

# Gouden Partner 2010

## Categorie: Soep & Soepverrijkers

Criteria: Omzetprestatie en Meedenken op niveau assortimentsgroep

Winnaar: H.J. Heinz



Ramona van Zuylen en Jeroen Harks.

FOTO: TOPSHOTS

## Bewezen toegevoegde waarde van Heinz levert titel op

**ZEIST** - Door de jarenlange samenwerking met de retailers, in combinatie met aanvullend consumentenonderzoek, heeft H.J. Heinz veel kennis van de categorie Soep & Soepverrijkers. Het bedrijf ziet het als zijn verantwoordelijkheid om een voortrekkersrol in deze assortimentsgroep te nemen en is blij dat de handelspartners dit herkennen en waarderen.



“We zijn erg blij met de waardering”, zegt trade category manager Ramona van Zuylen. “Door de wensen van de consument continu te blijven monitoren door middel van onderzoeken, kunnen wij van toegevoegde waarde zijn voor de retailers.” Dit heeft het bedrijf al volop bewezen door de handelspartners onder meer te wijzen op het belang van cross-selling: soep in combinatie met bijvoorbeeld soepverrijkers en verse groente. Vooral het merk Honig is hier al jaren sterk in en triggert de consument om de soep iets extra's te geven in de vorm van verse groente en/of vlees.

Daarmee wordt het mandje voller gemaakt en gaat de omzet verder omhoog.

**Smaak en gezondheid**  
Ook in tijden van recessie zit H.J. Heinz niet stil. “Onze verwachting is dat er nog volop kansen zijn voor groei in de categorie, juist omdat de consument nu meer binnenshuis gaat consumeren. Verder zijn we druk bezig met het verduurzamen van de categorie en blijven we innoveren op het gebied van smaken, want ook in soep is variatie voor de consument een vereiste. H.J. Heinz is ervan overtuigd dat smaak en gezondheid belangrijker gaan worden. Een ontwikkeling die past binnen onze overtuiging dat er niets gaat boven een pan zelfgemaakte soep met verse groente”, aldus Van Zuylen die samen met de foodretailers categorieprojecten zal blijven doen. “Hierin staan de wensen van de consument centraal. Hierdoor kunnen wij ons gezamenlijke belang, zoals groei en rendementsverbetering in de categorie, realiseren.”

### Benno Toenders

*Sligro Food Group*

“Ik denk dat HJ Heinz een terechte winnaar van de Gouden Partner is, omdat zij begrijpen waarmee wij bezig zijn en ons daarin ondersteunen”, aldus inkoper Benno Toenders van Sligro Food Group. “Ondanks dat hun kracht vooral binnen de droge soepen ligt, hebben zij een goede visie op de gehele categorie. Hiervan maken wij gebruik bij het beoordelen van het assortiment en de indeling van het schap. Behalve op ‘meedenken’ heeft HJ Heinz ook gewonnen op ‘omzetprestatie’. Dit verbaast Toenders niet. “Binnen de categorie Soep is Heinz al jaren een grote omzetmaker. Mensen blijven naar het vertrouwde oranje Honig-pakje grijpen.”

“

HJ Heinz begrijpt  
waarmee wij bezig  
zijn en ondersteunt  
ons daarin

”