



NIEUW

Maandag beschikbaar, de eerste en lekkerste clementines met blad van Ros, onder het toplabel **CIBEL**. A.s. maandag verwachten we de eerste, gelegd in 40/60 doos met circa 6,5 - 7 kg, ongestookt fruit en daarom super van smaak, in het begin iets lichter van kleur, maar boomrijp. Met dit product heeft u een verhaal te vertellen aan uw klant en heeft u een onderscheidend product in huis, dat je niet op iedere hoek van de straat kunt vinden. De mensen van Ros (de Spaanse teler) zijn echte specialisten op dit gebied en willen na België dit merk nu ook in Nederland neerzetten. Wat mag u verwachten: de best beschikbare rassen met blad clementines, verse handel, ongestookt fruit, luxe presentatie en regelmatig verse aanvoer.



Klaar voor verlading!

Wij hopen dat u als specialist dit product gaat omarmen en het verhaal aan uw klant kunt overdragen. Wilt u nog meer over dit merk weten, kijk dan ook even op www.cibel.be dat is de site die in België al jaren actief is en een goed beeld geeft van dit merk!

Herfstvakantie!

Deel één van Nederland heeft de komende week herfstvakantie, deel twee de week daarna. De consument neemt een weekje rust, althans die met schoolgaande kinderen. Daarnaast is er de realisatie dat de zomer, ondanks het heel mooie najaar, echt voorbij is en dat het weer is zoals het is, maar warm wordt het voorlopig niet meer. Dat heeft gevolgen voor het aankoopgedrag van de consument. Er wordt anders gegeten, er is energie nodig in een maaltijd. We moeten onszelf immers weer warm houden. Extra vitamientjes zijn nodig om de weerstand op peil te houden en zo zijn er nog meer tradities. Er is niets mis mee om daaraan te refereren.

Voor ons allen een uitdaging om het assortiment, ondanks het verdwijnen van al dat heerlijke zomerfruit, voor de consument aantrekkelijk te houden. Er zijn gelukkig producten genoeg om je mee te profileren. We noemen: Kaki-Persimon, mandarijnen in alle toonsoorten, hardfruit alle rassen, stoofperen en -appelen, pompoenen, pastinaken en andere "vergeten groenten", paddenstoelen, ananas en meer gangbaar tropisch fruit, aardappelen, laten we dit product vooral niet vergeten en nog veel en veel meer. Maak en houd uw assortiment uitdagend en experimenteer regelmatig met nieuwigheden (al zijn ze misschien wel van vroeger) of verras uw klant met zo'n reuzen pompoen, alleen al leuk om te zien. Maak uw presentatie herfstig door het gebruik van herfstblad en andere attributen zo uit de natuur. Dan hoeft uw klant niet naar de Efteling om een sfeervol sprookjes- en herfstgevoel te krijgen. Veel succes deze week!

WEEKBERICHT Week 42 2016

Postuma AGF
Spoorstraat 47
8271 RG IJsselmuiden

T +31 (0)38 337 00 99
E agfinfo@postuma.nl



www.postuma.nl

AGENDA

25 oktober
Power boost avond
bij Postuma AGF

20 december
Kerstkoopavond bij
Postuma AGF



De tijden veranderen

Ik hoorde van een wat oudere wijze man, met veel ervaring in de wereld van AGF, iets wat ik heel graag met u wil delen. Normaal gesproken verwacht je van een bijna zestiger nou niet bepaald dat hij “de tijden veranderen” als een kans bedoeld maar in dit geval ligt dat gelukkig heel anders.

De tijden veranderen, daarmee bedoelt hij dat het koopgedrag van uw consument verandert. De zondagsopening van veel bedrijven sijpelt steeds verder door in onze samenleving en daarmee het gedrag van de consument ook. Vroeger was het zo dat de consument zijn rondje langs de supermarkt, slager en groenteman zaterdag voor 15 uur eigenlijk wel gedaan moest hebben, omdat er anders op zondag niets of in ieder geval niet veel bijzonders op tafel zou staan. Bomvolle parkeerplaatsen op vrijdagmiddag en zaterdagochtend bepaalden het winkelbeeld in de jaren negentig en 2000.

Nu echter staat de consument daar toch heel anders in. Gemaksproducten zoals (gezonde) broodjes, maaltijdsalades etc., bij de bezinepomp, supermarkt en horeca (to go) ligt het er vol mee. Het gevolg is dat de noodzaak van de vrijdag/zaterdag inkopen van vroeger een stuk kleiner is geworden. Dat deze beweging alleen nog maar verder zal doorzetten, ook als je nu nog in een traditioneel gebied zit lijkt mij een open deur, dat kan niet anders!

Wat kun je daar dan mee als Groente- en fruitspecialist? Hoe speel je hier op in? Dat zijn best moeilijke vragen en iedereen zal daar ook op zijn eigen manier mee omgaan en dat is ook goed. Wat in ieder geval echt niet meer kan, daar was onze ervaren collega wel heel erg duidelijk in, zijn schoongepoetste speciaalzaken of het nu de slager, de kaasboer of de groenteman is rond de klok van 4 op zaterdagmiddag. Dat is toch echt niet meer van deze tijd. Niet alleen het feit dat de klant zich vanaf een uur of half 4 al bijna niet meer welkom voelt is niet meer van deze tijd, maar ook het feit dat de speciaalzaak aan het leeg verkopen is op misschien wel de beste verkoopdag is niet vol te houden! Volgens mij laten we daar als specialist bijna allemaal heel veel omzet liggen!

Dit geldt evengoed voor de markthandelaar die het laatste uur van de markt meer aan het opruimen is dan aan het verkopen, omdat de kraam grotendeels leeg is. De consument is inmiddels gewend dat u op ieder verkoopmoment op volle oorlogssterkte bent net zoals de rest van de Nederlandse/Amerikaanse retailers/winkeliers.

Daar komt nog bij, ons assortiment. Is dat nog wel weekendproof? Want je gesneden groentekoeling vol leggen heeft op de meeste plaatsen richting het weekend weinig zin meer. Mensen koken immers minder zelf in het weekend en het gemak viert hoogtij.



Dus die gesneden groentekoeling kan die niet een andere uitstraling krijgen vanaf bijv. donderdag of vrijdag? Hier ligt ook een uitdaging voor onze interieur en koeling bouwers.

De consument wil **juist** op zaterdagmiddag om 4 uur nog verleid worden met gezonde gemaksproducten, dus daar liggen volop kansen voor de AGF-specialist. Wanneer de klant dit bij u kan vinden, in plaats van een half lege toonbank en zwabberende medewerkers, gaan we veel en veel meer verkopen! Niet alleen zaterdagmiddag na half 4, maar ook de hele vrijdag en zaterdag.

Critici hoor ik al zeggen, hoe moet dat dan en wanneer moet ik de winkel dan schoonmaken. Dan zegt onze vriend van zestig, de tijden veranderen heren en dames ondernemers. Dus misschien moet die schoonmaak wel op dinsdag of in gedeelten. Maar je omzet laten afsnoepen door het veranderen van de tijden is nooit de goede optie. Je moet je aanpassen als een kameleon en bieden wat de consument vraagt of bij u zoekt, dat maakt uw zaak toekomstproof! Zo simpel is het.

Overdenkertje

Oudere mensen hoeven echt niet ouderwets te zijn. Jongere mensen niet altijd van deze tijd.

Omzetindex

Het was afgelopen week best aardig herfstweer. Het was wat aan de koude kant en sommige dagen stond er ook best een koude wind, maar het was wel droog! Aankomend weekend verwachten ze iets zachter weer maar daarbij neemt de wisselvalligheid ook weer toe. In de loop van de week iets kouder, maar meer ruimte voor de zon. Wij zetten in op tussen de 90 en 95 punten.

Prijsvergelijking tussen Albert Heijn en Jumbo

Deze prijsvergelijking is bedoeld om inzicht te geven in de prijzen van de supermarkt

Prijzen Albert Heijn				Prijzen Jumbo			
Datum		14 oktober 2016		Datum		14 oktober 2016	
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
Bloemkool		Per stuk	1,49	Bloemkool		Per stuk	1,49
Witlof		4 stuks	1,29	Witlof		3 stuks	0,99
Broccoli		500 gram	0,99	Broccoli		500 gram	0,89
Komkommer		Per stuk	0,65	Komkommer		Per stuk	0,65
Courgette		Per stuk	0,49	Courgette		Per stuk	0,49
Champignons		250 gram	0,86	Champignons		250 gram	0,79
Sperziebonen		500 gram	1,49	Sperziebonen		500 gram	0,99
Boerenkool	Gesneden	300 gram	1,19	Boerenkool	Gesneden	300 gram	1,17
Pompoen	Biologisch	Per stuk	2,99	Pompoen	Biologisch	Per stuk	2,99
Bospeen		Per bos	1,39	Bospeen		Per bos	1,33
Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,99	Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,69
Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,99	Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,98
Elstar		1,5 kilo	1,99	Elstar		1,5 kilo	1,79
Kiwi groen AH		Kilo	3,29	Kiwi groen (Zespri)		Kilo	3,30
Chiquita bananen		Kilo	1,89	Dole bananen		Kilo	0,99
Mandarijnen		Kilo	2,89	Mandarijnen		Kilo	2,79
Conference		Kilo	1,19	Conference	AANBIEDING	Kilo	0,99
Druiven wit	Pitloos	500 gram	1,99	Druiven wit	Pitloos verpakt	500 gram	1,69
Druiven rood	Pitloos	500 gram	2,49	Druiven rood	Pitloos verpakt	500 gram	2,29
Ananas		Per stuk	2,19	Ananas		Per stuk	2,08
Galia Meloen		Per stuk	2,29	Galia Meloen		Per stuk	1,99

Te koop aangeboden: door Q-detail uit Burgh-Haamstede

Toonbanken, bel voor meer informatie naar 0111-658557 en vraag naar Dick Meulblok.



Te koop aangeboden: door Willem's vershof uit Maarn



Het gaat om:

- Een vaatwasmachine
- Een weegschaal
- Een koelmotor

Tegen elk aannemelijk bod.
Vraag naar Willem Haalboom:
0343-769121.



Nieuwe trend: groenten yoghurt

Stéphane Debracque, Laboratory Director van Autret Paris, heeft groenten yoghurt op de Franse markt gebracht in samenwerking met 2 lokale boerderijen uit Ile de France. De yoghurt is zoet en hartig tegelijk en kan op verschillende manieren en momenten gegeten worden. Er zijn op dit moment 15 verschillende smaken.

De groenten yoghurt zal in luxe voedingswinkels verkocht worden, maar later zullen ze ook in grotere supermarkten verkrijgbaar zijn. De yoghurt kan ook ingezet worden in bejaardentehuizen of schoolkantines. In november zal het product gecommercialiseerd en dus verkrijgbaar worden in luxe voedingswinkels in Parijs.

Enkele smaken zijn Biet met Framboos, Pastinaak met Amandel, Tomaat en Aardbei en Erwt met Munt.



Eindhovense valt in de prijzen met groenten stroopwafels

Chloé Rutzerveld uit Eindhoven heeft een prijs gewonnen met haar project Strooop! Met haar stroopwafels die volledig van groenten zijn gemaakt, gooide ze hoge ogen bij de jury: ze werd in het segment 'Creators' van de Jonge 100 van 2016 tot winnaar uitgeroepen. De stroopwafels zijn gemaakt van bieten, knolselderij en wortelen. Van het groentesap wordt stroop gemaakt. De verkiezing werd door het jongerenplatform Ondertussen.nl georganiseerd.

