

Fooddesign congres 2008

Innoveren met lef

06-11-2008

Meeting Plaza
Planetenbaan 100
3606 AK Maarssen

Fooddesign congres 2008

De horizon verbreden op gebaande paden? Dat zal moeilijk gaan. Succesvol innoveren zonder risico's te nemen? Onmogelijk. Daarom staat het VMT Fooddesign congres 2008 in het teken van innoveren met lef. Opvallend fooddesign dat anders durft te zijn inspireert de deelnemers om anders te denken en te doen. Tijdens het congres zijn er sprekers aan het woord met lef: of het nu gaat om verpakking, communicatie of productontwikkeling.

Wat is fooddesign?

Fooddesign is het vormgeven aan concepten vanuit de beleving van de consument. Fooddesign gaat verder dan alleen de uiterlijke vorm van het eten. Het gaat vooral om het samenspel van smaak, kleur, vorm, klank, geur en textuur. Product, verpakking en communicatie vormen een krachtige eenheid.

Programma

9.45 – 10.00

Opening dagvoorzitter en inleiding programma

Martijn Punt, consultant, Value in Food

10.00 – 10.30

Lef in fooddesign: Dare to be different!

Fooddesign geeft identiteit aan eten. En is daarmee een krachtig middel om uw unieke verhaal te vertellen. Na ruim 10 jaar ervaring als fooddesigner deelt Marielle Bordewijk haar ontdekkingen en laat zien hoe u met gedurfd fooddesign unieke concepten kunt creëren. Inspirerend, trendbewust, concreet toepasbaar en innovatief.

Marielle Bordewijk, fooddesigner, FooDoo fooddesign & innovation

10.30 – 11.00

Lef in foodservice

De HEMA is met haar producthelden als rookworst en tompoes een ijzersterke formule geworden in 'eten onderweg'. Na het succes op Schiphol waagt de HEMA zich nu steeds vaker buiten de deuren van haar eigen warenhuizen. Binnenkort kunnen we dit oerhollandse merk ook vinden op de stations. Natuurlijk met de echte HEMA klassiekers, maar ook met nieuwe sterren. Over dit spannende take-away avontuur zal Martijn Boon u een kijkje in de keuken geven.

Martijn Boon, manager horeca, HEMA

11.00 – 11.30

Pauze

11.30 – 12.00

Lef in communicatie

Recht voor zijn raap en met een gezonde dosis humor brengt Bolletje zijn baksels aan de man/vrouw. Met campagnes die met alle gangbare reclameregels breken weet Bolletje de sympathie van de consument te veroveren. De sterke marktpositie wordt door Eric Welles nader toegelicht.
Eric Welles, marketingmanager, Bolletje

12.00 – 12.30

Rariteitenkabinet FooDoo

Marielle Bordewijk verzamelt foodproducten uit de hele wereld met merkwaardige, opvallende en bijzondere kenmerken. Zij geven haar inspiratie in haar ontwerpwerk. Op interactieve wijze presenteert zij een gedurfd deel van haar collectie om ook u op nieuwe ideeën te brengen.
Marielle Bordewijk, fooddesigner, FooDoo fooddesign & innovation

12.30 – 13.15

Lunch

13.15 – 13.45

Innovatie - speeddaten

In een wervelende opzet krijgt u de mogelijkheid om in vertrouwen uw innovatievraagstuk(ken) aan innovatiespecialisten uit verschillende vakgebieden voor te leggen.

13.45 – 14.15

Lef in productontwikkeling

Het van origine Ierse Greencore is specialist in het ontwikkelen en leveren van kwalitatieve gemakvoeding. Soms onder eigen naam (Borgondi) maar vaak onder de merken van internationaal bekende retailers, benzinemaatschappijen, cateraars en vliegmaatschappijen vinden o.a. de koelverse pizza's, sandwiches en maaltijden hun weg naar de consument. Commercieel directeur Jules ten Heggeler laat u aan de hand van de Trattoria case voor KLM zien hoe zij 'vliegensvlug' tot nieuwe innovatie concepten en producten komen waarbij de 'sky letterlijk the limit' is.
Jules ten Heggeler, commercieel directeur, Greencore Convenience Food

14.15 – 15.00

Workshop Linke Soep

Een eenmanszaak die het durft om groot te zijn in kleinheid en hiermee een uniek nieuw merk en concept weet te creëren. Ondanks de bescheidenheid kent De Kleinste Soepfabriek inmiddels grote successen. In deze workshop zet Michel Jansen ons aan het werk om met bijzondere ingrediënten een eigen, gedurfd soepje te ontwikkelen om met een pot vol verrassende smaak naar huis te gaan.

Michel Jansen, De Kleinste Soepfabriek

15.00 – 15.30

Lef in verpakken

Grolsch wil de homogeniteit in de biermarkt doorbreken, variatie aanbrengen. Met passie en vakmanschap is een range aan innovaties in de markt gezet: de nieuwe groene 33 cl fles, de nieuwe groene beugelfles en het Cheersch thuistapsysteem. Dit alles uiteraard 'zo eigen als Grolsch'. Een toelichting op de overwegingen en uitdagingen van Grolsch.

Bastiaan Saris, marketingmanager, Grolsch

15.30-16.00

Pauze

16.00 – 17.00

Lef in innovatie

1. Voeding voor de geest: Katja Gruijters geeft haar visie op 5 belangrijke trendstromingen. Waaronder de hernieuwde maatschappelijke belangstelling voor waarden. Welke waarden zijn relevant voor catering, retail, out of home of industrie? Passen voeding en waarden überhaupt bij elkaar? En zijn ze lekker? Wat voor invloed hebben ze op de toekomstige ontwikkeling van eten en drinken? Speelt uw bedrijf hier al op in? Moet u 'cradle to cradle' en duurzame ontwikkelingen links laten liggen of zijn dat juist waarden die op lange termijn voor uw bedrijf van levensbelang zijn? Door middel van een trendpresentatie neemt Gruijters u mee naar een waardevolle toekomst.

2. Van concept tot praktijk: aan de hand van een passend voorbeeld zal Gruijters een trend concretiseren.

Katja Gruijters, fooddesigner

17.00

Samenvatting en afsluiting

Martijn Punt, consultant, Value in Food

17.15

Borrel