

Retail Center Berlijn:
ontmoetingsplek én
onderzoekscentrum
voor retail



“Knox™:
voordeel voor de consument
én de hele versketen”



Komkommer
met kleine kern:
potentie voor
kant-en-klare salades



Chainmail

Rijk Zwaan magazine voor ketenpartners | Juni 2017



In deze Chainmail



Veelzijdige pruimtomaat veroverd Britse consument

“Succesvolle introductie in overvol tomatenschap”

Het is dringen in het overvolle tomatenschap van Britse supermarkten. Toch wist de trospruimtomaat Papeletto RZ onder de merknaam Ruby Jewel in vier jaar tijd een mooie plek te veroveren bij retailer Sainsbury's ... ➔



Consumenten kopen steeds bewuster

“Biologisch is ‘booming’

‘Where ecology meets economy’ is de lijfspreuk van Eosta, dé Nederlandse distributeur van biologische groente en fruit. De specialist in kasgroente en overzees fruit ziet de vraag overal groeien ... ➔

4

Retail Center Berlijn
**Ontmoetingsplek
én onderzoeks-
centrum voor retail**

6

Australische markt-
leider in salades:
**“Nieuwe generatie
slarassen met
Knox™ komt tege-
moet aan de wens
van onze klanten”**

7

Braziliaanse
groenteverwerker
La Vita Alimentos
**“Knox™: veel
voordeel voor de
consument én de
hele versketen”**

8

Terugblik
Fruit Logistica
**Innovation Award
2017 voor Knox™
is kroon op
veredelingswerk**

10

Puntoverde RZ
**“Groeïende kansen
voor smaakvolle
specialty”**

12

Quick Clicks

16

Biologische teler
Frank de Koning
**“Rijk Zwaan maakt
zich gelukkig sterk
voor biologische
rassen”**



De Chainmail RZ wordt uitgegeven in het Nederlands, Engels, Duits, Spaans, Portugees en Italiaans door Rijk Zwaan Distribution B.V. De oplage van 5.000 exemplaren wordt verspreid onder ketenpartners over heel de wereld.

Chainmail RZ is met grote zorg samengesteld, niettemin kan geen aansprakelijkheid worden aanvaard voor mogelijke onjuiste berichtgeving.

Overname met bronvermelding is toegestaan.

Rijk Zwaan Distribution B.V.
Burgemeester Crezélaan 40
Postbus 40, 2678 ZG De Lier
+31 (0)174 53 23 00
www.rijkszwaan.com



Meer focus op retail

Zo'n 25 jaar geleden startte Rijk Zwaan met IKZ (Integrale Keten Zorg) wat een eerste stap was van een groenteveredelaar om teler en retailer intensiever met elkaar samen te laten werken. Ons team van keten-managers is door de jaren heen sterk uitgebreid naar nu ruim 25 collega's die wereldwijd partners samenbrengen om de meest geschikte groenten op het schap te krijgen. En in mijn nieuwe rol als Manager Chain & Retail wil ik de organisatie en de service portfolio nog verder professionaliseren en hiermee intensiever samenwerken met retailers wereldwijd.

Met behulp van diverse testen, zoals smaak-, houdbaarheids- en zelfs schapinrichtingstesten, proberen we inzicht te krijgen in het aankoopgedrag van consumenten. Om dit verder uit te breiden, hebben we op 3 april jl. ons Retail Center in Berlijn geopend. Het Retail Center biedt behalve de mogelijkheid voor markt en consumentenonderzoek, ook ruimte om diverse geavanceerde technieken in te zetten, zoals eyetracking brillen of camera's die de looproutes van klanten volgen. Daarnaast willen we graag de dialoog intensiveren met onze partners. Het Retail Center dient daartoe als ontmoetingsplek voor retail en haar leveranciers. We kunnen nieuwe concepten en groenterassen voorstellen, maar ook onze partners inspireren met diverse wereldwijde verpakings- en instore presentatiemogelijkheden. Verder werken we aan diverse projecten om een optimaal assortimentsadvies en bijbehorende schapindeling te realiseren, die uiteindelijk meer omzet genereert.

Het Retail Center heeft daarom niet voor niets een centrale plek gekregen in deze vernieuwde Chainmail. Lees zeker het artikel op pagina 4. Daarnaast blikken we terug op de Fruit Logistica en het winnen van de Innovation Award 2017 met Knox™ en vele mooie projecten wereldwijd.

Ik wens u veel plezier en inspiratie toe met het lezen!

Jan Doldersum
Manager Chain & Retail



25

Gecharmeerd van de zoete puntpaprika

“Japanners houden van zoete smaak Sweet Palermo®”

Bijzondere groenten naar verre bestemmingen exporteren is de core business van New Green Overseas uit het Nederlandse Poeldijk. Sweet Palermo® past daar perfect in. Vooral Japanners zijn gecharmeerd van deze zoete, aromatische puntpaprika ... ➔

18

Love My Salad event foodbloggers in São Paulo
“Een cadeau om met de hele keten samen te zijn: veredelaar, telers, kok én salade-liefhebbers”

20

Productnieuws
Crunchy Snack lettuce, myCubies snackkomkommers en Greentense snijbonen

22

Bakkavor doet proeven met 24-250 RZ
Komkommer met kleine kern heeft potentie voor kant-en-klare salades

24

Indonesische consumenten over Sweet Palermo
“Zoete verrassing”



Retail Center in Berlijn

Ontmoetingsplek én onderzoekscentrum voor retail

**Op 3 april 2017 opende Rijk Zwaan het Retail Center in Berlijn,
een unieke ontmoetingsplek voor retailers.**

**Zij kunnen er inspiratie opdoen en consumentenonderzoek laten
uitvoeren. Rijk Zwaan wil zo samen met de retail en andere
ketenpartners méér uit de groente- en fruitcategorie halen.**

Rijk Zwaan Retail Center Berlijn biedt haar partners:

- + Testen om schapleven te bepalen
- + Doelgroepsessies onder leiding van een intermediair
- + Diepte-interviews met consumenten of experts
- + Sensorisch onderzoek met consumenten of experts
- + Training van retailmedewerkers
- + Love my Salad-evenementen
- + Category-scan om samen met retailer groei te creëren
- + Onderzoek naar de ideale schapindeling
- + Winkeltesten met eye-tracking bril

“Supermarkten zijn het grootste verkoopkanaal, dus we willen graag de samenwerking intensiveren en elkaar ontmoeten,” zegt Jan Doldersum, Manager Chain & Retail over het Retail Center. “Deze plek biedt inspiratie en researchfaciliteiten. Op hun verzoek kunnen we onderzoek doen naar het schapleven, de schapindeling, winkeltesten en consumentenvoorkeuren. Voor ons zijn de ideeën en vragen van retailers weer input voor de veredeling.” De onderzoekers maken gebruik van de nieuwste technologieën zoals test shopping met een ‘eye-tracking’ bril en sensorisch onderzoek (zie kader).



“... samenwerking met supermarkten intensiveren en elkaar ontmoeten. Deze plek biedt inspiratie en researchfaciliteiten.”

Jan Doldersum,
Manager Chain & Retail

Stimuleren

Om het voor retailers uit de hele wereld interessant te maken, heeft Rijk Zwaan verschillende groente- en fruitpresentaties ingericht: convenience in een koeling zoals dat bijvoorbeeld in Nederlandse supermarkten gebruikelijk is, een schap dat bij Duitse discounters gewoon is en het Amerikaanse systeem met een open koeling. Ook zijn er ter inspiratie een ‘vertical farm’ en een wand met verpakkingsideeën gemaakt. “Het geeft supermarktketens inzicht in de nieuwste ontwikkelingen die de verkoop van groente en fruit kunnen stimuleren”, vertelt initiatiefnemer Jörg Werner, Manager Business Development bij Rijk Zwaan.

Onderscheiden met vers

De eerste reacties van supermarktketens zijn positief. Jörg Werner: “Retailers willen zich graag onderscheiden met hun verscategorie. Zij zijn daarom geïnteresseerd in één-op-één-samenwerking, vooral op het gebied van structuur van het assortiment én de productpresentatie. Hun marketingkennis gecombineerd met onze productkennis kan de omzet van de hele categorie verbeteren.” In het Retail Center in het hartje van Berlijn zijn naast retailers ook andere ketenpartners op afspraak welkom. ●

Wilt u het Retail Center bezoeken?
www.rijkszwaan.com/retailcenter

“Het Retail Center geeft supermarktketens inzicht in de nieuwste ontwikkelingen die de verkoop van groente en fruit kunnen stimuleren.”

Jörg Werner,
Manager Business Development



Australische marktleider in salades waardeert partnerschap met Rijk Zwaan



De juiste selectie van rassen is een essentieel onderdeel van de business van Tripod Farmers Group in Australië. Knox™ verbetert de productkwaliteit en komt tegemoet aan de wens van klanten, vertelt Frank Ruffo, Managing Director. Dat is van groot belang voor het bedrijf dat marktleider is in slaproductie en -levering aan supermarkten en groothandel in het hele land, 365 dagen per jaar.

Het familiebedrijf Tripod Farmers Group startte in 1989 met 6 hectare in Bacchus Marsh. Inmiddels runt de derde generatie deze onderneming, die uitgroeide tot 800 hectare in de regio rond Melbourne. Tripod Farmers levert een compleet palet aan verse slasoorten aan supermarkten in heel Australië, maar ook aan exporteurs en de binnenlandse groothandel. Tripod Farmers teelt, wast en verpakt sla in bulk, maar ook in bakjes of zakjes onder eigen merken, zoals 'Wash n' Toss' en 'Cos It's Yummy'. Versheid is een garantie: binnen 24 uur na de oogst is de sla bij de klant. Het bedrijf neemt kwaliteit dus uiterst serieus. Ook de reeks van kwaliteitscertificaten waaraan de producten en werkwijze voldoen, getuigen daarvan.

Nieuwe generatie slarassen

Juist daarom is de relatie met Rijk Zwaan zo belangrijk, legt Frank Ruffo uit. "We streven er continu naar om verse salade-producten van hoge kwaliteit aan onze klanten te leveren. Dat zou niet mogelijk zijn zonder het partnerschap met Rijk Zwaan."

Frank Ruffo (links) samen met zijn team en Rijk Zwaan crop coordinator Harry Turna (tweede van links).

Hij is bijzonder positief over Knox. "Wij zijn enthousiast over de slarassen met Knox. De selectie van de rassen is een essentieel deel van onze business. Klanten hebben elke dag hogere verwachtingen voor wat betreft kwaliteit. Knox stelt ons in staat om tegemoet te komen aan die wensen. Deze nieuwe generatie slarassen verbetert de productkwaliteit en tegelijkertijd de ervaring van consumenten met onze producten. Dat geeft ons een duurzame positie in de markt." •

Innovation Partner Award 2017

Tijdens HortConnections 2017 in Adelaide, presenteerde Rijk Zwaan Australië hoe Knox™ slarassen voordelen bieden voor alle schakels in de keten.

De beurs was een groot succes en resulteerde in het winnen van de Innovation Partner Award 2017.



Braziliaanse groenteverwerker La Vita Alimentos

“Knox™: veel voordeel voor de consument én de hele versketen”

Het Braziliaanse bedrijf La Vita Alimentos uit Holambra deed in 2016 proeven met bindsla en ijsbergsla die de Knox™-eigenschap hebben. Zij vergeleek deze met standaardrassen. De uitkomsten waren helder. Zelfs na veertien dagen was bij de Knox-rassen nauwelijks verkleuring te zien. Coordinator of Innovation Luciana Amaro Rodrigues is bijzonder enthousiast.



Kwaliteit, gezondheid en gemak bij elke Braziliaan op tafel brengen, dat is het streven van La Vita Alimentos. Het bedrijf, met vestigingen in Holambra (São Paulo) en Andradas (Minas Gerais), teelt en verwerkt groenten. Producten zijn onder meer verpakte Salanova® en cherrytomaten, zakjes gemixte slasoorten en gesneden pompoen, boerenkool, wittekool, peterselie en wortel. Supermarkten als Walmart en Pão de Açúcar, maar ook restaurantketens als Pizza Hut en Subway zijn klant.

Strengere normen

La Vita Alimentos hecht sterk aan kwaliteit, vooral door middel van efficiency en innovatie. In het hele proces gelden strenge normen, zodat de consument altijd het meest verse en gezonde product ontvangt. Het is niet verwonderlijk dat het bedrijf direct proeven wilde doen met Knox-slarassen. “Wij dragen graag bij aan de ontwikkeling van het groentesegment. Daarom zijn we samen met Rijk Zwaan een onderzoeksproject gestart. Knox kan voordeel opleveren voor de consument én de hele keten”, legt Luciana Amaro Rodrigues uit.

Gewassen en gesneden sla vergeleken

Ze licht toe hoe zij de test uitvoerde: “Het gebruikelijke schapleven van gesneden sla in Brazilië is zeven dagen. Voor dit onderzoek hebben wij de sla zelfs twee keer zo lang gevolgd, dus veertien dagen. Het doel was vast te stellen of de gewassen en gesneden bladeren van ijsbergsla en bataviasla met de Knox-eigenschap trager oxideren dan andere rassen. We bewaarden de monsters bij een temperatuur van 4°C.”

Geen spoor van oxidatie

“De Bataviasla met Knox was na veertien dagen significant minder slap en liet minder oxidatie zien dan de controlegroep. Die laatste monsters waren behoorlijk verkleurd en niet meer geschikt voor consumptie. Bij ijsbergsla was het verschil nog groter. Na veertien dagen was er bij het ras met Knox nog geen spoor van oxidatie te bekennen. De monsters in de controlegroep waren behoorlijk verkleurd en verlept.”

Hogere kwaliteit

Luciana Amaro Rodrigues is verheugd over de resultaten van het onderzoek. “We zijn bijzonder enthousiast. Het kan zorgen voor verbeteringen in ons proces. Maar nog belangrijker is dat deze Knox-rassen in Brazilië kunnen leiden tot een hogere kwaliteit en een langer schapleven van onze producten. Daarmee kunnen we de standaarden bereiken die in Europa en de Verenigde Staten gelden.” •



Op de Fruit Logistica, die in februari in Berlijn werd gehouden, kozen de ruim 70.000 bezoekers Knox™ tot de winnaar van de Innovation Award 2017. “Deze prijs is een kroon op meer dan tien jaar intensief veredelingswerk. We zijn dankbaar voor het vertrouwen van onze ketenpartners”, vertelt Bauke van Lenteren, Marketing Specialist Leafies van Rijk Zwaan.

Kroon op veredelingswerk: Fruit Logistica Innovation

Knox is een natuurlijke eigenschap die zorgt dat gesneden sla minder snel verkleurt. De zoektocht ernaar kostte jaren, vertelt veredelaar Johan Schut: “We hebben zaden van zo’n tienduizend verschillende slavariëten in huis. Die moesten we stuk voor stuk screenen. Toen we de eigenschap uiteindelijk vonden, was er taart voor het hele team.”

Het inkruisen moest toen nog beginnen, legt veredelaar Egbert Smits uit. “De eigenschap hadden we gevonden in een botersla. De kunst is die in andere slatypes in te kruisen, van eikenblad tot ijsbergsla.”

Game changer

Eind 2015 zagen zo’n zes slarassen met deze eigenschap het licht. De ketenpartners waren meteen geïnteresseerd. Op de Fruit Logistica was de belangstelling van telers, snijderijen en retailers voor de innovatie groot, aldus Bauke van Lenteren. “We hebben met Knox direct ingespeeld op de grootste wens van snijderijen. Versneden en verpakte

sla was al jaren een opmars aan het maken, maar de verkleuring was een probleem. Knox verlengt de houdbaarheid aanzienlijk.”

Jan Doldersum, Manager Chain & Retail: “Terugbrengen van voedselverspilling staat hoog op de agenda van retailers en voedselverwerkers wereldwijd. Zij geven aan dat een versproduct dat één dag langer houdbaar is, al 25% minder derving geeft. Daarom zijn zij enorm enthousiast over Knox. Het is een game changer.”

Verdere uitrol

De jaren 2017 en 2018 staan in het teken van de verdere uitrol. Snijderijen in onder meer Groot-Brittannië, Zwitserland, Polen, Australië en de Verenigde Staten verwerken al sla-soorten met Knox. Ondertussen blijft Rijk Zwaan nieuwe types ontwikkelen, totdat de belangrijkste slarassen de Knox-eigenschap hebben. De Innovation Award 2017 vormt een geweldige stimulans om daarmee door te gaan. •



“We hebben zaden van zo’n tienduizend verschillende slavariëten in huis. Die moesten we stuk voor stuk screenen.”

Johan Schut, Breeding Manager Lettuce



Award 2017 voor Knox™



FRUIT LOGISTICA Innovation Awards 2017

- 2017 **Knox**
- 2016 Genuine Coconut, World's Coconut Trading, Spain
- 2015 Aurora Seedless Papaya, Aviv Flowers, Israel
- 2014 BBQ Grill-Mix, eisberg Group, Switzerland
- 2013 City-Farming, Straay Food Group, Netherlands
- 2012 Angello Pepper, Syngenta, Netherlands
- 2011 Limeburst Fingerlimes, L, Fingerlimes, Australia
- 2010 ART – Arils Removal Tool, Support Ex, Ireland
- 2009 Sweet Green Pepper, Ena, Ireland
- 2008 Intense Tomato, Nunhem, Netherlands
- 2007 Vitamini's Snacks, FresQ, Group
- Salanova Lettuce, Rijk Zwaan

“We hebben met Knox
direct ingespeeld op
de grootste wens van
snijderijen.”

Bauke van Lenteren,
Marketing Specialist Leafies



Puntoverde RZ

“Groeierende kansen voor smaakvolle specialty”



“... past in ieder winkelschap.”

Cropspecialist
John Buijsman

De groene-torentjesbloemkool komt oorspronkelijk uit Italië en is geliefd bij ‘healthy foodlovers’ en de horeca in de hele wereld. Met het zomer- en najaarsras Puntoverde RZ speelt Rijk Zwaan in op deze kleine, maar groeiende markt. Cropspecialist John Buijsman is ervan overtuigd dat dit unieke ras in ieder winkelschap past.

“Voordat ik een commerciële functie kreeg, was ik veredelaar bij Rijk Zwaan. Zeven jaar heb ik meegewerkt aan het programma wat Puntoverde RZ opleverde. Onze grootste uitdaging was om Romanesco langer beschikbaar te krijgen, want de bestaande rassen waren alleen geschikt voor de herfstteelt. Daardoor bleef het een seizoensproduct. Puntoverde RZ is een uniek ras, omdat het in gematigde klimaten tussen juni en november te telen is. Die verlenging van het seizoen maakt deze groente aantrekkelijker voor supermarkten. Bij retailer Lidl is deze al regelmatig te koop.”

Mathematisch schema

“Elke consument heeft hem wel eens gezien, omdat zijn uiterlijk opvalt. Romanesco is een prachtig product, waarvan de torentjes volgens een mathematisch patroon zijn opgebouwd. Een echt wonder van de natuur. De smaak is meer uitgesproken dan die van bloemkool. Hij smaakt iets notig en heeft een knapperige structuur. Consumenten kunnen hem op vele manieren verwerken: in een quiche, als wokgerecht of geblandcheerd in een salade.”

Makkelijk te telen

“Niet alleen consumenten, maar ook producenten houden van het ras. Regelmatig bezoek ik de telers van Puntoverde RZ. Hun ervaring is dat het een makkelijk te telen gewas is. Het heeft een sterke groeikracht, is resistent tegen vele schimmels en niet gevoelig voor inwendige zwartverkleuring. Gewasbeschermingsmiddelen zijn daarom nauwelijks nodig. We hebben afgelopen seizoen gezien dat de kwaliteit van het geoogste product uitstekend is.”

Wiskunde in de natuur

Wist u dat Romanesco een natuurlijk voorbeeld van een fractaal is? Dat is een geometrische figuur die zelfgelijkend is. Een fractaal splitst zich steeds op in stukken die gelijkvormig zijn aan het origineel. Bij Romanesco is dat heel mooi te zien. De groente in haar geheel en al de onderliggende roosjes zijn georganiseerd volgens dezelfde logaritmische spiraal. Elk kleinste roosje is dus een mini-uitgave van de hele kool. Wiskunde was nog nooit zo leuk!

Wereldwijd interesse

“Door deze positieve ervaringen zien wij de vraag naar het ras de afgelopen jaren sterk groeien. Wereldwijd is er interesse. Vanuit Europa, maar ook Amerika, Canada, Ecuador. Gelukkig hebben we voldoende zaad beschikbaar. Voorheen was de zaadproductie van het ras moeizaam, maar dat gaat steeds beter. Daardoor kunnen wij meer ruchtbaarheid geven aan dit product. Ik ben ervan overtuigd dat Puntoverde RZ niet alleen in de horeca, maar ook in het winkelschap een plek verdient.” •





Veelzijdige pruimtomaat veroverd de Britse consument

Succesvolle introductie in overvol tomatenschap

Het is dringen in het overvolle tomatenschap van Britse supermarkten. Toch wist de trospruimtomaat Papeletto RZ onder de merknaam Ruby Jewel in vier jaar tijd een mooie plek te veroveren bij retailer Sainsbury's. Dankzij de inspanningen van Eric Wall Nursery in Barnham. Sales manager Paul Faulkner is alweer bezig met de volgende stap: meer jongeren verleiden tot aankoop.

“De kwalitatief beste trostomaten van Britse bodem, dat biedt ons familiebedrijf. We telen vijf rassen op 11,5 hectare. Vier jaar geleden zochten we naar een aantrekkelijk alternatief voor de standaard pruimtomaat. Die vonden wij bij de proeven van Rijk Zwaan. We waren direct enthousiast om deze goede allrounder uit te proberen. Onze klant Sainsbury's was er ook voor in.”



Veelzijdige smaakmaker

“De verkoop startte eerst lokaal. De afgelopen vier jaar groeide de omzet geleidelijk. Inmiddels beleveren we alle depots van Sainsbury's in Groot-Brittannië. Van consumenten krijgen wij veel positieve reacties terug. Die vinden Ruby Jewel geweldig smaken. Verder is het een veelzijdige tomaat, omdat hij het



goed doet in warme en koude gerechten. Het is een typische pruimtomaat vanwege zijn vorm en volle textuur. Met 50 gram heeft hij een gemiddelde grootte. Het is een fantastisch product, ook om te telen. Papeletto RZ geeft een mooi, renderend gewas.”

Eenvoudige recepten

“Het succes willen we verder uitbouwen. Afgelopen seizoen heeft Sainsbury's de Ruby Jewel gepromoot met posters in de winkel en via Twitter. Komend seizoen proberen wij meer jongeren te interesseren voor ons product. Via online media en met eenvoudige recepten willen we hen ideeën geven hoe ze deze tomaat kunnen bereiden.”

Onder de indruk

“Rijk Zwaan gaat ons bij die promotie ondersteunen. Bij een gesprek daarover op ons bedrijf toonden zij zich erg onder de indruk van het gewas en van onze verkoopresultaten. Iedereen weet dat het lastig is om in een volwassen tomatemarkt een echt nieuw product te introduceren dat zich staande houdt. Met Ruby Jewel is dat gelukt. We hopen dat wij dit succes in de toekomst kunnen herhalen met andere rassen van Rijk Zwaan.” •

Papeletto RZ wordt voor Sainsbury's geteeld door Eric Wall Nursery in Barnham. Welke reacties krijgt hij van consumenten?

“

Donald:

“Wat een verrassing: een tomaat met een fantastische smaak. Jullie hebben een echte winnaar in huis.”

“

Ray:

“Tijdens mijn vakantie in Paignton kocht ik Ruby Jewel tomaten. Helaas kan ik deze nergens vinden bij mij in de buurt. Weet u waar ik deze tomaten kan kopen?”

“

Lynne:

“Pas kocht ik Ruby Jewel tomaten in een boerderijwinkel in Dorset. Deze worden blijkbaar door u geteeld. Ze zijn absoluut fantastisch, de beste tomaten die ik ooit heb gegeten!!”

“

Rowena:

“Ik ben een grote fan van deze tomaten. Ik vroeg me af of het mogelijk is om een paar zaden te kopen, zodat ik een of twee planten zelf kan telen. Of zijn deze alleen commercieel te koop?”

“

Corrinne:

“FANTASTISCHE TOMATEN!!!!!! Ik kocht zojuist een pak van deze prachtige tomaten bij Sainsbury's en wow, ze zijn heerlijk.”

Samenwerkingen, partnerships en ketenmanagement zijn een populair thema in de media. Bezoeken van nieuwe markten en deelname aan evenementen worden breed uitgelicht. Quick Clicks laat een overzicht zien van belangrijke of bijzondere gebeurtenissen die in de media zijn opgevallen.

Quick



Retail Center Rijk Zwaan opened

Last Monday, breeding station Rijk Zwaan became the first Retail Center in the world. "Germany is one of the largest sales markets in Europe, and that's why Berlin became the city to have the first Retail Center in the world," according to Jan Doldersum from Rijk Zwaan.

[Freshplaza.com](https://www.freshplaza.com)



Berlin research centre to track shoppers' eyes

Rijk Zwaan's new 'retail experience' centre will be used to monitor shoppers' behaviour with eye-tracking glasses.

[Fruitnet.com](https://www.fruitnet.com)



Rootstocks help growers

Rijk Zwaan @RijkZwaan | 24 Maart "Our #rootstock varieties help growers to maximize their yield and to increase fruit quality #grafting #bestofbothworlds"

[Twitter.com](https://twitter.com/RijkZwaan)



First visitors Trial Center Tomato, The Netherlands

Jan Doldersum @Jan_Doldersum | 31 Maart: "First visitors of this year in the @RijkZwaan Demo Center #Globus supermarket Germany @JochemWolthuis @Valstar_Holland"

[Twitter.com](https://twitter.com/RijkZwaan)

“

"We are continually expanding our product range for processors by adding more vegetable types."

Michael Sempf on

rijkwaaan.com/solutions/industry



Rijk Zwaan at HortiAsia, Bangkok, Thailand

Jean-Marie Rozec @rozec_jm | 16 Maart "Day 2 @HortiASIA ! Still busy @RijkZwaan booth distributing #melon testing! @RijkZwaan #tasty #healthy"

[Twitter.com](https://twitter.com/RijkZwaan)



Best variety at carrot trials day UK

Dutch vegetable breeder rewarded for 'Fidra RZ' carrots at variety showcase event hosted by the British Carrot Growers Association. Rijk Zwaan won the prize for the best variety at a BCGA trials day in North Yorkshire to showcase the latest innovations in carrots.

[Fruitnet.com](https://www.fruitnet.com)



Life is Sweet!

Pointed peppers that stand out thanks to more #flavour, #versatility and @convenience @SweetPalermo Life is Sweet! > Twitter.com

[Twitter.com](https://twitter.com/RijkZwaan)



Sharing knowledge in Africa

Maarten Hermus @MaartenHermus | 9 Maart "@HollandGreentec & @RijkZwaan sharing knowledge in partnership last days. We are (literally) together on the #vegetable market in #Uganda!"

[Twitter.com](https://twitter.com/RijkZwaan)

Clicks



And the FLIA-winner is...

FRUIT LOGISTICA @FRUIT_LOGISTICA | 10 Februari "And the FLIA-Winner is...? "Knox – Delayed Pinking in Fresh Cut" from the Dutch firm Rijk Zwaan @RijkZwaan @KnoxtmLettuce"

> [Fruit Logistica](#)



Bejo and Rijk Zwaan announce licencing deal

Bejo and Rijk Zwaan have signed an agreement for the exchange of non-exclusive licences for patented traits in vegetables. This exchange will enable the two vegetable breeding companies to strengthen their innovative capacities and introduce improved varieties more quickly.

> [Freshplaza.com](#)



High potential for trade relationships in Asian retail

Strong local economic growth is fueling the activities of Rijk Zwaan in Southeast Asia. "As a result of the increase in wealth, big retail chains are gaining a foothold and are looking for direct suppliers of high quality, special products", said Ahmet Tunali, Area Manager at Rijk Zwaan.

> [Freshplaza.com](#)



Rijk Zwaan outlines pepper importance

"In the blocky pepper market, we are always looking for better-performing varieties, more profitability on performance for the grower, but at the same time creating, keeping or improving on value for the whole chain. Every year we try to introduce new and better performing varieties in this main segment."

> [Eurofruit Magazine](#)

“

"A number of varieties that are perfectly aligned with the wants and needs of today's consumers."

Johan Vis on

> rijkzwaan.com/solutions/sensational-snacks



Italy: Rijk Zwaan inaugurates second Trial Station

Rijk Zwaan Italia Managing Director, Alessandro Silvestrelli, explained that this is the second stage of a development plan in Italy, which is showing great potential. The first station was opened a year ago in Santa Croce Camerina. A third will be opened in Emilia-Romagna in 2018.

> [Freshplaza.com](#)



Rijk Zwaan introduces first hybrid African eggplants

Rijk Zwaan has introduced its first hybrid varieties of the African eggplant. These have numerous advantages over varieties that are traditionally grown in Africa and will enable farmers to generate a better income for themselves.

> [Freshplaza.com](#)



Markets are the driving force

When it comes to the tomato category, Dutch group Rijk Zwaan has all bases covered, catering to the needs of any individual market. "For all markets, we count on being part of the tomato supply chain, and we make efforts to optimise the chain as much as we can as a breeding company."

> [Eurofruit Magazine](#)



3rd Sweet Palermo Congress, Spain

Florent Rezeau @florentrezeau | 28 Maart "Good to see @SweetPalermo partners sharing experiences in Almería, Spain"

> [Twitter.com](#)

‘Where ecology meets economy’ is de lijfspreuk van Eosta, dé Nederlandse distributeur van biologische groente en fruit. De specialist in kasgroente en overzees fruit ziet de vraag overal groeien. “Een toenemend aantal consumenten kiest bewust voor biologisch,” vertelt Michaël Wilde, Sustainability & Communications Manager. Met superlekkere en onderscheidende producten blijft Eosta zijn kritische klanten verrassen. Bijvoorbeeld met de pruimtrostomaat Pomodorini, bij telers bekend als Wasino RZ.

Consumenten kopen steeds bewuster

“Biologisch is booming”

“Biologische producten zijn geen hype, maar maken een gestage groei door. Overal zien wij de vraag toenemen. Millennials zijn de belangrijkste kopers van biologische waar. Zij zijn niet de koopkrachtigste, maar wel de meest bewuste kopers. Dat merken supermarkten, die hun biologische assortiment steeds verder uitbreiden. Ook de politiek realiseert zich dat het slim is om de verkoop ervan te stimuleren. Het zorgt voor minder vervuiling en een schonere bodem. En draagt bij aan de klimaatdoelen van Parijs.”



Transparantie

“Als Eosta hebben wij de missie om de wereld een stukje beter te maken. Duurzaamheid begint met transparantie over waar voedsel vandaan komt. Via ons trace & tell-systeem Nature & More kunnen consumenten kennis maken met onze meer dan duizend telers op zes continenten. Maar we doen meer. Met onze film ‘The True Cost of Food’ brengen wij de verborgen kosten van de gangbare teelt onder de aandacht. Wij pleiten voor eerlijk rekenen. En met de campagne ‘Health Wonders’ – een knipoog naar de farmaceutische industrie – laten we zien dat biologische producten bijdragen aan gezondheid

Superlekker

“Consumenten kiezen bewust biologisch. Voor een betere wereld, voor hun eigen gezondheid of nog belangrijker: voor de goede smaak. Daarin onderscheiden alle biologische producten zich. Pomodorini, onderdeel van onze lijn Taste Wonders, is daar een prachtig voorbeeld van. Deze iets grotere pruimtrostomaat - het ras Wasino RZ van Rijk Zwaan - is superlekker. Voor een goede smaak is het juiste ras een eerste voorwaarde. Een goede bodem, de juiste voeding en gedreven telers zijn een tweede. Organic Brothers – nummer 300 bij Nature & More – zijn echte professionals.”

Blijven verrassen

“Naast telers zijn zaadhuizen voor ons belangrijke partners. Rijk Zwaan begrijpt dat wij klanten van biologische producten moeten blijven verrassen met rassen die het allerbeste smaken en daarnaast een bijzondere kleur of vorm hebben. Het commitment van Rijk Zwaan voor bio is groot; daarom zijn onze contacten uitstekend. Als zij een nieuw, bijzonder ras hebben, komen ze er zelf mee. Ze denken mee wat in de markt past. Dat is voor ons van grote waarde.” •



“Smaak, vorm en uithoudingsvermogen belangrijk”

Biologische rassen

Al drie jaar telen de Organic Brothers uit Nederland de biologische pruimtrostomaat Wasino RZ, die hun afnemer Eosta als Pomodorini vermarkt. Het ras viel de broers destijds op door zijn uitmuntende smaak, maar ook door de makkelijke groei en de mooie trossen, vertelt Aris van der Meer. De bijzondere tomaat is inmiddels in heel Europa te koop.

“Sinds 2004 teel ik samen met mijn broers Rochus en Dirk op 48.000 m² biologische tomaten, paprika's, komkommers en aubergines. Dat doen we volledig biologisch. We kozen deze locatie in Sirjansland vanwege de lichte kleigrond, het diepe grondwater en de afwezigheid van andere tuinbouwbedrijven. Het voorkomt dat chemische middelen inwaaien.” “We geloven echt in de biologische teelt, maar wel op een economische manier. Daarom is ons bedrijf strak georganiseerd. De grootste uitdaging? Ziekten en plagen in de hand houden. Dat vraagt om continu scouten en maximaal natuurlijke vijanden inzetten. We zitten er bovenop.”

Groot uithoudingsvermogen

“De pruimtrostomaat Wasino RZ viel ons al in 2010 op in de proeven van Rijk Zwaan. Vanwege de uitmuntende smaak, de iets grotere, stevige vrucht van 35 gram, de

onderscheidende vorm, de mooie trossen en de constante groei. Belangrijk voor de teelt in de grond is daarnaast dat Wasino RZ een groot uithoudingsvermogen en uitgebreide ziekteresistenties heeft. Dat maakt de plant weerbaar. Toen wij het ras bij Eosta onder de aandacht brachten, konden zij zich er helemaal in vinden.”

Retailer kan zich onderscheiden

“Voor alle rassen stemmen we met Eosta af hoe groot het areaal moet zijn. Omdat de markt kleinschaliger is dan bij gangbare teelt, is het nodig om de afzet goed te regelen. Wasino RZ telen we nu voor het derde jaar. We leveren van eind maart tot half december. En met succes. Klanten reageren er heel goed op. In veel Europese landen ligt Wasino RZ als Pomodorini in het schap: Zweden, België, Duitsland, Engeland. In elk land bij één retailer, zodat die zich ermee kan onderscheiden.” •

“We geloven echt in de biologische teelt, maar wel op een economische manier. Daarom is ons bedrijf strak georganiseerd.”

Aris van der Meer, Organic Brothers



“Rijk Zwaan maakt zich gelukkig sterk voor biologische rassen”

De Nederlandse teler Frank de Koning uit Brielle houdt van een uitdaging. Daarom legt hij zich sinds 2000 toe op de biologische teelt van tomaten, paprika's, komkommers en aubergines. De juiste rassen zijn voor hem essentieel. De plant moet sterk en weerbaar zijn, de vruchten smaakvol en van topkwaliteit. De auberginerassen Kylie RZ en Angela RZ voldoen aan die wensen.

“Ooit teelde ik op de gangbare manier, maar dat vond ik niet bevredigend. Bioteelt is teelttechnisch een veel grotere uitdaging. We telen zonder chemie en kunstmest, maar met compost, stalmest en natuurlijke vijanden tegen plagen. De grondteelt vereist een ruime vruchtwisseling. Juist daarom telen we een grote diversiteit aan vruchtgroenten in alle vormen, soorten en maten. Bijvoorbeeld wilde tomaten, oerkomkommers en gestreepte aubergines. Dat doe ik op drie locaties van in totaal 8,5 hectare. Sinds vier jaar telen we zelfs biologisch-dynamisch.”

Sterke, weerbare planten

“De rassenkeuze is voor ons nog belangrijker dan bij gangbare telers. Smaak gaat altijd boven productie.





De bioconsument kiest namelijk voor gezond en lekker. Omdat hij bovendien makkelijker afwijkende vormen en kleuren pakt, hebben we een divers pakket. Daarnaast zoeken wij krachtige planten die weerbaar zijn tegen ziekten. Rijk Zwaan is een van de weinige veredelaars die zich sterk maakt voor biologische rassen. Gelukkig, want we kunnen niet zonder. Zij denken mee over smaak, weerbaarheid en resistenties. Hun rassen sluiten goed aan op de vragen uit de markt, die gestaag blijft groeien.”



Vaster vruchtvlees

“Ongeveer de helft van onze rassen is van Rijk Zwaan. De aubergine-rassen Kylie RZ en Angela RZ bijvoorbeeld. Kylie is een aubergine met een uitstekende smaak en kwaliteit. De sterke groene delen zorgen dat de vrucht na het oogsten lang goed blijft. Het gewas is open, heel werkbaar en ook nog eens productief.

Eigenlijk heeft het geen nadelen, alleen maar voordelen. Angela is een gestreepte aubergine, die onderscheidend is in kleur, maar ook in smaak. Deze graffiti-aubergine heeft iets vaster vruchtvlees, zodat hij bij het bereiden minder olie opzuigt. Het ras heeft zich bewezen in de markt.”

Eerst een klant, dan een ras

“Voordat we een ras kiezen, zoeken we er altijd een klant voor. Alle producten zetten wij af via Nautilus, de Nederlandse coöperatie van biologische telers. We stemmen met hen én met de eindklant af hoeveel wij van elk product telen. Onze klanten zijn vooral retailers in Duitsland, Engeland en Scandinavië, maar ook natuurvoedingswinkels, horecaketens en aanbieders van maaltijdboxen. We verpakken alles zelf zoals de klant dat wenst, los of in kleinverpakking. En dat drie, vier of vijf keer per week. Dat is één van de grootste uitdagingen in ons bedrijf: om elke week zoveel verschillende producten voor al die klanten netjes op de rit te krijgen.” ●

Love My Salad event foodbloggers in São Paulo

“Een cadeau om met de hele keten samen te zijn: veredelaar, telers, kok én salade

Een inspirerende bijeenkomst. Zo noemden lifestyle bloggers, chefkok Leticia Massula en de betrokken telers het Love My Salad event in het Braziliaanse São Paulo. In november 2016 organiseerde Rijk Zwaan's online platform Love my Salad deze proeverij voor bloggers, die via social media goed zijn voor 1,2 miljoen volgers.

Love My Salad heeft honderdduizenden volgers in de hele wereld. Ook in Brazilië. Het platform nodigde vijftig voeding- en lifestylebloggers uit in het trendy Feed Restaurant om de creaties van de chefkok te proeven. Thijs Hulisz, Chain Specialist bij Rijk Zwaan Brazilië: “We willen Brazilianen in contact brengen met verse, kwalitatief gezonde voeding. Met groenten brengen we meer variatie op het bord. Bloggers kunnen helpen om die boodschap te verspreiden. Het event

mooie kans. “Voor ons is het belangrijk om contact te hebben met de eindgebruikers van ons product: chefs, consumenten, restaurants en retailers.” Zij telen 4,5 hectare tomaten in de kas in de buurt van São Paulo. Eén van hun producten is Silky Pink, de roze tomaat met goede smaak. Zij geloven in dit ras van Rijk Zwaan, met wie ze nauw samenwerken en van wie zij veel support krijgen. “We waarderen het dat we werden uitgenodigd voor dit event. De bezoekers reageerden positief op het concept: eerst de presentatie van de producten en daarna de bereiding ervan. Chefkok Leticia pakte dit goed aan.”

Inspirerend

De Braziliaanse chef en tv-persoonlijkheid Leticia Massula deelt hun gevoel. “Het event was inspirerend. Het is een cadeautje als de keten samenkomt: van veredelaar, telers, kok tot saladeliefhebbers.

het hun kijk op salades heeft veranderd. Fijn dat ik daaraan kon bijdragen.”

Delen met volgers

De vijftig voeding- en lifestylebloggers, voor wie het evenement was bedoeld, reageerden positief. Ze deelden foto's en berichten, vooral op het voor Brazilië belangrijkste medium Instagram (zie pagina rechts). Ook na het event blijft Love My Salad nauwe contacten onderhouden met de bloggers. Tatiana Rodrigues de Oliveira van Rijk Zwaan Brazilië: “Een jaar lang sturen wij hen elke drie maanden een mail en een box vol verrassende groenten. We verwachten veel posts op #lovemysalad.”

Groenteconsumptie stimuleren

Om die blijvende betrokkenheid van saladeliefhebbers draait het, legt Annelies Blaauwkamer, Marketing Specialist bij



was ook bedoeld om hen kennis te laten maken met de telers.” Dat waren Irmãos Amaral (paprika's), Jorge Morikawa (sla), Fazenda Rio Bonito (komkommers) en Yumi en Masota Kano (tomaten). Op de pagina rechts worden hun bedrijven uitgelicht.

Contact met consument en kok

Het echtpaar Kano noemt het event een



Het is belangrijk om te weten wie er achter het voedsel op het bord zit, zeker in een metropool als São Paulo. De producten waren allemaal lekker, vers en mooi.

Ik ben een grote fan van de groenten waar we mee gewerkt hebben. Voor een kok is het een voorrecht om met kwaliteitsproducten te werken, die met zorg zijn geteeld. Bloggers laten mij sinds het event weten dat



Rijk Zwaan uit: “Met zo'n event bouwen wij aan kwaliteitsrelaties met online beïnvloeders, die een groot netwerk hebben. We creëren een ervaring en laten hen nieuwe producten zien. Zo geven we hen iets unieks om te delen met hun volgers, de consumenten. Dat is een win-win-situatie voor alle partijen. Dat draagt direct bij aan onze ambitie: wereldwijd de groenteconsumptie stimuleren.” ●

liefhebbers"

Het online bereik van het
Love My Salad event in Brazilië

1,2
miljoen volgers
hebben de aanwezige bloggers

93
berichten met #lovemysalad
werden gepost op Instagram

Casa & Comida
magazine noemde het event op Instagram

2.460
keer is het fotoboek bekeken op Facebook

1.300
keer werd de 360° video gezien
via YouTube

Even voorstellen....

De vier innovatieve Braziliaanse tuinbouwbedrijven



Saladas Finas

Fine salades is het bedrijf van de familie Morikawa, gevestigd in Cotia. Jorge, Yolanda en Lucia werken samen aan innovatie, duurzaamheid, voedselveiligheid én vooral tevreden consumenten. Het bedrijf teelt verschillende groenten, waaronder Salanova® en Romaine sla.



Kano Tomates

Masato Kano, zoon van Japanse immigranten, startte in 1999 in Piedade zijn sierteeltbedrijf. In 2006 kwam daar de teelt van tomaten bij. Veiligheid, respect voor het milieu en een hoge kwaliteit producten staan voor Kano voorop. Het bedrijf is altijd op zoek naar nieuwe variëteiten en smaken. In Silky Pink vond het bedrijf een product met een prachtige uitstraling en bijzondere smaak.



Irmãos Amaral

Irmãos Amaral is een familiebedrijf dat werd opgericht in 1995. Het technologisch hoogstaande bedrijf is gevestigd in Igarapé en teelt onder meer Sweet Palermo®. De missie? De onderneming wil toegevoegde waarde leveren en de verwachtingen van klanten en medewerkers overtreffen. Het bedrijf hecht zeer aan een goede kwaliteit van de producten en heeft respect voor het milieu en de gezondheid, veiligheid en welzijn van haar medewerkers.



Fazenda Rio Bonita

Het bedrijf van Fazenda Rio Bonita uit Itatinga begon in 2007 met de teelt van bessen, maar stapte al snel over op de teelt van tomaten in kassen. In samenwerking met Rijk Zwaan kwamen daar Salanova® en later cherrytomaten bij. Inmiddels is de snackkomkommer Snackpep de nieuwste innovatie. Zo weet het bedrijf, dat inmiddels achttien kassen telt, de consument altijd te verrassen.

Crunchy Snack Lettuce gaat Spaanse markt veroveren

Een prachtig plaatje, maar vooral erg lekker. De naam Crunchy Snack Lettuce zegt het al: het knapperige, aantrekkelijke slablaadje kan gevuld worden met guacomole, kaas, vis of een andere vulling. Tijdens Fruit Attraction in Madrid in oktober 2016 presenteerde Rijk Zwaan Iberica het concept aan het publiek.

“Verschillende retailers toonden interesse. Een commerciële test is dichtbij. Als die slaagt, gaan we de markt in Spanje ontwikkelen.”

Alberto Cuadrado Salmeron,
Chain Manager bij Rijk Zwaan Iberica

Voor het Crunchy Snack Lettuce-concept zijn Chicarita RZ en 41-655 RZ – beiden crunchy sla types – speciaal geselecteerd. In 2016 deden Spaanse producenten in nauwe samenwerking met Rijk Zwaan proeven met beide rassen. De resultaten waren ronduit positief. “In goed overleg met de telers ontwikkelen we promotie-materiaal en een speciale verpakking voor Crunchy Snack Lettuce. We hebben vertrouwen dat wij met deze innovatie een nieuw segment kunnen ontwikkelen.” •



Groei markt snackkomkommers door nieuwe variëteit myCubies



Al zes jaar werken Rijk Zwaan en Spaanse producenten nauw samen bij de teelt en afzet van myCubies. Bij retailers in Europa ligt de gezonde groente onder deze merknaam of onder een private label in het schap. Met de witte snackkomkommer Quinton RZ krijgt het merk een nieuwe impuls. Carmelo Salguero van coöperatie Granada La Palma uit Andalusië, één van de zes partners, is nauw betrokken bij de introductie ervan.

“Onze coöperatie specialiseert zich steeds meer in natuurlijke snacks, zoals snackkomkommers en gekleurde snoeppaprika's. Toen wij met myCubies

begonnen, was deze markt helemaal nieuw. Ook de teelt van de komkommers was een uitdaging. Dankzij het commitment van een van de belangrijkste supermarktketens in Europa was het mogelijk om het merk op Europese schaal te ontwikkelen.”

Trouwe klanten

“Retailers in onder meer Spanje, Duitsland, Groot-Brittannië en Nederland verkopen onze snackkomkommers. Jaar na jaar komen er trouwe klanten bij. De omvang van 8 tot 11 centimeter en de geweldige smaak en textuur maken het tot een aantrekkelijke, gezonde snack.”

Witte snackkomkommer Quinton RZ

“We werken nu samen met Rijk Zwaan en de andere partners aan een restyling van het merk. Dat vind ik een goede keuze, omdat er namelijk meer mogelijk is dan één kleur en één type. Naast Quarto RZ introduceren we Quinton RZ. Deze witte snackkomkommer heeft een onderscheidende smaak en een uitstekend schapleven. Wij bieden deze aan in een mix als myCubiesFun. Of het een succes wordt? Het is nog te vroeg om dat te zeggen, maar we hebben goede hoop.”

Onderscheidend

“Mijn verwachting is dat de snackmarkt verder gaat groeien. Vanzelfsprekend spelen ook andere producenten in op

die trend. Ik ben ervan overtuigd dat myCubies onderscheidend is in de markt, omdat wij een kwaliteitsproduct garanderen. Met onze jarenlange ervaring in de teelt en de ontwikkeling van nieuwe variëteiten leveren wij onze klanten het beste product.” •

Meer weten?

Kijk op www.myCubies.com



Donkergroene, gezonde nieuwkomer zet de snijboon weer op de kaart

De snijboon brengt voor velen mooie herinneringen uit de kindertijd naar boven. Rijk Zwaan biedt met Faiza RZ en 17-300 RZ een donkergroen en zoeter alternatief voor deze authentieke groente. Het zijn rassen die bovendien veel makkelijker klaar te maken zijn dan voorheen.

“Smaaktesten onder consumenten laten zien dat de rassen zich onderscheiden door hun zoetere smaak en stevige bite. Opvallend zijn de intens groene kleur en rijke inhoudsstoffen. De nieuwe rassen bevatten namelijk meer carotenen en vitamine K. Doordat ze geen draden hebben, is deze snijboon daarnaast veel eenvoudiger te verwerken. Bereiden in

de magnetron kan ook”, vat Alberto Cuadrado Salmeron, Chain Manager bij Rijk Zwaan Iberica de voordelen voor consumenten samen. Telers en retailers in Zuid-Europa tonen interesse in de nieuwe snijboon vanwege de kleur, de goede opbrengst, de mogelijkheid van jaar rond productie en het lange schapleven. “We richten ons met deze rassen eerst op de markt in Frankrijk en Spanje, daarna op Duitsland. Deze donkergroene snijboon heeft alles in zich om een succes te worden. Ook onder jongeren. Misschien kan deze zelfs uitgroeien van een traditionele naar een trendy groente.” •



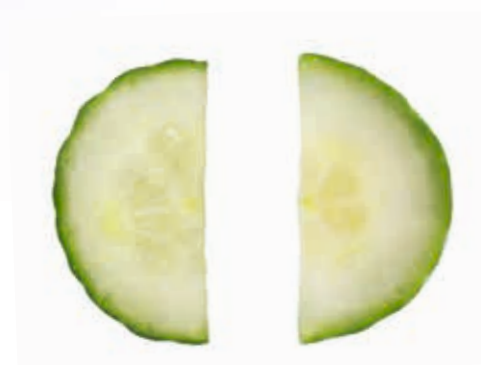
Faiza RZ valt in het Greentense concept.



Bakkavor doet uitgebreide proeven
met 24-250 RZ

Komkommer
met
kleine kern
heeft

potentie voor
kant-en-klare
salades



In salades is een komkommer onmisbaar. Toch is dat bij vers gesneden en maaltijdsalades niet zo vanzelfsprekend. De frisse groene schijfjes vormen namelijk een beperkende factor in het schapleven. Voor het Britse Bakkavor, wereldwijd specialist in vers bereide maaltijden, kan een komkommer met een kleine kern een uitkomst zijn. Daarom doet de onderneming proeven met onder meer 24-250 RZ.

Miljoenen mensen over de hele wereld genieten dagelijks van een vers bereide maaltijd van Bakkavor. De keuze die deze marktleider haar klanten biedt, is indrukwekkend. Meer dan vijfduizend producten, onder meer salades, broodjes, pasta's, pizza's, smoothies en desserts gaan naar retailers als M&S, Waitrose, Tesco, Asda en Sainsbury's, maar vinden ook hun weg naar foodserviceketens als KFC, Pizza Hut en McDonalds. Het bedrijf heeft dertig vestigingen in Groot-Brittannië, nog eens

twaaft in China en de Verenigde Staten en een procurementkantoor in Spanje.

Te nat

Alex Hamilton, Head Agronomical Development Department legt uit welke uitdagingen zijn team daarin heeft.

“Wat verwacht een consument van een salade? Dat begint vaak met sla, tomaat en komkommer, zoals hij die zelf maakt. Helaas kunnen wij komkommerschijfjes beperkt gebruiken, omdat die een korter

schapleven hebben in vergelijking met andere salade-ingrediënten. We verwijderen vaak de vochtige zaadlijsten om het schapleven te verbeteren, maar dat geeft ons nog steeds niet de consistentie die we willen. Een speciale komkommer gemaakt voor de versmarkt met een langer schapleven, zou een enorme stap vooruit zijn. Als we dat vinden, kunnen we de kwaliteit van onze bestaande producten verbeteren en kan het aandeel van komkommers in onze salades groeien.”

Proeven met 24-250 RZ

Bakkavor werkt hiervoor nauw samen met Rijk Zwaan en anderen. Het bedrijf heeft de afgelopen drie jaar verschillende testen gedaan. Hamilton: "Uit onze resultaten blijkt dat komkommers met een kleinere kern een beter schapleven laten zien. Dat gaat om zes rassen, onder andere 24-250 RZ. Afgelopen twee jaar hebben we met dit ras teeltproeven gedaan in Nederland en Spanje. Daarnaast hebben we verschillende verwerkingsproeven uitgevoerd in onze laboratoria en op de productielocaties. Het schapleven is consequent beter, maar de productiviteit in de winterteelt is een uitdaging. Toch heeft dit ras een aantal interessante eigenschappen, waardoor het potentie heeft om onze producten te verbeteren. Er is zeker nog werk te doen, maar we kijken er naar uit om samen met Rijk Zwaan 24-250 RZ verder te ontwikkelen."

Aparte rassen voor convenience

Een goede relatie met veredelaars als Rijk Zwaan is voor Bakkavor van groot belang. Al jaren is er een nauwe samenwerking op het gebied van sla, bijvoorbeeld in Babyleaf en Salanova® (zie kader).



Hamilton: "In de afgelopen vijftien jaar is bij slarassen een duidelijke scheiding ontstaan in variëteiten voor enerzijds de retail en anderzijds de convenience markt. Onze verwachting is dat diezelfde differentiatie gaat ontstaan voor groenten

als paprika's, tomaten en komkommers. Wij staan nu op dat kruispunt. De komkommer met de kleine kern is een voorbeeld van die ontwikkeling. Misschien komt er speciaal voor de verwerkingsindustrie een grote, zaadloze paprika. Om die specialisatie te bevorderen, willen wij graag samenwerken met Rijk Zwaan. Zo kunnen wij marktkansen benutten en consumenten blijven verrassen met bijzondere, verse ingrediënten."●



BAKKAVOR

RIJK ZWAAN

Samen innoveren in de markt voor convenience sla

Bakkavor en Rijk Zwaan hebben een lange, intensieve relatie in de ontwikkeling van slarassen voor de convenience markt. Die uit zich bijvoorbeeld in een nauwe samenwerking bij de selectie van nieuwe slarassen in de driehoek telers, medewerkers van Bakkavor en veredelaars van Rijk Zwaan. Niet toevallig was Bakkavor een van de eerste die verpakte Salanova® op de Britse markt bracht. Ook

in het testen van slarassen met Knox™, de eigenschap die verkleuring van gesneden sla vertraagt, liep de specialist in verse salades voorop. Waar normaal gesproken eerst veldproeven en daarna fabrieksprouwen volgen, werd dat traject met Knox-rassen versneld. Dat leverde een primeur op: via Bakkavor lag er begin dit jaar bij retailer Waitrose caesar salad in het schap met Knox-sla.

Indonesische consumenten volledig verrast door smaak Sweet Palermo

“Zoete verrassing”

Is het een grote, pittige peper? Bij de productlancering van Sweet Palermo® in één van de supermarkten van de Indonesische keten Ranchmarket waren klanten huiverig om zomaar een hapje te nemen. Ze werden compleet verrast door de zoete smaak. Niet verwonderlijk, want de paprika is in dit land een onbekende groente. Retailer Ranchmarket, producent en distributeur Pluit Cold Storage en Rijk Zwaan maken zich samen sterk om de markt te ontwikkelen.

De eetcultuur in Indonesië is de laatste jaren aan het veranderen. Door de groei van de steden en de economische ontwikkeling zijn Indonesiërs minder groente en meer fast food en bewerkte voedingsmiddelen gaan eten. Gemak is daarbij leidend. Pluit Cold Storage, logistiek dienstverlener én eigenaar van het moderne tuinbouwbedrijf PT Cibadak Agri heeft een missie: inspelen op gemak en tegelijkertijd groenten terugbrengen op het menu.

Salades

Scott Martin, algemeen directeur of Pluit Cold Storage: “Salades, die maar enkele minuten kosten om te maken, kunnen het eten van verse groente weer leuk maken. Daarom produceren wij onder meer sla, tomaten, basilicum, aubergines, courgettes, pepers, maar ook Sweet Palermo. Deze paprika is een kwaliteitsproduct dat makkelijk te telen is en

opbrengst heeft.” Al de genoemde producten teelt, verpakt en distribueert Pluit Cold Storage onder de naam Highland Vegetables. Belangrijke klanten zijn hotels en markten, maar vooral grote retailers als Ranchmarket.

Groente van de beste kwaliteit

Voor een pilot met Sweet Palermo was deze supermarktketen, die dertien vestigingen heeft in Indonesië, direct in. “De smaak, het uiterlijk en het schapleven van Sweet Palermo zijn heel goed,” vertelt Ali Wijaya, Hoofd Inkoop van Ranchmarket. Deze supermarktketen in Indonesië, als enige in het bezit van een HACCP 9000-certificaat, richt zich op topkwaliteit producten in kruidenierswaren, maar vooral in verswaren, zoals vlees, vis en groente. “Daarom werken we graag samen met Rijk Zwaan. Hun producten passen bij een retailer zoals Ranchmarket.”

Demonstratie met chefkok

Omdat de paprika voor Indonesiërs geen bekend product is, kozen de drie partners ervoor om Sweet Palermo eind 2016 te introduceren met een demonstratie op de winkelvloer. Ieder bedrijf leverde zijn aandeel in de vorm van producten, menskracht en promotie. Een chefkok liet klanten zien hoe je paprika's kunt bereiden. Ook www.lovemysalad.com werd geïntroduceerd,

waarop consumenten recepten kunnen vinden.



De lancering was een groot succes, blikt Ali Wijaya van Ranchmarket terug. “Consumenten waren verbluft door de zoete smaak van Sweet Palermo. We zijn tevreden over de verkopen tijdens de introductie.”

Goede samenwerking

Over de samenwerking met de partners Rijk Zwaan en Pluit Cold Storage is Ranchmarket eveneens positief. Wijaya: “Wij vinden het belangrijk dat wij kunnen rekenen op een regelmatig aanbod van deze producent. Verder stellen wij het bijzonder op prijs dat Rijk Zwaan als veredelaar de producent én ons tot op de winkelvloer ondersteunt in de promotie, met bijvoorbeeld displays, een productverpakking en een speciale website. We hopen dat Sweet Palermo populair zal worden in de toekomst. Aan andere campagnes om consumenten te informeren over deze en andere nieuwe groente, werken wij graag mee.” •



Gecharmeerd van de zoete puntpaprika

“Japanners houden van zoete smaak Sweet Palermo”

Bijzondere groenten naar verre bestemmingen exporteren is de core business van New Green Overseas uit het Nederlandse Poeldijk. Sweet Palermo past daar perfect in. Vooral Japanners zijn gecharmeerd van deze zoete, aromatische puntpaprika. Door samenwerking en promotie kan de consumptie verder groeien, meent sales manager Marianne van der Gragt.

“Ons bedrijf zorgt dat kleine partijen specialties snel en efficiënt op het vliegtuig gaan naar landen als Maleisië, Taiwan, de Verenigde Staten en Japan. Dat kunnen allerlei groenten zijn: roodlof, spruitjes, asperges, cressen of paprika's. In de jaren negentig werden paprika's in Japan geïntroduceerd. Dat was toen pionieren. Inmiddels zijn ze er bekend en geliefd.”

Smaak past Japanners

“Sinds twee jaar exporteren we Sweet Palermo naar Japan. We vonden het leuk om iets nieuws te introduceren. De zoete smaak past erg bij Japanners. Consumenten moeten wel wennen aan de vorm, want ze denken eerst dat het een grote, hete peper is. We hebben nu diverse klanten waaraan we deze rode en gele puntpaprika's verkopen. Langzaam maar zeker neemt de vraag toe. Sweet Palermo heeft echt groeipotentie.”



Marianne van der Gragt

Jaarrond aanbod

“Een goede samenwerking helpt daarbij. Rijk Zwaan heeft ons in contact gebracht met Gourmet, een bedrijf uit Nieuw-Zeeland dat Sweet Palermo teelt en exporteert. Samen kunnen wij onze Japanse klant jaarrond Sweet Palermo leveren. Gourmet doet dat van december tot en met april, wij van mei tot en met november. Wij wisselen informatie uit en helpen elkaar aan nieuwe klanten.”



Het jaarrond aanbod biedt kansen om de consumptie te laten groeien. Daar heeft iedereen in de keten wat aan.”

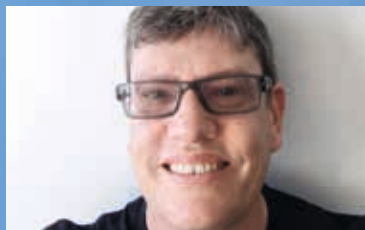
Japanse website

“Sinds april 2017 is www.sweetpalermo.com in het Japans beschikbaar, naast de vijf andere talen. Dat heeft Rijk Zwaan mooi geregeld. Fijn dat ze zo meedenken. Zij steken veel tijd in marketing en promotie; dat helpt ons bedrijf verder. Wij verwijzen onze klanten naar die website. De recepten bieden consumenten ideeën over hoe ze Sweet Palermo kunnen bereiden.”

“Jaarrond aanbod is voor ons van vitaal belang”

Een van de klanten van New Green Overseas is een Japanse groothandel, die groente, fruit en versproducten uit vijftien landen importeert en daarnaast lokale producten vermarkt. Manager Miayo legt uit waarom Japanners voor Sweet Palermo kiezen: “Ze houden gewoon van de zoete smaak.” Hij is bijzonder te spreken over de jaarrond beschikbaarheid. “Dat is voor ons heel belangrijk. Zo kunnen wij de Japanse consument het hele jaar door Sweet Palermo bieden. De samenwerking tussen New Green Overseas en New Zealand Gourmet is dus van vitaal belang voor ons. Ook de Japanse website over Sweet Palermo kan ons zeker helpen de markt verder te ontwikkelen.” •





Knox™ Meditation RZ

“Biedt nog meer voordelen voor de sandwich- en burgerindustrie”

Voor de Amerikaanse markt is Knox™ Meditation RZ de perfecte sla voor de sandwichindustrie. De donkergroene bataviasla heeft een mooie gekartelde rand en bevat Knox™.

Eigenschappen

- De afmetingen van het blad van Knox™ Meditation RZ zijn zeer geschikt voor gebruik op sandwiches en hamburgers.
- Gesneden heeft Meditation RZ een langere houdbaarheid door Knox™.



From around



Alamina RZ

“Dieprode tomaat met lange houdbaarheid”

In Zuid-Amerika en Centraal Azië presteert Alamina RZ erg goed. In Chili wordt het ras geleverd met speciale stickers, zodat kwaliteitscontroleurs het ras eenvoudig herkennen en gegarandeerd zijn van de lange houdbaarheid.

Eigenschappen

- Alamina RZ is een grove intermediate tomaat voor korte voorjaarsteelt
- Heeft een goede houdbaarheid en blijft stevig
- Alamina RZ heeft een dieprode kleur



- Hoofdkantoor
- Verkoopdochter
- Veredelingsstation
- Productiestation
- Onderzoek- en servicestation



Calabonita RZ, Calagreen RZ, Calawinter RZ

Nieuwe introducties in courgette portfolio

De drie nieuwe rassen binnen ons courgette portfolio bieden een jaar rond teeltkalender voor de Zuid-Europese markt.

Eigenschappen

Deze rassen zijn donkergroen en staan allen garant voor:

- Een hoge opbrengst door veel vruchten per plant.
- Sterke planten en lange productie, waardoor de opbrengst hoog is.
- Lange houdbaarheid na het oogsten, dus een mooie presentatie op het schap en thuis bij de consument.



the world



Quirk RZ

“Veelbelovend door zijn opvallende kleur”

De ontwikkeling van snackgroenten gaat snel. Quirk RZ is een van de nieuwste rassen en valt op door zijn unieke kleur. De tweekleurige snackkomkommer is een aanwinst voor het assortiment.

Eigenschappen

- Zijn iets kleinere formaat dan andere snackkommers en knapperige bite, maken Quirk RZ zeer geschikt om te mixen met bijvoorbeeld Qwerty RZ.
- Behalve als snack, kan Quirk RZ ook goed gewokt worden.
- Quirk RZ is geschikt voor zowel de high tech als protected teelt.





Rijk Zwaan Distribution B.V. | Postbus 40 | 2678 ZG De Lier | www.rijkszwaan.com