

# FEBED

## NEWS #23



**FEBED  
Forum**

**FEBED  
Awards**

Interview  
**Dranken-  
centrale  
't Sas  
Nijlen**



# 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](mailto:alex.declerck@wanzl.com)**

Wanzl BV  
Ambachtenlaan 36  
3001 Heverlee  
[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)

**#QualityMadeByWanzl**





## COLOFON COLOPHON

### Uitgever Editeur

Guy Dewulf  
vzw FEBED asbl  
Boulevard Edmond Machtenslaan 83/1  
1080 Brussel-Bruxelles  
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,

Deze editie van ons FEBED Newsmagazine is hoofdzakelijk gewijd aan het FEBED Forum, dat aan zijn vijfde editie toe was.

De focus van het FEBED Forum lag dit jaar op de basiselementen die moeten goed zitten om de toekomst van je bedrijf veilig te stellen. U krijgt een samenvatting van de presentaties met enkele interessante inzichten die de sprekers met ons gedeeld hebben. De initiatieven van de FEBED Awards winnaars worden toegelicht en kunnen een inspiratiebron vormen.

Voor de rubriek 'Drankenhandelaar in de Kijker' hadden we een interview met Karolien en Lieselot van Drankencentrale 't Sas in Nijlen die met veel enthousiasme het levenswerk van hun vader Jan Boons verder zetten.

Veel leesplezier!

Cher Membre de FEBED,  
Cher Distributeur en Boissons,

Cette édition de notre magazine FEBED News est principalement consacrée à notre FEBED Forum, qui en était à sa cinquième édition.

Le focus du FEBED Forum était mis cette année sur les éléments de base qui doivent être bien mis en place pour assurer l'avenir de votre entreprise.

Vous trouverez dans les pages qui suivent un résumé des présentations, avec quelques considérations intéressantes que les orateurs ont partagées avec nous. Les initiatives des gagnants des FEBED Awards sont par ailleurs exposées et peuvent constituer une source d'inspiration.

Pour la rubrique "Distributeur en vedette", nous avons interviewé Karolien et Lieselot, de Drankencentrale 't Sas in Nijlen, qui poursuivent avec enthousiasme l'œuvre de leur père Jan Boons.

Bonne lecture!

*Guy Dewulf*

Guy Dewulf  
Directeur FEBED



# Basics for the future

Was het thema van het FEBED Forum dat op 23 oktober doorging. Een 200 tal personen (leden, producenten en genodigden) hebben het FEBED Forum bijgewoond.

Een aantal belangrijke dossiers komen op ons af en zullen de volgende jaren een belangrijke impact hebben op onze sector. Zo hebben we de nieuwe versie van de 'Gedragscode voor de Goede Relaties tussen horeca ondernemingen, brouwerijen en drankenhandelaars' en de invoering van statiegeld op PET en blik verpakkingen in 2025.

Ondertussen moet je bedrijf gezond blijven. Belangrijk is niet teveel financiële middelen in je voorraad te blokkeren om voldoende mogelijkheden te hebben te investeren in je toekomstige groei en om relevant te blijven voor je klanten.

Een grote uitdaging om al die ballen tegelijk in de lucht te houden.

## GEDRAGSCODE

De Heer Jo Vanbelle, Voorzitter van de Verzoeningscommissie van de Gedragscode, heeft heel wat praktijkervaring als advocaat aan de balie van Brussel en als Ere Afgevaardigd Vrederechter van Elsene. Zijn presentatie bevatte drie onderdelen:





ASICS  
R THE  
TURE

FEBED  
FORUM 23-10-2023

Gold

# Basics for the future

Tel était le thème du FEBED Forum qui s'est tenu le 23 octobre. Environ 200 personnes (membres, producteurs et invités) ont assisté au FEBED Forum.

Plusieurs dossiers importants nous arrivent et ils auront un impact significatif sur notre secteur dans les années à venir. Nous pensons par exemple à la nouvelle version du « Code de conduite pour de bonnes relations entre les entreprises de restauration, les brasseries et les distributeurs en boissons » et à l'introduction de la consigne sur les emballages PET et les canettes en 2025.

Dans le même temps, vous devez veiller à ce que votre entreprise reste saine. Il est important que vous ne bloquiez pas trop de ressources financières dans votre stock pour avoir suffisamment de possibilités d'investir dans votre croissance future, et vous devez rester pertinent pour vos clients.

C'est un grand défi que de garder toutes ces balles en l'air en même temps.

## **CODE DE CONDUITE**

M. Jo Vanbelle, Président de la Commission de Conciliation du Code de Conduite, a une grande expérience pratique en tant qu'avocat au barreau de Bruxelles et en tant que Juge de Paix Suppléant Honoraire à Ixelles.

de Gedragscode, het Covid Addendum en de Verzoeningscommissie.

De **Gedragscode** is van toepassing op alle niet onmiddellijk opzegbare drankafname overeenkomsten gesloten tussen een horeca uitbater en een brouwerij, drankenhandelaar of concessie verlenende overheid. Belangrijke elementen opgenomen in de Gedragscode:

1. De horeca-uitbaters moeten een verplichte opleiding volgen die bestaat uit een theoretisch luik (zoals bedrijfsbeheer) en een praktisch luik (hygiëne, onderhoud toestellen, schenktechniek, ...).
2. De uitbater moet degelijk geïnformeerd worden over de inhoud van het contract, de investeringen, aankooprijzen, ... Er dient 14 dagen bedenktijd te zijn tussen het overhandigen van de overeenkomst en de ondertekening.
3. Verplichte verkoopprijs opleggen is verboden, alsook excessieve schade-, inrest- of verbrekingsvergoedingen.
4. Er mag geen controle uitgevoerd worden in de privé woning van de uitbater.
5. Exclusiviteit voor koude dranken, koffie en wijn. Geen exclusiviteit voor andere warme dranken en nevenproducten (koekjes, versnaperingen, onderhoudsproducten). Exclusiviteit sterke dranken is nog ter discussie.
6. Mogelijkheid om overeenkomst met 2 jaar te verlengen indien afname quotum niet bereikt werd, maar wel meer dan 70 % gerealiseerd werd.
7. Bij onrechtmatige verbreking van de overeenkomst dient het niet gedelgd gedeelte van de investering terugbetaald,

Verhoog  
je omzet  
met  
minder  
voorraad



alsook een verbrekingsvergoeding en een vergoeding voor het niet behaald gedeelte van het afnamequotum.

Het **Covid Addendum** laat toe de termijn te verlengen om de afname quota te behalen, gezien dit niet mogelijk was door de pandemie.

Het doel van de **Verzoeningscommissie** is om de partijen te verzoenen en de geschillen te beslechten. Iedere contracterende partij kan een dossier indienen bij de Verzoeningscommissie (via [vc.cc@economie.fgov.be](mailto:vc.cc@economie.fgov.be)). Om te vermijden dat niet relevante dossiers worden ingediend, wordt een kleine financiële bijdrage gevraagd. Het dossier wordt beoordeeld zowel door juridische experts als mensen met praktijkervaring uit de sector.

### INVOERING STATIEGELD OP PET EN BLIK

Ann Nachtergaele (FEVIA) en Liesbet Sommen (Samen voor Slim Statiegeld) hebben ons de status gegeven m.b.t. de invoering van Statiegeld op PET en Blik verpakkingen, voorzien voor 2025. Hiermee wil de overheid zwerfvuil verminderen. In Vlaanderen worden momenteel piloot projecten uitgevoerd om digitaal statiegeld uit te testen. Bij digitaal Statiegeld moet iedere PET fles en blikje voorzien zijn van een unieke QR code die door de consument gescand



Jo Vanbelle



## Augmentez votre chiffre d'affaires avec moins de stock

Sa présentation comportait trois parties : le Code de Conduite, l'Addendum Covid et la Commission de Conciliation.

Le **Code de Conduite** s'applique à toutes les conventions d'approvisionnement en boissons non immédiatement résiliables conclues entre un exploitant Horeca et une brasserie, un distributeur en boissons ou une autorité concédante. Voici plusieurs éléments importants qui sont repris dans le Code de Conduite :

1. Les exploitants horeca doivent suivre une formation obligatoire au lancement de leur entreprise. La formation consiste en un volet théorique (comme la gestion d'entreprise) et un volet pratique (hygiène, entretien des appareils, technique de service...).
2. L'exploitant doit être sérieusement informé du contenu du contrat, des investissements, des prix d'achat... Il doit y avoir un délai de réflexion de 14 jours entre la remise du contrat et sa signature.
3. Il est interdit d'imposer des prix de vente, ainsi que des indemnités excessives de dommages intérêts ou de rupture.
4. Aucun contrôle ne peut être effectué au domicile privé de l'exploitant.
5. Exclusivité pour les boissons froides, le café et le vin. Pas d'exclusivité pour les autres boissons chaudes et les produits dérivés (biscuits, snacks, produits d'en-

retien). L'exclusivité pour les spiritueux est encore en discussion.

6. Si le quota d'enlèvement n'est pas atteint et que plus de 70 % des volumes ont été réalisés, l'accord peut être prolongé de deux ans pour atteindre 100 % du quota.
7. En cas de résiliation irrégulière de l'accord, la partie non amortie de l'investissement est remboursée, ainsi qu'une indemnité de résiliation et une compensation pour la partie non réalisée du quota d'enlèvement.

**L'Addendum Covid** permet de prolonger le délai dans lequel le quota d'approvisionnement devait être atteint, dans la mesure où cela n'avait pas été possible en raison de la pandémie.

L'objectif de la **Commission de Conciliation** est de réconcilier les parties et de régler les conflits. Chaque partie contractante peut introduire un dossier auprès de la Commission de Conciliation (via [vc.cc@economie.fgov.be](mailto:vc.cc@economie.fgov.be)). Pour éviter que des dossiers non pertinents ne soient déposés, une petite contribution financière est demandée. Le dossier est examiné à la fois par des experts juridiques et par des personnes ayant une expérience pratique du secteur. L'accent est mis sur la médiation et la réconciliation des parties.

### **INSTAURATION CONSIGNE SUR PET ET CANETTES**

Ann Nachtergaele (FEVIA) et Liesbet Sommen (Ensemble pour une Consigne Intelligente) nous ont donné l'état actuel de l'instauration d'une consigne sur les PET



Steven Saenen

wordt als hij thuis of in een publieke vuilbak de verpakking deponeert. Daarnaast dient hij ook de QR code op de blauwe zak of publieke vuilbak te scannen. Pas als hij beide scant, zal hij de waarborg terugbetaald krijgen. Mensen die geen smartphone hebben, zouden voor thuis een home scanner kunnen bekomen. De Brusselse en Waalse regering hebben in juli de voorkeur uitgedrukt voor het traditioneel statiegeld. Eind dit jaar, begin volgend jaar, moeten de drie gewestelijke regeringen tot een akkoord komen over welk statiegeld systeem zal ingevoerd worden.

### IMPACT SLECHT VOORRAADBEHEER OP WERKKAPITAAL

Olivier Garmyn (Slimstock) begon zijn uiteenzetting met aan te geven welke factoren je voorraadkost beïnvloeden:

1. Rente: deze bestaat uit de financieringskost verhoogd met een opportuniteitskost. Wanneer je de gelden niet in je stock steekt maar voor andere doeleinden gebruikt (bijvoorbeeld investering in een nieuw drankafname akkoord) bekom je een bepaald rendement op die investering. Dit rendement is de opportuniteitskost.
2. Ruimte: huur van je magazijn of de operationele kosten van je magazijn als je eigenaar bent.
3. Risico: de verzekering voor je stock en het afschrijven van de stock die niet meer kan verkocht worden.

Wat de impact is van slecht voorraadbeheer op je werkkapitaal werd aangetoond met een concreet voorbeeld. Bij een verlaging van een stock van 1mio € met 30 %,



Ann Nachtergaele, Liesbet Sommen



Steven Saenen, Olivier Garmyn, Marc De Keyzer, Guy Dewulf, Jo Vanbelle

verbetert je werkkapitaal met 366.000 € (rekening houdend met een rente van 10%, de kostprijs van je ruimte 5 % en een risico van 7 %).

Drie quick wins werden meegegeven om je cash flow en je werkkapitaal te verbeteren:

1. Ruim regelmatig je assortiment op. De traag roterende producten kosten je geld i.p.v. geld op te brengen.
2. Leg de focus op de juiste artikelen. Hiervoor gebruikt Olivier de ABC/XYZ analyse
3. Verhoog je omzet met minder voorraad

### RELEVANT BLIJVEN IN EN CONCURRENTIËLE MARKT

Steven Saenen ziet momenteel twee grote uitdagingen: enerzijds de klant en anderzijds relevant zijn.

Waarom is relevant zijn belangrijk? De frequentie van de bezoeken ligt lager en de klanten koesteren hogere verwachtingen. De klant redeneert: 'geef me een reden om uit huis te komen, geef me een reden om bij jou te komen kopen en geef me een reden om opnieuw bij jou te komen kopen'.







Marc De Keyzer - voorzitter FEBED

et canettes, prévue pour 2025. L'objectif de cette consigne est de réduire les déchets sauvages. En Flandre, des projets pilotes sont menés actuellement pour tester la faisabilité d'une consigne digitale : chaque bouteille PET ou canette doit être pourvue d'un QR-code unique, qui doit être scanné par le consommateur lorsqu'il se débarrasse de cet emballage à la maison ou dans une poubelle publique. Il doit également scanner le QR-code figurant sur le sac bleu ou sur la poubelle publique. Ce n'est que s'il scanne les deux qu'il sera remboursé de la consigne. Les consommateurs qui ne disposent pas d'un smartphone pourraient obtenir un home scanner pour leur domicile. Sur base des résultats provisoires de l'étude, les régions bruxelloise et wallonne ont exprimé, en juillet de cette année, leur préférence pour la consigne traditionnelle. Fin de cette année, début de l'année prochaine, les trois gouvernements régionaux devront parvenir à un accord sur le système de consigne qui sera instauré.

### IMPACT MAUVAISE GESTION DU STOCK SUR LE FONDS DE ROULEMENT

Olivier Garmyn (Slimstock) a commencé son exposé en mentionnant les facteurs qui influencent votre gestion des stocks.

1. Intérêts : il s'agit du coût de financement des fonds que vous utilisez, augmenté d'un coût d'opportunité. Lorsque vous n'investissez pas les fonds dans vos stocks mais que vous les utilisez à d'autres fins (par exemple, dans un nouveau contrat d'approvisionnement en boissons) vous obtenez un certain rendement sur cet investissement. Ce rendement est le coût d'opportunité.
2. Espace : loyer de votre entrepôt ou coûts opérationnels de l'entrepôt dont vous êtes propriétaire.

3. Risque : l'assurance de vos stocks et l'amortissement des stocks qui ne peuvent plus être vendus.

Quel est l'impact d'une mauvaise gestion des stocks sur votre fonds de roulement ? C'est ce qu'il a démontré par un exemple concret. Lorsque vous diminuez de 30 % un stock de 1 million €, cela améliore votre fonds de roulement de 366.000 € (compte tenu d'un taux d'intérêt de 10 %, du coût de votre espace de 5 % et d'un risque de 7 %). Trois quick-wins ont été donnés afin d'améliorer votre cash flow et votre fonds de roulement :

1. Nettoyez régulièrement votre assortiment. Les produits qui tournent lentement vous coûtent de l'argent au lieu de vous en rapporter.
2. Mettez l'accent sur les bons articles. Pour ce faire, Olivier utilise l'analyse ABC/XYZ
3. Augmentez votre chiffre d'affaires avec moins de stock



Hoe kan je relevant zijn en blijven voor je klant?

1. De klant wil gemak. Hem logistieke hulp bieden door thuis te leveren of zijn aankopen helpen laden in zijn wagen kan een troef zijn.
2. Specialisatie en overdracht van kennis waarbij de klant informatie ontvangt die hem helpt bij zijn keuze.
3. Aantrekkelijke online communicatie waar klanten kunnen verkennen en ontdekken.
4. Wees inspirerend. Laat de klant ideeën opdoen.
5. Laat de klant nieuwe dingen ontdekken via tastings, food pairing, proevertjes en workshops.
6. Beleving is belangrijk. De klant wil emotionele voldoening, een 'had ik niet verwacht' gevoel.

Vertrouwen winnen bij Uw klanten is ALLES. Geen vertrouwen, geen klanten.

Hoe kan je hun vertrouwen winnen?

1. Lees je klant.
2. Breng duidelijkheid, geen verwarring, geen chaos
3. Positieve communicatie en heb aandacht voor de gevoeligheden
4. Je verkoopt geen product. Je verkoopt veel meer.

Steven sloot zijn presentatie af met een quote van Maya Angelou:

**'Mensen vergeten wat je gezegd hebt  
Mensen vergeten wat je gedaan hebt  
Mensen vergeten nooit welk gevoel je hen gegeven hebt'**

Het academisch gedeelte werd afgesloten door onze voorzitter, Marc De Keyzer, die het slotwoord gaf. Nadien volgde het netwerk event.



De presentaties en de foto's zijn beschikbaar op onze website [www.febed.be](http://www.febed.be). Klik op 'Lees hier het FEBED News' Ga naar het artikel FEBED Forum waar je een link vindt naar iedere presentatie en naar alle foto's. Met dank aan de sponsors. Dankzij hun steun kunnen we het FEBED Forum organiseren.





# Leuk winkelen – Duurzaamheid & digitalisering

Dit zijn de twee thema's waarvoor we dit jaar een FEBED Award hebben uitgereikt.

## LEUK WINKELEN

In de categorie Leuk Winkelen gaat het om initiatieven die genomen werden om het winkelen aantrekkelijker te maken. Dit kan gaan over de inrichting van een nieuwe winkel, de renovatie van een bestaande winkel, informatie verstrekking over de producten (samenstelling, food pairing), opleiding van personeelsleden om de klant beter advies te geven, ....

### VDS Drinks uit Melsbroek wint de 'Leuk Winkelen' Award.

De motivatie van de jury: 'Vertrekkende van een stuk braakliggende grond, hebben Jurgen en Daniëlle een winkel met een wel doordacht concept opgebouwd. De visie is: het creëren van een speciaalzaak in dranken,



met bijzondere aandacht voor luxe producten. Persoonlijke service en beleving staan centraal. De winkel is zo opgevat dat de consument er zich thuis voelt, maar de winkel heeft ook een rol in de relatie met professionele klanten. Het is een toonzaal waar alle producten kunnen getoond worden. In een hiervoor voorziene ruimte,



Virginie Claes, Jurgen Vander Schelde, Daniëlle Vander Schelde, Marc De Keyzer, Guy Dewulf

# Nice Shopping – Durabilité & digitalisation

Tels sont les deux thèmes pour lesquels nous avons décerné un FEBED Award cette année.

## NICE SHOPPING

La catégorie Nice Shopping concerne les initiatives prises pour rendre les achats plus attrayants. Il peut s'agir de la conception d'un nouveau magasin, de la rénovation d'un magasin existant, de la fourniture d'informations sur les produits (composition, foodpairing), de la formation du personnel pour qu'il puisse mieux conseiller les clients...

### VDS Drinks, de Melsbroek, remporte l'Award Nice Shopping

Motivation du jury : « En partant d'un terrain vague, Jurgen et Daniëlle ont construit un magasin avec un concept bien pensé. La vision est la suivante : créer un magasin spécialisé en boissons, avec un accent



VDS Drinks

particulier sur les produits de luxe. Le service personnalisé et l'expérience sont au centre. Le magasin est conçu pour que les consommateurs se sentent chez eux, mais il a également un rôle à jouer dans la relation avec les clients professionnels. Il y a une salle d'exposition où tous les produits peuvent être présentés. Dans un espace



Virginie Claes, Tim Vandenameel, Ellen Cannoot, Marc De Keyzer, Guy Dewulf

kan de professionele klant ook de producten degusteren.'

## DUURZAAMHEID & DIGITALISERING

Deze begrippen zijn niet meer weg te denken uit de moderne bedrijfsvoering. Om de rendabiliteit te handhaven is het noodzakelijk om zo efficiënt mogelijk te werken. Hierbij kan digitalisering helpen.

### NV Vandenameele uit Aalst wint de 'Duurzaamheid & Digitalisering Award' voor zijn Drankenshop Sandersput in Ninove.

De motivatie van de jury: 'Voor de drankenshop Sandersput werd gekozen om het bestaand gebouw af te breken i.p.v. te renoveren en er werd een volledig nieuw gebouw neergezet. Hierbij werd gekeken om het gebouw zo duurzaam mogelijk te maken. De winkel is zo goed als zelf bedruipend voor zijn energievoorzieningen. De klanten kunnen hier mee van genieten door de laadpalen die op de parking staan. Door grote regenputten heeft de winkel en de bijhorende appartementen bijna geen verbruik van leidingwater.'



Die duurzaamheidsgedachte wordt consistent doorgetrokken. Recuperatie materiaal werd gebruikt als decoratieve elementen voor de verlichting.

Om te voorkomen dat producten die dicht bij de vervaldatum komen, moeten weggegooid of vernietigd worden, wordt het 2good2go (too good to go) principe toegepast en worden deze producten in een pakket tegen een zeer lage prijs aangeboden.' ●

# 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.



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

prévu à cet effet, le client professionnel peut également déguster les produits.

### DURABILITÉ & DIGITALISATION.

Ces notions sont devenues des éléments essentiels du fonctionnement des entreprises modernes. Pour maintenir la rentabilité, il est nécessaire de travailler aussi efficacement que possible. C'est là que la numérisation peut être utile.

#### La SA Vandenameele d'Alost remporte l'Award « Durabilité & Digitalisation » pour son magasin de boissons Sandersput à Ninove.

Motivation du jury : « Pour le magasin de boissons Sandersput, il a été décidé de démolir le bâtiment existant au lieu de le rénover, et un bâtiment entièrement nouveau a été construit. L'objectif était de rendre le bâtiment aussi durable que possible. Le magasin est pratiquement autosuffisant en matière d'approvisionnement en énergie. Les clients peuvent en profiter grâce aux stations de recharge situées dans le parking. Grâce à de grandes citernes d'eau de pluie, le magasin et les appartements situés au-dessus ne consomment pratique-



ment pas d'eau de distribution.

L'idée de durabilité est toujours présente. Des matériaux de récupération ont été utilisés comme éléments décoratifs pour l'éclairage.

Pour éviter de devoir jeter ou détruire des produits proches de la date de péremption, le principe du 2good2go (too good to go) est appliqué et ces produits sont proposés dans un pack à un prix très bas ».

## 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](mailto:pados@telenet.be)

Stationstraat 68

8700 Tielt

Drankencentrale 't Sas te Nijlen:

## “Trots op onze familietraditie”

Drankencentrale 't Sas in Nijlen is al jaar en dag een gevestigde waarde in de grote driehoek die gevormd wordt door Herentals, Lier en Heist-Op-Den-Berg, met uitbreiding in heel de provincie Antwerpen en de Kempen. Zaakvoerder Jan Boons, die samen met zijn vrouw Hilde Verbist de familiezaak uitbouwde tot wat ze nu is, kan vandaag rekenen op de nieuwe generatie om verder aan het familieverhaal te schrijven. Zijn dochters Karolien en Lieselot zijn mee ingestapt in de drankenhandel en het is meteen duidelijk dat voor deze jonge, dynamische dames geen figurantenrol is weggelegd in een traditioneel mannelijke sector. Aan ideeën geen gebrek om de familiezaak verder te ontwikkelen, met respect voor de familiale traditie van Drankencentrale 't Sas. In het kader van onze rubriek mochten we Karolien en Lieselot ontmoeten voor een interview.

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

Karolien: “Alles begon in de jaren 20 van de vorige eeuw. Frans Buyens, kapper en uitbater van een kruidenierswinkel, startte met zijn vrouw Sophie een bescheiden drankencentrale. Ze trokken het bier zelf op flessen, waarna ze het samen met hun zonen met paard en kar verdeelden. Rond 1962 werd de zaak overgelaten aan de heer Alphons Buyens, de jongste zoon van Frans en Sophie, die het uitbouwen van de drankencentrale realiseerde. Door een steeds groeiend cliënteel, breidde hij het assortiment bieren en frisdranken langzaam uit. Alphons kreeg de bijnaam “Fonne Sas”, een naam die in Nijlen nog steeds bekend is en die de naam van de zaak zou bepalen. Alphons had geen kinderen en zo werd de familiezaak in 1986 door zijn neef Jan Boons, onze vader, overgenomen. Onze moeder Hilde Verbist kwam met hem in de zaak werken en zij startte de winkel op. Door de steeds groeiende vraag werd de winkel te klein. Daarom werd in 2006 beslist om de groothandel naar Grobbendonk te verhuizen, op zo'n 7 km van Nijlen. Van daaruit wordt de horeca nog steeds beleverd.

Ikzelf ben 12 jaar actief in de zaak. Ik ben vooral bezig met het magazijn in Grobbendonk. Mijn zus Lieselot is mij vanaf 2019 komen helpen. Mama Hilde is vooral actief in de winkel hier in Nijlen. Het drinkcenter is trouwens ondertussen al twee keer uitgebreid om het steeds groter assortiment op te vangen. In totaal stellen we zo'n 24 mensen tewerk, 20 in het magazijn en 4 in de winkel.”

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

Karolien: “We zijn ervan overtuigd dat het winkelgedeelte aan belang zal winnen want daar zit de toekomst van onze sector. Daarom investeren we steeds meer in het drinkcenter. Graag zouden we zelfs een tweede vestiging opendoen. De splitsing van onze horeca- en winkelactiviteiten was een noodzaak maar bracht desalniettemin uitdagingen met zich mee. Het is dan ook de be-





Drankencentrale 't Sas à Nijlen :

# « Fières de notre tradition familiale »

La Drankencentrale 't Sas à Nijlen est depuis longtemps un nom bien établi dans le grand triangle formé par Herentals, Lier et Heist-Op-Den-Berg, et par extension dans la province d'Anvers et la Campine. Le gérant Jan Boons, qui avec son épouse Hilde Verbist a fait de l'entreprise familiale ce qu'elle est à présent, peut aujourd'hui compter sur la nouvelle génération pour continuer à écrire l'histoire de la famille. Ses filles Karolien et Lieselot ont rejoint l'entreprise et il est clair que ces jeunes femmes dynamiques ne sont pas des figurantes dans un secteur traditionnellement masculin. Les idées ne manquent pas pour développer l'entreprise familiale, tout en respectant la tradition familiale de la Drankencentrale 't Sas. Dans le cadre de notre rubrique, nous avons pu rencontrer Karolien et Lieselot pour une interview.



Winkel in Nijlen

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

Karolien: « Tout a commencé dans les années 20 du siècle dernier. Frans Buyens, coiffeur et épicier, a démarré avec son épouse Sophie une modeste entreprise de boissons. Ils mettaient la bière en bouteille eux-mêmes, ensuite, avec leurs fils, ils la distribuaient en charrette à cheval. Vers 1962, ils ont transmis l'entreprise à Alphons, leur plus jeune fils, qui a réalisé le développement de la centrale de boissons. La clientèle ne cessant de croître, il a progressivement élargi son assortiment de bières et de boissons rafraichissantes. Alphons fut surnommé « Fonne Sas », un nom qui est encore toujours connu à Nijlen et qui devait devenir le nom de l'entreprise. Alphons n'a pas eu d'enfant, et en 1986 l'entreprise familiale a été reprise par son neveu Jan Boons, notre père. Notre mère Hilde Verbist vint travailler avec lui dans l'entreprise et elle démarra le magasin. En raison de la demande toujours croissante, celui-ci devint rapidement trop petit, c'est pourquoi en 2006 il fut décidé de déménager le commerce de gros à Grobbendonk, à environ 7 km de Nijlen. La clientèle Horeca est encore toujours livrée à partir de là.

Je suis moi-même entrée dans l'entreprise il y a 12 ans, je m'occupe surtout de l'entrepôt à Grobbendonk. Ma sœur Lieselot est venue m'aider à partir de 2019. Maman Hilde est surtout active dans le magasin ici à Nijlen. Le drinkcenter a d'ailleurs été agrandi à deux reprises pour répondre à l'augmentation constante de la gamme de produits. Au total, nous employons quelque 24 personnes, dont 20 dans l'entrepôt et 4 dans le magasin. »

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

Karolien : « Nous sommes convaincues que la partie magasin va prendre de l'importance car c'est là que se trouve l'avenir de notre secteur. C'est pourquoi nous investissons de plus en plus dans le drinkcenter. Nous aimerions même ouvrir un deuxième point de vente. La séparation de nos activités horeca et magasin était une nécessité, mais n'en a pas moins amené des défis. C'est pourquoi

doeling om de wisselwerking tussen onze vestigingen in de toekomst te gaan optimaliseren.

Lieselot: “Het commerciële aspect is een dimensie die we zeker willen verder ontwikkelen. Daarom ben ik me momenteel aan het vormen in de marketing. Zo zijn we bijvoorbeeld bezig met de vernieuwing van onze webshop en zullen we proefsessies voor ons cliënteel organiseren. Ook ons personeel zal extra opleiding volgen om onze klanten op een optimale manier te kunnen adviseren. Op termijn zal ik vooral met het commerciële bezig zijn, terwijl Karolien meer voor het administratief beheer van de groothandel zal instaan. Op die manier zullen we elkaar perfect aanvullen. Het feit dat we maar met twee zussen zijn, zien we als een voordeel want zo zijn we goed op elkaar afgestemd!

Karolien: “Klantenservice zit echt in het DNA van onze familiezaak. Dit hebben we van kleins af aan van onze ouders meegekregen. Ook ons personeel draagt deze waarde met zich mee. Door de jarenlange ervaring van Drankencentrale 't Sas zijn we in staat om professioneel advies te geven, bijvoorbeeld voor de inrichting van een nieuwe horecazaak. Deze service en deze expertise worden erkend in de streek en we zijn trots om deel te kunnen uitmaken van deze traditie. Het is dan ook een bewuste keuze om voornamelijk regionaal actief te zijn. Onze actieradius reikt tot zo'n 30km van onze thuisbasis. Deze lokale verankering wordt nog verstrekt door de plaats die we in onze zaak reserveren voor lokale producten. Dit gaat verder dan enkel streekbieren zoals ons eigen streekbier Nethetripel: onze regio telt heel wat kwaliteitsvolle producenten van diverse lekkernijen zoals advocaat, chocolade en zelfs een gemberdrink.

De aansluiting van onze firma tot Belbev, waar onze vader mee in het bestuur zit, heeft meer dan eens haar nut bewezen. Onze aankoopgroepering is zeer dynamisch op vlak van acties bijvoorbeeld. Belbev maakt ons sterker als groep ten opzichte van de grote producenten en heeft ons een heel netwerk aan collega's bijgebracht ... en nieuwe vrienden.”

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

“De concurrentie met de food staat ongetwijfeld op nummer één. Als drankenhandelaars zouden we net het goedkoopste én het meest voor de hand liggende distributiekanaal moeten zijn. In plaats daarvan

Bewuste keuze om voornamelijk regionaal actief te zijn.



moet er quasi bij elke bestelling een onderhandeling plaatsvinden over de prijzen. Een andere uitdaging is het financiële risico dat we als leveranciers van de horecasector meedragen. In geval van faillissement van een horecazaak zijn we vaak de dupe en mogen we onze centen vergeten. Gelukkig is de schade van de coronacrisis relatief beperkt gebleven en zijn weinig horecaklanten van ons uitgevallen. Ik moet wel zeggen dat de meeste horecauitbaters tegenwoordig echte ondernemers zijn, die ernstig met hun zaak bezig zijn.”

### **Wat vindt u leuk aan het beroep van drankenhandelaar?**

“Ongetwijfeld de sfeer, wat ons betreft! We hebben dagelijks contact met de horecasector en deze is ook synoniem van gezelligheid. Eten en drinken: wie doet het niet graag?

We zijn enorm fier op de familietraditie en op de lokale erkenning die onze zaak geniet. Sommige klanten werden 35 jaar geleden al beleverd door onze vader!

Wat ons ook bijzonder trots maakt is dat we er als vrouwen staan in een mannenwereld. We worden daar ook regelmatig over aangesproken en het is zeer fijn dat deze bijzonderheid erkend wordt. Je zou bijvoorbeeld niet meteen verwachten dat we als



Lieselot en Karolien Boons

nous avons l'intention d'optimiser dans l'avenir l'interaction entre nos différents sites. »

Lieselot : « L'aspect commercial est une dimension que nous voulons absolument développer davantage. C'est pourquoi je me forme actuellement au marketing. Par exemple, nous sommes en train de refaire notre boutique en ligne et nous allons organiser des séances de dégustation pour notre clientèle. Notre personnel suivra également des formations complémentaires afin de pouvoir conseiller au mieux nos clients. À terme, je m'occuperai principalement du volet commercial, tandis que Karolien sera davantage responsable de la gestion administrative du commerce de gros. De cette manière, nous nous compléterons parfaitement. Nous considérons le fait que nous ne soyons que deux comme un avantage, car nous entendons très bien. »

Karolien: « Le service aux clients est vraiment dans l'ADN de notre entreprise familiale. Nos parents nous l'ont transmis dès l'enfance. Nos collaborateurs portent également cette valeur en eux. Grâce aux années d'expérience de la Drankentrale 't Sas, nous sommes en mesure de fournir des conseils professionnels, par exemple pour la création d'un nouvel établissement horeca. Ce service et cette expertise sont reconnus dans la région,

Choix  
délibéré  
d'être prin-  
cipalement  
actif au  
niveau  
régional

et nous sommes fiers de pouvoir faire partie de cette tradition. C'est d'ailleurs un choix délibéré d'être principalement actif au niveau régional. Notre rayon d'action est d'environ 30 km autour de notre base. Cet ancrage local est encore renforcé par la place que nous réservons dans notre entreprise aux produits locaux. Cela va plus loin que quelques bières régionales, comme notre propre bière régionale Netetripel: notre région compte de nombreux producteurs de qualité de divers délices comme de l'advocaat, du chocolat et même une boisson au gingembre.

L'adhésion de notre entreprise à Belbev, dont notre père est administrateur, a plus d'une fois montré son utilité. Notre groupement d'achat est très dynamique, par exemple au niveau des actions. Belbev nous rend plus forts, en tant que groupe, face aux gros producteurs et nous a apporté tout un réseau de collègues.... et de nouveaux amis. »

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

« La concurrence avec le food est sans aucun doute le premier. En tant que distributeurs en boissons, nous devrions nous contenter d'être le canal de distribution le moins cher et le plus évident. Au lieu de cela, les prix doivent être négociés presque à chaque fois qu'une commande est passée. Un autre défi est le risque financier que nous courons en tant que fournisseurs de l'horeca. En cas de faillite d'un établissement horeca, c'est souvent nous qui en faisons les frais et nous pouvons oublier nos sous. Heureusement, les dommages causés par la crise corona sont restés relativement limités et peu de nos clients horeca ont fait faillite. Je dois dire que la plupart des exploitants horeca sont aujourd'hui de véritables entrepreneurs, sérieux dans leur activité. »

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

« Sans aucun doute, l'ambiance, en ce qui nous concerne ! Nous avons chaque jour des contacts avec le secteur Horeca, et c'est aussi synonyme de convivialité. Manger et boire : qui n'aime pas ça ?

Nous sommes extrêmement fiers de la tradition familiale et de la reconnaissance locale dont bénéficie notre entreprise. Certains clients étaient déjà fournis par notre père il y a 35 ans !

Ce qui nous rend aussi particulièrement fiers, c'est d'être des femmes dans un monde d'hommes. Nous sommes égale-



vrouwelijkezaakvoerdersmannenarbeidverrichten. Maar als het nodig is steken we de handen uit de mouwen om bij te springen. Zo gebeurt het bijvoorbeeld dat we zelf met de elektrischetranspalettengaanrijden, onder de geamuseerde blikken van onze werknemers.”

### Hoe ziet u de toekomst van de drankenhandelaar in België?

Lieslot: “De moderne drankenhandelaar zal naar steeds meer specialisatie blijven evolueren. Producten die je overal vindt zullen steeds meer naar de achtergrond ver-

dwijnen. Het is immers niet met een bak pils dat we het verschil zullen kunnen maken. Vooral wat de winkel betreft zal het erom gaan om beleving te creëren voor de klant. Als drankenspecialzaak moeten we het totaalplaatjekunnenaanbieden. Bijvoorbeeld: de lokale gin, met de soft die erbij past, het glas en het rietje. En het advies dat erbij hoort!”

Karolien: “Persoonlijk hoop ik dat de “brui- ne” dorpscafés er niet volledig uitgaan. Met de modernisering en professionalisering van de horecasector krijgen deze traditionele cafés het hard te verduren maar ze zijn nog zo typisch van onze Belgische dorpskernen. Het moet niet altijd commercieel zijn!”

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

“Door toedoen van FEBED voelen we ons in de eerste plaats gesteund. Meermaals hebben we vastgesteld dat de Federatie topics aanpakt die ons echt bezighouden, zoals bijvoorbeeld de leeggoedproblematiek, om er maar één te noemen. Als KMO moeten we vertrouwen op de kracht van de groep als we iets willen bereiken.

Daarnaast kunnen we bij FEBED altijd terecht met onze vragen. Ze biedt ons ook de mogelijkheid om ideeën met collega’s uit te wisselen.



Waar het allemaal begon

ment régulièrement interpellées à ce sujet et il est très agréable que cette particularité soit reconnue. On ne s'attendrait pas à ce que les femmes chefs d'entreprise fassent un travail d'homme, par exemple, mais lorsque c'est nécessaire, nous nous retrouvons les manches pour donner un coup de main. Il nous arrive par exemple de conduire les transpalettes électriques,, sous le regard amusé de nos collaborateurs. »

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

Lieselot: « Le distributeur en boissons moderne continuera à se spécialiser de plus en plus. Les produits que l'on trouve partout seront de plus en plus relégués à l'arrière-plan. Après tout, ce n'est pas avec un bac de pils que nous pourrons faire la différence.

En ce qui concerne le magasin en particulier, il s'agira de créer une expérience pour le client. En tant qu'entreprise spécialisée en boissons, nous devons être en mesure d'offrir une vue d'ensemble. Par exemple : le gin local, avec le soft qui l'accompagne, le verre et la paille. Et les conseils qui vont avec ! »

Karolien: « Personnellement, j'espère que les cafés 'bruns', les cafés de village, ne disparaîtront pas complètement. Avec la modernisation et la professionnalisation du secteur horeca, ces cafés traditionnels ont du mal à survivre, mais ils sont encore si typiques de nos centres de villages belges. Il n'est pas toujours nécessaire d'être commercial ! »

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

« Grâce à FEBED, nous nous sentons avant tout soutenus. Plus d'une fois, nous avons constaté que la Fédération s'attaquait à des sujets qui nous concernent vraiment, comme la problématique des vidanges, pour n'en citer qu'un. En tant que PME, nous devons compter sur la force du groupe si nous voulons obtenir quelque chose.

En outre, nous pouvons toujours nous adresser à FEBED pour poser nos questions. Elle nous donne également l'occasion d'échanger des idées avec des collègues.

« Un sujet qui doit selon nous être certainement abordé dans l'avenir est la communication et la compréhension entre fournisseur et distributeur en boissons. Ce qui est en jeu, c'est le maintien de notre place



Depot in Grobbendonk

par rapport au food. Récemment, j'ai dû apprendre le lancement d'une nouvelle bière spéciale par l'une des grandes brasseries via Facebook. J'ai alors contacté mon représentant qui a pu me dire qu'il s'agissait d'une édition limitée et que tout le monde n'y aurait pas accès. J'ai trouvé cela

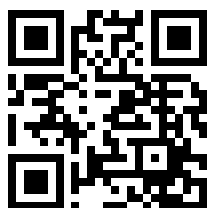


Een onderwerp dat volgens ons in de toekomst zeker aangepakt moet worden is de communicatie en de verstandhouding tussen leverancier en drankenhandelaar. Wat op het spel staat is het behoud van onze plaats ten opzichte van de food. Onlangs heb ik de lancering van een nieuw speciaal bier door één van de grote brouwerijen via Facebook moeten vernemen. Ik heb toen contact opgenomen met mijn vertegenwoordiger, die me wist te vertellen dat het om een beperkte oplage ging en dat niet iedereen daar toegang toe zou hebben. Dit vond ik zo spijtig. Als drankenspecialisten zouden wij dé evidente partner moeten zijn in plaats van de supermarkten...”

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

Karolien: “Een concrete tip die ik aan de collega's zou willen geven is om bijzonder aandacht te besteden aan hun stockbeheer. In de groothandel loopt het vaak vanzelf maar in de winkel is het soms gevoeliger. Stockbeheer moet niet enkel rekening houden met volumekorting maar ook in functie van verkopen. Aldan niet zijn uitverkopen of acties op bepaalde producten noodzakelijk om ze vlottelaten roteren. Westemmen regelmatig de stock uit de computer af met de werkelijke stock. Dit geeft u een zekere voeling over de rotatie van de verschillende producten in de winkel. Een efficiënt stockbeheer brengt ook iets op!”

[www.sasdranken.be](http://www.sasdranken.be)



très regrettable. En tant que spécialistes des boissons, c'est nous qui devrions être le partenaire évident plutôt que les supermarchés... »

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

Karolien : « Un tuyau concret que j'aimerais donner à mes collègues est d'accorder une attention particulière à la gestion de leurs stocks. Dans le commerce de gros, cela se fait souvent tout seul, mais dans le magasin, c'est parfois plus délicat. La gestion des stocks ne doit pas seulement tenir compte de la ristourne de volume mais doit se faire aussi en fonction des ventes. Des liquidations ou des actions sur certains produits peuvent être nécessaires pour accélérer leur rotation. Nous consolidons régulièrement le stock de l'ordinateur avec le stock réel. Une gestion efficace des stocks apporte aussi quelque chose »

[www.sasdranken.be](http://www.sasdranken.be)

**SAISON d'ERPE-MERE**

**SINCE 2004**

DE GLAZEN TOREN

SAISON d'ERPE-MERE

DE GLAZEN TOREN

SAISON d'ERPE-MERE

DE GLAZEN TOREN

**DE GLAZEN TOREN**

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

# FEBED

FORUM 23-10-2023



# Duvel

BARREL AGED



## BRASIL RHUM EDITION

AGED ON A  
SELECTION  
OF CACHAÇA  
BARRELS



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