

## Nieuw zelfspiegelsysteem bij Hoogvliet in Leiden



De Hoogvliet supermarkt aan de Kennedylaan in Leiden heeft als eerste Nederlandse supermarkt het universele zelfspiegelsysteem Simple Click in gebruik genomen. In samenwerking met leverancier Cool Presentation fungeert deze winkel als testfiliaal om het nieuwe zelfspiegelsysteem voor versproducten aan de praktijk te toetsen. Cool Presentation leverde al een zelfspiegeling voor versproducten, maar de inzet daarvan was complex. Vooral de vele verschillende schapdieptes maakten de inzet van zelfspiegeling lastig, omdat per winkel zo'n acht variaties nodig waren.

## Verkoop kant-en-klaarmaaltijd groeit bij Tesco

De verkoop van kant-en-klaarmaaltijden zit weer in de lift bij Tesco. Dat meldt de PLMA volgens het Pakblad. Volgens Tesco-directeur Terry Leahy nam de verkoop van het merk 'Finest' met ongeveer 20% toe, na een terugval vorig jaar. Hij denkt dat de consument niet meer zoekt

naar steeds goedkopere producten. "De gemakkelijke kant-en-klaare maaltijd verkoopt weer." Tesco maakt gebruik van deze trend en introduceert nu een lijn 'Restaurant Collection', met dure gerechten zoals Beef Wellington en Duck Confit.

## Trade marketing krijgt vanaf volgend jaar eigen award

Caracter heeft de Challenge Awards in het leven geroepen. Deze worden uitgereikt aan bedrijven en personen die een bijzondere en onderscheidende prestatie leveren binnen trade marketing en category management. De awards worden op 22 april 2010 voor de eerste keer uitgereikt voor ruim 150 trade

marketeers en category managers uit de foodbranche. Het doel van deze uitreiking is om de handel en industrie te inspireren en inzicht te verschaffen in de ontwikkelingen en mogelijkheden die er zijn op het gebied van trade marketing, category management en shopper marketing.



## Kerst

*Het wordt een mooi einde van het jaar.*

*De supermarktomzetten rijzen de pan uit en dit jaar kan er een week extra geprofiteerd worden van extra hoge marges. Klaas van der Doel deelde mee dat dit jaar zo'n € 800 miljoen kerstomzet zal worden geboekt. Dit is 3% meer dan vorig jaar. Het gaat dus goed*



*met de supermarktbranche. En dat is ook hard nodig, want december is wel een maand waarin traditiegetrouw een matig jaar moet worden goedgeemaakt. Het was voor het laatst dat Van der Doel de verwachte kerstomzet prijs mocht geven als voorzitter van het CBL. In januari draagt hij het stokje over aan Dick Boer. Hopelijk zal hij met net zo veel passie en enthousiasme de belangen van de Nederlandse supermarktbranche én de supermarktondernemers verdedigen. We zullen het nodig hebben.*

*Voor AH-franchiser Cees van der Poel kan de decembermaand niet snel genoeg voorbij zijn. Hij leverde een ongekende prestatie door in zes dagen twee winkels te openen. Als dit nog niet opvallend genoeg is, heeft hij ook nog gekozen voor zowel een Doorbraak- als een Baarn-winkel. Dit tegen het beleid van Albert Heijn in. Toch doet de recalcitrante Van der Poel het. Albert Heijn kan nooit blij geweest zijn met de keuze voor de Baarn-winkel. En hoewel er ongetwijfeld de nodige woorden over zijn gevallen, heeft de organisatie de heropening van deze winkel niet tegengehouden. Velen zullen denken 'Dat moest er nog eens bijkomen', maar dat is niet helemaal terecht. Het staat vrij voor ondernemers om de grenzen van hun contractafspraken op te zoeken, maar met voeten treden is toch een ander verhaal. Van der Poel heeft gedaan wat hij als ondernemer moest doen en Albert Heijn lijkt dat in te zien. Wat mij betreft lof voor beiden. Opvallend zijn de speculaties over hoe de ondernemer aan de Nespresso komt die in zijn schappen te vinden is. Ondernemers die zich dat echt serieus afvragen, moeten nog maar eens goed nadenken. Sommige dingen zijn zo eenvoudig dat zowel Van der Poel als ondergetekende het verbaast dat niemand eerder op het idee is gekomen. Misschien is het een leuk kerstraadsel om over na te denken.*

René de Wit