



VAN TOL

GROOTHANDEL IN LEVENSMIDDELEN

ISIE

NAJAAR 2007

Uitgave van Van Tol b.v., Europaweg 2, Postbus 64, 2410 AB Bodegraven • Telefoon (0172) 61 93 11

• Telefax (0172) 61 37 96 • Internet: www.tolfood.com



Voorwoord

Geen branche is zo dynamisch als de foodretail. De 'ongrijpbare' consument doet de boodschappen waar het hem of haar het beste uitkomt. De buurtwinkel is op dat punt weer heel modern. De media, radio en televisie, benadrukken dan ook dat boodschappen doen op loopafstand goed is voor het milieu.

Bijdragen aan een duurzame en leefbare omgeving is ook één van de uitgangspunten van frisse Dagwinkel. De formule waar in deze VanTolVisie ook weer aandacht voor is. Nieuwe praktische toevoegingen in deze formule zijn te bewonderen in Ramon en Jenny's Dagwinkel in Papendrecht. U bent daar van harte welkom!

Daarnaast besteden we in dit nummer aandacht aan de nieuwe Troefmarkten die het in steden en dorpen bijzonder goed doen. We zijn op bezoek geweest in de Utrechtse wijk Zuilen en op het prachtige eiland Ameland. Verder benadrukken we het belang van 'hygiëne'. Een schone winkel verkoopt beter, is onze overtuiging!

Wanneer u deze VanTolVisie leest, nadert het jaar 2008 met rasse schreden. Onze organisatie heeft haar koers uitgezet. Zoals u van ons mag verwachten, zijn er weer vertrouwde momenten zoals de **Voorjaarsbeurs 2008**, die ditmaal op **woensdag 23 april 2008** plaats zal vinden. (noteert u dat alvast in uw nieuwe agenda?)

Ik wens u dit laatste kwartaal een prima omzet en een goede start van 2008.

Met hartelijke groeten,
Michael van den Hurk,
Directeur commerciële zaken Van Tol.

Inhoud

Inspelen op momentbehoefte **3**

Tapsilo's voor koffiebonen **5**

Geur verse koffie keert terug **5**

Goede hygiëne trekt klanten **7**

Kunst van het schoonmaken **8**

Bunzl brengt dagelijks hygiëne **9**

Nieuwe Troefmarkt Utrecht **10**

Logistieke prestaties **11**

Verkade Experience **13**

Conimex Export naar Van Tol **13**

Avondwinkel Amsterdam **15**

Papendrecht - Donderdag 4 oktober is de nieuwste Dagwinkel geopend. De winkel van ondernemers-echtpaar Ramon en Jenny Kuyer. 'Hier heb ik van gedroomd', zegt Ramon Kuyer, die erg blij is met de aanwinst. 'Het resultaat mag er zijn! Alles in de winkel is fonkelnieuw: De praktische servicecounter en kassapartij, de grijze tegelvloer, de geldautomaat, koelvitрины, de broodafdeling met bake-off, de unieke zelftap koffiebonenmodule en last-but-not-least de veilige winkelwagens die ook als rollator kunnen fungeren. De buurtbewoners zijn laaiend enthousiast'.

De Dagwinkel heeft een verkoopvloeroppervlak van 280 vierkante meter, maar ziet er veel ruimer uit. Dit ruimtelijke effect wordt bereikt door de lage stellingen en weinige pilaren die doorzicht belemmeren. De winkel bevindt zich in een buurt waar zowel een dienstencentrum voor ouderen als een basisschool liggen. Verder is er in de omgeving veel nieuwbouw. Een perfecte locatie dus voor het buurtwinkelconcept Dagwinkel. Ramon Kuyer demonstreert de veiligheid van de winkelwagen-rollator.



Ramon Kuyer: 'Dit is mijn droomwinkel!'

Dagwinkel straalt modern concept uit



• De Dagwinkel in Papendrecht bevindt zich in een buurt met dienstencentrum en basisschool.

'Wanneer iemand op de wagon gaat zitten, dan blokkeert het wielsysteem'. Ander nieuwtje is de geldautomaat waarmee klanten in de veilige omgeving van de winkel geld kunnen pinnen. Tijdens het eerste weekend waren er natuurlijk aantrekkelijke acties zoals een krat Heineken voor een spotprijs. 'De eerste driehonderd klanten kregen een plant aange-

boden; bij 25 euro boodschappen ontving iedere klant gratis een appeltaart. Voor de kinderen liep er een Panda-beer rond. Vooral zaterdag was het gezellig druk; sommige klanten konden niet genoeg krijgen van hun nieuwe Dagwinkel en kwamen meerdere keren.' Al met al luidt deze Dagwinkel een nieuwe fase in van het concept buurtwinkel.

Uitwisseling assortiment en formules

Strategisch partnership tussen Van Tol en Deli XL

Dit najaar zijn Deli XL en Groothandel in Levensmiddelen Van Tol een strategisch partnership aangegaan. De samenwerking heeft betrekking op het beleveren van gemakswinkels in ziekenhuizen, zorginstellingen, bungalowparken en op campings. Van Tol gaat het supermarktassortiment aan Deli XL leveren, Deli XL geeft op haar beurt toegang tot het assortiment grootverpakkingen.

Deli XL beleeft meer dan 950 winkels in Nederland, vooral gekoppeld aan zorginstellingen. Het betreft vooral kleinschalige winkels die in de afgelopen jaren echter toch groter zijn geworden en daardoor is de vraag naar een dieper assortiment toegenomen. Door samenwerking krijgen Deli XL klanten de beschikking over het uitgebreide supermarktassortiment van Van Tol. Deli XL levert op haar beurt grootverpakkingen zodat het assortiment van Van Tol completer wordt. De schaalvergroting van de winkels in ziekenhuizen en instellingen, soms is sprake van meer dan 250 vierkante meter verkoopvloeroppervlak, leidt ook tot de behoefte aan verdere professionalisering

van de winkelformule. Het eigen winkelconcept 'Binnen!' van Deli XL profiteert hiervan. Bovendien krijgen klanten van Deli XL de mogelijkheid de formules van Van Tol, Troefmarkt en Dagwinkel, te gebruiken. Van Tol en Deli XL zien het grote belang van dit type winkels en onderkennen de toegevoegde waarde bij zorg-, leef-, en recreatieomgevingen. De samenwerking zal de dienstverlening aan dit marktsegment verder verbeteren.



Noteer ook alvast in uw agenda:

Van Tol Voorjaarsbeurs, ExpoCenter Houten op woensdag 23 april 2008

Fascinerende vooruitzichten voor u en uw klanten.

De overweldigende belevingswereld van Wanzl Winkelinterieurs.

Iedere supermarkt zijn eigen onmiskenbare en aansprekende uitstraling geven, dat is de dagelijkse uitdaging van Wanzl Winkelinterieurs.

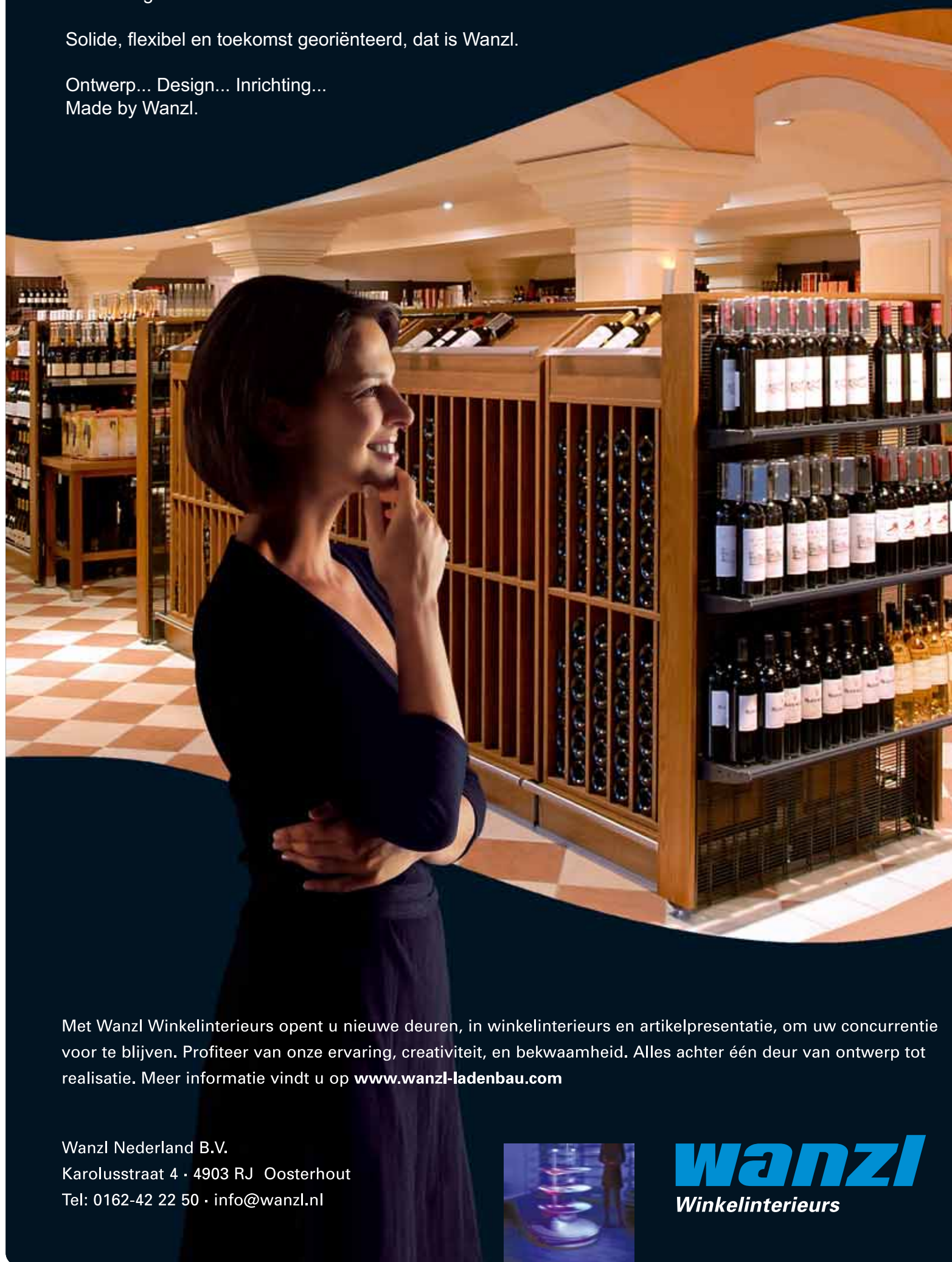
Interieurarchitecten, designers, projectleiders, verkopers en andere vakmensen werken bij ons hand in hand om, door middel van materialen, kleuren, vormen en licht, nieuwe realisaties naar uw idee te ontwerpen.

De mensen en markten ontwikkelen zich verder, trends moeten herkend en omgezet worden in realiteit.

De oplossingen die wij bieden, kunnen individueel zijn, maar ook toepasbaar voor een gehele formule.

Solide, flexibel en toekomst georiënteerd, dat is Wanzl.

Ontwerp... Design... Inrichting...
Made by Wanzl.



Met Wanzl Winkelinterieurs opent u nieuwe deuren, in winkelinterieurs en artikelpresentatie, om uw concurrentie voor te blijven. Profiteer van onze ervaring, creativiteit, en bekwaamheid. Alles achter één deur van ontwerp tot realisatie. Meer informatie vindt u op www.wanzl-ladenbau.com

Wanzl Nederland B.V.
Karolusstraat 4 · 4903 RJ Oosterhout
Tel: 0162-42 22 50 · info@wanzl.nl



wanzl
Winkelinterieurs

'Inspelen op momentbehoefte prachtkans voor ondernemers'

Hans van Eijk is zelfstandig retailconsultant. Al enige jaren werkt hij voor Groothandel Van Tol. Er werd hem in eerste instantie gevraagd om naar de Troefmarkt formule te kijken en verbeterpunten aan te dragen. Dat proces vormde uiteindelijk de start voor de ontwikkeling van een geheel nieuwe formule: De Dagwinkel formule.

Groothandel in Levensmiddelen Van Tol lanceerde enkele jaren geleden de Dagwinkel. Je bent daar zelf betrokken bij geweest. Waardoor onderscheidt de formule zich? 'De formule is ontstaan vanuit de strategische keuze van Van Tol voor servicedis-

tributie, kleine winkels in steden en dorpen optimaal bevoorraden met producten waaraan behoefte is. Vanaf de start hebben we Dagwinkel neergezet als een 'avondwinkel voor overdag'. De consument kan snel en dichtbij iets kopen wat

hij direct nodig heeft. Die momentbehoefte van consumenten is een belangrijk gegeven! Het bepaalt je assortimentskeuze en prijsbeleid'.

Dagwinkel heeft een moderne, frisse uitstraling. Waar komt de formule het best tot haar recht? Op het platteland of juist in de stad?

Van Eijk is ervan overtuigd dat Dagwinkel zowel voor de stad als het platteland een uitstekende eigentijdse formule is. 'Neem een willekeurige studentenstad. De momentbehoefte onder tweeverdieners en studenten is erg groot. Dagwinkel is een formule die ook geschikt is voor zorginstellingen als ziekenhuizen en verzorgingshuizen. Voor dit type winkel zijn vier groepen consumenten te onderscheiden: Ten eerste de patiënten, die een tijdschrift of een krant willen; ten tweede de bezoekers die fruit, vruchtensap of een bos bloemen of iets anders willen kopen voor degene die zij bezoeken; ten derde het personeel dat in het ziekenhuis werkt en bijvoorbeeld na het werk een gemaksmaltijd of dagverse zuivel mee willen nemen; ten vierde de consumenten die in de directe omgeving van het ziekenhuis wonen. Essentieel is wel dat je zeven dagen per week geopend bent en je openingstijden aanpast. Voor de klanten die in de buurt wo-

• Van Eijk: 'Dagwinkel is eigentijdse formule'.

nen, ben je eigenlijk een soort avondwinkel'. Van Eijk benadrukt dat in iedere lokale situatie scherp nagegaan moet worden aan welke producten de verschillende doelgroepen behoefte hebben. Van Tol is gespecialiseerd in kleinschalige servicedistributie. Daarin is het een professional. 'De succesvolste gemakformule ter wereld. 7-Eleven, heeft wereldwijd meer dan 30.000 winkels en 200 verschillende typen. Men weet heel goed wat er in een specifieke winkel wordt verkocht.' Hans van Eijk: 'De consument die koopt vanuit de gedachte 'ik wil het nu hebben', is best bereid meer te betalen voor een product. Er moet daarom meer gecalculeerd worden vanuit die beschikbaarheidsgedachte, het specifieke moment dat de klant een product wil. Niet denken vanuit de leverancier (het aanbod), maar vanuit de klant! (de vraag)'. Kortom: Met een assortiment nauwkeurig afgestemd op de lokale behoefte en een prijsstelling gericht op de beschikbaarheid, is ook in de toekomst een zeer rendabele buurtsuper te runnen.

Ondernemers gezocht!



• Art Impression van Facility Point Atlantis zoals wordt gebouwd vlakbij de A30 in Ede.

Voorzieningen top bedrijven bereikbaar voor alle bedrijven

Beneden Leeuwen - Projectontwikkelaar Dutch Mountains b.v. realiseert in samenwerking met BO.2 Architectuur & Stedenbouw twee servicecentra onder de naam Facility Point Atlantis. Een Facility Point wordt gebouwd aan zowel de Galvanistraat, schuin tegenover de op- en afrit van de A30, in Ede-West als aan de Edisonstraat, de nieuwe ontsluitingsweg van Pavijen en Culemborg-West, in Culemborg. Elk bedrijf op één van beide bedrijventerreinen kan daardoor beschikken over voorzieningen die tot nu toe alleen aan grote organisaties waren voorbehouden.

Facility Point Atlantis biedt een groot aanbod aan diensten, zoals kinderopvang, een gemakswinkel, een gezondheidscentrum, bedrijfsfitness, een lunchroom met catering en een restaurant. Maar u kunt er ook terecht voor tijdelijke of meer permanente bedrijfshuisvesting, douane faciliteiten, vergaderruimtes, informatie van de Gemeente, Kamer van Koophandel of het EBC. Voor bedrijven en werknemers op de bedrijventerreinen in Ede (2008) en Culemborg (2009) zijn al die voorzieningen straks de gewoonste zaak van de wereld. De gemakswinkel wordt een speciaal voor Facility Point Atlantis ontwikkelde variant van de Dagwinkel formule. Het assortiment is helemaal afgestemd op de vraag op het bedrijventerrein en is sterk gericht op gemakproducten. Een cadeautje voor een jarige collega, een traktatie of rookwaren bijvoorbeeld. Maar ook voor de krant, vers fruit, een panty, meeneemmaaltijden of een flesje rosé uit de koeling kunnen de werknemers bij de

Dagwinkel terecht. Kortom: Voor al die zaken die ook op het werk handig zijn om bij de hand te hebben. Facility Point Atlantis zal als één centrum worden geëxploiteerd. Op die manier kunnen de huurders in het Facility Point optimaal profiteren van de onderlinge samenwerking - commercieel en organisatorisch - met als gevolg een hogere kwaliteit en een beter financieel resultaat. Klanten profiteren op hun beurt van die samenwerking door een blijvend hoog kwaliteitsniveau voor een eerlijke prijs. Facility Point Atlantis trekt veel ondernemers die met hun dienstverlening gericht zijn op de omliggende bedrijventerreinen. Gelukkig zijn er voor geïnteresseerde ondernemers nog mogelijkheden om zich in het Facility Point te vestigen. Interesse in een vestiging van de Dagwinkel in Facility Point Atlantis Ede? Meer informatie over de supermarktformules van Groothandel in Levensmiddelen Van Tol b.v. kunt u vinden op: www.dopjeeigenboontjes.nl.

Aris Pieter, acquisiteur bij Van Tol:



'supermarktondernemer wil vrijheid van handelen'

Bodegraven - Oosterwolde - Aris Pieter is acquisiteur binnen de Van Tol organisatie en heeft dagelijks contact met zelfstandige supermarktondernemers.

'De laatste maanden raken we in gesprek met ondernemers van Meermarkt, Attent en Golff. Je voelt aan hoe zij zich voelen. Zij hebben er in principe niet om gevraagd om van formule te wisselen. Van Tol wil graag met hen praten en aangeven wat Van Tol kan betekenen. Belangrijk in zo'n gesprek is dat de ondernemer ervaart dat je zijn taal spreekt. In mijn geval: Ik ben zelf 15 jaar Garantondernemer bij Sperwer geweest en moest ook gedwongen over naar de SPAR-formule. Dan weet je uit ervaring hoe dat voelt. Wanneer je dat vertelt, raak je een gevoelige snaar en staat de ondernemer open voor je'. Aris Pieter geeft dan voorbeelden van succesvolle ondernemers die met behoud van vrijheid hun winkel hebben voortgezet.



Met Remia is het altijd feest!

Remia C.V. - Dolderseweg 107 - 3734 BE Den Dolder - Telefoon (030) 229 79 11 - Fax (030) 229 17 70 - info@remia.nl



Het lekkerste brood van Nederland



www.topbakkers.nl

Voor de beste buurtsupermarkten van Nederland.

Elke ochtend ovenvers brood in uw eigen Dagwinkel, Troefmarkt of Rijdende winkel. Heerlijke ambachtelijk gebakken producten van de warme bakker uit uw regio.

Wie wil dat niet? Top Bakkers werkt met 100 lokale bakkerijen die met passie en aandacht uw producten bereiden. In al die producten proeft u onze liefde voor het vak!

Top Bakkers biedt daadwerkelijk onderscheidende kwaliteit aan brood ten opzichte van vele andere aanbieders in de markt. Wij bieden u aantrekkelijke marges en professionele ondersteuning.

Meer weten? Kijk dan op www.topbakkers.nl of neem contact op met ons accountmanagement.



TOP BAKKERS®

Het lekkerste brood van Nederland

Top Bakkers B.V. - Saba 10 - 7332 BH Apeldoorn - Postbus 20052
7302 HB Apeldoorn - Tel. 055 - 599 82 22 - Fax 055 - 599 82 28
E-mail: kantoor@topbakkers.nl

Nieuwe Dagwinkel *uitgerust met versconcept voor koffie*

Dit najaar is in Papendrecht een gloednieuwe Dagwinkel geopend. Nieuwe ideeën en concepten zijn er te zien. Eén van de leuke dingen is dat deze Dagwinkel is uitgerust met een geheel nieuw koffiekeuzesysteem. De klant kiest via een doe-het-zelf-systeem, zelf de koffiebonen. Vervolgens kunnen die dan ter plekke vers gemalen worden. Versere koffie is eigenlijk niet mogelijk.

'Het geeft een verrukkelijke geur en de emotie van vers. Het systeem van tapsilo's heb ik ontdekt in de Verenigde Staten. Voor Nederland hebben we de exclusieve distributie'. Sandra Kalkman, directeur van het bedrijf BudgetBulk, is er best trots op dat het concept ook in Nederland doordringt. 'De klant kan een keuze maken uit zes verschillende soorten koffie van het eigen merk 'Het Goede Leven'. Het apparaat dat circa 1 meter schapruimte inneemt, zorgt voor fun en actie op de winkelvloer. Het ter plekke malen geeft een unieke versbeleving'.

Doe-het-zelf-tapsysteem

Bij het koffieconcept in de Dagwinkel zijn twee bedrijven betrokken: BudgetBulk levert het doe-het-zelf-tapsysteem, Arcus b.v. uit 's-Hertogenbosch levert de verschillende soorten koffie.

Directeur commerciële zaken Michael van den Hurk: 'We zijn erg gelukkig met

deze combinatie. De goudkleurige verpakking van 'Het Goede Leven'-koffie en

de uitstraling van de tapsilo's geven de klant het gevoel dat deze ultraverse premiumkoffie koopt.' Sandra Kalkman is blij met het doe-het-zelf-tapsysteem binnen de Dagwinkel formule. 'De ervaringen zijn hier zeer positief. Het voegt namelijk daadwerkelijk iets toe aan de versbeleving van de consument'.



• De klant kan een keuze maken uit zes verschillende soorten koffie en deze zelf malen.

BudgetBulk levert modulaire silosystemen voor allerlei producten. De systemen zien er aantrekkelijk uit en stimuleren impulsaankopen. De zichtbaarheid van koffiebonen, muesli, noten, rijst, erwten en andere graansoorten of pasta's geeft bij de consument een authentiek gevoel. Door de presentatie in silo's heeft de klant meer keuzemogelijkheden en kan hij zelf de hoeveelheid bepalen. Bovendien geeft het zelf verpakken fun op de winkelvloer. Tenslotte levert het systeem verhoging van de omzet en een hogere marge op. Daar zijn supermarktondernemers zeker gevoelig voor. Ervaringen van buitenlandse supermarktketens als Stop & Shop laten (van bijvoorbeeld koffie) een omzetstijging van 25% zien.

Meer informatie: www.budgetbulk.nl

De koffiebonen voor de Dagwinkel silo's worden geleverd door Arcus in 's-Hertogenbosch. Het bedrijf levert diverse soorten zoals Guatemala Antigua, Mexico Altura, Kenya Samburu en Costa Rica Tarrazu. De bonen zijn van excellente kwaliteit en zij onderscheiden zich door smaak en geur. Van Tol brengt binnen de Dagwinkel formule koffie onder het private label 'Het Goede Leven'.

De geur van verse koffie keert weer terug

Topkwaliteit *koffiebonen stimuleren versbeleving*

Koffie is emotie, het drinken van een kopje koffie verbinden we met gezelligheid, met tijd en aandacht voor elkaar hebben. De geur van koffie roept positieve gevoelens in ons op. Maar de prikkelende geur van koffie in de winkel zijn we echter kwijtgeraakt. Die geur geeft ons juist de emotie van vers.

In de nieuwste Dagwinkel krijgt koffie de meerwaarde van versbeleving en gezelligheid weer terug. Zelf je koffiebonen kiezen en verpakken: Verser kan het niet. Van Tol heeft voor een uniek versconcept gekozen, waarbij wordt samengewerkt met BudgetBulk en Arcus b.v. De eerste

proefopstelling is van start gegaan in de nieuwe Dagwinkel in Papendrecht.

Arcus b.v.

Arcus b.v. is in 1988 in 's-Hertogenbosch opgericht door Kees van Diessen. Van Diessen heeft al jarenlang ervaring in koffie en thee. Creativiteit, innovativiteit en pro-activiteit zijn belangrijke pijlers voor het succes van Arcus. Het bedrijf heeft zich gespecialiseerd in het verpakken van koffie en thee. Arcus levert onder Private Label, Fancy Label en het eigen Arcus-merk Bradley's. Inkoop Manager Frenk van den Heuvel: 'De koffie die we hebben voorgelegd aan van Tol, is niet geblend of gemixt. We betrekken de koffie van onze branderij in Kruike (bij Antwerpen). De koffiesoorten zijn ware 'origins'; de koffiebonen zijn voor 100% afkomstig uit het land van oorsprong. Voor inkoop en productie van koffie en thee werken we samen met partners over de gehele wereld'. Arcus richt zich vooral op kwalitatief hoogstaande producten voor een goede prijs.

Onderscheidende koffie

'Onze kracht schuilt in flexibiliteit, service en kwaliteit. We willen graag samen met de klant snel maar zeker ook iets goeds neerzetten'. Met de Private Labels en eigen merken, zoals als het merk Bradley's, bedient Arcus de 'out of home' markt en de foodretail met onderscheidende koffie en thee producten. Frenk van den Heuvel: 'We raakten direct enthousiast over de samenwerking met

Van Tol. De praktische no-nonsense aanpak ligt ons goed'. Carin Smit is Product Manager: 'Ik houd trends in de gaten, ontwikkel producten en concepten en zet dit vervolgens in samenwerking met onze verkoop afdeling in de markt'. Arcus stelt aan maatschappelijk verantwoord ondernemen hoge prioriteit vertelt Carin. 'Bedrijven waar wij mee samenwerken, beschikken over de juiste kwaliteitscertificaten, kinderarbeid wordt niet toegelaten en de bedrijven dragen zorg voor goede sociale voorzieningen voor hun werknemers'. Doordat Arcus voor kwaliteit staat, zijn zij steeds weer op zoek naar hoogstaande producten en verpakkingen. Frenk van den Heuvel: 'Ik vergelijk het met wijn. We zijn altijd op zoek naar de Grand Cru's, de betere kwaliteit. We zoeken naar de top in koffie en theeland'.

Ten behoeve van de koffiesilo's gaat Arcus koffiebonen verpakken en leveren in een 1 kg-verpakking. Het is een softvacuümverpakking met een aromaventiel waarmee de versheid goed behouden blijft. Deze koffiebonen worden niet gemengd, de unieke smaak zal zeker geproefd worden door de consument. In de winkel zal de ondernemer er wel zelf op moeten toezien dat de silo's zijn afgevuld. Op die manier treffen de klanten steeds verse koffiebonen aan. Frenk van den Heuvel: 'We hebben het nieuwe koffie-concept aan de afnemers van Van Tol gepresenteerd. Zij waren enthousiast over de smaakbeleving'.



• De koffiebonen zijn van excellente kwaliteit en zij onderscheiden zich door smaak en geur.

Vele honderden bezoekers 'Fresh for Future' versbeurs

fresh
for
future



• Zo'n zestig standhouders gaven acte de présence op de versbeurs in het Aviodrome.

Lelystad - De op woensdag 14 november 2007 in het Nationaal Luchtvaart-Themapark Aviodrome georganiseerde versbeurs en het minicongres Fresh for Future trokken enkele honderden bezoekers. Bijna 100 deelnemers waren aanwezig op de lezingenbijeenkomst die daar 's ochtends in een Boeing 747 Jumbojet plaatsvond. Ze luisterden en keken hier naar de presentaties van Dick Slootweg (Deli XL), Renee Peek (C1000) en Hans Bruin (Versunie).

'De grenzen tussen de foodretail en de foodservice zijn aan het vervagen', vertelde Dick Slootweg. Hij gaf nadere uitleg bij de veranderingen die Deli XL momenteel doormaakt. 'We zijn vooral goed in de cijfers, maar wat minder sterk in het aspect emotie'. Zijn PowerPoint presentatie was dan ook doorspekt met allerlei getallen. Deli XL is momenteel op zoek naar partnerships met passende partijen. Dit heeft er toe geleid dat Groothandel in Levensmiddelen Van Tol en Deli XL dit na-jaar overeenstemming hebben bereikt over het met elkaar uitwisselen van assortiment en formules. Ook Versunie wordt gezien als een geschikte partner voor Deli XL.

Hans Bruin schetste in vogelvlucht de onstuimige ontwikkeling die Versunie in de afgelopen tien jaar tijd heeft doorge- maakt. Renee Peek wist de vele aanwezigen vooral te boeien met zijn no-nonsense benadering. Gelardeerd met allerlei

anekdotes liet hij zien dat het ondernemerschap toch vooral bestaat uit anders durven zijn.

Historische entourage

De entourage van klassieke vliegtuigen en helikopters zorgde voor een extra dimensie. De lunch vond plaats in de piloten mess, sfeervol ingericht in de ambiance van de jaren '30/'40. Ook konden de bezoekers het oude luchthavengebouw van Schiphol uit 1928 zien, dat hier compleet herbouwd is.

De versbeurs zelf werd in een replica van een grote Engelse vliegtuighangar uit de Tweede Wereldoorlog gehouden. Circa zestig standhouders uit zowel binnen- als buitenland lieten hier hun versproducten zien. Opvallend was het grote aantal Duitse leveranciers dat aanwezig was, het aanbod aan gezonde dranken (vruchtensappen) en de kant-en-klaar-producten.

Geen dag zonder Virupa!

- Winkelformules
- Projectmanagement
- Eigen ontwerpafdeling
- Lichtreclames
- Displays
- Full-colour prints
- In- en outdoor implementaties
- Beprijzingssystemen
- Interieurbouw
- Warehousing

De specialist voor maatgesneden in- en outstore communicatie

Vierde Broekdijk 19, 7122 JD Aalten - Telefoon (0543)49 44 00 - Fax (0543)49 44 01 - E-mail info@virupa.nl - Internet www.virupa.nl

virupa
VISUAL SOLUTIONS

VIR6005©CAPAY

Klanten kopen méér in schone supermarkt

Dossier
HYGIËNE

Wat hebben klantenbinding en hygiëne met elkaar te maken? Het antwoord is eenvoudig: de consument ervaart de supermarkt als het verlengstuk van de keuken. Een schone opgeruimde winkel bevordert de verkoop. Het tegenovergestelde: een rommelige vieze winkel leidt vaak tot diefstal en minder verkoop. De klant moet zich thuisvoelen. Schone winkels dragen daaraan bij.



• De speciale veger voor een schone vloer.

Directeur commerciële zaken van Groot-handel Van Tol, Michael van den Hurk: 'We zien hygiëne als een speerpunt van onze formules. Het is tevens één van onze kernwaarden. Met behulp van documentatie en voorlichting willen we onze ondernemers en hun medewerkers overtuigen en stimuleren om de winkels spic & span te laten zijn. Verder is het zo dat de Voedsel- en Warenautoriteit (VWA) verscherpt toeziet op de voedselveiligheid'.

Nieuwe CBL-hygiëncode

Voedselveiligheid heeft topprioriteit. De Europese Unie heeft recent nieuwe regels uitgebracht. Het CBL vertaalt die verordeningen naar een nieuwe versie van het CBL-Handboek Hygiëne. Het gaat om informatie die van belang is bij een recall (terugroep-actie) en melding van producten aan de VWA.

In de nieuwe CBL-hygiëncode zijn de begrippen aandachtspunten (AP) en kwaliteitsaandachtspunten (KAP) geschrapt en



• Bij Dagwinkel Janmaat wordt al volop gebruik gemaakt van het Bunzl hygiëneconcept.

is er gekozen voor een nieuwe term basisvoorwaarden. In het nieuwe handboek worden de verschillen aangegeven tussen de Critical Control Points (CCP's) en de basisvoorwaarden. In de nieuwe code is de supermarktondernemer bijvoorbeeld verplicht bij de opslag en verkoop van be-

paalde producten dagelijks de temperatuur te meten en deze te registreren. De Keuringsdienst vraagt bij een controle om de registratieoverzichten over een periode van minimaal een half jaar.

Hygiëne en halffabrikaten

Op 'halffabrikaten' als vlees, vleeswaren, kaas en salades zijn verscherpte hygiëne-maatregelen van toepassing. 'Halffabrikaten' zijn producten die in de supermarkt versneden of bewerkt worden. Bij het aansnijden van een 'halffabrikaat' moet rekening worden gehouden met een verkorte houdbaarheids-termijn. Intern moeten hierover afspraken worden vastgelegd. In de code wordt een advies gegeven voor de verschillende producten voor de maximale 'te gebruiken tot' aanduiding. Bereide producten zoals kip mogen ten behoeve van garnering geen rauwe ingrediënten meer bevatten zoals groenten en fruit. Deze rauwe ingrediënten kunnen drager zijn van bacteriën die op het bereide product een nabesmetting kunnen veroorzaken waardoor de voedselveiligheid in gevaar komt.



• De precieze dosering voorkomt verspilling.

Modern hygiëneconcept

Om de hygiëne in Dagwinkel, Troefmarkten en rijdende winkels, zo praktisch mogelijk aan te pakken is Van Tol met Bunzl een partnership aangegaan. Deze samenwerking heeft geleid tot een modern hygiënesysteem. Lage kosten, bestelgemak, doelmatige producten en een effectieve distributie vormen de belangrijkste kenmerken. Het gezamenlijk ontwikkelde hygiëneconcept bevat onder meer middelen voor reiniging, desinfectie en handhygiëne.

Voor Van Tol-afnemers is een starterspakket beschikbaar via Bunzl: (026) 3843838.

Werkinstructies reiniging en desinfectie

Reiniging snijmachines is dagelijks noodzakelijk

Een voorbeeld van de beschreven basisvoorwaarden in de CBL-hygiëncode is de reiniging en desinfectie van bewerkingsmaterialen (messen, snijmachines e.d.). Op de werkvloer moeten werkinstructies aanwezig te zijn. De reiniging en desinfectie van bewerkingsmaterialen is dagelijks noodzakelijk. Dit geldt voor bewerkingsmaterialen die gebruikt worden op vlees- en kaasafdelingen alsmede traiteur- en visafdelingen.

Ook zijn er een aantal nieuwe Critical Control Points toegevoegd zoals het terugkoelen van versgeperste sappen, het verhitten/grillen van kip- en wildproducten, vis en vlees, terugkoelen van warm-bereide gerechten, en het verhitten in vet en olie. Voorbeelden van enkele andere basisvoorwaarden die zijn beschreven in de hygiëncode hebben betrekking op:

- Het ontdooien van bevroren grondstoffen

- Het verwerken van verse en rauwe producten
- Het bereiden van koude gerechten
- Het opmaken van pizza's

De CBL-Hygiëncode dient te worden gezien als een leidraad voor het werken volgens de wettelijke regels inzake hygiëne (HACCP).

De CBL-Hygiëncode is te bestellen bij het CBL via nummer (070)3376200 of via e-mail adres info@cbl.nl

Persoonlijke hygiëne medewerkers

Persoonlijke hygiëne van u en uw medewerkers in uw supermarkt is cruciaal. Wist u dat maar 50% van de medewerkers na een bezoek aan het toilet de handen wast? Dit kan risico's voor uw klanten opleveren. Ouderen, baby's, mensen met allergieën en zwangere vrouwen, lopen verhoogd risico daar zij minder weerstand hebben. Handen wassen met zeep is in principe noodzakelijk na ieder toiletbezoek, bij de aanvang van werkzaamheden, na het niezen en hoesten, na het werken met afval en na contact met rauw voedsel. Om het drogen van de handen na het wassen zo doelmatig mogelijk te laten verlopen, heeft Van Tol samen met

Bunzl gekozen voor het Tork-systeem voor handdrogen. Snelheid, effectiviteit, duurzaamheid en lage kosten hebben ook op dit punt de doorslag gegeven.



'Vaatdoek blijft te lang liggen en vormt besmettingsbron'

De oprichter van Sorbo, de heer Jac. H. de Jong, stelde zich ten doel de huisvrouw te voorzien van handige hulpjes in en rond huis, zodat hiermee het werk van de huisvrouw gemakkelijker gemaakt werd. Al meer dan veertig jaar worden deze 'hulpjes in huis' verkocht onder het merk Sorbo. 'De naamsbekendheid van Sorbo is zeker 97%', vertelt Wouter Bleijenberg, National Account Manager Nedac Sorbo, niet zonder trots. De redactie van VanTol Visie sprak met Wouter Bleijenberg en Lex Verborg, Commercieel Manager Nedac Sorbo-Benelux, over de kunst van het schoonmaken.

Sorbo is specialist in het ontwikkelen en de distributie van handige hulpjes in huis. Meer dan veertig jaar staat het merk Sorbo voor kwaliteit en garantie. 'Met de distributievorm servicemerchandising heeft Sorbo furore gemaakt', vertelt Verborg. 'Maar tegenwoordig gaan we meer voor een mix, we leveren foodretailers op distributiecentrum-niveau, met name bulk, vooral volumeproducten. Daarnaast zijn we gericht op kleinmazige distributie aan de supermarkt met uitlevering in colli van 3 tot 5 stuks. Ons doel is dat de klant een optimale 'voorraad' in het schap heeft. We leveren interessante concepten (via verschillende merken) maar nemen ook de voorraadfunctie van de supermarkt over en zorgen dat de artikelen keurig in het schap komen te liggen. Dit aspect wordt vaak vergeten. De personeelskosten, die wij zo voor onze rekening nemen, kun je vertalen in brutomarge. Wat dat betreft dragen we een bovengemiddelde marge bij', stelt Lex Verborg.

Gemak en goed resultaat

Wouter Bleijenberg vertelt dat bij de advisering van supermarkten scherp wordt getoet op het marktgebied. 'Onze visie is dat we streven naar een zo fijnmazig mogelijke distributie. Dat is een belangrijk specialisme van ons. Ook zijn we ervarings-



• Commercieel Manager Lex Verborg en National Account Manager Wouter Bleijenberg.



Sorbo is een merknaam van het bedrijf Nedac dat in 1962 werd opgericht door Jac. de Jong. Het bedrijf is in de retail bekend geworden als service merchandiser. Het houdt in dat het bedrijf niet alleen groothandelsactiviteiten verricht maar ook detailhandelstaken vervult. Zo wordt er geadviseerd over de prijs- en assortimentssamenstelling, schap-presentatie, het bijvullen van de voorraad en de verzorging van het schap. Het assortiment omvat ruim 8000 artikelen verdeeld over 25 verschillende categorieën. Het bedrijf beschikt over een ultramodern distributiecentrum in Duijven.

HACCP staat voor Hazard Analysis and Critical Control Points. Dit veiligheids- en hygiënesysteem gaat ervan uit dat er kritische punten zijn waarvoor normen en toleranties gelden. Het HACCP-systeem geldt bijvoorbeeld voor de supermarkt maar ook voor ruimten waar voedsel bereid wordt.

re van deze doek is, dat hij meegewassen kan worden met de vaatwasser. Zo is de vaatdoek iedere dag schoon!

HACCP in huishouden

Wouter Bleijenberg verwacht dat de basisgedachte van HACCP binnen vijf jaar ook doorgedrongen zal zijn tot het huishouden. 'Het idee dat je specifieke schoonmaakmiddelen gebruikt voor bepaalde werkzaamheden probeert Sorbo door te voeren in een aantal concepten. Ik denk daarbij aan het twee jaar geleden door ons ontwikkelde 'Blue Wonder Allesreiniger', een milieuvriendelijke allesreiniger die doet wat we beloven: Alles reinigen! Vorig jaar hebben we er een Blue Wonder Sanitairreiniger aan toegevoegd met als specifieke eigenschap; reinigen, ontkalken en glans geven aan het sanitair. De kleur blauw verwijst naar het interieur; de kleur rood-rose naar sanitair. Het idee om kleuren van producten te verbinden met schoonmaakwerkzaamheden, vind je terug bij het systeem van HACCP. Lex Verborg voegt eraan toe dat in de loop der jaren er steeds meer nieuwe materialen, zoals RVS en Keramische kookplaten, het huishouden zijn binnengekomen. Deze materialen vereisen een specifieke behandeling bij het schoonmaken. 'In samenwerking met de firma ATAG hebben we daarom de keramische spons ontwikkeld, een krasvrije schuurspons. Uitgangspunt van al onze middelen is, dat ze huidvriendelijk dienen te zijn.'

Lex Verborg: 'Dit najaar komt Sorbo met unieke microvezeldoeken in zeven varianten die bijvoorbeeld geschikt zijn voor glas, keramische kookplaten en als zeem. Deze microvezeldoek zal zelfs zonder reinigingsmiddelen gebruikt kunnen worden.'

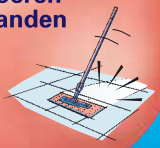
Colofon

Hoofdredactie: Frits van Wolveren
Ontwerp/productie: Studio Vandende
Druk: Drukkerij Em. de Jong b.v.



Vanaf nu doet Blue Wonder het werk!

Voor vlekken op vloeren en wanden



Laat dof RVS, kranen en douchekoppen glanzen



Voor het ontkalken van toiletpotten, wastafels en douchekoppen



Als verwijderaar van zeepresten en huidvetten



En laat geen witte vlekken achter!



Sorbo is uw hulp in huis!

Kijk voor meer Blue Wonder schoonmaaktips op www.sorbo.nl

Bunzl brengt iedere dag hygiëne op winkelvloer

Annelies Clements is werkzaam als key account manager Retail bij Bunzl. Bunzl is specialist in oplossingen voor het supermarktkanaal op het gebied van verpakkingen, schoonmaak en hygiëne. Wist u dat de meeste plastic zakken op de agf-afdelingen door Bunzl worden geleverd? Wist u ook dat Bunzl speciaal voor supermarkten hygiëneconcepten heeft ontwikkeld?

Annelies Clements: 'Samen met onze partners SCA en Ecolab bieden we supermarkten totaalconcepten ten behoeve van de hygiëne. Speciaal voor afnemers van Groothandel Van Tol hebben we 's avonds voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd. Verder is een speciaal starterspakket ontwikkeld waarmee ondernemers direct aan de slag kunnen'. Annelies Clements vertelt dat de bijeenkomsten heel praktisch zijn ingevuld. 'We hebben ondernemers laten zien wat er gebeurt wanneer je met ongewassen handen aan het werk bent in de supermarkt. Ook hebben we gedemonstreerd wat het verschil is tussen het drogen van de handen met warme lucht en met papieren handdoekjes. Eigenlijk is er gesproken over professioneel en niet professioneel schoonmaken'.



• Maarten van Dun van SCA en Annelies Clements tonen een aantal Bunzl-producten.

Visueel schoon onvoldoende

Uit de sessies met supermarktondernemers komt als rode draad naar voren dat de meesten visueel schoonmaken. 'Maar dat is in het kader van HACCP absoluut niet voldoende! Samen met onze

partners SCA en Ecolab is er een inventarisatie gemaakt. Wat heeft een supermarktonderneming nodig? Zo is een pakket uiterst efficiënte middelen ontstaan (ook gezien de kosten) waarin beide partijen investeren. Een dispenser krijgt de ondernemer bijvoorbeeld in bruikleen en

wordt door de technisch dienst van Ecolab of SCA opgehangen. Wanneer alles is afgeleverd en geïnstalleerd, volgt er ook nog een instructie'.

Bunzl beschikt over een eigen buitendienst die, indien gewenst, bij de supermarkt langskomt om specifieke vragen te beantwoorden.

Bel voor meer informatie naar Bunzl via (026) 3843838 of stuur een e-mail naar info-arnhem@bunzl.nl.

VWA voert controles uit

Meeste locaties blijken in orde!

De Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) heeft dit jaar tot nu toe 78 verkooppunten van Van Tol, Troefmarkten en Dagwinkels, bezocht.

Gekeken is naar de temperatuurbeheersing bij ontvangst, opslag, bereiding en verkoop van levensmiddelen. Verder is er gelet op de reiniging, desinfectie, ongediertewering en -bestrijding en is ook de bouwkundige inrichting onderzocht. Bij een enkele gecontroleerde locatie zijn wat afwijkingen geconstateerd met betrekking tot de temperatuur. De bevindingen van de controles zullen openbaar gemaakt worden via de toezichtmonitor, een openbare website. De Voedsel en Waren Autoriteit is de overheidsorganisatie die de veiligheid van voedsel en consumentenproducten onderzoekt en bewaakt. Zie verder de website: www.vwa.nl.

(Advertorial)

Schone winkels verkopen beter

Bunzl levert totaalpakket voor buurtsuper

Dat voeding en hygiëne met elkaar te maken hebben, erkent u direct. Maar weet u ook dat een schone winkel beter verkoopt? In een schone, opgeruimde winkel voelt de consument zich thuis, besteedt meer tijd op de winkelvloer en koopt meer. Daarom biedt Bunzl een speciaal schoonmaakpakket voor buurtgerichte supermarkten.

'Ik vind een schone winkel prettig en dat waarderen m'n klanten'

Dirk Janmaat runt samen met broer Kees de Dagwinkel in Zevenhoven.

'We zijn in de nieuwe winkel direct gestart met de schoonmaakproducten die door Bunzl geleverd worden. We hebben op meerdere punten producten: In de kantine een handwasautomaat met papieren handdoekjes en bij de flessenautomaat een pompje met reinigende gel. Iedere dag maken we de winkel schoon o.a. met een mopkar die aan een doseerapparaat hangt. Zo heb ik altijd de juiste verhouding van schoonmaakmiddel en water. Verder gebruiken we een speciale droogveger van anderhalve meter waaraan het stof blijft hangen. Ik vind een schone winkel prettig en dat waarderen mijn klanten natuurlijk ook.'

'Als het spic en span is, merk je het aan je omzet'

Jan van den Boogaard (supermarktmanager Troefmarkt City Super in Gorinchem)

'Sinds de opening van m'n winkel werk ik met producten van Bunzl, zoals een speciale reiniger voor de schrobmachine waarmee we de vloer doen, schoonmaakmiddelen voor ruiten, toiletten... Kortom: Schoonmaakmiddelen voor elke afdeling. Op iedere afdeling hangt ook een schoonmaakrooster. Regelmatig schoonmaken, zie ik als een vast onderdeel van de bedrijfsvoering. Wanneer het niet schoon is, hoor je dat van je klanten. Als het spic & span is, merk je het aan je omzet!'



PACKAGING - DISPOSABLES - HYGIENE

Producten van Bunzl staan voor duurzaamheid en milieuvriendelijkheid. Milieuvriendelijke schoonmaak- en reinigingsmiddelen op natuurlijke basis en chloorvrij gebleekt toiletpapier en handdroogpapier. Wilt u meer informatie of producten bestellen? Bel (026) 384 38 38 of kijk op www.bunzl.nl



Gezellige buurtwinkel onderscheidt zich door ethnic food

Nieuwe Troefmarkt 3^e generatie cultuuromslag voor ondernemer

Het is gewone doordeweekse middag in de Utrechtse wijk Zuilen. Met de regemaat van de klok zien we een verscheidenheid aan klanten binnenkomen: Studenten, ouderen, buurtbewoners met

per: Er is sociaal contact, persoonlijke aandacht voor de klant. Het is ook een bijzondere supermarkt. In Nederland is er geen tweede. Twee Turkse compagnons, Yildirim en Mehmet, hebben elkaar ge-

'Raymann is Laat'

De geest van 'Raymann is Laat' waart rond in de winkel: Er wordt gelachen en er is gevoel voor de klant. Klanten merken dat. Sterker nog: Zij brengen dat op elkaar over. Een student helpt een bejaarde vrouw met de werking van de elektronische weegschaal. Hier begint saamhorigheid. Dit is één van de niet te onderschatten functies van een buurtsupermarkt.

Wat maakt deze winkel zo uniek?

Bijzonder is dat Mehmet achterin de winkel een ambachtelijke halal slagerij runt. Vader Yildirim: 'Vijf jaar geleden ben ik hier een Turkse winkel begonnen. Nu in de Troefmarkt derde generatie, bestaat het assortiment uit 20% Turkse producten en 80% Nederlands assortiment'. Juist die mix blijken de klanten erg te waarderen. Velen komen speciaal voor deze specifieke producten. Door het gehele assortiment heen vind je wel wat apart. Meer dan tien soorten olijven bijvoorbeeld, gezonde granaatappelsap (Baktat), Yayla-yoghurt, zachte kaas van Sütdiyar of knoflookworst van Parnak Suçuk. Veel producten zijn te vinden in het circa 16 meter lange koelverse meubel. Voorverpakte gesneden groenten, salades, vleeswaren en salades... op dit punt is deze Troefmarkt derde generatie een volwaardige supermarkt.

Van Tol-adviseur Wil Spoor begeleidt deze Troefmarkt. 'We zien de winkel als een pilotstore, vooral vanwege het hoge aandeel allochtone producten. Het was een oude, verlopen winkel die we nieuw leven hebben ingeblazen. Opvallend is, dat het in de vrij grote wijk Zuilen de enige supermarkt is. Sinds de opening zien we de omzet stijgen. Binnenkort komt er nog een bake-off in de winkel. Voor vader Yildirim is het een cultuuromslag om ineens meer bezig te zijn met een gewoon Nederlands assortiment. Voor zijn zoon Abdullah is het allemaal heel gewoon!'



• Bij de Troefmarkt aan de Egmondkade in Utrecht is de sfeer gezellig en ontspannen.

Utrecht - Op 15 april is de Turkse buurtwinkel van ondernemer Yildirim dichtgegaan. Als Troefmarkt derde generatie is hij op 20 april weer open gegaan. De man van de bloemenkiosk pal tegenover de winkel: 'Het is een verschil van dag en nacht: Je herkent de winkel niet meer, het ziet er veel beter uit'.

een Turkse uitstraling en moeders met kinderen. De sfeer in de winkel is gezellig en ontspannen. Dit is een échte buurtsu-

vonden om van de winkel een succes te maken. Het is één familie Yildirim, vader en zijn zoon Abdullah en neef Fatih.

Beleveren van winkel op eiland, is een logistiek hoogstandje

Troefmarkt Buren Ameland draait in de zomer geweldig

Buren - Ameland is een populaire vakantiebestemming. In de zomermaanden juni, juli en augustus kan het inwonertal oplopen tot 60.000 inwoners met vooral vakantiegangers. In het winterseizoen wonen er 3500 eilanders. Aan het begin van het seizoen, op 23 maart, opende Ben de Kruijff in het dorp Buren een nieuwe Troefmarkt met een ambachtelijke slagerij. De voormalige SPAR van 525 vierkante meter is verbouwd tot een derde generatie Troefmarkt.

Ben de Kruijff: 'Het zomerseizoen is voor ons erg belangrijk. Op het eiland verblijven dan veel groepen op tientallen kampeerboerderijen. Vaak bezorgen wij de nodige levensmiddelen, maar soms komen ze het zelf ophalen. Ook de zeven campings zorgen voor extra aanloop in de winkel'.

De Kruijff richt zich vooral op de meerwaarde van zijn slagerij. Hij onderscheidt zich door een uitgebreid assortiment en het ambachtelijke karakter van de berei-



• De familie De Kruijff runt een Troefmarkt vestiging in de plaats Buren op Ameland.

ding van vlees en vleeswaren. 'We bereiden zelf kant-en-klaar maaltijden, zoals diverse Chinese gerechten, maar ook eigen

ambachtelijke worst'. Verder legt De Kruijff zich toe op regionale producten zoals Amelandse mosterd, aardappelen,

boerenkaas en ijs. 'Duitse toeristen kopen vooral gemaks- en bake-off producten en vla, want dat laatste kennen ze in Duitsland niet'.

Groot assortiment broodjes

Naast de grote ambachtelijke slagerij heeft de winkel ook een flinke bake-off afdeling die dagelijks een uitgebreid assortiment verse broodjes bakt. Maurice Metz: 'Ik sta 's ochtends om half zes al te bakken. De groepsaccommodaties nemen per groep soms al 150 broodjes af. Kaiserbrötchen, boerenbollen, pompoenbroodjes, kaasbollen, chocoladebroodjes, het loopt hier als een trein'. De winkel ziet er geweldig uit, zowel aan de buitenzijde als binnen. Door het gebruik van verlaagde stellingen, lijkt de ruimte veel groter. Een ruime agf-afdeling met moderne koelingen benadrukt dat het aanbod van vers één van de speerpunten van de formule is. Achterin bevindt zich de prachtige slagerij. Daarnaast vindt de klant de broodafdeling. Er zijn drie kassa's en twee entreepartijen. Ben de Kruijff: 'Wanneer consumenten met vakantie zijn, letten ze niet zo erg op de prijs. Wat weer gunstig is voor de omzet'. De stap van ambachtelijke slagerij naar barbecue ligt voor de hand. 'In de zomer hebben we natuurlijk veel klanten die wat extra's willen met een barbecue; we verzorgen barbecues van a tot z, met vlees, stokbrood en drank'.



'Elke dag bedrijven we topsport met onze logistieke prestaties'

'Wat de ondernemer op de winkelvloer doet, moeten wij in het distributiecentrum doen', zegt Simon van der Lee. Hij is hoofd commercie buitenland DC-Noord: 'We luisteren zo goed mogelijk naar onze klanten'. Bij opslag en vervoer van levensmiddelen verricht distributiecentrum Van Tol Noord veel extra inspanningen om goederen zo efficiënt en hygiënisch mogelijk op te slaan en te bezorgen bij de afnemers. De redactie van Van Tol Visie spreekt met Simon van der Lee en Auke de Jager, hoofd logistiek en expeditie, over de klantgerichtheid van DC-Noord.

is in DC Noord gecentraliseerd. Leveranciers leveren af in normale colli van 24-36 stuks. Onze afnemers willen kleinere colli. Daarom maken we hier de dozen open en doen kleinere hoeveelheden in plastic tassen. Voordelen voor de afnemer: Het is goedkoper, er is een snellere doorstroming en hij hoeft minder te investeren'.

De beleving van Troefmarkt 'De Kruijff' op Ameland is een extra uitdaging voor Noord; want hier gaan de goederen eerst naar Holwerd en vandaar gaan ze met de veerdienst via transporteur 'De Vries' naar Buren. Versproducten gaan via Versunie maar komen uiteindelijk ook bij De Vries terecht, die zorgt voor vervoer op het eiland. Men wil het aantal vrachtauto's op het eiland beperken.

Simon van der Lee legt uit wat wordt gedaan om de afnemers zo optimaal mogelijk te bedienen. De kern van zijn woorden is dat het resultaat door teamwork wordt bereikt. Enthousiaste medewerkers die weten wat buurtgerichte ondernemers beweegt. 'Grootverpakkingen van bijvoorbeeld zoetwaren worden omverpakt, omdat onze afnemers geen grote magazijnen hebben. Op dit punt is de groothandel één van de weinige organisaties die deze extra werkzaamheden op zich neemt. Sinds het samengaan van ZHM in Van Tol geldt het voor beide distributie centra. Voor wat betreft de verdeling tussen Van Tol Midden (Bodegraven) Van Tol Noord (Oosterwolde) is afgesproken dat Van Tol Noord, afnemers belevt die globaal ten noorden liggen van de lijn Amersfoort-Winterswijk, zeg maar globaal wat ten noorden ligt van de A-12. Tot onze afnemers behoren de bekende Troefmarkten, Dagwinkels, Rijdende winkels, seizoenswinkels maar ook andere verkooppunten van levensmiddelen. Iedere dag weer bedrijven we met ons team Noord topsport. Wanneer je de spelers van het team in ogenschouw neemt, leveren we iedere dag weer een topprestatie. Ruim 98% van onze afleveringen zijn goed!', aldus van der Lee. Verder behoren tot het team de all-rounders van de administratie (klantenservice, debiteurenbeheer en automatisering) en het team van de buitendienstmedewerkers.

Blijven ondernemen

'Het sterkste punt van Groothandel Van Tol is dat de ondernemer kan blijven ondernemen. We kennen een no-nonsense aanpak, we staan midden tussen de ondernemers en spreken hun taal en we weten wat hen beweegt. Onze visie is dat wat je van ondernemers eist, moet je ook zelf doen. Met een schoon en opgeruimd distributiecentrum, presteren mensen beter', aldus Van der Lee. Hij is ervan overtuigd dat er voor buurtgerichte supermarkten en rijdende winkels kansen liggen wanneer zij maar de bakens willen verzetten en op zoek gaan naar aanvullende activiteiten als catering, het beleven van bedrijven, scholen en verzorgingscentra.



• Auke de Jager en Simon van der Lee voor de Troefmarkt in het Friese Makkinga.

Omverpakken colli

In regio Noord zitten een aantal nieuwe ondernemers die het prima doen, zoals de derde generatie Troefmarkt van Ben de Kruijff op Ameland en Troefmarkt 'Makkinga' in het dorp Makkinga, op een steenworp van Oosterwolde. Auke de Jager: 'De opslag van zoetwaren

In het distributiecentrum ziet het er keurig uit. 'Op de hoeken van de stellingen hangen grote plastic zakken waarin plastic folie verzameld wordt. Plastic en karton worden gescheiden en gaan in aparte containers'. Ook het assortiment cosmetica heeft in het distributiecentrum een aparte hoek gekregen. Sommige stellingen zijn uitgerust met zelfvullende

Troefmarkt Makkinga in Makkinga is in februari 2007 opnieuw ingericht en kreeg als proef de broodmodule van 't Stoepje in de winkel. De winkel wordt gerund door Abe Kroese en Jelly Achten. Jelly vertelt dat 't Stoepje dagelijks vers brood aflevert en een geweldig assortiment heeft. Abe Kroese: 'Dat we dichtbij het DC Noord zitten, heeft voordelen. Als het erg warm is en ik extra frisdrank moet hebben, kan ik dat snel even halen'. Kroese is verder ook blij met Versunie omdat door de korte leadtime de versproducten een langere tijd hebben.

schuine schappen. Belangrijk is echter, zo benadrukt Auke de Jager, dat er nergens papier zwerft en dat ook hier dagelijks de vloer wordt geschrobt alsof het de winkelvloer van de supermarkt is.

Geneesmiddelenwet

Dit jaar is de nieuwe Geneesmiddelenwet in werking getreden. Hiermee is een consumentenwens in vervulling gegaan.

Onderzoek van het Erasmus Food Management Instituut geeft aan dat 71% van de consumenten geneesmiddelen zonder recept in de supermarkt wil kunnen kopen. Zelfzorggeneesmiddelen zullen in de supermarkt verkrijgbaar zijn. Wél is een gedragslijn voor de verkoop opgesteld door het CBL. Zo zal er niet mee geadverteerd worden en zullen ze niet gratis worden aangeboden. (bron CBL)

Omzet supermarkten laat 5,5% stijging zien

Volgens onderzoeksbureau GfK Panel Services hebben supermarkten in september 2007 5,5% meer omgezet dan het jaar daarvoor. De omzet in september lag op 2,18 miljard euro. De gemiddelde kassaanslag steeg van 20,03 tot 20,39 euro.

Winkel op vakantiepark in Hellendoorn

Henk Jansen verruult C1000 voor Troefmarkt Recreatie

Hellendoorn - Jasper de Jong, bedrijfsbegeleider bij Groothandel in Levensmiddelen Van Tol, kwam met supermarktondernemer Henk Jansen in contact. Hij had een C1000 in Den Ham, een dorp vlakbij Hellendoorn. Na zo'n drieëndertig jaar Schuitema wilde Jansen wat anders. Die kans kwam er. Landal Greenparks opende begin januari 2007 een geheel nieuw vakantiepark: Landgoed De Hellendoornse Berg. Inmiddels zijn de eerste gasten geweest en draait het park op volle toeren.

Henk Jansen: 'De Troefmarkt Recreatiesuper die op het park staat, heeft een omvang van 100 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. Dat is heel wat anders dan de C1000 van 1000 vierkante meter. Maar de Twentenaar is erg enthousiast over zijn kleine aanwinst. We gaan er helemaal voor'. Het assortiment beslaat momenteel 1200 items. Voor dit type winkel is dat behoorlijk compleet. Henk Jansen heeft zich gespecialiseerd in ambachtelijke producten uit de omgeving zoals de originele Saksische kruidkoek, appelstroop, honing en wijn. Daarnaast bezorgt Henk met zijn

golfkarretje 's ochtends warme broodjes aan huis. Jasper de Jong komt uit de streek en spreekt de taal van de ondernemer. 'Het park is nog niet helemaal klaar en wordt bovendien uitgebreid met een camping. Dit voorjaar zullen er tweehonderd vakantievilla's opgeleverd worden. Dan wordt het extra druk'. Reeds nu zijn de eerste opgeleverde vakantiebungalows druk bezet en heeft Henk Jansen het vooral in de weekenden al lekker druk.





Uw leverancier voor een totaalpakket
diepvriesproducten
 met bekende A-merken

Uitgebreid
bake-off assortiment

Heveck VriesVers B.V. - Brabanthaven 2-4 - 3433 PJ Nieuwegein
 Telefoon (030) 606 65 44 - Telefax (030) 606 71 89 - www.hvediepvries.nl

Geschiedenis heel dichtbij met Verkade Experience

De meisjes van Verkade en de legendarische Verkade-albums, wie kent ze niet? Verkade is één van de oudste Nederlandse A-merken. Merken met een ijzersterke reputatie. Een familiebedrijf ook waar drie generaties Verkade ertoe hebben bijgedragen dat de onderneming tot één van de grootste in de Zaanstreek uitgroeide. Meer dan honderd jaar bestaan, betekent het predikaat 'Koninklijk' ontvangen. Iedereen zal geschiedenis van de Koninklijke Verkade en de daarbijbehorende collecties over een jaar kunnen bewonderen wanneer het nieuwe Verkade-paviljoen klaar is.

Op 9 juni jl. is de eerste paal door de 101-jarige Co Verkade geslagen aan de oostzijde van het huidige Zaans museum. Drijvende kracht achter het project is Tom Verkade, voorzitter van de Stichting Behoud Cultureel Erfgoed Verkade. De 'Verkade Experience' - zo gaat het heten - zal over ruim een jaar klaar zijn. Bezoekers uit zowel binnen- als buitenland kunnen dan het verhaal over Verkade zelf beleven en de bijzondere bedrijfscollectie bewonderen.

Zeer waardevolle collectie

Op nog geen honderd meter van het Zaans museum heeft de Stichting Behoud Cultureel Erfgoed Verkade kantoor. Voorzitter Tom Verkade is hier al enige tijd enthousiast bezig met de voorbereidingen voor de realisatie van het nieuwe Verkade-paviljoen. In een fabriekshal heeft hij proefopstellingen staan van drie historische productielijnen, verluchtigd met foto's en posters uit de geschiedenis van honderd jaar Verkade. Voor intimi en zij die een relatie hebben met food, geeft hij al leerzame rondleidingen.

Hoe is het idee om dit erfgoed professioneel verder te ontsluiten gegroeid?

Tom Verkade: 'Directeur Verkade Karel van Bemmelen ontdekte enige tijd geleden dat op de zolders van onze pakhuisen veel waardevol historisch materiaal lag opgeslagen en nam contact op met mijn broers. Het bleek waardevoller dan gedacht. Vooral toen we het ICN, een adviesorgaan voor overheid, vroegen om na te gaan wat nu de werkelijke waarde van de collectie is. Zij kwalificeerden de collectie met de A-status als zeer waardevol, met name omdat die inzicht geeft in een periode van meer dan 100 jaar'.



• Tom Verkade: 'In het paviljoen zijn ook echt werkende proefopstellingen te bewonderen'.

De meisjes van Verkade

De Stichting Vrienden Verkade Museum heeft onder andere te kennen gegeven hoe de collecties tentoongesteld zouden moeten worden. Machines moeten getoond worden en terwijl zij werken, een duidelijk beeld geven van de productieprocessen in die tijd.

Tom Verkade: 'We hebben proefopstellingen gemaakt van een waxinelijn, een biscuitlijn en een chocoladelijn die alle drie in bedrijf te bewonderen zijn'.

De productieprocessen worden in hun historische samenhang getoond en zijn

verlucht met nostalgische foto's en affiches uit de desbetreffende tijd. Ook draait er een film die laat zien hoe dagelijks de 1600 meisjes van Verkade - voor het merendeel uit Amsterdam - aan het werk gingen.

Tom Verkade: 'Onze fabriek voerde in 1926 al belangrijke hygiënische maatregelen

De Verkade-Experience wordt ondergebracht in een modern paviljoen dat ontworpen is door architect Cor van Hillo. Een loopbrug verbindt het paviljoen met het Zaans museum. De verwachting is dat 50.000 tot 100.000 bezoekers op jaarbasis extra het museum zullen bezoeken, hiervan komt 80% uit Nederland en 20% uit het buitenland.

Het Instituut Collectie Nederland (ICN) is een overheidsinstelling. Zij draagt zorg voor het beheer en behoud van cultureel erfgoed. Met de toekenning van de A-status aan de bedrijfscollectie van Verkade is het een waardevolle museumcollectie geworden.

Verkade is één van de ondernemingen die haar bedrijfshistorie het best in beeld brengt. Ruim 8000 foto's uit de eerste helft van de twintigste eeuw zijn bewaard gebleven. De totale collectie is inmiddels gecatalogiseerd en gedigitaliseerd.

gelen zoals bedrijfskleding, het dragen van haarnetjes en verplicht wassen van de handen bij aanvang van de werkzaamheden'.

Straks in het nieuwe paviljoen komen de collecties een stuk beter tot hun recht. In een aantal wisseltentoonstellingen zullen bijvoorbeeld de unieke 35 Verkade-albums te zien zijn. Het uitgeven hiervan, begonnen in 1903, is één van de meest succesvolle reclamecampagnes in Nederland. Over een jaar, wanneer het Verkade-Experience helemaal klaar is, ervaren bezoekers zelf de lekkernijen van Verkade en ondergaan zij even het tijdsbeeld waarin zij geproduceerd werden.

Conimex viert 75-jarig jubileum

Export van Conimex voortaan door Van Tol

Rotterdam - Unilever en Groothandel in Levensmiddelen Van Tol hebben overeenstemming bereikt over de overname van de exportactiviteiten van Conimex door Van Tol. Conimex is marktleider in de categorie Indonesische producten en exporteert een uitgebreid assortiment naar meer dan 20 landen. Dit jaar viert Conimex haar 75-jarige jubileum.

Het merk Conimex is bedacht in het koetshuis van notaris Schouten in Baarn. Het bedrijf dat hier destijds is opgericht, legde zich vooral toe op de import van buitenlandse specerijen. Na de Tweede Wereldoorlog werd het assortiment uitgebreid met rijsttafelproducten. Conimex ging op basis van authentieke recepten zelf produceren. Zo ontstond een eigen fabriek. Van sambal werden maar liefst 16 verschillende soorten gemaakt. Als gevolg van de grote stroom immigranten uit Nederlands-Indië, begin jaren vijftig, nam de vraag naar producten uit de Oosterse keuken enorm toe. Conimex importeert vanuit landen in het Verre Oosten, zoals Indonesië, Thailand en de Filipijnen. Op jaarbasis verkoopt Conimex 60 miljoen producten. Jaarlijks worden 3 miljoen flessen ketjap en 2,5 miljoen potten sambal door de consument gekocht. De populairste Oosterse gerechten zijn nasi en bami, zo blijkt uit recent onderzoek van TNS/Nipo.

Van Tol Import-Export

Meer dan dertig jaar onderneemt Van Tol exportactiviteiten onder de naam 'Van Tol Import-Export'. Deze afdeling is begonnen met het exporteren van bekende Nederlandse A-merken naar de Nederlandse Antillen, de Verenigde Staten en Canada. In de loop der jaren is een specifieke expertise ontwikkeld met de in- en export van levensmiddelen. Nu is Van Tol import-export wereldwijd actief in meer dan 30 landen en de perfecte partner voor de overname van de exportactiviteiten van Conimex.



• Een paviljoen van architect Cor van Hillo biedt straks onderdak aan de Verkade Experience.





DE NEGEN VERRASSENDE
SMAAKCOMBINATIES
ZIJN STUK VOOR
STUK PERSOONLIJKE
CREATIES VAN DE
BELGISCHE TOPKOK
CHRISTER ELFVING.

*Iedereen kan
een topkok
zijn met kerst*



Gegratineerde kalkoenfilet "Aardbei & zwarte peper"

De nieuwe Silvo Toppers! zijn verrassende grove toppings die je pas na bereiding over je gerecht strooit. Verkrijgbaar in avontuurlijke smaakcombinaties zoals Knoflook & bosvruchten of Zongedroogde tomaat & basilicum. Met Silvo Toppers! geef je vlees, vis en kip maar ook pasta, kaas en salades de touch van een topkok. Probeer het heerlijke kerstrecept van topkok Christer Elfving: gegratineerde kalkoenfilet met de Silvo Toppers! Aardbei & zwarte peper. Helemaal top!



KIJK OP WWW.SILVO.NL VOOR HET RECEPT EN 50% KORTING!



*Wat kunnen we u
nog meer wensen?*



Heineken
serving the planet

Geniet van meer dan alleen koffie



Nieuw!

DOUWE
EGBERTS
Senseo

Verwen jezelf met meer dan alleen koffie. Kies bijvoorbeeld voor **Senseo® Café Choco**, de sensatie van koffie én chocolade. Of ga voor **Senseo® Cappuccino**, een heerlijke koffie met een rijke schuimlaag.



'Wij zijn een echte verwenwinkel, de klant komt voor iets speciaals'

In hartje Amsterdam, op de hoek van de Clerqstraat en Nassaukade, bevindt zich Avondwinkel Sterk, een geweldige locatie en een fantastische winkel. Een verse pannenkoek, kaviaar, een exclusieve bruidstaart, of een exclusieve fles champagne met ijs voor uw badkuip? Supermarkt Sterk-delicatessen heeft het! De drukste dag is de zondag. 's Ochtends om negen uur gaat de winkel open tot 1 uur 's nachts. 'We passen ons aan het ritme van de klant aan', zegt Rob Sterk.

Rob Sterk: 'Ik heb al heel wat organisaties over de vloer gehad, die interesse hebben in dit verkooppunt. Dagelijks komen hier tienduizenden auto's voorbij'. Helma Disseldorp, één van de enthousiaste medewerkers, vertelt over het hoge lekkegehalte van de producten in deze bijzondere supermarkt. 'Je zou ons een gespecialiseerde supermarkt kunnen noemen met een breed assortiment voor consumenten die verwen willen worden'. Ze vindt dat één van de belangrijkste kenmerken van goed ondernemerschap is het luisteren naar de behoefte van de consumenten. 'Onze kracht is het dat we werkelijk aan de wensen van onze klanten voldoen. We willen voor alles dat de klant terugkomt'.

Geweldige wijnafdeling

Sprekend voorbeeld van het onderscheidende assortiment is de geweldige wijnafdeling. 'We hebben veel mousserende wijnen

koud staan. Dat willen we verder uitbreiden. Het is de belangrijkste reden dat we binnenkort onze wijnafdeling gaan verbouwen: Er komen meer koelingen en we gaan de witte wijnen apart presenteren. Ook gaan we extra aandacht schenken aan wijnglazen en geschenkverpak-



• Rob Sterk: 'We hebben veel wijnen gekoeld staan en dat willen we nog verder uitbreiden.'

Start schooljaar goed moment introductie

Vergeer Kaas lanceert nieuwe Cheez' Pucks

Waddinxveen - Cheez' Pucks zijn schijfjes kaas in de vorm van een ijshockey-puck. Nieuw zijn de Cheez' Pucks van 30+ Light-kaas, rijk aan calcium. Cheez' Pucks zijn speciaal door Vergeer Kaas ontwikkeld als een gezond tussendoortje voor kinderen. Wim Hofman, Salesmanager Vergeer Kaas: 'Cheez' Pucks van 30+ Light-kaas spelen in op de gezondheidstrend en de strijd tegen obesitas of overgewicht bij jongeren. Eén Cheez' Puck bevat bovendien circa 25% calcium'. De Cheez' Pucks 30+ Light, rijk aan calcium zijn per 6 stuks van 20 gram in een netje verpakt en zijn sinds eind augustus in supermarkten verkrijgbaar.

Volgens Klaas van den Doel (CBL) zitten supermarkten te wachten op innovaties 'waar de consument wat aan heeft'. Ook foodretaildeskundige Gerrit Grievink is van mening dat producten met toegevoegde waarde toekomst hebben. Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) roept fabrikanten op meer met lightvarianten te komen, de supermarkten wordt gevraagd om meer aanbiedingen met lightproducten en gezonde voeding te doen. Met de introductie van Cheez' Pucks 30+ Light, rijk aan calcium, voldoet Vergeer Kaas aan de wensen van de branche. Onderzoek van de Wageningen Universiteit laat zien dat in 100 gram Goudse kaas gemiddeld 794 milligram calcium zit. Voor de opbouw en onderhoud van skelet en gebit is calcium cruciaal. De Nederlandse Gezondheidsraad beveelt voor 4-8 jarigen per dag een inname van 700 mg.; voor kinderen van 9-18 jaar is dat 1100 gram. Kinderen krijgen dus via

Cheez' Pucks 30+ Light essentiële bouwstoffen binnen. Bovendien is het eten van de pucks leuk; op een speelse manier krijgen ze zo voldoende calcium binnen. Door de keuze van Cheez Pucks 30+ Light laten ouders zien achter verantwoorde voeding te staan. Salesmanager Wim Hofman: 'De introductie van Cheez' Pucks 30+ Light ondersteunen we onder meer in de media, via een speciale website en in de winkel. Cheez' Pucks zijn praktisch om mee naar school te geven; 6 stuks van 20 gram hygiënisch verpakt in een netje en ze nemen weinig ruimte in. Het zou fantastisch zijn wanneer supermarkten hierop inspelen en bijvoorbeeld met het presenteren van speciale producten op de winkelvloer het consumenten gemakkelijker te maken om een verantwoorde keuze te maken.'



kingen'. Supermarkt Sterk beschikt over een wijnkoeling waarin wijn gekocht kan worden met bijvoorbeeld 6 graden, 8 graden, 10 of 12 graden. Disseldorp laat zien dat de winkel eigenlijk één grote hobby is. 'We zoeken vooral producten die we zelf leuk en spannend vinden.' Rob Sterk vult aan dat veel consumenten op zoek zijn naar opvallende producten. 'Recent hadden we een klant die wilde een badkuip met ijs met daarin champagne. Dat regelen we dan voor die klant. Maar het kan ook het maken van een bijzondere verjaardagstaart zijn'. Het gaat er dus om dat je als ondernemer zoekt naar mogelijkheden om de klant te verwennen. Rob Sterk: 'We proberen aantrekkelijke ac-

ties samen met leveranciers te bedenken. Zo zijn we een actie gestart met speciale Franse Wodka die we in een cocktailpakket leveren. Tot 1 uur 's nachts kan men zo'n pakket bij ons bestellen. We leveren dat direct inclusief vers vruchtensap'.

Onderscheidend brood en banket

Supermarkt Sterk bakt brood en banket helemaal zelf. Er wordt in twee ploegen gewerkt. 's Ochtends vroeg om drie uur begint men met brood; 's middags wordt het banket gedaan. Helma: 'Op zondagmorgen zijn we om negen uur open. Klanten komen dan voor de lekkerste warme broodjes. Ze zoeken dan iets bijzonders, het verwenontbijt met croissants en chocoladebroodjes. Hoewel de klanten door de week over weinig tijd beschikken, hebben ze dat op zondag meestal wel en willen dan bijvoorbeeld appeltaart bakken. Je moet dan uitleg kunnen geven hoe je de lekkerste appeltaart maakt'. Verwennen, zoals al gezegd, is de rode draad door de winkel. In een speciale plexiglas vitrine bij de kassa verkoopt Supermarkt Sterk elke dag zelf gebakken verse pannenkoeken. Een onderscheidend assortiment dat de klant niet in de gewone supermarkt kan vinden. Dat is cruciaal. In alle productsegmenten vindt de klant die producten bij Sterk: Pools bier, Engelse bacon, chips uit Engeland, chips in olijfolie gebakken of Turkse cake. De klant waardeert het!

Supermarkt Sterk vindt het volstrekt logisch dat je je openingstijden aanpast aan je type klanten. Helma Disseldorp: 'Het gaat erom dat je inspeelt op het ritme van je klanten!'



• Sterk is dagelijks geopend van 9 uur 's ochtends tot 1 uur 's nachts.

Superieure winkelformules & de vrijheid van ondernemen



Pluk de Dag!

Groothandel Van Tol uit Bodegraven bouwt de mooiste retailformules voor de beste ondernemers van Nederland. Winkels en supermarkten, groot en klein: van servicepunten in de zorgsector, rijdende winkels, fantastische buurtwinkels tot en met supermarkten van formaat. Met meer dan 700 producten onder eigen huismerklijnen.

Actieve ondernemers waarderen het familiebedrijf Van Tol om haar grote betrokkenheid en tomeloze inzet. Met begrip voor de ondernemer en kennis van het vak: het is een kwestie van krachten bundelen en samen werken. Dat gaat van mens tot mens - de ondernemer centraal, met formules die uitblinken door een frisse huisstijl en aansprekende naamstelling. Met concurrerende kracht op lokaal niveau. En dat merkt je als ondernemer. **Elke dag.**



dagwinkel

Dagwinkel: de eigentijdse winkel - elke dag dichtbij. De Dagwinkel staat voor een geheel eigen, onderscheidende categorie in de markt, dankzij de perfecte combinatie van locatie en inhoud. De avondwinkel voor overdag waar jonge momentconsumenten en rustige senioren elkaar treffen in een verrassend aanbod met een gevarieerd assortiment. Het vertrouwde adres in de buurt, behulpzaam, wat de klant in staat stelt om te genieten van het dagelijks leven.

Extra servicemogelijkheden: stomerij, schoenreparatie, postzaken, telefoonkaarten, kledinginzameling, Budgetpas, Grootverpakkingen voor aflevering bij bedrijven.

Actieve begeleiding van de ondernemer in: winkelvoering, verkooppromotie, presentatie, reclame en marketing. Evenals formulebeheer, assortimentsopbouw, winkelinrichting, openingstijden, personeelsbeleid, budgettering e.d. Service en dienstverlening die verder gaat dan het leveren van goederen alleen.

Interesse?

Neem contact op met **Groothandel Van Tol B.V.**

Europaweg 2 | 2411 NE Bodegraven

Tel: 0172-619311

Of stuur een e-mail aan:

n.wilkinson@tolfood.com

www.tolfood.com | www.dopjeeigenboontjes.nl



TROEFMARKT

Troefmarkt: de robuuste supermarkt in het hart van de buurt. Een eigentijdse formule die een goed alternatief biedt voor ondernemers die op zoek zijn naar een grotere supermarkt met meer vrijheid van ondernemen. Met een compleet assortiment A-merken, vers en budgetartikelen neemt Troefmarkt een sterke positie in. Zowel in steden als op het platteland.

