

LOCATIE

Erasmus Universiteit Rotterdam (complex Woudestein), Expo- en Congrescentrum
Burg. Oudlaan 50, 3062 PA Rotterdam
M-Gebouw, Forumzaal, M3-15 (3e verdieping, zaal 15).

IN SAMENWERKING MET



IN SAMENWERKING MET



ORGANISATIEPARTNER



AANMELDINGSPROCEDURE

U kunt zich aanmelden voor dit congres door bijgevoegd formulier op te sturen naar: Merkbaar Vers - Postbus 23.346 - 3001 KH Rotterdam
U kunt het formulier ook faxen (010-440.1131) of u kunt zich online aanmelden op www.merkbaarvers.nl.



"Versmerken in de Retail" is het tweede Merkbaar Vers congres. Op het congres van 2003 stond de vraag centraal: 'Bieden merken perspectief op meer rendement?'. Merkbaar Vers is een geregistreerde merk- en handelsnaam van EURIB/ European Institute for Brand Management B.V., gevestigd te Rotterdam.



**MERKBAAR
VERS®**

NATIONAAL MARKETINGCONGRES
VOOR DE VERSSECTOR

Locatie	Plaats
ERASMUS UNIVERSITEIT	ROTTERDAM
Datum	Tijd
27.04.04	12.30

VERSMERKEN IN DE RETAIL

Op dinsdagmiddag 27 april a.s. organiseert Merkbaar Vers in samenwerking met het Landbouw Economisch Instituut (LEI) en de NIMA Food- en Agrimarketing Groep het congres 'Versmerken in de Retail'. Producenten en leveranciers van versproducten staan vaak op gespannen voet met retailers. Retailers zien versproducten als een mogelijkheid om hun formule te onderscheiden en verkopen deze producten het liefst onder het eigen huismerk. Producenten en leveranciers van versproducten proberen daarentegen hun grip op de keten te versterken door een eigen merkenbeleid te voeren. Indien producenten en leveranciers onvoldoende rekening houden met het belang van de retailer, is de kans groot dat zij met lege handen blijven staan. Op het congres 'Versmerken in de Retail' staan de mogelijkheden voor een effectieve samenwerking met retailers centraal, met als doel win/ win situaties te creëren.



Het Merkbaar Vers® congres 'Versmerken in de retail' wordt georganiseerd onder auspiciën van het Land- bouw Economisch Instituut (LEI) en in samenwerking met de NIMA Food- en Agrimarketing Groep.



VOOR WIE IS DIT CONGRES BEDOELD?

Voor directieleden, bestuurders en directeuren marketing en communicatie van:

- Veredelaars, telers en telerverenigingen
- Afslagen, veilingen en slachterijen
- Supermarktorganisaties
- Import/ export bedrijven
- Keurmerkorganisaties
- Consultancybureaus
- Communicatieadviesbureaus
- Productschappen/ brancheorganisaties

Voor bedrijven in de vlees-, vis- en zuivelsector.

En voor de volgende bedrijven in de land- en tuinbouw:

- Aardappelen
- Groenten
- Fruit
- Paddestoelen
- Granen, zaden en peulvruchten
- Graszaden
- Snijbloemen, potplanten en bloembollen
- Bomen en vaste planten



CONGRES THEMA

VERSMERKEN IN DE RETAIL

Versmerken hebben tot nu toe maar moeilijk een positie in het retailkanaal kunnen opbouwen. Waar sommige producenten hun heil hebben gezocht bij buitenlandse retailers, proberen anderen juist buiten het retailkanaal een herkenbare positie in de markt op te bouwen (zoals in de horeca). Ondanks dit is het interessant na te gaan welke mogelijkheden er voor versmerken in de retail zijn en welke strategieën een producent van versproducten kan volgen om zijn merk 'verkocht te krijgen'.

INHOUD VAN HET CONGRES

Tijdens dit Merkbaar Vers® congres staat de vraag centraal welke opties er voor versmerken in het retailkanaal zijn. Dit komt op het congres tot uitdrukking door ontwikkelingen bij retailers in kaart te brengen. Ook zullen op het congres de mogelijkheden voor samenwerking tussen producent en retailer uiteengezet worden, waarbij het accent zal liggen op de belangen van de retailer.

OPZET VAN HET CONGRES

Tijdens het congres zal Leo Kivits - hoofddocent retail management Erasmus Universiteit - ingaan op de vraag hoe producenten en leveranciers retailgericht kunnen innoveren en integreren. Op basis van onderzoek zal Kivits vier belangrijke retailontwikkelingen uiteenzetten. Ook zal hij ingaan op de vraag hoe producenten en leveranciers van versproducten hierop kunnen inspringen. Aan de hand van drie praktijkcases zal het verhaal van Kivits worden onderbouwd. Tijdens een afsluitende paneldiscussie zullen de deelnemers worden uitgedaagd te reageren op enkele prikkelende stellingen en hun standpunt naar voren te brengen.



PROGRAMMA (ONDER VOORBEHOUD VAN WIJZIGINGEN)

- 12.30-13.00 Ontvangst en inschrijving.
13.00-13.10 Welkomstwoord door de organisatie.
13.10-13.25 Introductie door de dagvoorzitter **prof.dr.ir. Vinus Zachariasse** (algemeen directeur LEI).
13.25-13.50 Case 1: Peter's Farm in de retail door **Korstiaan Mulderij**.
13.50-14.15 Case 2: Eminent Food in de retail door **Jan van Heijningen**.
14.15-14.40 Case 3: Laurus en versmerken door **Wilfred van Elzaker**.
14.40-15.10 Koffie/theepauze.
15.10-16.00 'Retailgericht opereren in de verssector' door **Leo Kivits** (hoofddocent retail management Erasmus Universiteit Rotterdam).
16.00-16.50 Paneldiscussie o.l.v. **Sjoerd Dijkstra** met:
Eric van Arendonk (Fruitmasters Groep)
Herman Kemper (Kemper Kip)
Hans Lemkes (Lemkes Export)
Jack Stroeken (Nima Food & Agrimarketing Group)
16.50-17.00 Samenvatting en afronding door de dagvoorzitter
17.00-18.00 Afsluiting en borrel

