Lidl gaat Albert Heijn achterna met product pitch

24-07-2018 14:05



Lidl geeft ondernemers de mogelijkheid schapruimte te winnen in zijn Nederlandse supermarkten. De ‘innovatieve producten’ moeten volgend jaar in de winkels komen te liggen.

Ondernemers kunnen tot 16 september een idee aandragen bij de retailer, waarna zij te horen krijgen of ze in aanmerking komen voor de selectiedag. De winnende inzenders krijgen naast schapruimte ook landelijke promotie door Lidl en trajectbegeleiding naar grootschalige productie.

Lidl zegt op zoek te zijn naar ideeën die ‘vernieuwend, gezond of heel duurzaam’ zijn. De discounter introduceert volgend jaar ‘een nieuw thema dat bomvol innovatieve, nooit eerder op de markt gebrachte producten komt te staan’.

De competitie doet denken aan de Product Pitch van Albert Heijn, die dit jaar voor de derde keer georganiseerd werd. Ook daar krijgen de winnende producten schapruimte en steun bij de promotie. Knakwortel, Sharp Sharp en Hagelswag waren de winnaars van de afgelopen editie.