

Frituur Annigo: “D&L biedt meer voor de klanten én de friturist”

Annick en Igor van frituur Annigo in Geel zijn overtuigde ambassadeurs van de D&L sauzen. “De klanten vragen extra porties van de sauzen”, klinkt het enthousiast. “Een topmerk in je koeltoog geeft een frituur toch ook een betere uitstraling. Bovendien doet Devos & Lemmens echt moeite om de zaak vooruit te helpen. Zelfs met Facebookposts voor onze zaak.”

De frituurervaring van Igor Schouwaerts en Annick Hannes begon enkele jaren met een mobiele frituur. Daarmee mikte het koppel op de sector van de privé- en bedrijfsfeesten. “Op grote events wilden we niet mikken, omdat daar een hoge kwaliteit bieden een stuk minder haalbaar is. Terwijl de mensen op privé- of bedrijfsfeesten toch meer voor kwaliteit gaan. Bij de verkenning van het aanbod, waren we **snel overtuigd om voor D&L te kiezen**. Het merk is bekend. Hun producten zijn top. En wij voelden meteen dat de mensen achter het merk ook écht meedachten met ons project.”

Dat project was zo succesvol dat het koppel al snel besloot om ook een ‘klassieke’ frituur te openen. Dat werd een bestaande zaak langs een drukke invalsweg in Geel. Een zeer **succesvolle stap**. Amper tien maanden na de start won Annigo de titel ‘Beste frituur van Geel’ bij Het Nieuwsblad. “Met 23 andere kandidaten is dat toch geen slecht resultaat”, glundert Annick. “Ik ben zeker dat onze zorg voor kwaliteit daar de oorzaak van is. Het imago als



topmerk van D&L bij de sauzen speelt zeker mee.”

CONSTRUCTIEF

Vertegenwoordiger Pascal Bruelemans is natuurlijk behoorlijk blij met alle lof. “Sinds een goede drie jaar proberen we de sauzen van Devos & Lemmens meer uit te spelen in de frituursector”, verduidelijkt hij. “Het was een beetje gek dat het **favoriete sauzenmerk van de gemiddelde Belg** niet in de frituur te vinden was. Daar brachten we actief verandering in. Onze keuze voor de frituurwereld is intussen succesvol. Wij stappen met een open kijk naar de frituren en bekijken dan hoe we iets kunnen betekenen.”

KLASSE

Frituuruitbater Igor knikt overtuigd. “Als starter werd ik benaderd door heel veel merken. Maar met praatjes kan je als zelfstandige weinig doen. D&L maakte daarom een heel goede beurt door

te kijken wat wij belangrijk vonden en ons daarbij te helpen. Ik weet dat **de consument D&L kent** en daar een **zeer gunstig beeld** van heeft. Eigenlijk wil ik dat de mensen zo over mijn zaak denken. Dan zijn de beachflags van D&L voor mijn zaak bijvoorbeeld heel interessant. Of de professionele pompen in roestvrij staal. Die stralen toch veel meer klasse uit en zijn perfect te onderhouden. Je gebruikt het product ook helemaal op en hebt geen verlies van resten.”

PARTNER

Het merk D&L ziet zichzelf vooral als een partner van de frituuruitbater. “Wij willen op **alle manieren een kwaliteitspartner** zijn”, vertelt Pascal. “Dat begint met een kwaliteitsproduct. Wij hebben onze goede naam mee. Maar met degelijke pompen en mooi promomateriaal ondersteunen we dat kwaliteitsimago nog verder. Zo leveren we al servetten van ons merk.

Of dienbladen. Of beachflags. De consument herkent zo makkelijker ons merk en zal vaker een portie saus bestellen”

SMAAK

Voor Annick en Igor is ook de smaakqualiteit van groot belang. “Hoeveel frituuruitbaters kunnen zeggen dat ze regelmatig klanten hebben die extra potjes saus vragen om doorheen de week thuis te gebruiken”, vraagt Annick. “Ons overkomt dat vaak. Zeker met de Orion saus. Dat is een zure mayo die hier in de streek zeer gegeerd is. Maar ook de **andere sauzen zijn top**. Ik gebruik bijvoorbeeld mosterd van D&L voor ons zelfbereid stoofvlees. Die mosterd bepaalt voor een stuk mee het grote succes. Onze grossier kan amper geloven hoeveel stoofvlees wij op een week verkopen.”

PRIJS

A-merken hebben vaak ook het imago om duur te zijn. “Een foute perceptie”, klinkt het in koor. “**Je moet het totale plaatje zien**. Om te beginnen is het prijsverschil een stuk kleiner dan velen vermoeden. D&L weet ook hoe belangrijk sauzen voor de resultaten van een frituur zijn. Net daar zit de meerwaarde. Met D&L zie je het volume in sauzen gewoon stijgen. Velen denken dat mensen die D&L thuis in de ijskast hebben, geen saus bestellen. Die doen dat wel. Ook al omdat er zoveel lekkere varianten zijn. Denk maar aan de pepersaus, de samurai, de heerlijke andalouse enzovoort. En dan zouden we nog de pickles en zilveruitjes vergeten. Zo lekker ... Daar wil de klant graag wat meer van.”

PROMOTIE

Naast de goede prijszetting probeert D&L ook de algemene verkoop van de partnerfrituren te stimuleren. “Zo doen we af en toe een **actie op Facebook**”, zegt Pascal. “Vaak in de periode rond een groot evenement. Dat heeft echt een grote impact. Of we werken met actiemenu’s. Samen met andere producenten doen we dan een inspanning om een combinatie van een product, een saus en een drankje te promoten. Ook dat levert onze frituren een mooie extra op.”



Annick & Igor

OOK INTERESSE GEKREGEN?
WILT U GRAAG WETEN WAT HET
GEBRUIK VAN D&L SAUZEN VOOR
UW FRITUUR KAN BETEKENEN?

CONTACTEER UW D&L VERTEGENWOORDIGER

Provincie Antwerpen

Filip Saelens, gsm 0477 76 75 72

Provincies Oost- & West-Vlaanderen

Kim Kusé, gsm 0487 61 33 75

Valerie Wousen, gsm 0473 86 10 35

Provincies Limburg & Vlaams-Brabant

Pascal Bruelemans, gsm 0479 79 02 92

Wallonië

Palma Profeta, gsm 0478 32 09 88