

# Gouden Partner 2010

## Categorie: Frismakers en Keelverzorgers

Criteria: Omzetprestatie, Meedenken en Succes van Introducties

Winnaar: *Perfetti van Melle*



FOTO: TOPSHOTS

Het team van Perfetti van Melle in Breda.

## Perfetti van Melle voor vijfde keer op rij Gouden Partner

**BREDA -** Bij Perfetti van Melle zijn ze er gewoon een beetje stil van: drie keer in de prijzen vallen binnen de categorie Frismakers en Keelverzorgers. "Natuurlijk hoopten we dat we ook dit jaar weer hoog zouden eindigen, maar dit mooie resultaat hadden we niet verwacht", zegt sr trade marketeer Annemieke Hulst-Kleibeuker.



Haar collega, jr trade marketeer Diana van Staalduijnen, is vooral onder de indruk van het feit dat Perfetti van Melle inmiddels voor het vijfde jaar op rij tot Gouden Partner is verkozen op het criterium 'meedenken in de categorie'. "Het heeft te maken met de wijze waarop wij samenwerken met de retailer. We analyseren de markt, houden shopperonderzoeken en hebben alle tools in huis om accountspecifiek advies te geven. We werken daarin nauw samen met onze handelspartners om op deze wijze de categorie te laten groeien. Deze aanpak wordt blijkbaar erg gewaardeerd, gezien het feit dat we

ons op drie belangrijke criteria Gouden Partner mogen noemen." Ook group brand manager Carla Smeets is blij met de titel. "We hebben de laatste jaren volop geïnvesteerd in category management en innovaties, zoals Smint XL en Mentos Get Fresh. Dat werpt nu zijn vruchten af."

### Objectief

Categorie Suikerwerk heeft relatief weinig last van de recessie. "Het segment is sterk A-merk gedreven en relatief prijsongevoelig", zegt Smeets. Juist omdat de categorie in trek blijft, is het interessant om te kijken hoe de omzet en het rendement verder verbeterd kunnen worden. "Het begint met een objectieve blik naar het schap en het assortiment", zegt Van Staalduijnen. "Geef segmenten de ruimte die ze verdienen en neem innovaties op, want deze zorgen voor groei." Hulst-Kleibeuker hierover: "Vergeet ook de kansen van een overzichtelijke kassapresentatie en second placement niet. Voor suikerwerk geldt nog altijd: zien is kopen!"

### Marcel Goldenberg

#### Hoogvliet

"De samenwerking met Perfetti van Melle is goed", zegt category manager Marcel Goldenberg van Hoogvliet. "We streven er samen naar om de categorie te laten groeien. Perfetti denkt hier goed in mee, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van schappenplannen en het aanbieden van krachtige displays en goede tv-ondersteuning van introducties. Innovaties zijn belangrijk binnen snoep. De consument is continu op zoek naar nieuwe producten. Perfetti speelt hier goed op in, met producten met meestal een goede rotatie. Verder biedt Perfetti, als een van de grootste leveranciers binnen de categorie, sterke merken, goede producten en frequente innovaties."

“

*Perfetti van Melle biedt sterke merken, goede producten en frequente innovaties*

”