

**ETEN &**

**DRINKEN**

**• 2010 •**



## Eten & Drinken 2010, een blik op de toekomst

Nederland is in de ban van het culinaire avontuur. Kookprogramma's vullen dagelijks de beeldbuis, trendy restaurants zijn de hotspots voor lunch en diner, geen zichzelf respecterend tijdschrift kan zonder een culinaire rubriek en ook wijn krijgt in de bladen een eigen bouquet. We zijn in voor inventieve diners met net dat beetje extra. Want onderscheiden willen we ons.

We gaan dan ook met een spreekwoordelijke honger op zoek naar tips en de nieuwste trends, naar de essentie van de gastronomie. Eten & Drinken 2010 stilt in het najaar van 2009 die honger. Zes televisie-uitzendingen, een vierdaags culinair lifestyle evenement en een trendgids vormen de proeftuin voor degenen die de gastronomie en vinologie van de toekomst willen verkennen.



## Een smaakvol evenement

Het is november 2009. De feestdagen staan voor de deur en we zijn meer dan klaar voor nieuwe culinaire openbaringen. Eten & Drinken 2010, het vierdaagse culinaire lifestyle evenement op het Malieveld in Den Haag geeft daar invulling aan. De top op vinologisch en gastronomisch gebied presenteert zich er in eigentijdse paviljoens en vormt een bron van inspiratie voor fijnproevers.

En die bron is groot...

### Facts & Figures - Bezoekersprofiel

Het evenement Eten & Drinken 2010 richt zich in eerste instantie op het in Nederland wonende publiek.

Verwacht aantal bezoekers per dag: 10.000

Herkomst: uit Den Haag e.o. 40%, uit de Randstad 35% en uit de rest van Nederland 25%

Kenmerken: 60% vrouw en 40% man, voornamelijk in de leeftijd van 30 tot 55 jaar, met een modaal en bovenmodaal inkomen



## **De markt**

Pata negra, Wagyu vlees, Beluga, Zeeuwse creuses, Chèvre, truffels, vergeten groenten, eekhoortjesbrood, chutneys, tapenades, oerbrood, Choco Mundo, Ethiopische koffie, witte thee en van die hebbedingetjes die van koken zo'n groot plezier maken: op de markt vind je een potpourri van bijzondere smaken, geuren, kleuren en culinaire curiositeiten.

## **De restaurants**

Een keur aan haute cuisine gerechten geïnspireerd op internationale keukens, bereid door Nederlands' beste keukenbrigades van zo'n vijftientig toprestaurants, geserveerd in een ambiance van gastvrijheid en hartelijkheid: ook de restaurants zijn de plek om nieuwe bezieling te vinden.

## **De wijnkelder**

Zo'n zeventig wijnhuizen en ook de Nederlandse wijnboeren presenteren met passie hun meest bijzondere wijnen. Tussen wijnvat en fles wordt gewalst, geroken, geproefd, geoordeeld, gespuugd en gekozen. Goede wijn behoeft geen krans. Wel vindt men in de wijnkelder wijnboeken, accessoires en wijnreizen.

## **Het theater**

Nationale en internationale tv-koks geven in het theater smaakpapilprikkelende demonstraties, kookworkshops en foodmasterclasses vol tips en trucs. Andere meesters als barista's en bartenders wijden de bezoeker in in de wereld van espresso, whisky en cocktails. Het theater kan ook het toneel zijn van uw presentatie of uw bijeenkomst.

## **De lounge**

Ontspannen loungen is een weldadig intermezzo. Bij de cocktailbar of de champagnebar met verleidelijke amuses binnen handbereik of bij de barista met zijn geurige espresso's. De bezoeker komt tot rust.





## Een spraakmakend TV-format

Wij zijn enthousiast over het concept. RTL ook. Zes televisie-uitzendingen gaan in het najaar van 2009 'on air' en zorgen voor een smaak- en spraakmakende vooruitblik op het evenement Eten & Drinken 2010.

Op zondagmiddag rond de klok van vijf neemt de serie de kijker mee naar de keuken van 2010, naar bevlogen chefkoks, naar nieuwe recepturen, naar ongekende producten, naar bijzondere wijnhuizen en naar opvallende winkelconcepten. Het wekt de lust om het zelf te beleven, om zelf te proeven en zelf de geuren op te snuiven. Dat kan tijdens het culinaire evenement in Den Haag.



## Een allesomvattende trendgids

Zoveel inspiratie. Zoveel informatie. Het vraagt om een naslagwerk. Alle weetjes, tips, trends en succesrecepten worden bijeengebracht in een aansprekend vormgegeven trendgids, die in het najaar van 2009 wordt uitgebracht. Vermaarde chefkoks, wijnhuizen, trendwatchers en connaisseurs verkondigen er hun evangelie in; de trendgids 'Eten & Drinken 2010' is de bijbel van de nieuwste vinologische en gastronomische dimensies.

### Facts & Figures - Lezersprofiel

De trendgids 'Eten & Drinken 2010' is een toonaangevend blad voor de in gastronomie en vinologie geïnteresseerde Nederlander.

Oplage: 100.000  
Bereik: 125.000  
Lezers: 65% vrouwen, 35% mannen, voornamelijk in de leeftijd van 30 tot 55 jaar, met een modaal en bovenmodaal inkomen.



## De publiciteitscampagne

Eten & Drinken 2010 zet een stevige publiciteitscampagne in gang.

Hoogtepunten zijn:

- Zes televisie-uitzendingen op RTL in aanloop naar het evenement.
- Een aansprekende poster- en flyercampagne.
- Advertentieplaatsing en redactionele aandacht in dag- en uitgaansbladen, in culinaire en lifestyle magazines en in expat journals.
- Radio- en televisiespots.
- Een website met alle informatie, verrassend nieuws, tips en trends en smakelijke recepten.
- Digitale nieuwsbrieven, ook via de deelnemers aan Eten & Drinken 2010.
- Advertorials en hyperlinks op aan eten en drinken, uitgaan en lifestyle gelieerde websites.
- Prijsvragen en kortingsacties.
- Publiciteitsstunts in samenwerking met chefkoks.
- De trendgids vol culinaire trends en wetenswaardigheden.



## Mogelijkheden voor u!

De mogelijkheden om uw bedrijf onder de aandacht van kijkers, bezoekers, deelnemers en gasten te brengen zijn talrijk. Om u een idee te geven, schetsen wij u hierna een aantal voorbeelden en wij benadrukken daarbij dat geen van de omschrijvingen volledig is. Het geeft een denkrichting. Wij vertalen met veel plezier uw marketingwensen naar het totaalconcept Eten & Drinken 2010.





### **Publiciteitssponsor**

Als publiciteitssponsor vindt u uw eigen plek binnen de publiciteitscampagne rondom Eten & Drinken 2010. Logoplaatsing op diverse uitingen en advertorials op de website en in de trendgids zijn er voorbeelden van.

### **Actiesponsor**

Als actiesponsor krijgt u bovendien de gelegenheid om al dan niet vanuit een eigen stand de bezoekers uw bedrijf en uw give-a-ways te presenteren. Ook merchandising naar deelnemers faciliteren wij met alle plezier voor u.

### **Hoofdsponsor**

Als (hoofd)sponsor zijn uw marketingmogelijkheden nog groter. Uw bedrijfsnaam kan gekoppeld worden aan het evenement of aan één van de pijlers ervan. Bezoekers vinden uw naam niet alleen in iedere publiciteitsuiting, maar ook onder meer op boarding, bannering en plattegronden. Bewegende projecties in de paviljoens branden bovendien uw logo op het netvlies van bezoekers en deelnemers.

### **Programmasponsor**

Als programmasponsor adopteert u één of meer van de veelbekeken uitzendingen van RTL. U vindt uw naam terug in aankondiging, programma en aftiteling.

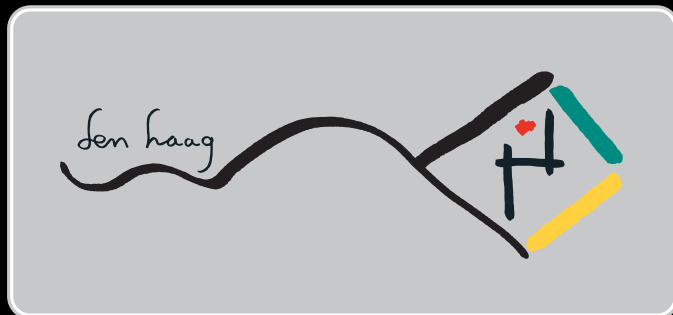
### **Business-to-Business**

Daarnaast zijn tal van Business-to-Business arrangementen mogelijk, denk aan een sterrendiner, een proeverij of een workshop al dan niet onder aanvoering van een vermaarde chefkok of connaisseur. Voor u en uw relaties.



## The Hague presents the international vision on wining & dining

Nederland ontbeert een culinair evenement met internationale allure. Spanje heeft 't met de 'Alimentaria' in Barcelona, Engeland heeft 't met de 'BBC Good Food Show' in Birmingham en Duitsland heeft 't met 'Lust auf Genuss' in Stuttgart. Nederland is er klaar voor. Den Haag ook!



### Internationale allure

Eten & Drinken heeft de ambitie om Nederlands grootste en meest inspirerende culinaire evenement te zijn. De vierdaagse belevenis in Den Haag biedt tezamen met het gelijknamige tv-format en de gelijknamige trendgids een ontdekkingsstocht naar internationale trends in gastronomie en vinologie. Nationaal én internationaal bekende tv-koks worden in de spotlights geplaatst. Hiermee en met 'de markt' vol onalledaagse, exclusieve producten beoogt Eten & Drinken ook internationaal aandacht te genereren.

Eten & Drinken 2010 richt zich bij deze eerste editie op de Nederlander en op de in Nederland woonachtige expats. Voor deze laatste groep, die alleen in Den Haag al meer dan 50.000 zielen telt, is nog weinig te doen op evenementgebied. Eten & Drinken 2010 biedt hen een appetijtelijk programma. Foodmasterclasses van internationale chefkoks en wijnproeverijen van 's werelds grootste huizen zijn in Engels, Duits en/of Frans. Flyers en plattegronden in diverse talen en ondertiteling van naam- en verwijsborden geven de internationale gast een welkom gevoel. Voor een smakelijk maal en goede wijn zijn verder weinig woorden nodig.

### Mediawaarde

Koken, wijn, lifestyle, het zijn begrippen die aanspreken. Samenwerking met nationaal en internationaal bekende chefkoks tijdens het evenement is mediawaarde. Zes afleveringen op de nationale televisiezender RTL in de aanloop naar het evenement in Den Haag is mediawaarde van formaat.

### Bovenregionaal

Een Haags evenement, een bovenregionaal publiek. 10.000 bezoekers per dag. Daarvoor zorgen de zes uitzendingen op RTL, de postercampagne in groot Den Haag, Amsterdam, Rotterdam en Utrecht, de advertenties en free publicity in nationale media, de medewerking van nationaal en internationaal bekende tv-koks en de samenwerking met toprestaurants en wijnhuizen uit het land.

Eten & Drinken 2010 heeft de ambitie om de bron van inspiratie te zijn op gastronomisch en vinologisch gebied. Een bezoek aan Den Haag, in de maand voor de feestdagen, is daarmee een must voor de fijnproevers van Nederland. Vier dagen duurt het evenement en iedere dag kent nieuwe hoogtenpunten. In samenwerking met de hotels in Den Haag zijn dan ook hotelarrangementen samengesteld voor de niet-Haagse bezoeker.

### Vernieuwend

Den Haag heeft met Eten & Drinken een primeur. Het totaalconcept Eten & Drinken is nieuw, nog niet eerder vertoond. Geen culinair-vinologisch evenement in Nederland kent een eigen reeks van zes televisie-uitzendingen en een eigen uitgave vol internationale trends op gastronomisch en vinologisch gebied. Met het grootschalige, jaarlijkse evenement Eten & Drinken plaatst Den Haag zich in de ranglijst van culinaire hoofdsteden van Europa.

The Hague is the place to be... the future of wining & dining is to be found in The Hague!



## Kortom...Eten & Drinken 2010 bestaat uit:

- Zes televisie-uitzendingen op RTL in het najaar van 2009.
- Een vierdaags culinair lifestyle evenement op het Malieveld in Den Haag in november 2009.
- Een trendgids, verkrijgbaar vanaf najaar 2009.

Uw marketingwensen vertalen wij graag voor en met u naar een maatwerkvoorstel binnen het totaalconcept Eten & Drinken 2010.

**Opdat Eten & Drinken 2010 u mag smaken!**

1757. Comp. Baumeister

<u>Stollen I. Sorte.</u>	Kg.	D. M.	
2000 gr. Mehl	20 kg.	0,68	13,60
350 " Zucker	" "	1,25	4,37
150 " Hefe	" "	1,-	1,50
1/2 ltr Milch	" ltr.	0,36	1,80
1750 gr. Butter	" kg.	6,10	10,67
4 Bier	4 q.	0,12	0,48
1750 gr. Rosinen	" kg.	1,65	2,88
300 " geh. Mandeln	" "	6,-	1,80
250 " Zitronat	" "	4,20	1,05
25 " Salz	" "	0,21	0,01
15 " Gewürze	" "	12,-	1,80
1/8 ltr Rum	" ltr.	10,50	1,34
250 gr Butter zum Streichen	" "	6,10	1,52
500 " Zucker	" "	1,25	1,25
150 " Puderzucker	" "	1,40	2,10
300 " Persipan	" "	2,90	8,70
250 " Zucker	" "	1,25	3,12
			<u>19,-</u>
Selbstkosten à 500 gr. D. M.		2,63	15,20
+ 80% allgem. Unkosten.			34,20



**Organisatie**

AT Events  
 Vondelstraat 1  
 2513 EN Den Haag  
 070 346 23 45  
 www.atevents.nl

**Contactpersonen**

Arwin Touw - arwin@etenendrinken2010.nl  
 Arthur Kloos - arthur@etenendrinken2010.nl

**Disclaimer**

Eten & Drinken 2010 is een idee van AT Events en Kloos Events en wordt gerealiseerd door AT Events.  
 Het concept is in zijn eerste fase, de uiteindelijke uitvoering is afhankelijk van partners en financiën en kan om die reden op punten anders zijn dan in deze brochure geschetst. Aan deze brochure zijn daarom geen rechten te ontleenen.