

Ett par ord från VD Alex Tengvall



Alex Tengvall, 3:e generationens ägare och VD på Risenta

Här är svaren på de fyra vanligaste frågorna som VD Alex Tengvall brukar få av konsumenter, konkurrenter, journalister, bekanta och vänner tillika.

Hur ser du på att ni fördubblat er omsättning de senaste fem åren?

”Hela vårt produktutbud ligger helt i linje med de mattrender som kontinuerligt förstärks i hela västvärlden- framförallt vad gäller hälsa och functional food. Men vi har även invandringen att tacka för den ökade konsumtionen av vårt produktutbud i Norden. Invandringen har berikat matkulturen på ett oerhört positivt sätt och bland annat lärt nordbor att äta mer baljväxter och bönor i olika intressanta kombinationer.”

Vad är din syn när det gäller ekologiskt kontra konventionellt odlade produkter?

”Vi utökar kontinuerligt vårt ekologiska utbud men kommer samtidigt att bevara hela vårt konventionella erbjudande. Det viktiga för oss är att både det ekologiska och det konventionella sortimentet håller högsta kvalitet och samtidigt är prisvärda. Om man tittar i USA och England till exempel, där marknaden och trenden vad gäller ekologisk mat och hälsomat på många sätt ligger före, och startade flera år tidigare än i Norden, så ser man på flera håll väldiga glapp mellan priserna på ekologisk och konventionellt odlad mat. Och priserna där är oftast hutlösa på kvalitetshälsomat i allmänhet. Här har hälsomatprodukter hunnit bli ännu hetare än i Skandinavien och försäljningen handlar där ännu mer om bra image och copy. Går man till exempel in i ett ekologiskt varuhus i New York så är det enbart rika personer som har råd att handla. En sådan utveckling vill vi inte ha i Sverige och Norden. Som marknadsledande inom hälsomat i Sverige så ser vi det delvis som vårt ansvar att förhindra en sådan utveckling. Man ser redan i snabbköpen i Sverige att många ekologiska- och hälsoprodukter har orimligt höga priser. Vårt måtto är att hälsomat av högsta kvalitet ska vara prisvärt och tillgängligt för den breda befolkningen på ett lustfyllt sätt.”



Varför har ni förnyat designen de klassiska gula påsarna från 70-talet som många ser som kultförklarade?

”Allting har sin utveckling och vi vill att designen utvecklas i takt med företaget. Vi har helt enkelt uppdaterat designen för att den ännu mer ska gå i samklang med Risentas affärsidé. Vår målsättning har varit både att bevara det gula kännetecknen som uppfattas som mycket positivt av många och dels att få designen att framhäva våra råvaror ännu mer. En av Risentas stora styrkor är ju vår gedigna kunskap kring råvaror som sträcker sig många decennier tillbaka i tiden. Genom fler transparenta inslag i förpackningarna kommunicerar vi ännu tydligare hur central råvaran är- det är ju helt och hållet den som produkterna bygger på. Kvaliteten blir än mer kännbar då själva råvaran syns tydligt. Dessutom är den förnyade designen på påsarna praktisk. De står stadigare i skafferierna och kan lätt tillförslutas tight för ännu längre bevarad färskhet.”

Hur ser framtiden ut för Risenta?

”Risenta kommer att fortsätta att erbjuda hela sitt breda utbud av ekologiska och konventionella basvaror inom hälsa. Utbudet av speciella produkter; vi kallar det förädlade produkter, som är lätta och snabba att använda för människor med lite ont om tid, kommer att successivt bli ännu större. Med ”förädlade produkter” menar vi att de är halvklara eller klara att användas direkt. Nylanseringarna kommer att vara många här. En viktig faktor när det gäller våra nya produkter, och även alla våra recept, är att de förutom att smaka gott, ska vara ha en optimal näringsammansättning. Att äta rätt ska vara minst lika effektivt, och ett bättre alternativ, än att ta dyra kosttillskott. När det gäller matprodukter med specifika hälsofördelar kommer Risenta att ligga i framkanten, samtidigt som vi prismässigt vill vara tillgängliga för de flesta grupper av människor.”

