

# GOED NIEUWS UIT NEDERLAND

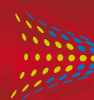
VIJFTIG INSPIRERENDE INNOVATIES

2011

*Onder redactie van:*

*Rob de Graaf*

*Elke den Ouden*



**pdma**

Connecting Innovators Worldwide



#### KENGETALLEN

- Van Sélection du Pâtissier zijn ruim 7.000 eenheden verkocht.
- Het product is in circa 20 weken ontwikkeld en is volledig vanuit de ambachtelijke hand geproduceerd.



#### GOUDEN TIP

*Leg de lat hoog, hierdoor ontstaan juist innovatieve ideeën en sta open voor de mening en inzichten van een ander. Laat je in de ontwikkeling niet remmen door beperkingen, maar probeer door een goede samenwerking oplossingen te vinden. Het resultaat levert veel positieve energie op en werkt motiverend om er elke keer weer voor te gaan.*

# AH SÉLECTION DU PÂTISSIER

*Roderick Mees, Senior Category Manager Albert Heijn  
Jan Willem Jansen, Pâtissier Bakkersland  
Bas Burki, Product Manager Bakkersland  
[www.ah.nl](http://www.ah.nl) en [www.bakkersland.com](http://www.bakkersland.com)*

## DE INNOVATIE

Sélection du Pâtissier is een luxe dessert, dat Albert Heijn Zaandam samen met Bakkersland Panningen speciaal voor de Kerstdagen heeft ontwikkeld. Drie ambachtelijke desserttaartjes, gepresenteerd op een bijzondere etagère, laten de consument tijdens de feestdagen genieten van tongstrelende patisserie. De etagère is zodanig ontwikkeld dat de consument deze in vier eenvoudige stappen in elkaar kan zetten. Daarmee zet de consument een waar kunstwerk op tafel. Bij de ontwikkeling van de desserttaartjes was topkwaliteit een eerste vereiste, daarom is uitsluitend gebruik gemaakt van hoogwaardige, natuurlijke grondstoffen. Hiermee is binnen het Albert Heijn verssegment een verrassend nieuw eetmoment gecreëerd voor de Nederlandse consument.

## HET ONTSTAAN

Albert Heijn heeft samen met Bakkersland Panningen dit dessert voor de Kerstdagen van idee tot eindproduct ontwikkeld. Het is bijzonder om een dergelijk hoogstaande verwennerij in een retailomgeving te introduceren. Daarbij is goed gekeken naar productie, transport en logistiek en communicatie naar de consument. AH wil zich onderscheiden met kwalitatieve producten en de consument verrassen tijdens de Kerstdagen; Sélection du Pâtissier speelt hier volledig op in.

*Op de foto links  
Bas Burki en rechts  
Jan Willem Jansen*



## HET PROCES

Door de bijzonderheid van het product heeft de ontwikkeling binnen een speciaal innovatieproces plaatsgevonden. In het innovatieteam werkten Albert Heijn samen met productontwikkeling en productmanagement van Bakkersland. JJ Buffetware leverde de etagères en verpakkingsleverancier Halma Packaging heeft bijgedragen aan de verpakking van het gehele concept.

## DE TOEKOMST

Sélection du Pâtissier heeft ervoor gezorgd dat consumenten voor een hoogwaardig dessert ook naar AH kunnen. Gebruik makend van hoogwaardige grondstoffen en een unieke combinatie van smaken opent de deur naar eerlijke patisserie in het verssegment. Ook de samenwerking met verpakkingsleveranciers geeft meer mogelijkheden om te kijken naar slimmere, exclusievere verpakkingsoplossingen.