FEBED

NEWS #8

FEDERATIE VAN BELGISCHE DRANKENHANDELAARS · FÉDÉRATION BELGE DES DISTRIBUTEURS EN BOISSONS

REALISATIES 2019

RÉALISATIONS 2019

FORUM 2020

FORUM 2020

KREDIETWAARDIG-HEID KLANTEN

SOLVABILITÉ CLIENTS

FEBED NEWS #8 - DRIEMAANDELIJKS TIJDSCHRIFT / PÉRIODIQUE TRIMESTRIEL - MAART/MARS 2020 - P923734

GEROLSTEINER®

Meer dan een trend:
kwaliteit.

Plus qu'une tendance:
de la qualité.

Het water met een ster • L´eau avec une étoile
www.gerolsteiner.be

Voor meer informatie:
Oost-& West-Vlaanderen: Mevr. Cindy Laureys GSM 0477-56 83 14
Antwerpen & Limburg: Mr. Bart Veulemans GSM 0475-79 07 86
Vlaams-Brabant & Brussel: Mr. Johan Borremans GSM 0477-35 37 03

Pour plus d´informations:
Brabant Wallon & Bruxelles & Hainaut & Namur: Mr. Johan Borremans GSM 0477-35 37 03
Liège et Luxemburg: Mr. Lars Debruyn GSM 0475-77 91 90

Beste FEBED-lid,
Beste drankenhandelaar,

2019 is voorbij gevlogen! Ik heb volop genoten van mijn eerste jaar als FEBED directeur. Het was leuk om met jullie samen te werken. In meerdere dossiers heb ik op jullie medewerking en ondersteuning kunnen rekenen, wat steeds aangenaam en verrijkend was.
We mogen best fier zijn op wat we met FEBED het voorbije jaar hebben kunnen realiseren. In het eerste artikel van deze FEBED News zullen we daar even bij stilstaan. In heel wat domeinen hebben we vooruitgang geboekt.
Uiteraard willen we niet op onze lauweren rusten. We zien heel wat uitdagingen op ons afkomen, zowel binnen de sector als op maatschappelijk vlak.
Als ondernemer en beroepsfederatie kunnen we daar niet blind voor zijn en moeten we er rekening mee houden in onze beleidsvoering. Vandaar dat we voor het FEBED FORUM, dat doorgaat op 23 maart, gekozen hebben voor het thema 'Duurzaamheid'. Dit is veel breder dan de zorg voor het klimaat, wat momenteel een veel besproken onderwerp is. Uiteraard zullen we als bedrijf de nodige aandacht moeten besteden aan onze ecologische footprint en zullen we die moeten verbeteren. Maar hiermee alleen zullen we ons bedrijf niet wapenen voor de toekomst. Duurzaamheid betekent ook dat we de nodige aandacht moeten schenken aan de lange termijn relaties met onze medewerkers, onze klanten en onze leveranciers.
Ieder bedrijf heeft het moeilijk om goede personeelsleden aan te werven. Vandaar dat het super belangrijk is om goede personeelsleden te behouden en hen te motiveren om het beste van zichzelf te geven voor jouw bedrijf. Hetzelfde geldt voor je klanten. Een trouwe klant die ook nog mondelinge reclame maakt voor je drankenhandel is goud waard. Deze verschillende facetten van duurzaamheid willen op het FEBED FORUM aan bod laten komen.

Uitdagingen genoeg om van 2020 opnieuw een boeiend jaar te maken.

GUY DEWULF
Directeur FEBED

Cher Membre de FEBED,
Cher Distributeur en Boissons,

2019 est passée à toute vitesse! J'ai pleinement profité de ma première année en tant que directeur de FEBED. C'était chouette de travailler avec vous. Dans plusieurs dossiers j'ai pu compter sur votre collaboration et votre soutien, ce qui était toujours agréable et enrichissant.
Nous pouvons vraiment être fiers de ce que nous avons pu réaliser avec FEBED l'année écoulée. Dans le premier article de ce FEBED News nous allons nous y attarder. Dans bien des domaines nous avons fait un pas en avant.
Nous n'avons évidemment pas l'intention de nous reposer sur nos lauriers. Nous voyons se profiler bien des défis, tant au sein du secteur qu'au niveau de la société. En tant que chef d'entreprise et fédération professionnelle, nous ne pouvons y être aveugles et nous devons en tenir compte dans notre politique de gestion. C'est pourquoi, pour le FEBED FORUM qui aura lieu le 23 mars, nous avons choisi pour thème la «Durabilité». Cette notion va beaucoup plus loin que le souci pour le climat, sujet dont on parle amplement ces temps-ci. Bien entendu en tant qu'entreprise, nous devrons consacrer toute l'attention requise à notre empreinte écologique et nous devrons l'améliorer. Mais ce n'est pas uniquement avec cela que nous armerons notre entreprise pour l'avenir. La durabilité signifie aussi que nous devons accorder suffisamment d'attention à des relations à long terme avec nos collaborateurs, nos clients et nos fournisseurs.
Chaque entreprise rencontre des difficultés pour engager du personnel de qualité. C'est pourquoi il est super important de conserver les bons membres de votre personnel et de les motiver à donner le meilleur d'eux-mêmes pour votre entreprise. Il en va de même des clients: un client fidèle qui, par le bouche à oreille fait aussi de la publicité pour votre négoce de boissons vaut de l'or. Ce sont ces différentes facettes de la durabilité que nous voulons aborder lors du FEBED FORUM.

Voilà suffisamment de défis qui feront à nouveau de 2020 une année passionnante!

GUY DEWULF
Directeur FEBED

STRUCTURAL PARTNERS liantis Trends Business Information IN SEARCH FOR BUSINESS ACCENT

COLOFOON/COLOPHON
FEBED NEWS #8

Uitgever/Editeur: vzw FEBED asbl
Contact: vzw FEBED asbl
Boulevard Edmond Machtenslaan 83/1 1080 Bruxelles-Brussel
info@febed.be - www.febed.be
Redactie/Rédaction: Guy Dewulf, Françoise Normand, Louis Eloy
Oplage/Tirage: 2.400 ex.

Promotie en marketing/Promotion et marketing:
Elma Multimedia - Sven Destercke - 015 56 99 94 - sven@elma.be
Art direction en vormgeving/Art direction et conception:
Elma Multimedia - Kim Speleman - kim@elma.be

Dit drukwerk is 100% isopropanolvrij, gedrukt met vegatale inkten op duurzaam papier
Cette publication est 100% sans isopropanol, imprimée avec de l'encre végétale sur du papier durable

Drankafname-akkoorden rode draad in 2019

Accords d'approvisionnement en boissons: fil rouge de 2019

Wat heeft FEBED in 2019 gerealiseerd?

Bij de start van het nieuwe jaar is het goed om even stil te staan bij wat 2019 gebracht heeft. Wat hebben we met FEBED kunnen realiseren?

Het **dossier 'drankafname-akkoorden'** liep als een rode draad door het jaar 2019. De huidige Europese wetgeving m.b.t. de verticale akkoorden, die ook van toepassing is op de drankafname-akkoorden, loopt immers ten einde in mei 2022. De Europese Commissie dient te beslissen hoe ze de wetgeving wil laten evolueren na die datum. De Europese Commissie heeft een evaluatie proces opgestart waarmee ze informatie wil verzamelen bij de sectoren waarop de wetgeving van toepassing is. Ook de nationale overheden die bevoegd zijn voor deze materie, worden in het evaluatie proces betrokken. Deze wetgeving is uiterst belangrijk voor de toekomst van de drankenhandel. Vandaar dat we verschillende initiatieven genomen hebben om ons standpunt kenbaar te maken.

Eind mei hebben we de vragenlijst van de Europese Commissie ingevuld. Op 19 september hebben we een bijeenkomst gehad met de Europese

Qu'est-ce que FEBED a réalisé en 2019?

Au début de cette nouvelle année, il est bon de revenir sur ce que nous a apporté 2019. Qu'avons-nous pu réaliser avec FEBED?

Le **dossier «accords d'approvisionnement en boissons»** a couru tel un fil rouge tout au long de l'année 2019. La législation européenne en matière d'accords verticaux, également d'application sur les accords d'approvisionnement en boissons, expire en effet en mai 2022. La Commission Européenne doit décider si elle la prolonge ou si elle l'adapte. La Commission Européenne a lancé un processus d'évaluation durant lequel elle veut rassembler des informations auprès des secteurs où la règlementation s'applique. Les autorités nationales également compétentes dans cette matière sont impliquées dans le processus d'évaluation. Cette règlementation est extrêmement importante pour l'avenir du négoce des boissons. C'est pourquoi nous avons pris différentes initiatives pour faire connaitre notre position.

Fin mai, nous avons complété le questionnaire de la Commission Européenne. Le 19 septembre, nous avons eu un entretien avec la Commission

Commissie – DG Competition, waar we ons standpunt hebben toegelicht, onderbouwd met concrete voorbeelden. Op het Belgisch Ministerie van Economische zaken hadden we een afspraak op 3 oktober. Op 14 en 15 november hebben we deelgenomen aan een workshop georganiseerd door de Europese Commissie. Alle sectoren waarop de huidige wetgeving van toepassing is, waren hierop uitgenodigd. De voorzitter van de Belgische Mededingsautoriteit hebben we ontmoet op 18 december. Volgens de ontvangen indicaties zijn de verschillende overheden voorstander om de huidige wetgeving te verlengen, wat bijzonder positief is voor onze sector. Dit is nog geen definitieve beslissing. De Europese Commissie moet in de tweede helft van dit jaar een finale beslissing nemen.

Ook het dossier waarbij de horeca zaken in Wallonië **gratis kraantjeswater** ter beschikking moeten stellen was een aandachtspunt. Samen met de sectorvereniging van de Belgische Water- en Frisdrankindustrie (VIWF) hebben we een bijeenkomst gehad op het kabinet van Minister Borsus, Minister van Economie in de Waalse Regering. Tijdens deze bijeenkomst hebben we duidelijk gemaakt wat de impact op onze sector zou zijn als dit ingevoerd wordt.

Jullie **belangen verdedigen bij de producenten** is eveneens een belangrijke taak voor FEBED. Het tarificatie dossier is een mooi voorbeeld. De voorgestelde nieuwe tarificatie was voor onze sector absoluut niet aanvaardbaar. Door het eensgezind optreden, is dit dossier stopgezet geweest en zijn

Européenne – DG Concurrence, où nous avons expliqué notre position, étayée par des exemples concrets. Au Ministère Belge des Affaires Économiques nous avons eu un entretien le 3 octobre. Les 14 et 15 novembre nous avons participé à un workshop organisé par la Commission Européenne. Tous les secteurs où la règlementation actuelle est d'application y ont été invités. Le président de l'Autorité Belge de la Concurrence nous a reçus le 18 décembre. Selon les indications reçues, les différentes autorités sont en faveur d'une prolongation de la règlementation actuelle, ce qui est particulièrement positif pour notre secteur. Il n'y a pas encore de décision définitive. La Commission Européenne doit prendre une décision finale dans la deuxième moitié de cette année.

Le dossier relatif à l'obligation faite aux établissements horeca de Wallonie de mettre de **l'eau du robinet gratuite** à disposition des clients a également été un point d'attention. Avec la Fédération de l'Industrie des Eaux et Boissons Rafraichissantes (FIEB), nous avons eu un entretien au cabinet de Willy Borsus, Ministre de l'Économie du Gouvernement Wallon. Lors de cet entretien nous avons fait clairement savoir quel serait l'impact sur notre secteur si cette mesure était instaurée.

Défendre vos intérêts auprès des producteurs est également une tâche importante pour FEBED. Le dossier de la tarification en est un bel exemple. La nouvelle tarification annoncée pour notre secteur n'était absolument pas acceptable. Grâce à une action groupée, ce dossier a été stoppé et les anciennes conditions sont restées d'application. FEBED a aussi obtenu une compensation pour la livraison de futs gratuits qu'un producteur avait promis à des établissements horeca dans le cadre d'une action promotionnelle. Des accords clairs ont en outre été pris pour l'avenir.

Avec la campagne **'Remplissons cette bouteille... encore... encore... et encore'** nous avons réagi à un thème très actuel, la problématique de l'environnement. Avec cette campagne, nous stimulons les consommateurs à acheter des boissons en emballage cautionné, conditionnement par lequel nous nous distinguons des autres canaux de distributions. 122 drinkcenters ont participé, c'est-à-dire 39% de plus que lors de la «Journée du Distributeur en Boissons» de 2018. La campagne a été mieux soutenue que les années précédentes. Des bannières, affiches, totems, wobblers, bannières suspendues, paniers à bouteilles et ouvre-bouteilles étaient disponibles. Une vidéo d'animation a été développée afin d'être utilisée sur les écrans TV des magasins et sur vos websites. Une campagne Facebook a soutenu l'action. Celle-ci a été annoncée lors d'une présentation de presse. Les membres participants étaient positifs vis-à-vis de la campagne et du matériel promotionnel. Ils souhaitent que dans

de oude voorwaarden van kracht gebleven. FEBED heeft ook een vergoeding bekomen voor de levering van gratis vaten die een producent beloofd had aan de horeca zaken in het kader van een promotionele actie. Er zijn ook duidelijke afspraken gemaakt voor de toekomst.

Met de campagne '**Doe de Fles nog eens vol ... en nog eens ... en nog eens ... en nog eens'** hebben we ingespeeld op een zeer actueel thema, de milieu problematiek. Met de campagne stimuleren we de consumenten dranken te kopen in gewaarborgde verpakking, waardoor we ons onderscheiden van andere distributie kanalen. 122 winkels hebben deelgenomen, wat 39 % meer is dan in 2018 voor de 'Dag van de Drankenhandelaar'. De campagne werd beter ondersteund dan de voorgaande jaren. Spandoeken, affiches, totems, wobblers, plafondhangers, draagtassen en biersleutels waren beschikbaar. Een animatie filmpje werd ontwikkeld om te gebruiken op de TV schermen in de winkels en op jullie website. Een facebook campagne ondersteunde de actie. De actie werd aangekondigd met een persvoorstelling. De deelnemende leden waren positief over de campagne en het promotie materiaal. Ze wensen dat we in de toekomst verder werken op het thema van de 'gewaarborgde verpakking'.

Het aantal producenten die de statistieken van **DataMasters** kopen zijn toegenomen en we hebben nog gesprekken lopen die hoopgevend zijn voor 2020. Voor het eerst hebben we in 2019 een vergoeding kunnen uitbetalen aan de deelnemende leden. In april werd een voorschot betaald. Binnenkort volgt de eindafrekening voor 2019 en zal je als deelnemend lid een bijkomende vergoeding ontvangen.
Rekening houdend met die tweede betaling en de eindejaarskortingen van **Freedom**, hebben **55 % van de leden die aan beide programma's deelnemen de helft van hun FEBED lidgeld terugverdiend en 36 % van de leden die eraan deelnemen hebben meer dan hun lidgeld terugverdiend**.

Met **Trends Business Information(TBI)** hebben we een belangrijk akkoord afgesloten. Vanaf 2020 heb je als FEBED lid toegang tot de kredietrapporten van TBI. Dit is een belangrijk hulpmiddel bij het beheer van je klantenrekeningen. In een volgend artikel komen we hierop terug.

De aankoopgroeperingen **BELBEV en CoRoSa** worden vanaf 2020 lid van FEBED, waardoor we 24 nieuwe leden mogen verwelkomen. Beide groeperingen hebben meer leden, maar een aantal van hen waren reeds individueel lid van FEBED. Deze aansluitingen verhoogt onze representativiteit en versterkt onze onderhandelingspositie.

le futur nous continuions à développer le thème de 'l'emballage cautionné».

Le nombre de producteurs qui achètent les statistiques de **DataMasters** a augmenté et nous avons encore en cours des entretiens prometteurs pour 2020. Pour la première fois en 2019 nous avons pu payer une indemnité aux membres participants: en avril un acompte leur a été payé. Les comptes 2019 seront bientôt clôturés et si vous participez vous recevrez bientôt une indemnité supplémentaire. Compte tenu de ce deuxième paiement et des ristournes de fin d'année de **Freedom, 55% des membres qui participent aux deux programmes ont récupéré la moitié de leur cotisation, et 36% ont touché plus que le montant de leur cotisation**.

Avec **Trends Business Information(TBI)** nous avons conclu un important accord. À partir de 2020, en tant que membre de FEBED, vous avez accès aux rapports de crédit de TBI. C'est un outil important dans la gestion de vos comptes clients. Nous y revenons dans un prochain article.

Les groupements d'achats **BELBEV et CoRoSa** deviennent membres de FEBED à partir de 2020, ce qui nous permet d'accueillir 24 nouveaux membres. Les deux groupements comptent plus de membres que cela, mais nombre d'entre eux étaient déjà membres individuels de FEBED. Ces affiliations augmentent notre représentativité et renforcent notre position de négociation.

FORUM 2020

Het FEBED Forum is een begrip geworden. Het centrale thema voor dit jaar is **sustainability**. Duurzaamheid is veel meer dan initiatieven nemen om je ecologische footprint te verbeteren. Op het Forum willen we duurzaamheid in al zijn betekenissen aan bod laten komen. Naast impact op het milieu, gaat het ook om duurzame relaties met personeel, klanten en leveranciers. Deze aspecten zijn belangrijk voor een degelijke beleidsvoering en voor de continuïteit van je bedrijf. Tijdens het Forum willen we jullie inspireren hoe je met die verschillende aspecten van duurzaamheid kunt omgaan om je bedrijf beter te wapenen voor de toekomst.

Peer Swinkels, CEO van Swinkels Family Brewers, is dit jaar onze keynote speaker. Sinds februari 2019 staat hij aan het hoofd van de succesvolle brouwerij die in 130 landen aanwezig is. In 2016 werd Palm Belgian Craft Brewers overgenomen en werden ze actief op de Belgische markt. Als zevende generatie van de familie Swinkels, wil hij het bloeiend bedrijf verder uitbouwen om het te kunnen doorgeven aan de volgende generaties. Duurzaamheid staat centraal in de visie van Swinkels Family Brewers. Op hun website formuleren ze het zo **'Een duurzame familiebrouwer met worteling in de lokale grond'**. Wereldwijd wordt gekozen voor duurzaam brouwen. Circulair ondernemen is daarbij het uitgangspunt:

Le FEBED FORUM est devenu un concept. Le thème central pour cette année est **sustainability**. La durabilité, c'est beaucoup plus que prendre des initiatives pour améliorer votre empreinte écologique. Lors du FORUM, nous voulons aborder la durabilité dans toutes ses significations. Outre l'impact sur le milieu, il s'agit aussi des relations durables avec le personnel, les clients et les fournisseurs. Ces aspects sont importants pour une gestion saine de votre entreprise. Au cours du FORUM, nous voulons inspirer les distributeurs en boissons sur la façon d'aborder les différents aspects de la durabilité afin de mieux armer votre entreprise pour l'avenir.

Peer Swinkels, CEO de Swinkels Family Brewers, est notre keynote speaker de cette année. Depuis février 2019, il est à la tête d'une brasserie prospère, présente dans 130 pays. En 2016, elle a repris Palm Belgian Craft Brewers et est active sur le marché belge. En tant que représentant de la septième génération de la famille, Peer Swinkels veut continuer à développer sa florissante entreprise afin de pouvoir la transmettre aux générations suivantes. La durabilité est au centre de la vision de Swinkels Family Brewers. Ils le formulent ainsi sur leur website: **«Un brasseur familial durable, avec des racines dans le sol local»**. Dans le monde entier, ils ont choisi de brasser de façon durable. Entreprendre de façon circulaire est à cet égard un

brouwerijen die energie- en waterneutraal zijn en waar afval en reststoffen hergebruikt worden. Waar ook ter wereld wil Swinkels Family Brewers bijdragen aan een leefbare omgeving. Ze zijn nieuwsgierig naar wat hun consumenten en klanten willen, vanuit de intentie om iets voor de ander te betekenen en een lange termijn relatie aan te gaan. Binnen Swinkels Family Brewers moet iedere medewerker zich kunnen ontwikkelen en groeien. Dit geeft de beste resultaten voor het bedrijf. De mix van al deze elementen samen maakt dat Swinkels Family Brewers een succesvolle onderneming is.

Het panelgesprek zullen we in een nieuw kleedje stoppen. Dit zijn we nog een aan het uitwerken. Op het Forum krijg je de primeur. Benieuwd naar jullie reacties!

De FEBED Awards zijn een uniek platform om van elkaar te leren en positieve ervaringen uit te wisselen. Met het Forum en onze communicatie kanalen hebben we een uniek platform om dit te realiseren. Vorig jaar hebben we zeer interessante dossiers ontvangen. Er zijn **drie categorieën** waarvoor je een dossier kan indienen: **horeca, drinkcenters en innovatie algemeen**.

In de categorie **horeca** verwachten we dossiers waar je als drankenhandelaar bijgedragen hebt of

principe de base: brasseries qui sont neutres en énergie et en eau et où les déchets et résidus sont réutilisés. Où que ce soit dans le monde, Swinkels Family Brewers veut contribuer à un environnement viable. Ils sont attentifs à ce que leurs consommateurs et clients veulent, dans l'intention de signifier quelque chose pour l'autre et bâtir une relation à long terme. Au sein de Swinkels Family Brewers, chaque travailleur doit pouvoir se développer et progresser. C'est ce qui donne les meilleurs résultats pour l'entreprise. Le mix de tous ces éléments réunis fait de Swinkels Family Brewers une brasserie prospère.

Nous allons retravailler la formule de la table-ronde. Nous sommes encore en train d'y travailler. Vous en recevrez la primeur au FORUM. Nous sommes curieux de connaitre vos réactions!

Les FEBED AWARDS constituent une plateforme unique pour partager des expériences positives et apprendre les uns des autres. Avec notre FORUM et nos canaux de communication, nous disposons d'une plateforme unique pour réaliser cela. L'année dernière, nous avons reçu des dossiers très intéressants. Il y a **trois catégories** pour lesquelles vous pouvez déposer un dossier: **horeca, drinkcenters et innovation en général**.

Dans la catégorie **horeca** nous attendons des dossiers où, en tant que distributeur en boissons, vous avez

geïnvesteerd hebt in nieuwe horeca-concepten, initiatieven ontwikkeld hebt om meer bezoekers aan te trekken bij je horeca klanten, formules ontwikkeld hebt om klantentrouw te stimuleren of de omzet te verhogen, bijgedragen hebt tot innovaties m.b.t. het beheer van horeca zaken, ...

We zien heel wat interessante initiatieven, zoals op de Dag van Drankenhandelaar, m.b.t. de **drinkcenter activiteiten**. Voor deze categorie denken we aan dossiers die betrekking hebben op nieuwe inrichtingen, nieuwe of aangepaste concepten, loyauteitsprogramma's, animaties, e-commerce, assortimentspolitiek...

In de categorie **innovatie algemeen** kunnen heel wat initiatieven aan bod komen, zoals informatica toepassingen, productiviteitsverbeteringen (magazijn, leveringen, administratie, bestelopname), duurzaamheid in de ruime zin van het woord (milieu, personeels-, klanten- en leveranciersrelaties), lay-out van depot, ...

Als deelnemende drankenhandelaar kiest u een of meerdere van de drie categorieën waarvan u overtuigd bent dat u voor deze categorie een award

contribué ou investi dans de nouveaux concepts horeca, développé des initiatives afin attirer davantage de visiteurs chez vos clients horeca, développé des formules pour fidéliser leur clientèle ou augmenter leurs ventes, contribué à des innovations relatives à la gestion d'un établissement horeca...

Nous voyons de nombreuses initiatives intéressantes, comme lors de la Journée du Distributeur en Boissons, portant sur les **activités drinkcenter**. Pour cette catégorie nous pensons à des dossiers qui concernent de nouvelles installations, des concepts nouveaux ou adaptés, des programmes de fidélité, des animations, de l'e-commerce, une politique en matière d'assortiment...

Dans la catégorie **innovation en général**, quantité d'initiatives peuvent être présentées, telles que des applications informatiques, des améliorations de la productivité (entrepôts, livraisons, administration, prise de commande), durabilité au sens large du terme (environnement, relations avec le personnel, les clients, les fournisseurs), lay-out du dépôt...

Comme distributeur en boissons participant, vous choisissez une ou plusieurs des catégories pour

verdient. De beoordeling zal gebeuren door een onafhankelijke jury en de winnaars worden bekend gemaakt op het FEBED FORUM.

Na de slottoespraak van onze voorzitter, Marc De Keyzer, is het tijd voor het informeel gedeelte, waar we met een walking dinner en dranken aangeboden door de sponsors kunnen genieten van een gezellig samenzijn.

We kijken er al naar uit !

Noteer alvast in uw agenda 23 maart 14.00 Hr. Docks Dome – Lambermontlaan 1 – 1000 Brussel

lesquelles vous êtes convaincu de mériter un award. L'évaluation sera faite par un jury indépendant et les lauréats seront dévoilés lors du FEBED FORUM

Après le discours de clôture de notre président Marc De Keyzer, il sera temps de passer à la partie informelle, où, autour d'un walking dinner et de boissons offertes par les sponsors, nous pourrons nous réunir dans une ambiance conviviale.

Nous avons hâte d'y être!

Notez déjà dans votre agenda le 23 mars 14.00 H. Docks Dome – boulevard Lambermont 1 – 1000 Bruxelles

FEBED
SUSTAINABILITY
FORUM 23/03/2020

Trends
Business Information
IN SEARCH FOR BUSINESS

Opvolging Klantenrekeningen

De betaling van openstaande klantenrekeningen is één van de hoofdbekommernissen van onze sector. Jullie worden geconfronteerd met een van de meest kwetsbare sectoren, wat vaak leidt tot betalingsachterstallen en onbetaalde facturen. Meer dan 50 % van de bedrijven, die elk jaar failliet gaan, bevinden zich in de horecasector.

FEBED stelt zich tot doel om haar leden hulpmiddelen aan te bieden om deze fenomenen te bestrijden. Vanaf 2020 heeft ieder FEBED lid de mogelijkheid om informatie in te winnen over de kredietwaardigheid van zijn klanten en prospecten. Voor deze service hoef je niet extra te betalen. Het is inbegrepen in je FEBED lidgeld.

FEBED beschikt echter niet over de infrastructuur, de database of de middelen om dit zelf te implementeren. Dus hebben we besloten deze service uit te besteden aan een professional in bedrijfsinformatie. Trends Business Information (TBI) is een afdeling van Roularta, die een eigen database beheert van alle Belgische bedrijven. De kredietrapporten en kredietanalyses zijn een nationale en internationale referentie.

Suivi comptes clients

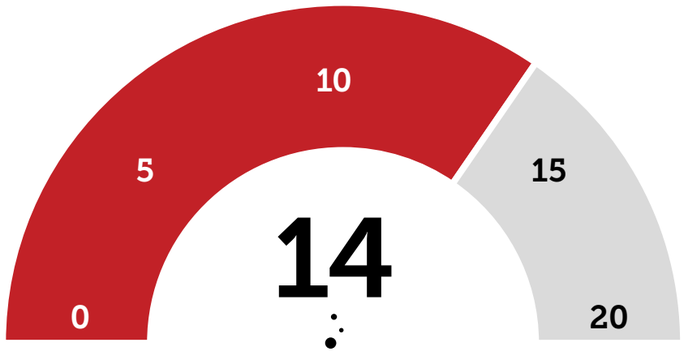
Le paiement des comptes clients ouverts est l'une des préoccupations principales dans notre secteur. Vous êtes confrontés à l'un des secteurs les plus vulnérables, ce qui conduit souvent à des retards de paiement et à des factures impayées. Plus de 50% des entreprises qui font faillite chaque année se trouvent dans le secteur horeca.

FEBED se fixe comme objectif de proposer des outils à ses membres pour lutter contre ces phénomènes. À partir de 2020, chaque membre de FEBED a la possibilité de consulter l'information disponible sur la solidité financière de ses clients et prospects. Vous ne devez rien payer pour ce service. Il est compris dans votre cotisation annuelle.

FEBED ne dispose cependant ni de l'infrastructure, ni de la base de données, ni des moyens pour les mettre en œuvre. Nous avons donc décidé de sous-traiter ce service à un professionnel de l'information d'entreprise. Trends Business Information (TBI) est un département de Roularta qui gère sa propre base de données de toutes les entreprises belges. Ses rapports de crédit et analyses de solvabilité sont une référence tant au niveau national qu'international.

Score: 14/20

Score tussen 10 en 20 wijst op een matig tot laag risico



Score: 14/20

Un score entre 10 et 20 indique un risque modéré à faible

BETALINGSGEDRAG/ COMPORTEMENT DE PAIEMENT	2019 Q4 (%)		2019 Q3 (%)		2019 Q2 (%)		2019 Q1 (%)		2018 Q4 (%)		2018 Q3 (%)		2018 Q2 (%)	
	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE	Ond/ Sté	BE
binnen afgesproken termijn dans le délai convenu	83,35	61,58	99,66	65,53	70,49	75,61	100,00	75,47	97,83	80,21	100,00	79,26	83,37	81,22
1-30 dagen na vervaldatum Échu (1-30 jours)	16,65	15,16	0,21	15,68	29,51	11,78	0,00	11,09	0,94	10,32	0,00	9,99	16,56	9,76
31-60 dagen na vervaldatum Échu (31-60 jours)	0,00	10,49	0,00	6,85	0,00	4,24	0,00	4,13	0,12	3,46	0,00	3,77	0,07	3,14
61-90 dagen na vervaldatum Échu (61-90 jours)	0,00	4,64	0,04	3,02	0,00	2,00	0,00	2,04	0,00	1,41	0,00	1,87	0,00	1,52
>90 dagen na vervaldatum Échu (> 90 jours)	0,00	8,13	0,09	8,92	0,00	6,37	0,00	7,27	1,11	4,60	0,00	5,11	0,00	4,36

TBI beschikt over een platform waar betalingservaringen worden gedeeld. Wekelijks worden de incassodossiers opgevolgd. Op jaarbasis betekent dit dat er meer dan 50.000 bedrijven worden gecontroleerd. Het is dus een krachtig hulpmiddel voor risicodetectie, dat in 2020 in het scoresysteem zal worden geïntegreerd. Dit is een uniek gegeven in België.

TBI verzamelt ook elke maand een groot aantal aging lists (ouderdomsbalans van de klantrenrekeningen) die door bedrijven worden opgestuurd. De verwerking van deze gegevens maakt het mogelijk om een beeld te schetsen van het betalingsgedrag van uw klant of prospect. Hoe meer betalingservaringen TBI ontvangt, hoe relevanter de weergave van elke debiteur. Het is daarom belangrijk om er zoveel mogelijk te verzamelen. Door deel te nemen en uw aging rapport op te sturen, levert u een concrete bijdrage aan het verbeteren van dit belangrijke preventie-instrument voor onze sector.

Vanaf januari 2020 heeft u als FEBED-lid toegang tot deze informatie via de website:
https://pro.trends-business-information.be

Praktisch, kunt u kiezen tussen 2 opties:
Optie 1: leden die hun aging lists elke maand doorsturen, krijgen toegang tot de gehele Belgische database. Deze database is uitgebreid, intuïtief en maakt talloze analyses en controles mogelijk.
Optie 2: leden die hun aging lists niet willen doorsturen, krijgen enkel toegang tot een beknopt rapport, dat samen met FEBED is ontworpen.

Hoe stuurt u de aging lists door?

In de maand volgend op de afsluiting, stuurt u het bestand (in xls formaat !) naar het volgende adres : paymentbehaviour@tbi.be

TBI dispose d'une plateforme où les expériences de paiement sont partagées. Les dossiers d'encaissement sont suivis chaque semaine. Sur base annuelle, cela signifie que plus de 50.000 entreprises sont contrôlées. C'est donc un outil puissant de détection de risque, qui sera intégré au système de score en 2020 et c'est unique en Belgique.

TBI rassemble aussi tous les mois de nombreuses aging lists (balance âgée: historique des créances clients), qui lui sont envoyées par des entreprises. Le traitement de ces données permet de brosser un portrait du comportement de paiement de votre client ou prospect. Plus TBI reçoit d'expériences de paiements, plus le portrait de chaque débiteur est pertinent. Il est dès lors important d'en rassembler autant que possible. En participant à ce mouvement et en envoyant vos balances âgées, vous contribuez concrètement à l'amélioration de cet outil de prévention important pour notre secteur.

À partir de janvier 2020, en tant que membre de FEBED, vous avez accès à cette information via le website
https://pro.trends-business-information.be

En pratique, 2 options vous sont offertes :
Option 1 : les membres qui envoient leurs balances âgées tous les mois ont accès à toute la base de données belge de TBI. Elle est riche, intuitive et permet de nombreuses analyses et contrôles.
Option2 : les membres qui ne souhaitent pas transmettre leurs balances âgées ont seulement accès à un rapport succinct, conçu en collaboration avec FEBED.

Comment transmettre vos balances âgées ?

Au cours du mois qui suit la clôture mensuelle, envoyez votre fichier (sous format xls !) à l'adresse suivante : paymentbehaviour@tbi.be

Welke gegevens moeten de aging lists bevatten?

De aging list van klantfacturen is een standaard toepassing in alle boekhoudpakketten. Waarschijnlijk heeft u toegang tot verschillende versies. Daarbij is het belangrijk dat u kiest voor een versie die minstens volgende gegevens bevat:

- Ondernemingsnummer van de klant (BTW nummer)
- Naam van de klant
- Factuurnummer
- Datum van uitgifte van de facturen
- Bedrag van elke factuur
- Overeengekomen betalingsdatum
- Openstaande saldo op het einde van de maand
- Betalingsdatum (mogelijk gedeeltelijk) van elke factuur
- Betaald bedrag van elke factuur

Sommige programma's hebben een indeling van openstaande saldi volgens de betalingsachterstand. Deze versie is het gemakkelijkst te interpreteren.

Hoe worden de gegevens gebruikt?

TBI zal manueel uw gegevens integreren in de database. Eenmaal geïntegreerd, zullen deze beschikbaar zijn in de kredietrapporten van de betrokken onderneming in de vorm van een tabel. De gegevens worden per kwartaal weergegeven en vergelijken het bedrijf met het gemiddelde van het land, hierbij worden alle sectoren samen genomen.

Hoe de informatie interpreteren ?

De informatie wordt op een automatische en statistische manier verwerkt. Het gedrag van een onderneming wordt vergeleken met dat van andere bedrijven in het land en in dezelfde activiteitensector. Met als doel om elk bedrijf in een risicoklasse te plaatsen en aan te geven wat het maximaal commercieel krediet is dat aan de klant kan gegeven worden. Dit moet voorkomen dat iemand onnodige risico's neemt.

Wenst u meer te weten ?

In het eerste kwartaal van 2020, organiseert FEBED samen met TBI een informatie sessie in alle provincies van het land. Wij zullen daar de TBI site presenteren, uitleg geven over de rapporten en al uw vragen beantwoorden.

Om maximaal nut uit deze dienst te halen, is het aangewezen om op deze informatie-sessie aanwezig te zijn. Ook jullie medewerkers die met deze toepassing zullen werken, zijn van harte welkom op deze vergaderingen. Ons doel is dat jullie actief deze toepassing gebruiken om er zoveel mogelijk nut uit te halen.

Als je vragen hebt, aarzel niet FEBED te contacteren.

Que doivent comprendre les fichiers balances âgées ?

La balance âgée des factures clients est une application standard qui se trouve dans tous les logiciels de comptabilité. Vous avez probablement accès à plusieurs versions. Il est dès lors important que vous choisissiez une version qui contient au moins les données suivantes:

- Numéro d'entreprise du client (n° TVA)
- Nom du client
- Numéro de facture
- Date d'émission des factures
- Montant de chaque facture
- Date de paiement convenue
- Solde ouvert en fin de mois
- Date de paiement (éventuellement partiel) de chaque facture
- Montant payé pour chaque facture

Certains programmes proposent un rangement des soldes ouverts par tranches de retards de paiements. Cette version est la plus facile à interpréter.

Comment les données sont-elles exploitées ?

TBI va intégrer manuellement vos données dans sa base de données. Elles sont ensuite intégrées aux rapports de crédit de chaque entreprise concernée sous forme d'un tableau. Les données sont restituées par trimestre et comparent l'entreprise à la moyenne du pays, tous secteurs confondus.

Comment interpréter l'information ?

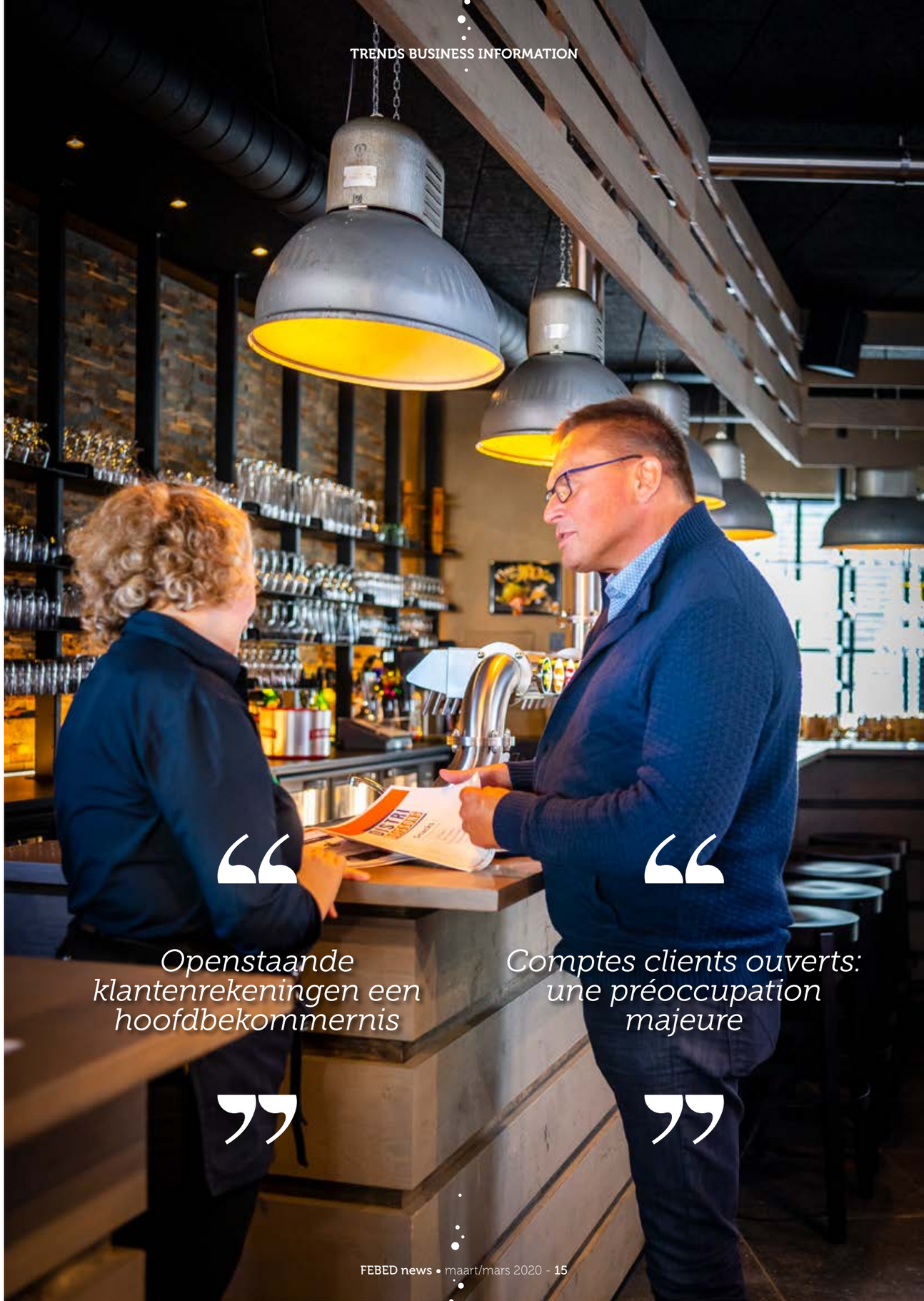
L'information est traitée de manière automatique et statistique. Elle compare le comportement d'une entreprise avec celui des autres entreprises du pays et du même secteur d'activité. Le but est donc de placer chaque entreprise dans une classe de risque de défaillance et de donner un montant de crédit commercial maximum, qui doit éviter à chacun de courir des risques inutiles.

Voulez-vous en savoir plus?

Au cours du premier trimestre de 2020, FEBED va organiser en collaboration avec TBI une session d'information dans toutes les provinces. Nous y présenterons le site de TBI, donnerons des informations sur les rapports et répondrons à toutes vos questions.

Afin de tirer le maximum de ce service, nous vous conseillons d'assister à ces séances d'information. Vos collaborateurs qui utiliseront le service sont évidemment les bienvenus à ces réunions. Notre but est que vous utilisiez activement cette application pour en tirer le bénéfice maximum.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à contacter FEBED



"Openstaande klantenrekeningen een hoofdbekommernis"

"Comptes clients ouverts: une préoccupation majeure"

Kies rendabele projecten

Choisissez des projets rentables

EEN DRANKENHANDELAAR IN DE KIJKER! • UN DISTRIBUTEUR EN VEDETTE!

Distri-Boissons : « De consolidatie is noodzakelijk voor onze sector »

Doorheen de verschillende edities, heeft deze rubriek ons al een groot aantal familiale ondernemingen laten ontdekken waar meerdere generaties drankenhandelaars elkaar opgevolgd zijn en zich aangepast hebben aan de markt- en maatschappelijke evolutie. Van de leveringen die gebeurden met paard en kar tot de moderne drankenwinkels. Deze keer hebben we het over een jonge onderneming Distri-Boissons, die het resultaat is van een grondige analyse over de toekomst van de drankenhandel en is de fusie van drie drankenhandelaars die goed gekend waren in Henegouwen. Frédéric Kapp, één van de bestuurders, deelt met ons de visie van Distri-Boissons over de evolutie van de moderne drankenhandelaar.

Wat kan je ons vertellen over het ontstaan van de onderneming?

"De vennootschap Distri-Boissons is het resultaat van de fusie, in oktober 2016, van de vennootschappen Distri-Dubuisson, de Etablissementen Kapp en Brouwerij Leveugle. Alle drie zijn aandeelhouder gebleven van de nieuwe entiteit. De eerste gesprekken dateren van drie jaar voor de fusie en de aanleiding was een grondige analyse over de toekomst van de drankenhandelaar. Met begeleiding van een consultant, die erkend is door het Waals Gewest, zijn we tot het besluit gekomen dat het noodzakelijk was om een grotere organisatie te creëren met meer volume om schaalvoordelen te creëren op het vlak van logistiek, administratie, kosten en aankoopvoorwaarden. Het idee was ook om een sterk merk te ontwikkelen. Op die manier is Distri-boissons ontstaan, die de drie vennootschappen samengebracht heeft, met behoud van al het personeel en de bestaande drinkscenters.

De daaropvolgende jaren is Distri-Boissons gegroeid door overnames, zoals Chapelle Drinks en recentelijk Brouwerij de L'Abbaye de Lobbes. Momenteel stellen we 65 personeelsleden te werk en realiseren we 25mio euro zakencijfer. Een derde van het zakencijfer wordt gerealiseerd door de drinkcenters en twee derden door de horeca. We bedienen ongeveer 1000 verkooppunten.

Niettegenstaande het uitgestrekt gebied dat we bestrijken, hebben we beslist om onze lokale verankering te behouden en de band met ons cliënteel. Daarom hebben we alle drinkcenters

Distri-Boissons : « La consolidation est nécessaire pour notre secteur »

Au fil des mois, notre rubrique nous a amenés à découvrir bon nombre de sociétés familiales où plusieurs générations de négociants en boissons se sont succédé et se sont adaptées à l'évolution du marché et de la société, depuis le temps des livraisons en charrette dans les villages jusqu'à la généralisation des drinks modernes. Cette édition se penche cette fois sur une jeune société, Distri-Boissons, qui est le résultat d'une réflexion en profondeur sur l'avenir de la profession et est issue de la fusion de trois négoces bien connus dans le Hainaut. Frédéric Kapp, l'un des administrateurs, nous partage la vision de Distri-Boissons sur l'évolution du négoce moderne.

Que pouvez-vous nous dire sur la création de l'entreprise?

"La société Distri-Boissons est le résultat de la fusion en octobre 2016 des sociétés Distri-Dubuisson, les Établissements Kapp et Brasserie Leveugle, toutes trois actionnaires de la nouvelle entité. Les pourparlers ont démarré trois ans plus tôt, partant d'une réflexion en profondeur sur l'avenir du négoce en boissons. Assistés par un consultant agréé par la Région Wallonne, nous en sommes venus à la conclusion qu'il était nécessaire de créer une entité plus importante en termes de volume et de taille, afin de pouvoir bénéficier des économies d'échelle au niveau de la logistique, de la gestion administrative, des couts et de la force d'achat. L'idée était également de créer une seule marque forte. C'est ainsi qu'est née la société Distri-Boissons, regroupant les trois sociétés et conservant l'ensemble du personnel et les drinks existants.

Au cours des années qui ont suivi, Distri-Boissons a gagné en taille au gré des reprises, comme celle de Chapelle Drinks et plus récemment de la Brasserie de l'Abbaye de Lobbes. Nous employons actuellement 65 personnes et affichons un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros, un tiers généré par les drinkcenters et deux-tiers par l'horeca. Ainsi, nous desservons près de 1000 points de vente.

Malgré l'étendue de l'aire géographique dans laquelle nous évoluons, nous avons décidé de garder notre ancrage local et le lien avec la clientèle. C'est pour cette raison que nous avons gardé tous les

behouden. In totaal hebben we er nu 8: Frameries, Gosselies, Moeskroen, Haine-Saint-Paul, Doornik, Chapelle-Lez-Herlaimont en Lobbes."

Kan je ons meegeven wat de strategische keuze teweeg gebracht heeft ?
"Eerst en vooral moet ik zeggen dat als zelfstandige de keuze maken om op die manier samen te gaan, niet evident is. Een dergelijke fusie betekent natuurlijk dat je een deel van je onafhankelijkheid verliest. Echter dit argument werd goed gemaakt door de uitdaging aan te gaan om de recente evoluties in de horeca het hoofd te bieden. Deze evolutie houdt in dat je een uitgebreider service en een breder assortiment moet kunnen aanbieden. Het is moeilijk om een commerciële ploeg uit te bouwen als je een kleinere organisatie hebt. We stellen vier vertegenwoordigers te werk om de regio af te dekken. We willen ons eigen merk ontwikkelen om de communicatie te vergemakkelijken. Een mooi voorbeeld zijn de publicitaire radio spots die regelmatig uitgezonden werden voor de eindejaarsfeesten om de diensten die Distri-Boissons aanbiedt te promoten.

Een andere strategische keuze die we recentelijk gemaakt hebben is om in 2019 lid te worden van 'Prik en Tik'. We hebben besloten om aan te sluiten bij de aankoopgroepering, terwijl we onze Waalse identiteit behouden, vooral na al de inspanningen die we geleverd hebben om het merk Distri-Boissons te ontwikkelen voor onze drinkcenters. De strategie van Distri-Boissons is gebaseerd op de organische groei die we realiseren door meer dan het gemiddelde te investeren in de markt en door kleinere drankenhandelaars over te nemen. Onze grote expertise op het vlak van drinkcenters laat ons toe om

drinkcenters. On en dénombre 8 au total : Frameries, Gosselies, Mouscron, Haine-Saint-Paul, Tournai, Erquelinnes, Chapelle-Lez-Herlaimont et Lobbes."

Que pouvez-vous nous dire de plus sur les choix stratégiques qui ont été opérés ?
"Tout d'abord, il faut dire que le choix en tant qu'indépendant de s'associer de cette manière n'est pas des plus évidents, car une telle fusion signifie bien entendu une certaine perte d'indépendance. Cependant, cet argument était en balance avec la nécessité de faire face à l'évolution récente du secteur horeca. Celle-ci implique une offre de services plus étendue, une gamme élargie et un service commercial qu'il est difficile de mettre en place lorsque l'on est de taille plus limitée. Nous employons par exemple 4 commerciaux pour couvrir la région. Nous partagions en outre la volonté de créer notre propre marque, pour une communication plus facile. Je prends pour exemple les spots publicitaires qui ont été largement diffusés à la radio avant les fêtes de fin d'année pour promouvoir les services de Distri-Boissons.

Un autre choix stratégique récent a été l'affiliation en 2019 à Prik&Tik. Il a été décidé d'intégrer le groupement d'achats, tout en gardant notre identité wallonne, surtout après tous les efforts consentis pour développer la marque Distri-Boissons, notamment au niveau des enseignes des drinkcenters.
La stratégie de Distri-Boissons est basée sur la croissance organique, que nous réalisons en investissant plus que la moyenne dans le marché et en reprenant des négoces de plus petite taille. Notre grande expertise au niveau des drinkcenters nous

de bestaande magazijnen van de vennootschappen die we overgenomen hebben, te behouden met het oog op het realiseren van een professionele en winstgevende activiteit op zich. Niet als aanhangsel van de horeca-activiteit, zoals dit in het verleden dikwijls het geval was. Het objectief is om op termijn een keten te ontwikkelen van Distri-Boissons winkels die beschikbaar zal zijn voor de particuliere en horeca klanten."

Als zelfstandige, wat heeft de creatie van Distri-Boissons U op professioneel vlak bijgebracht?
"Het beroep van drankenhandelaar is door de tijd heen complexer geworden. Je moet goed zijn in alles: personeelsbeleid, informatica, logistiek, enz. Daarbij komt, als je alleen zijt, je onmisbaar bent en niemand is vrij van de risico's die het leven met zich kan meebrengen en die de continuïteit van het bedrijf in gevaar kan brengen. Het feit dat we ons geassocieerd hebben, heeft aan ieder van ons toegelaten om ons toe te leggen op die aspecten van ons beroep waar we het meest affiniteit mee hadden. Marc Leveugle is verantwoordelijk voor alle commerciële aspecten, Hugues Dubuisson legt zich toe op de ontwikkeling van de brouwerij. Ikzelf ben verantwoordelijk voor de logistiek, personeelsbeheer, financiën en de 8 drinkcenters.

De grootte van de onderneming laat ons eveneens toe specialisten in de verschillende domeinen van onze activiteiten aan te trekken."

Met welke uitdagingen wordt je momenteel geconfronteerd ?
"Iedere drankenhandelaar moet momenteel het hoofd bieden aan de daling van de volumes en de

permet de garder les magasins existants des sociétés que nous reprenons, avec l'optique d'en faire un business professionnel et rentable en soi, et pas à titre accessoire à côté du segment horeca, comme ça a longtemps été le cas. L'objectif est de créer à terme une chaine de magasins Distri-Boissons, qui sera à disposition tant du particulier que de la clientèle horeca."

En tant qu'indépendant, que vous a apporté la création de Distri-Boissons au niveau professionnel ?
"Le métier de négociant en boissons s'est complexifié avec le temps. Il faut être bon en tout : ressources humaines, informatique, logistique etc. De plus, en étant seul, on est indispensable et personne n'est à l'abri des aléas de la vie qui pourraient mettre en péril la continuité du business. Le fait de nous associer a permis à chacun de se concentrer sur les aspects du métier avec lesquels il avait le plus d'affinités. Marc Leveugle s'occupe de toute la dimension commerciale, Hugues Dubuisson se concentre sur le développement de la brasserie, tandis que je gère la logistique, les ressources humaines, les finances et les 8 drinkcenters.

La taille de la société nous permet également d'engager des spécialistes dans les différents domaines que couvre notre activité."

Quels sont les défis auxquels vous êtes confrontés à l'heure actuelle ?
"Tout négociant en boissons fait aujourd'hui face à la baisse de volume et du nombre d'établissements

daling van het aantal horeca zaken en soms aan het gebrek aan professionalisme in de sector. Onze winstmarge moeten we tegenwoordig gaan zoeken in andere assortimenten: alcoholische dranken, wijnen, materiaal, diensten en de ondersteuning bij investeringen. Als professional in dranken, moeten we de professionalisering en het rentabiliseren van de horeca ondersteunen. De tijd van het dorpscafe ligt achter ons en de sector moet meer kwaliteit bieden, in combinatie met toenemende verwachtingen van het cliënteel. Het is aan de drankenhandelaar om de goede opportuniteiten en de goede projecten te kiezen.

Een andere uitdaging is het vinden van goed personeel. Het is niet evident om mensen te vinden die bereid zijn om fysisch werk te doen en beschikken over een rijbewijs C. We nemen voor ons personeel de kosten ten laste om een rijbewijs te halen. Een ander voordeel van de grootte van ons bedrijf is dat we de mogelijkheid hebben om het personeel volgens noodzaak in te zetten in de verschillende drinkcenters."

Hoe zie je de toekomst van de drankenhandelaar ?

"Naar mijn mening zal de consolidatie die bezig is niet stoppen. We evolueren naar een sector van drankenhandelaars met minder maar grotere spelers. Dit is het gevolg van de verschillende uitdagingen die ik vermeld heb. Het is moeilijk om die het hoofd te bieden met één drinkcenter. Het gamma voor de horeca en de particulieren is zo verschillend dat het moeilijk is de rotatie goed te beheren met een enkel drinkcenter. Daarbij komt dat door de vermindering van het aantal horeca zaken de afstand tussen twee stops veel groter is geworden. Een grotere structuur laat toe om beter de vrachtwagens te rentabiliseren. Een andere evolutie is de toenemende interesse van de consument voor gewaarborgde verpakking, gezien ze meer en meer belang hechten aan ecologie. Deze evolutie is gunstig voor ons beroep en we hopen dat deze trend geen mode verschijnsel is. Het moeilijkst is om de klant een eerste keer naar het drinkcenter te laten komen. Eens hij de weg gevonden heeft, komt hij terug omdat hij bij ons een service ontdekt die hij niet gewoon is in de grootdistributie. De troeven van onze drinkcenters zijn het advies, de discretie en de snelle service, zoals het plaatsen van de bakken in de koffer van de klant.

Wat betekent FEBED voor U en wat verwacht je in de toekomst ?

"Het is belangrijk voor de drankenhandelaar een professionele federatie te hebben die ons beroep vertegenwoordigt. Je mag niet vergeten dat 90 % van onze aankopen gebeurt bij multinationals. Het is van vitaal belang voor onze sector om zich te verenigen en de ruzies tussen drankenhandelaars te overstijgen om de grote producenten niet de kans te geven om het principe van 'verdeel en heers' toe te passen. We hebben de belangrijke rol van FEBED gezien in het dossier van de tarificatie. Hierbij moet je niet enkel aan AB-InBev denken. Andere grote spelers, niet noodzakelijk in de bier branche, kunnen of

dans l'horeca, ainsi que parfois au manque de professionnalisme de ce secteur. Il convient à présent d'aller chercher notre marge bénéficiaire dans d'autres gammes : les alcools, les vins, le matériel, le service et l'assistance à l'investissement. En tant que professionnel de la boisson, nous devons soutenir la professionnalisation et la rentabilisation de l'horeca. Le temps des petits bistrots de village est maintenant derrière nous, et le secteur doit offrir plus de qualité, en adéquation avec le niveau d'exigence croissant de la clientèle. Il revient au négociant en boissons de saisir les bonnes opportunités en choisissant les bons projets.

Un autre défi consiste à trouver du bon personnel. Il n'est pas évident de trouver des personnes disposées à faire un travail physique et disposant d'un permis C. Pour notre personnel, nous prenons en charge les couts liés à l'obtention du permis. Un autre avantage de la taille de notre entreprise est que nous sommes capables de faire tourner le personnel entre les différents drinks en cas de besoin.»

Comment voyez-vous l'avenir du métier de distributeur ?

"Mon avis est que la consolidation en cours ne s'arrêtera pas. On se dirige vers un secteur du négoce en boissons qui comprendra moins d'entités, mais de plus grande taille. Cela est lié aux différents défis que j'ai mentionnés. Il devient difficile d'y faire face avec un seul drinkcenter. Les gammes horeca et particuliers sont si différentes qu'il est compliqué de gérer la rotation avec un seul drinkcenter. De plus, avec la diminution du nombre d'établissements horeca, la distance entre deux arrêts est devenue beaucoup plus grande. Une plus grande structure permet de mieux « rentabiliser le camion ». Une autre évolution est l'intérêt que porte de plus en plus le consommateur aux bouteilles consignées, avec la prise de conscience grandissante pour l'élément écologique. Cette évolution est favorable à notre métier et nous espérons que cette tendance n'est pas qu'un effet de mode. Le plus difficile, c'est de faire venir le client une première fois dans un drinkcenter, car généralement il reviendra après sa première visite, en raison du service qu'il ne trouve pas dans la grande distribution. Les atouts de nos magasins de boissons sont le conseil, la discrétion et la rapidité du service, comme le fait de porter les casiers dans la voiture du client par exemple.

Que signifie FEBED pour vous et quelles sont vos attentes pour l'avenir?

"Il est nécessaire pour le négociant d'avoir une fédération professionnelle qui représente notre corporation. Il ne faut pas oublier que 90% de nos achats se font auprès de multinationales. Il est donc vital pour notre secteur de se regrouper et de passer au-delà des querelles entre négociants, pour ne pas donner aux grands producteurs la possibilité de « diviser pour mieux régner ». On a vu le rôle important joué par FEBED dans le dossier de la tarification. À ce propos, il ne faut pas viser qu'AB InBev. D'autres grands acteurs, pas forcément dans le domaine de la bière, pourraient occuper ou occupent

bekleden reeds een dominante positie en in dit kader is een federatie van drankenhandelaars noodzakelijk om de dingen niet in ons nadeel te laten evolueren.
FEBED moet eveneens tussenkomen bij de publieke instanties. We zijn bovendien verheugd over de campagne die gelanceerd werd rond het thema van de herbruikbare verpakkingen. Een schitterend initiatief.

Wat de toekomst betreft en rekening houdend met de vermindering van het aantal drankenhandelaars, is het belangrijk dat FEBED alternatieve inkomsten vindt om zijn continuïteit te garanderen. De andere drankenhandelaars, die ook genieten van de voordelen die FEBED bekomen heeft, moeten overtuigd zijn van de noodzaak om de federatie te ondersteunen en moeten zich aansluiten."

Welk advies wil je geven aan uw collega's drankenhandelaars?

De drankenhandelaar moet zich aanpassen aan de evolutie in de sector en begrijpen dat de consolidatie onvermijdbaar is. Ze moeten zich associëren om zo goed mogelijke aankoopprijzen te bekomen.

Het is ook belangrijk dat hij een maximum investeert in de uitbatingen die een contract afsluiten, want het is onze taak om de transitie in de horeca sector de begeleiden.

Uiteindelijk moet hij ook begrijpen dat drinkcenters een rendabele activiteit op zich moet zijn en op die manier stoppen met praktijken uit het verleden.

www.distriboissons.be

déjà une position dominante et à ce titre une fédération des négociants est nécessaire pour ne pas laisser évoluer les choses à notre désavantage.
L'intervention de FEBED au niveau des instances publiques est primordiale également. Nous sommes en outre heureux de la campagne lancée sur le sujet des emballages réutilisables. Une excellente initiative.

En ce qui concerne l'avenir, dans le contexte d'une diminution du nombre de négociants actifs, il est important que FEBED trouve des recettes alternatives pour assurer sa continuité. Les autres négociants, qui bénéficient eux aussi des avancées obtenues par FEBED, doivent être convaincus de la nécessité de soutenir la fédération en s'affiliant.»

Quel conseil voudriez-vous donner à vos collègues négociants?

Le négociant en boissons doit s'adapter à l'évolution du secteur et comprendre que la consolidation est inévitable. Il faut s'associer pour obtenir le prix d'achat le plus attractif possible.

Il est également primordial qu'il investisse un maximum dans ses établissements sous contrat, car c'est notre rôle d'assister la transition du segment horeca.

Enfin, il doit comprendre qu'il faut faire des drinkcenters un business rentable à part entière et de cette manière couper net avec certaines pratiques du passé.

www.distriboissons.be

Waarom Lid worden van FEBED?

FEBED, de Federatie van Belgische Drankenhandelaars, verdedigt jullie belangen bij de verschillende overheden die ons land kent, bij producenten en bij andere federaties. Daarnaast verschaft FEBED je heel wat informatie die handig is bij het beheer van je drankenhandel.

Welke informatie kan ik bij FEBED bekomen?

- Type contracten voor drankafname-akkoorden
- FEBED website met een afgeschermd gedeelte voor de leden
- Recent nieuws uit de sector via FEBED News die om de 14 dagen digitaal verschijnt.
- Informatie over de evolutie in de sociale wetgeving via FEBED News Sociaal die digitaal wordt doorgestuurd.
- FEBED News Magazine gaat dieper in op bepaalde onderwerpen en verschijnt driemaandelijks

Individueel advies aan leden:

- Juridische vragen
- Fiscale vragen
- Sociale vragen
- Wetgeving toepasselijk op de sector
- Tussenkomst bij leveranciers indien nodig

Als we zelf het antwoord niet kennen, gaan we ten rade bij specialisten ter zake

Andere initiatieven FEBED waar je vandaag van geniet

- Trends Business Information (TBI) – opvragen kredietrapporten
- Dag van de Drankenhandelaar. Campagne uitgewerkt om verkoop gewaarborgde verpakkingen te stimuleren 'Doe de fles nog eens vol...en nog eens...en nog eens...en nog eens'
- Freedom: interessante aankoopvoorwaarden voor zaken die je nodig hebt voor de werking van je drankenhandel: interim personeel, rollend materieel, brandstof, bureel materieel, inrichting winkel, afvalverwerking, materiaal voor inrichting horeca zaken, ...
- DataMasters: bij deelname, ontvang je een maandelijks rapport van je activiteiten en ontvang je inkomsten van verkoop anonieme statistieken aan producenten.

De helft van de leden die deelnemen aan Freedom en DataMasters recupereren meer dan de helft van hun lidgeld FEBED. 30 % van de deelnemers verdienen hun volledig lidgeld (of meer) terug.

Pourquoi devenir Membre de FEBED?

FEBED, la Fédération Belge des Distributeurs en boissons, défend vos intérêts auprès des différentes autorités que compte notre pays, auprès des producteurs et des autres fédérations... En outre, FEBED vous fournit de nombreuses informations précieuses dans la gestion de votre commerce de boissons.

Quelles informations puis-je obtenir chez FEBED?

- Des contrats types pour les accords d'approvisionnement en boissons
- Website FEBED avec une partie protégée pour les membres
- Des nouvelles récentes du secteur via le FEBED News qui parait tous les 15 jours en version digitale
- Des informations sur l'évolution de la législation sociale, via FEBED News Social, envoyé en version digitale
- FEBED News Magazine, le magazine papier qui approfondit certains sujets et parait trimestriellement.

Conseil individuel aux membres:

- Questions juridiques
- Questions fiscales
- Questions sociales
- Législation applicable au secteur
- Intervention auprès de fournisseurs si nécessaire

Et si nous ne connaissons pas la réponse, nous prenons conseil auprès de spécialistes en la matière.

Autres initiatives de FEBED dont vous bénéficiez aujourd'hui

- Trends Business Information (TBI) – demande de rapports de crédit
- Journée du Distributeur en Boissons. Campagne développée pour stimuler la vente de boissons en emballages cautionnés «Remplissons cette bouteille! Encore... Encore... Et encore»
- Freedom: conditions d'achats intéressantes pour des biens et services dont vous avez besoin pour faire tourner votre entreprise: personnel intérimaire, matériel roulant, carburant, matériel de bureau, aménagement magasin, traitement des déchets, matériel pour les établissements horeca...
- DataMasters: si vous participez, vous recevez un rapport mensuel de vos activités et une partie des revenus provenant de la vente aux producteurs de statistiques anonymes de vente..

La moitié des membres qui participent à Freedom et DataMasters récupèrent plus de la moitié de leur cotisation à FEBED. 30% des participants récupèrent l'intégralité (ou plus) de leur cotisation!

BELANG LIDMAATSCHAP FEBED • INTÉRÊT AFFILIATION

Belangenverdediging bij verschillende overheden

Recente voorbeelden:

- Drankafname akkoorden bij Europese Commissie, Ministerie Economische Zaken en Belgische Mededingsautoriteit.
- Gratis ter beschikking stellen van kraantjeswater in de Horeca in Wallonië
- ReUse: conferentie en lobbying voor herbruikbare verpakkingen

Belangenverdediging bij producenten:

Recente voorbeelden:

- Tarificatie
- Levering gratis vaten in het kader van promotionele actie producent
- Regelmatige contacten met AB-InBev, Alken-Maes, Coca-cola, Spadel, ...
- Andere producenten in het kader van concrete dossiers

Overleg met andere beroepsfederaties en gemeenschappelijke acties:

- Belgische Water en Frisdrankindustrie (VIWF) – dossier gratis water in de horeca in Wallonië
- Belgische Brouwers
- UNIZO

Bijeenkomsten met collega's drankenhandelaars

- FEBED FORUM: 23 maart 2020
- FEBED Academy: in functie van noodzaak rond bepaalde thema's. Bijvoorbeeld nieuwe vennootschapswetgeving.

De uitdagingen voor de sector zijn talrijk. Als individuele drankenhandelaar is het onmogelijk om al die taken op te nemen. Je prioriteit is de uitbouw van je drankenhandel. Als groep sta je sterker. Hoe meer leden, hoe representatiever FEBED is en hoe beter we jullie belangen kunnen verdedigen bij openbare instanties en producenten.
Aarzel niet!

Défense de vos intérêts auprès de diverses autorités

Exemples récents:

- Accords d'approvisionnement en boissons auprès de la Commission Européenne, du Ministère des Affaires Économiques et de l'Autorité Belge de la Concurrence
- Mise à disposition d'eau du robinet gratuite dans l'horeca en Wallonie
- ReUse: conférence et lobbying en faveur des emballages réutilisables.

Défense de vos intérêts auprès de producteurs

Exemples récents:

- Tarification
- Fourniture de futs gratuits dans le cadre d'actions promotionnelles du producteur
- Contacts réguliers avec AB-InBev, Alken-Maes, Coca-cola, Spadel...
- Autres producteurs dans le cadre de dossiers concrets

Concertation avec d'autres fédérations professionnelles et actions communes:

- Fédération Belge de l'Industrie des Eaux et Boissons rafraichissantes (FIEB) – dossier eau gratuite dans l'horeca en Wallonie
- Brasseurs Belges
- UNIZO

Rencontres avec des collègues distributeurs en boissons

- FEBED FORUM: 23 mars 2020
- FEBED Academy: en fonction des nécessités, autour de thèmes déterminés, comme la nouvelle loi sur les sociétés.

Les défis auxquels le secteur doit faire face sont nombreux. En tant que distributeur en boissons individuel, il est impossible d'assumer toutes ces tâches. Votre priorité est de développer votre négoce de boissons. Comme groupe, on est plus fort. Plus elle comptera de membres, plus FEBED sera représentative et mieux elle pourra défendre vos intérêts auprès des instances publiques et des producteurs.
N'hésitez plus!

ZIN IN EEN VERFRISSENDE ALCOHOLVRIJE APERITIEF?
ENVIE D'UN APÉRITIF ALCOHOL FREE RAFRAÎCHISSANT ?

Trakteer jezelf op een **LIEFMANS FRUITESSSE ALCOHOL FREE**!
Zelfde smaak, kleur & verfrissing, maar dan gewoon **alcoholvrij**.
Drink het '**On the Rocks**' voor extra verfrissing.

*Choisissez une **LIEFMANS FRUITESSE ALCOHOL FREE** ! Même goût, même couleur et même rafraîchissement, mais **alcohol free**. Buvez-la « **ON THE ROCKS** » pour encore plus de fraîcheur.*

BIER MET LIEFDE GEBROUWEN DRINK JE MET VERSTAND.
UNE BIÈRE BRASSÉE AVEC SAVOIR SE DÉGUSTE AVEC SAGESSE.