

HET JARIGE PRIK & TIK FUSIONEERT MET BRANCHEGENOOT COBELI

Prik & Tik uit Lommel en Cobeli uit Sint-Niklaas, twee grote Belgische aankoopgroeperingen van dranken en horecaproducten tekenden een fusieovereenkomst. Een belangrijke fusieoperatie op de Belgische drankenmarkt, want samen vertegenwoordigen de twee groeperingen een omzetcijfer van meer dan 130 miljoen euro. Beide groeperingen brengen hun respectieve sterktes in. Voor Prik & Tik zijn dat in de eerste plaats een sterke merknaam, een echte keten van winkels en een performante logistiek. Cobeli beschikt dan weer over een sterke horecapositie, inclusief de daarbij horende knowhow. Net zoals vandaag zal ook de nieuwe organisatie juridisch een CVBA zijn, de CVBA Prik & Tik.

Eén plus één is drie

Jan Dalemans voorzitter van de Raad van Bestuur van Prik & Tik: *“Cobeli en Prik & Tik keken al een tijdje naar elkaar om te fusioneren, vooral omdat de fusie kan zorgen voor de “missing link” in beide organisaties. Wij zijn de enige aankoopvereniging van drankenhandelaars met zo’n uitgebreid centraal magazijn. Bovendien investeerden we miljoenen euro’s in de naambekendheid van Prik & Tik, dat ondertussen in Vlaanderen een echt begrip is. Cobeli daarentegen is als horecaspecialist bij uitstek complementair aan onze sterktes, waardoor de toegevoegde waarde van deze fusie voor beide partijen erg groot is.”*

De nieuwe organisatie in enkele cijfers

Met 119 leden zal de fusieonderneming een zakencijfer van meer dan 130 miljoen euro realiseren. Uitgedrukt in volumes geeft dit volgende tot de verbeelding sprekende aantallen: bij de drie belangrijkste bierleveranciers, AB-Inbev, Alken-Maes en Duvel-Moortgat, nemen zij meer dan 70.000.000 liter bier af; Spadel en Lipton Ice Tea leveren samen meer dan 20 miljoen liter frisdrank aan de organisatie, terwijl Coca Cola jaarlijks 6.4 miljoen kisten levert. Cijfers exclusief de honderden specialiteiten uit de catalogus die één van de sterktes van de groep zijn. Alles samen betekent dit een marktaandeel van 18% van de Belgische drankenhandel. De leden van de twee organisaties tellen samen ongeveer 700 werknemers.

Groeien in een dalende markt

Filip Sevens, algemeen directeur Prik & Tik: *“Het aantal bierhandelaars op de Belgische markt is de voorbije vijf jaar bijna gehalveerd: van een 1000tal in 2009 naar ongeveer 600 vandaag. Het ziet er niet naar uit dat deze trend gekeerd is en volgens onze prognoses zal dit aantal verder dalen tot 300 handelaars in 2020. Het is onze ambitie om met onze leden tegen de stroom in te roeien en te groeien, ook in aantal, in plaats van in te krimpen. We mikken tegen 2020 resoluut op een marktaandeel in de buurt van 40%. De aankoopkracht van onze organisatie gekoppeld aan onze logistiek is zonder twijfel een belangrijke troef, maar onze marketinginspanningen zijn zo mogelijk nog belangrijker. We zijn er als enige aankoopvereniging in geslaagd om met Prik & Tik een sterk merk in de Vlaamse markt te zetten. Vijf jaar geleden was ons marketingbudget de helft van nu, terwijl we vandaag jaarlijks meer dan 1 miljoen euro spenderen. We adverteren zowel op radio, Q-music en Joe FM, als op tv, VTM en 2BE. We realiseren jaarlijks acht consumentenfolders en twee edities van Prikkels, ons eigen fel gesmaakt magazine. We besteden veel aandacht aan een up-to-date website, sturen een maandelijks e-newsletter uit en onze Facebookpagina ‘Daar drinken we eentje op’ telt meer dan 12.000 fans. Einde vorig jaar lanceerden we onze freedelity getrouwheidskaart die werkt via de chip van de identiteitskaart. Ons jubileumjaar vieren we met promoties en traktaties opgehangen aan het getal ‘30’ en als kers, of in dit geval misschien koffieboon, op de taart een onvermijdelijke maar originele Brazil-campagne. Dit alles is misschien qua budget nog steeds vrij bescheiden in vergelijking met de campagnes van giganten als AB-Inbev of Coca Cola, maar wel absoluut uniek in onze sector.”*

5.000 ‘eigen’ cafés

Geert Velghe, coördinator Cobeli: *“Onze beide organisaties beleveren samen zowat 5.000 cafés in Vlaanderen wat overeenkomt met ongeveer 13% van de markt. Bij de leden van Cobeli is dit B2B accent sterker dan bij de meer B2C gedreven Prik & Tickers. Ook hier geldt dus dat we van elkaars knowhow kunnen leren. We streven ernaar dat onze leden zich opstellen als horeca-adviseurs die ook aandacht hebben voor rendabiliteit en een langetermijnvisie. We profileren ons momenteel als one-stop shop voor de horeca. Velen kennen ons als leverancier van bieren, frisdranken en waters maar weten onvoldoende dat we ook heel wat aperitieven, wijnen, sterke dranken, versnaperingen en toebehoren in ons assortiment hebben. Nu al investeren we ieder jaar in zes specifieke horecafolders die we ondersteunen door een campagne in Café Revue. Ook deze inspanningen willen we in de toekomst nog intensifiëren.”*

15.000m² logistiek met 5.000 referenties

“Het eigen logistieke centrum in Lommel is zonder twijfel één van dé sterktes van de groep. Onze leden kunnen hun keuze maken uit 5.000 referenties en worden belevd op afroep. Eén centrale investering in een stock ter waarde van ongeveer 4 miljoen euro is veel efficiënter dan een stock die verspreid zit over 119 onafhankelijke entiteiten. Vanuit onze centrale alleen leveren we 800 verschillende bieren, terwijl sommige leden dit assortiment zelf uitbreiden tot 1.200. We stellen vast dat consumenten steeds meer zoeken naar speciaalbieren en bieren met een verhaal en daar kunnen we perfect op inspelen. We ondersteunen onze leden in hun productkennis en leiden ze op tot echte bierspecialisten. Het is onder meer met dit assortiment en onze productkennis dat we het verschil willen maken met de supermarkten. Voor dit jaar is er opnieuw een substantiële investering voorzien in RF-scanning en voice-picking om het verdeelcenter nog verder te moderniseren”, aldus nog Filip Sevens.

Einde persbericht

Bijlage

[Highres foto](#)



Carl Van Goethem, bestuurder Cobeli (links) en Jan Dalemans, voorzitter Prik & Tik (rechts)

Noot voor de redactie

Over Prik & Tik

In 1984 werd CVBA Frissing opgericht als een samenwerkingsverband tussen enkele drankenhandelaars uit de Antwerpse en Limburgse Kempen. De hoofdzetel en de activiteiten waren gesitueerd in Geel. Na een fusie met de West- en Oost-Vlaamse drankengroepering CVBA Sammo in februari 2005 wijzigde de naam in CVBA Prik&Tik. De hoofdzetel van deze aankoopgroepering met 92 aangesloten drankenhandelaars is sindsdien gevestigd te Lommel.

Over Cobeli

Cobeli cvba werd in 1977 opgericht als samenwerkingsverband van zes onafhankelijke drankenhandelaren en telt vandaag 26 leden in de provincies Antwerpen, Vlaams-Brabant, Oost- en West-Vlaanderen, het Brusselse hoofdstedelijk gewest en Henegouwen.

Voor meer informatie :

Prik & Tik CVBA

Gerard Mercatorstraat 85
3920 Lommel

Filip Sevens
Algemeen directeur
T +32 11 808 820
M +32 493 078 955
filip@prikentik.com
www.prikentik-uw-drankenspecialist.be

Cobeli CVBA

Industriepark-West 75
9100 Sint Niklaas

Geert Velghe
coördinator
T +32 3 780 17 30
M +32 472 591 782
cobeli@cobeli.be
www.cobeli.be