

FEBED

NEWS #22



RvB Freedom

CA Freedom

**Belgische
Biermarkt**

**Marché belge
de la Bière**

Interview

**Brouwerij
Vanuxeem**

Interview

**Brasserie
Vanuxeem**

Meer FEBED News?

www.febed.be

Plus de FEBED News?

www.febed.be



nl



fr



COLOFON COLOPHON

Uitgever Editeur

Guy Dewulf
vzw FEBED asbl
Boulevard Edmond Machtenslaan 83/1
1080 Brussel-Bruelles
info@febed.be
www.febed.be

Redactie Rédaction

Guy Dewulf
Françoise Normand
Louis Eloy

Oplage Tirage

2.400

Disclaimer

Dit drukwerk is 100% isopropanolvrij, gedrukt met vegetale inkt op duurzaam papier. De plastic folie is volledig recycleerbaar.
Cette publication est 100% sans isopropanol, imprimée avec de l'encre végétale sur du papier durable



Elma Media
T. 015 55 88 88
www.elma.be

Mediastrategie, marketing & promotie Stratégie média, Marketing et promotion

Steven Hellemans - Directeur
s.hellemans@elma.be

Concept en vormgeving Concept et design

Kim Speleman - Art Director
k.speleman@elma.be

Beste FEBED-lid,
Beste drankenhandelaar,

In de vorige editie (# 21) van ons FEBED News heb je kunnen lezen wat de aankoopgroepering FREEDOM voor jou kan betekenen. Achter iedere organisatie staan mensen. In deze editie maken we kennis met de bestuursleden van Freedom. Wie zijn ze en wat is hun beweegreden om tijd vrij te maken ten dienste van de Freedom leden?

De Belgische Brouwers hebben hun jaarrapport gepubliceerd. Interessant om de laatste evoluties in de biermarkt te ontdekken.

FEBED is lid van CEGROBB, de Europese koepel van de nationale federaties van onafhankelijke drankenhandelaars. Brussel was dit jaar de gaststad voor de jaarlijkse Algemene Vergadering.

We hadden een gesprek met Clément Mahieu, de vijfde generatie bij Brouwerij Vanuxeem. Clément geeft in de rubriek 'Drankenhandelaar in de kijker' de evolutie van het bedrijf weer en zijn zienswijze over het beroep van drankenhandelaar.

Dit alles kan je lezen in deze editie van FEBED News.

Veel leesplezier!

Cher Membre de FEBED,
Cher Distributeur en Boissons,

Dans la précédente édition (# 21) de notre FEBED News, vous avez pu lire ce que le groupement d'achat FREEDOM peut signifier pour vous. Derrière chaque organisation, il y a des hommes, et dans la présente édition vous ferez la connaissance des membres du conseil d'administration de Freedom. Qui sont-ils et quelles sont les raisons qui les motivent à libérer de leur temps pour se mettre au service des membres de Freedom ?

Les Brasseurs Belges ont publié leur rapport annuel. Il est intéressant de découvrir les dernières évolutions du marché de la bière.

FEBED est membre de CEGROBB, la fédération européenne qui rassemble les associations nationales des Distributeurs en Boissons indépendants. Cette année, Bruxelles était la ville hôte de l'Assemblée Générale annuelle.

Nous avons eu un entretien avec Clément Mahieu, qui représente la cinquième génération de la Brasserie Vanuxeem. Dans le cadre de notre rubrique "Distributeur en vedette", Clément a pu nous donner sa vision de la profession de distributeur en boissons et des défis auxquels il est confronté.

Voilà tout ce que vous pouvez lire dans cette édition du FEBED News.

Bonne lecture!

Guy Dewulf

Guy Dewulf
Directeur FEBED



De Raad van Bestuur FREEDOM in beeld

De strategie van Freedom wordt bepaald door 5 bestuurders, allemaal onafhankelijke drankenhandelaars. Door hun dagelijkse praktijk ervaring weten ze perfect wat de noden zijn van hun collega's. De Raad van Bestuur komt viermaal per jaar samen. Ze beslissen over de initiatieven die Freedom zal nemen om de aankoopvoorwaarden voor materialen en diensten te verbeteren. Louis Eloy en Guy Dewulf zijn eveneens aanwezig op de Raad van Bestuur. Zij zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van de genomen beslissingen. Wie zijn de mensen die besloten hebben om een deel van hun tijd aan Freedom te spenderen ten dienste van hun collega's, drankenhandelaars?



ALEXANDRE MAHIEU

**Voorzitter
Brouwerij Vanuxeem
Bestuurder sinds 1999 - Voorzitter sinds 2001**

"Freedom geeft een meerwaarde aan de drankenhandelaars. Door samen aan te kopen, kunnen we betere voorwaarden bekomen bij de leveranciers dan als we individueel zouden handelen. Op die manier staan we sterker. Daarbij komt dat Freedom een zeer rendabel gegeven is. Je hoeft niets te investeren en je geniet van de eindejaarskortingen en de gunstige aankoopvoorwaarden op factuur. De aandeelhouders kunnen op die manier gemakkelijk hun lidgeld van FEBED terug verdienen. De tijd die ik aan Freedom spendeer, beschouw ik als zeer nuttig. Het is verrijkend. Ik leer bij van collega's en beschik over de meest recente informatie, wat belangrijk is in een snel veranderende sector. Alle drankenhandelaars zouden lid moeten zijn van Freedom en FEBED. Dit zou de sector ten goede komen. Hoe meer solidariteit, hoe sterker we staan. De uitdagingen voor Freedom zijn meer leden werven en meer akkoorden afsluiten om ons te wapenen tegen de bedreigingen die van buitenaf komen, zoals de grootdistributie en horeca grossiers die met zeer scherpe prijzen ons beconcurreren."



MARC DE KEYZER

**Voorzitter FEBED
De Keyzer Drinks
Bestuurder sinds 2014**

"Door actief mee te werken binnen de Raad van Bestuur help ik de deals aan te sturen en blijf ik op de hoogte van wat de markt te bieden heeft. Als Freedom vennoot geniet je immers van exclusieve voordelen bij leveranciers uit verschillende sectoren, wat je heel wat euro's opbrengt en waarmee je tijd bespaart. Door samen aan te kopen geniet je van betere voorwaarden. De Freedom Pils op fles en de Patron Pils op vat zijn twee kwalitatieve pilsen aan een zeer aantrekkelijke prijs waarmee we ons kunnen onderscheiden van andere pilsen. Mijn droom is dat alle FEBED leden ook aandeelhouder zouden zijn van Freedom en onze twee pilsen aanbieden in hun gamma. Als de leden en aankoopgroeperingen alles wat niet drank is via Freedom deals zouden aankopen, kunnen er nog betere deals afgesloten worden. Waarom niet eenmaal per jaar een Freedom Day organiseren waarbij alle partners aanwezig zijn. Op die manier leren we hen beter kennen en kunnen ze de leden verwennen met een extra actie die hen een bijkomende besparing oplevert."

Le Conseil d'Administration de FREEDOM en image

La stratégie de Freedom est déterminée par cinq administrateurs, tous distributeurs en boissons indépendants. Grâce à leur expérience pratique quotidienne, ils connaissent parfaitement les besoins de leurs collègues. Le Conseil d'Administration se réunit quatre fois par an. Il décide des initiatives que Freedom prendra pour améliorer les conditions d'achat de matériel et de services. Louis Eloy et Guy Dewulf assistent également aux réunions du Conseil d'Administration. Ils sont chargés de mettre en œuvre les décisions prises. Qui sont les personnes qui ont décidé de consacrer une partie de leur temps à Freedom au service de leurs collègues distributeurs en boissons ?



ALEXANDRE MAHIEU

**Président
Brasserie Vanuxeem
Administrateur depuis 1999 - Président
depuis 2001**

« Freedom apporte une valeur ajoutée aux distributeurs en boissons. En achetant ensemble, nous pouvons obtenir, de la part des fournisseurs, de meilleures conditions que si nous agissions individuellement. Nous sommes donc plus forts. En outre, Freedom est une opération très rentable. Vous ne devez rien investir et vous bénéficiez de ristournes de fin d'année et de conditions d'achat favorables sur facture. Les associés peuvent ainsi facilement récupérer leur cotisation à FEBED. Je considère que le temps que je consacre à Freedom est très utile. Il est enrichissant. J'apprends de mes collègues et je dispose des informations les plus récentes, ce qui est important dans un secteur qui évolue rapidement. Tous les distributeurs en boissons devraient être membres de Freedom et de FEBED. Cela profiterait au secteur. Plus il y a de solidarité, plus nous sommes forts. Les défis pour Freedom sont de recruter plus de membres et de signer plus d'accords pour nous armer contre les menaces venant de l'extérieur, telles que la grande distribution et les grossistes en fournitures horeca qui nous font concurrence avec des prix très serrés. »



MARC DE KEYZER

**Président FEBED
De Keyzer Drinks
Administrateur depuis 2014**

« En participant activement au Conseil d'Administration, je contribue à la conclusion d'accords et je me tiens au courant de ce que le marché a à offrir. En tant qu'associé Freedom, vous bénéficiez en effet d'avantages exclusifs auprès de fournisseurs de différents secteurs, ce qui vous permet d'économiser beaucoup d'euros et de gagner du temps. En achetant ensemble, vous bénéficiez de meilleures conditions. La Freedom Pils en bouteille et la Pils du Patron en fût sont deux pils de haute qualité à un prix très attractif qui nous permettent de nous distinguer des autres pils. Mon rêve est que tous les membres de FEBED soient également actionnaires de Freedom et proposent nos deux pils dans leur gamme. Si les membres et les groupements d'achat achetaient tout ce qui n'est pas boissons via les accords de Freedom, il serait possible de conclure des accords encore plus intéressants. Pourquoi ne pas organiser une fois par an un Freedom Day auquel participeraient tous les partenaires ? Nous pourrions ainsi mieux les connaître et ils pourraient proposer aux membres une promotion supplémentaire qui leur permettrait de réaliser des économies supplémentaires. »



PIET CASSIMON

Brouwerij Cassimon
Bestuurder sinds 2021

“Met Freedom bundelen we onze krachten en staan we sterker tegenover leveranciers waar we sporadisch mee werken. Dit levert een financieel voordeel op voor de leden. Een beetje engagement voor de beroepsvereniging is voor mijn geen opoffering. Ik beschouw het als een morele plicht. Als bestuurder verkrijg ik extra kennis en heb ik inspraak in het beleid. Freedom wordt vaak onderschat. Het is veel meer dan een goedkoop pilsmerk. Ik betrap er mezelf op dat ik niet genoeg kijk naar de lopende deals. De uitdaging voor Freedom is het sluiten van nieuwe deals over gans het land (ook met lokale leveranciers) en werken aan een hippe uitstraling.”



BART BORLOO

HLS
Bestuurder sinds 2003

“De rol van Freedom is het verenigen van bierhandelaars om samen sterker te staan t.o.v de leveranciers. Freedom biedt een meerwaarde aan de kostenzijde waar de drankenhandelaar niet altijd de tijd vindt om dit optimaal te beheren en de juiste leveranciers aan te duiden. Hiermee kan het rendement van de drankenhandel verbeterd worden. De eigen pils (bak en vat) wordt aan zeer aantrekkelijke voorwaarden aangeboden. Iedere drankenhandelaar blijft onafhankelijk in zijn keuze. Bij deze een warme oproep aan alle drankenhandelaars om aan te sluiten. Op die manier versterken we de aankoopkracht en ondersteunen we de leefbaarheid van de sector. Dit is mijn drijfveer als bestuurder van Freedom.”



FRÉDÉRIC KAPP

Distri-Boissons
Bestuurder sinds 2007

“Freedom negotieert bijkomende voorwaarden met leveranciers van diensten en materiaal buiten het kader van de gebruikelijke onderhandelingen over dranken. Freedom commercialiseert tevens twee laaggeprijsde producten met als doel de concurrentie met B-merken van de grootdistributie aan te gaan en een alternatief te bieden voor nationale merken.

Freedom is opgericht om alle handelaren die bij FEBED en Freedom zijn aangesloten een meerwaarde te bieden op het gebied van voorwaarden en productaanbod. Om de coöperatieve in goede banen te leiden en de nodige beslissingen te nemen is het noodzakelijk dat een aantal personen zich investeren. Daarom ben ik al bijna 17 jaar bestuurder.

Freedom moet strijden om haar voordeel op het gebied van prijs en kwaliteit te behouden voor haar bieren op fles en op vat. Gezien de evolutie van de horecamarkt en de drankenhandel in termen van consolidatie zal het voor Freedom een uitdaging zijn om een groot aantal leden te behouden om akkoorden en volumes te garanderen. Er moeten nog meer handelaars overtuigd worden om deel te nemen aan de inspanningen van FEBED en Freedom. Het is altijd jammer om te zien dat sommigen de vruchten plukken van de realisaties van FEBED terwijl ze geen lid zijn.”



FRÉDÉRIC KAPP

Distri-Boissons
Administrateur depuis 2007

« Freedom permet de négocier des conditions spécifiques « on top » avec des fournisseurs de services ou de matériel hors du scope des négociations habituelles des boissons. Freedom, c'est aussi la commercialisation de deux produits à prix bas dans le but de rivaliser avec des marques B de la grande distribution ou offrir une alternative en termes de prix aux marques nationales... Freedom a été constituée pour apporter une plus-value en termes de conditions et d'assortiment de produits à tous les négociants membres de FEBED et Freedom mais pour cela, il est nécessaire que des gens prennent un peu sur leur temps, pour prendre des décisions et ainsi faire avancer Freedom. C'est pour cela que j'en suis administrateur depuis près de 17 ans... Freedom doit se battre pour garder son avantage en termes de prix et de qualité pour ses deux produits phares en bouteilles et en futs. Vu l'évolution du marché de l'horeca et du négoce, en termes de consolidation, Freedom devra se battre pour garder un nombre important de membres afin de garantir les accords et les volumes. Il faut encore convaincre un plus grand nombre de négociants de participer aux efforts de FEBED et de Freedom. Toujours dommage de voir des gens qui récoltent les fruits des avancées chez FEBED et qui ne sont pas membres... »

PIET CASSIMON

Brasserie Cassimon
Administrateur depuis 2021

« Avec Freedom, nous unissons nos forces et nous sommes plus forts face aux fournisseurs avec lesquels nous travaillons sporadiquement. Les membres en retirent un avantage financier. Un peu d'engagement pour l'association professionnelle ne représente pas un sacrifice pour moi. Je considère cela comme une obligation morale. En tant qu'administrateur, j'acquiers des connaissances supplémentaires et j'ai mon mot à dire dans la gestion du groupement. Freedom est souvent sous-estimée. C'est bien plus qu'une pils bon marché. Je confesse que je ne regarde pas suffisamment les accords en cours. Le défi pour Freedom est de conclure de nouveaux accords dans tout le pays (y compris avec des fournisseurs locaux) et de travailler à un rayonnement hype. »



BART BORLOO

HLS
Administrateur depuis 2003

« Le rôle de Freedom est d'unir les négociants en bière pour qu'ils soient plus forts face aux fournisseurs. Freedom apporte une valeur ajoutée au niveau des couts lorsque le distributeur en boissons ne trouve pas toujours le temps de les gérer de manière optimale et d'identifier les bons fournisseurs. Cela peut améliorer la rentabilité du distributeur en boissons. La pils en marque propre (en casier et en fût) est proposée à des conditions très attrayantes. Chaque distributeur en boissons reste indépendant dans son choix. Nous lançons donc un appel à tous les distributeurs en boissons pour qu'ils s'affilient. De cette manière, nous renforçons la force d'achat et soutenons la viabilité du secteur. Telle est ma motivation en tant qu'administrateur de Freedom. »

Evolutie van de Belgische biermarkt

De Belgische Brouwers hebben hun jaarrapport 2022 gepubliceerd. Altijd interessant om eens te kijken wat de laatste evoluties zijn.

Met 6.933.507 hl werd in 2022 nagenoeg hetzelfde consumptieniveau bereikt als in 2019, het jaar voor de Coronapandemie. Er is nog een lichte daling van 2 %, zijnde 100.000 hl. Het verlies is belangrijker in de horeca markt (-5,8 % t.o.v. 2019) dan in de retail markt, waar de volumes 1 % hoger liggen dan in 2019.

Wanneer we 2022 vergelijken met 2021, krijgen we een gans ander beeld. In 2022 kende de horeca sector een groei van 42,4 %, wat een totaal volume oplevert van 2.825.210 hl. De retail daarentegen ging vorig jaar achteruit met 8 % en kwam op een totaal volume van 4.107.997 hl.

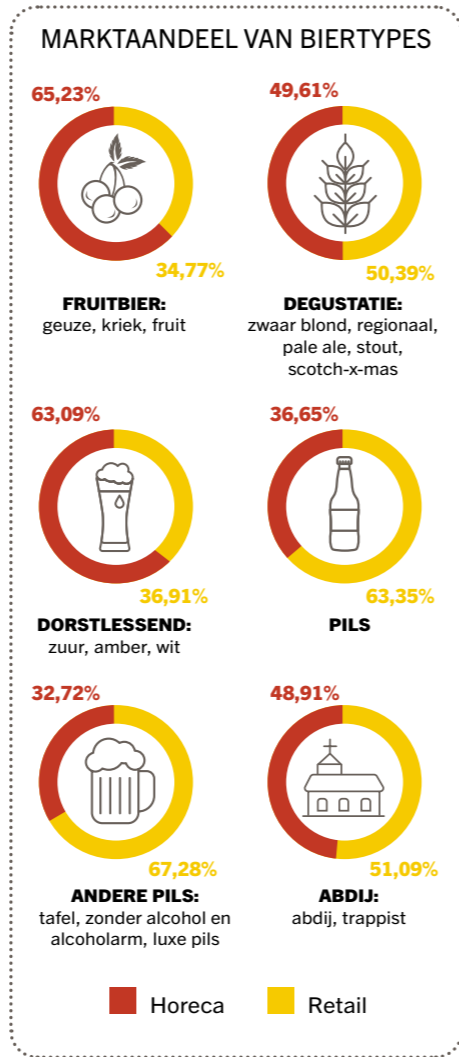
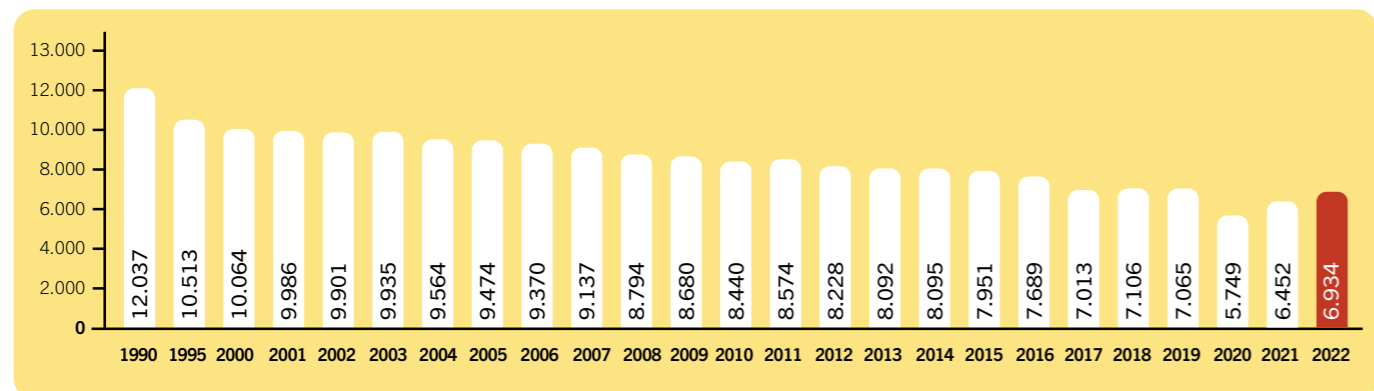
67 % wordt verkocht in hervulbare verpakkingen: 45 % in gewaarborgde flessen en 22 % in vaten. Blikken vertegenwoordigen 31 % van de verkoop. One way flessen slechts 2%. Laat ons even naar de evolutie van de verschillende biertypes kijken. Om de Coronapandemie uit te filteren, vergelijken we de cijfers van 2022 met die van 2019. Pils blijft veruit het belangrijkste type en neemt 66 % van de bierconsumpties voor zijn rekening. Qua volume kent pils een achteruitgang van 2 %. In de retail blijft het pilsvolume op hetzelfde niveau, maar in de horeca kent het een achteruitgang van 7 %. Dit is iets meer dan de totale achteruitgang van de horeca over dezelfde periode.

Het type 'Andere pils' (bevat tafelbier, bieren zonder alcohol, bieren met een laag alcoholgehalte en luxe pils) kent een stijging

De bierconsumptie in België was in 2022 net iets lager dan voor Corona

CONSUMPTIE (in 000 hl)

CONSOMMATION (en 000 hl)



Évolution du Marché brassicole belge

Les Brasseurs Belges ont publié leur rapport annuel 2022. Il est toujours intéressant de jeter un œil sur les dernières évolutions.

Avec 6,9 millions d'hectolitres, la consommation de bière belge a presque atteint son niveau de 2019, l'année précédant la pandémie de Corona. On note encore une légère baisse de 2 %, soit 100.000 hl. La perte est plus importante sur le marché horeca (-5,8 % vs 2019) que dans le retail, où les volumes sont supérieurs de 1 % à ceux de 2019.

Si l'on compare 2022 à 2021, le tableau est tout à fait différent. En 2022, le secteur horeca a connu une croissance de 42,4 %, soit un volume total de 2.825.210 hl. Le secteur retail, quant à lui, a diminué de 8 % l'année dernière, pour atteindre un volume total de 4.107.997 hl.

La bière belge a été vendue pour 67 % en emballages consignés : 45 % en bouteilles consignées et 22 % en futs. Les canettes représentent 31 % et les bouteilles one-way 2 % seulement.

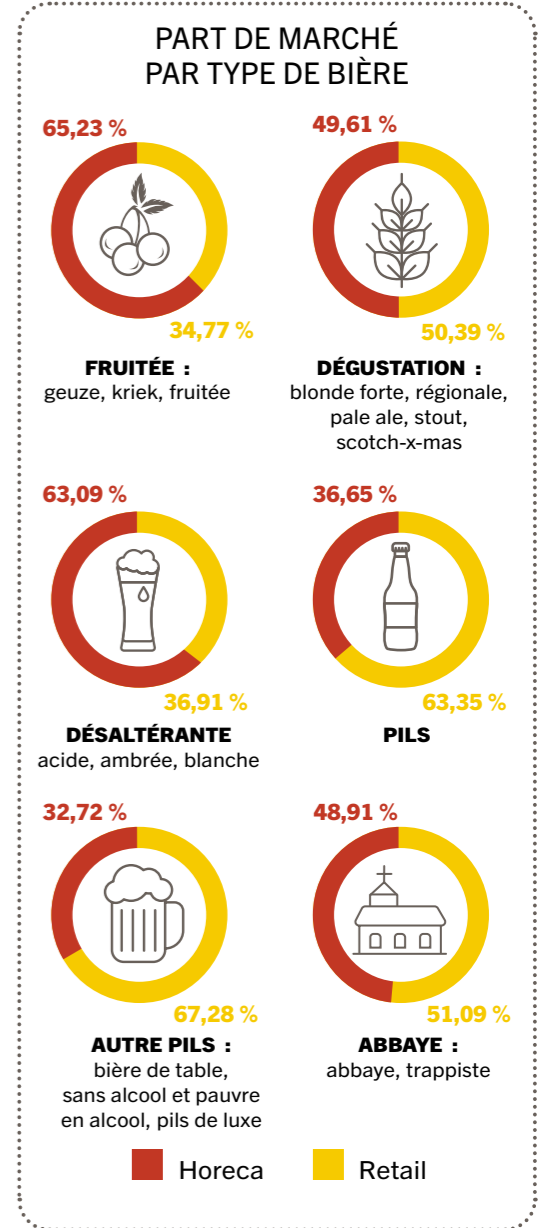
Penchons-nous à présent sur l'évolution des différents types de bières. Pour mettre de côté la pandémie Corona, nous comparons les chiffres de 2022 à ceux de 2019. La pils reste de loin le type le plus important et représente 66 % de la consommation de bière. Elle accuse cependant un recul de 2 % de son volume. Dans le retail, le volume de pils reste au même niveau, mais dans l'horeca il subit un recul de 7 %. C'est un peu plus que le recul total dans l'horeca pour la même période.

Le type 'Autre pils' (qui comprend la bière de table, les bières sans alcool et pauvres en alcool et les pils de luxe) connaît une augmentation de 3 %. Ce segment représente un peu moins de 5 % du marché total de la bière, malgré l'ajout de nombreuses nouvelles références. Dans le retail, cette catégorie augmente de 8 % alors que dans l'horeca elle diminue de 7 %.

Les bières acides, bières ambrées et bières blanches constituent le type « Bière désaltérante ». 63 % de cette catégorie est vendu dans l'horeca, où son volume diminue cependant de 17 %. Dans le retail, la diminution est sensiblement plus élevée (29 %).

Le type « Abbaye », qui comprend les bières d'abbaye et les trappistes, connaît un statu

La consommation belge de bière a été juste un peu plus basse en 2022 qu'avant la crise Corona



quo dans l'horeca, alors qu'il recule de 5 % dans le retail. Ce type représente 10,5 % du volume total.

Le type « Dégustation » rassemble les blondes fortes, les bières régionales, le pale-ale, le stout, les scotch et Xmas, c'est la seule catégorie qui progresse dans les deux canaux (10 % d'augmentation par rapport à 2019), mais de 1 % seulement dans

van 3 %. Dit segment vertegenwoordigt net geen 5 % van de totale biermarkt, niettegenstaande er veel nieuwe referenties bijgekomen zijn. In de retail stijgt deze categorie met 8 %, waar het in de horeca daalt met 7 %. De zuurbieren, de amberkleurige- en witbieren vormen samen het type 'Dorstlessende' bieren. 63 % van deze categorie wordt in de horeca verkocht, maar daalt in volume met 17 %. De daling in de retail met 29 % is aanzienlijk hoger.

Het type 'Abdij en trappisten' bieren kent een status quo in de horeca, terwijl het 5 % achteruit gaat in de retail. Dit type vertegenwoordigt 10,5 % van de totale biermarkt. 'Degustatie' bieren bestaande uit zwaar blonde -, regionale-, pale-ale-, stout-, scotch- en Xmas bieren is de enige categorie die in beide kanalen winst boekt. 10 % stijging t.o.v. 2019. 1 % in de horeca en 20 % stijging in de retail. Deze categorie is goed voor 14,4 % van de Belgische biermarkt in 2022. In 2019 was dit 12,7 %.

De 'fruit' bieren (geuze, kriek en fruitbieren) kennen een gelijkaardige daling in beide kanalen. 10 % in de horeca en 8 % in de retail. Het aandeel van de speciaalbieren in de

De speciaalbieren winnen terrein in de horeca

horeca nam in 2022 toe met 1 % t.o.v. 2019 (40,5 % vs 39,5 %)

430 brouwerijen zorgen voor de productie van al deze bieren. 30 % van hun productie wordt verkocht op de Belgische markt. 70 % of 16.390.562 hl. is bestemd voor de export. Hiervan wordt 82 % binnen de EU verkocht. De voornaamste afzetgebieden binnen de EU zijn Frankrijk, Nederland en Spanje. De voornaamste afzetgebieden buiten de EU zijn het Verenigd Koninkrijk, China, de Russische Federatie (voor de oorlog in Oekraïne), VS, de Verenigde Arabische Emiraten en Australië.

T.o.v. 2012 is de export sterk toegenomen, zowel binnen de EU (+51,52 %) als buiten de EU (+16,73 %). De laatste drie jaar echter is het export volume dalend omdat een aantal brouwerijen gekozen hebben om een lokale productie van hun bieren op te starten in het kader van de duurzaamheidsdoelstellingen die ze zich gesteld hebben. Over een langere periode gekeken, moeten we vaststellen dat de laatste 10 jaar de Belgische biermarkt met 16 % gekrompen is. Over een periode van 20 jaar is dit zelfs 30 %.

l'horeca et de 20 % dans le retail. Cette catégorie représente 14,4 % du marché brassicole belge (12,7 % en 2019).

Le type « Fruitée » (gueuze, kriek et fruitées) connaît une baisse similaire dans les deux canaux : 10 % dans l'horeca et 8 % dans le retail.

La part des bières spéciales dans l'horeca a augmenté de 1 % en 2022 par rapport à 2019 (40,5 % vs 39,5 %).

430 brasseries ont assuré la production de toutes ces bières. 30 % de la production (16.390.562 hl) a été vendue sur le marché belge. Les 70 % restants sont destinés à l'exportation, pour 82 % à destination des pays de l'UE. Les principaux marchés d'exportation dans l'UE sont la France, les Pays-Bas et l'Espagne. En dehors de l'UE se sont le Royaume-Uni, la Chine, la Fédération Russe (avant la guerre en Ukraine), les USA, les Émirats Arabes Unis et l'Australie. Par rapport à 2012, les exportations ont fortement augmenté, tant dans l'UE (+51,52 %) qu'en dehors (+16,73 %). Ces trois dernières années, cependant, le volume des exportations est en baisse, parce que certains brasseurs ont décidé de démarrer une pro-

duction locale de leurs bières dans le cadre des objectifs de durabilité qu'il se sont fixés.

Si on considère une période plus longue, force est de constater que ces 10 dernières années, le marché brassicole belge a diminué de 16 %. Sur une période de 20 ans, cette diminution s'élève même à 30 %.

Les bières spéciales gagnent du terrain dans l'horeca

CEGROBB houdt Algemene Vergadering in Brussel

CEGROBB is de Europese koepel van de nationale federaties van onafhankelijke drankenhandelaars. FEED is lid van CEGROBB.



Deelnemers AV CEGROBB
Participants AG CEGROBB



CEGROBB delegatie bezoekt HLS Ternat
Délégation CEGROBB visite HLS Ternat

CEGROBB tient son Assemblée Générale à Bruxelles

CEGROBB est la fédération européenne qui rassemble les associations nationales des Distributeurs en Boissons indépendants, dont FEED fait partie.



CEGROBB delegatie bezoekt De Keyzer Drinks St. Stevens Woluwe
Délégation CEGROBB visite De Keyzer Drinks St. Stevens Woluwe



M. Haelterman (voorzitter CEGROBB) overhandigt refillable award aan Berglandmilch Oostenrijk.
M. Haelterman (président CEGROBB) remet le refillable award à Berglandmilch Autriche



Loch Lomond wint de "Most Awarded Distillery"-prijs op de San Francisco World Spirits Competition 2023

De Loch Lomond Distillery, gelegen aan de oevers van het iconische Loch Lomond in Schotland, kan bogen op meer dan 200 jaar geschiedenis. Vandaag de dag produceert de distilleerderij drie aparte whiskystijlen, waaronder het vlaggenschip, de Highlands Single Malt Whisky, Single Grain Whisky en Blended Scotch Whisky.

Op de toonaangevende San Francisco World Spirits Competition 2023, behaalde Loch Lomond niet minder dan 21 medailles, waarvan liefst 8 "Double Gold", en de felbegeerde titel "Most Awarded Distillery of the Year".

Deze laatste erkenning van de industrie onderstreept de groeiende erkenning van Loch Lomond als één van de meest opwindende distilleerderijen van dit mo-

In de kijker:
Loch Lomond
12 Year Old
Single Malt –
Double Gold Medal



ment. De jury prees de distilleerderij voor haar consistentie, kwaliteit en innovatie.

Geïnspireerd door de omgeving en gevoed door een eeuwige ontdekkingsgeest, kiest deze distilleerderij voor een gedurfde en inventieve benadering van het maken van whisky, waarbij technische hoogstandjes worden gebruikt om op een unieke manier uitzonderlijke smaakprofielen te creëren.

Hoewel ze allemaal hun eigen uniek traject en whiskyproductieproces volgen, zijn de Loch Lomond whisky's door hun innovatieve stijl gebonden. De Loch Lomond Distillery is de enige in haar soort in Schotland die gebruik maakt van een combinatie van traditionele Swan Neck Stills en unieke Straight Neck Stills om haar whisky te maken. Deze Straight Neck Stills zijn een typisch kenmerk van de distilleerderij en stellen de Master Blender in staat om de smaak te manipuleren op het distillatiepunt, waardoor een lichtere en fruitige spirit ontstaat.

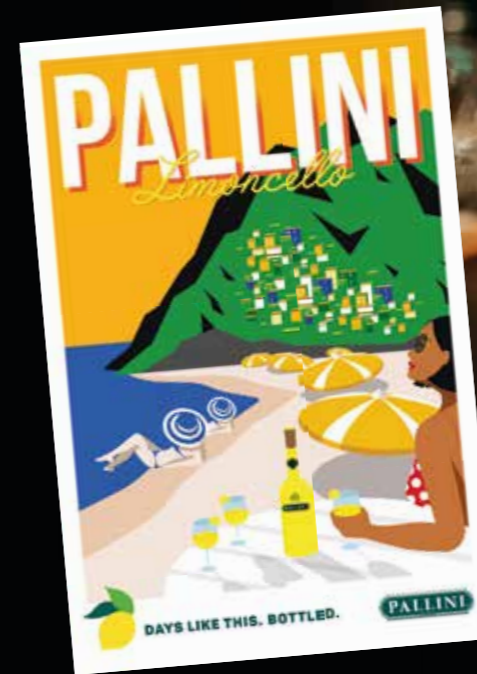
Kenmerkend voor de stijl van Loch Lomond, met fijne aroma's van perzik, peer en vanille, en een zacht gerookte finish. Na rijping in drie soorten Amerikaanse eiken vaten, werd Loch Lomond 12 Year Old gebotteld aan 46% zonder koude filtering om de natuur het bedoeld heeft. Aangeraden verkoopprijs: 53,95 € incl. BTW.

Ingevoerd en verdeeld in België door Invinity Wines & Spirits, info@invinity.be, Tel. 02/ 454 85 30, www.invinity.be

• **Loch Lomond**



KOM ONZE PRODUCTEN PROEVEN TIJDENS DE WINE VILLAGE OP 23, 24, 25 SEPTEMBER 2023



Meer info?



GLOBAL WINERIES



STARRENHOF LAAN 42 / KAPELLEN / T +32 3 326 81 70

Uit voorraad leverbaar



Ook met grote wielen

PADO TAPTECHNIEK

Uw vertrouwd adres voor

- Tapinstallaties
- Flessenkoelers
- Tapmaterialen

Verkoop en plaatsing

Onderhoud en herstelling

Contact: 0477/ 617311

pados@telenet.be

Stationstraat 68

8700 Tielt

Brouwerij Vanuxeem te Ploegsteert:

“Samen groter worden”

Ploegsteert. Deze deelgemeente van de Waalse enclave Komen-Waasten, tussen Frankrijk en West-Vlaanderen, is vooral bekend voor drie dingen: de tot Plug Streets omgedoopte slagvelden van 14-18, wijlen Belgische wielergod Frank Vandenbroucke en... Brouwerij Vanuxeem. Ooit begonnen als een lokale brouwerij, is de familiezaak uitgegroeid tot een nationale speler in de drankensector. Clément Mahieu vertelde ons meer over Brouwerij Vanuxeem.

Wat kunt u ons vertellen over de geschiedenis van de zaak?

Clément: “ Het verhaal begon in 1906 toen Henri Vanuxem een brouwerij overnam. Oorspronkelijk ging het dus om het brouwen van verschillende soorten bieren die dan met paard en kar op lokaal niveau werden gedistribueerd. Een bijzondere anekdote: door een fout van de administratie is de familienaam ooit aangepast naar Vanuxeem. Op oude foto's van bijvoorbeeld camions van de brouwerij staat nog de oude spelling te lezen. Later werd de zaak door zoon Gaston Vanuxeem overgenomen. In 1966 werd gestopt met brouwen omdat de infrastructuur van de brouwerij verouderd was. De firma richtte zich dan tot de distributie van lokale bieren, water en frisdrank. Toen ging het over 10 à 15 horecazaken in de buurt.

Gaston, die de laatste mannelijke Vanuxeem was, deed zijn best om de naam verder te zetten. Een mannelijke erfgenaam werd hem echter niet gegund nadat hij vier dochters kreeg. Onder wie mijn grootmoeder Henriette Vanuxeem die op haar 83ste nog altijd in de familiezaak actief is, ook al was ze nooit officieel zaakvoerder. Ze trouwde met Michel Mahieu, die voltijds werkzaam was in de steenbakkerij van Ploegsteert.

Met de stijgende vraag naar speciale bieren werd in 1983 een eerste winkel van 70m² geopend. Hiervoor werd zelfs een deel van de privéwoning opgeofferd! Als we eraan denken dat we toen met 10 speciale bieren begonnen zijn. De tien werden er twintig, dan honderd... Vandaag zijn we gewoon de tel kwijt!

Ondanks de stopzetting van de brouwersactiviteiten is in die twintig jaar de wil om te brouwen nooit compleet verdwenen. Toch zag men het niet zitten om de nodige infrastructuur hier opnieuw te bouwen. Daarom

lanceerden we in 1986 – het Jaar van het Bier – ons eerste Queue de Charrue - een verwijzing naar de naam van het dorp -, in samenwerking met Brouwerij Verhaeghe in Vichte. Het brouwsel is gebaseerd op een oud recept van een Vlaams Oud Bruin, type Bacchus. In bijna 40 jaar hebben we 6 verschillende bieren op de markt gebracht: Bruin, Tripel, Amber, Blond, Rood en de Triple Oaked. In september 2023 zullen we ons nieuw product lanceren: de Plug

De brouwerij was onze speeltuin



Arnaud Mahieu, Henriette Vanuxeem, Alexandre Mahieu

Brasserie Vanuxeem à Ploegsteert :

“ Grandir ensemble ”

Ploegsteert. Cette section de la commune de l'enclave wallonne Comines-Warneton, entre la France et la Flandre Occidentale, est surtout connue pour trois choses : les champs de bataille de 14-18 rebaptisés Plug Streets, le dieu belge du cyclisme feu Frank Vandenbroucke et... la Brasserie Vanuxeem. D'abord brasserie locale, l'entreprise familiale est devenue un acteur national du secteur des boissons. Clément Mahieu nous en dit plus sur la brasserie Vanuxeem.

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

Clément : « L'histoire commence en 1906 lorsque Henri Vanuxem reprend une brasserie. À l'origine, il s'agissait donc de brasser différents types de bières, qui étaient ensuite distribuées localement par des chevaux et des charrettes. Anecdote particulière : à la suite d'une erreur administrative, le nom de famille a été changé en Vanuxeem. Sur de vieilles photos, par

exemple des camions de la brasserie, apparaît encore l'ancienne orthographe. Plus tard, l'entreprise a été reprise par le fils Gaston Vanuxeem. En 1966, le brassage s'arrête car l'infrastructure de la brasserie est obsolète. L'entreprise se tourne alors vers la distribution de bières locales, d'eaux et de limonades. À l'époque, il s'agissait d'environ 10 à 15 établissements Horeca des environs.

Gaston, qui fut le dernier Vanuxeem mâle, fit de son mieux pour perpétuer le nom. Cependant, il n'a pas eu d'héritier mâle après avoir eu quatre filles Parmi elles, ma grand-mère Henriette Vanuxeem qui, à 83 ans, est toujours active dans l'entreprise familiale, même si elle n'a jamais été gérante officielle. Elle a épousé Michel Mahieu, qui travaillait à plein temps à la briquetterie de Ploegsteert. Face à la demande croissante de bières spéciales, un premier magasin de 70 m² a été ouvert en 1983. Pour ce faire, une partie de la maison privée a même été sacrifiée ! Rappelons qu'à l'époque, nous avons commencé avec 10 bières spéciales. Ces dix bières sont devenues vingt, puis cent... Aujourd'hui, nous ne pouvons plus les compter !

Malgré l'arrêt des activités brassicoles, la volonté de brasser n'a jamais complètement disparu au cours de ces vingt années. Pourtant, nous n'avons pas jugé bon de reconstruire l'infrastructure nécessaire ici. C'est ainsi qu'en 1986, année de la bière, nous avons lancé notre première Queue de Charrue - en référence au nom du village - en collaboration avec la brasserie Verhaeghe de Vichte. Le brassin est basé sur une ancienne recette d'un Vieille Brune Flamande, de type Bacchus. En près de 40 ans, nous avons lancé six bières différentes : la Brune, la Triple, l'Ambrée, la Blonde, la Rousse et la Triple Oaked. En septembre 2023, nous lancerons notre nouveau produit : la Plug

La brasserie était notre terrain de jeu.

Street, die verwijst naar de naam die door de Britse soldaten aan het dorp werd gegeven tijdens de Eerste Wereldoorlog. Dit gebeurt in samenwerking met het gelijknamige museum hier in Ploegsteert.

In 1987 namen mijn vader Alexandre en zijn broer Arnaud de familiezaak officieel over van grootvader Gaston. Onder hun impuls heeft het bedrijf het horecasegment fors uitgebreid. In 1990 hebben ze ook een tweede drinks geopend in Waasten.

Ik ben in 2018 als laatste toegekomen in de familiezaak, enkele jaren na mijn broer Benjamin. Samen met mijn neven Kelyan en Julien vertegenwoordigen we de vijfde generatie drankenhandelaars van Brouwerij Vanuxem.”

Waarschijnlijk zijn er door de jaren heen beslissingen genomen met betrekking tot de toekomst van de firma...

“ De evolutie van de kleine familiezaak naar het bedrijf dat we nu kennen is te danken aan de wil om te groeien van mijn vader en mijn oom. Deze groei werd bereikt door het diversifiëren van de activiteiten van het bedrijf.

Met de opening van de Europese binnengrenzen in 1993 werd het startschot gegeven voor de exportactiviteiten van Brouwerij Vanuxem. In een eerste fase voornamelijk naar Frankrijk, door de grote vraag naar Belgische bieren en uiteraard onze ligging op een steenworp van de grens. Ondertussen voeren we naar 59 landen uit.

Ook op de binnenlandse markt hebben we onze activiteiten aanzienlijk uitgebreid, te beginnen met de Belgische Kust. We zijn in De Panne beginnen leveren, voor ons de dichtstbijzijnde badplaats. In de loop der jaren zijn we steeds verder uitgeweken. Vandaag mogen we met trots aankondigen dat we de eerste horecazaak van de Kust aan de Franse grens beleveren, als ook de laatste aan de Nederlandse grens. We zijn altijd bereid om steeds verder te gaan, op voorwaarde dat we dezelfde service kunnen aanbieden. Voor ons betekent het correct zijn op het gebied van tarieven (een prijs is een prijs), eerlijk zijn (bv. bij de terugname van leeggoed), de snelheid van levering, en het onderhouden van een goede relatie met de klanten, onder andere door een uitstekende service door onze binnendienst.

Street, qui fait référence au nom donné au village par les soldats britanniques pendant la Première Guerre mondiale. Ce lancement se fera en collaboration avec le musée du même nom, ici à Ploegsteert.

En 1987, mon père Alexandre et son frère Arnaud reprennent officiellement l'entreprise familiale de mon grand-père Gaston. Sous leur impulsion, l'entreprise a fortement développé le segment Horeca. En 1990, ils ont également ouvert un deuxième drinks à Warneton.

Je suis le dernier à avoir rejoint l'entreprise familiale en 2018, quelques années après mon frère Benjamin. Avec mes cousins Kelyan et Julien, nous représentons la cinquième génération de distributeurs en boissons de la brasserie Vanuxem. »

Des décisions ont probablement été prises au fil des ans concernant l'avenir de la firme...

« L'évolution de la petite entreprise familiale vers l'entreprise que nous connaissons aujourd'hui est due à la volonté de croissance de mon père et de mon oncle. Cette croissance s'est faite en diversifiant les activités de l'entreprise.

L'ouverture des frontières intérieures européennes en 1993 a marqué le début des activités d'exportation de la Brasserie Vanuxem. Dans un premier temps, principalement vers la France, en raison de la forte demande de bières belges et, bien sûr, de notre situation à deux pas de la frontière. Aujourd'hui, nous exportons vers 59 pays. Nous avons également considérablement développé nos activités sur le marché intérieur, en commençant par la côte belge. Nous avons commencé à livrer à La Panne, qui était pour nous la station balnéaire la plus proche. Au fil des ans, nous sommes allés de plus en plus loin. Aujourd'hui, nous sommes fiers d'annoncer que nous fournissons le premier établissement Horeca de la côte à la frontière française, ainsi que le dernier à la frontière néerlandaise. Nous sommes toujours prêts à aller plus loin, à condition de pouvoir offrir le même service. Pour nous, cela signifie être corrects en termes de tarifs (un prix est un prix), être justes (par exemple lors de la reprise des vides), la rapidité de livraison, et le maintien d'une bonne relation avec les clients, notamment grâce à un excellent service de la part de notre personnel de vente interne.

**Fruitjenever
in 36 smaken**

Met ruim 120 jaar ervaring is Distillery Massy de oudste distilleerderij van Limburg. Peter Beerten en zijn dochter Lien Beerten zijn de vierde generatie die deze expertise voortzetten. Distillery Massy is gespecialiseerd in het distilleren van (fruit)jenever, gin, rum en andere likeuren.

DISTILLERY MASSY
m
SINCE 1905

- Jeneveraanbod vol klassiekers zoals citroen, graan, bessen en cactus
- Unieke jeneverismaken zoals paarse neusjes, violetjes, speculoos en zoveel meer
- Geschikt voor kerstmarkten of evenementen

Volg ons @distillerymassy
BELGIAN DISTILLERY SINCE 1905

LIJSTERSTRAAT 30/3
3530 HOUTHALEN-HELCHTEREN
DISTILLERYMASSY.BE | INFO@MASSY.BE | +32 475 693470

Tripel Kanunnik
W
Wilderen

BREAKING NEWS!
WORLD GIN AWARDS
BELGIUM GOLD CLASSIC GIN
BREWERY & DISTILLERY WILDEREN
DOUBLE YOU GIN

DISTILLEERDERIJ Brouwerij Wilderen
ANNO 1743

BROUWERIJ & DISTILLEERDERIJ WILDEREN
3803 - WILDEREN - ST-TRUIDEN - BELGIË
Tel: 0032- (0)11-580.680

Deze goede relatie hebben we ook opgebouwd met de producenten. Dit is één van onze grote sterktes en een groot voordeel voor onze exportactiviteiten. Buitenlandse kopers worden vaak door grote brouwerijen naar ons doorverwezen, omdat we de flexibiliteit van gemengde palletten combineren met een uitgebreide stock. Doorverkoop in binnen- en buitenland aan collega drankenhandelaars en warenhuizen is een belangrijk deel van onze activiteit geworden en vertegenwoordigt 40% van de omzet van Brouwerij Vanuxeem. 50% komt van de horeca en zo'n 10% van de winkel. Door deze aanhoudende groei komt vandaag de noodzaak om onze huidige infrastructuur uit te breiden. De winkel en de kantoren worden nu veel te krap. Al jaren lenen we de aanpalende grond uit aan de gemeente voor de lokale voetbalclub. Met pijn in het hart hebben we onlangs de beslissing moeten nemen om de samenwerking stop te zetten om op termijn de bijkomende oppervlakte te benutten. Op vandaag stellen we 180 mensen tewerk, 200 in de zomer met de jobstudenten, en maken we gebruik van 30 voertuigen.



Clement, Benjamin, Julien, Kelyan

approfondie de notre consommation, nous avons adapté un grand nombre de choses afin de fonctionner de la manière la plus neutre en carbone et la plus efficace possible sur le plan énergétique. La brasserie Vanuxeem, par exemple, dispose de 2.000 panneaux solaires. L'éclairage traditionnel a été remplacé par des lampes LED plus économiques. Notre consommation a été étudiée dans ses moindres détails. Par exemple, le personnel du service intérieur a été prié d'éteindre tous les ordinateurs le soir et tous nos bâtiments ont été équipés de détecteurs qui allument les lumières de manière sélective. Nous avons presque terminé les modifications et aujourd'hui, nous enregistrons déjà une économie de 40 % sur nos coûts énergétiques. Notre prochain projet concerne notre personnel, à qui nous voulons accorder plus d'importance dans un avenir proche. Aujourd'hui, il n'est pas évident de trouver du bon personnel. Il est donc d'autant plus important de conserver les bons éléments. Un exemple : nous veillons à ce que notre flotte de camions soit régulièrement renouvelée. Tous nos camions sont Euro6



Le Relais Ploegsteert

Met de energiecrisis hebben we een grondige herstructurering van onze infrastructuur op gang gebracht. Gebaseerd op een uitvoerige studie van ons verbruik hebben we heel wat zaken aangepast om zo CO² neutraal en energiezuinig mogelijk te functioneren. Brouwerij Vanuxeem beschikt bijvoorbeeld over 2.000 zonnepanelen. De klassieke verlichting is vervangen door zuinigere LED lampen. Ons verbruik is tot in de kleinste details aangepakt. Bijvoorbeeld is aan het personeel van de binnendienst gevraagd om 's avonds alle computers uit te zetten en zijn al onze gebouwen uitgerust met detectoren die de verlichting op een selectieve manier aanzet. We zijn bijna klaar met de aanpassingen en op vandaag registreren we al een besparing van 40% op onze energiekosten. Ons volgend project heeft betrekking op ons personeel, aan wie we in de nabije toekomst meer belang willen hechten. Het is vandaag niet evident om goed personeel te vinden. Daarom is het des te belangrijker om de goede werknemers te behouden. Om een voorbeeld te geven: we zorgen ervoor dat ons vrachtwagenpark regelmatig vernieuwd wordt. Al onze vrachtwagens zijn Euro6 en uitgerust met de nieuwste technologie. Dit zorgt voor meer comfort voor onze chauffeurs."

Ces bonnes relations, nous les avons également établies avec les producteurs. C'est l'une de nos grandes forces et un grand avantage pour nos activités d'exportation. Les grandes brasseries nous envoient souvent des acheteurs étrangers parce que nous combinons la flexibilité des palettes mixtes avec un stock étendu. Les reventes aux collègues distributeurs en boissons belges et étrangers et aux grandes surfaces sont devenues une part importante de notre activité et représentent 40 % du chiffre d'affaires de la brasserie Vanuxeem. 50 % proviennent de l'Horeca et environ 10 % du magasin. Cette croissance continue nous contraint à étendre notre infrastructure actuelle. Le magasin et les bureaux sont devenus beaucoup trop exigus. Pendant des années, nous avons prêté le terrain adjacent à la commune pour le club de football local. C'est le cœur serré que nous avons récemment dû prendre la décision de mettre fin à ce partenariat afin d'utiliser à terme la surface supplémentaire. Aujourd'hui, nous employons 180 personnes, 200 en été avec les jobs d'étudiants, et nous utilisons 30 véhicules. Avec la crise de l'énergie, nous avons entamé une restructuration complète de notre infrastructure. Sur base d'une étude



Le Relais Ploegsteert

Kunt u ons meer vertellen over de uitdagingen waarmee u wordt geconfronteerd?

“ Door de nabijheid van de grens denkt men direct aan de concurrentie van de Franse handelszaken. Het is waar dat sommige dranken gevoelig goedkoper zijn in Frankrijk dan bij ons maar we moeten ons daar niet bij neerleggen en juist onze troeven uitspelen. Met de verhoging van de accijnzen in 2015 bijvoorbeeld hebben we onze verkoop van sterke dranken zien dalen. Dan is het aan ons om meer aandacht te geven aan producten uit het hoger segment, waar de accijnzen in de prijs procentueel minder doorwegen.

De invoering van een waarborg op PET en blikken zou daarentegen een reële uitdaging voor ons vormen. Er heerst nog veel onduidelijkheid over de manier waarop een dergelijke maatregel ingevoerd zal worden. Zal een Belgische drankenhandelaar moeten instaan voor de recuperatie van leeggoed dat in Frankrijk is gekocht? Leeggoed blijft over het algemeen een pijnpunt. Waarborgen zouden gestandaardiseerd moeten gemaakt worden want de laatste jaren gaan ze alle richtingen uit. Voor onze chauffeurs brengt dit heel wat rekenwerk met zich mee.”

Bij renovatie van een horeca zaak verdubbelt de omzet.



Après une rénovation, le chiffre d'affaires d'un établissement horeca double

Wat vindt u leuk aan het beroep van drankenhandelaar?

“ Ik heb een passie voor bier. Het is – zoals wijn – een levend product. Bier betekent gezelligheid en sfeer. Ik vind het een zeer boeiende wereld waar altijd iets nieuws bijkomt. Ik heb trouwens een cursus zythologie gevolgd.

Het familiaal karakter van het bedrijf maakt het ook bijzonder aangenaam om hier te werken. Vroeger stond de familiewoning middenin de zaak en was de brouwerij onze speeltuin.

Het contact met klanten en leveranciers vind ik ook bijzonder fijn. Ik vind dit uniek aan onze sector dat iedereen elkaar kent. Als we elkaar tegenkomen op beurzen bijvoorbeeld is het telkens een aangename gelegenheid. Wij drankenhandelaars en producenten worden samen groter.”

Hoe ziet u de toekomst van de drankenhandelaar in België?

“Jammer genoeg verdwijnen heel wat kleinere drankenhandelaars, door overname of omdat er geen opvolging is. Het gevolg hiervan is een grotere professionalisering van de sector, omdat de zaken die overblijven moeten innoveren als ze willen blijven bestaan.

Deze evolutie stellen we ook vast in de horecasector. Door het veranderende consumptiegedrag van het publiek zullen de dorpscafés op termijn verdwijnen. Zelf

et équipés des dernières technologies. Cela garantit à nos chauffeurs un plus grand confort.

Pouvez-vous nous en dire plus sur les défis auxquels vous êtes confrontés ?

« En raison de la proximité de la frontière, on pense immédiatement à la concurrence des magasins français. Il est vrai que certaines boissons sont sensiblement moins chères en France qu'ici, mais il ne faut pas s'y résigner et plutôt jouer sur nos atouts. Avec l'augmentation des accises en 2015, par exemple, nous avons vu nos ventes de spiritueux diminuer. Il nous appartient donc d'accorder plus d'attention aux produits haut de gamme, où proportionnellement les accises pèsent moins dans le prix.

En revanche, l'introduction d'une consigne sur le PET et les canettes constituerait un véritable défi pour nous. Il y a encore beaucoup d'incertitudes sur la manière dont une telle mesure sera introduite. Un distributeur en boissons belge devra-t-il être responsable de la récupération des emballages vides achetés en France ?

Les emballages restent de façon générale un point sensible. Les consignes devraient être uniformisées car, ces dernières années, elles vont dans tous les sens. Pour nos chauffeurs, cela implique beaucoup de calculs.

Qu'est-ce qui vous plaît dans le métier de distributeur en boissons ?

« J'ai une passion pour la bière. C'est un produit vivant, comme le vin. La bière est synonyme de convivialité et d'ambiance. Je trouve que c'est un monde vraiment passionnant où il y a toujours quelque chose de nouveau. J'ai d'ailleurs suivi un cours de zythologie.

Le caractère familial de l'entreprise fait qu'il est particulièrement agréable d'y travailler. Avant, la maison familiale se trouvait au cœur de l'entreprise et la brasserie était notre terrain de jeu.

J'apprécie aussi particulièrement le contact avec les clients et les fournisseurs. Je trouve que notre secteur a ceci de particulier que tout le monde se connaît. Lorsque nous nous rencontrons lors d'une foire, par exemple, c'est toujours un moment agréable. Nous, distributeurs et producteurs de boissons, grandissons ensemble ».

Comment voyez-vous l'avenir du distributeur en boissons en Belgique ?

« Malheureusement, de nombreux petits distributeurs en boissons disparaissent, soit à la suite d'une acquisition, soit parce qu'ils n'ont pas de successeur. En conséquence,



ROLLING Hills
BROUWCOMPAGNIE

Award winning craft beer classics and sours from the Flemish Ardennes

WWW.ROLLINGHILLS.BE

SAISON d'ERPE-MERE

SINDS 2004

DE GLAZEN TOREN

Glazentorenweg 11, 9420 Erpe-Mere
sales@glazentoren.be
+32 53 83 03 80

hebben we nog enkele eigen zaken. We maken er een punt van om telkens als een zaak leegstaat, alles te renoveren zodat de toekomstige zaak voldoet aan de vereisten van het publiek. Het is belangrijk voor ons imago en voor de toekomstige verkopen. We merken dat we op die manier de omzet in een nieuwe horecazaak kunnen verdubbelen zonder de oppervlakte te vergroten. Zelfs in nog lopende horecazaken hebben we op een bepaald moment de beslissing genomen om even te sluiten voor vernieuwingswerken, met een gunstige evolutie van de omzet als gevolg.”

Wat betekent FEED voor u en wat zijn uw verwachtingen voor de toekomst?

“ We zijn sinds het begin voorstander van een sterke federatie om ons te vertegenwoordigen en de belangen van ons beroep te verdedigen. Daarom steunen we de initiatieven van FEED, zoals de betoging in Namen in 2021. Als “grotere” speler hebben we daar niet altijd iets bij te winnen, maar we maken er een punt van om de initiatieven van onze federatie kracht bij te zetten. Mijn vader vindt het jammer dat sommige drankenhandelaars geen lid worden terwijl ze meegenieten van de verworven voordelen. Hoe meer ondernemers FEED zullen ondersteunen, hoe meer gewicht de federatie zal hebben aan de onderhandelingsstafel. Hij is als Voorzitter van de Raad van Bestuur trouwens nauw betrokken bij de aankoopgroepering Freedom, die de commerciële belangen van de FEED leden behartigt.”

Is er een tip die u met uw collega's wenst te delen?

“ Meerdere zelfs! Eerst en vooral: wees correct in uw manier van zakendoen. Het loont altijd. Regelmaat en hard werken zijn ook waarden die we heel hoog in het vaandel dragen. Alleen op die manier zult u succes kennen in onze sector. En last but not least: ontdek allemaal onze Queue de Charrue! Het is zeker de moeite.”

www.vanuxeem.com



le secteur se professionnalise, car les entreprises qui restent doivent innover si elles veulent rester en activité.

Nous observons également cette évolution dans le secteur Horeca. En raison de l'évolution du comportement de consommation du public, les cafés de village finiront par disparaître. Nous en avons encore quelques-uns. Nous mettons un point d'honneur à tout rénover chaque fois qu'un établissement est vide, afin que le futur établissement réponde aux exigences du public. C'est important pour notre image et pour les ventes futures. Nous constatons que nous pouvons ainsi doubler le chiffre d'affaires d'un nouvel établissement Horeca sans augmenter sa surface. Même dans des établissements Horeca en activité, nous avons à un moment donné pris la décision de fermer pendant un certain temps pour des travaux de rénovation, ce qui a entraîné une évolution favorable du chiffre d'affaires ».

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

« Depuis le début, nous sommes partisans d'une fédération forte pour nous représenter et défendre les intérêts de notre profession. C'est pourquoi nous soutenons les initiatives de FEED, comme la manifestation de Namur en 2021. En tant que 'plus gros' acteur, nous n'avons pas toujours quelque chose à y gagner, mais nous nous faisons un devoir de renforcer les initiatives de notre fédération. Mon père trouve dommage que certains distributeurs en boissons ne deviennent pas membres alors qu'ils bénéficient des avantages acquis. Plus les entreprises seront nombreuses à soutenir FEED, plus la fédération aura de poids à la table des négociations. En outre, en tant que président du conseil d'administration, il est étroitement impliqué dans le groupement d'achats Freedom, qui veille aux intérêts commerciaux des membres de FEED ».

Y a-t-il un tuyau que vous voulez partager avec vos collègues?

« Plusieurs même ! Tout d'abord, soyez corrects dans votre façon de faire des affaires. C'est toujours payant. La régularité et le travail sont également des valeurs qui nous sont chères. Ce n'est qu'ainsi que vous connaîtrez le succès dans notre secteur. And last but not least : découvrez tous notre Queue de Charrue ! Cela en vaut vraiment la peine. »

www.vanuxeem.com

QUALITÉ QUALITY
 QUALITÀ KWALITEIT
 QUALITÄT CALIDAD
 QUALIDADE



www.gerolsteiner.be



Liefmans
ON THE ROCKS



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