

radar

met **VFP** *magazine*



Verantwoordelijke uitgever: VFP - Ruggeveldlaan 522 - 2100 Antwerpen (Deurne) - Afgiftekantoor Gent X - P509183



Tom Vermeirsch (Ubiway) over de logistieke samenwerking tussen bpost en AMP



Stefaan Van Hecke (Groen): "Praten over de marges is de essentie"



Johan Klaps (N-VA): "Eenzijdig handelsvoorwaarden wijzigen maakt het heel moeilijk"



SPELEN BLIJFT PLEZANT

ZOLANG JE NIET
OVERDRIJFT

HOU SPELEN PLEZANT, KEN JE LIMIETEN.



Nationale
Loterij



Coverfoto's: achtergrond: Anne Deknock - links: N-VA - midden: Serge Anton - rechts: Groen.

PERIODICITEIT

verschijnt 6 x per jaar - tweemaandelijks
14e jaargang nr. 4/5 - aug-sept-okt 2018

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Bonny Goossens
Ruggevelddaan 522 - 2100 (Deurne)
Tel. 03 324 70 01 - Fax. 03 324 70 03
info@vfp.be

REDACTIE

Guy Reynaerts, Wouter Temmerman

FOTOGRAFIE

Anne Deknock

LAY-OUT & DRUK

Graphius
Eekhoudriesstraat 67 - 9041 Gent
Tel. 09 218 08 41
info@graphius.com - www.graphius.com



Mag niet vrij verkocht of verhandeld worden

VFP, de redactie en de verantwoordelijke uitgever zijn in geen geval verantwoordelijk voor de inhoud, weergave van foto's, allerhande teksten en opmaak van advertenties en/of ingezonden mededelingen.

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen - ook niet gedeeltelijk - zonder toestemming van de verantwoordelijke uitgever.

in dit nummer



4

"Eenzijdig handelsvoorwaarden wijzigen maakt het heel moeilijk"

Een financieel specialist met voeling voor ondernemers. Bij N-VA is het niet toevallig dat Antwerpenaar Johan Klaps aanschuift als we vragen komen stellen over de dossiers die de krantenwinkel aanbelangen. Hij ziet een duidelijk startpunt om de sector te dynamiseren: "De subsidies voor bpost mogen wat ons betreft stoppen".



7 Op stap in Antwerpen

In het kader van onze verkiezingsinterviews deden we met Radar reeds gemeenten als Geel of De Panne aan, maar we nemen ook graag een grote stad mee op onze tocht. Antwerpen telt nog heel wat krantenwinkels, verspreid over onderling zeer verschillende buurten. We ondervroegen winkels aan beide kanten van de Schelde.



11 De Block voert de neutrale pakjes in

Minister van Volksgezondheid Maggie De Block heeft haar slag thuis gehaald. België volgt het voorbeeld van Australië, Frankrijk en Groot-Brittannië en verbiedt logo's en kleurvariatie op sigarettenverpakkingen. Enkel de timing is op dit moment nog onzeker.



16

Bpost en AMP brengen depots en sorteercentra samen

Bpost en AMP werken aan een logistieke ingreep waarbij ze vanaf dit najaar depots en sorteercentra samenbrengen. Daardoor zal bpost in de toekomst ook naar winkels rijden om er pers af te leveren. We polsten bij Tom Vermeirsch, Chief Commercial Officer bij Ubiway, wat dat precies betekent voor de krantenwinkels.



19

"Praten over de marges is de essentie"

In alles wat Stefaan Van Hecke, parlementslid voor Groen, ons antwoordt tijdens het verkiezingsinterview dat hij namens zijn partij geeft, blijkt een duidelijke bezorgdheid voor de 'kleintjes'. Maar wat zijn zijn remedies om de onafhankelijke dagbladhandel aan het einde van de distributieketen meer leefbaar te maken?

inhoud

- 4-6 Verkiezingen 2018 - Johan Klaps (N-VA): "Eenzijdig handelsvoorwaarden wijzigen maakt het heel moeilijk"
- 7-9 Op stap in Antwerpen
- 11-13 Maggie De Block zet door voor de neutrale sigarettenverpakkingen
- 16-17 Bpost en AMP brengen depots en sorteercentra samen
- 18 Stand van zaken over de vaste commissie van Mediahuis
- 19-21 Verkiezingen 2018 - Stefaan Van Hecke (Groen): "Praten over de marges is de essentie"
- 22 Op stap in Merelbeke
- 24-25 De Nationale Loterij maakt bilan op van de vernieuwde Lotto

“Eenzijdig handels-voorwaarden wijzigen maakt het heel moeilijk”

Een financieel specialist met voeling voor ondernemers. Bij N-VA is het niet toevallig dat Antwerpenaar Johan Klaps aanschuift als we vragen komen stellen over de dossiers die de krantenwinkel aanbelangen. Hij ziet een duidelijk startpunt om de sector te dynamiseren: “De subsidies voor bpost mogen wat ons betreft stoppen”.

Tekst: Wouter Temmerman | Foto's: N-VA



Voor hij de actieve politiek indook (“als Bart De Wever het blijft vragen, zeg je geen neen”), was Johan Klaps verzekeringsmaker. Als zelfstandig ondernemer is de realiteit van druk op de marges hem niet onbekend, zegt hij, en dat neemt hij ook mee in zijn politieke werk. Sinds 2012 zetelt hij in de Antwerpse gemeenteraad en twee jaar later legde hij de eed af als Kamerlid, in opvolging van minister Jan Jambon. Hij is gespecialiseerd in financiële dossiers, maar wil ook vanuit de Commissie Bedrijfsleven “ondernemers helpen om te ondernemen” en leerde op die manier de problemen van de krantenwinkels kennen.

■ Uw collega's bij andere partijen toonden zich in onze vorige verkiezingsinterviews niet echt opgezet met de werking van de Commissie Onafhankelijke Dagbladhandel. Bent u even sceptisch?

Johan Klaps: “De eerste signalen die ik uit die Commissie kreeg, waren

“Je kan geen twee parallelle kanalen creëren om kranten te verspreiden en dan het ene subsidiëren en het andere vragen om zijn plan te trekken.”

relatief negatief. Het waren berichten over blokkering en over de moeilijkheid om door te praten over bepaalde thema's. Dat is jammer. Politici kunnen faciliteren en een kader creëren, maar het is wel de sector zelf die er zal moeten uitraken. Dat zal enkel lukken door te blijven samenzitten tot die oplossingen er komen. Al de actoren hebben elkaar ook nodig.”

■ Gelooft u dat de nieuwe resolutie die de Commissie Bedrijfsleven aannam het tij kan keren?

Johan Klaps: “Ik hoop het. Die resolutie was een maatschappelijk sig-



naal. De dagbladhandel is in veel gemeenten een belangrijk ijkpunt. Als er twee straten verder een sluikestort ligt of om de hoek raakt een bejaarde niet meer uit zijn huis, dan komt het in de krantenwinkel ter sprake. Het belang van die sociale functie is heel groot. Daarom hebben we de Commissie Onafhankelijke Dagbladhandel gevraagd om te zoeken naar oplossingen die dit soort handelszaken rendabel houdt."

■ **Wat kan de politieke wereld zelf doen om daar iets aan bij te dragen?**

Johan Klaps: "Als politici moeten wij voorkomen dat we marktverstorend optreden, denk bijvoorbeeld maar aan de scheefgetrokken situatie door de steun aan bpost. Die steun hebben wij aan het begin van de legislatuur met lange tanden aanvaard, maar wel met de duidelijke melding dat het hierna mag stoppen. Dit moeten we herbekijken, dit is niet ernstig. Je kan geen twee parallelle kanalen creëren en dan het ene subsidiëren en het andere vragen om zijn plan te trekken. Bij de evaluatie heeft minister van Economie Kris Peeters aangegeven dat er een onderzoek loopt om te bekijken hoe we hiermee verder moeten. Dat is politieke taal om aan te geven dat er een verandering op komst is, maar dat hij nog niet durft te zeggen wat er precies zal gebeuren. Ik denk ook dat de geesten bij de andere Vlaamse partijen zijn gerijpt en dat de overtuiging is gegroeid dat het anders moet. Bij de Franstalige partijen ligt het nog anders. Als bpost niet meer in de verste uithoek van de Ardennen raakt met een krant, vindt men dat een aantasting van de persvrijheid. Daar zitten wij toch met grote ogen naar te kijken."

■ **Kan je als overheid ook aandringen op het bespreken van de marges in de Commissie Onafhankelijke Dagbladhandel?**

Johan Klaps: "Als één van de spelers dat op tafel wil leggen, dan moet dat op tafel kunnen komen. Wat bijvoorbeeld de Nationale Loterij betreft: als bedrijf in overheidshanden heeft zij zich voorbeeldig te gedragen. Machtsmisbruik kan absoluut niet. Ons wetsvoorstel voor een verbod op 'aanmerkelijk machtsmisbruik' (ingediend door N-VA in 2015, nvdr) gaat daar ook op in. Het stelt dat in een B2B-verhouding een grote speler zijn wil niet kan opleggen aan een kleine speler."

■ **Is het een wetsvoorstel dat misbruiken zoals het eenzijdig verhogen van transportkosten bijvoorbeeld zou kunnen verhinderen?**

Johan Klaps: "Daar sluit het inderdaad wel bij aan. Net het eenzijdig wijzigen van voorwaarden maakt het heel moeilijk in een sector

waarin je als handelaar geen keuze hebt. Je kan je kranten niet ergens anders gaan bestellen."

■ **Terug naar de subsidiëring van bpost. Wat is voor jullie het alternatief: ook subsidies voor de persverkopers of helemaal geen subsidies meer?**

Johan Klaps: "Onze partij is een koele minnaar van subsidies om bepaalde winkels overeind te houden. Dat systeem heeft zijn limieten. Je kan een proces vertragen, maar je zal het probleem niet oplossen. We geloven meer in ondernemersvriendelijke maatregelen. Geen 700 taksen, de mogelijkheid om iemand goedkoper aan te werven,... eerder dat dan een subsidie per krant die je aan huis brengt. Dat zou niet toekomstgericht zijn en het zou niet goed zijn voor krantenwinkels om zich daaraan vast te klampen. Ze zullen hun aanbod toch moeten diversifiëren. We willen echter met een open geest kijken naar de resultaten van het onderzoek dat Kris Peeters heeft gevraagd. Als blijkt dat bijvoorbeeld een overgangsperiode nuttig kan zijn, dan zullen wij dat bekijken."

"Het eenzijdig wijzigen van voorwaarden maakt het heel moeilijk in een sector waarin je als handelaar geen keuze hebt. Je kan je kranten niet ergens anders gaan bestellen."

■ **Toen de steun aan bpost vorige keer publiek ter sprake kwam, liet bpost-topman Koen Van Gerven niet na om te wijzen op de duizenden jobs die aan de steun zijn verbonden. Het stopzetten van de steun zal politieke moed vergen, niet?**

Johan Klaps: "Dat is uiteraard een bezorgdheid, maar als je jobs enkel met een subsidie in stand kan houden, moet je je de vraag stellen wat daarvan de toegevoegde waarde is. Deze regering staat voor jobs, jobs, jobs, maar wel voor privéjobs en niet voor de creatie van overheidsjobs zoals onder de regering Di Rupo. Met overheidsgeld overheidsperoneel betalen om tegen zelfstandigen te concurreren, dat is gewoon niet logisch."

■ **Bij dat andere overheidsbedrijf, de Nationale Loterij, was het vooral de stap naar een variabele marge die in 2017 voor onrust zorgde. Vond u het een goed plan?**

"Toen de Nationale Loterij met het nieuwe systeem van start ging, zijn daar ook in de Commissie Bedrijfsleven vragen over gesteld.



◀ pag. 5

De bevoegde minister Wilmès (minister van Begroting en Nationale Loterij) antwoordde toen dat dit geen besparingsoefening was en dat de Nationale Loterij in totaal evenveel commissie zou blijven uitbetalen. Het idee dat wie zijn job goed doet iets meer krijgt, en omgekeerd, vind ik op zich verdedigbaar. De parameters moeten echter wel meetbaar zijn en je moet er als uitbater invloed kunnen blijven op uitoefenen. Ook het aantal acties waarmee je extra commissie verdient, moet op termijn intact blijven. Anders organiseert de Loterij een verkapte besparingsoperatie."

■ **Gaat u akkoord met het discours dat krantenwinkels hun heil vooral in diversificatie moeten zoeken, ook als dat niet zo evident is?**

Johan Klaps: "Diversificatie is maatwerk, dat merken we vandaag in heel wat retailsectoren. Het klopt enerzijds dat je in de typische kleine krantenwinkel geen plaats hebt om voor een afhaal-dienst honderd pakjes te stockeren. Anderzijds zorgt de druk in retail er wel voor dat er praktisch overal winkelpanden vrijkomen. Diversifiëren is ook durven bekijken of het wel goed is om in dat kleine pand te blijven, gezien de neerwaartse druk op de huurprijzen van grotere panden. Ik begrijp dat een 60-jarige winkelier dat niet meer zal doen, maar als de jongere generatie succesvol wil blijven, dan zal ze dit soort pistes toch minstens moeten bestuderen."

■ **Uw partijgenoot Johan Van Overtveldt oogstte kritiek toen hij trachtte te schaven aan de accijnzen op rookwaren. Is ingrijpen op de problematische gevolgen van de accijnsverhogingen politieke zelfmoord?**

Johan Klaps: "Het lijkt me wenselijk om niet langer jaarlijks accijnzen te verhogen. Als overheid zitten we daar voorbij het bekende punt op de Laffer-curve, waarbij elke verhoging minder opbrengsten genereert. We zitten daar volledig over de limiet. Echter, accijnzen zijn niet enkel politiek maar ook technisch moeilijk. Wij kijken eerder naar de andere zijde van de rekening. Om onze begroting in evenwicht te houden, moeten we minder focussen op de inkomsten en meer op de uitgaven. Ons overheidsbeslag is veel te hoog."

"Het aantal acties van de Nationale Loterij waarmee je extra commissie verdient, moet op termijn intact blijven. Anders organiseert de Loterij een verkapte besparingsoperatie."

■ **U bent naast kamerlid ook gemeenteraadslid in Antwerpen. Hebben lokale dagbladhandelaars u iets geleerd over de uitdagingen voor de persverkoop?**

Johan Klaps: "Onze fractieleider in de districtsraad baat samen met zijn vrouw een krantenwinkel uit in Berchem. Wij kennen mekaar al lang en hij informeert me frequent over de problemen in de sector. Maar net zo goed merk ik hoe snel hij dankzij het contact in de winkel op de hoogte is van kleine of grote lokale problemen."

■ **Antwerpen is een grootstad. Wat betekent dat voor het waarborgen van de leefbaarheid van onder andere dagbladhandels?**

Johan Klaps: "In deze legislatuur hebben we onder andere de vestigingstaks afgeschaft voor winkels tot 50m² en hebben we meer algemeen de administratie verlicht. Dat is een proces dat nog gaande is, waar nog werk aan is, maar vertrekt vanuit het idee dat je een ondernemer moet laten ondernemen. Daarbovenop willen we zaken helpen toegankelijk te blijven. Bij wegenwerken zijn de eerste slachtoffers de lokale handelaars. Bij elke planning moet je dat meenemen en vaak kan je dat met ad hoc maatregelen helpen oplossen. Zo vroeg een boekhandelaar ons of hij tijdens werken niet tijdelijk een pop-up kon openen in een leegstaand pand van de gemeente in zijn buurt. Zoiets faciliteren is een maatregel die bepaalt of zo'n winkel het al dan niet overleeft. Onze districtswerking laat toe om dicht bij de mensen te staan en te kijken of je zo'n initiatieven kan vooruithelpen. Verder hebben we al stevig ingezet op een daling van de criminaliteit in Antwerpen en willen we blijven strijden tegen die hardnekkige drugsgerelateerde misdaad. Dat verziekt hele wijken en trekt het ondernemingsniveau naar beneden. Dat soort zaken moet eruit en daar willen we nog tandjes bijsteken." ■

Op stap in Antwerpen

In het kader van onze verkiezingsinterviews deden we met Radar reeds gemeenten als Geel of De Panne aan, maar we nemen ook graag een grote stad mee op onze tocht. Antwerpen telt nog heel wat krantenwinkels, verspreid over onderling zeer verschillende buurten. We ondervroegen winkels aan beide kanten van de stroom.

Tekst: Guy Reynaerts | Foto's: Anne Deknock

Dagbladhandel Trafik (Linkeroever)

Dagbladhandel Trafik is een middelgrote zaak op Linkeroever. "Naast de drie pijlers hebben we een zeer uitgebreid gamma aan wenskaarten, een pakjesdienst, verkopen we ook boeken en een beperkt gamma papierwaren", zegt Greet Braeken, die de winkel samen met haar man Patrick Pittoors (foto) uitbaat. "Voor het eindejaar bieden we ook een ruime keuze aan agenda's, kalenders en 'eindejaarskaartjes'. Wij hebben het geluk een ouder publiek over de vloer te krijgen, dat deze zaken nog gebruikt. Ook de e-sigaret verkopen we, weliswaar in een beperkt assortiment. Over de algemene verkoop de voorbije jaren mogen we niet klagen. Wij hebben tot hiertoe een vrij stabiele winkel, maar het is wel harder werken voor dezelfde centen."

De locatie van hun zaak is zeker niet slecht. "Wij zitten op Linkeroever en hebben daar geen spijt van. Ik vind wel dat het een andere manier van zaken doen is dan op Rechteroever. De concurrentie van collega's is afgenomen, maar anderzijds is de concurrentie van onze leveranciers toegenomen." Over het beleid van burgemeester De Wever heeft Greet

Braeken niet te klagen. "Voor ons is er niet zoveel veranderd. Het is wel zo dat er hier nu meer evenementen zijn op Linkeroever, waar we soms een graantje kunnen van meepikken. Wijzelf zijn tevreden met onze burgemeester. We zitten al lang in deze branche en eigenlijk verwacht ik van de politiek niet veel of niets. Wij varen onze eigen koers, proberen in te spelen op de veranderingen en volgen onze zaak zeer nauwgezet op. Als we hadden moeten wachten op ingrepen van de politiek, waren we al lang failliet."

N-VA politicus Johan Klaps is haar niet bekend. "Ik ken die man niet, heb hem ook nog nooit gesproken. Maar ik moet wel zeggen dat wij van de stad Antwerpen enkele jaren geleden de mogelijkheid hebben gekregen om onze zaak te laten doorlichten en dat was wel interessant. We moesten zelf wel een beetje betalen, maar de rest werd bijgelegd door de stad en andere partners. Het grootste probleem voor de dagbladwinkel is de abonnementswerving van onze 'partners', vindt Greet Braeken. "Het lijkt me ook dat AMP te weinig inspeelt op het multiculturele karakter van onze inwoners aangaande tijdschriften. Daarnaast ondervind ik problemen met leveranciers die niet alles meer kunnen leveren wat wij nodig hebben ofwel regelmatig out of stocks hebben."



Dagbladhandel Trafik





Dagbladhandel
Debruyn



◀ pag. 7

Dagbladhandel Debruyn (Berchem)

In Berchem runt Erik Debruyn dagbladhandel De Bruyn. "Mijn zaak is eerder klein", zegt hij. "Naast pers, tabakswaaren en loterijproducten, breng ik ook een groot assortiment van wenskaarten aan de man en een beperkt aanbod e-sigaretten. Ik heb de pakjesdienst Kariboo in mijn winkel." Over de verkoopcijfers is hij heel duidelijk: "Sinds 2008 gaat de verkoop in dalende lijn." Berchem is een goede locatie voor een krantenwinkel, maar... "een stedelijk gebied biedt uiteraard een groot potentieel, maar anderzijds is er ook heel wat concurrentie. Op 50 meter van mijn winkel ligt er een supermarkt, die ook pers verkoopt, maar dan uiteraard enkel de goedlopende kranten en tijdschriften, met andere woorden de volumes. Klanten nemen daar al gauw een dagblad of een boekje mee."

"Sinds Bart De Wever burgemeester is, heb ik niet ervaren dat er veel is veranderd voor ons." Toch verwacht Erik Debruyn wel degelijk iets van de politiek. "Een goede maatregel zou zijn om een verbod te stellen op de verkoop van tabakswaaren in voedingswinkels en cafés, zoals het in Frankrijk gebeurt. Zo zouden de klanten terug naar onze

winkel komen." Johan Klaps is voor hem geen onbekende. "Hij was tot voor enkele jaren onze bankdirecteur, maar we hebben met hem nooit gesproken over onze problematiek. Maar ik weet van een collega dat Klaps zich wel degelijk bewust is van de problemen binnen onze sector. Voor mij zijn de grootste problemen de dalende omzet, de dalende winstmarges en de stijgende onkosten. Als men de dag van vandaag dan nog verwacht dat elektronisch betalen niet mag worden doorgerekend aan de consument, dan zijn we goed af. De kostprijs per verrichting bedraagt volgens een recent gelezen artikel 13 cent, wat overeenkomt met mijn berekening. Ik reken voor kleine bedragen een kost aan van 15 cent, inclusief 21% BTW. Mijn brutowinst per klant bedraagt minder dan 1 euro. Gemiddeld betekent dit een aderlating van meer dan 13% op mijn brutowinst. Onaanvaardbaar dus."

Bredakrant (Merksem)

Filip Hebb is de uitbater van een middelgrote zaak in Merksem. "Ik ben altijd op zoek naar nieuwe opportuniteiten om mijn zaak beter te doen draaien", zegt hij. "Ondanks het feit dat ik af te rekenen heb gehad met langdurige wegenwerken is mijn omzet vrij stabiel, maar toch minder dan vroeger. Of Antwerpen centrum een goede plaats is



Dagbladhandel
Bredakrant





Dagbreydel

om een dagbladwinkel uit te baten, weet ik niet. Ikzelf zit in een district van 'A' en ik denk dat ik een vrij goede locatie heb en dat mijn omliggende collega's ook best tevreden zijn over ons district. Ik tracht politiek op de hoogte te blijven, maar desondanks heb ik geen idee of er in de positieve of negatieve zin iets veranderd is voor ons sinds Bart De Wever burgemeester is."

"De politiek kan wel degelijk een rol spelen", meent Filip Hebb. "Door bijvoorbeeld de subsidies eerlijk te verdelen of ze liefst gewoon af te schaffen. De politici zouden ook beter hun pijlen richten op alcohol in plaats van eeuwig en altijd de tabak aan te vallen. Ze zouden ook een licentie voor ons moeten mogelijk maken, indien ze de tabak verder blijven aanvallen." Hij kent Johan Klaps: "Maar ik had totaal geen idee dat hij in die commissie Bedrijfsleven zat. Het grootste probleem voor onze sector is volgens mij iets wat voor iedere collega een probleem is, namelijk de digitalisering, gepaard gaand met de agressieve abonnementenwerving en de hieruit vloeiende terugval van ons aantal klanten. Ook de margeverlaging van de tabakswaaren (de taxshift is nog niet voorbij, de volgende golf zal er snel zijn) en verder alles wat evident is bij evolutie, andere tijdsbestedingen en prioriteiten van consumenten, zijn factoren die in ons nadeel spreken."

Dagbreydel (stationsbuurt)

Dagbreydel in Antwerpen wordt gerund door Gianni Daems. "In mijn middelgrote zaak bied ik een groot aanbod van zowel binnen- als buitenlandse pers aan, loterijproducten, wenskaarten, rookbenodigdheden en een zeer uitgebreid aanbod van tabak en sigaretten. Daarnaast zijn wij een postpunt en zijn we gespecialiseerd in e-sigaretten en de liquids daarvoor."

"Over het algemeen heb ik geen klagen over de evolutie van mijn krantenwinkel. Wij zijn zeer innovatief om dalende segmenten op te vangen en zullen dit blijven doen. Het beeld van een dagbladhandel op elke hoek zal spijtig genoeg verdwijnen. Het is spijtig dat de commissies en percenten dalend zijn bovenop een dalende markt. Voor mij is Antwerpen een zeer goede plek om een dagbladwinkel uit te baten. Ikzelf zit zeer centraal en de drukte van de stad is ideaal. Wel is het jammer dat door bepaalde beslissingen van de stad Antwerpen deze drukte zal afnemen en/of verspreid worden. De autobussen die nu op de Rooseveltplaats stoppen wil men meer en meer uit de stad weren, zodat het verloop van de klanten enorm zal

zijn. Naar mijn mening is er onder De Wever voor alle handelaars niet veel veranderd, ondanks het feit dat ze bij ons in de stationsbuurt wel de buurt aan het opruimen zijn. Veel façadezaken (kleinere winkels die als dekmantel dienen) worden gesloten om allerlei redenen en de kleine criminaliteit wordt sneller aangepakt door de politie."

Van de politiek verwacht Gianni Daems veel. "Het is uiteindelijk de politiek die de Staat bestuurt en de Staat is de grootste boosdoener van dalende procenten en dalende markten. De Staat controleert bpost en AMP en ondanks het feit dat deze een monopolie hebben wat het leveren van dagbladen betreft, kan er geen onderhandelingsdruk van ons komen. Zij beslissen blindelings wat er gebeurt en hoe het gebeurt. Via bpost worden de abonnementen geleverd en dit dankzij subsidies van de Staat. Dit is oneerlijke concurrentie. De grote krantenrondes die vroeger bestonden, zijn bijna allemaal verdwenen. Idem voor tabak en sigaretten. De accijnzen slaan op en onze marge daalt. Waarom wordt er niet bepaald dat er een minimumpercentage moet zijn voor de handelaar? Hetzelfde geldt voor de Nationale loterij. Hier is weerom geen overleg over het veranderen van de percenten. Als je bekijkt hoe ze het online spelen beginnen promoten en op elke hoek een pop-up lottopunt openen, dan weet je het wel. Elk jaar opent de Loterij op de Meir een eigen pop-up om 'kadoosjes' te verkopen. Dat is een slag in het gezicht van de handelaars rond de Meir, want de eindejaarsperiode is de beste tijd van het jaar voor de verkoop."

"Het belangrijkste probleem voor onze sector is echter de onbestrafte kleine criminaliteit in Antwerpen. Diefstal is gewoon een dagelijks kwaad voor ons en je staat volledig machteloos, omdat er een gevoel van straffeloosheid heerst. Ik zal zeker rekening houden met wat de huidige politiek betekend heeft voor mijn zaak en pas mijn stemgedrag hierop aan. Vind ik ook normaal. Als ze de gewone burger een groter netto inkomen beloven, heeft dat ook invloed op het kiesgedrag." ■



De Block voert de neutrale pakjes in

Minister van Volksgezondheid Maggie De Block heeft haar slag thuis gehaald. België volgt het voorbeeld van Australië, Frankrijk en Groot-Brittannië en verbiedt logo's en kleurvariatie op sigarettenverpakkingen. Enkel de timing is op dit moment nog onzeker.

Tekst: Wouter Temmerman | Foto: Open VLD

Reeds voor de zomervakantie had Maggie De Block aangegeven voor de neutrale pakjes te willen gaan, maar de definitieve beslissing viel uiteindelijk begin september toen de federale regering daarover het licht op groen zette. De neutrale verpakking zal gelden voor sigaretten, roltabak en waterpijptabak. Met de invoer van de neutrale verpakking volgt ons land het voorbeeld van onder andere Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Noorwegen en Ierland. Het idee om neutrale sigarettenpakjes in België in te voeren, komt niet uit de lucht vallen. Toen Europa zich jaren voorbereidde op de nieuwe Europese Tabaksrichtlijn maakte de maatregel al deel uit van de ontwerptekst. Finaal haalde 'plain packaging' de richtlijn niet, maar de lidstaten hebben altijd de vrijheid om verder te gaan dan Europa.

Ergens in 2019: bruin en olijfgroen zonder logo

Ook dat leek in België aanvankelijk niet zomaar te gaan gebeuren. Minister van Volksgezondheid Maggie De Block (Open Vld) gaf in haar tabaksplan uit 2016 aan dat ze pakjes met verschillende kleuren en met logo's wou verbieden, maar hield tegelijk een slag om de arm. Ze wou eerst bewijzen en grondig de lessen uit andere landen bestuderen. Net voor de zomervakantie liet De Block verstaan dat haar kabinet studies uitvoerde over de impact in Frankrijk en Groot-Brittannië en dat de resultaten aangeven dat het ook in België kan aanzetten tot minder roken. De rookwaren komen vanaf de invoering van de maatregelen terecht in een pakje zonder logo en met een 'lelijke' kleur. "Ze zullen er dan olijfgroen-grijsachtig uitzien en alle tierlantijntjes of andere lettertypes zijn verboden. Alleen de naam van het merk en de gezondheidswaarschuwingen gaan er uiteraard nog op staan", bevestigde de woordvoerder van De Block. Hoe snel de 'lelijke' pakjes van De Block er kunnen komen, is nog niet duidelijk.

Timing nog onduidelijk

Een definitieve datum kon Maggie De Block nog niet op de invoering plakken, maar ze liet wel verstaan dat in de loop van volgend jaar alle reclame op de pakjes verdwijnt. "Onze administraties gaan nu meteen aan de slag, zodat we dit zo snel mogelijk kunnen invoeren", vertelde de minister. Ook over een eventuele overgangperiode werd nog niets bekendgemaakt. Luc Ardies van Unizo en Buurtsuper reageerde intussen op dat punt. "We vragen de minister ook om geen deadline op te leggen aan de eindverkopers", klomk het, "zodat zij de stock van pakjes met logo nog kunnen uitverkopen, ook al is de deadline voor de



producenten verlopen." Cimabel, de federatie van sigarettenfabrikanten, zette deze zomer nog alle zeilen bij om de pakjes tegen te houden en reageert ontgoocheld. laat intussen weten dat ze 'nog steeds overtuigd zijn dat het geen goede maatregel is'. De federatie laat weten nog steeds overtuigd te zijn dat dit geen goede maatregel is en verwacht een stijging van de illegale handel. "Het ook een negatieve impact hebben op de dagbladhandelaars, zoals ook gebleken is in het buitenland", aldus Cimabel. ■

Accijnsverhogingen maken goedkope sigaretten duurder

Dat de accijnsverhogingen zorgen voor kleinere marges voor de dagbladhandels is intussen genoegzaam bekend. Een analyse van de krant Le Soir maakt echter ook duidelijk dat de impact op de winkelprijs vooral te voelen is bij de goedkopere merken.

Tekst: Wouter Temmerman | Foto's: GF

Begin augustus publiceerde Le Soir een heuse prijstest met sigarettenreferenties van A-merken en van kleinere merken. De test bekeek wat de impact was van de opeenvolgende prijsverhogingen die de regering Michel in de afgelopen vier jaar heeft doorgevoerd. In de test zaten vijf pakjes met 20 sigaretten, gaande van het goedkoopste merk (Winston) tot het duurste (Marlboro).

A-merken als winnaar

Het oordeel: voor alle geteste pakjes gaat het grootste deel van deze prijsverhoging sowieso naar de Staat (via accijnzen en BTW). Maar Le Soir observeert enkele sterke ongelijkheden. Uit een stijging van 1 euro



Wat veranderde de regering Michel precies?

Op sigaretten heft de overheid in ons land twee soorten accijnzen.

1. De ad valorem is de accijns die afhankelijk is van de prijs van het pakje. In 2014 bedroeg de ad valorem-accijns 50,41%, wat erop neerkomt dat de Staat iets meer dan de helft van de prijs van een pakje afroemde.
2. De tweede soort zijn de specifieke accijnzen. Dit is een vast bedrag per sigaret. In 2014 ging het om 23,6 euro voor 1.000 sigaretten (of 47 eurocent voor een pakje van 20 sigaretten).

Tel de ad valorem en de specifieke accijnzen op en je bekomt het totale aantal accijnzen dat de fabrikanten de Staat verschuldigd zijn. Het regeerakkoord uit 2014 bracht echter verandering en verving deels de ad valorem door specifieke accijnzen. Het evenwicht verschoof door het belastingpercentage op de prijs te verlagen tot 40,04% en door de vlaktaks op het aantal sigaretten te verhogen (64,6 euro voor 1.000 sigaretten). Daardoor zijn de accijnzen nu minder gebonden aan de prijs van het pakket (en meer aan het aantal sigaretten per pakje). ■



betaalde het merk Winston 93 cent aan de schatkist. Met andere woorden restte slechts 7 eurocent voor het merk, de groothandel en de kleinhandel. Marlboro daarentegen heeft een veel gunstigere verdeling, het zamelt zowat het drievoud in. De prijsstijging resulteert daar in een schenking van 90,5 cent aan de Staat, terwijl Philip Morris er zelf 19,5 cent aan overhoudt. Uit de test bleek zo dat vooral de goedkopere merken duurder zijn geworden door accijnsaanpassingen. "Marlboro is de grote winnaar van de accijnsaanpassing", besluit Le Soir.

Met dank aan de specifieke accijns

De krant legt ook de diepere reden voor deze mechaniek uit. Het duikt in de complexe accijnsopdeling en verklaart de evolutie vanuit de verhoging van de minimumaccijns (zie kaderstuk op p.12). De minimumaccijns bij de kleinere merken lag in de vorige legislatuur een pak lager dan bij de A-merken. Nu die accijns is gestegen, krijgen deze voorheen goedkopere merken in verhouding iets sneller een hogere prijs. De reden hiervoor is simpel, reageerde minister Johan Van Overtveldt (N-VA) die bevoegd is voor alle accijnzen. "We willen rookgedrag en de nefaste gevolgen hiervan ontmoedigen. Daarom hebben we besloten om de minimumaccijns voor tabaksproducten op te trekken. Zo wor-

den ook goedkopere merken duurder, waardoor de drempel om te beginnen roken hoger komt te liggen."

Betere inschattingen

Op zich speelt ook een nog meer technische reden mee. Voor de overheid is het eenvoudiger om de opbrengsten uit de minimumaccijns beter in te schatten dan de inkomsten uit traditionele tabaksaccijnzen. Die zijn verbonden aan de prijs van een pakje sigaretten en dat laat fabrikanten de kans om via de winstmarges de prijsverhoging aan de kassa weg te gommen en het effect teniet te doen.

Lobbying

Naast die officiële verklaringen liet met name Le Soir niet na om ook lobbying als één van de redenen voor de evolutie naar voor te schuiven. "Gaaf het om bezorgdheid over onze gezondheid of om een manier de bekende tabaksconcerns te plezieren?", vroeg de krant zich luidop af. In een reactie veegde Cimabel die suggestie echter van tafel. "Ik zou deze evolutie niet wijten aan het lobbywerk van bedrijf X, Y of Z. Het gaat om een politieke keuze", liet de federatie optekenen. "De regering werkt de accijnsverhoging zelf uit." ■



10% meer illegale sigaretten

Terwijl de accijnsverhogingen extra geld in de schatkist moeten brengen, blijft de regering weer iets meer geld mislopen door de groei van de illegale sigaretten. Volgens een studie van KPMG UK rookten de Belgen vorige jaar alles samen zo'n 330 miljoen illegale sigaretten. Dat betekent een groei van 10% ten opzichte van 2016. De studie analyseerde de illegale sigarettenhandel in de Europese Unie, Noorwegen en Zwitserland.

Dat volume aan illegale sigaretten staat gelijk aan een jaarverlies van minstens 76 miljoen euro voor de Belgische Staat. In totaal zou de hele Europese Unie zo'n 10 miljard euro mislopen. Volgens de fabrikanten toont het rapport ook aan dat de productie van namaaksigaretten in een jaar tijd maal vier ging. Het gaat om een stijging van 9 miljoen naar 35 miljoen sigaretten. ■

GRAZIA



Elke week heeft Grazia weer het meest betrouwbare celebrity nieuws uit eerste hand, fikse portie high end fashion, waargebeurde verhalen en beauty tips. Grazia onderzoekt voor jou de fijne dingen van het leven. Bij lekker leven hoort reizen, uitgaan, genieten en er natuurlijk tiptop uit zien! Met de beste beauty tips en deskundig advies op het gebied van voeding, gezondheid en afvallen maakt Grazia je leven nog aangenameer.

Artikelnummer: 07473

Adviesverkoopprijs: verschilt per editie

PLAYBOY



Playboy biedt wat mannen boeit. Het mooiste vrouwelijk schoon, lifestyle, diepte interviews en de laatste must have gadgets. Maar ook reizen, films, muziek, literatuur en culinair, Playboy heeft het. Dit brede aanbod vormt de grote kracht van het eigenwijze kwaliteitsmaandblad met de internationaal bekende merknaam.

Artikelnummer: 09787

Adviesverkoopprijs: € 7,99

LONELY PLANET



Droom weg met de meest bijzondere reisverhalen en fotografie in Lonely Planet magazine, het inspiratietijdschrift van de bekende reisgidsen. De droombestemmingen variëren van exotisch naar verrassend en de uitgebreide reisinformatie maakt het magazine aantrekkelijk voor echte reisliefebbers. Het oktobernummer staat geheel in het teken van de ultieme culinaire bestemmingen. Proef de wereld met Lonely Planet!

Artikelnummer: 07473

Adviesverkoopprijs: verschilt per editie

HAPPY IN SHAPE



Goed in je vel zitten, is het nieuwe sexy! En Happy in Shape, de feelgood lifestylebijbel voor vrouwen die in shape willen blijven of komen, helpt daarbij. Met verrassende artikelen over gezond én lekker eten, bewegen, mindset, beauty en lifestyle.

Artikelnummer: 02581

Adviesverkoopprijs: € 4,99

VRIJHEID ZOALS ALLEEN WIJ DIE KENNEN 

MOTOREN & TOERISME

Marktleider in motorbladen
ondergaat **stevige transformatie**.

Minder edities per jaar, op de maat
van het **motorseizoen**.

De motorpers van de toekomst, een nieuwe verdienpost voor u.



**Losse verkoop van dit
unieke succesverhaal
stijgt nog steeds!**

 **BAHAMONTES** 
UIT LIEFDE VOOR DE STIEL

Is Bahamontes nog niet (voldoende) vertegenwoordigd
in uw aanbod? Neem dan contact op met Imapress.

Bpost en AMP brengen depots en sorteercentra samen

Bpost en AMP werken aan een logistieke ingreep waarbij ze vanaf dit najaar depots en sorteercentra samenbrengen. Daardoor zal bpost in de toekomst ook naar winkels rijden om er pers af te leveren. We polsten bij Tom Vermeirsch, Chief Commercial Officer bij Ubiway, wat dat precies betekent voor de krantenwinkels.

Tekst: Wouter Temmerman – Foto's: Ubiway - bpost

Voor de zomer lieten AMP en haar aandeelhouder bpost al verstaan dat ze van plan waren om de logistieke werking te optimaliseren. "De dalende trend van de verkoop van kranten en tijdschriften evenals evoluties in het uitgeverslandschap noodzaken AMP en bpost om het transport, de sortering en de verdeling van persproducten te herschikken om op een duurzame wijze een kwaliteitsvolle distributie van persproducten te garanderen", klonk dat officieel. Meer concreet vernamen de winkeliers dat AMP en bpost depots en sorteercentra samenbrengen op eenzelfde locatie en dat bpost de beleving van sommige winkelpunten op zich zal nemen. "Vandaag heeft AMP een tiental depots waarmee we de naar schatting 5.000 Belgische krantenwinkels bedienen", schetst Tom Vermeirsch de context. "Daarnaast heeft bpost een eigen structuur met 25 depots voor de verdeling van de abonnementen. De eerste stap die we nemen, is het in elkaar schuiven van die logistieke platformen. Een AMP-depot kan richting bpost verschuiven of vice versa."

Los of abo wordt vroeg of laat

Tom Vermeirsch verklaart die ingreep mede vanuit de aanpak van de uitgevers en de prioriteiten die zij bij de productie stellen. "Vandaag is het meestal zo dat de uitgevers eerst de abonnementen drukken en daarna de persartikelen voor de losse verkoop. Door onze ingreep kan je beide samen op één vrachtwagen brengen. Dat is een besparing voor de uitgever en het laat ons toe om de distributie te organiseren in functie van de dringendheid. We zullen niet langer spreken over abonnementen of losse verkoop, maar over vroege of late levering. We krijgen een betere controle op de aanvoer van pers." Volgens Vermeirsch wordt de noodzaak aan meer controle de komende jaren overigens groter. Wanneer bijvoorbeeld Mediahuis vanaf 2019 in het Limburgse Paal-Beringen



Tom Vermeirsch, CCO van Ubiway

zal drukken, dan moeten de kranten ook tijdig in winkels aan de andere kant van het land belanden.

"Bpost enkel naar kleine late winkels"

Door de samenvoeging kan bpost bovendien gebruik maken van de competentie van AMP om machinaal de levering per winkelpunt voor te bereiden. Op dezelfde manier zal het de persartikelen per postbode (of per bestelwagen) kunnen sorteren, wat tot op heden niet het geval was, aldus Tom Vermeirsch. Stap drie van de optimaliseringsoefening is een eventuele kruisbestuiving in de zogenaamde 'last mile', de beleving aan de persverkooppunten. "Als al de pakketten klaar staan, kan de beleving gebeuren door een bpost- of door een AMP-voertuig", legt Vermeirsch uit. "Laat me duidelijk zijn: voor de krantenwinkels spreken we over vrij grote volumes. Het is onmogelijk om grote

en vroege winkels op de ronde van bpost te zetten. Grote afhalers of winkels met een ronde krijgen hun kranten vaak al om 3u of 4u, terwijl de postbode niet voor 5u start. AMP zal de grote en vroege winkels altijd blijven bedienen. Enkel een kleine winkel die we laat kunnen beleveren, zullen we kunnen inschakelen in de ritten van bpost. Denk maar aan een Carrefour Express die om 10u opent en 25 perstitels voert."

Bestaande processen behouden

Over hoeveel krantenwinkels het precies gaat, kan AMP nog geen duidelijkheid verschaffen. De boodschap is echter dat voor het leeuwendeel van de krantenwinkels er finaal maar weinig zal veranderen. "De bestaande AMP-processen blijven in voege", zegt Tom Vermeirsch. "Alle contractuele afspraken zullen worden nageleefd, inclusief de verbindingen die bpost is aangegaan bij



de overname van AMP. De geplande wijzigingen zullen voor de dagbladhandelaars dus geen gevolg hebben, behalve het feit dat ritten herberekend zullen worden, waardoor het tijdstip van levering bij de krantenwinkel kan wijzigen. Zoals voorheen zullen wij in de mate van het mogelijke rekening houden met de openingsuren van de winkel en de eventuele krantenrondes. Voor de verkooppunten die zelf zorgen voor de afhaling en terugzending van persleveringen verandert er niets, behalve voor deze die afhalen in de AMP-depots in Oostkamp, Wilrijk of Ham."

Vanaf oktober

Praktisch willen AMP en bpost vanaf oktober starten met de operationele bijsturingen en ze doen dat gefaseerd. "We werken per provincie en als blijkt dat het niet werkt, dan herbekijken we dat. Momenteel (eind augustus, nvdr) lopen testen. Als iets niet lukt, dan zullen we dat ook niet uitrollen", zegt Tom Vermeirsch daarover. "We willen over deze operatie echter open communiceren. Dat is ook de reden waarom we de winkeliers bij ons hebben uitgenodigd om dit te duiden. Ook al verandert er niet voor iedereen iets, toch hebben we dit plan transparant willen voorstellen."

Wat met de mededinging?

De overname van AMP door bpost kon rekenen op het fiat van de Belgische Mededingingsautoriteit. Voor de BMA moest bpost er zich wel toe verbinden om de persverdelingsdiensten van AMP op een kwaliteitsvolle wijze te blijven aanbieden. Bpost kan echter wel nog wijzigingen aanbrengen om de bestaande dienstverlening te optimaliseren, als het dat doet in overleg met de betrokken

actoren. Tom Vermeirsch bevestigt dat de aanpassing in lijn is met de voorwaarden van de BMA, maar trekt de discussie ook open. "Het zijn aanpassingen in een markt waarin zowel verkopers, distributeurs als uitgevers het moeilijk hebben", zegt hij. "Wij willen werken aan een duurzaam model op lange termijn om te vermijden dat de distributie stilgevallen toen de Lagardère-dochter er verkocht werd. We willen daarom zoveel mogelijk kosten uit de ketting halen om het voor iedereen rendabel te houden."

Wel subsidies, geen subsidies

De vraag hoe het distributiemodel van de toekomst er kan uitzien, is echter ook politiek getint nu meer en meer politici de subsidie voor bpost in twijfel trekken. Zullen ook zij het niet vreemd vinden dat het gesubsidieerde kanaal (*concreet: de bpost-bestelwagens*) gebruikt wordt om te leveren aan het niet-gesubsidieerde kanaal (*bepaalde persverkooppunten, zelfs als die laat openen en kleine volumes verkopen*)? "Het grootste deel van onze ingreep heeft niets met de subsidie te maken, want dat geld gaat enkel naar de verdeling van abonnementen in de brievenbus", antwoordt Tom Vermeirsch. "Los daarvan denk ik dat het wegvallen van de subsidie nefast zou zijn voor de hele sector. Ik vraag me echt af welke pers nog zal worden verdeeld als dat geld er niet meer zou zijn. Ook de situatie in Wallonië, met meer densiteit en minder rendabiliteit, zet aan tot nadenken. Wie zal daar kranten willen gaan bussen met verlies? Niemand denk ik, eerlijk gezegd." ■

VFP-lidmaatschap!?

➤ Hoe?

Aansluiten bij de Vlaamse Federatie voor Persverspreiders (VFP) kan door gebruik te maken van het overschrijvingsformulier op de keerzijde van de deze pagina. Vermeld in het vakje 'Mededeling' uw telefoonnummer.

➤ Hoe lang?

Een aansluiting geldt steeds voor 1 jaar (vb. oktober 2018 tot september 2019)

➤ Hoeveel?

Het lidgeld bedraagt 177 euro + 21 % btw = 214,17 euro, het eerste aansluitingsjaar is dat slechts 120 euro + 21 % btw = 145,20 euro.

➤ Wat?

Voor inlichtingen over de voordelen van een aansluiting, neem contact op met ons secretariaat.



Persdistributie

Mediahuis schakelt naar vaste commissie: een update

In onze vorige editie kondigden we het nieuws aan dat Mediahuis sinds 1 mei werkt met een procentuele commissie op de verkoop van haar kranten. Winkeliers krijgen sindsdien een vaste winstmarge, wat betekent dat zij niet beschermd zijn tegen een volgende prijsverhoging. VFP sprak intussen met Mediahuis, maar concrete antwoorden laten nog op zich wachten.

Tekst: Wouter Temmerman – Foto: GF

VFP plaatste bij de bekendmaking een reeks van vraagtekens bij de eenzijdige beslissing van Mediahuis. "Na de beslissing over de verkoperdeal is dit een nieuwe ingreep die Mediahuis doorvoert zonder enige vorm van overleg met haar verkopers", reageerde Tony Vervloet, secretaris-generaal van VFP. "Namens onze leden hebben we de omschakeling naar een vaste commissie dan ook betwist bij Mediahuis."

Die betwisting leidde voor de zomer tot overleg tussen VFP en Mediahuis waarop VFP een aantal vragen voorlegde aan de mediagroep. Concreet gaat het om vier verduidelijkingen:

1. Hoe ziet de kostenstructuur van een krant eruit? De persverkopers vernemen graag hoe de kostenverhouding tussen productie, transport en winstmarge eruitziet om de economische redenering van Mediahuis te kunnen toetsen.
2. Mediahuis biedt intussen drie distributiesystemen naast elkaar aan: losse verkoop met vaste marge, winkelabonnement en

de verkoperdeal. Staat de uitgever open voor het aanbieden van de keuze aan winkeliers tussen de drie mogelijkheden en/of een combinatie van die drie mogelijkheden?

3. De overstap van Mediahuis naar een vaste commissie heeft bijkomende nadelen voor de persverkopers die voor hun BTW- en Inkomstenbelasting gebruik maken van forfaitaire coëfficiënten. Hoe verloopt dat in Wallonië (waar vaste marges bestaan en Mediahuis ervaring heeft met L'Avenir)?
4. Hoe lang is een vaste verkoopprijs van een

krant nog te houden? Bij de verkoperdeals is de persverkoper 'eigenaar' van het product. Met een vaste marge kan de persverkoper de stijgende 'vaste kosten' niet langer verrekenen via de stijging van de verkoopprijs van een krant. Met een winkelabonnement is hij enkel tussenpersoon van een product dat aan een lagere prijs aan de lezer is aangeboden.

Mediahuis liet weten deze vragen niet te kunnen beantwoorden voor het te perse gaan van deze Radar. Als dat begin deze herfst wel lukt, dan zullen we de antwoorden mee te geven in onze volgende editie. ■



Handtekening(en)

OVERSCHRIJVINGSOPDRACHT

Bij invulling met de hand, één HOOFDLETTER of cijfer in zwart (of blauw) per vakje

Gewenste uitvoeringsdatum in de toekomst

Bedrag

[illegible]

EUR

CENT

Rekening opdrachtgever (IBAN)

[illegible]

Naam en adres opdrachtgever

Rekening begunstigde (IBAN)

QUESTION

BIC begünstigte

DRUGS

Naam en adres begunstigde

[illegible]

Mededeling

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

“Praten over de **marges** is de **essentie**”



In alles wat Stefaan Van Hecke, parlamentslid voor Groen, ons antwoordt tijdens het verkiezingsinterview dat hij namens zijn partij geeft, blijkt een duidelijke bezorgdheid voor de 'kleintjes'. Maar wat zijn zijn remedies om de onafhankelijke dagbladhandel aan het einde van de distributieketen meer leefbaar te maken?

Tekst: Wouter Temmerman | Foto's: Groen

We sluiten ons rijtje van politieke interviews in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen 2018 af met een gesprek met Stefaan Van Hecke. Hij zetelt voor Groen in het federale parlement en lokaal is hij fractieleider van Groen in Merelbeke, waar hij geen onaanvaardige kans maakt op de burgemeesterssjerp. Ook al is hij in de eerste plaats een autoriteit op vlak van justitie, toch blijkt het dossier van de krantenwinkels hem goed bekend. En net als zijn collega's bij de andere partijen vindt hij dat er werk aan de winkel is.

■ Niemand lijkt echt laaiend enthousiast over de Commissie Onafhankelijke Dagbladhandel. Is dat bij u anders?

Stefaan Van Hecke: “Het is goed dat zo'n commissie bestaat, want met de adviezen die ze formuleert, kunnen politici vaak heel concreet aan de slag. Voorlopig blijft het echter bij veel praten en weinig resultaten. Dat is jammer want de uitdagingen zijn nochtans groot, er ligt echt wel werk op de plank. Het idee om de Commissie verslag te laten uitbrengen in het parlement (aangenomen in de nieuwe resolutie over de dag-

pag. 20 ►►



“Voortaan kunnen we in het parlement navragen wat er zo lastig is aan praten over de marges. Dat is toch de essentie van het probleem.”

◀ pag. 19

bladhandel, nvdr) vind ik wel interessant. Niet elk parlementslid volgt dit dossier van dichtbij, maar zo'n hoorzitting biedt wel de gelegenheid om in te gaan op de punten die het overleg doen blokkeren. Je kan vragen wat er zo lastig is aan praten over de marges. Dat is toch de essentie van het probleem. Daardoor creëer je meer kansen voor politieke consensus over de te volgen aanpak als de sector er zelf niet uit raakt.”

■ Hoe moeilijk ligt die politieke consensus eigenlijk?

Stefaan Van Hecke: “Tussen de verschillende partijen zullen hier en daar ideologische verschillen bestaan, maar de bezorgdheid over de toekomst van de krantenwinkels leeft over de partijgrenzen heen. Het moet los van de ideologische verschillen mogelijk zijn om op basis daarvan overeenstemming te vinden over enkele maatregelen.”

■ Hoe kijkt Groen aan tegen de subsidie die bpost krijgt om abonnementen te bezorgen?

Stefaan Van Hecke: “De subsidie aan bpost is een onderdeel van een breder pakket aan steunmaatregelen aan de pers. De perssteun in zijn globaliteit wil Groen zeker niet afbouwen. De overheid mag een rol blijven spelen en ervoor zorgen dat mensen geïnformeerd worden; het mag misschien enkel wat transparanter gebeuren. Maar ik begrijp ook de ontevredenheid van de dagbladhandelaars en ik heb er geen probleem mee dat die specifieke steun zou herbekeken worden. Het kan nuttig zijn om te kijken of er een stuk van die steun naar dagbladhandelaars kan gaan en wat daar dan het effect van is. Wat als de abonnementsprijzen torenhoog worden en dat dan weer een bepaald deel van de bevolking dat moeilijk in een winkel raakt, uitsluit? Maar het klopt dat de scheeftrekking tussen de twee kanalen niet fair is en dat we daar op zoek moeten naar een andere verhouding.”

“Je kan je afvragen of het een gezonde reflex is om met marges of andere incentives te werken om de verkoop van kansspelen te stimuleren.”



■ **Als overheid kan je ook ingrijpen bij de Nationale Loterij. Volgt u de ingreep om de marge op kansspelen variabel te maken?**

Stefaan Van Hecke: "Het lijkt mij een aanpassing ten voordele van grotere winkels die goed bereikbaar zijn. Een winkel in een afgelegen dorpje die het al moeilijk heeft, zal het lastiger hebben om die extra variabele verloning binnen te halen. Omzetschalen zullen daar rekening mee houden, maar het is toch een mechaniek die ervoor zorgt dat je als winkelier druk gaat zetten om meer te verkopen en die extra commissie te ontvangen. Dat is net als reizen aanbieden voor de honderd winkels die het meest verkopen, iets waarover ik ooit een vraag stelde in het parlement. Je kan je afvragen of het een gezonde reflex is om dergelijke wortels voor te houden om de verkoop van kansspelen te stimuleren. Minister Wilmès (*van Nationale Loterij*) en haar voorgangers zien er geen graten in, maar ik vind dat je dat geld beter anders kan inzetten. Voor opleidingen, voor een vaste marge, enzovoort."

■ **Meer vaste marge biedt ook meer zekerheid om als winkelier te investeren, niet?**

Stefaan Van Hecke: "We zien helaas veel kleinhandelaars verdwijnen in onze deelgemeenten. Naast krantenwinkels slinkt ook het aantal bakkerijen, slagerijen, enzovoort. Voor krantenwinkels moeten we ons geen illusies maken: de verkoop van kranten, rookwaren en kansspelen zal in de komende jaren niet groeien. Dus als die winkels willen blijven bestaan, is er geen andere keuze dan te diversifiëren. Het gaat om kijken waar de nood zit in je buurt: wat is er tekort in mijn buurt en wat kan ik invullen? Ik begrijp dat zoiets niet altijd makkelijk is als je al dertig jaar je job doet. Daar zie ik een taak voor de gemeenten, want ze hebben zicht op die noden, op de zaken waar een buurt naar vraagt. Je kan hen als bestuur minstens met advies ondersteuning bieden."

■ **Hoe kan je als overheid ook meer zekerheid bieden voor de verkoop van rookwaren?**

Stefaan Van Hecke: "Het is niet logisch dat een accijnsverhoging leidt tot lagere inkomsten voor krantenwinkels. Dat is op zich een zeer bizarre mechaniek die opnieuw de kleinsten in de ketting treft. Zolang je rookwaren mag verkopen, moet je er ook geld kunnen mee verdienen en het is niet de bedoeling dat de opbrengst blijft kleven bij de groothandel of bij de fabrikanten. Meer algemeen zal elke maatregel die je neemt, toch worden afgewogen aan de vraag of het ook bijdraagt aan de doelstelling om minder mensen te laten roken. Dat is bijvoorbeeld ook zo met het idee om de verkoop te beperken tot de krantenwinkels."

■ **Merelbeke kan zijn krantenwinkels op twee handen tellen. Welke bezorgheden stelt u vast bij hen?**

Stefaan Van Hecke: "Ik merk dat bij dit type winkels – kleine handelszaken als een krantenwinkel, maar ook een bakker of een slager – de bezorgdheid over wegenwerken zeer groot is. Mensen rijden snel om en kopen hun krant elders. De gewoonte verandert en mensen komen achteraf niet vanzelf terug."

"Zolang je rookwaren mag verkopen, moet je er ook geld kunnen mee verdienen en het is niet de bedoeling dat de opbrengst blijft kleven bij de groothandel of bij de fabrikanten."

■ **Kan je dat gedrag als gemeente in de hand werken?**

Stefaan Van Hecke: "Als gemeente kan je een rol spelen en dat begint bij het nadenken over wat je in een dorp nodig hebt om het leefbaar te houden. Winkels komen er echter niet op bestelling, je kan niet bij gemeenteraadsbesluit vastleggen welke winkels er moeten komen. Ik kan het ook begrijpen als een kleinhandelaar het dorp verlaat om meer passanten te vinden langs een invalsweg. Daarom pleiten we voor actieve begeleiding, al is dat niet automatisch geld geven. Het kan ook met alternatieve initiatieven. Een wedstrijd waarbij je op je favoriete buurtwinkel kan stemmen bijvoorbeeld. Dat levert gratis reclame op en zet mensen aan om in hun buurt te gaan winkelen. Tegelijk helpt het om als gemeente een rem te zetten op het aantal grote baanwinkels om de leefbaarheid van kleinhandels te garanderen. Dat heeft positieve effecten op mobiliteit, wat in Merelbeke zeker geen kwaad kan. We willen een commercieel beleid voeren dat de buurtwinkels helpt. Dat kan ook gaan om maatregelen als een marktbus, die mensen op de marktdag naar het centrum brengt. Verder kan je als gemeente ook een beroep doen op je kleinhandelaars. Denk maar aan het verkopen van onze cadeauchques in de winkels." ■



Op stap in Merelbeke

Wie Gent in zuidelijke richting verlaat, komt haast vanzelf terecht in Merelbeke. Bijna 25.000 inwoners rijk en sterk groeiend, want in tien jaar tijd kwamen er 3.000 Merelbekenaars bij. Het aantal krantenwinkels groeide echter ook hier niet mee. Vooral de drukke Hundelgemsesteenweg is een populaire plek, maar wij gingen langs bij twee winkels buiten het centrum om te polsen naar hun bekommernissen.

Tekst: Guy Reynaerts | Foto's: Anne Deknock

Dagbladhandel Patro

Georgette Willems baat in de deelgemeente Melsen dagbladhandel Patro uit, gelegen langs de best wel drukke Gaversesteenweg. "Het is een middelgrote zaak. De 'echte' producten voor een dagbladhandel, pers, tabak en Lotto, maken onze corebusiness uit", vertelt ze. "We hebben ook nog een grote krantenronde." Over de omzet kan zij niet klagen. "Volgens de omzetcijfers van AMP, zitten wij boven het gemiddelde. Dat komt ook omdat volgens mij de ligging van onze zaak ideaal is. Het grootste minpunt is de concurrentie van de Lotto. Zij plaatsen tegenwoordig overal terminals, ook in superettes en in benzinestations. Dit was vroeger niet het geval. Onze omzet van de Loterijproducten is hierdoor gevoelig gedaald."

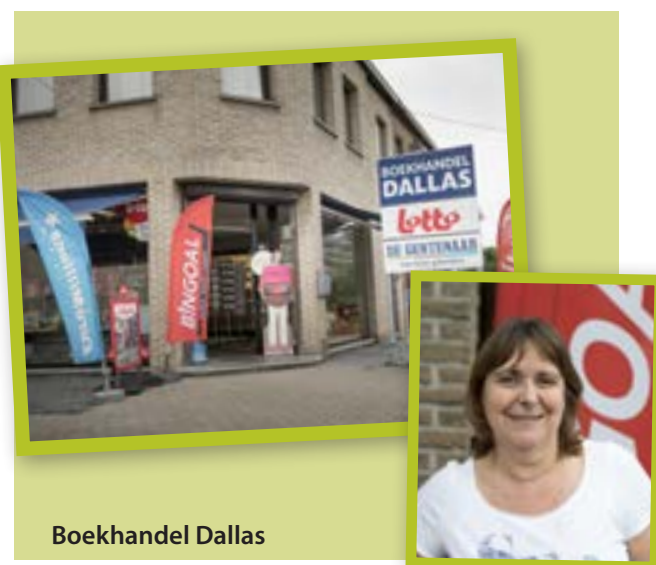
Over wat de rol kan zijn van de overheid ten voordele van de sector, is Georgette Willems heel duidelijk. "Er moet onmiddellijk gestopt worden met de overheidssteun aan bpost. Dit is de grootste concurrentievervalsing ooit, het oneerlijkste wat kan gebeuren. De overheid beseft niet eens dat deze steun ten onrechte en onrechtstreeks ten goede komt aan de uitgevers. Deze krijgen van bpost gunstarieven voor het bussen van de kranten, waardoor wij als rondeman 'te duur' zijn. Tevens gaan zij abonnementen verkopen aan waanzinnig lage prijzen, waardoor wij alweer benadeeld worden. Als rondeman krijgen wij voor het bussen van een abonnement slechts een beperkte vergoeding, die ver beneden de normale commissie van 25% ligt. Een krant kost 2 euro, onze commissie is 0,50 euro; gaat het om een abonnement dan ontvang je slechts 0,2132 euro. Met andere woorden, de overheidssteun wordt misbruikt en dit zou onmiddellijk moeten stoppen!"

"Naast het probleem bpost, ziet Georgette Willems nog een ander factor die het de dagbladhandelaar moeilijk maakt. "De digitalisering haalt de verkoop van dagbladen en tijdschriften duidelijk onderuit. Daar kan je niet veel tegen beginnen. Ik verwacht ook niet meteen veel van politici. Ik ken Stefaan Van Hecke van Groen persoonlijk. Hij is niet de persoon waarvan ik denk dat hij veel zal kunnen oplossen. Bij de federale verkiezingen zal ik zeker rekening houden met wat de huidige politiek betekend heeft voor mijn zaak en dan zal ik mijn kiesgedrag daarop afstemmen. Dat vind ik ook maar normaal."



Foto: Google Maps

Dagbladhandel Patro



Boekhandel Dallas

Boekhandel Dallas

In Merelbeke-Flora, dichtbij het station en niet zo heel ver van Gent, vinden we in de Fraterstraat Boekhandel Dallas terug. Dorine Bogaert baat de winkel uit. "Mijn zaak is nog een traditionele dagbladwinkel, we hebben enkel ook wat cadeaartikelen in ons assortiment", zegt ze. "De laatste jaren is onze omzet er zeker niet op vooruit gegaan. Dat komt in de eerste plaats door het achteruitgaan van de verkoop van dag- en weekbladen, ten gevolge van het hele onlinegebeuren." Nochtans is Merelbeke best een goede locatie om een krantenwinkel uit te baten, oordeelt ze. "Althans, dat was zo. Vroeger waren we hier in de buurt de enige winkel die pers en Lotto verkocht. Maar nu is er de concurrentie van Delhaize en ook zelfs van kruideniers." Het probleem valt volgens Dorine Bogaert wel op te lossen. "Gewoon door het systeem in te voeren zoals in Frankrijk. Daar mogen tabakswaaren enkel maar in de 'tabacs' verkocht worden. Onze politici zouden zo iets ook bij ons kunnen invoeren, maar ze doen weinig of niets."

Stefaan Van Hecke kent ze. "Ik weet wie het is, maar ik heb hem nog nooit gesproken. Ik maak me overigens niet veel illusies. Ik denk niet dat de gemeentepolitiek onze sector veel kan helpen. Als je bij politici een probleem aankaart, krijg je overigens toch meestal maar heel vage antwoorden." Moeilijkheden voor de dagbladhandelaar ziet Dorine Bogaert op alle fronten. "Met zowat alles wat we in onze winkel verkopen, gaat het niet echt goed. Papierwaren, die we vroeger vlot over de toonbank gingen, gaan nu heel wat minder. Dat alles online mogelijk is – kranten lezen, maar ook bijvoorbeeld op de Lotto spelen – heeft ook negatieve gevolgen voor ons. En als je ziet welke aanbiedingen voor abonnementen de uitgevers aan hun klanten aanbieden, daar kunnen wij ook niet tegen op." ■

Puzzels voor kinderen van alle leeftijden!



**Nu
overal te
koop!**

Ga voor meer informatie over deze titels
naar www.denksport.com

Denksport®
junior

Nieuwe Lotto: een eerste bemoedigend bilan

Verskillende generaties groeiden op met Lotto. Het populaire trekkingsspel zit stevig verankerd in ons collectieve geheugen. Maar om succesvol te blijven, moet men durven vernieuwen en dat deed de Nationale Loterij op 26 mei 2018 met de Nieuwe Lotto. Dertien weken na de lancering, maken we een eerste bilan op.

Met een positieve start!

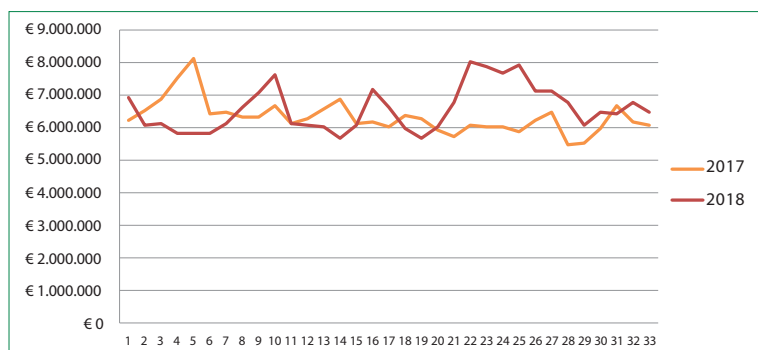
Tekst en foto's: Nationale Loterij



Twee keer zoveel kans om te winnen

In vergelijking met 2017 steeg de omzet van de onafhankelijke krantenwinkels voor Lotto over dertien weken tot 62 miljoen euro, een stijging van meer dan 8 miljoen euro, goed voor een extra 15,2%¹. Hoewel de prijs per rooster gestegen is van 1 euro naar 1,25 euro, lijkt het aantal spelers stabiel te blijven. Er is een kleine terugval van 4,8% te noteren in het aantal gespeelde roosters (25.658.725 in 2018 t.o.v. 27.359.713 in 2017) maar de gemiddelde inzet per Lotto-formulier steeg dan weer met 18,6% van 6,05 euro tot 7,18 euro.

¹ De geïntegreerde krantenwinkels (type Press Shop, Standaard Boekhandel, enz.) doen zelfs nog beter tijdens de eerste 13 weken met een Lotto-omzetstijging van bijna 10 miljoen €, goed voor een stijging van 24,4%.



Retail omzetcijfer per week

Nota: bij de laatste 5 Lotto-trekkingen in 2017 in vergelijking met dezelfde periode in 2018, viel er een stijging in de verkoop te noteren door de erg hoge Jackpot op dat moment.

Nieuwe Lotto: dit waren de veranderingen

Sinds 26 mei 2018 hebben spelers twee keer zoveel kans om te winnen. In cijfers: de winstkansen stegen van 1 op 25 tot maar liefst 1 op 11. We creëerden namelijk een nieuwe rang 9 zodat spelers al kans maken op een winstbedrag met één juist nummer plus het bonusnummer. Grotere winstkansen, maar ook hogere winstbedragen: in de rangen 7 en 8 stegen de winstbedragen met 25%. Dankzij de nieuwe Lucky Lotto Code maken we bovendien elke week gegarandeerd 600 spelers 500 euro rijker. Per Lotto-rooster betalen spelers voortaan 1,25 euro. Een kleine extra bijdrage met een groot resultaat: méér winstitkeringen voor méér spelers. Dat zien we ook op het terrein: tijdens de eerste weken van de Nieuwe Lotto steeg het aantal winnaars met 104%!

Succesredenen

De wijzigingen die we hebben aangebracht aan het product zijn in overeenstemming met de verwachtingen van zowel Lotto-spelers als -verkooppunten. Om de krantenwinkels en haar klanten te begeleiden in deze historische verandering, haalde de Nationale Loterij de grote middelen uit de kast en werd op alle niveaus van het bedrijf, van hoog tot laag, het beste van zichzelf gegeven.

Een specifieke opleiding over de Nieuwe Lotto werd voorzien voor de commerciëlen die zij op hun beurt uitdroegen bij alle krantenwinkels, ondersteund door een 47-pagina tellend document over de nieuwigheden, zakencijfer, commissie en bonus, spelformulieren, Q&A, enz.



Over een periode van twee maanden bezochten de vertegenwoordigers alle 5.300 verkooppunten voor een 1-to-1 gesprek waarbij alle uitleg over de Nieuwe Lotto gegeven werd, de voordelen uitgelegd en de Lucky Lotto Code onder de aandacht gebracht. Veelvuldige communicatie via terminal-berichten, email-campagnes, Lonet, Facebook Ambassador, een speciale editie van Lo'pdate, enz. vulden dit aan.

Van 22 tot en met 25 juni kregen alle winkelpunten die Lotto verdelen een bezoek van zo'n 180-tal werknemers van de Nationale Loterij, inclusief onze CEO. Doel van deze store visits was de handelaar te ondersteunen bij de installatie van de uitgebreide promotiecampagne in z'n winkelpunt, alle oude Lotto-spelformulieren te vervangen door de nieuwe en de verkooppunten bij te staan bij eventuele vragen.

Daarnaast werden spelers geïnformeerd door een massale reclamecampagne op radio en TV inclusief affichage, social media, website en Win Checkr goed voor maar liefst 400 miljoen bruto contacten.

De lancering van de Nieuwe Lotto werd ondersteund door een commerciële tijdelijke actie in mei en juni waarbij winkelpunten tot 20% variabele commissie op hun Lotto- en Joker+-meerverkoop konden verdienen. Aan deze oproep werd gehoor gegeven want 3.860 verkooppunten streken samen niet minder dan 827.000 euro aan variabele commissie op! Het hoogst genoteerde bedrag aan variabele commissie door één winkelpunt kwam neer op € 1.774! Zo klokten we af op een groei van maar liefst 27% voor Lotto en Joker+ in mei en juni 2018.

40 jaar Lotto: ook feestelijk het najaar in

De 40ste verjaardag van Lotto laten we ook in het najaar niet onopgemerkt voorbijgaan: zo voorziet de Nationale Loterij bij de Lotto Surprise-actie van oktober niet 10 maar 40 reischeques per trekking ter waarde van € 5.000! Zo maken we met 9 Lotto Surprise-trekkingen

maar liefst 360 winnaars blij met een droomreis, goed voor een astronomisch bedrag van € 1.800.000 aan reisplezier!

Daarnaast verdient 40 jaar Lotto een speciaal cadeau. Daarom brengen we in oktober een magazine uit in 760.000 exemplaren dat helemaal in het teken staat van 4 decennia Lotto: 16 pagina's vol verhalen van mensen die nauw betrokken zijn bij Lotto, over vroeger maar ook de toekomst van Lotto, over Lotto-winnaars, de rol die Lotto in de maatschappij speelt, enz. Het Lotto-verjaardagsmagazine wordt gratis verdeeld bij Flair, Libelle, Knack en Plus Magazine. We delen het ook uit tijdens het Weekend van de Klant op 6 oktober.

In de toekomst worden in het winkelpunt het verhoogde aantal winnaars tastbaar gemaakt met de Lucky Lotto Code-affiches: zodra een speler 500€ wint met z'n Lucky Lotto Code – op 13 weken al 15.800 spelers – ontvangt de winkelier een affiche om in z'n winkelpunt op te hangen. De kleinere winstbedragen van de Lucky Lotto Code genereren trouwens ook heel wat mond-tot-mondreclame. ■



Nationale Loterij start bij Blokker

In de loop van september start de Nationale Loterij met de verkoop van een aanbod aan krasbiljetten (Win For Life en Ca\$h) en aan trekkingsspelen (Lotto, EuroMillions en Joker+) in de winkelketen Blokker. Voor de trekkingsspelen gebruikt de Nationale Loterij enkel de "Quick-Pick"-formule. De Blokker-winkels zullen de winstbedragen tot op zeke-

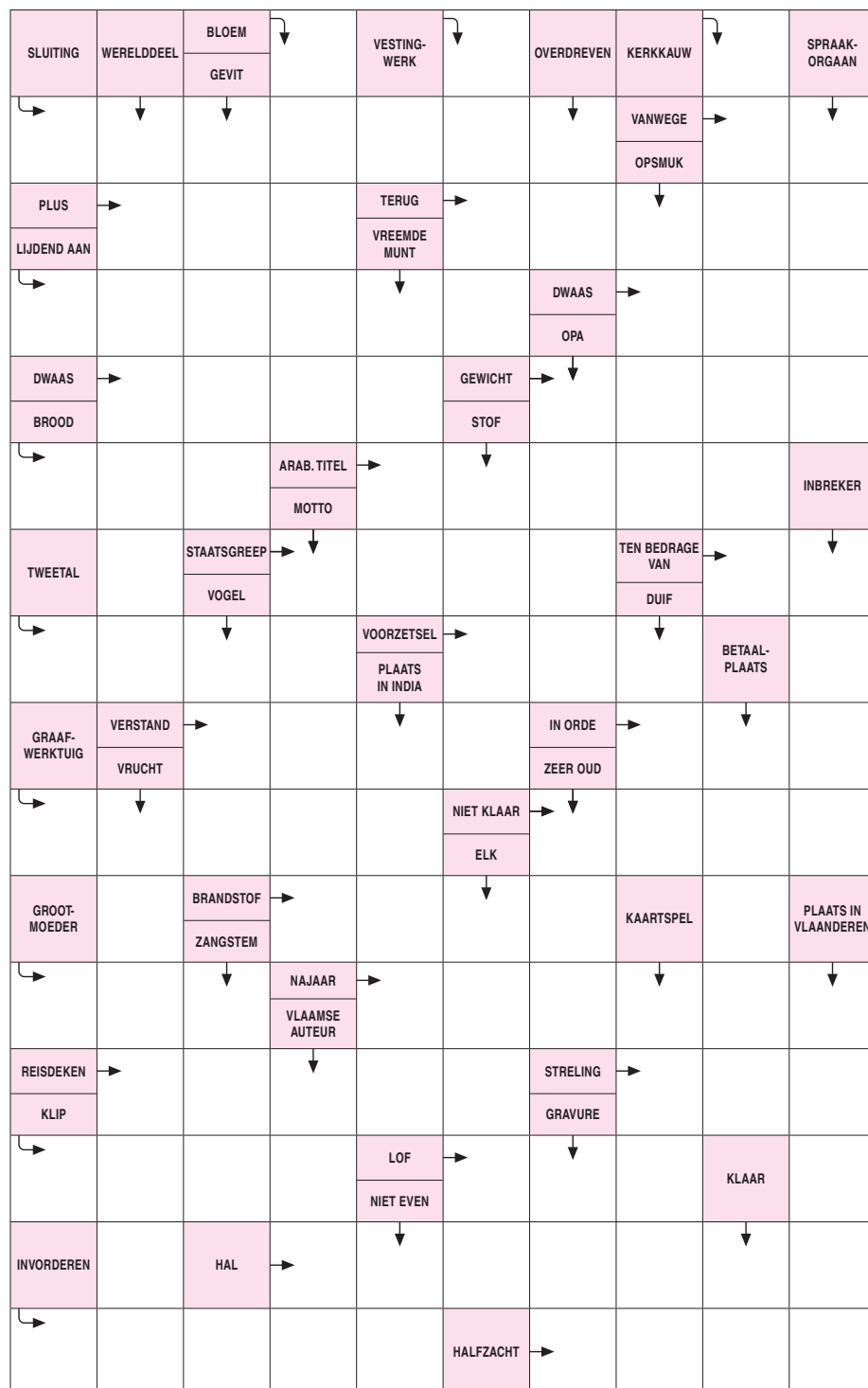
re hoogte zelf uitbetalen. De Nationale Loterij kadert de samenwerking met Blokker binnen het testen van de draagbare 'HandHeld'-terminal in zeven verkooppunten in Gent en één verkooppunt in Sint-Truiden. Het gaat om de nieuwe "Concept Stores" van Blokker met een nieuw productenaanbod en nieuw interieur. De Nationale

blokker.

Loterij laat weten te willen uitbreiden naar andere Blokker-winkels als de HandHeld verkoopresultaten positief zijn. ■

Puzzelen!

ZWEEDSE PUZZEL



© DENKSPORT PUZZELBLADEN

Oplossing

Oplossing puzzel
Radar 3 (2018)



Iedereen **D**enksport®

Ontspannen en toch nadenken met Denksport?



**FAVORIET
VAN VELEN**

*Ga voor meer informatie en het hele
Denksport assortiment naar www.denksport.com*

Er is maar één **Denksport**[®]



LIMITED
**BIRTHDAY
EDITION**

**TOT 20% AAN
VARIABELE COMMISSIE***



€ 3.000 / MAAND LEVENSLANG

+

**€ 10.000 ELK JAAR
OP JE VERJAARDAG**

WIN FOR LIFE

DA'S FUN FOR LIFE



OMDAT SPELEN LEUK MOET BLIJVEN
KEN UW LIMieten
SOS • 0800 / 35 777

* Verdien tot 20% aan variabele commissie op uw 'Win For Life'-omzetgroei vanaf 09/09/2018 tot en met 06/10/2018. Deze variabele commissie zal worden toegekend enkel en alleen als de totale krasbiljettenomzet die werd verwezenlijkt tijdens de actieperiode - de producten van de Win For Life familie echter niet meegerekend - minstens gelijk is aan de totale krasbiljettenomzet die werd verwezenlijkt gedurende de referentieperiode (van 10/09/2017 tot en met 07/10/2017), de producten van de Win For Life-familie evenmin meegerekend. Gelieve het volledige reglement te raadplegen op LoNet of via uw regionaal kantoor.