



ZENKO

EXPLORE
OUR WORLD OF
SUPERFOOD
SNACKING





ZENKO Superfoods is a Belgian-owned **healthy snacking** company that explores the world of ancient superfoods that are transformed into delicious, healthy snacks.

Since 2019, Zenko has been on a mission to re-discover the world's best superfoods to **restore diversity** in the snacking category, all while connecting our consumers with the source of our superfoods.

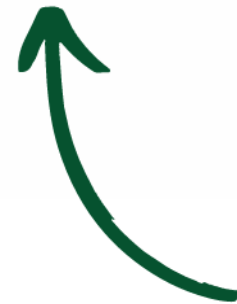
In our **seed-to-snack model**, we source our products from their place of heritage working directly with local farmers. This allows us to control the entire supply chain ensuring the best quality.

BELGIAN ADVENTURERS

JOCHIM

WOUTER

BASIL



MISSION

Diversity problem

Over the past few decades, globalization has led to a **loss of food diversity**. Out of approximately 6,000 plants once consumed by humans, only 9 now remain as main staples, with rice, wheat, corn, and potato making up 60% of worldwide calorie intake.

Over-relying on a few products creates an **imbalance in nature and diet**. We need diverse resources to replace lost calories and maintain a healthy diet. Monoculture risks losing **heritage crop** varieties, traditional foodways, and unique flavours forever.



What is our role?

ZENKO aims to **provide healthier, diverse alternatives** that are robust against diseases, pests, and climate extremes, while being rich in flavour and meaning. We promote diversity in the human diet and explore ancient superfoods to restore richness in snacking.

Our brand **empowers the culture and history** of producers, connecting consumers with the source of snacks through our seed-to-snack model.

WATCH OUR VIDEO

<https://www.youtube.com/watch?v=yvOXeIS8abl>

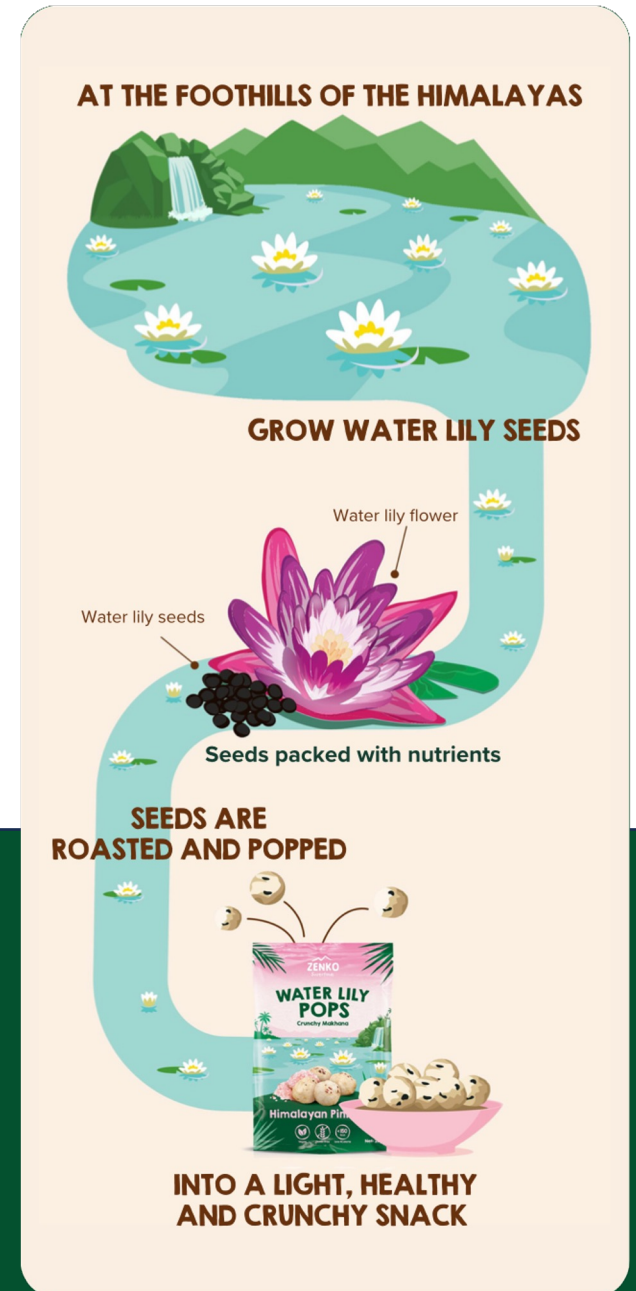
Water Lily Pops

Water Lily Pops are an ancient superfood sourced in the **Himalayan foothills** for over 2,000 years. The seeds of the Water Lily flower are harvested, dried, roasted, and popped by a local community using their ancient wisdom.

After popping, the seeds get **carefully selected** by our local suppliers before they are dispatched to our facility.

Once in our facility, a second quality inspection is executed. After that, the pops are **seasoned** to a light, crunchy and highly nutritious snack.

*Available flavors: Soulful Spice, Himalayan Pink Salt, Smoky BBQ, Sour Cream & Onion (28/10g)





Waterlily flower



Waterlily seeds

Roasting of the seeds



Water Lily Pops

Guilt-free snacking

No preservatives



Plantbased

Non GMO



Gluten-free

Halal



10% Protein

Popped seeds



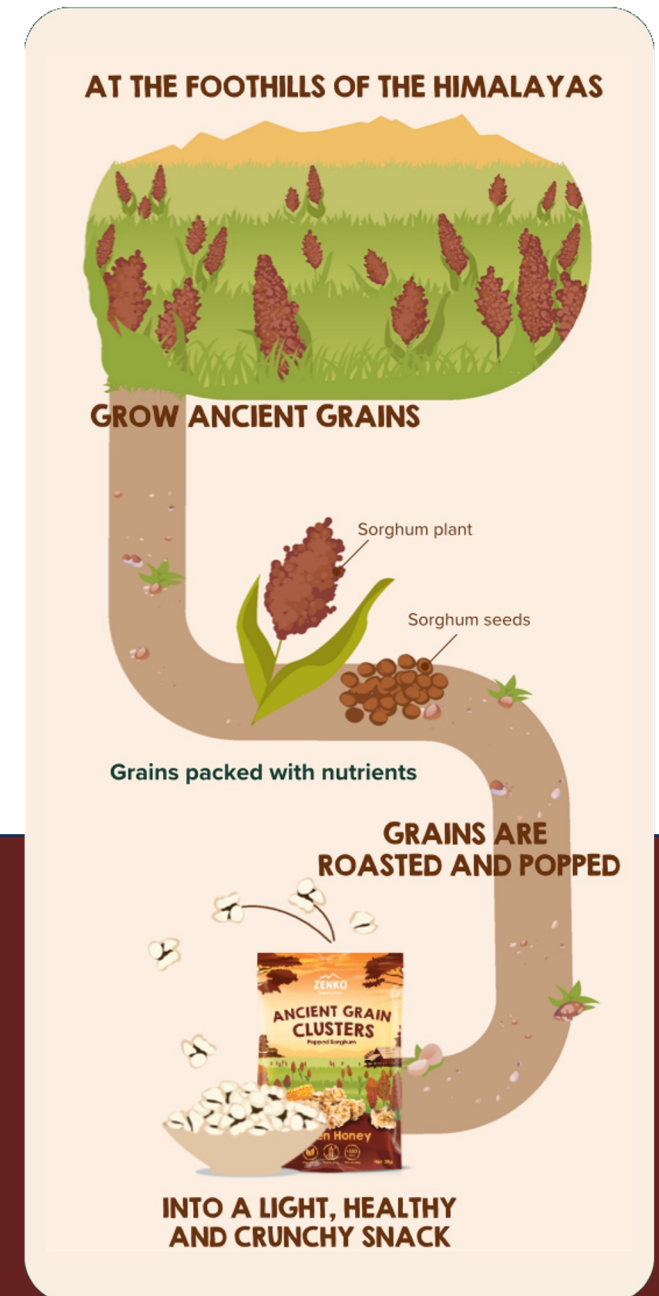
Ancient Grain Clusters

Sorghum is **one of the seven ancient grains** that has been around for thousands of years and has never been modified. It has many ecological benefits which make it the grain of the future!

We collect the grains and pop them like popcorn. Afterwards, we cluster them with **delicious flavours** like chocolate, peanut butter and caramel

A perfect combination of sweet and crunchy, these popped grains made from 100% natural sorghum are the **perfect healthy alternative** to your typical snacks or breakfast cereals.

*Available flavors: Chocolate, Caramel, Apple, Peanut Butter (35/12g)





Sorghum plant



Sorghum grains



Popped grains

Ancient Grain Clusters

Guilt-free snacking

No preservatives



Plantbased

Non GMO



Gluten-free

Halal



High in fiber



Benefits of our Superfood Snacks



CONSCIOUS

We collect our superfoods straight from the source, improving supply chains with the local communities.

Seed-to-snack model

Entire supply chain in own hands

Direct work with farmers



NUTRITIOUS

We look for products that are gluten free, low in fat, low in calories and non-GMO.

High in protein & fibre

Packed with anti-oxidants

Plantbased



DELICIOUS

We flavour our snacks with tasty high quality ingredients to achieve an all-natural, light and crispy snack.

Roasted, not fried

No kernels or hard pieces

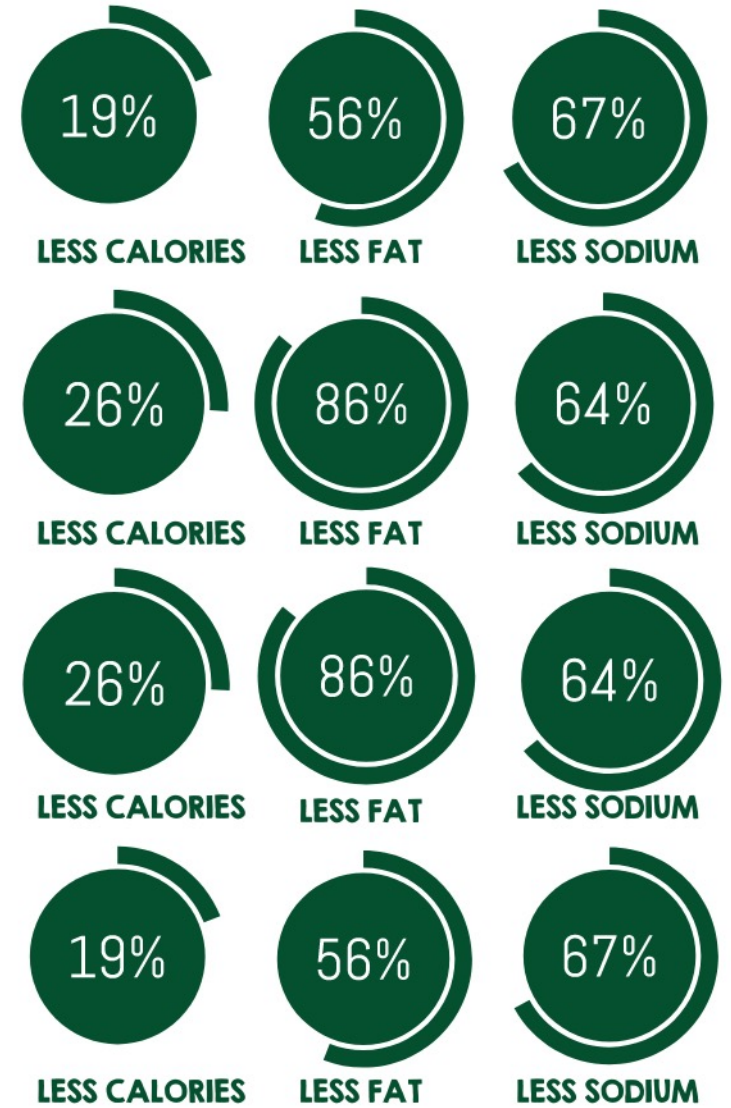
Clean label

Nutrition comparison

Compared to the average of 326 Chips, nachos, corn snacks, crackers (savoury) products, every 100 of Zenko Superfoods's Water Lily Pops



Compared to the average of 23 Sweet Popcorn products, every 100g of Zenko Superfoods's Ancient Grain



Target Audience



Health-conscious consumers, who do not buy things at face value and are increasingly conscious about how their consumption affects the world.



Caring mothers who are looking at better alternatives from sustainable brands so they can contribute to a better and healthier future for their kids.



Young professionals, who cautiously choose their meals and deliberately consume snacks which serve as a nutrient boost in their busy lifestyle.



Foodies and gourmet enthusiasts hungry for adventurous products and tastes.

Marketing Support

OFFLINE

EVENTS
FOOD & MUSIC FESTIVALS

IN STORE TASTINGS

POS MATERIAL

GUERRILLA CAMPAIGNS



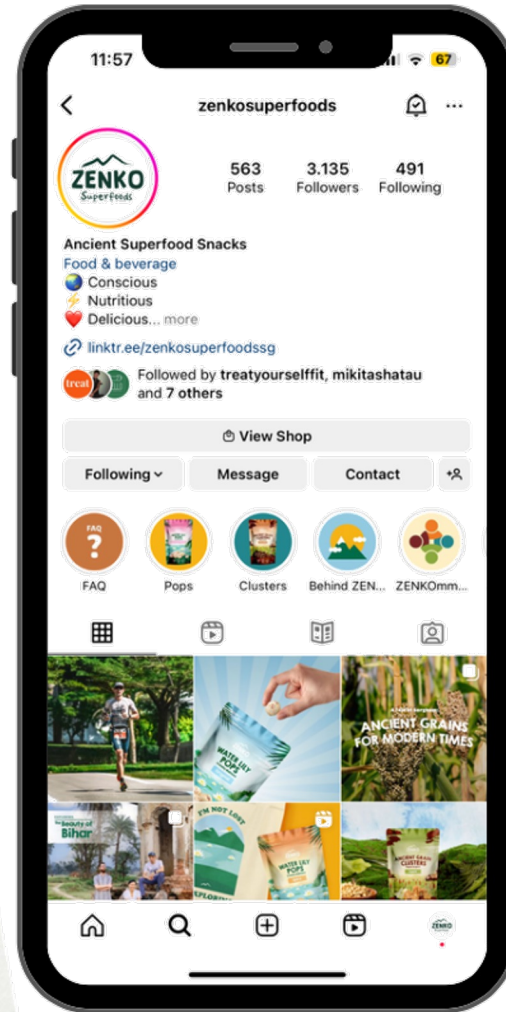
SAMPLING
GHENT, BELGIUM



TASTING BOOTH
BELGIUM



Paradise City 2023



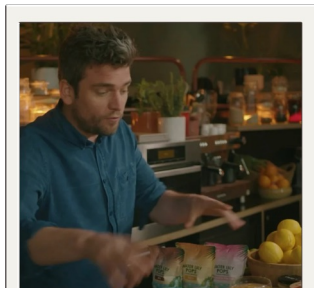
ONLINE

PR & MEDIA (ADS)

INFLUENCERS &
AMBASSADORS

PARTNERS & COLLABS

PRODUCT PLACEMENT



CHEF WIM BALIEU ON
NJAM TV

Media Coverage

FLAIR

ZENKO BRENGT EEUWENOUDE SUPERFOODS NAAR BELGIË

Godin van de gezonde snack

De start-up Zenko wil traditionele gewassen herintroduceren in ons voedingspatroon. Na Singapore willen de Belgische oprichters na ook het eigen land veroveren met hun popcornlookalike gemaakt van waterleliezaden. [WRIJLT NIEUWS](#)

Orignal, BBQ, Spicy en Himalayan Pink Salt. Het zonden smaken in het chipassortiment in de supermarkt kunnen zijn, maar het zijn die van de gepofte waterlelietzaden waarmee Zenko naar de Belgische markt komt. De smaak is de secret van die laatste zijn vergelijkbaar met die van een doornenzadelpopcorn, maar ze zijn 'glutenvrij, plantaardig, laag in calorieën' en bevatten enkel ongefilterde oliën', lokaal of verpakt, de smaak ligt al die jaar in de bedrijfskantoren van de Aziatische alliantie van onder meer Goetz, Visa en Lindellin, en in de rekken van groenwinkels in Singapore, waar de oprichters, Jachnan Godevender en Wouter Deyck, elkaar leerden kennen. "Onze papa moesten meer diversiteit in het aanbod brengen", zegt Godevender. "Dus we ontdekten wat de wereld rond op zoek naar vergoet superfoods. We veroveren die zaden en granen op

een traditionele maier, zodat ze hun nutriënten behouden." Het woord 'superfood' klinkt heel modern, maar het is al jaren in de tijd, een omgibetwist met etiket of benoeming van traditie omhilt met crisistenta en producten van de wereldmarkt. "Superfoods zijn een subjectieve term", zegt Godevender. "In essentie zijn het voedingsmiddelen die al eeuwenlang gebruikt worden en hun meerwaarde hebben bewezen. Liefhebbers bezitten onder meer veel vetten, proteïnen, micronutriënten en antioxidanten. Dit wil zeggen de beste benadering van de term. Alleen in die de voorbije jaren ook gekookt en seep gemaakt als een nieuw lifestyle-keuze in de westcultuur."

Himalaya Vijf jaar geleden werkte Wouter Deyck, de zoon van Geert Deyck, partner bij CVC Capital en investeringspartner van Anderlecht, als consultant bij een grote multinational in Singapore. Daar leerde hij Godevender kennen, die als schouwvader Atul Jain werkt. Een van zijn eerste bleef Godevender.

"We willen ons steentje bijdragen om de rijkdom en de verscheidenheid van de planeet te herstellen" [WRIJLT NIEUWS](#), 19/08



wees naar de Indiase doelwit bilhar, aan de voet van het Himalayagebied, waar hij de lokale superfoods makhan leerde kennen. "Het ogenschijnlijk en geproefde in de kleine doorn van de lokale vroege gemeenschap", zegt hij. "Het is een traditionele industrie, waarvan de kennis al honderd

Minder aardappel, meer waterlelie om morgen de wereld te voeden

Tarwe, rijst en maïs domineren ons mondiale dieet. Maar als we morgen de wereld willen voeden, is er nood aan meer variatie op ons bord en op onze velden. Ook in Vlaanderen. 'Te veel monocultuur maakt ons kwetsbaar.' Enter chips van yacons en popcorn van waterleliezaden.

STEPHANIE DE SMEDT

De jonge Vlamingen Jachnan Godevender en Wouter Deyck trokken vijf jaar geleden naar de voet van het Himalayagebied in Singapore. Ze hadden elkaar leren kennen in de expatiementwereld in Singapore. Godevender was submanager voor Atul voor een kemping-chaletbedrijf. Deyck, zoon van de investeerder Geert Deyck (CVC Capital, Anderlecht), was consultant voor B&B Company. Het duo droomde van een start-up in een rijk gebied met naar Bilhar te nemen, een streek waar lakken haren al eeuwenlang worden verwerkt in de velden, de agrarische makhana.

Na een tijd van vijf jaar in Singapore met meer ontdekken, een tijd van diverse tenten en een eerste project. Inwoners van aan bij de eerste waterlelietzaden. De waterlelie worden onder verschillende soorten geproduceerd in grote velden. De kleine

En grotere diversiteit is ecologisch belangrijk en houdt die bodem gezond. Maar ze is ook gewoon goed als rijsopbrengst. Ellen Martens, verbruikmanager bij Flinders FOOD

land, Nederland, het Midden Oosten. "We willen ons niet beperken tot makhana. Er zijn nog veel meer planten en zaden waar we mee aan de slag kunnen", herinnert Godevender. Het team maakt Zenko snacks van wachstam, een gewas dat de veel wordt gebruikt voor veevoer maar ook in een eten behaakt. "De verspreid", zegt Godevender. "De verspreid Nieuw hebben Area uitgevonden in het jaar van de grond. Omdat het een goed alternatief is voor tarwe".

Historische erfenis De zoektocht naar meer variatie op ons bord is niet vrijblijvend. De dominantie van een handvol grote monoculturen moet al langere tijd. Dit is gebonden aan de voeding die we wereldwijd eten, komt van amper twaalf planten en vijf dierensoorten. Volgens cijfers van de Food and Agriculture Organization (FAO) van de Verenigde Naties hebben tussen 1961 en 2014 slechts vier meer dan twee derde daarvan. De afhankelijkheid is een historische erfenis,

Trends



Wat? Waterlelie?

Een snack die volgens het persbericht omschreven wordt als glutenvrij, plantaardig en laag in calorieën klinkt niet meteen als een goede vervanging voor een zakje chips. Tot we proefden! De gepofte en geroosterde waterleliezaden van Zenko bestaan in de smaken Original, Spicy, BBQ en Himalayan Pink Salt, en zijn superlekker. Twee-zakjes-na-elkaar-lekker!

€ 2,49 voor een zakje - bij AD, Proxy Delhaize en Zenkosuperfoods.eu.

Unique product story with corresponding products that attract attention from media

Story about current global issues where new superfood snacks could help diversify snacking culture which is better for people and planet

Founder Story focuses on exploration and sustainability, with a dream to re-discover forgotten superfoods





The logo for ZENKO Superfoods. It features a dark green, hand-drawn style mountain range above the word 'ZENKO' in a bold, dark green, sans-serif font.

Any questions?

**Send us an e-mail at
contact@zenkosuperfoods.eu**