

J. Walter Thompson Amsterdam en PLUS introduceren eerste product: SuperSaus

Undercover-groentesaus laat kinderen ongemerkt gezonder eten.

05 JULI 2017, AMSTERDAM, NEDERLAND

SAMENVATTING

Ouders grijpen vaak naar ketchup of mayonaise als hun kinderen geen groenten lusten. Verre van gezond. Daarom heeft J. Walter Thompson Amsterdam samen met PLUS een nieuw product op de markt gebracht: SuperSaus. Een undercover-groentesaus voor over je groenten, gemaakt van heerlijke biet, wortel of pastinaak. Om ervoor te zorgen dat kinderen daar niet achter komen, zijn de flessen vormd als superhelden in de kleuren van bekende snacksauzen. De chef-kok van het bureau, Robbie Postma, heeft samengewerkt met een creatief team en PLUS om SuperSaus te ontwikkelen. Het product is vanaf deze week exclusief verkrijgbaar bij PLUS van Velzen in Lopik. Beoogd wordt SuperSaus daarna landelijk uit te rollen naar de schappen van elk PLUS-filiaal.

Supermarktketen PLUS staat voor goed eten, voor iedereen, elke dag. Daar hoort ook bij dat ze ouders helpen om hun kinderen gezonder te laten eten. Dat is niet altijd even makkelijk want veel kinderen houden niet van groenten, de basis van een gezonde maaltijd. Om die reden smokkelen ouders vaak met ketchup of mayonaise. Reden voor PLUS om daar iets aan te doen, want ketchup bevat gemiddeld 25% toegevoegde suikers en mayonaise tot wel 90% olie.

Om ouders te ondersteunen bedacht J. Walter Thompson Amsterdam een nieuw product: SuperSaus. Een undercover-groentesaus gebaseerd op een idee dat misschien gek klinkt, maar werkt als een malle: eet meer groente met groente. De ingrediënten – biet, wortel of pastinaak – zijn vormd als superhelden in de kleuren van bekende snacksauzen. Zo zien de flessen er aantrekkelijk uit voor de jonge doelgroep en ontdekken kinderen niet dat ze eigenlijk meer groente eten. De waarheid vertellen JWT en PLUS nog wel een keer. Misschien...

SuperSaus is vanaf deze week exclusief verkrijgbaar bij PLUS van Velzen in Lopik voor de aantrekkelijke prijs van 2 euro per fles.

-CREDITS-

Creative partner: Bas Korsten

Executive creative director: Marcel Hartog

Creative: Gabriela Nouws, Leon Ragetlie

Food creative: Robbie Postma

Copywriter: Marcel Hartog, Leon Ragetlie

Art director: Güney Soykan, Gabriela Nouws

Designer: Ronald Mica, Robert Harrisson, Madelon Brakenhoff, Leo Scholtes

Connection strategist: Angelique Schreuders

Editor: Tim Arnold

Agency producer: Martijn Pots, Marloes van den Berg, Mariska Fransen, Charlene Thomas

Print producer: Chariva Geurts

Business director: Budi Gonzales de Chaves

Director: Harro van Schoonhoven

DOP: Jelle Mulder

Producer: Thomas Rohde

Production company: Pink Rabbit

Sound: Robin Schlösser

PR: Jessica Hartley, Julie van Lanschot

Client: Bas Snetselaar, Rob Claassens



CITATEN

"We gaan graag verder dan traditionele reclame om echte oplossingen te ontwikkelen voor onze klanten. Eten speelt een belangrijke rol binnen de cultuur van ons bureau. En het is fantastisch dat we onze innovatieve manier van denken over voeding nu kunnen gebruiken om kinderen gezonder te laten eten. "

— Bas Korsten, Creative Partner bij J. Walter Thompson Amsterdam

" Bij PLUS houden we van goed eten. En we geloven erin dat we ouders kunnen helpen om hun kinderen een goede maaltijd voor te schotelen. Daarom introduceren we SuperSaus: een innovatie die we landelijk willen uitrollen onder ons eigen huismerk. SuperSaus smaakt supergoed. "

— Bas Snetselaar, Formula en Communication Manager, PLUS Supermarkets

AFBEELDINGEN





OVER J. WALTER THOMPSON AMSTERDAM

We're a local agency with international ambitions. Intergalactic ambitions even. To reach that goal we've transformed the agency quite drastically. For instance, we only have 3 departments: Think, Do and Make. Why? Because you have to keep it simple this day and age to help your clients face an increasingly complex world.



J. Walter Thompson Amsterdamnewsroom