NL

FEBED NEWS #16

FEDERATIE VAN BELGISCHE DRANKENHANDELAARS · FÉDÉRATION BELGE DES DISTRIBUTEURS EN BOISSONS

Impact Corona crisis

Impact Crise Corona

Interview met

Krishan Maudgal

Interview avec

Krishan Maudgal

Het FEBED team

La FEBED team

FEBED NEWS #16 - DRIEMAANDELIJKS TIJDSCHRIFT / PÉRIODIQUE TRIMESTRIEL - JAN-FEB-MAA/JAN-FEV-MAR 2022 - P923734

Beste FEBED-lid,
Beste drankenhandelaar,

2021 is terug geen Grand Cru jaar geweest. Wel integendeel. Nog steeds ondervinden we de invloed van de Corona maatregelen op onze business. Onze partner Trend Business Information (TBI) heeft een analyse gemaakt van de impact die deze crisis heeft op onze sector.

Om zaken te realiseren , die jullie ten goede komen, is het vaak aangewezen om samen te werken met andere sectoren die gelijkaardige uitdagingen hebben zoals wij. De Belgische Brouwers zijn voor FEBED een partner waarmee we samenwerken in een aantal dossiers. Vandaar dat we Krishan Maudgal, directeur bij de Belgische Brouwers, uitgenodigd hebben voor een interview.

Via mail of telefonisch hebben jullie af en toe contact met een FEBED medewerker. In deze editie willen we even ingaan op de taken die ieder team lid vervult en wat hen motiveert om elke dag het beste van zichzelf te geven voor FEBED en zijn leden.

Geniet van je FEBED News Magazine !

GUY DEWULF
Directeur FEBED

Cher membre de FEBED,
Cher Distributeur en boissons

2021 n'a de nouveau pas été un millésime Grand Cru. Bien au contraire ! Nous continuons à subir l'influence des mesures Corona sur notre business. Notre partenaire Trend Business Information (TBI) a réalisé une analyse de l'impact de cette crise sur notre secteur.

Afin de réaliser des choses qui vous profitent, il est souvent recommandé de coopérer avec d'autres secteurs qui rencontrent des défis similaires aux nôtres. Les Brasseurs Belges sont pour FEBED un partenaire avec lequel nous collaborons dans un certain nombre de dossiers. C'est pourquoi nous avons invité Krishan Maudgal, directeur des Brasseurs Belges, pour un interview.

Par e-mail ou par téléphone, vous avez de temps à autre des contacts avec un collaborateur de FEBED. Dans cette édition, nous nous penchons sur les tâches que chaque membre de l'équipe accomplit et sur ce qui les motive à donner le meilleur d'eux-mêmes chaque jour pour FEBED et pour ses membres.

Nous vous souhaitons une bonne lecture de votre FEBED News Magazine !

GUY DEWULF
Directeur FEBED

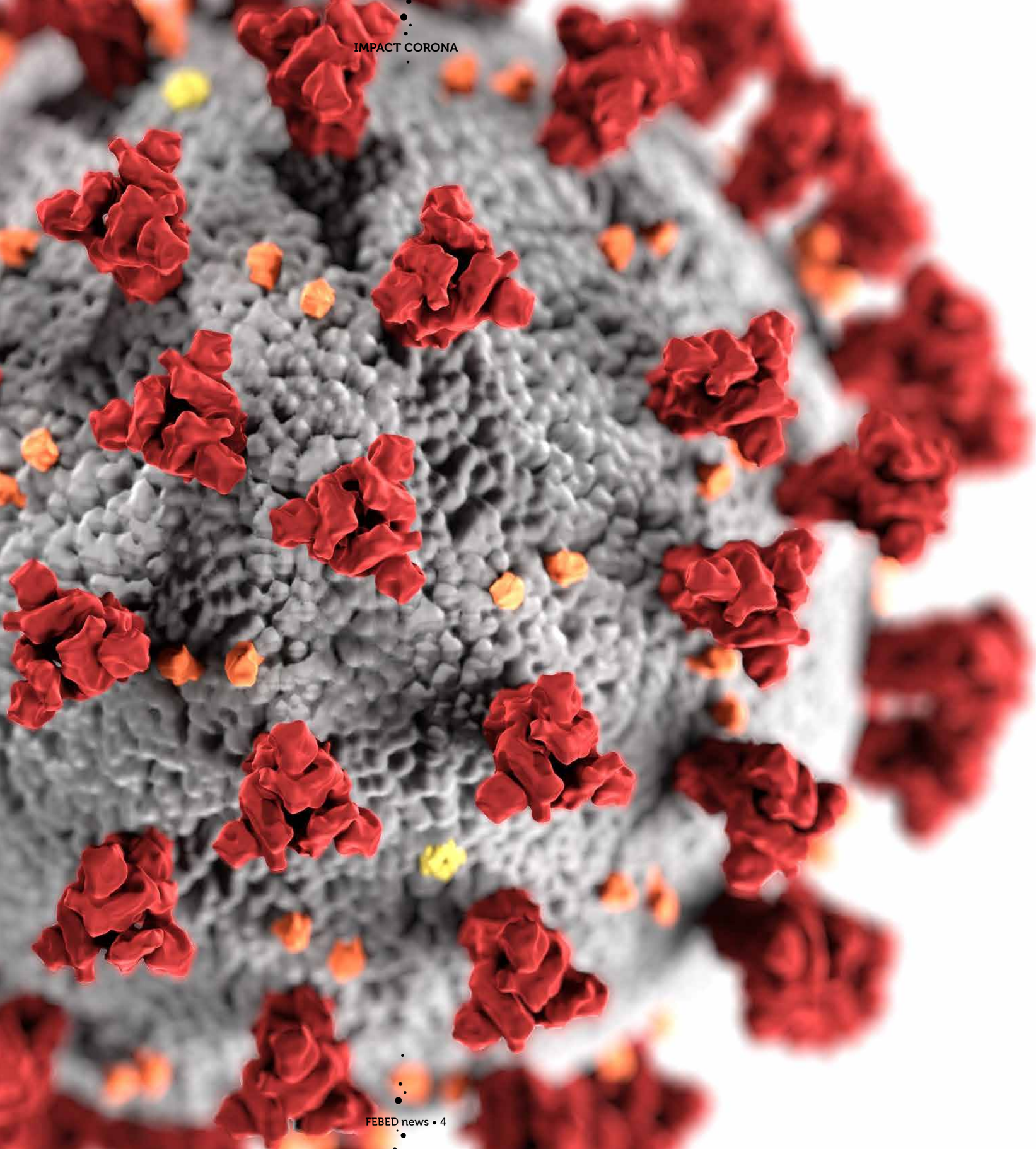
STRUCTURAL PARTNERS liantis Trends Business Information ACCENT

COLOFOON/COLOPHON
FEBED NEWS #15

Uitgever/Editeur: Guy Dewulf
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 vegetale inkten op duurzaam papier
Cette publication est 100% sans isopropanol, imprimée avec de l'encre végétale sur du papier durable



Wat is de impact van de Corona crisis op onze sector ?

De Corona crisis is een van de grootste crisissen of misschien wel de grootste crisis die onze sector treft. Tijd om te kijken wat de impact is op onze bedrijven. Onze partner Trends Business Information (TBI) heeft een analyse gemaakt op basis van de gepubliceerde balansen van onze leden voor het jaar 2020. Recentere cijfers kunnen we niet geven, omdat de balansen voor 2021 nog niet neergelegd zijn. Het gaat om gemiddelde cijfers, gebaseerd op de jaarrekeningen die de FEBED leden neergelegd hebben. Uiteraard zullen er verschillen zijn met jullie individuele cijfers. De resultaten van iedere dranken handel worden beïnvloed door de regio waar het cliënteel gelegen is, al dan niet uitbaten van een drankenwinkel, het aandeel van de winkel in het totaal zakencijfer, het belang van evenementen, enz. Maar de analyse geeft toch een goed beeld van de impact van de crisis op onze sector.

Voor de evolutie wordt steeds het jaar 2020 vergeleken met 2019. In 2019 was er bij onze leden een lichte daling van 0,4 % van de omzet. Voor 2020 hebben we een gemiddelde daling gekend van 24,3 % van de omzet. De daling van de toegevoegde waarde was nog aanzienlijker. Die is in 2020 gedaald met 33 %, waar die in 2019 met 7,4 % gestegen was. De toegevoegde waarde is het verschil tussen de totale opbrengsten van het bedrijf (de omzet) en de kosten om bij leveranciers de goederen, materiaal en diensten aan te kopen om die bedrijfsopbrengsten te realiseren. Vijf bedrijven kennen een negatieve toegevoegde waarde, wat betekent dat de verkopen onvoldoende zijn om de aankopen van goederen en diensten te betalen.
De personeelskosten daarentegen zijn slechts met 20,6 % gedaald waardoor je onmiddellijk ziet dat het resultaat voor 2020 onder druk komt te staan.

Quel est l'impact de la crise Corona sur notre secteur?

La crise Corona est l'une des crises les plus graves, et sans doute la plus grave, que notre secteur ait connues. Il est temps de considérer son impact sur nos entreprises. Notre partenaire Trends Business Information (TBI) a fait une analyse sur base des bilans publiés par nos membres pour 2020. Nous ne pouvons pas donner de chiffres plus récents car les bilans pour 2021 n'ont pas encore été déposés. Il s'agit de chiffres moyens, basés sur les comptes annuels que les membres de FEBED ont déposés. Il y aura naturellement des différences par rapport à vos chiffres individuels. Les résultats de chaque négoce de boissons sont influencés par la zone de chalandise, l'exploitation ou non d'un drinkcenter, l'importance des évènements etc. Mais l'analyse donne quand même une bonne image de l'impact de la crise sur notre secteur.

Pour l'évolution, l'année 2020 est toujours comparée à 2019. En 2019 on a noté chez nos membres une légère baisse (0,4%) du chiffre d'affaires. Pour 2020, la baisse moyenne a été de 24,3% du chiffre d'affaires. La diminution de la valeur ajoutée a encore été plus flagrante : elle a diminué de 33% en 2020 alors qu'elle avait augmenté de 7,4% en 2019. La valeur ajoutée est la différence entre le total des recettes d'une entreprise (le chiffre d'affaires) et les couts d'achat de biens, de matériaux et de services auprès des fournisseurs pour réaliser ces recettes. Cinq entreprises ont une valeur ajoutée négative, ce qui signifie que les ventes sont insuffisantes pour payer les achats de biens et de services.
Les frais de personnel, en revanche, n'ont diminué que de 20,6 %, de sorte que vous pouvez immédiatement voir que le résultat pour 2020 sera sous pression.

De winst voor intresten, belastingen en afschrijvingen is gemiddeld met 57,7 % gedaald ! Wanneer je rekening houdt met afschrijvingen, is de winst voor belastingen met 109 % gedaald, m.a.w. op basis van gemiddelde cijfers heeft onze sector verlies geleden in 2020. Het gemiddeld verlies is 12.597 € per bedrijf. Opgepast! Het gaat hier om gemiddelde cijfers. De individuele situatie kan hiervan sterk afwijken. Er zullen leden zijn die grotere verliezen geleden hebben, maar er zullen ook leden zijn die winst gemaakt hebben. In 2019 steeg de gemiddelde winst nog met 6 % tegenover 2018. Het geleden verlies heeft natuurlijk een impact op het Eigen Vermogen dat gemiddeld met 3 % gedaald is.
De gemiddelde cashflow is met 46,9 % gedaald. 34 bedrijven kennen een negatieve cashflow.

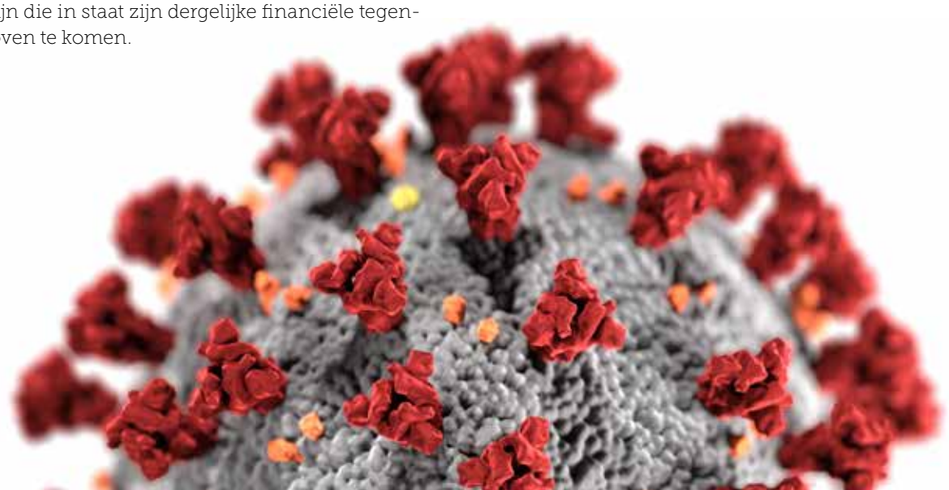
De solvabiliteit is een belangrijke barometer voor een bedrijf. Het is de verhouding tussen het eigen vermogen en het vreemd vermogen en geeft de financiële gezondheid op lange termijn weer. Het geeft aan in welke mate een bedrijf financiële tegenslagen kan opvangen. 70 % van onze leden hebben een solvabiliteit die boven de 25 % ligt. Dit zijn gezonde bedrijven die de financiële tegenslag kunnen opvangen. 10 % hebben een solvabiliteit tussen de 15 % en 25 %, wat ook nog goed is. 20 % hebben een solvabiliteit onder de 15 % waardoor ze het moeilijker zullen hebben om de financiële tegenslag die de Covid crisis teweeg gebracht heeft, te overbruggen.

De openstaande klantenrekeningen zijn met 35 % gedaald wat meer is dan de daling van de omzet (-24,3 %). Weinig rekeningen zijn blijven open staan van voor de Corona crisis. De openstaande vorderingen vertegenwoordigen in 2020 35 % van het Eigen Vermogen, waar dit in 2019 nog 52 % was. Tegenover de totale balans waarde, zijn de klantenvorderingen gedaald van 22,7 % naar 16,3 %, niettegenstaande de balanswaarde gemiddeld met 9,5 % afgenomen is.
Veel cijfertjes, maar ze geven toch een duidelijk beeld van de impact die de Corona crisis heeft op onze bedrijven. Nogmaals het gaat om gemiddelden. Uw individuele situatie kan hiervan sterk afwijken.
De Corona crisis heeft zware klappen toegebracht aan onze sector, maar in het algemeen kunnen we stellen dat de meeste bedrijven van onze leden gezonde bedrijven zijn die in staat zijn dergelijke financiële tegenslag te boven te komen.

Le bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements a diminué de 57,7% en moyenne ! En tenant compte des amortissements, le bénéfice avant impôts a chuté de 109%, en d'autres termes, sur base des chiffres moyens, notre secteur a subi une perte en 2020. La perte moyenne s'élève à 12.597 € par entreprise. Attention ! Il s'agit ici de chiffres moyens. La situation individuelle peut être très différente. Il y aura des membres qui auront subi des pertes plus élevées et il y aura aussi des membres qui auront réalisé du bénéfice. En 2019, le bénéfice moyen avait augmenté de 6% par rapport à 2018. La perte subie a naturellement un impact sur les fonds propres, qui ont diminué de 3% en moyenne.
Le cashflow moyen a diminué de 46,9%. 34 entreprises connaissent un cashflow négatif.

La solvabilité est un baromètre important pour une entreprise. C'est le ratio entre les fonds propres et les fonds de tiers et elle reflète la santé financière de l'entreprise à long terme. Elle indique dans quelle mesure une entreprise peut faire face à des revers financiers. 70% de nos membres ont une solvabilité supérieure à 25%. Ce sont des entreprises saines qui peuvent faire face à un revers financier. 10% ont une solvabilité entre 15% et 25%, ce qui est encore bon. 20% ont une solvabilité inférieure à 15%, il leur sera dès lors plus difficile de surmonter le revers financier provoqué par la crise Covid.

Les comptes clients ouverts ont diminué de 35%, ce qui est supérieur à la baisse du chiffre d'affaires (-24,3%). Peu de comptes sont restés ouverts depuis la crise Corona. Les créances impayées représentent 35% des fonds propres en 2020, là où elles étaient de 52% en 2019. Par rapport à la valeur totale du bilan, les créances clients ont diminué de 22,7% à 16,3%, bien que la valeur du bilan ait diminué de 9,5% en moyenne.
Cela fait beaucoup de chiffres, mais ils donnent une image claire de l'impact de la crise Corona sur nos entreprises. Encore une fois, il s'agit de moyennes. Votre situation individuelle peut être différente.
La crise Corona a porté un coup dur à notre secteur, mais en général, nous pouvons dire que la plupart des entreprises de nos membres sont des entreprises saines, capables de surmonter de tels revers financiers.



Ga altijd voor beter.
L'amélioration constante.

Daarom is het tijd om afscheid te nemen. Van Carlsberg 'zoals u het altijd gekend hebt.'
Een nieuw bier. Een nieuwe fles. Een nieuw glas. Een nieuw label.
Kortom: een nieuwe Carlsberg. Een betere. Probably.

Il est donc temps de dire au revoir à la Carlsberg que vous connaissez.
Une nouvelle bière. Une nouvelle bouteille. Un nouveau verre. Une nouvelle étiquette.
En résumé : Une nouvelle Carlsberg. Une meilleure. Probablement.

Scan de QR-code om meer "Betterment Stories" te ontdekken! Want hoe meer u over Carlsberg weet, hoe beter een Carlsberg smaakt!

Scannez le QR-code pour découvrir d'autres "Betterment Stories" ! Parce que plus vous en apprenez sur Carlsberg, plus vous en apprécierez le goût !

PROBABLY THE BEST BEER IN THE WORLD

RIOJA EDICIÓN LIMITADA

GRATIS DISPLAY GRATUIT

BIJ AANKOOP VAN 84 FLESSEN - À L'ACHAT DE 84 BOUTEILLES

€5,30 (BTW/TVA excl.)

RSP: €9,95 (BTW/TVA incl.)

-35€ 1 DISPLAY

-140€ 2 DISPLAYS

84X EDICIÓN LIMITADA
180x60x40 cm

1 2 3

Contact & info: A. Vaucampslaan 110 - 1654 Huizingen
+32 2 356 33 00 - orders@lewine.be

LE WINE A TASTE OF STORIES, A TOUCH OF WISDOM

Dag van de Drankenhandelaar

Journée du Distributeur en Boissons

Op 20 november van vorig jaar was het weer zover: De Dag van de Drankenhandelaar. Het is een jaarlijkse traditie geworden dat op de derde zaterdag van de maand november de Dag van de Drankenhandelaar georganiseerd wordt. Voor deze editie hebben we verder gewerkt met het thema van de gewaarborgde verpakkingen: 'Op onze toekomst – koop gewaarborgde verpakkingen'. Dit maakt ons uniek en we willen dit benadrukken naar onze klanten.

101 winkels hebben aan deze editie deelgenomen. 40 in Wallonië en 61 in Vlaanderen. Voor Wallonië waren dit evenveel winkels als vorig jaar, in Vlaanderen waren het er minder.

Le 20 novembre dernier, nous y étions à nouveau: La Journée du Distributeur en Boissons. C'est devenu une tradition annuelle que le troisième samedi du mois de novembre soit organisée la Journée du Distributeur en Boissons. Pour cette édition, nous avons continué à travailler sur le thème des emballages cautionnés: «À notre avenir! Achetez des emballages consignés». Cela nous rend uniques et nous voulons le souligner auprès de nos clients.

101 magasins ont participé à cette édition: 40 en Wallonie et 61 en Flandres. Pour la Wallonie, il y avait autant de magasins participants que lors de l'édition précédente, en Flandres il y en avait moins.

De actie werd ondersteund met een Facebook campagne en er waren spandoeken , affiches, wobblers en plafondhangers ter beschikking om de actie in de winkel aan te kondigen. De deelnemers konden een animatiefilmpje downloaden om op de TV schermen in de winkel of op hun website te tonen.
Nieuw dit jaar was de affiche die de speciale promoties voor de Dag van de Drankenhandelaar aankondigde.

We danken de sponsors AB-Inbev, Alken-Maes, Duvel, Lipton Ice Tea en Spadel die ons geholpen hebben om deze campagne uit te werken.

Tijd nu voor enkele sfeerbeelden..

Vercauteren Londerzeel

Choppin - Dion Valmont

Dubois - Ceroux Mousty

Krishan Maudgal

Directeur van de Belgische Brouwers

De Belgische Brouwers zijn een belangrijke partner voor FEBED en voor alle drankenhandelaars in België. We zijn benieuwd te vernemen hoe de situatie momenteel is bij onze partners en hoe zij naar onze sector kijken. We vinden het fijn dat de heer Krishan Maudgal, directeur van de Belgische Brouwers, bereid was dit interview met ons te hebben.

Krishan, wil je jezelf eens voorstellen en van waar je interesse voor de brouwerijsector?
Mijn ganse loopbaan staat al in het teken van het Belgisch Bier. In '97 deed ik een vakantie job bij Brouwerij De Smedt in Opwijk. Ik volgde toen een opleiding Marketing. Ik wou de theorie aan de praktijk toetsen. Mijn taak bestond erin de visibiliteit van de biermerken, gebrouwen in de Brouwerij, bij klanten te optimaliseren. Ik kwam in contact met zowel Horeca uitbaters als drankenhandelaars. Dit beviel me en ook in de jaren nadien was ik er tijdens de vakantieperiode telkens opnieuw te vinden. Jaar na jaar kreeg ik meer taken toebedeeld. Zo werd ik betrokken bij de opbouw van evenementen en heb ik meegewerkt aan een CRM project waarbij de klanten van de brouwerij in kaart werden gebracht.

Na mijn studies in 2000 kon ik bij de brouwerij aan de slag als commercieel assistent. Heineken was toen net 50 % eigenaar van Brouwerij De Smedt. Het was een zeer leerrijke en leuke periode. Ik kreeg de kans om de commerciële activiteiten in Opwijk uit te bouwen in een kleinere organisatie en toch gebruik te kunnen maken van de mogelijkheden die een grote structuur aanbiedt.

In 2006 werd ik verantwoordelijk voor alle commerciële activiteiten van de Brouwerij in België én voor de internationale expansie van Affligem. We werden geconfronteerd met steeds nieuwe commerciële uitdagingen, wat de ideale omgeving was om zich te ontplooien. In die functie ben ik ook in contact gekomen met de Belgische Brouwers en werd ik gecharmeerd en geïntrigeerd door de cohesie en de samenhang die ik aantrof bij de Belgische brouwers. Via de

Krishan Maudgal

Directeur des Brasseurs Belges

La fédération Brasseurs Belges est un partenaire important pour FEBED et pour tous les distributeurs en boissons de Belgique. Nous sommes curieux de savoir quelle est la situation actuelle de nos partenaires et comment ils perçoivent notre secteur. Nous sommes heureux que M. Krishan Maudgal, directeur des Brasseurs Belges, ait accepté de nous accorder cet interview.

Krishan, voulez-vous vous présenter et nous dire d'où vous vient votre intérêt pour le secteur brassicole?
Toute ma carrière a été consacrée à la bière belge. En 1997, j'ai fait un job de vacances à la Brasserie De Smedt à Opwijk. À l'époque, je suivais un cours de marketing. Je voulais mettre la théorie en pratique. Mon travail consistait à optimiser la visibilité auprès des clients des marques de bière brassées dans la brasserie. J'ai été en contact tant avec des exploitants horeca qu'avec des distributeurs en boissons. Cela m'a plu et les années suivantes je revenais chaque fois durant la période des vacances. Année après année, je me suis vu confier davantage de tâches. J'ai par exemple participé à l'organisation d'évènements et j'ai travaillé sur un projet de CRM dans lequel les clients de la brasserie ont été inventoriés.

Après mes études, en 2000, j'ai commencé à travailler à la brasserie en tant qu'assistant commercial. Heineken venait de devenir propriétaire à 50% de la Brasserie De Smedt. Ce fut une période très instructive et agréable. J'ai eu la chance de développer les activités commerciales d'Opwijk dans une organisation plus petite, tout en étant capable d'utiliser les opportunités offertes par une grande structure.

En 2006, je suis devenu responsable de toutes les activités commerciales de la brasserie en Belgique et de l'expansion internationale d'Affligem. Nous étions confrontés à des défis commerciaux toujours nouveaux, ce qui constituait l'environnement idéal pour nous développer. Dans cette fonction, j'ai également été en contact avec les Brasseurs Belges et j'ai été

Belgian Beer Weekend 2019
© Belgian Brewers – Lander Loeckx

Hoge Raad van de Ridderschap van de Roerstok der Brouwers kwam ik in contact met andere brouwers en heb ik enthousiast meegewerkt aan een aantal initiatieven die de Belgische Brouwers genomen hebben, zoals de 'open brouwerij dagen'.

Toen Heineken in 2008 de brouwerij Alken-Maes overnam, werden alle commerciële activiteiten van Opwijk ondergebracht in de structuur van Alken-Maes. Aan die integratie heb ik actief meegewerkt.
In 2009 kreeg ik de kans om de export activiteiten van Alken-Maes uit te bouwen, bestaande uit een assortiment van Belgische merken. Dit was een zeer intensieve en succesvolle periode. Maar ik begon me vragen te stellen, vreesde verstard te geraken in de structuur van een multinational en ik had honger naar iets nieuws. Einde 2010 heb ik mijn ontslag ingediend om een nieuwe loopbaan uit te bouwen als zelfstandige.

Mijn ambitie was om de portefeuille aan Belgische Bieren in de breedte te ondersteunen en de Belgische brouwers hierbij te helpen. De opdrachten waren zeer divers, gaande van het uitwerken van commerciële strategieën, selecteren en begeleiden van verkoopploegen, de ontwikkeling van nieuwe producten en het adviseren van brouwers over hun strategisch plan. Zo heb ik samengewerkt met de paters van Westvleteren voor de bouw van hun nieuwe abdij en hebben we de eenmalige actie van de bouwstenen dozen gerealiseerd. Ik ben betrokken geweest bij de ontwikkeling van het Averbode abdijbier. Het dossier voor de erkenning van bier als UNESCO wereld erfgoed is van mijn hand. In het najaar 2011 werd mij gevraagd een haalbaarheidsstudie uit te voeren om in het voormalig beursgebouw van Brussel een bierbelevingscentrum uit te bouwen. Ondertussen is de ruwbouw bijna klaar en is het de ambitie dat deze internationale bezoekers-

Krishan Maudga

séduit et intrigué par la cohésion et la cohérence que j'ai trouvées chez les Brasseurs Belges. Par l'intermédiaire de la Chevalerie du Fourquet des Brasseurs, je suis entré en contact avec d'autres brasseurs et j'ai contribué avec enthousiasme à un certain nombre d'initiatives prises par les Brasseurs Belges, telles que les «journées brasseries ouvertes».

Lorsque Heineken a repris la brasserie Alken-Maes en 2008, toutes les activités commerciales d'Opwijk ont été intégrées dans la structure d'Alken-Maes. J'ai participé activement à cette intégration.
En 2009, j'ai eu la chance de développer les activités d'exportation d'Alken-Maes, qui regroupent une série de marques belges. Cette période a été très intense et fructueuse. Mais j'ai commencé à me poser des questions, je craignais de rester coincé dans la structure d'une multinationale et j'avais faim de quelque chose de nouveau. Fin 2010, j'ai remis ma démission pour construire une nouvelle carrière en tant qu'indépendant.

Mon ambition était de soutenir le portefeuille de bières belges de manière large et d'aider les brasseurs belges en ce domaine. Les missions étaient très diverses, allant de l'élaboration de stratégies commerciales à la sélection et à l'orientation des équipes de vente, en passant par le développement de nouveaux produits et le conseil aux brasseurs dans leurs projets stratégiques. Ainsi, j'ai travaillé avec les moines de Westvleteren pour la construction de leur nouvelle abbaye et nous avons réalisé l'action unique des coffrets "pierres d'abbaye". J'ai été impliqué dans le développement de la bière de l'abbaye d'Averbode. Le dossier pour la reconnaissance de la bière belge comme patrimoine mondial de l'UNESCO était le mien. À l'automne 2011, on m'a demandé de réaliser une étude de faisabilité pour construire un centre d'expérience de la bière dans l'ancien bâtiment de la bourse de Bruxelles. Entretemps, le gros œuvre est presque terminé et l'ambition est que

ervaring zijn deuren opent in de tweede helft van 2023. Het zal een onwaarschijnlijke vitrine worden voor het Belgisch bier en de biercultuur er rond.
De uitdaging om Belgisch Bier te promoten en te ondersteunen is de drijfveer voor alle initiatieven en verantwoordelijkheden die ik opneem.
Midden in de Corona crisis werd ik benaderd om de rol op te nemen van directeur bij de federatie van de Belgische Brouwers. Op 1 februari 2021 ben ik gestart. Mijn ambitie is om het merk 'Belgisch Bier', de Belgische biercategorie en de gemeenschap rond het Belgisch Bier vanuit de federatie trachten uit te bouwen.

Hoe gaat het momenteel met de Belgische brouwerijen en wat is de impact van de Corona crisis op de brouwerijen?
De pandemie heeft veel krachten, energie en financiële middelen gevergd van onze leden. Gelet op de omstandigheden en de duur van de pandemie gaat het voorlopig nog behoorlijk goed met onze Belgische brouwerijen.
We hebben een onderzoek uitgevoerd naar de impact van de pandemie op de brouwerijen met minder dan 50 werknemers. Voor de pandemie waren zo goed als alle brouwerijen financieel kerngezond. 1 jaar later kennen 30 % van die brouwerijen financiële problemen en nog eens 30 % kennen serieuze financiële problemen. In een jaar tijd is de weerbaarheid van die brouwerijen sterk aangetast geweest. Maar die brouwerijen zullen niet sluiten. Vanuit een lange termijn visie hebben ze beslist hun reserves aan te spreken om de financiële uitdagingen te kunnen bekampen. Dit heeft de innovatie kracht van die brouwerijen op middellange termijn wel aangetast. In plaats van bij de pakken te blijven zitten, hebben die brouwerijen naast de horeca nieuwe afzetkanalen gezocht die ze vroeger als onmogelijk te realiseren zagen. Op zoek naar afzet, zijn ze beginnen leveren in de grootdistributie, hebben ze een webshop ontwikkeld

Belgian Beer Weekend 2019
© Belgian Brewers – Lander Loeckx

cette expérience de visite internationale ouvre ses portes au second semestre 2023. Ce sera une vitrine extraordinaire pour la bière belge et la culture brassicole.
Le défi que constituent la promotion et le soutien de la bière belge motive toutes les initiatives et responsabilités que je prends.
En pleine crise Corona, on m'a proposé le poste de directeur de la Fédération des Brasseurs Belges. J'ai pris mes fonctions le 1er février 2021. Mon ambition est d'essayer de développer la marque «Belgian Beer», la catégorie "bière belge" et la communauté autour de la bière belge à partir de la fédération.

Comment se portent les brasseries belges en ce moment et quel est l'impact de la crise Corona ?
La pandémie a demandé beaucoup de force, d'énergie et de ressources financières à nos membres. Compte tenu des circonstances et de la durée de la pandémie, nos brasseries belges se portent pour l'instant plutôt bien.
Nous avons réalisé une étude sur l'impact de la pandémie sur les brasseries occupant moins de 50 travailler. Avant la pandémie, presque toutes les brasseries étaient financièrement saines. Un an plus tard, 30% de ces brasseries ont des problèmes financiers et 30% ont de graves problèmes financiers. En un an, la résilience de ces brasseries a été sérieusement affectée. Mais ces brasseries ne fermeront pas. Dans une vision à long terme, elles ont décidé de mobiliser leurs réserves afin de faire face aux défis financiers. À moyen terme, cela a cependant affecté leur force d'innovation. Au lieu de rester les bras croisés, ces brasseries ont cherché de nouveaux canaux de vente en plus de l'horeca, ce qui leur semblait auparavant impossible à réaliser. À la recherche de débouchés, elles ont commencé à fournir la grande distribution, ont développé une boutique en ligne pour vendre directement aux consommateurs et ont commencé à chercher des marchés d'exportation. Elles ne laisseront certainement pas tomber le canal horeca, car il est important pour le développement de leurs marques et constitue un des piliers essentiels de notre culture brassicole.
Si l'on traduit l'impact de la pandémie en chiffres, les ventes des brasseries belges en 2020 ont diminué de 50% dans le secteur horeca et augmenté de 2% dans le retail. Au total, cela signifie que 20% de la consommation intérieure a été perdue. L'exportation a également connu une stagnation en 2020.
Nous espérons que nous pourrons bientôt laisser cette période derrière nous.

Brouwerij DE TROCH

De thuis van Chapeau & Oude Geuze

Langestraat 20 | 1741 WAMBEEK (BE)
info@detroch.be | +32 (0)2 582 10 27

Alle info kan je vinden op onze website detroch.be

om rechtstreeks aan de consument te verkopen en zijn ze op zoek gegaan naar exportmarkten. Ze zullen zeker het horeca kanaal niet laten vallen, want dit is belangrijk voor de uitbouw van hun merken en is een essentiële pijler waarop onze biercultuur gebouwd is.
Als we de impact van de pandemie in cijfers vertalen, is de verkoop van de Belgische Brouwerijen in 2020 met 50 % gedaald in de horeca en 2 % gestegen in de retail. In totaal betekent dit dat 20 % van de binnenlandse consumptie verloren is gegaan. Ook de export heeft in 2020 een stagnatie gekend.
We hopen dat we snel deze periode achter ons kunnen laten.

Wat zijn de uitdagingen voor de Belgische Brouwerijen de komende 5 jaar?
Onze ambitie is om het merk 'Belgisch Bier' nadrukkelijk uit te bouwen. De categorie van het Belgisch Bier willen we proactief ondersteunen samen met alle stakeholders: horeca, drankenhandelaars, vertegenwoordigers van de grootwarenhuizen en de politieke vertegenwoordigers. We moeten fier zijn op de waarden van ons Belgisch Bier en moeten dit uitstralen. We kennen in België een ongeziene diversiteit: nergens anders in de wereld vind je een aanbod aan zo veel geuren, kleuren, stijlen en merken. Dat mogen we gerust iets nadrukkelijker in de verf zetten.
Belgisch Bier is onze nationale trots !
Daarnaast moeten we ook onze maatschappelijke rol opnemen voor verantwoord gebruik van onze bieren. Zeker naar jongeren moeten we aangeven dat overdadig gebruik niet kan.

Quels sont les défis pour les brasseries belges dans les 5 prochaines années ?
Notre ambition est de développer avec force la marque Belgian Beer. Nous voulons soutenir de manière proactive la catégorie de la bière belge en collaboration avec toutes les parties prenantes : l'horeca, les distributeurs en boissons, les représentants de la grande distribution et les représentants politiques. Nous devons être fiers des valeurs de notre bière belge et les faire rayonner. En Belgique, nous disposons d'une diversité sans égale : nulle part ailleurs dans le monde on ne trouve autant d'arômes, de couleurs, de styles et de marques. Nous ne devons pas hésiter à mettre davantage ce point sous les projecteurs.
La bière belge est notre fierté nationale!
En outre, nous devons assumer notre rôle social pour une consommation responsable de nos bières. En particulier pour les jeunes: nous devons leur dire que la consommation excessive est inacceptable.
Ce message doit être porté de façon constructive avec les différents partenaires et sans mesures restrictives. Nous devons participer activement à ce débat et ne pas rester sur la touche. En fin de compte c'est le secteur tout entier qui en bénéficiera.

Comment voyez-vous le rôle des distributeurs en boissons en Belgique?
Les distributeurs en boissons jouent un rôle crucial. Ils sont la garantie d'une offre large et diversifiée à l'horeca.
Les distributeurs en boissons sont les spécialistes des boissons pour l'horeca et remplissent un rôle de

Belgian Beer Weekend 2019
© Belgian Brewers – Lander Loeckx

Deze boodschap moet op een constructieve manier overgebracht worden met de verschillende partners en zonder restrictieve maatregelen. We moeten actief deelnemen aan dit debat en mogen niet aan zijlijn blijven staan. Uiteindelijk zal dit de volledige sector ten goede komen.

Belgian Beer Weekend 2019
© Belgian Brewers – Lander Loeckx

Hoe zie je de rol van de drankenhandelaars in België?
De drankenhandelaars hebben een cruciale rol. Ze zijn de garantie voor een divers en breed aanbod aan de horeca. De drankenhandelaars zijn de drankenspecialisten voor de horeca en vervullen een adviserende rol naar hun horeca klanten. De drankenhandelaar moet meer evolueren van een transactionele benadering naar een adviserende partner. Hoe kan hij de uitbater bijstaan om meer omzet te realiseren? Als we hierin slagen, zal dit de volledige sector ten goede komen.

Hoe zie je de samenwerking tussen de drankenhandelaars en de Belgische Brouwers?
Het aanbod van een Horeca zaak is niet altijd in lijn met de behoeften van de consumenten. De horeca moet meer beleving geven aan de consument. De Belgische brouwers en de drankenhandelaars moeten samen erover waken dat het kader waarbinnen de horeca uitbaters moeten werken voldoende aantrekkelijk blijft. Hoe kunnen we samenwerken om de belemmeringen om naar de horeca te gaan, weg te werken? We zijn op elkaar aangewezen om de mogelijkheden die de verkoop aan de horeca biedt te maximaliseren.

In welke dossiers kunnen FEBED en de Belgische Brouwers samen werken?
Er zijn verschillende dossiers waarin we moeten samenwerken. Ik denk hierbij aan de drankafname akkoorden, de opleiding van de Horeca en het verantwoord consumeren van onze bieren. Voor deze laatste twee thema's is de samenwerking met de horeca sector belangrijk.

De brede waaier aan leeggoed waarden is een groot probleem voor de drankenhandelaars. Wat is uw visie hierover en hoe kunnen we dit samen aanpakken?
Mijn visie daarover is 'Less is more'. De volledige sector heeft er baat bij om het systeem te vereenvoudigen. Maar dat zal niet gemakkelijk zijn om te realiseren.
Deze problematiek is gekoppeld aan de investeringen in de brouwerijen, waarvan we weten dat de kostprijs van flessen, bakken en vaten stijgt.
Dit dossier staat bij mij op de agenda, maar we zullen niet alles kunnen oplossen. Veel kleine brouwerijen zijn niet aangesloten bij onze federatie.

Wat zijn volgens jou de grote uitdagingen voor de drankenhandelaars?
Naar mijn mening moet de drankenhandelaar proberen uit te zoeken op welke manier hij toegevoegde waarde kan bieden aan zowel zijn klanten als aan de leveranciers.
De drankenhandelaar moet meer zijn dan een logistieke partner. Hij moet een service luik ontwikkelen om de relevantie van de drankenhandelaar te laten toenemen teneinde niet geklemd te raken tussen de leveranciers en zijn klanten omdat de gesprekken dan enkel gaan over prijs. Hij moet extra waarde bieden aan zijn klanten en leveranciers.

Krishan, bedankt om beschikbaar te zijn voor dit interview en uw visie over de sector met ons te delen.

Cette problématique est liée aux investissements dans les brasseries, dont nous savons que le prix de revient des bouteilles, casiers et futs augmente.
Ce dossier est à mon agenda, mais nous ne pourrons pas tous résoudre. De nombreuses petites brasseries ne sont pas affiliées à notre fédération.

Quels sont selon vous les grands défis pour les distributeurs en boissons?
Selon moi, le distributeur en boissons doit essayer de chercher de quelle façon il peut offrir de la valeur ajoutée tant pour ses clients que pour ses fournisseurs.
Le distributeur en boissons doit être davantage qu'un partenaire logistique. Il doit développer un volet service afin d'augmenter la pertinence de son métier et ne pas être coincé entre ses fournisseurs et ses clients, parce que les discussions ne portent dans ce cas que sur le prix. Il doit offrir une valeur ajoutée à ses clients et à ses fournisseurs.

Krishan, merci de nous avoir accordé cet interview et d'avoir partagé avec nous votre vision du secteur.

Comment voyez-vous la coopération entre les distributeurs en boissons et les Brasseurs Belges ?
L'offre d'un établissement horeca n'est pas toujours en adéquation avec les besoins des consommateurs. Le secteur horeca doit offrir aux consommateurs une expérience plus riche. Les brasseurs et les distributeurs en boissons belges doivent veiller ensemble à ce que le cadre dans lequel les exploitants horeca doivent travailler reste suffisamment attractif. Comment pouvons-nous travailler ensemble pour éliminer les obstacles à l'accès à l'horeca ? Nous dépendons les uns des autres pour maximiser les opportunités offertes par les ventes dans l'horeca.

Quels sont les dossiers pour lesquels FEBED et les Brasseurs Belges peuvent travailler ensemble?
Il y a plusieurs dossiers dans lesquels nous pouvons collaborer. Je pense par exemple aux accords d'approvisionnement en boissons, à la formation dans l'horeca et à la consommation responsable de nos bières. Pour ces deux derniers thèmes, la collaboration avec l'horeca est également importante.

La pléthore des valeurs de cautions constitue un problème majeur pour les distributeurs en boissons. Quel est votre avis sur la question et comment pouvons-nous y faire face ensemble ?
Ma vision à ce sujet est 'Less is more'. Le secteur dans son ensemble a intérêt à simplifier le système. Mais cela ne sera pas facile à réaliser.

Het FEBED team in beeld

Al 85 jaar zet FEBED vzw zich in voor het behartigen van de belangen van de zelfstandige drankenhandelaars. In 2016 heeft het vroegere Nationaal Verbond der Handelaars in Bieren en Drinkwaters een ommezwaai gemaakt: nieuw logo en design, nieuwe website, aanwezigheid op sociale media en in de pers, nationale mediacampagnes en het nieuwe FEBED Forum. De tijd was rijp om meer zichtbaarheid te geven aan FEBED en het beroep van drankenhandelaar meer bekendheid te geven, ook bij het grote publiek.

Achter FEBED staan vrouwen en mannen die zich dagdagelijks inzetten voor de belangen van de drankenhandelaars. Het bestuursorgaan bestaat uit 12 drankenhandelaars uit alle regio's van België. Dit orgaan is de stem van de Belgische drankenhandelaars en bepaalt de algemene strategie van de beroepsvereniging. De uitvoering van deze strategie ligt in de handen van een operationeel team van drie medewerkers dat vanuit het kantoor van FEBED in Brussel (Sint-Jans-Molenbeek) elke dag paraat staat om de Belgische drankenhandelaars bij te staan. In volgende edities zullen we ons focussen op de 12 ondernemers die deel uitmaken van het bestuursorgaan. In dit artikel geven we het woord aan de drie leden van het operationele team.

La FEBED team en images

Depuis 85 ans déjà, l'asbl FEBED se consacre à la défense des intérêts des distributeurs en boissons indépendants. En 2016, l'ancienne Fédération Nationale des Négociants en Bières et Eaux de Boissons a opéré un virage : nouveaux logo et design, nouveau site web, présence sur les médias sociaux et dans la presse, campagnes médiatiques nationales et nouveau Forum FEBED. Le moment était venu de donner plus de visibilité à FEBED et de faire connaitre davantage le négoce des boissons, y compris au grand public.

Derrière FEBED, il y a des femmes et des hommes qui se battent chaque jour pour les intérêts des distributeurs en boissons. L'organe d'administration est composé de 12 distributeurs en boissons de toutes les régions de Belgique. Cet organe est la voix des distributeurs en boissons belges et détermine la stratégie générale de l'association professionnelle. La mise en œuvre de cette stratégie est entre les mains d'une équipe opérationnelle de trois personnes qui sont présentes chaque jour au bureau bruxellois de FEBED (Molenbeek-Saint-Jean), prêtes à aider les distributeurs en boissons belges. Dans les prochaines éditions, nous mettrons le focus sur les 12 chefs d'entreprise qui constituent l'organe d'administration. Dans le présent article, nous donnons la parole à la team opérationnelle.

Racontez-nous un peu votre parcours chez FEBED...

Françoise - Quelques jours après avoir terminé mes études de secrétariat, je suis entrée au service de la fédération. C'était donc mon tout premier emploi. Au cours de ces 36,5 ans, mes tâches se sont développées à mesure que la fédération elle-même se développait.
Par mes études, je disposais naturellement de la connaissance suffisante pour accomplir les tâches administratives du secrétariat, mais j'ai dû tout apprendre sur le secteur de la distribution des boissons et sur ses particularités. Par exemple, je n'avais absolument aucune idée de ce que pouvaient bien être des "contrats de brasserie"...

Louis - En fait je suis arrivé un peu par hasard chez FEBED. Il s'agissait initialement d'un remplacement de quelques semaines. Entretemps, cette mission intérimaire a sérieusement dégénéré puisque 7,5 ans plus tard je suis toujours à la fédération! Je dois avouer qu'à l'origine, je ne connaissais pratiquement rien au secteur des boissons et encore moins à la profession de distributeur en boissons. J'ai appris à connaitre un secteur qui est un maillon très important de l'économie belge. Mois après mois, je me suis intéressé de plus en plus aux tenants et aboutissants du commerce des boissons et, parce que je crois au projet FEBED, j'ai continué à m'impliquer.

Guy - Je suis le dernier arrivé dans la FEBED team.

Guy Dewulf
DIRECTEUR
Tel: 02/410.33.47
GSM: 0493/40.25.84
Email: guy@febed.be

Vertel ons meer over uw parcours bij FEBED...

Françoise - Enkele dagen na mijn studies directiesecretariaat, trad ik in dienst bij de federatie. Dit is dus mijn allereerste job. In de loop van de voorbije 36,5 jaar zijn mijn taken toegenomen naarmate de federatie zich verder ontwikkelde.
Door mijn studies had ik voldoende kennis om de administratieve taken op het secretariaat uit te voeren, maar ik moest alles leren over de sector van de drankendistributie en de bijzondere aspecten ervan. Ik had bijvoorbeeld absoluut geen idee wat "brouwerijcontracten" waren.

Louis - Ik ben eigenlijk toevallig bij FEBED terechtgekomen. Het ging oorspronkelijk om een vervanging van enkele weken. Deze interim opdracht is ondertussen serieus uit de hand gelopen aangezien ik 7,5 jaar later nog steeds bij de federatie werkzaam ben. Ik moet eerlijk bekennen dat ik oorspronkelijk bijna niets over de drankensector kende en zeker niet over het beroep van drankenhandelaar. Ik heb een sector leren kennen die een zeer belangrijke schakel is in de Belgische economie. Maand na maand ben ik me steeds meer gaan interesseren in het reilen en zeilen van de dranken handel en omdat ik in het FEBED-project geloof, ben ik me blijven inzetten.

Guy - Ik ben het laatst bijgekomen in het FEBED team. Alvorens de ploeg te vervoegen, ben ik 34 jaar werkzaam geweest bij een belangrijke Belgische brouwerij groep. Ik heb de kans gekregen om functies op te nemen in meerdere Europese landen. Dit is waarschijnlijk de reden waarom ik zo lang bij dezelfde onderneming gewerkt heb. Zo heb ik ervaring opgedaan in de domeinen van verkoop, logistiek, externe communicatie, lobbying en real estate. Nadien heb ik twee jaar in de rusthuissector gewerkt, waar ik verantwoordelijk was voor de gebouwen. Begin 2019 heb ik FEBED vervoegd. Het voelde aan als terug thuis komen.

Wat houdt uw functie bij FEBED in?

Louis - Al van in het begin ben ik betrokken bij het dagelijkse beheer van Freedom Belgium en ik besteed tegenwoordig zo'n 80% van mijn tijd bij FEBED aan de aankoopgroepering. Ik vind Freedom een onmisbaar gegeven in het FEBED gebeuren. De kern van de zaak bij de federatie is het verdedigen van de belangen van de drankenhandelaars bij de overheid, de producenten en in de publieke opinie. Al wat bereikt wordt, is echter niet altijd even tastbaar voor de drankenhandelaar. Met Freedom Belgium hebben we wel iets heel concreets. Hetgeen we bij de verschillende partners verkrijgen, is direct voelbaar in de portemonnee van de Freedom leden. Veel drankenhandelaars verdienen deels of volledig hun FEBED-lidgeld terug door de creditnota die we jaarlijks uitkeren met de eindejaar kortingen. Dit maakt van Freedom een concreet argument om lid te worden of te blijven van FEBED. Door het feit dat we ons focussen op diensten en materiaal is Freedom geen concurrent van de aankoopgroeperingen, die meer gericht zijn op de aankoop van dranken. Freedom en de aankoopgroeperingen vullen mekaar perfect aan.
Ook de trimestriële rubriek "Een drankenhandelaar in

Françoise Normand
MANAGEMENT ASSISTANT
Tel: 02/410.33.47
Email: francoise@febed.be

Avant de rejoindre l'équipe, j'ai été actif pendant 34 ans dans un important groupe brassicole belge. J'ai eu la chance d'exercer des fonctions dans plusieurs pays d'Europe, c'est vraisemblablement pour cela que j'ai travaillé aussi longtemps dans la même entreprise. Ainsi, j'ai acquis une expérience dans les domaines de la vente, de la logistique, de la communication externe, du lobbying et de l'immobilier. J'ai ensuite travaillé deux ans dans le secteur des maisons de repos, où j'étais responsable des bâtiments. Début 2019 j'ai rejoint FEBED. C''était un peu comme un retour à la maison.

En quoi consiste votre fonction chez FEBED?

Louis - Dès le début, j'ai été impliqué dans la gestion journalière de Freedom Belgium et aujourd'hui je consacre environ 80% de mon temps de travail chez FEBED au groupement d'achats. L'activité principale de la fédération est de défendre les intérêts des distributeurs en boissons auprès des autorités, des producteurs et de l'opinion publique. Tout ce qui est ainsi obtenu n'est pas toujours vraiment tangible pour le distributeur en boissons. Avec Freedom Belgium nous avons en revanche quelque chose de concret. Ce que nous recevons chez les différents partenaires se fait directement sentir dans le portemonnaie des membres de Freedom. De nombreux distributeurs en boissons récupèrent en tout ou en partie leur cotisation à FEBED grâce aux ristournes de fin d'année que nous leur créditons annuellement. Cela fait de Freedom un argument concret pour devenir ou pour rester membres de FEBED. Comme nous nous focalisons sur les services

de kijker" in het FEBED Magazine ligt me heel nauw aan het hart. Het initiatief is bedoeld om onze leden aan het woord te laten, omdat we ervan overtuigd zijn dat ze veel met elkaar te delen hebben. Met de evolutie van de sector hebben de drankenhandelaars er alle belang bij om samen te werken in plaats van elkaar te beconcurreren. Ik ben dan ook blij om te zien dat de rubriek door veel collega's gevolgd wordt. Als ik bijvoorbeeld van een drankenhandelaar hoor dat hij een tip van een collega heeft overgenomen die hij in onze rubriek gelezen heeft, bezorgt dit mij veel voldoening. Ten persoonlijke titel vind ik het zeer boeiend om telkens nieuwe ondernemers te ontmoeten. Elke drankenhandelaar heeft zijn eigen aanpak, zijn eigen visie en zijn eigen cultuur en dat wil ik graag met heel de sector delen.

Françoise - Mijn taken zijn voornamelijk administratief. Niet alleen secretariaatstaken, maar ook het beheer van leveranciers, de ledenadministratie, de correspondentie, voornamelijk naar de leden (nu hoofdzakelijk per e-mail), het bijwerken van de website www.febed.be , de boekhouding enz. Indien nodig, help ik Louis ook bij zijn Freedom-dossiers. Ons klein team werkt goed samen en we vullen elkaar goed aan. Daarnaast voer ik taken uit voor Cegrobb, de Europese confederatie van drankenhandelaars, waarvoor FEBED het secretariaat verzorgt, en voor DataMasters.

De publicaties die FEBED uitstuurt, vormen ook een belangrijk onderdeel van mijn takenpakket. Ik verzorg de redactie van onze tweemaandelijks digitale Newsletter FEBED News. Voor het FEBED Magazine verzorg ik vooral de vertalingen en doe de coördinatie van onze twee brochures Summer Breeze en Cosy Winter.

Guy - Samen met het Bestuursorgaan stippelen we de koers uit waar we met FEBED, Freedom en DataMasters naar toe willen. De uitgestippelde koers omzetten in concrete acties en hierrond communiceren is de volgende stap.

De belangen van onze leden verdedigen is een belangrijk onderdeel van mijn activiteiten. Dit gebeurt door individuele contacten met kabinetten en leveranciers, maar ook de samenwerking met andere beroepsfederaties en interprofessionele organisaties is aangewezen. Wanneer we gemeenschappelijke noden en standpunten samen formuleren, hebben we meer kans gehoor te krijgen bij de verschillende overheden in ons land. Deze werkwijze heeft duidelijk zijn vruchten afgeworpen voor het bekomen van Covid steunmaatregelen.

De vragen die door onze leden gesteld worden, moeten snel beantwoord worden. Dit is een concrete ondersteuning die we aan de leden kunnen geven. De resultaten die we bekomen door de gesprekken met producenten en overheden, zijn immers op korte termijn vaak minder tastbaar voor de leden.

De organisatie van het FEBED Forum en de Dag van de Drankenhandelaar zijn ook een onderdeel van mijn taken, naast het verzorgen van de verschillende communicatie middelen waarmee we de leden op de hoogte houden van hetgeen in de sector gebeurt en de initiatieven die we nemen (mailings naar leden, FEBED News, FEBED Magazine, Summer Breeze, Cosy Winter)

et le matériel, Freedom n'est pas un concurrent des groupements d'achats, qui sont plus axés sur l'achat de boissons. Freedom et les groupements d'achats se complètent donc parfaitement.

La rubrique trimestrielle « Un distributeur en vedette » de notre FEBED Magazine, me tient aussi particulièrement à cœur. L'initiative est destinée à donner la parole à nos membres, car nous sommes convaincus qu'ils ont beaucoup à partager. Avec l'évolution du secteur, les distributeurs en boissons ont tout intérêt à collaborer plutôt qu'à se faire concurrence. Je suis dès lors heureux de voir que la rubrique est suivie par beaucoup de collègues. Par exemple, lorsque j'entends d'un distributeur en boissons qu'il a repris une idée d'un collègue qu'il avait lue dans notre rubrique, cela m'apporte une grande satisfaction. À titre personnel, je trouve toujours passionnant de rencontrer chaque fois de nouveaux entrepreneurs. Chaque distributeur en boissons a sa propre approche, sa propre vision et sa propre culture et j'aime partager cela avec tout le secteur.

Françoise - Mes tâches sont principalement administratives. Il ne s'agit pas seulement de tâches de secrétariat, mais aussi de la gestion des fournisseurs, de l'administration des membres, de la correspondance, principalement envers les membres (désormais surtout par e-mail), de la mise à jour du site web www.febed.be, de la comptabilité, etc. Si nécessaire, j'aide également Louis avec ses dossiers Freedom. Notre petite équipe fonctionne parfaitement et nous nous complétons bien. J'effectue également des tâches pour Cegrobb, la confédération européenne des fédérations de grossistes en boissons, dont FEBED assure le secrétariat, et pour DataMasters.

Les publications que FEBED diffuse constitue aussi un élément important de mes tâches. J'assure la rédaction de notre newsletter bimensuelle FEBED News. En ce qui concerne FEBED Magazine, je m'occupe surtout des traductions et j'assure la coordination de nos deux brochures Summer Breeze et Cosy Winter.

Guy - Avec l'Organe d'Administration, nous fixons le cap pour FEBED, Freedom et DataMasters. L'étape suivante consiste à traduire cela en actions concrètes et à communiquer à ce sujet.

Défendre les intérêts de nos membres constitue une part importante de mes activités. Cela se fait par des contacts individuels avec des cabinets ministériels et avec des fournisseurs, mais aussi par la collaboration avec d'autres fédérations professionnelles et interprofessionnelles. Lorsque nous formulons ensemble des besoins et des points de vue communs, nous avons plus de chance d'être entendus auprès des différentes autorités du pays. Cette façon de faire a clairement porté ses fruits pour obtenir des mesures de soutien Covid. Nous devons répondre rapidement aux questions posées par nos membres. C'est un soutien concret que nous pouvons donner aux membres. En effet, les résultats que nous obtenons par les concertations avec les producteurs et les autorités ne sont pas toujours directement palpables à court terme pour les membres.

L'organisation du FEBED Forum et de la Journée du Distributeur en Boissons font également partie de mes

Louis Eloy
CONSULTANT
Tel: 02/410.33.47
Email: louis@febed.be
info@freedombelgium.be

Uiteraard mogen we het dagelijks beheer van onze federatie niet uit het oog verliezen.

Wat vind je leuk aan de job bij FEBED?

Guy - De menselijke contacten en de verscheidenheid aan dossiers maakt de functie zo boeiend. De contacten met de leden, de drankenproducenten, de vertegenwoordigers van andere federaties en de vertegenwoordigers van de verschillende overheden maken dat je in contact komt met verschillende werelden. Het is net die diversiteit die het zo leuk maakt. Je wordt geconfronteerd met andere zienswijzen dan deze die in onze sector gangbaar zijn. Bij FEBED behandelen we zeer uiteenlopende dossiers. Het gaat over drankafname-akkoorden, wetgeving, sociale vraagstukken, onderhandelingen met producenten, Corona steunmaatregelen, toegankelijkheid van steden, ... Geen enkele dag is dezelfde, wat de job zeer boeiend maakt.

Françoise en Louis zijn twee zeer gedreven medewerkers die maar één doel voor ogen hebben: de leden van FEBED zo goed mogelijk ten dienste staan. In zo'n team werken is zeer aangenaam.

Françoise - Ik moet bekennen dat ik in de loop der jaren me soms afgevraagd heb of het gras elders niet groener zou zijn, maar bij nader inzien voel ik dat ik bij FEBED thuishoor. Ik waardeer de afwisseling van ons werk: de ene dag boekhouding, de andere dag vertalingen... en op elk moment worden deze taken opzij geschoven wanneer een lid om hulp of gewoon om informatie vraagt.

tâches, en plus des différents canaux de communication grâce auxquels nous tenons nos membres au courant de ce qui se passe dans le secteur et des initiatives que nous prenons (mailings aux membres, FEBED News, FEBED Magazine, Summer Breeze, Cosy Winter) Bien sûr, nous ne devons pas perdre de vue la gestion quotidienne de notre fédération.

Qu'appréciez-vous particulièrement dans votre job chez FEBED ?

Guy - Les contacts humains et la variété des dossiers rendent le travail très passionnant. Les contacts avec les membres, les producteurs de boissons, les représentants d'autres fédérations et les représentants des différentes autorités vous mettent en contact avec différents mondes. C'est précisément cette diversité qui rend le travail chez FEBED si agréable. Vous êtes confronté à d'autres points de vue que ceux qui ont cours dans notre secteur. Chez FEBED, nous traitons des dossiers très divers. Il est question d'accords d'approvisionnement en boissons, de législation, de questions sociales, de négociations avec les producteurs, de mesures de soutien Corona, de l'accessibilité des villes... Aucun jour ne ressemble à l'autre, ce qui rend le travail très intéressant.

Françoise et Louis sont deux collaborateurs très motivés qui n'ont qu'un seul but : servir au mieux les membres de FEBED. Il est très agréable de travailler dans une telle équipe.

Françoise - Je dois avouer que, au cours de toutes ces années, je me suis parfois demandé si l'herbe ne serait pas plus verte ailleurs, mais à la réflexion je me sens à ma place chez FEBED. J'apprécie la variété dans notre travail : un jour la comptabilité, un autre jour des traductions... et à tout moment ces tâches peuvent être mises de côté quand un membre nous demande de l'aide ou simplement une information.

C'est aussi toujours un plaisir de rencontrer des membres lors du Forum ou lors de réunions régionales.

Louis - Avant toute chose, la diversité de la fonction. Je ne fais pas la même chose deux jours de suite. De cette façon il n'y a pas de lassitude et je suis motivé pour attaquer chaque journée.

Nous sommes une petite équipe et nous sommes très à l'écoute les uns des autres. Nous avons un entretien hebdomadaire durant lequel nous discutons de l'état des dossiers et des points d'action. En outre, nous sommes régulièrement encouragés à donner nos idées. C'est agréable de travailler ensemble quand on est impliqué dans le fonctionnement de l'organisation.

Quelles sont vos ambitions concernant l'avenir de FEBED ?

Françoise - Comme je l'ai dit plus haut, depuis que je suis à la fédération, elle a beaucoup changé. Tout comme le secteur qu'elle représente. Preuve en est que jusqu'à la fin du siècle dernier, le montant de la cotisation était basé sur le nombre de camions utilisés pour la distribution. Ce concept est à présent totalement obsolète car même si, bien entendu, nos membres continuent à aller livrer leurs clients horeca et les

Het is ook altijd een genoegen leden te ontmoeten op het Forum, evenals op regionale bijeenkomsten.

Louis -: Eerst en vooral de veelzijdigheid van de functie. Ik doe geen twee dagen hetzelfde. Op deze manier is er geen sleur en kan ik elke dag even gemotiveerd aan de slag gaan.

We zijn een klein team en zijn zeer goed op elkaar afgestemd. We hebben een wekelijks overleg waar we de stand van de dossiers en de actiepunten bespreken. Ook worden we regelmatig aangemoedigd om onze ideeën aan te brengen. Het is fijn samenwerken als je bij de functionering van de organisatie betrokken bent.

Wat zijn uw ambities betreffende de toekomst van FEBED?

Françoise - Zoals ik al zei, sinds ik bij de Federatie ben, is deze veranderd. Evenals de sector die zij vertegenwoordigt. Het bewijs is dat tot het einde van de vorige eeuw de basis van de lidmaatschapsbijdrage het aantal vrachtwagens was dat voor de distributie werd gebruikt. Dit concept is thans volledig achterhaald, want hoewel onze leden uiteraard nog steeds aan hun horeca-klanten en evenementen leveren, worden thuisleveringen uiterst zeldzaam en exploiteert de overgrote meerderheid van onze leden thans (soms uitsluitend) een of meer drinkcenters waar particuliere klanten hun drank komen kopen.

Het is de taak van FEBED om hen te blijven steunen in hun ontwikkeling, bijvoorbeeld door de organisatie van de Dag van de Drankenhandelaar, maar ook om bij te dragen tot een grotere bekendheid van het beroep bij het grote publiek. Tenslotte zou het doel van FEBED moeten zijn dat alle drankendistributeurs in België deel uitmaken van onze federatie.

Louis - ik denk dat we als federatie moeten blijven investeren in de bekendheid van ons beroep bij het grote publiek. Teveel consumenten hebben volgens mij de weg naar de drinkcenters nog niet gevonden. Op dat vlak hebben we reeds positieve resultaten geboekt met de campagne rond herbruikbaar glas vs. plastic die inspeelde op het steeds groter milieu bewustzijn bij de burger. Drankencentrales zijn de laatste jaren enorm geëvolueerd in de richting van moderne drankenspeciaalzaken waar de beleving van de klant centraal staat. De moderne drankenhandelaar heeft zoveel meer te bieden dan pakweg de grootdistributie. Eén van onze leden zei me ooit dat eens de klant de eerste stap in een drinkcenter heeft gezet, hij daarna zal blijven terugkomen. Als FEBED kunnen we de consument helpen om deze eerste stap te zetten!

Guy - De rol en het belang van FEBED is het voorbije jaar duidelijk naar boven gekomen. We kunnen nog veel meer bereiken! Door een grotere participatie van de leden aan de initiatieven die FEBED neemt en een grotere solidariteit ben ik overtuigd dat onze impact op de besluitvorming groter wordt, zowel bij de drankenproducenten als bij de verschillende overheden. Samen staan we sterker dan ieder drankenhandelaar individueel!

évènements, la livraison à domicile est devenue très rare et la grande majorité de nos membres exploitent à présent (parfois exclusivement) un ou plusieurs drinkcenters, où les particuliers viennent acheter leurs boissons.

C'est la tâche de FEBED de continuer à les soutenir dans leur développement, par exemple par l'organisation de la Journée du Distributeur en Boissons, mais aussi en contribuant à mieux faire connaitre la profession auprès du grand public. Enfin, l'objectif de FEBED devrait être de fédérer tous les distributeurs en boissons de Belgique.

Louis - Je pense qu'en tant que fédération nous devons continuer à investir pour faire connaitre notre profession auprès du grand public. Trop de consommateurs, selon moi, n'ont pas encore trouvé le chemin vers les drinkcenters. En ce domaine, nous avons déjà obtenu des résultats positifs avec la campagne autour du verre réutilisable vs le plastique, qui répondait à la sensibilisation croissante des citoyens à l'environnement. Ces dernières années, les drinkcenters ont énormément évolué pour devenir des établissements spécialisés en boissons où l'expérience du client est centrale. Le distributeur en boissons moderne a bien plus à offrir que, par exemple, la grande distribution. Un de nos membres m'a dit un jour qu'une fois que le client a franchi pour la première fois le seuil d'un drinkcenter, il continue à y venir. En tant que FEBED nous devons aider le consommateur à franchir ce premier pas !

Guy - Le rôle et l'importance de FEBED sont clairement apparus au cours de l'année écoulée. Nous pouvons faire beaucoup plus ! Grâce à une plus grande participation des membres aux initiatives de FEBED et à une plus grande solidarité, je suis convaincu que notre impact sur la prise de décision augmentera, tant auprès des producteurs de boissons que des différentes autorités. Ensemble, nous sommes plus forts que chaque distributeur en boissons individuellement !

FEDERATIE VAN BELGISCHE DRANKENHANDELAARS • FÉDÉRATION BELGE DES DISTRIBUTEURS EN BOISSONS •

FEBED

Liefmans
ON THE ROCKS
0.0
ALCOHOL FREE

Met **LIEFMANS ON THE ROCKS 0.0** trakteer je jezelf op een sprankelende apero-ervaring, vol smaak, fun én verfrissing. Maar dan simpelweg **ZONDER ALCOHOL**. Ideaal om je apero o'clock op smaak te brengen!

Avec la **LIEFMANS ON THE ROCKS 0.0**, vous vivrez la même expérience d'apéritif pétillant: pleine de goût, de plaisir et de fraîcheur. Simplement **SANS ALCOOL**. Idéale pour pimenter vos apéritifs !

Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand. Une bière brassée avec savoir se déguste avec sagesse.