

## **Start nieuwe collectieve promotiecampagne 'Echte smaak beleef je bij de groenteman'**



'Echte smaak beleef je bij de groenteman' is de slogan van de nieuwe collectieve promotiecampagne voor de detailhandel in aardappelen, groente en fruit. De campagne gaat van start met de Verrukkelijke Aspergeweken, die duren van 1 tot en met 22 mei. Later in het jaar volgen nog twee actieperiodes: de Zomerse Fruitweken (van 26 tot en met 17 juli) en de Appeloogstweken (van 9 tot en met 30 oktober).

### **Smaak en deskundigheid**

De campagne is een initiatief van de Commissie AGF-Detailhandel van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en profileert de zelfstandige agf-detaillist als dé specialist op het gebied van aardappelen, groenten en fruit. In de campagne staan de deskundigheid van de groenteman en de kwaliteit en smaak van zijn producten centraal. Al deze elementen zijn op een speelse manier in de campagne verwerkt.

### **Intensieve advertentiecampagne**

De promotiecampagne richt zich primair op kwaliteitsbewuste vrouwen tussen de dertig en vijftig jaar. Ze worden gestimuleerd om bij de groenteman te kopen via een intensieve advertentiecampagne in bekende tijdschriften als Linda, Vriendin en Vrouw, het weekmagazine van De Telegraaf en de Gezondheidsspecial die meegestuurd wordt met negen tijdschriften. Redactionele themapagina's in huis-aan-huisbladen met recepten en tips zorgen voor extra publiciteit. De campagne wordt ondersteund via de consumentenwebsite [www.degroenteman.nl](http://www.degroenteman.nl) (de nieuwe site gaat in de tweede helft van maart online).

### **Gratis promotiemateriaal voor agf-detaillisten**

Voor iedere actieperiode is prachtig promotiemateriaal ontwikkeld. Agf-detaillisten kunnen het promotiemateriaal gratis bestellen met behulp van een bestelkaart die ze begin maart hebben ontvangen. Er zijn twee soorten pakketten: een uitgebreid posterpakket en een pakket met weerbestendige fustdoeken. De fustdoeken zijn vooral bedoeld voor ambulante handelaren. Voor de Verrukkelijke Aspergeweken stelt het HBD in samenwerking met Aceera bovendien 100 'kraspergekaarten' beschikbaar, kraskaarten waarmee klanten van de groenteman onder meer kans maken op een gastronomisch aspergearrangement. Om de medewerkers te informeren en te enthousiasmeren wordt met de pakketten 'De VersCourant' meegestuurd met daarin artikelen, weetjes, productinformatie en verkooptips.

### **Campagne spreekt aan**

Dick Meulblok, groenteman en voorzitter van de Commissie AGF-Detailhandel van het HBD, is opgetogen over de nieuwe promotiecampagne: "Het vakmanschap van de groenteman en zijn passie voor het vak zorgen ervoor dat klanten graag bij de groenteman komen. De nieuwe campagne brengt dat op zeer aansprekende wijze onder de aandacht van de consument."

### **Kookdemonstraties**

De actieweken van 2010 hebben volgens Dick Meulblok alles in zich om een succes te worden. Hij raadt zijn collega-groentemannen dan ook aan maximaal te profiteren van de mediacampagne door het gratis promotiemateriaal voor 2010 te bestellen. Meulblok: "En bestel snel, want onder de eerste honderd bestellers verloten we vijftien aspergekookdemonstraties met topkoks van Aceera."

Bron: AGF.nl

Datum: 9-3-2010