

Klaar voor het eindejaar?

Feest op de winkelvloer

**COCKTAILS BEREIDEN MET SODASTREAM NIGHT SPIRIT**

Voor wie thuis een feestje wil bouwen, is er nu SodaStream Night Spirit, een reeks van zes smaken, gebaseerd op populaire cocktails: Margarita, Cosmopolitan, Mojito, Hugo, Strawberry Daiquiri en Piña Colada. Dankzij SodaStream Night Spirit verras je je gasten met zelf bereide cocktails. Die maak je in een handomdraai. Het enige wat je moet

doen is bruisend water bereiden met je SodaStream-toestel en je favoriete SodaStream Night Spirit toevoegen. Verder: baseer je op een klassieke cocktail en geef er een unieke twist aan voor een onvergetelijk resultaat. Je kiest zelf of je het houdt op de virgin versie of er alcohol aan toevoegt.

>> www.sodastream.be

CLASSIC MALTS GESCHENKVERPAKKINGEN

Talisker en Singleton, twee merken van Diageo, brengen allebei een nieuwe geschenkverpakking voor Kerstmis 2013 op de markt. Binnen de uitgebreide "Classic Malts"-cadeaureeks is er nu het perfecte geschenk voor elke smaak, met o.a. de Talisker 10 Year Old whisky, in een cadeaubox inclusief merksnaamglazen, en The Singleton of Dufftown 12 Year Old whisky, eveneens verpakt met merksnaamglazen.

>> www.malts.com

SCHWEPES PREMIUM MIXER

Schweppes, uitvinder van de bekende Indian Tonic, stelt zijn nieuw juweeltje voor: Schweppes Premium Mixer, een gamma Tonics met vier smaken dat speciaal voor en door kenners werd ontwikkeld om in te spelen op de heersende Gin & Tonic hype. Met talrijke bubbels, een aangepast suikergehalte en subtiele aroma's moet het nieuwe gamma de alcohol doen schitteren in de mond. De vier varianten: Tonic Original, Tonic Pink Pepper, Tonic Ginger & Cardamom, Tonic Lavender & Orange Blossom. In stijlvolle 20cl-flesjes.

>> www.schweppes.be

WILLIAM LAWSON'S 13 DOORBREEKT DE REGELS

Een ongeschreven wet zegt dat oudere whisky 12 jaar oud moet zijn. Veel merken pakken uit met zo'n klassieker. William Lawson's heeft daar nog een jaartje bij gedaan. Het merk heeft immers lak aan regels en is niet bijgelovig. In dat 13de jaar werkt William Lawson's de scotch af in zwart gebrande bourbonvaten. Het resultaat: een extradonkere, zachte scotch met nog meer body en een nog rijkere smaak.

>> www.williamlawsons.be

**KOFFIELIEFHEBBERS VERWENNEN**

Java Coffee geeft cadeautips om koffieliefhebbers te verwennen tijdens eindejaarfeesten. Bijvoorbeeld met de Java Pure Origine koffie, het resultaat van speciaal geselecteerde oogsten;



zeldzame koffies voor echte fijnproevers. Het zijn 100% originekoffies, dikwijls op grote hoogte handgeplukt en zongedroogd. 100% pure luxe. Java bundelt zes verschillende soorten in één pakket (Guatemala-Comalapa Estate, Maragogype, Papua New Guinea-Sigri A Estate, Ethiopië Yrgacheffe en Brazil Santos Sunrise-Catuai, El Salvador).

>> www.java.be

DÉLIO DÉLICE: FEESTELIJKE SALADES



Délio lanceert een verrukkelijk nieuw gamma feestelijke salades. Het gaat om verfijnde producten met een aangename textuur, zonder vet mayonaisegevoel. Ze bevatten 20% meer hoofdingrediënt dan andere salades, en 10% minder vet. Deze salades zijn dan ook intens, vol en rijk van smaak. Délio ontwikkelde vier toegankelijke smaken: Krab met limoen en chili; Zalm met citroen en roze peper; Tonijn met bieslook en zwarte peper; traditionele ovengebakken Breydelham. Ze komen in een vernieuwende 140 g transparante pet-verpakking. Goed voor minstens twee boterhammen of tien toastjes.

>> www.delio.be

NIEUWE KONFIJTEN VAN DIDDEN

Eindejaar betekent genieten van ganzenlever en feestmaaltijden. De perfecte gelegenheid dus om op uw tafel deze overheerlijke konfijten van Didden terug te vinden. Ze vormen immers het ideale tegengewicht van alle gastronomische lekkernijen. Met hun subtiele combinaties van vier fundamentele smaken, bespelen deze unieke bereidingen op een ideale manier het zoete, het zure, het zoute en het bittere. Zo komen de meest uitzonderlijke smaken van karaktervolle bereidingen volledig tot hun recht. Twee nieuwigheden dit jaar: Konfijt van 1001 nachten (met vijgen en dadels, op smaak gebracht door een subtiele kaneeltoets, ideaal bij ganzenlever of koud vlees) en Konfijt Sweet Chili (met rode pepers en azijn, geschikt bij gebraden kip of gepaneerde garnalen).



>> www.diddenfood.com

JACK DANIEL'S LIMITED EDITION MASTER DISTILLER SERIES



Dit najaar lanceert Jack Daniel's wereldwijd een nieuwe reeks limited editions: de Jack Daniel's Master Distiller Series. De eerste in de reeks is – hoe kan het ook anders – die met de beeltenis van de oprichter zelf: Jasper Newton "Jack" Daniel. De Master Distiller Series is een heus collector's item. De verpakking onderstreept de "Golden Age of Jack Daniel" toen het recept en het vakmanschap ontstonden. Gouden accenten sieren het etiket en het zegel om de flessenhals, terwijl op de zijkant de legende en Jacks filosofie werd genoteerd. Elke fles zit vervat in een cadeauverpakking met de beeltenis van Jack

Daniel's, gesierd met gouden accenten. De Jack Daniel's Master Distiller Limited Edition No.1 is exclusief beschikbaar bij delhaizewineworld.com en tijdens de eindejaarsperiode bij Delhaize aan 24,99 euro.

>> www.jackdaniels.com

FILLIERS BARREL AGED

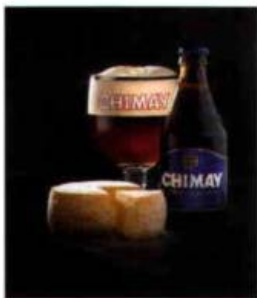


Vorig jaar verraste distilleerderij Filliers met de allereerste Belgische gin "Filliers Dry Gin 28" op basis van een oud familie-recept. De gin werd zeer goed onthaald in binnen- en buitenland en nog geen maand na de lancering kampte de distilleerderij al met een voorraadtekort wegens het overdonderend succes. Dit najaar brengt Filliers in beperkte oplage de Filliers Dry Gin 28 uit, vier maanden lang gerijpt op Limousinvaten (300 l per vat). Je drinkt de barrel aged straight on ice, met soda of een ongezoete tonic. Zo komen de complexe smaak en geur het best tot hun recht.

Wees er snel bij. Er is slechts 2 600 liter op de markt gebracht.

>> www.filliers.be

VOOR DE KAASPLANK: CHIMAY À LA BLEUE



De meesterkaasmakers van Chimay hebben een speciale nieuwe kaas ontwikkeld die tijdens de rijping wordt gewassen met de Blauwe Chimay. Dat geeft de kaas een sterke smaak die perfect de lichte bitterheid van de hop compenseert. Als resultaat krijg je de Chimay à la Bleue kaas waarin de smaken van mout en gist uit het bier elkaar perfect in balans brengen. In de 100% natuurlijke eetbare korst van de Chimay à la Bleue komt deze smaakharmonie bij het degusteren het sterkst naar voor. De Chimay à la Bleue zal te koop zijn in twee formaten: 275 gram en 2 kilogram.

>> www.alachimaybleue.com

BAILEYS CHOCOLAT LUXE: VOOR FIJNPROEVERS



Baileys kondigt zijn grootste vernieuwing aan in tien jaar: Baileys Chocolat Luxe. Voor het eerst komen echte Belgische chocolade en alcohol in één simpel glas samen in een unieke smaaksensatie die de verschillende zintuigen prikkelt. Anthony Wilson, onderzoeksleider en zoon van een van de bedenkers van het recept van de oorspronkelijke Baileys Irish Cream, heeft drie jaar lang gewerkt aan deze recentste innovatie in de geestrijke alchemie. Na reizen langs drie continenten is Wilson uitgekomen bij het perfecte huwelijk tussen Baileys en echte Belgische chocolade. Baileys Chocolat Luxe is de ultieme verleiding voor fijnproevers.

>> www.baileys.com

CREATIEF FRITUREN MET VANDEMOORTELE

De Belg kookt vandaag anders, gedurfter en gevarieerder dan vroeger. De laatste decennia evolueerde hij tot een waar creatief 'culivoor'. Men durft al eens experimenteren met minder evidente ingrediënten en men waagt



zich maar al te graag aan de keukengewoontes van andere culturen. Het frituurgedrag van de Belg daarentegen... dat blijft klassiek. En terwijl frietjes, Pommes Duchesses, kaaskroketten en frikandellen altijd vaste waarden zullen blijven, is er meer mogelijk. Veel meer! Met het oog op de aankomende kerstperiode werpt Vandemoortele in zijn najaarscommunicatie dan ook een nieuw licht op frituren. Op die manier wil het de Belg aanmoedigen ook in frituren zijn naam van culi-creatief in ere te houden.

Want, verrassend frituren, dat is dé manier om variatie en vernieuwing te brengen in de (eindejaars)menu's. Wanneer je bijvoorbeeld groenten, vis, vlees en kruiden op de juiste manier frituurt, breng je meteen variatie en verrassing in je menu. En voor wie een heel andere weg durft in te slaan kan je ook gaan spelen met warm en koud. Denk maar aan een gefrituurd bolletje ijs als dessert. Grote Belgische chefs ontdekten al enige jaren de kracht van frituren. Nu is het de beurt aan de Belgische huiskok!

>> www.vandemoortele.be

DE KLASSIEKER ONDER DE EINDEJAARSBIEREN



Brouwerij Palm maakt er een erezaak van om op het einde van het jaar hêt feestbier Dobbel Palm aan te bieden. Meesterbrouwer Alfred Van Roy, lanceerde in 1947 Dobbel Palm, het was bedoeld als een feestbier om de 200ste verjaardag van de brouwerij te vieren. "Hij bood het zonder meerprijs aan, als attentie, om deel te nemen in de feestvreugde. Het bier was zo succesvol dat hij het later rond de eindejaarsperiode op de markt bleef brengen.

Zijn opvolger, Jan Toye, zet samen met zijn brouwers deze mooie traditie nog steeds voort", zegt Peter Buelens, pr-manager van Brouwerij Palm. Dobbel Palm is een amberbier van hoge gisting, type Speciale Belge, met een nog meer uitgesproken mout- en hopkarakter dan Palm. Dobbel Palm is met een alcoholvolume van 5,7% hêt ideale degustatiebier voor de eindejaarsdagen.

>> www.palmbreweries.com

MARTINI SCHUIMWIJNEN IN EEN NIEUW KLEEDJE

Om zijn 150^e verjaardag te vieren, introduceert Martini een nieuw etiket en flessenhalslabel voor zijn schuimwijnen. De nieuwe look onderstreept de unieke kwaliteiten van 's werelds nummer één in Italiaanse mouserende wijnen. In België bestaat het gamma uit Martini Brut, Martini



Rosé en Martini Prosecco. Het nieuwe flessenhalslabel draagt het Martini-wapenschild, het jaar van oprichting en een druivenrank, verwijzend naar het artisanale karakter van de Martini schuimwijnen. Het nieuwe label is een ode aan 150 jaar wijn maken en onder de merknaam werd dan ook trots de Italiaanse afkomst vermeld. De gebruikte kleuren zorgen voor onmiddellijke herkenbaarheid van de verschillende producten.

>> www.martini.com



KLEENEX COLLECTION OVAAL

Kleenex vernieuwt verder en neemt de designs van zijn ovale doosjes onder handen. De Collection Ovaal-serie bestaat uit vier verschillende doosjes die perfect passen in elke kamer van de woning. De rustgevende patronen en de zachte pastelkleuren zorgen dat er voor elk wat wils zit in de Kleenex Collection Ovaal. Deze herfst kunnen ze besteld worden in een volledig nieuwe en distinctieve display die zeker de aandacht van de winkelbezoekers zal trekken.

>> www.kleenex.be

IGLO OCEAN CUISINE VISGRATINS

Naast de fijn gepaneerde visfilets lanceert Iglo nu een assortiment heerlijke visgratins. De Ocean Cuisine Visgratins zijn heerlijke visfilets met een smaakvolle topping die heel eenvoudig in de oven te bereiden zijn. Dit concept is echt een antwoord op de trend om nieuwe smaken te ontdekken! Zeker voor consumenten die niet altijd de tijd/knowhow hebben om heerlijke visgerechten klaar te maken. Ze zijn in drie verschillende varianten beschikbaar: 'Groenten & Mozzarella', 'Spinazie & Tomaat' voor de groenteliefhebbers en 'Krokant Korstje' voor alle andere.

>> www.iglo.be



NAZARETH IN NIEUWE VERPAKKING

De Nazareth-kazen hebben een nieuwe verpakking meegekregen, die iets jonger en dynamischer oogt en zich gemakkelijker onderscheidt op het schap. Vooral de ruitjesstructuur, die in alle etiketten en in alle communicatie terugkeert, zorgt voor een frisse uitstraling. Nazareth wordt zo de familiekaas bij uitstek want iedereen weet deze zoete kaas met pit te smaken. Bovendien heeft hij een laag zoutgehalte. Er is ook een variant met slechts 16% vetgehalte: de Nazareth Light.

>> www.nazarethkaas.be



EEN NIEUWE WEBSITE VOOR BONGRAIN BENELUX

Bongrain heeft een nieuwe website gelanceerd: www.ilovecheese.be. Deze website is een kant-en-klaar platform met tips, suggesties, recepten en artikels over de wondere wereld van de kaas. www.ilovecheese.be telt immers meer dan 30 merken en 120 verschillende producten en geeft de ingeschreven mensen toegang tot en heleboel acties: wedstrijden, e-coupons, lijstjes van hun favoriete kaaspleziertjes en dit allemaal makkelijk te delen met vrienden en familie via sociale media, zoals Facebook, Twitter, Pinterest...

ALMA BILZEN (CARREFOUR) KIEST VOOR DE TOEKOMST

Carrefour market-franchisenemer Alma investeert in de toekomst ondanks economisch woelige tijden. Zij verkozen een ver doorgedreven toepassing van energiezuinige oplossingen. De koel/vries-presentatie van Carrier combineert energiezuinige e*cube meubelen met CO₂-systeem als natuurlijk koudemiddel. Het e*cube-gamma voorziet in alle beschikbare energieopties; ledverlichting, eco-fans, glasafdekking en elektronische ventielen. De behaaglijke warmtevoorziening komt voor 90% voort uit recuperatie van de restwarmte uit het systeem.

>> www.carrier-refrigeration.be



SUBSTRAL: COMPACT POTGROND

Substral brengt een wel erg revolutionaire nieuwigheid op de markt: potgrond die in volume toeneemt zodra je er water aan toevoegt. Klanten hoeven dus niet meer met hele zware en logge zakken potgrond te sleuren. Een zak Substral Compact Universele potgrond bevat 8 liter waar je thuis in een handomdraai 25 liter van maakt. Deze universele potgrond zal in het verkooppunt aangeboden worden in een display met 48 zakken of als multipack met vier zakken. Adviesverkoopprijs: 8,45 euro per zak.

>> www.ilovemygarden.be

UW PRODUCT IN CHECK-OUT?

Met de vernieuwde Check-Out biedt StoreCheck Magazine een extra service. Op een opvallende manier brengt u uw productintroductie of actie onder de aandacht bij 7.000 supermarktaangelegers en -managers. Kostprijs: 380 euro (excl. btw). Neem contact met Katrien Huygens op 03 750 90 26 of katrien@StoreCheck.be

CHECK-OUT

VERLEIDELIJKE KANZI-APPELS

Sinds 21 oktober is Kanzi weer beschikbaar in alle supermarkten in België. Men heeft er dit jaar iets langer op moeten wachten maar het wachten heeft geloond. Ideale kalibers, prachtige egaal rode blos en een volle verfrissende smaak, met dank aan de natuur. In Haspengouw zal in totaal 7 miljoen kg Kanzi geoogst worden. Wereldwijd zijn er dat 50 miljoen kg, waarvan 80% binnen Europa. Er is meer vraag dan aanbod voor deze verleidelijke appel. De combinatie van gepassioneerde teler, een goed product, sterke campagnes en enthousiaste klanten en consumenten hebben van Kanzi een succes gemaakt.

>> www.veilinghaspengouw.be



JULES DESTROOPER STEUNT KINDERKANKERFONDS

Jaarlijks krijgen ongeveer 300 kinderen in België kanker. Vandaag geneest 80% van deze kinderen, in vele gevallen na een intensieve behandeling. Biscuiterie Jules Destrooper lanceert een tijdelijk gamma van drie unieke blikken. Daarop tekeningen gemaakt door kinderen tijdens hun verblijf in een kinderkankercentrum. Per blik schenkt Jules Destrooper 50 cent aan de vzw Kinderkankerfonds. Dit geld gaat integraal naar het verbeteren van het comfort in de Belgische kinderkankercentra. "Als onderneming hebben we een belangrijke maatschappelijke verantwoordelijkheid op te nemen", stelt Peter Destrooper, algemeen directeur van Biscuiterie Jules Destrooper. "De samenwerking met de verschillende kinderkankercentra sluit dan ook nauw aan bij onze missie als familiale kmo."

>> www.destrooper.be

BALADE: LICHTE ROOM ZONDER ADDITIEVEN

Balade lanceert de eerste lichte room zonder additieven. Deze zeer smakelijke lichte room is van nature mager en bevat slechts 19% vetstoffen. Hij is zeer romig & licht, bindt snel en is geschikt voor warme of koude bereidingen, hartige of zoete gerechten, met groenten, pasta, gratins, sauzen, soepen... De lichte room van Balade is verkrijgbaar in een flesje, met een zeer romige textuur, of in een tetra verpakking, met een dikkere textuur.

>> www.balade.be

>> www.balade.be/facebook



STORECHECK

MAGAZINE

DECEMBER 2013



ERIC DEPRINS, GROUPE MESTDAGH
VERANDEREN, EEN UITDAGING



DE 'DRIVE', NU OOK BIJ ONS



BELGISCHE MERKEN IN
NEDERLANDSE SCHAPPEN