

Persbericht

Honselersdijk – 24-09-2015

Tomaatjes in de sport: Greenco lanceert ‘Sportief Snacken’

Greenco, de eerste en grootste teler en verpakker van snackgroenten uit het Westland gaat sport inzetten bij het verder uitbouwen van haar merk Tommies. Greenco vermarkt jaarlijks 60 mln. tomaatjes, paprikaatjes en snack komkommertjes.

In Nederland krijgt iedereen het advies om 200 gram groente per dag te eten. Slechts 5% van de volwassenen haalt dit en van de kinderen tussen 7 en 18 jaar eet slechts 1% de aanbevolen hoeveelheid groente.. Omdat de snackgroenten van Tommies altijd en overal te eten zijn, vormen ze dé oplossing om de groenteconsumptie te verhogen.

Samen met het Haarlemse sportmarketingbureau 2Basics is de campagne ‘Supporter van Sportief Snacken’ ontwikkeld, waarbij wordt ingezet op bekendheid en distributie via sportclubs.

Yvonne Vanlier, Manager marketing en communicatie Greenco: “Het belang van gezonde voeding is niet eerder zo groot geweest. Maar het is voor veel mensen nog steeds geen vanzelfsprekende keuze al helemaal niet als het over snacken gaat. Daar kunnen wij met Tommies echt iets aan doen. Niet alleen in de winkel, maar juist ook op plekken waar mensen iets kleins eten, een tussendoortje nemen. Wij zien bijvoorbeeld kansen om aan te sluiten bij een beweging als de gezonde sportkantine. We hebben de ambitie om op alle sportclubs met onze Tommies verkrijgbaar te zijn. 2Basics gaat ons helpen om dit te realiseren.”

“Wij zijn natuurlijk erg blij met de komst van Greenco” voegt Ziggy Tabacznik van 2Basics daar aan toe. “Het laat goed zien dat je de breedtesport uitstekend kunt benutten als marketingkanaal en niet alleen als maatschappelijk sponsorproject. Greenco neemt hiermee het voortouw om een nieuwe foodcategorie binnen het sportkanaal te introduceren. Wij zijn er trots op daaraan mee te mogen werken.”

Einde persbericht

Voor meer informatie:

Greenco (Tommies)
Yvonne Vanlier
y.vanlier@greenco.nl
017 4612520

2Basics
Ziggy Tabacznik
ziggy@2basics.nl
023 5400200