

FEBED

NEWS #21



**Freedom
Belgium**

Interview
**Brasserie
Balleux**

**Wat is de
rol van de
HRZKMO?**

**Freedom
Belgium**

Interview
**Brasserie
Balleux**

**Quel est
le rôle du
CSIPME ?**

ZWOELE ZOMERAVOND



Strandgaper (6.2%) is de frisse blik bij een zwoel vergezicht. Een uitgesproken dorstlesser die sprankelt, verkoelt en het vizier opent. Dit bekroonde bier nodigt al snel uit naar meer. Meer zindering, meer samen.

www.strandgaper.beer



20L

BIER IN BALANS

SCHELDEBROUWERIJ



33cl



COLOFON COLOPHON

Uitgever Editeur

Guy Dewulf
vzw FEED asbl
Boulevard Edmond Machtenslaan 83/1
1080 Brussel-Bruxelles
info@feed.be
www.feed.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 FEED-lid,
Beste drankenhandelaar,

FREEDOM, de aankoopgroep die voor de FEED leden akkoorden afsluit voor diensten en materialen, staat centraal in deze editie. Met welke partners zijn er akkoorden afgesloten, wat kan het voor jouw drankenhandel opbrengen en hoe kan je lid worden van deze aankoopgroep? Dit kom je allemaal te weten bij het lezen van dit nummer.

In januari 2023 werd de nieuwe 'Hoge Raad voor Zelfstandige en KMO's' geïnstalleerd. Als erkende beroepsfederatie maakt FEED deel uit van de Hoge Raad. Wat is de rol van de Hoge Raad en welke resultaten kunnen er voorgelegd worden?

Voor de rubriek 'Drankenhandelaar in de Kijker' gingen we op bezoek bij Brasserie Balleux in Beauraing waar we een gesprek hadden met François Rézette over het beroep van drankenhandelaar en de uitdagingen voor onze sector.

Veel leesplezier!

Cher Membre de FEED,
Cher Distributeur en Boissons,

FREEDOM, le groupement d'achat qui conclut des accords pour les services et le matériel au profit des membres de FEED, est au centre de cette édition. Avec quels partenaires des accords ont-ils été conclus? Qu'est-ce que cela peut rapporter à votre commerce de boissons? Comment pouvez-vous devenir membre de ce groupement d'achat? Vous saurez tout en lisant ce numéro.

En janvier 2023 a été installé le nouveau « Conseil Supérieur des Indépendants et des PME ». En tant que fédération professionnelle, FEED fait partie du Conseil Supérieur. Quel est le rôle du Conseil Supérieur et quels résultats peut-il présenter ?

Pour la rubrique « Un distributeur en vedette », nous avons rendu visite à la Brasserie Balleux à Beauraing, où nous nous sommes entretenus avec François Rézette sur la profession de distributeur en boissons et sur les défis de notre secteur.

Bonne lecture!

Guy Dewulf

Guy Dewulf
Directeur FEED



Freedom-vennoten verdienen groot deel van hun FEBED lidmaatschap terug

Wist je dat 33% van de Freedom-vennoten meer dan de helft van hun FEBED-lidgeld terugverdient en 12% van de Freedom-vennoten hun lidgeld helemaal terugverdient?

Zoals elk jaar kregen een honderdtal Freedom vennoten hun eindejaarskorting uitbetaald. Voor het jaar 2022 kregen de Freedom-vennoten een totaal bedrag van bijna 100.000 €, dit is bijna 28% meer dan het jaar voordien. Deze eindejaarskorting komt bovenop de kortingen en voordelen die de Freedom vennoten rechtstreeks op factuur ontvangen.

Wat betekent dit voor de individuele drankenhandelaar?

De uitgekeerde korting hebben we tegenover het betaalde FEBED-lidgeld geplaatst. Zo zien we dat op 93 vennoten, 30 ervan meer dan 50% van hun lidgeld terugverdiend hebben. 11 hiervan hebben zelfs meer dan 100% van hun lidgeld (en zelfs een veelvoud ervan) terugverdiend!

Aantal vennoten	% lidgeld terugverdiend
38	0-25%
25	25-50%
13	50-75%
6	75-100%
11	>100%

Wordt Freedom vennoot. Je kan er alleen maar bij winnen !



Les associés Freedom récupèrent une grande partie de leur cotisation FEBED

Savez-vous que 33 % des associés Freedom récupèrent plus de la moitié de leur cotisation FEBED et que 12 % la récupèrent intégralement ?

Comme chaque année, une centaine d'affiliés de Freedom ont reçu leur ristourne de fin d'année. Pour l'année 2022 les associés Freedom se sont partagé environ 100.000 € de ristournes, soit près de 28 % de plus que l'année précédente. Outre ces ristournes de fin d'année, les membres de Freedom bénéficient tout au long de l'année d'avantages directs accordés par les partenaires, tels que des tarifs avantageux et des ristournes sur les factures.

Qu'est-ce que cela signifie pour le distributeur en boissons individuel ?

Pour donner une idée de l'avantage pour le distributeur en boissons individuel, nous avons comparé les cotisations versées avec les ristournes reçues. Nous avons ainsi constaté que sur 93 associés, 30 reçoivent plus de 50 % de leur cotisation et que 11 récupèrent même plus de 100 % de leur cotisation (et même parfois plusieurs fois 100 %) !

Nombre associés	% cotisation remboursé
38	0-25%
25	25-50%
13	50-75%
6	75-100%
11	>100%

Devenez associé Freedom, vous avez tout à y gagner !



Wat is de rol van de HRZKMO?

Quel est le rôle du CSIPME?

Op 24 januari 2023 vond de installatievergadering plaats van de nieuwe ‘Hoge Raad voor Zelfstandigen en KMO’s (HRZKMO)’. De HRZKMO is het forum dat alle zelfstandigen en KMO’s vertegenwoordigt. 178 professionele en interprofessionele organisaties maken deel uit van de HRZKMO en zetelen in één of ander commissie. FEBED maakt deel uit van de HRZKMO en zetelt in de Commissie Voeding. Om de zes jaar wordt de HRZKMO opnieuw samengesteld en moet je als beroepsfederatie door de Minister voor Middenstand, Zelfstandigen en KMO’s erkend worden. FEBED heeft op 30 mei 2022 de erkenning als beroepsfederatie ontvangen voor de periode 2022-2028 (zie FEBED News nr 18).

De HRZKMO heeft drie opdrachten:

1. Het is een overlegorgaan waar de verschillende beroepsfederaties in de commissies gemeenschappelijke standpunten innemen.
2. Vertegenwoordigers van de HRZKMO zetelen in verschillende institutionele overlegorganen.
3. HRZKMO is een belangrijk consultatie orgaan. Op vraag van Ministers en het Parlement brengt ze een advies uit over alle initiatieven die een impact hebben op de zelfstandigen en KMO’s.

Waarom is het belangrijk dat de overheid bij het voorbereiden van de regelgeving de Hoge Raad raadpleegt?

1. Consultatie leidt tot een beter beleid en betere regelgeving. De beleidsmaker krijgt een beter inzicht in de effecten (positieve en negatieve) van de voorgenomen regelgeving.
2. Groepen die anders niet gehoord worden krijgen op die manier toegang tot de regelgeving. Uit onderzoek blijkt dat bij de voorbereiding van beleid voorna-

Le 24 janvier 2023 a eu lieu la réunion d’installation du nouveau « Conseil Supérieur des Indépendants et des PME » (CSIPME). Le CSIPME est le forum de concertation qui représente tous les indépendants et les PME. 178 organisations professionnelles et interprofessionnelles font partie du CSIPME et siègent dans l’une ou l’autre commission. FEBED fait partie du CSIPME et siège dans la Commission Alimentation. Tous les six ans, le CSIPME est à nouveau constitué et les fédérations professionnelles qui le composent doivent à nouveau être agréées par le Ministre des Classes Moyennes, des Indépendants et des PME. Le 30 mai 2022, FEBED a obtenu l’agrément comme fédération professionnelle pour la période 2022-2028 (voir FEBED News n° 18).

Le CSIPME a trois missions :

1. C’est un organe de concertation où les différentes fédérations professionnelles adoptent des positions communes au sein des commissions.
2. Des représentants du CSIPME siègent dans différents organes institutionnels de concertation.
3. Le CSIPME est un important organe de consultation. Sur demande de ministres ou du Parlement, il peut émettre un avis sur toute initiative qui a un impact sur les indépendants et les PME.

Pourquoi est-il important que les autorités conseillent le Conseil Supérieur lors de la préparation d’une réglementation ?

1. La consultation permet d’améliorer la politique et la réglementation. Le décideur politique acquiert une meilleure compréhension des effets (positifs et négatifs) de la réglementation proposée.
2. Des groupes qui, autrement, ne seraient pas entendus ont ainsi accès à la réglementation. Les recherches montrent que dans l’élaboration des politiques ,

melijk rekening wordt gehouden met de belangen van grote ondernemingen en minder met die van de KMO's. Dit terwijl de KMO's de ruggengraat van onze economie vormen. Een platform waarin alle KMO organisaties met elkaar overleggen is zeker niet overbodig.

3. Ieder advies komt bij voorkeur op tijd, m.n. voor de eigenlijke beslissing.

Maar wat levert het allemaal op?

In de voorbije zitting (2017-2022) heeft de HRZKMO 137 adviezen uitgebracht. Dus gemiddeld 23 per jaar. 61 % van de adviezen werden op verzoek uitgebracht. 39 % op eigen initiatief.

De voornaamste instanties die een advies gevraagd hebben zijn:

- Minister van Middenstand, Zelfstandigen en KMO's (29 %)
- Minister van Tewerkstelling, Economie en de Staatssecretaris voor Consumenten zaken (30%)
- Minister van Energie, Omgeving en Duurzame ontwikkeling (9%)
- Parlement

Er wordt advies gevraagd over de volgende thema's:

- Algemeen beleid m.b.t. KMO's
- Marktpraktijken, economisch recht
- Product normering
- Specifieke vragen m.b.t. een sector (er werd aan de HRZKMO een advies gevraagd m.b.t. 'Gedragscode')
- Strijd tegen sociale fraude
- Duurzame ontwikkeling

In welke mate wordt er rekening gehouden met het uitgebracht advies? De analyse voor de periode 2017-2022 geeft volgend resultaat:

- In 52 % van de gevallen wordt het advies goed tot zeer goed opgevolgd.
- Voor 24 % van de gevallen is het nog wachten op de beslissing en weet men nog niet in welke mate het advies zal opgevolgd worden.
- Het advies werd beperkt of helemaal niet opgevolgd in 18 % van de gevallen.

FEBED werkt actief mee bij de onderwerpen die voor onze sector van belang zijn. •

ce sont principalement les intérêts des grandes entreprises qui sont pris en compte et moins ceux des PME. Ceci alors que les PME sont l'épine dorsale de notre économie. Une plateforme unique dans laquelle toutes les organisations de PME se consultent n'est certainement pas superflue.

3. Il est préférable que tout conseil arrive à temps, en l'occurrence avant la décision proprement dite.

Mais à quoi cela sert-il ?

Au cours du dernier mandat (2017-2022) le CSIPME a rendu 137 avis, donc en moyenne 23 par an. 61 % des avis ont été émis sur demande, 39 % à l'initiative du Conseil Supérieur.

Principales instances qui ont demandé un avis :

- Ministre des Classes Moyennes, des Indépendants et des PME (39 %)
- Ministre de l'Économie et du Travail et Secrétaire d'État à la Protection des consommateurs (30 %)
- Ministre de l'Énergie, de l'Environne-

ment et du Développement durable (9 %).
- Parlement

Thème sur lesquels des avis sont demandés :

- Politique générale relative aux PME
- Pratiques du marché, droit économique
- Normalisation de produits
- Questions spécifiques relatives à un secteur (un avis a été demandé au CSIPME concernant le « Code de Conduite »).
- Lutte contre la fraude sociale
- Développement durable

Dans quelle mesure est-il tenu compte des avis émis ? L'analyse pour la période 2017-2022 donne les résultats suivants :

- Dans 52 % des cas, l'avis est bien à très bien suivi
- Dans 24 % des cas on attend encore une décision et on ne sait pas encore dans quelle mesure l'avis sera suivi
- L'avis a été suivi de façon limitée, voire pas du tout dans 18 % des cas.

FEBED collabore activement dans les questions importantes pour notre secteur. •



© Caroline Dupont - Photography

SAISON d'ERPE-MERE

DE GLAZEN TOREN

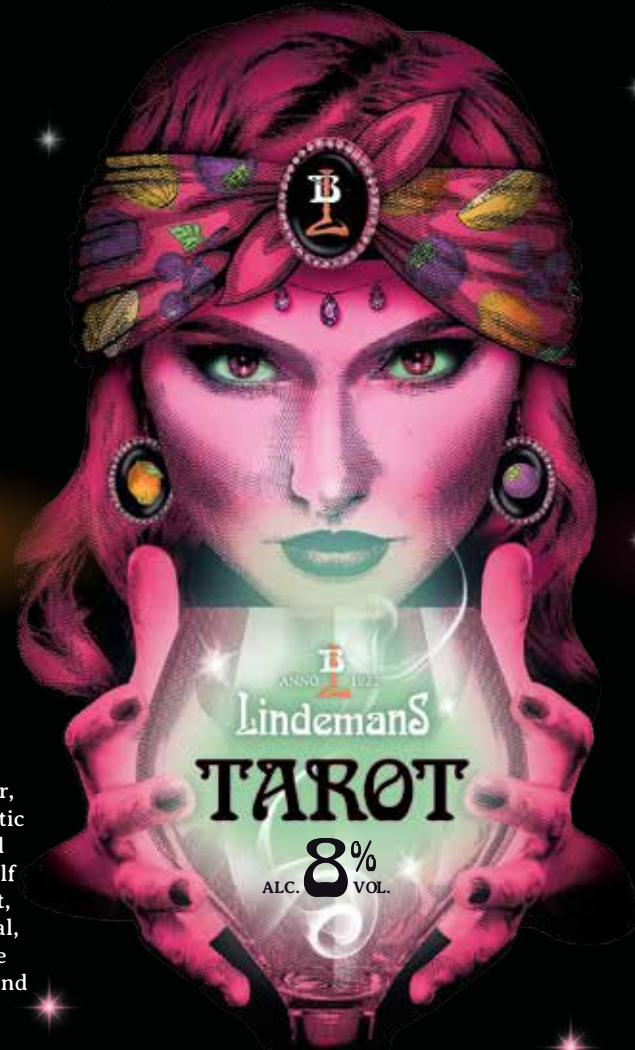
Glazentorenweg 11, 9420 Erpe-Mere
 sales@glazentoren.be
 +32 53 83 03 80

ANNO 1822
Lindemans
 AUTHENTIC LAMBIC BREWERY



TAROT D'OR
 Exotic fruit

TAROT D'OR (ALC. 8% vol.) is a unique blend of lambic beer, high-fermentation beer and exotic fruits such as mango, lime and honeydew melon. Allow yourself to be enchanted by this radiant, golden blond beer with a natural, smooth taste, a perfect balance between sweetness and acidity and a pleasant, easy finish.



TAROT NOIR
 Forest fruit

TAROT NOIR (ALC. 8% vol.) is a harmonious blend of lambic beer, high-fermentation beer and dark forest fruits such as blueberries, blackcurrants and elderberries. This exceptionally fruity, ruby-red specialty beer has a natural, smooth taste, a refined acidity and a mellow yet refreshing finish.

**We predict that
 you'll have
 to taste it
 to believe it**

📍 Lindemansbrouwerij | 📱 @lindemansbeers

Beer brewed carefully, to be consumed with care.



BRANDED CONTENT



EasyRack: winkelinrichting op maat en naar uw smaak

Rekken zijn van tel om uw dranken uit te stallen, maar wie met EasyRack samenwerkt, kan ook het imago van de zaak mooi etaleren. 'Wat zij boden, paste perfect bij onze zaak', zegt Luc Bollaert van het gelijknamige wijnhuis. EasyRack uit Evergem is de voorbije 10 jaar uitgegroeid tot dé betrouwbare specialist voor wie een gepersonaliseerde winkelinrichting een erezaak is.

In de prachtige belevingsstore van Wijnhuis Bollaert in het Oost-Vlaamse Merelbeke is het aangenaam dwalen tussen lange rekken vol wijnen, sterke en andere dranken. De familiezaak is sinds 1935 een begrip in de streek en enkele jaren geleden opende Bollaert een volledig nieuwe winkel. 'Voor het uitstellen van onze wijnen kozen we voor stijlvol zwarte, multifunctionele winkelrekken in combinatie met bleek hout', zegt Luc Bollaert, één van de zaakvoerders.

Na een zoektocht online koos Bollaert voor de aankoop van nieuwe winkelrekken voor EasyRack. 'Onze grote sterkte is het personaliseren van standaardrekken', zegt Niek Haesaerts, oprichter en zaakvoerder van EasyRack. 'Bij ons betaal je de kostprijs van normale rekken plus een beperkte meerprijs voor

het pimpen ervan door ze te bedrukken, een andere kleur te geven, de hoogte aan te passen, speciale prijslabels toe te voegen of verlichting aan te brengen.' Dat lukt EasyRack prima voor winkelrekken en even goed voor magazijnrekken.

'Voor onze stijlvolle winkelinrichting bleek EasyRack de ideale partner' – Luc van Wijnhuis Bollaert

Wijnhuis Bollaert is één van de tientallen drankenhandelaars die voor de winkelinrichting ging aankloppen bij EasyRack. 'Bij Bollaert gingen we nog een stap verder', vertelt Haesaerts. 'We hebben speciale constructies gemaakt die op de rekken inhaken om ze verstevigen. Maar in deze klassezaak hebben we ook veel aandacht geschonken aan het visuele en praktische aspect.' Je kan er één fles uit de rekken halen of meteen een doos.

Na de unieke winkelervaring bij Wijnhuis Bollaert nemen we onze dozen vol flessen uit de winkelkar, die we terug plaatsen in de karrenstalling. Beide werden eveneens bij EasyRack aangekocht. Je kan er als drankencentrale dus terecht voor een zo goed als volledige winkelinrichting. Op maat én volledig naar uw smaak.



FREEDOM BELGIUM, uw partner voor diensten en materialen

Sinds 2000 behartigt Freedom Belgium, als aankoopgroepering van de FEBED leden, de economische belangen van de zelfstandige drankenhandelaar. Freedom richt zich op diensten en niet op dranken (met uitzondering van haar twee pilsen).

Freedom is voortdurend op zoek naar nieuwe akkoorden en onderhandelt met nieuwe potentiële partners om u een ruim assortiment aan goederen en diensten te kunnen bieden tegen de beste voorwaarden.

Omdat Freedom Belgium zich uitsluitend focust op de aankoop van materialen en diensten, vult hij de andere aankoopgroeperingen perfect aan. Een drankenhandelaar kan gerust beroep doen op zijn aankoopgroepering voor de aankoop van dranken en op de Freedom akkoorden voor alle andere kosten verbonden aan zijn activiteit, zoals brandstof, horeca materiaal, uitzendarbeid enz. Ontdek alle Freedom voordelen op de website www.freedombelgium.be. Via dit platform krijgt u na twee kliks meteen toegang tot alle partners en de bijzondere voorwaarden die ze aanbieden.

Partners

Op heden zijn akkoorden gesloten met 26 leveranciers om de leden van de best

mogelijke voorwaarden te laten genieten. De cijfers van 2022 bewijzen nogmaals dat de aankoopgroepering de FEBED leden een niet te verwaarlozen opbrengst oplevert. De partners kunnen in 6 categorieën worden onderverdeeld:

FREEDOM BELGIUM, votre partenaire pour les services et le matériel

Depuis 2000, Freedom Belgium, le groupement d'achat des membres de FEBED, défend les intérêts économiques du distributeur en boissons indépendant. Freedom se consacre surtout aux services et non aux boissons (à l'exception de ses deux pils).

Freedom est continuellement à la recherche de nouveaux accords et négocie avec de nouveaux partenaires potentiels afin de pouvoir vous offrir un large assortiment de biens et services aux meilleures conditions.

Comme Freedom Belgium se concentre exclusivement sur l'achat de matériel et de services, elle complète parfaitement les autres groupements d'achat. Un distributeur en boissons peut parfaitement faire appel à son groupement d'achat pour ses boissons et aux accords Freedom pour tous les autres frais liés à son activité, tels que le carburant, le matériel horeca, les intérimaires etc. Découvrez tous les avantages Freedom sur le site www.freedombelgium.be. Via cette plateforme vous avez, en deux clics, accès à tous les partenaires et aux conditions particulières qu'ils offrent.

Partenaires

Actuellement, des accords conclus avec 26 fournisseurs permettent aux membres de pouvoir bénéficier des meilleures conditions possibles. Les chiffres de 2022 prouvent une fois encore que le groupement d'achat des membres de FEBED apporte des recettes non négligeables. Les partenaires peuvent être répartis en 6 catégories :



Diensten / Services

- Accent Jobs
- Daoust
- Hillewaere Verzekeringen
- Monizze
- Randstad
- Renewi
- Sodexo
- Tempo-Team

Evenementen / Évènements

- Duplast
- Ecocup
- Festicup
- Variapack

Materiaal drinkcenter / Matériel drinkcenter

- Tomra
- Wanzl

Kantormateriaal / Matériel de bureau

- Strobbe

Materiaal horeca / Matériel horeca

- Air Products
- Antoine
- Gamko
- Gunaco

Transport en logistiek / Transport et logistique

- Atrium
- Carros Truck Center
- Chanterie
- Jungheinrich
- Q8
- Toyota Material Handling
- Volvo Trucks Belgium

FREEDOM BELGIUM

Hoe word ik vennoot van Freedom Belgium?

Om te genieten van alle Freedom-voordelen moeten de leden van FEED geen bijkomend lidgeld betalen. Ze worden vennoot van de coöperatieve vennootschap door éénmalig een aandeel ter waarde van 600 € te kopen. Bij uittreding wordt dit aandeel integraal terugbetaald. Voor meer info contacteer Freedom vrijblijvend via info@freedombelgium.be of telefonisch op 02/4103347

Comment devenir associé Freedom Belgium?

Pour bénéficier de tous les avantages Freedom, les membres de FEED ne doivent pas payer de cotisation supplémentaire. Ils adhèrent à la société coopérative en achetant une part unique d'une valeur de 600 €. En cas de retrait, ce montant leur est intégralement remboursé. Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à contacter Freedom via info@freedombelgium.be ou 02/410.33.47

FREEDOM BELGIUM, het is ook twee exclusieve producten!

Freedom Pils

Freedom Pils is een pils van hoge kwaliteit met een alcoholvolumegehalte van 5,2%. De pils wordt aangeboden in aantrekkelijke gele kratten van 24x25 cl flesjes.

Alle FEED leden mogen de Freedom Pils verkopen. Freedom vennoten krijgen bovendien een eindejaarskorting uitgekeerd. Twee keer per jaar (in het voorjaar en in de zomer) organiseert Freedom een 21+3 promotie!

Freedom heeft besloten om de packaging van haar pils in flessen een facelift te geven, zonder afbreuk te doen aan de kwaliteit van het product. Een nieuw etiket is in voorbereiding om de fles aantrekkelijker en moderner te maken.

Patron Pils

De Patron Pils is een courante pils (5,2 % alcoholvolumegehalte) met een makkelijke afdrank die zich zonder problemen kan meten met de andere spelers op de markt. De Patron Pils wordt uitsluitend door Freedom vennoten verkocht en is beschikbaar in vaten van 30 en 50 l. De Patron Pils is de ideale pils voor al uw festiviteiten!

De vatenpils van Freedom wordt gepositioneerd als de 'pils van het huis' of de 'pils van de patron' waarmee een drankenhandelaar of horeca-uitbater zich nadrukkelijker kan profileren.

Patron Pils is een kwaliteitpils die je ongeneerd aan de consument kan aanbieden en waarbij een comfortabele marge gewaarborgd is voor de drankenhandelaar en de horeca uitbater.



FREEDOM BELGIUM, c'est aussi deux produits exclusifs !

Freedom Pils

La Freedom Pils est une pils de haute qualité, d'une teneur en alcool de 5,2%. Elle est présentée dans un attrayant casier jaune de 24 x 25 cl.

Tous les membres FEED peuvent vendre la Freedom Pils. Les associés Freedom reçoivent en plus une ristourne de fin d'année.

Deux fois par an (au printemps et en été), Freedom organise une promotion 21+3 ! Freedom a décidé de donner un coup de frais au packaging de sa pils en bouteille, sans toucher à la qualité du produit. Une nouvelle étiquette est en cours de préparation afin de rendre la bouteille plus attractive et plus moderne.

Pils du Patron

La Pils du Patron est une pils courante (5,2 % vol.alc.) et facile à boire, qui peut se mesurer sans complexes aux autres acteurs du marché. La Pils du Patron est vendue exclusivement par les associés Freedom et est disponible en futs de 30 et 50 l. La Pils du Patron est la pils idéale pour toutes vos festivités !

La pils en fut de Freedom est positionnée comme la « pils de la maison » ou la « pils du patron », permettant à un négociant en boissons ou exploitant horeca de se profiler de façon explicite.

La Pils du Patron est une pils de qualité que le négociant en bières et le cafetier peuvent sans complexe présenter au consommateur tout en s'assurant une marge confortable.

Een premium klantbeleving met de TOMRA T9

TOMRA is al 50 jaar wereldwijd marktleider op het gebied van leeggoed-automatisering. De T9 is TOMRA's premium leeggoedautomaat, voorzien van TOMRA Flow Technology™. Deze technologie zorgt voor een snelle herkenning van leeggoed in 360 graden, zonder dat fraude een kans krijgt. Consumenten worden stapsgewijs door het innameproces geleid en ook personeel leert gemakkelijk met de automaat omgaan. Daarnaast biedt de T9 de mogelijkheid voor personalisatie op de frontplaten, donatie van statiegeld, couponing en promoties op het beeldscherm.

De installatie achter de automaat wordt op maat door TOMRA gemaakt. Er kan bijvoorbeeld op verschillende hoogtes worden gewerkt met een spindel en met rvs-rolbanen kan er naar buiten worden uitgebreid. Zo is er voor iedere locatie een passende oplossing.



Une Expérience Premium avec la TOMRA T9

Tomra est depuis 50 ans leader mondial du marché spécialisé dans l'automatisation de la collecte des vides. La T9 est l'automate premium de Tomra, équipé de la TOMRA Flow Technology™. Cette technologie ultra rapide reconnaît les vides en 360 degrés, sans donner aucune chance au fraude. Les consommateurs et le personnel sont guidés pas à pas à travers le procès de la remise et l'entretien d'une façon très simple. En outre, le front de la T9 peut être personnalisé, la possibilité de faire des dons de la valeur de la consigne, du couponing et des actions promotionnelles à l'écran.

L'installation à l'arrière de l'automate est faite sur mesure par Tomra. Des solutions à différentes hauteurs réalisées entre autres par l'utilisation d'un spindle et des rouleaux en rvs permettent d'étendre vers l'extérieur. Ainsi, ils ont une solution valable pour tous les sites.



 **TOMRA**

wanzl

uw partner voor de inrichting van uw drankenspecialzaak

Vernieuwing van uw winkel, een specifieke afdeling of rayon?

votre partenaire pour l'agencement de votre magasin de boissons

Réaménagement de votre magasin, d'un département ou d'un rayon spécifique?

contacteer / contactez

Alex Declerck
016/40.28.30
alex.declerck@wanzl.com

Wanzl BV
Ambachtenlaan 36
3001 Heverlee
www.wanzl.com

#QualityMadeByWanzl

Brasserie Balleux te Beauraing

een winning team voor top service

Voor deze editie van onze rubriek trokken we naar Beauraing. Deze stad in de Naamse Famenne ligt op 10km van het Franse Givet en is vooral bekend voor haar pelgrimstochten ter ere van Onze-Lieve-Vrouw. Daar ontmoetten we François Rézette die samen met collega Jonathan Emond in 2019 de lokaal beroemde familiezaak overnam. François, die als tiener bijna per toeval in de zaak terecht kwam, werd er verliefd op het beroep van drankenhandelaar. Op ons verzoek nam hij even de tijd om met ons zijn passie te delen.

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

François: "De firma is in 1921 door de familie Balleux opgericht. Het oorspronkelijke magazijn bevond zich toen nog niet op de huidige locatie maar in de nabijheid van het treinstation van Beauraing. Alles begon met de levering van dranken aan particulieren. Stapsgewijs kwam de horeca erbij. Toen de ruimte te klein werd, verhuisde het bedrijf in 1977 naar de locatie die we nu kennen, langs de Rue de Rochefort. Later werd besloten een drive-in in het magazijn op te nemen. Dit was de voorloper van de huidige winkel.



Brasserie Balleux à Beauraing

une équipe qui gagne, pour un service au top

Pour cette édition de notre rubrique, nous nous sommes rendus à Beauraing. Cette ville de la Famenne namuroise, située à 10km de Givet en France, est principalement connue pour son pèlerinage en l'honneur de Notre-Dame. Nous y avons rencontré François Rézette, qui en 2019 a repris avec son associé Jonathan Emond l'affaire familiale bien connue dans cette partie du pays. Arrivé presque par hasard dans l'entreprise en tant qu'adolescent, François y est tombé amoureux du métier de négociant et de la Brasserie. Une passion qu'il a accepté de partager avec nous.

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

François: « La société fut créée en 1921 par la famille Balleux. L'entrepôt d'origine n'était pas situé à l'endroit actuel mais à proximité de la gare de Beauraing. Tout a commencé par la livraison aux particuliers et l'horeca est venu peu à peu s'y ajouter. Quand la place vint à manquer, l'entreprise a déménagé en 1977 à l'emplacement que nous connaissons aujourd'hui, le long de la Rue de Rochefort. Un peu plus tard, avec le développement de l'affaire, il fut décidé d'inclure un drive-in à l'entrepôt. Ce fut le précurseur du magasin actuel.

Zelf ben ik op 15-jarige leeftijd als jobstudent bij Balleux begonnen. Sindsdien heb ik het bedrijf nooit meer verlaten. Na de middelbare school heb ik mijn studies via avondonderwijs voortgezet, die ik financierde met mijn baan in de drankenhandel. Ik heb er ondertussen alle functies doorlopen.

Sinds de oprichting van het bedrijf hebben drie generaties Balleux elkaar opgevolgd, maar omdat geen enkel familielid het bedrijf kon overnemen, heeft de familie besloten het bedrijf over te laten, maar niet aan zomaar iemand. De eigenaars, die zeer gehecht waren aan het familiale karakter van het bedrijf en aan hun personeel, waren bang dat de overnemer de naam of het team niet in stand zou houden. Mijn collega Jonathan Emond - destijds vertegenwoordiger - en ik gingen rond de tafel zitten om het project te bespreken. In 2019 namen we het bedrijf officieel over. Onze wens om de naam Brasserie Balleux en het personeel te behouden woog door in de beslissing. Ons bedrijf heeft nu 22 mensen in dienst."

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

"We zijn begonnen met een complete facelift van de winkel. We hebben bijvoorbeeld



"Zorg goed voor je personeel! Je weet wie je hebt, niet wie je zult krijgen."

de alcoholkelder en de wijnkelder ingericht. Ook hebben we het horeca cliënteel verder ontwikkeld. Onze actieradius is vrij groot, want we leveren bijvoorbeeld tot in Charleroi, La Roche-en-Ardenne en Gembloers. Hoewel we willen groeien, is het nooit onze ambitie geweest om een reus te worden. De klant mag nooit een nummer worden. We hebben er bewust voor gekozen om het familiale aspect van het bedrijf te behouden en de nadruk te leggen op service. Onze chauffeurs zijn ondertussen gekende gezichten geworden en worden zeer gewaardeerd door onze klanten."

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

"De voortdurende prijsstijgingen zijn momenteel onze grootste uitdaging. Wij waren gewend aan een jaarlijkse stijging van ongeveer 3%, maar de laatste tijd is de situatie enorm geëscaleerd, of het nu gaat om kosten, lonen, energieprijzen, enz. Het wordt voor ons erg moeilijk om deze stijging voor 100% door te rekenen aan onze klanten. In veel horecazaken zien we de prijzen stijgen, maar we kunnen de consument moeilijk 4 euro voor een cola vragen! Men zou kunnen denken dat onze ligging dicht bij de Franse en Luxemburgse grens een probleem is. Water, bijvoorbeeld, is in Frankrijk veel goedkoper dan hier, en we weten dat een klant niet speciaal naar ons zal komen om water in flessen te kopen. In plaats van ons erbij neer te leggen, hebben we van deze uitdaging een opportuniteit gemaakt. We hebben op een gerichte manier gediversifieerd. Bijvoorbeeld door ons te concentreren op regionale producten, vooral streekbieren, om het nabijgelegen Franse cliënteel aan te trekken. Die klanten zullen uiteraard niet voor een krat pils tot bij ons komen. Hetzelfde geldt voor sterke dranken in het Groothertogdom. Daarom hebben we ons gespecialiseerd in zeldzamere en duurere producten. Dankzij deze diversificatie en ons advies kunnen wij het verschil maken.

Wij zijn jong en hebben veel ideeën om ons aanbod voortdurend te vernieuwen. We denken er zelfs aan om in Frankrijk te gaan leveren, zoals het in het verleden al het geval was."

Wat vindt u leuk aan het beroep van drankenhandelaar?

"De relatie met de klanten is echt bijzonder. Net als iedereen bezoeken wij de horecazaken. Maar wij weten wat er achter de schermen gebeurt, wat de beleving

A titre personnel, j'ai commencé à travailler chez Balleux à 15 ans, en tant qu'étudiant. Je n'ai depuis plus quitté l'entreprise. Après mes études secondaires, j'ai entamé des études en cours du soir, que je finanças par mon emploi dans le négoce, où je suis passé par tous les postes. Depuis la création de la société, trois générations de Balleux se sont succédé, mais n'ayant plus de génération désireuse de reprendre l'affaire, la famille a exprimé le souhait de remettre le commerce, mais pas à n'importe qui. Les patrons, très attachés au caractère familial de l'entreprise et à leur personnel, craignaient que le repreneur ne garde ni le nom ni l'équipe en place. Mon collègue Jonathan Emond, commercial à l'époque, et moi-même, nous sommes alors mis à table pour discuter du projet. C'est ainsi que nous avons repris officiellement l'entreprise en 2019. Notre volonté de garder le nom Brasserie Balleux et de maintenir son personnel a largement pesé dans la balance. Notre société emploie aujourd'hui 22 personnes ».

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

"Nous avons entamé un lifting complet du magasin, qui est devenu un outil de travail très important, d'autant plus depuis la période du covid. Nous avons par exemple mis en place la cave à alcools et la cave à vins.

Nous avons également développé plus avant la clientèle horeca. Notre rayon d'action est assez large, car nous livrons par exemple jusqu'à Charleroi, La Roche-en-Ardenne et Gembloux.

Quoi qu'il en soit, notre souhait est de croître, sans pour autant devenir un géant. Le client ne doit jamais devenir un numéro. Nous avons fait le choix conscient de garder l'aspect familial de l'entreprise, et de miser sur le service. Nos chauffeurs-livreurs sont d'ailleurs très populaires et très appréciés de la clientèle ».

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

"L'augmentation constante des prix est actuellement notre principal défi. Nous étions habitués à une augmentation annuelle de l'ordre de 3 %, mais ces derniers temps la situation s'est enflammée, que ce soit au niveau des couts, des salaires, du prix de l'énergie... Il devient pour nous très difficile de répercuter cette augmentation à 100 % sur la clientèle. Dans bon nombre



d'établissements horeca, on voit les prix augmenter mais on peut difficilement demander au consommateur 4 € pour un coca ! On pourrait à priori croire que notre situation à proximité des frontières française et luxembourgeoise représente une difficulté. L'eau par exemple est beaucoup moins chère en France que chez nous, et nous savons qu'un client ne va pas venir chez nous spécifiquement pour acheter ses bouteilles d'eau. Le même constat vaut pour l'alcool au Grand-Duché. Plutôt que de nous apitoyer sur cet état de fait, nous avons fait de ce défi une force. Nous nous sommes diversifiés de manière ciblée. Par exemple : en nous concentrant sur les produits régionaux, notamment pour la bière, afin d'attirer justement la clientèle française toute proche, qui ne viendra pas chez nous juste pour un casier de pils. Même chose pour les alcools, où nous nous spécialisons dans les produits plus rares et plus haut de gamme. Cette diversification, couplée au conseil que nous apportons, est ce qui nous permet de faire la différence.

Nous sommes jeunes et avons plein d'idées en tête pour renouveler constamment notre offre. Nous envisageons même de livrer au-delà de la frontière, comme cela s'est déjà fait par le passé ».

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

"La relation avec la clientèle est vraiment particulière. Comme tout un chacun, nous fréquentons les établissements horeca, mais nous connaissons l'envers du décor, ce qui donne au vécu une connotation

« Prenez soin de votre personnel! Vous savez qui vous avez, pas qui vous aurez. »

extra interessant maakt. In de loop der jaren hebben we een uitgebreid netwerk opgebouwd.

Daarnaast werken we met een geweldig team, dankzij wie we onze klanten optimaal kunnen bedienen.”

Hoe ziet u de toekomst van de drankenhandelaar in België?

“Ik denk dat service steeds belangrijker zal worden. Het wordt essentieel om concepten te ontwikkelen die klanten blijven boeien. In de horecasector bijvoorbeeld zal een café dat alleen maar bier serveert zich niet onderscheiden. Differentiatie moet worden bereikt door voortdurende vernieuwing, om de klant nieuwe dingen aan te bieden..”

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

“FEED biedt de zelfstandige drankenhandelaar steun en kracht, de kracht van het collectief dat onze sector vertegenwoordigt. Ze verenigt ons in de gesprekken met onder andere de grote leveranciers.

De grote strijd die volgens mij gevoerd moet worden, gaat over de prijzen. We zien nu al dat onze federatie bereid is om op dit gebied vooruitgang te boeken, maar we mogen de druk niet laten zakken. FEED moet steun blijven bieden in de verschillende uitdagingen waarmee we geconfronteerd worden.”

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

“Zorg goed voor je personeel! Je weet wie je hebt, niet wie je zult krijgen.

Hoe kunt u dit bereiken? In de eerste plaats door hen een performant werkinstrument ter beschikking te stellen. Als u daarin moet investeren, doe het dan!

Daarnaast door een aangename werksfeer te onderhouden. Wij organiseren bijvoorbeeld twee of drie keer per jaar een aperitief of een diner voor medewerkers en hun partner. Het is een goede gelegenheid om elkaar buiten het werk te ontmoeten.” •

www.brasserieballeux.be



singulière. Au fil des années, on s'est créé un réseau étendu de relations.

De plus, nous travaillons avec une super équipe, ce qui nous permet de servir au mieux la clientèle ».

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

« Je pense que la dimension de service va gagner en importance. Il devient primordial de développer des concepts pour intéresser la clientèle. Au niveau de l'horeca par exemple, le café qui ne fera que servir de la bière ne sortira pas son épingle du jeu. La différenciation doit passer par un constant renouvellement, pour proposer de nouvelles choses au client ».

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

« FEED représente pour le négociant en boissons indépendant un appui et une force, la force du collectif que représente notre corporation, unie dans les discussions avec les gros fournisseurs, par exemple.

Le grand combat qui selon moi doit être mené se situe au niveau des prix. On remarque déjà une volonté de notre fédération d'aller de l'avant dans ce domaine mais il ne faut pas lâcher la pression. FEED doit continuer à apporter son soutien pour les différents défis auxquels nous sommes confrontés ».

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

« Prenez soin de votre personnel ! Vous savez qui vous avez, pas qui vous aurez.

Comment ? Premièrement en mettant à leur disposition un outil de travail performant. S'il faut investir à ce niveau, faites-le !

Ensuite en entretenant une ambiance de travail agréable. Deux ou trois fois par an, nous organisons par exemple un apéro ou un souper pour les membres du personnel et leurs conjoints. C'est une bonne occasion de se retrouver en-dehors du cadre du travail ».

www.brasserieballeux.be

QUALITÉ QUALITY
 QUALITÀ KWALITEIT
 QUALITÄT CALIDAD
 QUALIDADE



www.gerolsteiner.be

6,66%. BELGIAN. BLOND.



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