermarkten en buurtsupers doorgaan naar de tweede ronde van de Supermarkt van het Jaar Verkiezing 2010. Albert Heijn is met 14 winkels, voornamelijk van franchisers, doorgedrongen. C1000 is met 9 winkels goede tweede en 12 buurtsuperondernemers gaan door naar de volgende ronde.



JAPANESE RUNDEREN UIT LIMBURG

Op het Bio & Streek Paviljoen is een wel heel bijzonder 'regionaal' product te vinden: Japans rundvlees afkomstig uit een klein plaatsje in het zuiden van Nederland, Veulen-Venray. Op de Limburgse Wagyu-farm van Jan Slangen wordt gefokt met 100% genetisch zuivere, keizerlijke Wagyu-runderen. De dieren worden nog net zo vorstelijk behandeld als in vroeger tijden, o.a. met een speciaal dieet en dagelijkse massage. Jan Slangen: "De speciale behandeling van de dieren, plus het feit dat de dieren pas na 2,5 a 3 jaar worden geslacht, zorgen voor een topkwaliteit mals vlees, met een bijzondere marmering. Het vlees kan in zijn eigen –gezonde!- vet worden gebakken; olie of boter is niet nodig."



Bakker Bart heeft inmiddels 190 winkels waarvan 3 winkels in Antwerpen. Niet alleen de knalroze huistijlkleur, maar ook de geur van vers brood en snacks trekt de aandacht. Bakker Bart was op de Foodweek aanwezig met een duidelijke doelstelling, aldus Anita den Ouden: "wij zijn op zoek naar nieuwe franchisenemers voor nieuw te openen Bakker Bart-winkels. Wij zoeken nog franchisenemers om onze formule uit te breiden voor diverse plaatsen in Nederland maar ook in België."



Wanzl presenteert de kekke Tangolino. Voor kids is boodschappen doen met de Tangolino een leuk spelletje! De Tangolino is er in frisse kleuren en zijn voorzien van vriendelijk lachende berengezichtjes.



GEEF RICHTING AAN UW VERKOOP-STRATEGIE!

Heeft u niet alle bezoekers afgelopen week kunnen benaderen of wilt u uw product nogmaals onder de aandacht brengen van deze duizenden food professionals? Food Vakbeurs.nl biedt u de mogelijkheid! Al vanaf € 16,- per maand komt u onder de aandacht maar liefst 34.000 food professionals, iedere maand! Neem contact met ons op voor meer informatie op telefoonnummer 030-2952022 of neem een kijkje op www.foodvakbeurs.nl.

food  **vakbeurs.nl**
DE INTERNETBEURS VOOR **FOODPROFESSIONALS**

COLOFON



Handig Communicatie

Postbus 178

1230 AD Loosdrecht

Tel. 06-54338860

Email: info@handigcommunicatie.nl

Website: www.handigcommunicatie.nl

Redactie:

Ellen Wonder

Vormgeving:

Chantal Creemers, www.ccfactory.nl