

Naturalicious mikt op supermarkten en vendingmachines

01-12-2016 08:54



Naturalicious is in gesprek met grote partners binnen de vendingmachine-industrie. De RetailRookie wil automaten op stations en scholen veroveren, vertelt chieft marketing officer Tabe Ydo aan [MarketingTribune](#).

Naturalicious noemt zichzelf een 'hi-tech health'-bedrijf, dat natuurlijke sappen en snacks in de markt zet. Dankzij een methode met hoge druk techniek kan het bedrijf de kwaliteit en houdbaarheid van de 'coldpressed juices' verbeteren, stelt Ydo. "Overal waar rauwe, koudgeperste sappen tot voor kort niet welkom waren vanwege de beperkte houdbaarheid, liggen kansen voor Naturalicious."

Met vendingmachines wil Naturalicious ook hotels en ziekenhuizen veroveren, zei medeoprichter Michel van den Bergh onlangs al in RetailTrends. "De tranen springen je in de ogen als je ziet met wat voor ongezond spul die automaten nu zijn gevuld. Zelfs in ziekenhuizen."

De startup levert sinds kort ook aan Albert Heijn en Marqt. Supermarkten stonden volgens Ydo tot nu toe terughoudend tegenover de verkoop van rauwe sappen. "Enerzijds vanwege beperkte houdbaarheid en anderzijds vanwege de voor consumenten nog relatief hoge prijs." Naturalicious heeft zijn assortiment speciaal voor de retail uitgebreid met een Smart Line, die onder meer toegankelijker is geprijsd.

De RetailRookie opende onlangs in Amsterdam zijn eerste brand store, waar consumenten kennis kunnen maken met het concept en naast sappen ook snacks en maaltijden kunnen meenemen. Verder is Naturalicious

al op vier locaties in Londen aanwezig, waaronder met een shop-in-shop in het warenhuis Harrods.