

Nationaal Foodservice Congres op 7 en 8 december in het WTC Rotterdam

‘We willen een platform bieden voor de gehele out-of-homemarkt’

BEURZEN Martijn Louwens

NIEUWVEEN - Na een jaar van afwezigheid vindt het Nationaal Foodservice Congres dit jaar weer plaats op 7 en 8 december in het WTC Rotterdam. Op het congres voor de besissers in het out-of-homekanaal passeert een scala aan onderwerpen de revue. Informeren, inspireren en ontmoeten is het doel van de organisatie. Een vraaggesprek met Mariëlle van den Broek van Euroforum en dagvoorzitter Hanno Spanninga.



Hanno Spanninga: “Evenwichtig programma.”



Mariëlle van den Broek: “Congres breder.”

Waarop hebben jullie de sprekers geselecteerd?

Hanno: “Je wilt natuurlijk een evenwichtig programma, waarbij het thema van het congres, benutten van de groeipotentie, en de behoefte van de deelnemers centraal staat. Bovendien wil je de deelnemers laten horen wat de autoriteiten op hun vakgebied te vertellen hebben.” Mariëlle: “Om de doelgroep goed te informeren en inspireren is het belangrijk dat de toonaangevende topsprekers en marktleiders op het podium staan.”

De sprekers lopen uiteen van trendwatchers tot marketeers, directeuren en formulemanagers. Is dit niet te breed?

Hanno: “Ja, het is breed. En dat is met opzet. Het Nationaal Foodservice Congres is het platform, waar alle besissers - met weinig tijd - in korte tijd een compleet en dus breed overzicht van de groeipotenties in de out-of-homemarkt krijgen. Als je dat als congres wilt bieden, dan heb je het over de meest actuele trends in buitenshuis eten en drinken. Dat zijn dan bijvoorbeeld de trends op basis van marktonderzoek, op basis van de toekomstvisie van trendwatchers en op basis van de wetenschap.”

Wat doen jullie dit jaar anders dan andere jaren?

Mariëlle: “Het congres is dit jaar

met nieuwe plannen aan de slag kunnen. Als dagvoorzitter heb je daarin een relevante rol. Als dagvoorzitter stel ik daarom de kritische vragen, prikkel ik en zet ik aan tot nadenken. Op die manier laat ik de deelnemers de strategische lijnen in de presentaties en discussies zien en vertaal ze met en voor hen naar praktische oplossingen. En natuurlijk stimuleer ik de sprekers om vooral scherp en zeker niet te langdradig te worden.”

Wordt het congres een jaarlijks terrugkerend evenement?

Mariëlle: “We willen een waardevol platform bieden voor de gehele out-of-homemarkt. Dit willen we onder andere doen door het congres jaarlijks te organiseren.”

Euroforum gaat focussen op food. Wat mogen we het komende jaar van jullie verwachten op dit gebied?

Mariëlle: “Actuele thema's waarin wij graag een rol spelen als kennispartner zijn onder andere voeding- en gezondheidsclaims, private label versus A-merken, voedselveiligheid, voedselallergenen, duurzaamheid, ketensamenwerking, verpakkingen, supply chain management en foodmarketing.”

Gaan jullie nog evenementen organiseren specifiek voor het out-of-homekanaal?

Mariëlle: “We zien veel potentie in het out-of-homekanaal. Niet alleen met het Nationaal Foodservice Congres, maar ook door het aanbieden van gerichte cursussen en opleidingen voor deze markt.”

Is het in deze tijd, waar door bedrijven op de kleintjes wordt gelet, niet heel lastig bezoekers te genereren voor congressen?

Hanno: “Het is altijd van belang om je kosten goed in de gaten te houden en te beheersen. Alleen krijg je van kostenbeheersing niet meer omzet. Dat krijg je wel door de processen in en om je organisatie te verbeteren. Ook samenwerking in de keten is zo'n proces. Die samenwerking is in toenemende mate van doorslaggevend belang voor het succes van de betrokken individuele bedrijven. En ook die processen kun je alleen verbeteren door er eerst kennis in te stoppen. Wil je in de toekomst dus succes hebben, dan moet je volop nieuwe kennis in je processen doen. Het Nationaal Foodservice Congres is het platform om met elkaar die nieuwe kennis te delen en te vergaren. Neem je je toekomst serieus, dan moet je hier gewoon bij zijn.”

breder opgezet om hiermee een platform voor het gehele buitenshuiskanaal te bieden. We focussen dus niet alleen op management en directie van horeca, catering, fastservices, groothandel en logistieke dienstverlening, maar juist ook op de fabrikanten. Een centraal thema tijdens het congres is dan ook: effectieve ketensamenwerking in de foodservicemarkt: hoe kunnen we samen de marge verhogen?”

Wat doet de dagvoorzitter?

Hanno: “Voor de deelnemers is het congres een succes als ze geïnspireerd naar huis gaan en bij wijze van spreken de volgende dag gelijk