



Miriam Bouwens: "Wat wil ik achterlaten op deze wereld; in ieder geval iets goeds. Die positieve gedachte is leidend bij mijn visie op Food2Smile."

Wij strijden tegen de ongezonde verleidingen van het zoetwarenschap

De mooie listing bij Plus, een uitverkiezing tot de top-tien van meest inspirerende Nederlandse bedrijven, een uitrol naar België..., Food2Smile timmert aardig aan de weg. Toch knaagt er iets bij medeoprichter en eigenaar Miriam Bouwens.

Sommige supermarktketens wikken en wegen te lang om haar zoetwaren op te nemen. “Het mag allemaal wel wat sneller, het gevoel van urgentie ontbreekt. Maar ja..., ik ben ook wel ongeduldig”, zegt ze met een knipoog.



Alleen de koek wordt in Nederland gemaakt, de rest van het zoetwarenassortiment wordt over de grenzen ingekocht.



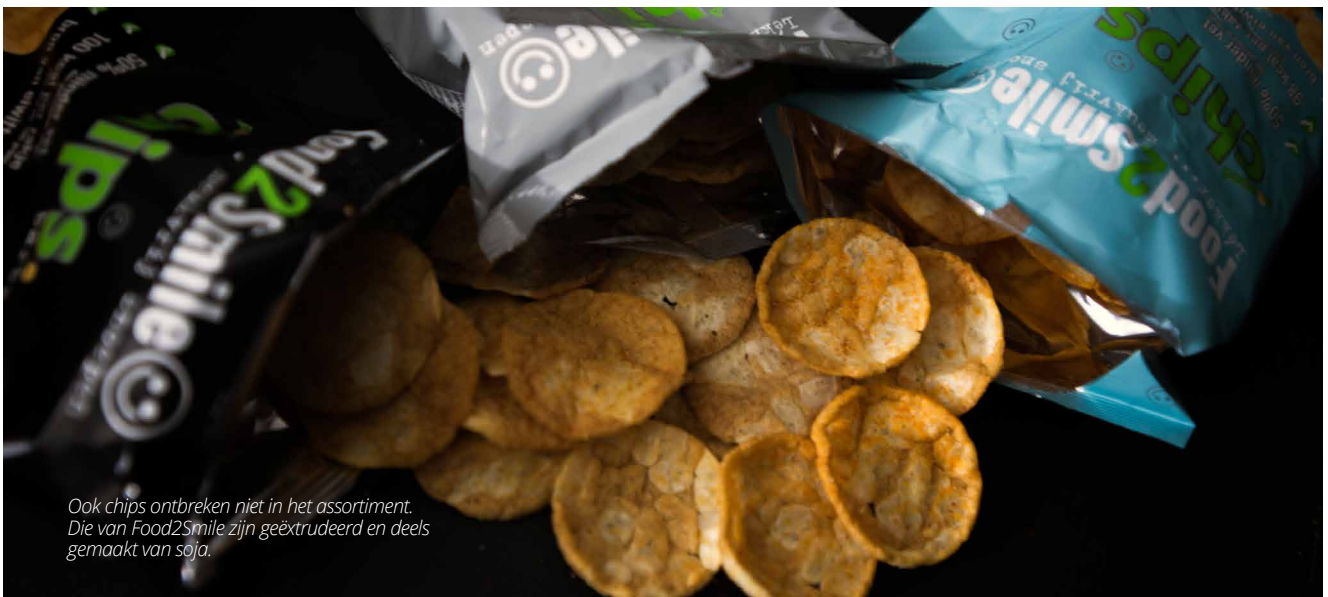
Graanstropen zoals maïsmout, zorgen voor de zoetkracht van de koek.

Zonder twijfel draait het bij voedingsdeskundige Miriam Bouwens om passie. Dat gaat een stuk verder dan bij menig- een, want haar missie is om alle Nederlanders gezonder te laten snoepen, meer in het bijzonder de kinderen. Ook de Belgische jongens en meisjes horen daarbij. Dankzij samenwerking met partnerbedrijf Bicobel uit Lokeren is Food2Smile eveneens bij onze zuiderburen aanwezig. Meer precies levert de Belgische organisatie de Food2Smile 'Free-from' en 'Better for You' producten aan onder meer banketbakers en chocolatiers. Het Midden-Oosten maakt eveneens kennis met het zeer complete zoetwarenassortiment. "Die buitenlandse groei danken we onder meer aan

de ISM-deelname van begin dit jaar", vertelt Bouwens die aangeeft volgend jaar weer deel te nemen aan het zoetwa- renevenement. "We zijn te vinden in hal 2.2 waar we in 2018 onder meer een gezondere variant van popcorn belichten."

Inkoop

Licht gezouten popcorn is te verwachten, nu al in het port- folio zitten koek, chocolade, lolly's, hard suikerwerk (onder meer kussentjes), winegums, dropsticks en chips. De lijst is verre van compleet. De voorbeelden illustreren simpelweg dat Food2Smile gezondere alternatieven voor alle zoetwa- renproducten aanbiedt en ontwikkelt. En daarmee is het



Ook chips ontbreken niet in het assortiment. Die van Food2Smile zijn geëxtrudeerd en deels gemaakt van soja.

Synergie

De hoogste binnenkomer dit jaar in de top-veertig is Food2Smile. Het gaat niet om een muziek-hitlijst, maar om het jaarlijkse onderzoek van het strategische adviesbureau Synergie. In november vond de uitreiking plaats van de veertig meest inspirerende bedrijven van Nederland. Daarbinnen behaalde Food2Smile een zevende plaats en is daarmee de hoogste nieuwkomer. Belangrijk: het gaat om een score die is gebaseerd op een onderzoek onder business professionals. Er is ook een lijst waarbij de resultaten afkomstig zijn uit een onderzoek onder consumenten. Voor wat betreft de business professionals is TED de winnaar, Ikea onder consumenten. "Het onderzoek werd voor de zevende keer uitgevoerd en maakt zichtbaar welke organisaties de aandacht van Nederland hebben. Het laat ook zien wat de kenmerken zijn van deze organisaties. Opvallend is dat het de grote organisaties zijn die het goed doen in de ranking en dit danken aan flexibel werken, voortdurend vernieuwen en technologie inzetten om de impact te vergroten. Bedrijven als BOL.COM, Philips, Nike en BWM winnen aanzienlijk in inspiratiewaarde", aldus Synergie die verder meldt dat inspirerende organisaties een duidelijke purpose hebben en opvallend klantgericht zijn. "Ze zijn groot, maar voortdurend in

beweging. Ze gebruiken hun omvang als platform voor innovatie. En ze zetten technologie in om de marktimpact te vergroten. Waar eerder juist de kleine - startup-achtige - organisaties de naam hadden snel en beweeglijk te zijn, lukt het juist de grote organisaties steeds beter om te denken en werken als een startup met de impact van een grown-up." Overigens vond in het consumentenonderzoek een aantal verschuivingen plaats. De winnaar van 2016 – Tony's Chocolonely – valt met vijf procent aan inspiratiewaarde terug naar de achtste plaats. Apple (derde) en BOL.COM (vierde) winnen juist tien plaatsen. Alhoewel er veel overeenkomsten zijn tussen de inspirerende organisaties voor consumenten en business professionals, valt ook een aantal verschillen op. Zo valt Nespresso buiten de Inspirerende veertig voor consumenten, terwijl zij voor business professionals juist zeventien plaatsen terrein wint (plaats twaalf in de ranking). De Top-3 onder business professionals wordt gevormd door TED, Tesla en Tony's Chocolonely. Opvallende nieuwkomers zijn Food2Smile (7), Rode Kruis (23), Unicef (24) en NewHorizon (28). Terwijl DSM, Randstad, TomTom, Schiphol en managementbureau McKinsey buiten de ranking vallen in 2017. Het onderzoek is uitgevoerd onder bijna tweeduizend Nederlandse consumenten en een kleine tweehonderd business professionals.

bedrijf nog lang niet klaar. "Hoewel inmiddels aardig wat is bereikt", geeft Bouwens aan die de met rozijnen en cranberries gevulde koek in Nederland laat produceren, terwijl de rest van het gamma in Europa en daarbuiten wordt gemaakt. "Een van mijn taken is de inkoop. Via allerlei manieren onderzoek ik geschikte partners, maak afspraken, ga op bezoek en leg mijn wensen en eisen op tafel. De zoetwaren moeten lekker zijn, maar zeker ook gezonder." Daarop ligt de klemtoon van Bouwens en vormt het fundament van haar drie jaar geleden opgerichte en in Amersfoort zetelende onderneming.

Geen suiker

"Wat is in mijn optiek gezond? Daarover bestaat zo langzamerhand in Nederland wel consensus: géén suiker. Ook voor kunstmatige intensieve zoetstoffen is geen plaats in onze zoetwaren, net als voor e-nummers voor rode kleur-

stoffen." Ook kiest ze liever niet voor gluten, gelatine en een spaarzame toepassing van e-nummers voor oranje kleurstoffen.

Lactosevrij heeft eveneens de voorkeur. "Het liefste zou ik onze producten ook biologisch willen aanbieden, maar dit is een concessie die ik heb moeten doen. Onze gezondere ingrediënten zijn lang niet altijd in voldoende mate biologisch beschikbaar en ik wil de Food2Smile zoetwaren en snacks betaalbaar houden", aldus de kindervoedingsconsulent die niet alleen met zoetwaren, maar ook via voorlichting en educatie strijd levert tegen 'de vele ongezonde verleidingen in het snoepschap'. Want er staat volgens Bouwens heel veel op het spel.

Droom

De boodschap wordt positief uitgedragen. Op de website staat: 'We hebben een droom, een heel mooie droom!

De verantwoorde vendingmachine die Food2Smile mag vullen



Sommige zoetwaren zijn ook glutenvrij

Nederland gezonder maken. Met onze producten hopen wij hieraan bij te dragen. Maar dat kunnen we niet alleen, dat doen we samen, samen met jou.'

Om richting consumenten duidelijk te maken waar Food2Smile voor staat, worden op de website en in foldermateriaal vergelijkingen getrokken met allerlei zoetwarenmerken. Tegenover de zonder toegevoegde suikers gemaakte en gelatinevrije Food2Smile gummybeertjes met natuurlijke smaak- en kleurstoffen, positioneert het bedrijf de goudbeertjes van Haribo. Deze bevatten zeven kcal per snoepje, de eigen 'goedgekeurde' gummybeertjes leveren nog geen vier kcal per snoepje. Dat verschil is volgens Bouwens te wijten aan willen, niet aan kunnen. "De zoetwarenindustrie kan veel beter; er is veel meer gezondheidswinst te behalen, en de fabrikanten weten dit. Dat stoort mij nog het meeste."



Colaflesjes

Ook de Frisia marshmallows, de lolly's van Chupa Chups en Goody Good Stuff worden in folders genoemd en vallen in de optiek van Food2Smile door de mand. Deze zoetwaren zien er fraai uit en trekken de aandacht, maar zijn een stuk ongezonder dan die van ons, stelt ze. Bouwens over de gevolgen: "Het gezonde verstand van consumenten legt het vaak af tegen alle verleidingen in het zoetwarenschap, zodat wij op een eveneens soortgelijke manier dienen te communiceren. Vandaar dat we bij de winkels van Plus in de schappen van snoep, koek en snacks zijn terug te vinden met gezondere alternatieven in de vormen, kleuren en verpakkingen die mensen herkennen." In het portfolio zitten bijvoorbeeld winegum colaflesjes. Ook voorradig: handgemaakte en fraai gekleurde Rainbow Twister suikervrije lolly's die zijn gezoet met isomalt. Op de website worden ze in een zakje van vijf stuks voor 2,99 euro (consumentenprijs) gepresenteerd. "We bieden een beperkte portie aan, omdat isomalt laxerend kan werken. Vijf lolly's per verpakking vallen nog binnen onze

Food2Smile

Het in Amersfoort gevestigde Food2Smile is drie jaar geleden opgericht door Miriam Bouwens en Gerard van Vliet. Het zes medewerkers tellende bedrijf meldt een Purpose bedrijf te zijn, in tegenstelling tot een Purse onderneming. Wat daarmee wordt bedoeld? "Sociaal ondernemerschap. We streven naar een maatschappelijke impact van wat we doen: een gezonder Nederland door minder gebruik van suiker, schadelijke E-nummers en andere toegevoegde rotzooi. Een betere gezondheid begint wat ons betreft bij kinderen, maar vergeet ook mama, papa, oma of opa niet", staat op de website. Een onderdeel van de MVO-aanpak is dat de verpakkingswerkzaamheden worden uitgevoerd door mensen 'met een achterstand tot de arbeidsmarkt'. Food2Smile meldt: "Niet geld, maar passie, plezier, partners en positieve kracht staan centraal. We willen ons doel realiseren door zoveel mogelijk jongeren zonder baan in te zetten, als het even kan met een achterstand op de arbeidsmarkt. Talent is bepalend, vlekjes niet. Bovendien willen we een deel van de opbrengsten inzetten voor voorlichting en research omdat het altijd nóg beter kan." De logistiek en voorraad voor Food2Smile worden vanaf december verzorgd vanuit Eindhoven.



strengere norm. In het verleden kregen we de vraag om een hele grote lolly met isomalt te leveren, maar dat doen we niet. Dan gaan we over onze norm van isomalt heen." Wel beschikbaar voor bijvoorbeeld out-of-home zijn silo's (consumentenprijs 11,95 euro) van onder meer met maltitolen en steviaglycosiden gezoete colaflesjes en gummy-beertjes waarin veertig zakjes van ieder twintig gram zitten. Momenteel onderzoekt de Food2Smile directeur de mogelijkheden van monk fruit als zoetstof. "Er zijn vele beloftevolle berichten over dit ingrediënt, zodat we hiermee hopelijk aan de slag kunnen gaan."

Sportkantine

Voor wat betreft de Plus supermarkten is Food2Smile aanwezig met zes facings snoep en drie facings chips. "Volgend jaar komt daar waarschijnlijk een uitdeelzakje bij. De winkelorganisatie is tevreden, de rotatie is positief. Daarnaast zijn we in gesprek met een andere grote keten, maar ik zou willen dat er wat meer tempo wordt gemaakt. Maar goed..., we boeken vooruitgang en onze naamsbekendheid groeit bij voedingsdeskundigen en diëtisten, net als bij leisure-instellingen zoals de Apenheul en Madurodam. Ook werken we samen met het Voedingscentrum, omdat deze instantie onze Food2Smile producten heeft opgenomen in de 'Inspiratielijst van de Gezonde School- en Sportkantine'. Noemenswaardig is verder de samenwerking met Vendingland voor een verantwoorde vendingmachine die is bedoeld voor scholen en kantines waarin onze zakjes met snoep en snacks zitten die maximaal ieder honderd gram aan calorieën leveren. We zijn dus op de goede weg, maar er valt in ons snoepgedrag nog zoveel te verbeteren", besluit ze.



Tijdens de ISM vindt de presentatie plaats van de nieuwe popcorn