



VAN TOL

RETAIL

7 VISIE

WINTER 09/10

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



Grensverleggend ondernemen

Geachte relatie,

'Grensverleggend ondernemen' is het thema van deze nieuwe Van Tol Visie.

Met een nieuw jaar dat voor ons ligt, is het zaak om vooruit te kijken en regelmatig de bakens te verzetten. Het zoeken naar nieuwe producten of markten, is een belangrijke eigenschap van iedere ondernemer.

Als buurtgerichte ondernemer dienen we gericht te zijn op nieuwe kansen, mogelijkheden die de omzet vergroten en de winstgevendheid op peil houden. In deze tijd is dat niet eenvoudig. Maar een goede schipper vaart bij elke wind!

Met een sterk huismerk, het concurrerende versassortiment, een betrouwbare logistiek, bruikbaar advies en kennis van de foodretail, doen wij als Van Tol Retail er alles aan om u krachtige middelen te geven waarmee u dagelijks in uw lokale markt uw klanten kunt verrassen. Het zijn de basisvoorwaarden om succesvol te zijn.

Zelf streven we er dagelijks naar om grensverleggend en flexibel te zijn in onze dienstverlening, zodat onze afnemers daarvan profiteren.

Van Tol Beurs

'Grensverleggend ondernemen' is eveneens het thema van de gezellige beurs die woensdag 17 maart 2010 wordt gehouden en waar u inspiratie krijgt voor nieuwe ideeën.

Met vriendelijke groeten,
Van Tol Retail
Michael van den Hurk, Directeur commerciële zaken

P.S. Tot ziens op onze gezellige beurs in het voorjaar van 2010!



Inhoud

Introductie biologisch huismerk 3

Finale Buurtsuper Verkiezing 5

Nieuwe uitstraling Vergeer Kaas 6

Sorbo innovatief bezig 7

Dossier Beveiliging 8

Vakcentrum zoekt evenwicht 11

Forse toename export 13

Opening Choi's supermarkt 13

Duinrell spaaractie succesvol 14



Contacten leggen en inspiratie opdoen

Van Tol Beurs in 2010

Op woensdag 17 maart 2010 organiseert Van Tol Retail opnieuw de beurs. Ditmaal is het thema 'Grensverleggend ondernemen'. U zult op deze beurs ongetwijfeld de inspiratie vinden voor nieuwe producten. U kunt contacten leggen met leveranciers en met collega-ondernemers bijpraten onder het genot van een hapje, een drankje en/of het heerlijke buffet. Altijd een gezellig uitje waarbij ook uw gezinsleden van harte welkom zijn.

Grensverleggend ondernemen betekent ook vernieuwen of innoveren. Het toevoegen van waarde of kwaliteit. Zoals u van ons gewend bent, zijn er weer aantrekkelijke acties en is er financieel voordeel te behalen. Het zijn concrete redenen voor u om de beurs te bezoeken.

Niet Te Tillen Relatiedoos

Voordat u naar huis gaat, neemt u natuurlijk weer de 'Niet te Tillen Van Tol Relatiedoos' mee. We verklappen nog niets maar deze doos zit ook nu weer boordevol producten. Meer informatie over de Van Tol Beurs



ontvangt u te zijner tijd middels het welbekende Beursinfo. Noteer in ieder geval alvast woensdag 17 maart 2010 in uw agenda. De locatie voor de beurs is wederom Expo Houten, Meidoornkade 24, 3992 AE Houten.

Niet vergeten: Van Tol Beurs, Expo Houten op woensdag 17 maart 2010!

Cider. Verfrissend, het hele jaar.



5%
vol.

Strongbow Gold is een heerlijke cider gemaakt van appels met een volle en verfrissende smaak. Lekker verfrissend met 5% alcohol. Drink 'm met veel ijs. Kortom, hét lekkere alternatief voor bier en wijn.

Jillz is een sprankelende cider gemaakt van appels. Lekker verfrissend met 5% alcohol, heerlijk met ijs. Kortom, hét lekkere alternatief voor bier en wijn.

Alcohol onder de 16, natuurlijk niet.

Van Tol Retail *introduceert* biologisch huismmerk Bio-time

Onder de naam Bio-time brengt Van Tol Retail in 2010 een uitgebreid assortiment biologische producten op de markt. 'Biologisch' sluit aan op de maatschappelijke trend van maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen. Rekening houden met het milieu en bewust omgaan met energie vindt de consument steeds belangrijker. Van Tol Retail heeft daarom een exclusieve overeenkomst gesloten met de Belgische supermarktketen Colruyt om het assortiment Bio-time voor afnemers van Van Tol Retail beschikbaar te stellen.

Het assortiment 'biologisch' lijkt in België bij de consument populairder dan in Nederland. Nederland is wat dat aangaat een middenmoter. In Duitsland en Scandinavië worden meer biologische producten gekocht dan in Nederland. Het merk Bio-time voert Colruyt sinds het jaar 2000. Het assortiment omvat ruim tweehonderd producten waarvan Van Tol Retail er zeventig zal opnemen.

Zeer succesvol

Het merk Bio-Time voldoet aan de strenge eisen van biologische productie. Zo zijn er geen schadelijke insecticiden gebruikt en worden er uitsluitend natuurlijke grondstoffen verwerkt. De producten van Bio-time dragen in België het Bio-garantie-label dat gelijkwaardig is aan het AB-label in Frankrijk en het EKO-keurmerk in Nederland.

Volgens category-manager 'biologisch' Eva Wauters breidt het assortiment nog steeds uit. 'Ieder jaar komen er nieuwe producten bij. Het heeft te maken met de vraag van de consument. Nieuw zijn dit jaar onder andere kokosolie en rice drink'.

Eva Wauters vertelt dat het eigen merk Bio-time in België zeer succesvol is. Het wordt onder andere gevoerd in de winkels van Colruyt, Okay en Bio-Planet.

Specifieke reclame

Maakt Colruyt er speciaal reclame voor bijvoorbeeld op de website of in folders of op de winkelvloer?

gina's aan Bio-time gewijd, er worden affiches in de winkel opgehangen en de achterkanten van kassabonnen worden bedrukt met voorbeelden van biologische producten'.

Wordt er een relatie gelegd met maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) of duurzaamheid?

met het milieu, sociale, maatschappelijke en economische aspecten. Dat wil zeggen: Een manier van ondernemen waarbij het bedrijf haar verantwoordelijkheid neemt tegenover haar stakeholders en de maatschappij. Er werd bij de creatie van Bio-time rekening gehouden met 1 pijler en dat is het milieu. Al deze producten zijn vrij van pesticiden en chemische behandelingen'.

Hebben jullie binnen Bio-time ook soja-producten, vleesvervangers en producten die geschikt zijn voor consumenten met allergieën?

Eva Wouters: 'We hebben Bio-time sojamelk. Onder de vleesvervangers hebben we Bio-time kaasburgers, spinazie-wortelburgers, tempé & seitan. En wat de consumenten met allergieën betreft: Die informeren we op onze eigen merken website www.colruytgroup.be. Zie de banner met onze eigen merken aan de rechterzijde. Als je dan Bio-time ingeeft, kan je elke referentie bekijken en of er allergenen of gluten in het desbetreffende product zitten. Dus zowel mensen met als zonder allergieën kunnen deze site raadplegen en zien welk product voor hen veilig is'.

Opvallend is volgens Eva Wouters, dat in België vooral de hoger opgeleiden biologische producten kopen. Verder constateert ze dat ook ouders met jonge kinderen en 55-plussers steeds vaker voor Bio-time kiezen.



• Peter van den Hurk is als Directeur Inkoop bij Van Tol Retail verantwoordelijk voor Bio-time.

Eva Wauters: 'Ja, er zijn 3 specifieke communicatiemomenten in het jaar. In januari, juni (Bioweek) en september. Dan wordt Bio-time extra in de verf gezet. In onze folder worden er dan zes pa-

Eva Wauters: 'MVO is een ruim kader waarin rekening wordt gehouden



Lekker natuurlijk.

Het warme genieten. Een heerlijke wintertijd.



**DOUWE
EGBERTS**



Excellent genieten. Het begint met Douwe Egberts

Er komt een moment dat je toe bent aan iets anders.

Probeer daarom nu,
naast de vertrouwde Royal Club Bitter Lemon en Tonic
ook eens de Light varianten!



**ROYAL
CLUB**
THE ORIGINAL

FRIS VOOR GEVORDERDEN

De Reus en Van Steen beste ondernemers 2009

Bodegraven - Tijdens een gezellig familiefeest in het gerestaureerde fort Wierickerschans zijn op zaterdag 31 oktober de winnaars bekend gemaakt van de Lekker Makkelijk Buurtsuper verkiezing 2009. De genomineerde ondernemers waren in de categorie buurtsupermarkt Troefmarkt Kouwen in Wilp, Dagwinkel Hageman in Vreeland en Troefmarkt De Reus uit Groot-schermer, in de categorie rijdende winkels waren genomineerd Springer & Kok uit Polsbroek, Springer & Van Steen uit Bavel en Springer & Achterberg uit Beemte Broekland. Nummer één in hun categorie werden uiteindelijk Troefmarkt De Reus en Springer & Van Steen.

Rond acht uur werden de genomineerden met hun families en medewerkers hartelijk verwelkomd door commercieel directeur van Van Tol Retail Michael van den Hurk. Na koffie en heerlijk gebak werden sfeervolle reportages van de genomineerden vertoond door Richard Wortel, hoofdredacteur van Lekker Makkelijk. Daarna steeg de spanning enorm. Wie zou de winnaar worden. Onder tromgeroffel werd de uitslag bekendgemaakt. Winnaar in de categorie buurtwinkel is

de Troefmarkt van Pieter en Adiënne de Reus geworden. Als tweede eindigde de Dagwinkel van Aloys Hageman, derde werd de Troefmarkt van John en Janny Kouwen. Zij werden door Michael van den Hurk in de bloemetjes gezet, ontvingen een trofee met oorkonde en niet te vergeten een cheque van €1000 voor de personeelspot.

In de categorie van de rijdende winkel is Springer & Van Steen uit Bavel nummer



• De winnende buurtwinkel ondernemers met oorkonde.

1 geworden, Springer & Achterberg eindigde als tweede en Springer & Kok als derde. Ook zij kregen bloemen en een trofee met oorkonde. Een buurtfeest voor hun klanten werd gewonnen door Cees en Bea Kok. Een prachtige fotocamera ging naar de familie Achterberg.

Gezellig familiefeest

De officiële prijsuitreiking is een zeer gezellig familiefeest geworden waar de ruim honderd aanwezigen hebben genoten van de sfeervolle presentaties en de heerlijke hapjes en drankjes. De muziek werd verzorgd door niemand minder dan deejay Wierdo alias Wiro Sterk, in het dagelijks leven de directeur van G.Frost, leverancier van diepvriesproducten. Naast de genomineerden en hun familie waren ook vertegenwoordigers van de sponsors aanwezig zoals Heineken en Vrumona. De Lekker Makkelijk buurtsupermarktverkiezing 2009 werd mede mogelijk gemaakt door Campina, Coca Cola, Douwe Egberts, G.Frost, Heineken, Unilever, Versunie, Vrumona, Lekker Makkelijk en Van Tol Retail.

Informatie Fort Wierickerschans

De prijsuitreiking van de Lekker Makkelijk Buurtsuperverkiezing vond plaats in het gerestaureerde Fort Wierickerschans. Het is gebouwd in 1673 als onderdeel van de Oude Hollandse Waterlinie op de plaats waar Willem III zijn hoofdkwartier had.

Stichting Fort Wierickerschans exploiteert sinds 2008 het fort voor de eigenaar Staatsbosbeheer. Het is een prima locatie voor excursies, productpresentaties, wijnproeverijen en bedrijfsfeesten. In het complex is ook een bezoekerscentrum van Staatsbosbeheer gehuisvest. Van november tot en met maart is het centrum geopend op zaterdag en zondag van 12.00 uur tot 16.00 uur. Kijk voor meer informatie op de website www.groenehartcentrum.nl of bel (0348) 68 95 00.



• De winnende rijdende winkel ondernemers met oorkonde.

Spontane samenzang handel en industrie

Gezelligheid en teamgeest tijdens jaarlijkse relatiedag

Traditiegetrouw organiseerde Van Tol Retail in 2009 weer een relatiedag. Honderddertig relaties, fabrikanten en afnemers, hebben genoten van een zonnige dag. De Van Tol-vloot bestond uit 15 prachtige oudhollandse sloepen. Deze trokken veel bekijks, vooral bij bruggen en sluizen. De route leidde door uniek landelijk gebied over de Oude Rijn naar Oudewater.

Een afwisselend programma met een wedstrijd zorgde voor de nodige spanning en sensatie. Vragen en opdrachten moesten worden uitgevoerd. De teams streden allemaal voor de hoofdprijs. Tussenstops met verse Goudse stroopwafels, koffie en kruidenbitter, kaasplankjes en wijn zorgden ervoor dat de stemming onder de bemanning naar mate de dag verstreek, vrolijker werd. Brugwachters ontvingen in hun houten klomp dan ook steeds meer fooi. Bij de Goejanvervellesluis in Hekendorp werden de teams verast met gezonde smoothies en vers fruit van Two Food. In het middeleeuwse stadje Oudewater, bekend van de Heksenwaag, werd geluncht in de achtertuin van het plaatselij-

ke VVV, dat vroeger als parochietuin van de RK-kerk dienst deed. De terugtocht ging langs de Lange Linschoter, een smalle vaart met aan beide zijden prachtige knotwilgen, naar Woerden. Hier werd het gezelschap getraakteerd op een feestelijk optreden dat uitliep op spontane samenzang. Tenslotte koersten de sloepen op volle kracht naar Bodegraven voor een voortreffelijk barbecue met gezellige muziek van een sfeerband.

Kortom: Een meer dan geslaagde dag waar gezelligheid en teamgeest tussen afnemers en a-merkfabrikanten de sfeer bepaalden. In 2010 zal ook een relatiedag worden gehouden in juli. Uiteraard houden wij u op de hoogte!



Omdat smaken verschillen.



Smaken verschillen nu eenmaal, sommigen houden van bubbels, anderen hebben liever zonder en sommigen willen eigenlijk iets er tussenin. Spa heeft het allemaal! Heb je zin in koolzuurvrij water dan kies je voor Spa Reine, het zuiverende water. Ga je voor een ultieme verfrissing dan kies je voor Spa Barisart. En wil je liever een lichte sprankeling probeer dan Spa Marie-Henriette.

www.spa.nl

Het is weer tijd voor stampotten!



In één keer op smaak met Silvo kruidenmixen.

Iedereen eet wel eens een stampot, maar een stampot lekker op smaak krijgen is niet altijd gemakkelijk. De stampotkenners van Silvo hebben voor 4 bekende stampotten heerlijke kruiden gemixt waarmee je je stampot gemakkelijk in één keer op smaak maakt!

Dus voor vanavond alvast: Eet smakelijker!



Verkrijgbaar in de smaken: Boerenkool, Hutspot, Andijvie en Zuurkool.



Voor **stampotrecepten** kijk op www.silvo.nl

Vergeer Holland kiest voor authenticiteit

Vernieuwde merkuitstraling onderstreept meesterschap

Grensverleggend ondernemen is zeker een karakteristiek die op het familiebedrijf Vergeer Kaas van toepassing is. In de 75 jaar van haar bestaan heeft het bedrijf steeds weer de bakens weten te verzetten om zo nieuwe markten aan te boren of met opvallende innovaties te komen. Dit najaar introduceerde Vergeer Kaas een geheel nieuwe huisstijl die een nieuwe fase markeert.



• De nieuwe verpakkinglijn van Vergeer Holland straalt meesterschap en authenticiteit uit.

'Vergeer Holland' is de nieuwe naam van Vergeer Kaas. Bij een nieuwe naam hoort een nieuwe huisstijl. Die is eind september gepresenteerd tijdens de Nationale Foodweek in de Jaarbeurs in Utrecht. Met een prachtige stand stond Vergeer Holland op een mooie plaats. In de stand waren de nieuwe verpakkingen te bewonderen. Salesmanager Wim Hofman: 'De introductie van de nieuwe lijn valt ook samen met ons 75-jarige jubileum. Voorlopig stromen in oktober de eerste verpakkingen de winkels in. Voorverpakte gesneden kaas van 200 en 175 gram en stukken van 500 gram'.

Nieuwe merkuitstraling

Met de nieuwe verpakkingen geeft Vergeer het startsein voor een geheel nieuwe merkuitstraling waarin meesterschap en authenticiteit de kernwaarden vormen. Ambachtelijk, echt en oorspronkelijk. Deze belevingen passen absoluut bij de behoeften van de hedendaagse consument. Op de verpakkingen komt dit tot uitdrukking in een foto van 'een kaasmeester' die glimlachend de consument aankijkt. Verder bestaat de verpakking uit een bak, afgedekt met topfolie en een hersluitbaar deksel, het totaal is weer voorzien van een kleurige banderol. Als eerste stromen in: Jonge, jong belegen, extra belegen en een light-versie kaas (60% minder vet) voorzien van het 'Ik kies bewust'-logo.

Andere retailkanalen

Wim Hofman: 'De nieuwe uitstraling is niet alleen geschikt voor de supermarkt. Ook in andere retailkanalen als de speciaalzaak, de kaashandel, de slager en de bakker, is deze verpakking heel goed te gebruiken'. Alle kaasvarianten hebben hun eigen kleur gekregen: Jonge kaas (groen), jong belegen kaas (roodbruin), belegen kaas (blauw), extra belegen (paars) en oude

kaas (bruin). Boerenkaas heeft de kleur donkergroen en Light-kaas de kleur lichtblauw. De nieuwe verpakkingen zijn geheel in eigen beheer ontwikkeld en worden op de ultramoderne verpakkinglijnen van het bedrijf verder verwerkt. De naam 'Vergeer Holland' zal het zeker in het buitenland prima gaan doen. Met deze stap laat Vergeer zien dat het grensverleggend bezig is. Met het nieuwe daarbij passende robuuste logo is Vergeer klaar voor de toekomst.

Kijk voor meer informatie op de website www.vergeerholland.nl of bel naar (0182) 39 86 00.

Buurtwinkels vaker bezocht

Groentewinkels, bakkers en andere buurtwinkels blijken weer populairder te worden onder consumenten. Uit onderzoek van Ruigrok | NetPanel uit 2009 komt naar voren dat drie op de tien Nederlanders de buurtwinkel bezoekt. Dat zijn er meer dan vijf jaar geleden.

Driekwart van de Nederlanders komt regelmatig bij een buurtwinkel voor aankopen, maar koopt daarnaast ook bij de grotere winkelketens. Van de Nederlandse buurtwinkelklanten geeft bovendien dertien procent aan dat het merendeel van hun boodschappen bij de buurtwinkel wordt aangeschaft.

Colofon

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

'LED-verlichting en spaarlampen bepalen het nieuwe assortiment'

Sander van der Ree is accountmanager bij Nedac Sorbo. Sinds 1 januari 2009 onderhoudt hij de contacten met Van Tol Retail. Ruim zeven jaar werkt hij bij Sorbo. Hij is begonnen als merchandiser en is doorgegroeid via de functie van districtsmanager naar zijn huidige functie van accountmanager. Van der Ree is betrokken bij wat intern heet 'cross dock sales' of CDS, een gemeenschappelijk project van Van Tol Retail en Sorbo. Het is bedoeld om kostenbesparingen te bereiken in de beleving van Sorbo-producten aan Van Tol-afnemers via de distributiecentra van Van Tol Retail in Bodegraven en Oosterwolde. Een mooi voorbeeld van grensverleggend ondernemerschap van een A-merk.

'Voor wat betreft crossdocking kan ik zeggen dat we in de fase beland zijn dat er gefinetuned wordt. Samengevat komt het erop neer dat bestellingen binnenkomen bij Van Tol. Hier worden ze uitgesplitst en via EDI naar Sorbo verzonden. Wij brengen vervolgens de bestellingen naar Bodegraven of Oosterwolde', aldus Sander van der Ree.

Crossdocking

Het idee van 'crossdocking' is een goed voorbeeld van grensverleggend ondernemerschap. Immers, Sorbo is van huis uit een service merchandiser. Service merchandising is het leveren van producten met een relatief lage omloopsnelheid aan supermarkten waarbij de service merchandiser de aflevering, de schapaanvulling en de presentatie verzorgt.

Sander van der Ree: 'Ons assortiment bestaat uit een enorm aantal items. Onder andere schoonmaakmiddelen, zelfzorg-geneesmiddelen, dierenbenodigdheden (Your Best Friend), lampen, schrijfwaren, wenskaarten, beenmode (panty's, sokken etc.) en disposables. Hardlopers zijn de schoonmaakmiddelen, geneesmiddelen, lampen, wenskaarten en dierenvoeding'. Volgens Sander van der Ree zie je bijvoorbeeld in de productgroep lampen belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen terug. 'De Europese Unie heeft uit het oogpunt van duurzaamheid en milieu voorgeschreven dat gloeilampen gefaseerd moeten verdwijnen, te beginnen

met spaarlampen en LED-verlichting'. Ook de groeiende behoefte van de consument aan zelfzorggeneesmiddelen heeft geleid tot het aanpassen van het assortiment. De meeste supermarkten nemen ze dan ook in het assortiment op. Sander van der Ree: 'In principe mogen ze in het schap van de supermarkt verkocht worden. De groep laat een forse toename zien. Voor kleinere buurtgerich-



• Sander van der Ree ziet ook een toename in de verkoop van zelfzorggeneesmiddelen.

vanaf september 2009 met gloeilampen van 150 Watt en 100 Watt. In september 2012 mogen er helemaal geen gloeilampen meer verkocht worden. We zien daarom een toename in de verkoop van spaarlampen en een groeiende aandacht voor LED-verlichting. Dat heeft natuurlijk gevolgen voor het aanpassen van ons assortiment. We breiden dat spoorstelsel uit

te supermarkten hebben we speciale schappresentaties ontwikkeld'. Grensverleggend en innovatief is ook de draadloze 'tablet'. Een soort geavanceerde palmtop waarmee de merchandiser tegenwoordig de voorraad in de winkel opneemt. Sander van der Ree: 'Het is een plat scherm, uitgevoerd met een touchscreen waar-



Grensverleggend en innovatief zijn ook de vernieuwingen die in het distributiecentrum in Duiven worden doorgevoerd. Sander van der Ree vertelt dat begin 2010 de veranderingen klaar zijn. 'Het gaat om robotisering, automatisering, het verder vergemakkelijken en optimaliseren van werkzaamheden bij de orderafhandeling'. Van een A-merk als Sorbo mag je eveneens verwachten dat men regelmatig met productinnovaties komt. Die zitten onder meer in de productgroep 'Reinigers'. Recent is 'Blue Wonder' als ready to use reiniger in een spuitflacon geïntroduceerd. Het middel kan direct gebruikt worden, zonder verdund te worden. Er zijn twee flacons: de keukenreiniger en de badkamerreiniger.

mee veel meer mogelijk is dan bestellingen doen en voorraad opnemen. Er kunnen schappenplannen opgevraagd worden. Deze kunnen ter plaatse dan gecontroleerd worden. We kunnen hiermee veel meer service bieden'.

Ster Gouden Loekie voor spot Heineken

De beste tv-commercial van 2009, bekroond met de Ster Gouden Loekie, is de Heineken-commercial 'Walk in Fridge' geworden.

Het Heineken spotje laat een kamergrote koelkast met bier zien. Tweede in deze jaarlijks terugkerende verkiezing werd Brand Bier met de reclame 'Limburg'. De derde plek ging naar Beter Horen met Suarez. Op vier eindigde Bol.com met de Zak van Sinterklaas. Pokie Foetsie eindigde op de vijfde plaats. Saillant detail is, dat Pokie Foetsie winnaar werd van de Loden Leeuw van Tros Radar. Deze 'prijs' wordt als tegenhanger van de Gouden Loekie uitgereikt voor de meest irritante tv-reclame.

Nieuw in 2010: Lekker Makkelijk Wijnwijzer

Wijnwijzer
Snel en handig kiezen op smaak, prijs en het juiste moment.

- Fris & droog**
- Zacht & zwaar**
- Intens & fruitig**
- Rond & soepel**
- Vol & krachtig**
- Rijk & complex**

Een heerlijke volle winterwijn

Website: www.lekkermakkelijk.nl

In 2010 zal een nieuwe wijnwijzer worden ingevoerd. Het systeem geeft de consument begrijpelijke informatie over wijnen, de herkomst, hun smaakkenmerken en het gebruik bij verschillende gerechten. Met de Lekker Makkelijk Wijnwijzer wordt het kiezen van de juiste wijn wel erg gemakkelijk. Op het schapkaartje staat duidelijk aangegeven tot welke smaakgroep een wijn behoort. Er zijn zes smaakgroepen met hun eigen kleur en typering: fris en droog, zacht en zwaar, intens en fruitig, rond en soepel, vol en krachtig, rijk en complex. Voor de ondernemers zijn folders, schapkaarten en topkaarten beschikbaar. In de weekfolder zal telkens een wijntip vermeld worden. Ook in Lekker Makkelijk magazine is informatie opgenomen over de wijnwijzer. Website: www.lekkermakkelijk.nl



• Theo Urselman wil ondernemers aansporen van de overheidsregeling gebruik te maken.

Bestrijding van criminaliteit buurtgerichte supermarkt

In september 2009 is de regeling 'Veiligheid Kleine Bedrijven' van kracht geworden. De overheid heeft 24 miljoen euro beschikbaar gesteld om de criminaliteit te bestrijden. Vooral kleine buurtgerichte supermarkten met maximaal 10 fte's (fulltime equivalenten) profiteren ervan. Voor leden van het Vakcentrum (dé brancheorganisatie voor zelfstandige ondernemers) is de veiligheidsscan gratis. Van Tol Retail heeft samen met DCC Inbraakbeveiliging voor buurtgerichte supermarkten een speciaal beveiligingspakket samengesteld.

DCC inbraakbeveiliging is een no-nonsense bedrijf met een schat aan ervaring in de retail. Via dit bedrijf kunnen Van Tol afnemers een veiligheidsonderzoek of veiligheidsscan laten uitvoeren. Dit is een onafhankelijk beveiligingsadvies toegespitst op uw supermarkt. Een gecertificeerde beveiligingsadviseur voert deze veiligheidsscan uit. De scan, die circa een uur in beslag neemt, gaat aan de hand van een uitgebreide vragenlijst na waar de zwakke punten in de beveiliging van uw supermarkt zitten. De scan let onder andere op bouwkundige zaken, zoals het hang-en sluitwerk, de aanwezigheid van camera's bij de achterdeur. Verder komen organisatorische zaken ter sprake, zoals het afnemen van de kassa, het openen en afsluiten van de winkel. In het beveiligingsrapport worden aanbevelingen gedaan voor een adequate beveiliging van uw winkel. De kosten hiervan zijn voor 50% subsidiabel, met een maximum van 10.000 euro.

Voorwaarde is dat de voorgestelde maatregelen binnen 6 maanden worden uitgevoerd.

Van Tol Retail en brancheorganisatie Het Vakcentrum vinden het van groot belang dat alles in het werk wordt gesteld om de winkelcriminaliteit te bestrijden. Landelijk gezien is er immers sprake van een toename van criminaliteit. Daarom stimuleert Van Tol Retail haar afnemers om nu een beroep te doen op de stimuleringsregeling 'Veiligheid Kleine Bedrijven'. De regeling is speciaal gericht op buurtwinkels. Theo Urselman, stafmedewerker van het Vakcentrum, wil ondernemers juist nu aansporen om van de regeling gebruik te maken.

'Iedereen kan er in principe een beroep op doen'. De aanvraag voor een beveiligingsscan kan dus via DCC inbraakbeveiliging (06-13254009) of het Vakcentrum gedaan worden'.

Voor meer informatie kunt u kijken op de website www.stavoorjezaak.nl van het

Ministerie van Economische Zaken. Hier vindt u onder meer een lijst van VKB-adviseurs, zodat u iemand kunt kiezen bij u in de buurt. Verder is een formulier te downloaden waarop de kosten gedeclareerd kunnen worden.

Bron: Telegraaf, september 2009

Subsidie voor beveiliging

DEN HAAG - Kleine ondernemers kunnen voortaan subsidie krijgen als ze hun bedrijf beter bestand maken tegen de toenemende criminaliteit. Na een proef in Rotterdam, Utrecht en Dordrecht kunnen ze sinds gisteren in het hele land een toelage krijgen voor adviezen en maatregelen.

Bij de proef bleken de ondernemers de helpende hand van de overheid vooral te grijpen voor trainingen, camera-systemen, afrookkluisen en detectoren van vals geld.

Ondernemers kunnen een expert in de arm nemen die hun bedrijf doorlicht op gaten in de beveiliging. Aan de hand van die scan kunnen ze maatregelen treffen. De helft van de kosten daarvan wordt vergoed tot een bedrag van ten hoogste € 10.000.



Vorig jaar werden bij kleine ondernemers, met ten hoogste tien medewerkers, ongeveer 1,2 miljoen diefstallen gepleegd, fors meer dan de 700.000 in 2007.

De kleine bedrijven zijn doelwit van meer criminaliteit. Zo steeg het aantal inbraken van een kleine 60.000 in 2007 naar 63.000 in het afgelopen jaar. Het aantal vernielingen nam zelfs toe van 68.000 naar 83.000.

Beveiligen in 7 stappen

1. Gebruik slimme hardware

Veel retailers investeren in elektronische artikelbeveiliging als het ultieme middel om diefstal te bestrijden. Digitale systemen bieden vandaag een goede en brede detectie, maar het zijn meer dan eenvoudige antidiefstalantennes. Benut alle mogelijkheden van uw elektronische artikelbeveiligingsapparatuur. Het zijn terminals die u exact informeren over het wel en wee van uw winkel. Ze tekenen het aantal klanten op, tellen het aantal alarmen, geven het aantal deactivaties weer en ga zo maar door. De terminal giet al deze gegevens in overzichtelijke rapporten die u het inzicht geven om uw winkel nog beter te beheren.

2. Train je personeel

De aankoop van beveiligingshardware is één zaak, ze goed gebruiken iets totaal anders. Houd als retailer in het achterhoofd dat beveiliging vooral mensenwerk is. Apparaten geven aan dat er iets gestolen wordt, maar daar houdt het op. Proactieve communicatie naar klanten toe, is des te belangrijker. Laat daarom winkelpersoneel trainen om preventief te communiceren met uw klanten.

3. Beveilig de juiste productcategorieën

Wanneer u als retailer besloten heeft hoe uw winkel te beveiligen, moet u zich zeker ook de vraag stellen welke specifieke producten u gaat beveiligen. U wilt natuurlijk niet dat u producten beveiligt die niet in de smaak vallen bij dieven. Een goede begeleiding, door een derde partij, helpt u om de diefstalgevoelige categorieën maximaal te beveiligen.

4. Volhard in de boosheid

Het ligt in de menselijke aard om na een succesvolle periode ietwat op de lauweren te gaan rusten. Dat is niet anders bij diefstalpreventie. Het eerste halfjaar nadat winkels zich uitrusten met de nodige beveiligingsapparatuur neemt diefstal aanzienlijk af, maar op langere termijn bestaat het risico dat de uitgewerkte beveiligingsprocedures verwateren. Het is daarom van cruciaal belang dat u als retailer op continue basis werkt aan uw preventie.

5. Stimuleer bronbeveiligingsprogramma's

Naast enkele actiepunten op winkelniveau is het belangrijk dat u op centraal niveau acties onderneemt in de strijd tegen diefstal. Dring er bij producenten op aan dat ze al tijdens het productieproces bronbeveiliging in de verpakking van producten integreren. De beveiliging is onzichtbaar en daarom bijzonder doeltreffend. Potentiële dieven denken wel twee keer na als het onduidelijk wordt welke koopwaar beveiligd is.

6. Overweeg elektronische camerabewaking

Camerabewaking is complementair aan artikelbeveiliging. Overweeg daarom ernstig om elektronische camerabewaking als hulpmiddel bij diefstalpreventie in te schakelen. Camera's brengen het doen en laten van klanten in beeld, en beperken tegelijkertijd het aantal interne diefstallen, iets wat u als retailer nooit mag onderschatten.

7. Verlies de winkelsfeer niet uit het oog

Een aangename winkelsfeer zet aan tot kopen. Beveiliging mag geen hinderpaal zijn voor een overzichtelijke winkelrichting en mag al zeker niet de winkelpret bederven. Heb daarom aandacht voor het aspect 'touch & feel'. Stop producten niet weg achter slot en grendel, maar geef uw klanten de kans om producten aan den lijve te ondervinden. Klantvriendelijkheid blijft het belangrijkste, want wie was nu ook weer koning?



• Goede beveiligingsmaatregelen kunnen een daadwerkelijke diefstal voorkomen.

Mark Vriesema gaat voor hulp van beveiligingsscan

Mark Vriesema is afnemer van Van Tol Retail en runt drie supermarkten, de Dagwinkel in Driehuis en twee Troefmarkten, Keet 1 en 2 in respectievelijk Amsterdam en Diemen. Drie winkels in verschillende woongebieden en ook met totaal andere typen klanten. Mark Vriesema gaat beslist zijn winkels nog beter beveiligen, ondanks het feit dat hij het idee had al prima beveiligd te zijn.

Mark Vriesema is de afgelopen maanden meerdere malen geconfronteerd geweest met criminaliteit. 'Ik heb in Troefmarkt Keet-1 recent een overval meegemaakt en in Driehuis een inbraak. Hier is de kluis meegenomen, ondanks de beveiligingscamera's en de alarminstallatie die op de meldkamer is aangesloten'. De ervaringen van Mark Vriesema kunnen door steeds meer supermarktmanagers worden gedeeld.

Camera's door de winkel

Vriesema heeft er alles aan gedaan om inbraken en overvallen te voorkomen. 'Preventief is bijvoorbeeld, dat de kassa regelmatig wordt afgeroomd met behulp van afroombboxen. Het gekke is, dat ik de inbraak in Driehuis absoluut niet had ver-



• In de Dagwinkel in Driehuis heeft Mark Vriesema meerdere camera's laten aanbrengen.

wacht. Je denkt dat dit toch eerder in Amsterdam zal gebeuren'. Vriesema heeft in Driehuis op meerdere plaatsen camera's laten installeren. Die sturen 24 uur per dag opnamen naar een speciale computer die de beelden projecteert op een flatscreen. 'Het systeem bewaart beelden twee weken. Daarna worden ze gewist.'

Met zijn personeel had hij juist een cursus gevolgd over overvalpreventie en omgaan met agressie. 'Ik wil dat de winkels voor 100% worden beveiligd. Daarom laat ik voor mijn drie winkels een beveiligingsscan uitvoeren. Een deskundige kijkt er toch weer anders tegenaan. Daar kun je absoluut je voordeel mee doen!'.



AANBIEDING

Speciale arrangementen beveiliging kleinere winkels

Van Tol Retail heeft samen met DCC Inbraakbeveiliging voor buurtgerichte supermarkten twee arrangementen ontwikkeld. Deze inbraaksignaleringsystemen zijn afgestemd op kleine supermarkten en supermarkten waar woonhuis en winkel vaak één geheel vormen. Het betreft ultramoderne apparatuur die aan huis door professionals wordt gemonteerd en die gebruik maakt van bestaande elektrische en telefonische installaties. Desgewenst kunnen de systemen worden uitgebreid met meerdere opties.

Arrangement 1



- Complete installatie bestaat onder meer uit:
- ◆ Professionele Texcom Premier 412i centrale (incl. bekabeling en aansluiting op bestaande telefooninstallatie)
 - ◆ Noodstroomaccu 12V/7Ah
 - ◆ LCD-codebedienpaneel
 - ◆ Bewegingsmelders
 - ◆ Magneetcontacten (meterkast, voor- en achterdeur)
 - ◆ Binnensirene met ingebouwd flitslicht

Speciale prijs €852,10

Installatie kan worden uitgebreid met opties als doormelding alarmcentrale, paniek- of rookmelder, draadloze variant.

Arrangement 2



Deze draadloze installatie beveilt met name woning en winkel en bestaat uit:

- ◆ Professionele Visonic PowerMax+ centrale, draadloos aangesloten op bestaande elektrische- en telefooninstallatie
- ◆ Uniek Nederlands spraakgestuurd menu voor gemakkelijke bediening
- ◆ Noodstroomaccu
- ◆ Draadloze afstandsbediening
- ◆ Doormelding naar mobiele nummers
- ◆ Draadloze bewegingsmelder
- ◆ Draadloze magneetcontacten (voor- en achterdeur)
- ◆ Extra binnensirene

Speciale prijs €595,00

Installatie kan worden uitgebreid met opties zoals doormelding naar particuliere alarmcentrale.

Prijzen zijn excl. BTW. Beide installaties worden gemonteerd en geprogrammeerd afgeleverd met Nederlandse handleiding en verzekeringsbewijs. Voor beide installaties geldt dat deze in aanmerking kunnen komen voor de subsidieregeling. **Voor meer info kunt u contact opnemen met DCC Inbraakbeveiliging 06-13254009. E-mail info@voorkominbraak.nl**

Huidige beveiligingsmaatregelen vaak voor verbetering vatbaar

Vergeet bij inbraakpreventie het dak van uw winkel niet!

Uw verzekeraar zal bij het afsluiten van uw bedrijfsverzekering vragen naar de beveiliging van uw winkel. Zeker als zich hierin inbraakattractieve goederen bevinden zoals rookwaren, telefoonkaarten of scheermesjes. Bij een veiligheidsscan van uw winkel verdient ook de beveiliging van het dak extra aandacht.

In een beveiligingsplan worden ruimte-detectoren, glasbreukmelders en deurcontacten opgenomen en camera's worden geïnstalleerd. Hierdoor zijn de goederen beveiligd door een 'buitenschil'. Deze schil is niet te passeren zonder dat er een alarmmelding naar de meldkamer wordt gezonden. In de praktijk blijkt dat de beveiliging bij het opstellen van zijn beveiligingsplan geen rekening heeft gehouden met de mogelijkheid dat inbrekers zich toegang kunnen verschaffen via het dak van de winkel.

'Worst case' scenario

Op een dag verlaat u na sluitingstijd uw bedrijf en stelt de alarminstallatie in werking. Enkele dagen daarvoor echter, is door een bezoeker van uw winkel (de inbreker) de locatie van de detectoren al nauwkeurig in kaart gebracht. Hierbij heeft hij vastgesteld dat het mogelijk is buiten het bereik van de detectoren te blijven door via het dak binnen te komen. Enige uren na uw vertrek, begeeft



• Zonder adequate maatregelen verschaffen inbrekers zich toegang via het dak.

de dief zich met één of meer collega's op het dak van uw winkel en zaagt een gat. De volgende ochtend constateert u de schade aan uw winkelpand en ontdekt de verdwenen goederen. Deze vorm van inbraak is op eenvoudige en relatief goedkope wijze te voorkomen door de plaatsing van een of meerdere bewegingsmelders tussen dak en plafond. Het advies is daarom de aanwezigheid van deze melders te (laten) controleren tijdens een

veiligheidsscan en deze zonodig bij te laten plaatsen.

Wisselende situatie

Als gespecialiseerde verzekeraar van de detailhandel is SuperGarant bekend met de gebruikelijke risico's en investeringen in uw branche. Daardoor kan SuperGarant een polis aanbieden die de noodzakelijke belangen van uw bedrijf volledig afdekt zonder opname van maximale waarden. Voornaamste voordeel hiervan is, dat uw bedrijf voortdurend volledig verzekerd is, omdat de dekking zich ook voortdurend aanpast aan de wisselende situatie in uw winkel. Praktisch bijvoorbeeld ter opvang van stijging van de goederenvoorraad in piekperiodes, maar ook nieuwe investeringen zijn automatisch meeverzekerd.

De premie van de SuperGarant Bedrijfspolis is gerelateerd aan de omzet van het bedrijf en de juiste beveiliging worden beloond met een premiekorting. Omdat deze verzekering speciaal is ontwikkeld voor de detailhandel, biedt deze u een unieke dekking.

Wilt u meer weten? Neem dan contact op met SuperGarant via telefoonnummer (070) 320 46 80.

SuperGarant VERZEKERINGEN

SuperGarant behartigt de belangen van de ondernemer in het midden- en kleinbedrijf als geen ander. De belangrijkste kenmerken hierbij zijn, dat SuperGarant alleen verzekert wat noodzakelijk is en snel schaden afhandelt.

Een ondernemer ziet verzekeren doorgaans niet als hobby. Maar een goede verzekering is wel het verschil tussen faillissement en herstart. Met een juiste verzekering kan uw bedrijf na een grote schade gewoon worden voortgezet.

SuperGarant is al 25 jaar actief voor het MKB en is ontstaan binnen de levensmiddelen-groothandel. Deze achtergrond en branchespecifieke kennis vormen de basis voor jarenlange samenwerkingsovereenkomsten en gunstige mantelafspraken.

Van Tol verzekeringsarrangement

Speciaal voor ondernemers van Van Tol heeft Supergarant een SuperGarantpolis ontwikkeld. Deze polis dekt alle veelvoorkomende risico's in één keer af, kent geen limieten en nieuwe investeringen zijn automatisch meeverzekerd. Zo bent u in alle gevallen goed verzekerd tegen een scherpe collectieve premie. Makkelijker kan het niet.

Meer weten?

Ook u kunt hiervan gebruik maken. Meer weten over de collectieve verzekeringen van Van Tol? Bel (070) 320 46 80.

Postbus 260
2260 AG Leidschendam
www.supergarant.nl

Tel: (070) 320 46 80
Fax: (070) 317 69 40
info@supergarant.nl

HOE FRIS WIL JE HET HEBBEN?

NEW

Spa Citron
+ Mint

Spa Citron
+ Ginger

GEZONDER
KIEZEN DOE JE ZO

Dit product voldoet aan internationale
aanbevelingen voor gezondere voeding.
Kijk op www.ikkiezbewust.nl



Spa Citron is de heerlijke combinatie van natuurlijk Spa Mineraalwater met de frisse bite van citroen. Niet té zoet en met pittige bubbels. Het is deze authentieke smaak die je verfrist en weer activeert. Naast de vertrouwde Spa Citron introduceert Spa nu 2 superversissende koolzuurhoudende limonades op basis van natuurlijk Spa Mineraalwater met de bekende smaak van Spa Citron, maar met een spannende twist. NIEUW: Spa Citron + Mint, met de frisse smaak van verse munt en Spa Citron + Ginger, met een spannend vleugje gember.

SPA CITRON. NOG STEEDS DE MEEST VERFRISSENDE.



Pannenkoeken in een handomdraai!

KOOP
MANS

Met Koopmans Pannenkoeken Scharrelei zet je gemakkelijk heerlijk ouderwetse pannenkoeken op tafel. Aan deze complete mix hoeft je alléén nog water toe te voegen en binnen 10 seconden is je beslag klaar. Kijk voor handige baktips, bakfilms en heerlijke recepten op www.koopmans.com. Eet smakelijk!



Koopmans. Dan ben je thuis.

Vakcentrum wil haar beleid zichtbaar vertalen naar winkel

Het Vakcentrum is de belangrijkste belangenbehartiger van de zelfstandige supermarktondernemers. Het boegbeeld van de branche, Herman van der Geest, nam dit jaar afscheid als voorzitter. Zijn opvolger is Harrie ten Have. De dagelijkse leiding van het Vakcentrum is al jaren in handen van mr. Patricia Hoogstraaten. Zij heeft een aantal taken van Herman van der Geest overgenomen. 'We zijn op zoek naar een nieuw evenwicht. Net als het totale supermarktlandschap, dat ingrijpend verandert door de overname van Super de Boer door Jumbo'.

Volgens Hoogstraaten verandert de positie van het zelfstandige ondernemerschap met name op het punt van het aantal vestigingspunten. 'Dat neemt af. We zien wel dat het omzetaandeel ten opzicht van het grootwinkelbedrijf, circa 33%, constant blijft. In landen als Frankrijk echter zie je dat kleinere winkels weer meer in de belangstelling komen. Ik denk dat kleinere supermarkten hun positie als winkel voor de aanvullende boodschappen verder kunnen uitbouwen, daar liggen hun kansen'.

Opvallende trend binnen het zelfstandige ondernemerschap is, dat het aantal ondernemers met meer dan één winkel, is toegenomen. 'Onze verklaring hiervoor is, dat zij gemakkelijker kunnen uitbreiden met een tweede winkel omdat ze een financiële buffer hebben en over de nodige kennis en ervaring beschikken'. De dienstverlening aan de leden van het Vakcentrum, is aangepast aan de actuele ontwikkelingen in de maatschappij en de behoeften van de leden. 'Ondernemers krijgen tegenwoordig moeilijker hun financiering rond wanneer zij een supermarkt willen beginnen. Banken zijn terughoudend. We zijn daarom intensief bezig om met het MKB de overheidsgarantieregeling (BB-MKB) uit te breiden. Ik verwacht dat binnenkort hierover een besluit wordt genomen door de minister van Economische Zaken, mevrouw M. van der Hoeven'. Ook de accountmanagers van het Vakcentrum hebben zich meer toegelegd op de ontstane financieringsproblemen en weten vaak door hun kennis en ervaring oplossingen aan te dragen. Daarnaast is het Vakcentrum juist in deze tijd een belangrijke partner voor ondernemers richting commerciële organisaties.'

Samen met partners in binnen- en buitenland streeft het Vakcentrum ernaar om de belangen van de branche zo goed mogelijk te dienen. Vanwege de toegenomen regelgeving en invloed van de Eu-



• De dagelijkse leiding van het Vakcentrum is in handen van mr. Patricia Hoogstraaten.

ropese Gemeenschap trekt het Vakcentrum op met haar Belgische collega's. Patricia Hoogstraaten: 'In de grensstreek worden regelmatig kleine winkels overvallen door bendes uit vooral Oost-Europa. We willen dat daar Europees gezien aandacht voor vragen'. Samen met het CBL wil het Vakcentrum ook dat jongeren een realistischer beeld krijgen van de branche. Via de ROC's (Regionale OpleidingsCentra) wordt reeds hard gewerkt aan een positiever imago. 'In het kader van de verplichte maatschappelijke stage van jongeren willen we dat deze stage ook in de supermarkt gedaan kan worden. De buurtsupermarkt is immers een sociale instelling. Die vervult een spilfunctie, zeker voor mensen die minder mobiel zijn. De buurtsuper is absoluut duurzaam en minder milieubelastend. De consument kan er immers lo-

pend of op de fiets naar toe.'

Het Vakcentrum wil beleid zichtbaar vertalen naar de winkelvloer, zodat ondernemers de oplossingen voor hun problemen zelf kunnen vinden. Zo is een 'Energiechecker' ontwikkeld zodat ondernemers zelf kunnen zien op welke punten winst kan worden behaald. 'Op het ge-

Pintransacties met 12,6% gestegen

Het aantal pintransacties in supermarkten is in 2009 met 12,6 procent gestegen, vooral door kleine pinbedragen. In 2009 werd 519 miljoen keer met de pinpas afgerekend tegen 461 miljoen keer in 2008. De hogere groei van het pinnen in supermarkten vergeleken met de rest van de detailhandel, komt ook door de campagne 'Klein bedrag, pinnen mag'. Van alle pintransacties in de detailhandel komt 36% voor rekening van supermarkten.

Omzet supermarkt stijgt 1,5 procent

Het CBL (Centraal Bureau Levensmiddelenhandel) verwacht in 2009 een omzetstijging van 1,5%. De omzet bedraagt circa 32 miljard euro. De omzet wordt positief beïnvloed doordat 2009 een 53ste week heeft. Ge-corrigeerd naar 52 weken komt de omzet uit op 31,3 miljard euro.

Burgemeester pleit voor behoud winkel

De met een teruglopende klandizie geconfronteerde Troefmarkt in Sint Jacobiparochie krijgt al geruime tijd dagelijks nieuwe klanten binnen nadat de burgemeester een oproep deed aan alle inwoners.

Burgemeester Aucke van der Werff benaderde de dorpsbewoners per brief boodschappen te doen bij de plaatselijke supermarkt, omdat die anders met sluiting bedreigd zou worden.

'Mij bereiken onheilspellende berichten over het voortbestaan van deze winkel', zo schreef Van der Werff. De burgemeester heeft het opgenomen voor de winkel, omdat de gemeente als taak heeft de dorpen leefbaar te houden. De brief aan de inwoners volgde na een noodkreet van Hans en Agaath Voorduin van de Troefmarkt aan de gemeente.

Agaath Voorduin van de Troefmarkt is blij met de hulp van de burgemeester. Zij ziet nu dagelijks nieuwe klanten. 'En de meesten komen ook weer terug.'

Relatiedag Versunie in gebouw radio Kootwijk

'Foodretail maakt weinig gebruik van social media'

Najaar 2009 organiseerde Versunie voor de tiende maal haar relatiedag voor leveranciers en afnemers. Het evenement bestond uit het mini-congres 'Nieuwe Media', en een leveranciersbeurs in het historische gebouw van radio Kootwijk. Ruim honderd leveranciers namen 's ochtends deel aan het mini-congres.

'Social media zoals Facebook, YouTube, Twitter, Flickr en Hyves zijn een nieuwe kans voor de A-merken om in contact te komen met de consument', vertelde algemeen directeur Versunie Hans Bruin. Hij plaatste kritische kanttekeningen en ging in op actuele ontwikkelingen in de foodretail en besprak daarbij de positie van Versunie. 'Versunie blijft zich onverminderd inspannen om ook de buurtgerichte supermarkten van een aantrekkelijk vers assortiment te voorzien'. Directeur Trendbox Goos Eilander schetste actuele trends waarmee we rekening

mee moeten houden: Kredietcrisis, individualiseringstrend, vergrijzing, verandering van waarden en normen. Mediaspecialist Hans van Veen liet onder andere beelden van de campagne van Innocent via social media zien, gebreide sjaals om de flesjes. Via 'crowdsourcing', het gebruik maken van ideeën van consumenten, kunnen social media belangrijke informatie aan producenten geven, was één van zijn conclusies. De aanwezige marketeers kregen bruikbare tips mee naar huis en waren geïnteresseerd in de nieuwe mogelijkheden.

Redenen om lid te worden van het Vakcentrum

1. Bedrijfseconomische en juridische ondersteuning, ook wanneer u een nieuwe vestigingsplaats wenst.
2. Informatie van actuele ontwikkelingen rond de cao, modelcontracten voor nieuwe medewerkers, deelname aan vakgerichte cursussen en trainingen o.a. op het gebied van overvalpreventie (gratis voor Vakcentrumleden), alcoholverkoop.
3. Alles op het gebied van arbo en zorg, gebundeld in Vakcentrum ZorgPortaalondersteuning op het gebied criminaliteitsbestrijding.
4. Gratis beveiligingsscan en aanvraag van subsidie op de beveiligingsmaatregelen.
5. Drie maanden gratis lidmaatschap als u nu besluit om lid te worden.



Blekerijlaan 1 - 3447 GR Woerden
Telefoon: (0348) 41 97 71
Website: www.vakcentrum.nl



Enjoy good times with Coca-Cola.



‘COCA-COLA’ AND THE DESIGNS OF THE DYNAMIC RIBBON DEVICE AND THE COCA-COLA SCRIPTLOGO ARE REGISTERED TRADEMARKS OF THE COCA-COLA COMPANY.



That's cheese!



Nu verkrijgbaar in innovatieve
herschuitbare verpakking

Stukken:
± 500 gram Gouda jong t/m oud
Gouda jong belegen komijn
Light 20+

Gesneden:
± 200 gram Gouda jong t/m oud
Gouda jong belegen komijn

± 175 gram Light 20+ en 30+
Light komijn 20+
Old Holland
diverse specialiteiten:
tuinkruiden-, mosterd-,
boeren-, geiten- en rookkaas

Ambachtelijk, smakelijk en perfect hersluitbaar.
De nieuwe verpakkingen van Vergeer Holland stelen de show
in het verschap van uw supermarkt. Openen en sluiten gaat
met een soepele handbeweging. De kaas is in dit bakje
goed te bewaren met behoud van smaak en kwaliteit.

De consumentenverpakkingen **gesneden en stukken kaas**
met ronde top zijn al voorzien van het prachtige ontwerp.

De overige verpakkingen zullen in 2010 gefaseerd
worden vervangen. Vergeer Holland, ambachtelijke
kaas met een smakelijke uitstraling!



Vergeer Holland - P.O.Box 2, 2810 AA Reeuwijk - T: 0182 - 39 86 00 - www.vergeerholland.com

Fascinerende vooruitzichten voor u en uw klanten.

De overweldigende belevingswereld van Wanzl Winkelinterieurs.



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-winkelinterieurs.nl

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



wanzl
Winkelinterieurs

Van Tol afdeling Import-Export ziet forse toename activiteiten

Bodegraven - De afdeling Import en Export van Van Tol wordt geleid door Peter Boer, Import-Export Manager Brands en Arthur Oosterom, Import-Export Manager Trade. De afdeling Import-Export opereert binnen Van Tol als een aparte unit. Van Tol-Export organiseert o.a. de exclusieve wereldwijde export van de Unilever-merken Conimex en Calvé. Van Tol Import-Export legt zich specifiek toe op trademarketing van Nederlandse exportproducten. Voor ieder product kunnen er etiketten en promotiematerialen in verschillende talen worden ontwikkeld en geproduceerd, volledig in lijn met internationale wetgeving. Kortom: Nederlandse fabrikanten kunnen hun omzet verhogen maar dan met zo min mogelijk rompslomp.

Peter Boer vertelt dat de activiteiten sterk groeien en sinds enige tijd ook Afrika wordt bestreken. Peter Boer is juist terug van een zakenreis naar Polen. 'Ik heb de indruk dat de overheid daar goed bezig is. Ik heb contact gehad met AB Foods, een Engelse onderneming die vertegenwoordigingen heeft in 12 landen. Sinds drie jaar hebben zij een vestiging in Polen die zich richt op de grote retailketens'. Peter Boer vervolgt: 'Franse formules als Carrefour en Auchan zijn uitstekend vertegenwoordigd in Polen, vooral met Hypermakten in de grote steden. Daarnaast zijn er vele kleine tot zeer kleine supermarkten op het platteland. Daar Van Tol Import-Export exclusief voor Unilever de export van Conimex en Calvé verzorgt, zijn het met name deze producten die vooralsnog naar Polen worden geëxporteerd. 'Het gaat in eerste instantie om drie soorten Conimex kroepoek en twee varianten Calvé pindakaas. De producten worden voorzien van Poolse etiketten en voldoen aan de Poolse wet.' Naast deze merken doet Van Tol Import-Export ook de export van het trademark 'Refresco', producent van vruchtensappen en de energiedrank Rodeo Energy. 'We exporteren de sappen en de energiedrank naar Wit-Rusland, Bosnië, Tsjechië, Denemarken en Afrika'.

Totaalconcept

Peter Boer en Arthur Oosterom streven er naar om in de export aan de afnemers een totaalconcept aan te bieden. Arthur Oosterom: 'Hierin betrekken we ook relaties als Versunie, PalVéco en Croustifrance. Voor supermarkten in Suriname en op Curaçao zijn we totaalleverancier. We leveren daarbij niet alleen het totale assortiment, we denken ook mee bij remodeling en marketing van enkele supermarkten daar. In principe leveren we droge kruidenierswaren (dkw), vers per container en vliegtuig, en diepvries'.



Bezoek relaties en beurzen

Om contacten met het buitenland te onderhouden, bezoeken Peter Boer en Arthur Oosterom hun relaties minimaal één keer per jaar en neemt Van Tol Import-Export deel aan beurzen als de Anuga in Keulen en de SIAL in Parijs (10-17 oktober 2010).

Peter Boer: 'Het is efficiënt om met een



• Van Tol Import-Export team tijdens een brainstorm kooksessie met Unilever medewerkers.



In het kader van de promotie van Nederlandse a-merken van Unilever in het buitenland is door Van Tol Import-Export een speciaal exportzegel ontwikkeld. Het geeft aan dat producten via de officiële weg geëxporteerd worden en bij een eventuele recall of kwaliteitsproblemen door Unilever ondersteund worden. In de landen waar Van Tol Import-Export al producten van Conimex naar exporteerde, zoals Canada, is de export verdubbeld. Nieuw is de export van Calvé naar Turkije en van Conimex-producten naar Italië en Frankrijk. Voor Droste behartigt Van Tol Import-Export naast Latijns-Amerika en de Antillen nu ook de Afrikaanse markt. Kortom: Van Tol Import-Export ziet de activiteiten fors toenemen.

stand op de beurzen te staan want je ontmoet de belangrijkste handelspartners vanuit de hele wereld. We brengen Nederlandse merken onder de aandacht bij geïnteresseerden en leggen nieuwe contacten'.

Modernste supermarkt van Suriname in Paramaribo

Choi opent tweede supermarkt

Grensverleggend is absoluut de export van levensmiddelen van Van Tol Import-Export naar buitenlandse supermarkten en distributeurs. Al vele jaren worden levensmiddelen per container, vliegtuig en vrachtwagen vervoerd naar diverse landen. Bekend zijn in dit verband natuurlijk Europa, Australië, Hong Kong, Zuid-Amerika en de Nederlandse Antillen. Minder bekend is, dat Van Tol al jaren zaken doet in Suriname. Een land vijfmaal zo groot als Nederland met slechts 500.000 inwoners. In Paramaribo wonen zo'n 240.000 mensen die steeds vaker boodschappen bij Choi's doen.

Choi's supermarkt wordt al meer dan dertien jaar door Van Tol Import-Export belevd. Volgens Arthur Oosterom is Choi's supermarkt de Albert Heijn van Paramaribo. Op 30 november 2009 is hier een splinternieuwe Choi's geopend met een verkoopvloeroppervlak van 1200 m². 'We leveren droge kruidenierswaren, bulk vers, diepvries (waaronder bake off) in zeecontainers. Versproducten worden wekelijks ingevlogen. Dit logistieke proces is een hoogstandje', vertelt Oosterom.

Familiebedrijf

In 1982 begon Yuk Kau Choi een kleine winkel van nog geen 300 m² in Paramaribo. Een familiebedrijf waarin vrouw en kinderen dagelijks meehielpen om de klanten zo goed mogelijk te bedienen. De winkel werd te klein en daarom is in 1996 een nieuwe supermarkt in gebruik genomen. Dat jaar nam ook zoon Rudy de activiteiten van zijn vader over. Anno 2010 is Choi's de modernste supermarkt van Suriname met een uitgebreid Europees en Amerikaans assortiment.

Arthur Oosterom: 'Dagelijks is er vanuit Nederland telefonisch contact met deze topondernemer. Onze huismerken liggen er in de schappen. Bij de inrichting van de nieuwe winkel, hebben we Choi geadviseerd met schappenplannen en ontwikkeling van de uitstraling van de winkel.' Tot het assortiment behoort een bijzon-

der uitgebreid versassortiment en diepvriesproducten. In de winkel staan twee afbakovens waarmee de hele dag vers brood wordt gebakken. 'Bestellingen komen in Bodegraven online binnen. Een container met gemiddeld 1700 items is vanaf Rotterdam zo'n tien dagen onderweg. Choi beschikt over een eigen magazijn met geconditioneerde ruimten. Voor ons is Choi's een bijzondere klant. Een uitdaging om voor te werken'. Het vanuit Van Tol aanbieden van een totaalconcept (dkw, vers, diepvries en bake off) is één van de succesfactoren voor de supermarkten van Choi. Maar ook hier geldt: Het ondernemers echtpaar maakt het succes compleet.



• Van Tol belevt ook de winkels en groothandel van Rudy Choi in Paramaribo, Suriname.

*Waarom moeilijk doen,
als het makkelijk kan!*

• • • KEUKEN • KASTJES • DEUREN • TAFELS • OVEN • FORNUIS • WAND- EN VLOERTEGELS • RAMEN • SPIEGELS • VLEKKEN IN KLEDING • TUINMEUBELN • • •



www.uwhulpinhuis.nl

Probeer ook



Lekker Makkelijk online

Lekker Makkelijk *website* *vult* magazine *prima* aan

Lekker Makkelijk is het gratis consumentenmagazine van Van Tol Retail. Het fullcolour blad wordt in een oplage van 100.000 exemplaren gedrukt en verspreid onder de afnemers. Consumenten blijken het blad te waarderen, vooral nu ook een aantrekkelijke website gekoppeld is aan het blad.



lekker
makkelijk

.nl

Voor uiteenlopende doelgroepen is de Lekker Makkelijk website aantrekkelijk en daarom een regelmatig bezoek waard. De website biedt 1001 mogelijkheden tot interactie met actuele informatie over eten, uitstapjes in Nederland, informatie over de buurt alsmede allerlei lifestyle onderwerpen.

Tijdens de Lekker Makkelijk Buurtwinkel Verkiezing 2009 heeft de website talloze foto's en reacties ontvangen. Consumenten hebben tijdens de verkiezing een belangrijke invloed gehad op de uitslag door een stem uit te brengen op hun buurtwinkel.

Kortom: Het is de website die hart heeft voor zowel het leven op het platteland als in de buurt.

Kijk op: www.lektermakkelijk.nl.

NIEUW

Dat wordt oosters uitpakken vanavond!



Nieuw: Bahmi Speciaal met Kip Ketjap
én een frisse komkommersalade nu samen in één maaltijdpakket.
Zo maak je Bahmi in een handomdraai nog veel specialer.



DE OOSTERSE KEUKEN THUIS.

Ondernemen is keihard werken

Als ondernemer met een buurtgerichte supermarkt of rijdende winkel bent u gewend hard te werken om de winkel draaiende te houden. Dit doet u met liefde, want ondernemen en service verlenen is uw passie. Uw klanten gedragen zich onvoorspelbaar, waardoor u iedere dag opnieuw moet zien in te spelen op de wisselende wensen en behoeften. Daarbij wordt in de markt al snel gegrepen naar het prijswapen. Bovenop dit alles houden lokale overheden u ook nog eens bezig met discussies over de zondagsopening en gemeentelijke procedures over bijvoorbeeld goederenvervoer en venstertijden.

Op de winkelvloer merkt u dagelijks wat dat voor u als ondernemer betekent. Gelukkig moet er iedere dag gegeten worden en zijn uw klanten op zoek naar de optimale combinatie van gemak, prijs, kwaliteit en goede service. Belangrijk voor u is het dagelijks verleiden van die consument om zijn of haar geld in uw winkel te laten besteden.

Kwaliteit, een altijd verrassend assortiment en optimale service zijn voor u de belangrijkste onderscheidende kenmerken. Achter de schermen streeft u naar minimale voorraad, desgewenst dagelijkse levering en betaalbare, moderne en beheersbare inkoopprocessen. U hebt daarbij behoefte aan een goede insturtingsmarge die ruimte geeft om deze lokaal te wijzigen.

Ook hebt u behoefte aan een no-nonsensecultuur die u snel zicht geeft op wat u werkelijk verdient, een goede promotionele ondersteuning en persoonlijke begeleiding. Versunie kent het buurtverzorgend ondernemen als geen ander. Het is onze kernactiviteit en we voelen ons er thuis. Wij zien ons dan ook als de ideale partner die uw wensen omzet in daden.



van een actief promotieprogramma, aantoonbare leverbetrouwbaarheid en accuratesse. Met geautomatiseerde bestelprocedures en overzichtelijke rapportages maken we uw rendement inzichtelijk.

Ervaar de persoonlijke service

Afnemers kunnen op verschillende manieren bestellen, zoals elektronische bestelsystemen voor order entry, fax en e-mail. Ondanks het gebruik van alle moderne bestelsystemen, is het toch vooral het persoonlijke contact met de medewerkers van de binnendienst, dat afnemers zo enorm waarderen. Alle dagen, vanaf 7.00 uur 's ochtends zit de binnendienst klaar om u in alle vriendelijkheid te woord te staan en telefonisch orders op te nemen.

Specifiek en generiek

Generiek maakt onderscheid naar generiek assortiment en speciaal assortiment. Generiek is datgene wat min of meer standaard als basisassortiment kan worden beschouwd. Dit kan in de kleinste denkbare hoeveelheden worden besteld. Maar de producten die werkelijk het onderscheid brengen, dat zijn de producten die Versunie 'speciaal' noemt. Producten waarmee u op lokaal niveau uw concurrentieniveau kunt verstevigen.

Versunie versadviseurs

Wij spreken liever niet over Accountmanagers, maar over Versadviseurs: deskundigen die de taal van de ondernemers spreken en de ondernemer met raad en daad terzijde staan. De klant centraal, direct persoonlijk contact. Ieder versadviseur heeft zijn eigen regio in Nederland. Hierdoor is de versadviseur in staat om op langere termijn een uitstekende relatie met u op te bouwen en beter in te spelen op uw specifieke behoeften.

De versadviseurs komen periodiek (in overleg met u) langs. Het zijn meer dan volwaardige versadviseurs, met oog en hart voor de mogelijkheden van lokale marketing. Door hun advies en heldere visie weten zij meer rendement te creëren voor u als ondernemer, door u in de volle breedte te adviseren over de totale winkelvoering.



Versunie zorgt voor brood op de plank

Continu beschikbaar

Als continuubedrijf is Versunie 24 uur per dag, 6 dagen per week actief. Vandaag besteld is morgen in huis. Alles is per stuk verkrijgbaar. De unieke logistieke systemen van Versunie garanderen extreem korte levertijden. Dit vormt een belangrijke toegevoegde waarde voor het versassortiment, omdat daarmee de houdbaarheidstermijn optimaal wordt benut. Versunie heeft een fijnmazige distributie door heel Nederland. Wij laten u profiteren

HACCP gecertificeerd

Kwaliteit en voedselveiligheid staan bij Versunie voorop. Versunie is dan ook HACCP gecertificeerd voor opslag en distributie van levensmiddelen. Een gerust gevoel voor U en uw klanten.

Neem contact met ons op

Ervaar de persoonlijke service en neem contact met ons op:

Versunie B.V.
Postbus 247
1700 AE Heerhugowaard

Bezoekadres:
Copernicusstraat 14
1704 SV Heerhugowaard

E-mail: info@versunie.nl
Tel: (072) 576 35 00
Fax: (072) 576 35 99
www.versunie.nl

