



Onderwerp : Projectbijdrage Inspiratiewinkel
Datum : 12 november 2014
Van : Mark Heemskerk (AGF Detailhandel Nederland)
PT-projectnr : 15085

Inleiding

Op dinsdag 30 september en woensdag 1 oktober heeft de beurs AGF Detail in Houten weer plaatsgevonden. Deze beurs is al jarenlang de ontmoetingsplek voor de AGF Detailhandel en overige ketenpartijen. Innovaties laten zien en het samenbrengen van de verschillende ketenpartijen is een belangrijke doelstelling op deze beurs. AGF Detailhandel Nederland (ADN) is de brancheorganisatie voor de AGF Detailhandel en mede initiator van deze succesvolle beurs. Vanuit de organisatie proberen we ieder jaar innovaties naar voren te brengen. Dit jaar hebben we dat, onder andere, gedaan middels de Inspiratiewinkel. Omdat dit een initiatief is/was waarbij verschillende onderdelen van de keten zijn betrokken, is subsidie gevraagd aan het Productschap Tuinbouw.

Impressie

De beurs is ieder jaar twee dagen in Expo center Houten. De AGF Detail beurs wordt dan gelijktijdig georganiseerd met de Foodspecialiteitenbeurs. Deze combinatie is al een aantal jaar een garantie voor succes en veel bezoekers. In twee dagen tijd zijn er ongeveer 5500 bezoekers op beide beurzen afgekomen. Gebleken is, uit het verleden, dat de doelgroepen van beide beurzen veel met elkaar gemeen hebben, zodat er 'kruisbestuiving' plaats vindt. Op de website www.agfdetail.nl is meer informatie te vinden over de inhoud van de beurs, de standhouders en de bezoekersdoelgroepen.

Inspiratiewinkel

De inspiratiewinkel is een succes gebleken. De invulling is verzorgd door groentemannen, met ondersteuning van een aanzienlijk aantal telers en telerverenigingen. Hierbij komt steeds duidelijker naar voren dat telers graag direct in contact komen met de specialist. In toenemende mate worden er producten geteeld die een 'verhaal' richting de consument nodig hebben. Zaken als specifieke smaak of voedingswaarden zijn daarbij belangrijke aspecten die door het één op één contact, wat de specialist met de consument heeft, overgebracht kunnen worden. De specialist is continue op zoek naar onderscheidende producten (bereid en onbereid). De Inspiratiewinkel op de beurs gaf dit onderscheid op uitstekende wijze weer. Dit werd gedaan in verschillende categorieën:

- *Gesneden producten* – Panklare groentemixen zijn in principe niet nieuw. Maar de wijze waarop dit werd gedemonstreerd op de beurs wel. De specialist kan maatwerk leveren. Dat betekent dat de samenstelling van de groentemixen belangrijk was (de juiste verhoudingen), maar ook de bereidingswijze. Groentemixen bevatten verschillende groenten die weer andere bereidingstijd vragen. Op de beurs werden groentemixen gedemonstreerd waarbij bepaalde producten al zijn voor gegaard. Hiermee wordt bereikt dat de consument bij het roerbakken een gelijkmatig gegaard eindproduct krijgt;
- *Slow juice en smoothies* – Slow juice is de nieuwe rage. Binnen het grootwinkelbedrijf is deze specialiteit niet aan te bieden. Alle sappen en smoothies die hier worden verkocht zijn gepasteuriseerd en verliezen daarmee een deel van de voedingswaarden. De specialist kan op verzoek van de klant iedere samenstelling op maat maken voor de consument. Vers gemaakt, slechts één of

twee dagen houdbaar, maar daarmee super gezond. De variatiemogelijkheden hierbij zijn oneindig. Bij de specialist krijgt de consument eerlijke en volledige informatie over de inhoud, de inhoudsstoffen en de werking van de verschillende sappen voor het menselijk lichaam. Tijdens de beurs werden vele praktijkvoorbeelden getoond (door groentemannen met ervaring), werden de sappen ter plekke bereid en konden de bezoekers zelf proeven.

- *Assortiment* – In de Inspiratiewinkel werd getoond dat je veel met assortiment kunt doen. Als voorbeeld werd de productgroep 'paddenstoelen' getoond. Daar waar binnen het grootwinkelbedrijf slechts een (zeer) beperkt assortiment beschikbaar is, werd op de beurs een compleet assortiment neer gezet. De boodschap hierachter was: toon de consument dat je een echte specialist bent. Zorg dat je voldoende informatie richting de consument kunt geven zoals bereiding, houdbaarheid en toepassingen. Om vervolgens de groenteman niet met derving (dus het moeten weggooien van producten) te confronteren, werden tips gegeven om binnen de speciaalzaak allerlei kant & klaar producten aan te bieden waarin de paddenstoelen zijn verwerkt. Daarmee kan de ondernemer dus een constant (uitgebreid) assortiment bieden, en toch zorgen voor de juiste omloopsnelheid.
- *Gezond* – Op de beurs werden de eerste saladedressings op natuurlijke basis gepresenteerd. Dus zonder enige toevoeging en e-nummers. De bezoekers werden gewezen op de verschillende mogelijkheden en toepassingen. Natuurlijk konden ook deze dressings volop worden geproefd. Belangrijkste boodschap hierachter was wederom het bieden van onderscheid en voldoen aan de toenemende wens van de consument om gezond te eten.
- *Kant & klaar* – De toenemende vraag naar gemaksvoting is ook een kans voor de groenteman. De specialist is in staat om eerlijk en gezonde voeding te bieden, optimale smaakbeleving te creëren met ambachtelijke maaltijden en de juiste informatie te geven richting de consument. Deze combinatie maakt het kant & klaar assortiment een absolute kans voor de groenteman.

Gedurende de beursdagen werd de Inspiratiewinkel bemand door ondernemers uit de branche. Oftewel, het verhaal richting de bezoekende groentemannen werd gedaan door praktijkmensen. De reacties hierop waren zeer lovend. De Inspiratiewinkel heeft in de beide dagen volop aanloop gehad en er zijn veel vervolcontacten uit voort gekomen. Ondernemers hebben afspraken gemaakt om bij elkaar te gaan kijken. Telers hebben contacten gelegd met samenwerkende groepen ondernemers.

Tot slot

Mede dankzij de ondersteuning vanuit het Productschap Tuinbouw is de Inspiratiewinkel, en daarmee ook de gehele beurs, een succes geworden. Een succes waar zeker een vervolg aan gegeven zal worden. Zo is er inmiddels bepaald dat de onderdelen uit de Inspiratiewinkel een vervolg zullen krijgen tijdens regiobijeenkomsten die we in het voorjaar zullen gaan organiseren. Hier zullen we dan, per onderdeel, nog dieper ingaan op de verschillende onderdelen door middel van het geven van workshops. Uiteindelijk hopen we de boodschap, die we tijdens de beurs hebben meegegeven, verder uit te dragen door het land heen. Hiermee kunnen we de totale branche naar een hoger niveau helpen en hebben we richting de consument veel te vertellen over onze mooie en gezonde producten. Vanzelfsprekend zal hierbij de samenwerking in de keten worden gezocht om alles goed op elkaar af te stemmen.