

Business Awards 'Franse KvK'

Valt niet onder de hoofdredactionele verantwoordelijkheid

Dinsdag 5 juni 2012



 'Trophées du commerce France-Pays-Bas' voor eerste keer uitgereikt

 Acht Frans-Nederlands georiënteerde bedrijven genomineerd

 14 juni winnaars bekend van de Trophée du Développement, Trophée de l'Innovation, Trophée du Luxe en de Prix Napoléon

VOORWOORD

Trophées zijn beloning voor succesvolle bedrijven

Voor het eerst reikt de Franse Kamer van Koophandel en Fabrieken in Nederland de 'Trophées du commerce France-Pays-Bas' uit. Veel bedrijven in Nederland doen op een geslaagde manier zaken met Frankrijk. Of andersom. Voor de Franse KvK was de tijd rijp om succesvolle bedrijven, die een bijdrage leveren aan de Frans-Nederlandse handelsrelaties, in de spotlights te zetten. Onafhankelijke jury's kozen drie kanshebbers in drie categorieën. Een van de bedrijven wist zelfs twee keer een nominatie in de wacht te slepen. De uitreiking is op 14 juni tijdens een gala-avond in hotel De L'Europe in Amsterdam. In deze special blikken we alvast vooruit naar de uitreiking van de Trophées.

De Franse Kamer van Koophandel in Nederland (CFCI Pays-Bas) is een stichting met ruim 200 leden (500 professionele contacten). Wij helpen bedrijven met o.a. marktverkenning, marktonderzoek, ves-

tiging in Frankrijk, communicatie en promotie, e-business en praktische ondersteuning. Centraal staat de handelsrelatie tussen de twee landen. Wij helpen bijvoorbeeld Franse bedrijven bij het zetten van hun eerste stappen op de Nederlandse markt. En onze leden ondersteunen elkaar door kennis en ervaringen te delen. De Franse KvK organiseert elk jaar tussen de 15 en 20 events: womans day lunch, netwerkbijeenkomsten, presentaties, seminars voor de leden etc.

De Awards zijn een volgende stap om bedrijven te supporten. Zo worden we zichtbaarder in Nederland en kunnen veelbelovende bedrijven zich onderscheiden. Ze verdienen het om waardering te krijgen, want ze zijn vaak heel actief. De meeste mensen die betrokken zijn bij de stichting Franse KvK doen dit vrijwillig. Onze leden vormen zelf het bestuur. Directeuren van bedrijven als TomTom, Sofitel The Grand, Renault en Citroën

besteden hieraan een deel van hun tijd. Ik vind dat bijzonder en waardeer het zeer dat ze daar tijd voor vrij maken.

In deze special spelen de genomineerden een hoofdrol. Zij zijn de kanshebbers voor de Trophée du Développement, de Trophée de l'Innovation en de Trophée du Luxe. De jury's, met afgevaardigden van toonaangevende internationaal opererende bedrijven en organisaties, kiezen de winnaars. Een van de drie winnaars ontvangt bovendien de Prix Napoléon, de overall prijs voor het beste bedrijf van 2012.

In de artikelen staan de succesverhalen van de genomineerden. U kunt lezen hoe ze op een onderscheidende manier zaken doen met Frankrijk of Nederland. Grote multinationals, maar ook innovatieve kleinere concerns maken kans op de eerste 'Trophées du commerce France - Pays Bas'.



Marcel Guinchard, Voorzitter Franse Kamer van Koophandel in Nederland en Algemeen Directeur Euromaster Nederland

Met deze Trophées geven we succesvolle bedrijven met een Franse link de aandacht die ze verdienen. Veel leesplezier en we hopen dat u de weg naar Franse of Nederlandse topbedrijven weet te vinden!

Meer informatie over de Franse Kamer van Koophandel en Fabrieken in Nederland: www.cfc.nl

De Franse Kamer van Koophandel in Nederland (CFCI Pays-Bas) is een private stichting met ruim 200 bedrijfsleden uit verschillende sectoren. Haar doel is om de handel tussen Frankrijk en Nederland te bevorderen en de Frans-Nederlandse zakenrelaties te versterken. CFCI Pays-Bas ondersteunt en adviseert haar leden en klanten tijdens het gehele proces van marktbetreding. Daarnaast biedt haar Business Club een platform voor het uitwisselen van informatie en ervaringen.

Jurybijeenkomst voor de Trophée du Luxe in hotel De L'Europe te Amsterdam



V.l.n.r.: Tom Krooswijk - Managing Director Hotel De L'Europe, Bob Bron - Managing Director Moët Hennessy Nederland, Leontine van den Herik - Manager Business Club Franse KvK, Jo Simons - Hoofdredacteur Credits Media

PAG 3 Trophée du Luxe

Roche Bobois
Citroën
France Limousin



PAG 4 Trophée de l'Innovation

Michelin
Balsan
Renault



PAG 6 Trophée du Développement

Accor
Holland Bikes
France Limousin



Jury Prix Napoléon

Zijne Excellentie de heer Pierre Ménat,
Ambassadeur van Frankrijk in Nederland

Marcel Guinchard, Franse Kamer van
Koophandel in Nederland, Voorzitter

Oedith Jaharia, The Hague Executive Campus,
Director of Programs

Peter Louwers, Holla Advocaten,
Advocaat / Honorair consul van Frankrijk

COLOFON:

Projectmanager:
Dennis Lanson
d.lanson@telegraafmedia.nl
Informatie:
020-585 2405
Vormgeving:
HC Studio
Coverfoto:
Istockphoto



Trophée du Luxe

Luxe à la Française: de premium DS-lijn van Citroën

Citroën is genomineerd voor haar nieuwe DS-lijn in de categorie Luxe. De DS-lijn is een noviteit in de lange traditie van Citroën, een merk dat in Nederland zeer populaire is vanwege haar familie-auto's en klassiekers. Wellicht kent u de DS van weleer nog, ook wel Snoek genaamd? Destijds een auto die haar tijd ver vooruit was. Citroën geeft dat bijzondere DS-gevoel een nieuwe impuls met de introductie van een bijzonder en compleet aanbod luxe en premium voitures: de DS-lijn.

De DS-lijn bestaat uit de Citroën DS3, DS4 en DS5. Deze modellen tonen een eigenzinnige stijl en zijn vervaardigd van luxe materialen. De designers hebben zich duidelijk laten inspireren door Franse mode en sieraden. Zo kan men bijvoorbeeld lederen bekleding kiezen in de vorm van een horlogebandje, hieronder

te zien bij de Citroën DS5. Ook kan de auto worden voorzien van chromen details en speciale lak alsmede dakthema's, zoals bij de DS3. Op die manier wordt de auto nog meer een uitdrukking van je persoonlijkheid en kun je je onderscheiden. Het succes van de DS-lijn is boven verwachting: inmiddels zijn er

al 200.000 exemplaren in Europa verkocht, waarvan ongeveer 10.000 in Nederland. De DS3 is succesvol, mede dankzij gunstige bijtellingsvoorwaarden. Inmiddels worden er meer DS3en verkocht dan de directe concurrenten Mini en Audi A1. Christophe Mandon, Algemeen Directeur van Citroën Nederland BV: 'We zijn erg blij met het succes van de DS-lijn in Nederland. De DS3 kwam 2 jaar geleden precies op het juiste moment: een auto die qua looks en gunstige bijtelling helemaal aansluit bij de wensen in Nederland. De DS4 en DS5 die onlangs op de markt kwamen weten ook veel klanten te trekken die hiervoor nog niet met Citroën bekend waren. We zijn echt in staat gebleken om het concept 'Pre-



mium' een Frans tintje te geven, en nog belangrijker: dit concept toegankelijker te maken voor het grote publiek.'

Ook de Franse regering omarmt de nieuwe DS-lijn.

President François Hollande reed

bij zijn inauguratie in een speciaal voor hem vervaardigde DS5 Décapotable (Cabrio). Om een idee te krijgen van de premium DS-lijn: bekijk concept car 'Numéro 9' eens op de facebookpagina van Citroën.

www.facebook.com/CitroenNL



Jury Trophée du Luxe

Bob Bron, Moët Hennessy Nederland, Managing Director
Tom Krooswijk, De L'Europe, Managing Director
Jo Simons, Credits Media, Hoofdredacteur



Ambassadeur van Frankrijk in Nederland Pierre Ménat:

'Deze manifestatie vindt plaats in het kader van de Nederlands-Franse handelsbetrekkingen, die met een omzet van € 40 miljard per jaar als zeer dynamisch omschreven kunnen worden. Onze economische activiteit in Nederland wordt vertegenwoordigd door verschillende organisaties: de Franse Kamer van Koophandel in Nederland, Ubifrance (ter bevordering van de Franse export), AFII (ter bevordering van buitenlandse investeringen in Frankrijk), Atout France (Toerisme) en de Adviseurs voor de buitenlandse handel en de Economische afdeling van de Ambassade.

Om onze activiteiten meer zichtbaarheid te geven hebben wij gezamenlijk een 'Conseil Economique' opgericht die wij op 19 juni presenteren op de Residentie van de Franse Ambassadeur.

Onder het voorzitterschap van de Ambassadeur gaan de genoemde organisaties in de toekomst intensiever samenwerken. Het initiatief van de Franse Kamer van Koophandel voor de 'Trophées du Commerce' is een mooi voorbeeld van profilering. Ik vind het eervol dat ik samen met de voorzitter van de Franse Kamer van Koophandel en de bekende advocaat Mr Louwers mag bepalen aan wie de eerste Prix Napoléon, de trofee der trofeën, wordt toegekend.'

VAN ROSSUM & GUYON
 advocatenkantoor - cabinet d'avocat à Amsterdam

UW PARTNER IN FRANS-NEDERLANDSE ZAKEN

Weteringschans 130 | Amsterdam | (020) 320 50 54 | www.vrglaw.com


Quichekeurig
 COMPLEET IN CATERING

Hartelijk dank!

CFCI PAYS - BAS • MAZARS PAARDEKOOPEL HOFFMAN • CITROËN NEDERLAND BV
 EQUANCE • MAISON DESCARTES • BRADA ABELN • PUBLICIS • TOTAL • HTTV

Quichekeurig wil u graag hartelijk danken voor uw jarenlange trouwe klandizie.
 Wij verheugen ons om in de toekomst weer uw Complete Cateraar te mogen zijn!

M +31 (0)6 1783 80 69 • T +31 (0)20 644 14 51 • INFO@QUICHEKEURIG.NL • WWW.QUICHEKEURIG.NL



Trophée de l'Innovation

Michelin binnenband dé oplossing voor het probleem van lekke banden



De Franse bandenfabrikant heeft een unieke oplossing ontwikkeld voor het probleem van lekke fietsbanden en de bijhorende ongemakken. Corine Riem Vis, directeur communicatie van Michelin Benelux licht toe: "De nieuwe Protek Max binnenband kan niet meer lek. Het is een zege voor fietsliefhebbers. Hoe

vaak gebeurt het niet dat een leuk dagje fietsen ruw wordt verstoord door een lekke band. Of een klapband veroorzaakt een nare val. Een binnenband herstellen of vervangen is, zelfs voor een ervaren fietser, nooit een gemakkelijke opdracht. Dankzij de nieuwe uitvinding van Michelin behoren lekke banden vanaf nu

Frankrijk en Nederland hebben veel gemeen. Een belangrijke connectie is de liefde voor fietsen. Beide landen zijn dol op fietsen. Professioneel, sportief of voor dagelijks gebruik. De nominatie voor de innovatieprijs dankt Michelin aan een constructieve oplossing voor de problematiek van lekke banden. Leeglopende fietsbanden bestaan niet meer met de nieuwe Michelin Protek Max binnenband. De revolutionaire binnenband gaat ongetwijfeld een mooie toekomst tegemoet.

tot het verleden. Het spookbeeld van alle fietsers staat binnenkort te boek als een memorabele herinnering.'

De nieuwe band heeft opvallende eigenschappen als goede weerstand, eenvoudige montage en behoud van bandenspanning. Het nieuwe ontwerp draagt bovendien bij aan veiligheid op de weg, duurzaam gebruik en meer fietsplezier voor iedereen. De Protek Max is onbetwist de beste bescherming tegen inrijdingen of insnijdingen. De band dankt zijn buitengewone weerstand aan het revolutionaire bobbelig design. 'De Protek Max reageert bij een perforatie door een scherp voorwerp door samenpersing. Het gat stopt vanzelf vanwege de hobbelige structuur van de binnen-

band en de aanwezige preventieve vloeistof, die het effect van het zichzelf dichten versterkt. Deze uitvinding zorgt voor meer weerstand, hoger uithoudingsvermogen en betere betrouwbaarheid van de band. Een ander voordeel is de vierkante vorm, waardoor verwisselen kinderlijk eenvoudig is. De hermetisch gesloten band blijft langdurig op spanning. Bijpompen hoeft dus veel minder vaak. De binnenband is verkrijgbaar voor

bijna alle merken stadsfietsen en mountain bikes' aldus Riem Vis.

De Michelin Protek Max heeft al een Award in de wacht gesleept. Begin dit jaar ontving de Franse bandenexpert de Fiets Innovatie Award 2012 in Nederland. Het is nog even afwachten of dit succes vervolg krijgt met de Trophée de l'Innovation.

Meer informatie:
www.michelin.nl

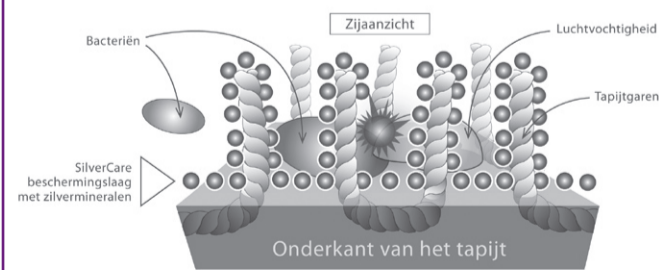
Trophée de l'Innovation

Tapijt met zilverionen gaat allergenen te lijf

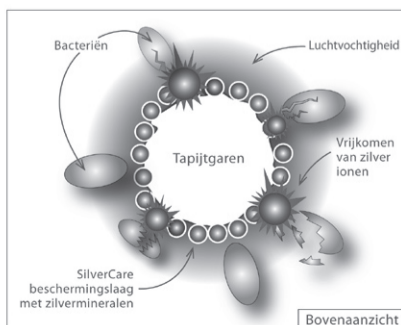
De nominatie voor de Trophée de l'Innovation dankt de grootste Franse tapijtfabrikant Balsan aan een vernieuwende toepassing op hun tapijten. De SilverCare® toplaag is het geheim. Zilverionen worden al eeuwenlang gebruikt vanwege hun desinfecterende werking. Balsan brengt op haar tapijten een beschermende laag zilverionen aan voor een verbeterde luchtkwaliteit. Met als resultaat een gezonde, comfortabele leefomgeving en een goede hygiëne in huis. Vooral voor mensen met allergieën is deze vondst een uitkomst.

Hoe werkt het?

Balsan tapijt is hygiënisch en schoon wanneer het de fabriek verlaat. Maar vervolgens wordt het tapijt na installatie in uw huis blootgesteld aan de dagelijkse activiteiten. Balsan SilverCare® wordt tijdens het productieproces aangebracht en doodt direct bacteriën en stopt de ontwikkeling van huisstofmijt.



Door de luchtvochtigheid komen de zilverionen langzaam vrij en dringen door in de bacteriën die gedood worden.



Tegenwoordig heeft bijna 30% van de bevolking last van allergieën. Allergenen veroorzaken allergische reacties als loopneus, tranende ogen, jeuk of benauwdheid. Tapijt is van nature een gezonde vloerbedekking dankzij de vezels die voorkomen dat stofdeeltjes, en dus allergenen, door de lucht worden verspreid. Toch staan vooral hoogpolige tapijten te boek als stofnesten en een bron van ergernis voor mensen met allergie. Balsan komt met dé oplossing voor dit probleem. Balsan SilverCare® is een behandelingsmethode van de vezels. De tapijten krijgen een duurzame, beschermende laag met zilverionen, die zorgen voor een langdurig schoon tapijt. Balsan SilverCare® bestrijdt zo op natuurlijke wijze bacteriën en huisstofmijt. Stijn Sleuwenhoek, Sales Manager Nederland over

het unieke concept: "Onze tapijten injecteren we met zilverionen, die na installatie geleidelijk vrij komen in het tapijt. De ionen worden geactiveerd door de luchtvochtigheid en werken ontsmettend. Ze doden de bacteriën en verminderen de allergenen. Zo gaan we de strijd aan met huisstofmijt. Onze tapijten dragen zo bij aan een verbetering van het binnenklimaat.' De minerale grondstof zilver biedt hierbij de helpende hand. Zilverionen werden al in de oudheid gebruikt vanwege hun conserverende werking en om wonden te desinfecteren. De cosmetische industrie gebruikt het al jarenlang met groot succes. 'Het toepassen van dit middel is in onze branche revolutionair. Je kunt wel zeggen dat het tapijt op een ander niveau is ontwikkeld. Uiteraard gaat het bij ons ook om

de totaal kwaliteit van de producten, maar het innovatieve aspect zit in de afwerkinglaag. Het proces is zeer effectief voor mensen die last hebben van huisstofmijt en allergische reacties. Ons tapijt is uiteraard geen medicijn tegen allergie, maar het draagt absoluut bij aan een beter leefklimaat", vertelt Sleuwenhoek tot slot.

Meer informatie:
www.balsansilvercare.com



Jury Trophée de l'Innovation

Didier Debrosse, Heineken International,
Regional President Western Europe

Corinne Vigreux, TomTom,
Managing Director

Herman Mantel, Telegraaf Media Groep,
Uitgever Digitaal

Trophée du Luxe

Frans bedrijf laat zich inspireren door topdesigners

Het Franse bedrijf Roche Bobois is genomineerd voor de Trophée du Luxe. In meer dan 240 interieurwinkels in 40 landen zijn hun designmeubelen te koop. Het toonaangevende bedrijf presenteert twee keer per jaar een nieuwe, spannende collectie. Designliefhebbers halen in Amsterdam en Rotterdam hun hart op. Het Franse familiebedrijf, dat ruim 50 jaar aan de weg timmert, laat zich graag inspireren door wereldwijd bekende topdesigners.

Roche Bobois staat bekend om de toegewijde en exclusieve collectie van designmeubelen. Pierre Tizzani, general manager Roche Bobois Benelux licht toe: 'We lanceren een winter- en een zomercollectie. Onze meubels zijn een trend, net als mode. De high-end meubelen zijn innoverend en van onbetwiste topkwaliteit. Onze design producten zijn geliefd bij een select publiek. Nederlanders houden van design. Het is voor ons een belangrijke markt. Als regisseur creëren we de modellen. We kiezen de topdesigners die passen bij onze visie en het product. Net is bijvoorbeeld de

nieuwe collectie met de bekende designer Ora-ïto gelanceerd. Voor de uitvoering van de ontwerpen kiezen we toegewijde fabrieken in Italië. Voor elk meubel selecteren wij een geschikte fabrikant. De een is gespecialiseerd in het produceren van houten meubelen, de ander is expert in banken. Door onze lange historie hebben we duurzame relaties met specialisten opgebouwd. Onze brede collectie, van sofa tot eettafel, danken we aan de variëteit van onze leveranciers.'

Meer en meer is Roche Bobois bezig met bewust ondernemen.



'Het eco concept staat bij ons hoog in het vaandel. Oorspronkelijk design en kwaliteit kan niet bereikt worden zonder respect voor de natuur. Onze keuzes voor materialen worden weloverwogen genomen. Zo werken we bijvoorbeeld met acryllakken op waterbasis en ecologisch verantwoord hout. Voor het vervoeren van onze producten over de hele wereld maken we milieubewuste keuzes. Roche Bobois belast het milieu zo min mogelijk. Elk meubelstuk van Roche Bobois is ontworpen om op maat te passen bij elke stijl of sfeer. Wij

bieden onze klanten keuze uit een brede verscheidenheid van maten, materialen, kleuren en afwerkingen. Ons doel is design te creëren dat perfect past bij jouw lifestyle. Sommige bestsellers houden we in ere. De Mahjong sofa maakt al 40 jaar deel uit van onze collectie. Regelmatig updaten we deze best-

seller. Zo houden we het model levend. In september lanceren we de nieuwe wintercollectie, in samenwerking met het wereldberoemde fashionmerk Missoni. Een mooi moment om naar uit kijken!' vertelt Tizzani tot slot.

Meer informatie:
www.roche-bobois.com

Jury Trophée du Luxe

Bob Bron, Moët Hennessy Nederland, Managing Director
Tom Krooswijk, De L'Europe, Managing Director
Jo Simons, Credits Media, Hoofdredacteur

Trophée du Développement

Populaire Franse stadfietsen zijn 'made in Holland'

Holland Bikes werd in 2002 in Parijs opgericht door de Nederlandse ondernemers Rob Lemmerlijn en Bart Vos. De ondernemers bouwden als distributeur van de gevestigde Nederlandse merken een nationaal dealernetwerk op in Frankrijk en opende in 2006 de eerste eigen winkel in Parijs. De Nederlandse fabrikanten waren aanvankelijk sceptisch over het Nederlandse initiatief. Ze zagen Frankrijk als een chauvinistische en moeilijk te bedienen markt. Holland Bikes anticipeerde op de wensen van de Fransen en hebben nu al drie keer op rij de Grote Prijs voor de Beste Stadfiets van Frankrijk gewonnen.

De voorbereidingen voordat het bedrijf tien jaar geleden werd opgericht waren opzienbarend. Al snel bleek dat aandacht van de Fransen hoofdzakelijk uitging naar het sportieve segment en ze van stadfietsen niet veel afwisten. Rob Lemmerlijn herinnert het zich nog goed hoe het

besluit ontstond om Frankrijk van goede stadfietsen te voorzien: 'Bart en ik zaten samen in de auto en stonden voor de zoveelste keer vast in het Parijse verkeer. We keken elkaar aan en zeiden: let's do it!. Als Nederlanders lag voor ons de fiets als oplossing natuurlijk voor de hand.

Mooie bijkomstigheid was dat in 2000 Parijs voorloper werd van het aanleggen van fietspaden.' Vos voegt toe: 'We hebben een multicultureel team van Nederlanders en Fransen opgebouwd dat beide culturen perfect aanvoelt en daardoor succesvol over de grens kan innoveren. Je moet ook geduld hebben en je vooral niet gek laten maken. Aan de vier marketing P's hebben wij de vijfde voor 'People' en de zesde voor 'Patience' toegevoegd.' Frankrijk is zoveel groter dan Nederland en als iets goed werkt in Parijs wil dat nog niet zeggen dat het in Lyon ook zo is. Rob Lemmerlijn legt uit:



'We hebben ons lang bezig gehouden met ons proof-of-concept en het neerzetten van onze organisatie. Omdat de aanvoerlijnen zo lang zijn moet je eerst je zaakjes op orde hebben alvorens een nieuw product te lanceren, want voor een eenvoudige reparatie ben je zomaar tien uur onderweg!' Inmiddels heeft Holland Bikes eigen winkels in Parijs, Lyon, Dijon en Nice en op het Franse vakantie eiland Ile de Ré aan de kust bij La Rochelle. Sinds kort is het bedrijf ook actief in de fietsverhuur en kunnen

toeristen onder Nederlandse begeleiding fietsend Parijs ontdekken. Uitbreiding van het winkelnetwerk staat op stapel. Vos is trots op de nominatie: 'Holland Bikes is een Frans bedrijf dat op succesvolle wijze Nederlandse producten verkoopt in Frankrijk, gerund wordt door Nederlands management en gefinancierd door Franse investeerders... een betere vorm van internationale samenwerking ken ik niet.'

Meer informatie:
www.hollandbikes.com

Jury Trophée du Développement

Bernard Boidin, Franse Ambassade,

Hoofd Economische Afdeling

Peter Lybeer, Thalys International,

Business Travel manager

Steven Kraanen, Telegraaf Media Nederland,
Crossmedia Director

Trophée du Développement

Al ruim 20 jaar ambassadeur van eerlijk vlees

Het vleesimportbedrijf France Limousin Nederland B.V. is als enige bedrijf twee keer genomineerd voor hun scharrelvlees met een gegarandeerde kwaliteit en openheid over de herkomst. Sinds 1990 werkt het bedrijf exclusief samen met de coöperatie Union France Limousin voor de productie van eerlijke voeding. Dier- en milieuwelzijn voeren de boventoon. Circa 900 boeren met ongeveer 48.000 moederdieren zijn exclusief verbonden aan de unie. De strenge voorschriften van het 'Cahier des Charges' waarborgen het verbod van toediening van preventieve antibiotica en/of groeihormonen aan de dieren en zorgen dat de dieren groeien op een natuurlijke wijze. En dat levert excellente vleesproducten op.

Het familiebedrijf France Limousin Nederland B.V. staat onder leiding van Jean-Rémy Valk. Samen met zoon Camiel en dochter Rémie geeft hij dagelijkse leiding. Jean-Rémy Valk, directeur legt uit wat het geheim is achter het succes: 'Onze dieren grazen op de uitgestrekte weiden in de Limousin streek in Frankrijk. Ze voeden zichzelf

met grassen, kruiden en drinken zuiver beekwater. In de Limousin is nauwelijks industrie te vinden. De streek is dus echt rein en dit proef je terug in het vlees. Ons vlees is over het algemeen wel duurder dan regulier vlees, maar dit heeft te maken met het groei-proces. Het vlees is niet bewerkt met bijvoorbeeld groeihormonen of preventieve antibiotica. Dit is

ook nooit eerder gebeurd, want de dieren zijn raszuiver en hebben een stamboek van ruim 125 jaar. De dieren grazen vrij rond in de onaangetaste, uitgestrekte weiden en worden in 98% van de gevallen op een natuurlijke wijze geboren. De kalfjes blijven minimaal 7 maanden bij de moeder in de weide en drinken moedermelk. Alles bij ons is puur natuur. En dat proef je terug in het vlees. De strenge regels die we toepassen zijn nauwkeurig vastgelegd.' De basis voor het bedrijf werd ruim twintig jaar geleden gelegd. De kinderen hebben de passie van



vader om eerlijk vlees te eten met de paplepel ingegoten gekregen. Rémie: 'Wij zijn trots dat mijn vader 22 jaar geleden al een visie had over schadelijke voeding. Bewust eten stond toen nog niet in de belangstelling. Hij is een echte voedingsexpert en zegt vaak dat smaak geen peiler is. Met de huidige productie-technieken kan je tegenwoordig een schoenool nog lekker en mals maken. Mensen moeten weer leren wat eten is en echte smaken ontdekken. Het ras en de streek Limousin hebben een gezicht gekregen in Nederland. De Limousin wordt door Nederlanders vaak geassocieerd met

fantastisch rundvlees en een rustige/zuivere omgeving. Daar hebben we een belangrijke bijdrage aan geleverd!'

Meer informatie: www.francelimousin.nl



Trophée du Développement

Hotels varen wel onder de vlag van de Franse Hotelgroep Accor

Het Franse Accor is de grootste en sterkste hotelgroep van Europa. Accor Hotels timmert de laatste jaren hard aan de weg en is daarom genomineerd voor de Trophée du Développement. In Europa behoren ruim 1500 hotels tot de groep Accor. Het Accor hotel portfolio is zeer breed, van luxury tot economy: Sofitel, MGallery, Pullman, Novotel, Suite Novotel, Mercure en de ibis Family; ibis Hotels, ibis Styles, ibis Budget.



De afgelopen tijd heeft Accor veel energie gestopt in het uitbreiden van het aantal hotels. Caro van Eekelen, Managing Director Accor Hotels Nederland licht toe: 'We hebben al onze hotels gerenoveerd: de innovatie van het Pullman Eindhoven Cocagne is een mooi voorbeeld van een succesvol project. Ook zijn er 2 nieuwe Novotels en 1 Suite Novotel in ontwikkeling. Daar-

naast zijn we druk bezig met het uitbreiden van het aantal franchise hotels in Nederland. Ons doel is om in 2015 meer dan 20 franchise hotels in Nederland te hebben. Steeds meer hoteliers kiezen ervoor met Accor een franchise overeenkomst te sluiten. Krachtige merken, een sterke distributie, een loyalty programma "Le Club Accorhotels" met 8 mln leden en inkoop voordelen, maken hun hotels succesvoller. Ibis Leiden Centre, ibis Styles Amsterdam en Mercure Eindhoven zijn daar goede voorbeelden van.

Op 12 april is het maatschappelijk verantwoord ondernemen programma 'Planet 21' gelanceerd. Caro van Eekelen: 'Wij dragen zorg voor het mi-

lieu en zijn sociaal betrokken. Zo hebben onze medewerkers zich hard ingespannen, met als resultaat dat 350 kansarme kinderen op vakantie kunnen. Ook hebben we het initiatief genomen om met zakelijke partners te kijken hoe we gezamenlijk 'slim reizen en verblijven' kunnen stimuleren. Op dit moment worden 2 concrete projecten uitgewerkt. In Nederland hebben we bovendien onze eigen Accor Academy, om medewerkers te laten groeien, daarbij houden we ook rekening met onze diversiteitsdoelstellingen. Onlangs tekenden we het charter "Talent naar de Top". Ons doel is 35% vrouwelijke hoteldirecteuren in 2015 (nu 29%). Ook de Mercure Cultuurprijs is een goed voorbeeld: jonge kun-

stenaars kunnen deelnemen aan een design wedstrijd, waarna het winnende concept in alle Mercure Hotels in Nederland geheel of deels wordt toegepast.

Het is duidelijk dat Accor volop in beweging is en ruimdenkend naar de toekomst kijkt.

Meer informatie: www.accorhotels.com en www.accor.com



Jury Trophée du Développement

Bernard Boidin,
Franse Ambassade,
Hoofd Economische
Afdeling

Peter Lybeer,
Thalys International,
Business Travel manager

Steven Kraanen,
Telegraaf Media Nederland,
Crossmedia Director

De 'Trophées du commerce France Pays-Bas' worden mede mogelijk gemaakt door :

DE L'EUROPE
AMSTERDAM

★ HEINEKEN

FONDÉ EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE

THALYS

BIENVENUE CHEZ NOUS
VAN HARTE WELKOM
WILLKOMMEN BEI UNS
WELCOME TO OUR WORLD



PUBLICIS



TELEGRAAF
MEDIA
NEDERLAND



BRIDGES
FINS & VINS

Summer Sunday

Deze zomer is het elke zondag genieten in de binnentuin van Bridges, het restaurant van Sofitel Legend The Grand Amsterdam. Van zondag 10 juni tot en met zondag 26 augustus (van 13.30 tot 16.30 uur) wordt iedere zondag – mits het weer het toelaat – livemuziek op hoog niveau verzorgd door artiesten van de Music Academy. De binnentuin van Bridges is één van de best bewaarde geheimen van Amsterdam.

Een oase van rust, weg van de drukte op straat. De comfortabele lounge banken en de strakke vijfverpartij maken van de binnentuin een harmonieuze omgeving, waar u kunt genieten van een zomerse lunch, oesters van de Rav Bar, een heerlijke cocktail of The Grand Afternoon Tea Tradition, met een goed glas Moët & Chandon Champagne. De live zang, piano en gitaarklanken op de achtergrond tillen uw zomerse zondag naar hogere sferen. Wij raden u aan te reserveren. Dit kan telefonisch (020-555 35 60) of via e-mail: (info@bridgesrestaurant.nl)



Volg Bridges op Facebook voor een overzicht van artiesten!
Oudezijds Voorburgwal 197 - 1012 EX Amsterdam - www.bridgesrestaurant.nl - Valet Parking

Trophée de l'Innovation

Innovatie in de autowereld: de elektrische Renault Twizy

De Renault Twizy is genomineerd in categorie Trophée de l'Innovation. De revolutionaire auto behelst een totaal nieuwe en innovatieve vorm van elektrische rijden voor in de stad. De tweezitter waarin passagiers achter elkaar plaatsnemen, heeft vier wielen en combineert de wendbaarheid van een scooter met de prestaties, het comfort en de veiligheid van een auto. Renault introduceert met de Twizy een geheel nieuw segment van "micromobiliteit".

De innovatieve en futuristische Renault Twizy is een opvallende verschijning. Het model is zeer compact (2,34 m lang, 1,24 m breed) en is werkelijk ideaal als vervoermiddel in de grote stad. Net als de Twingo of de Espace, heeft de Renault Twizy een innovatief design waarin het gehele DNA van Renault zit verpakt. In het open ontwerp zit de bestuurder binnen, maar blijft in direct contact met de omgeving. Jean-Paul Renaux, algemeen directeur van Renault Nederland licht toe: 'Rijden in een Renault Twizy in Amsterdam is

volop genieten en een echte belevenis met een hoge fun-factor. Je bent milieubewust, de auto is stil en het is opzienbarend. Iedereen spreekt je aan. De Renault Twizy draagt op positief bij aan de bekendheid en acceptatie van de elektrische auto in het algemeen'.

De 100% elektrische Renault Twizy is leverbaar in 2 versies, de Twizy 45 met een topsnelheid van 45 km per uur waarvoor een bromfietscertificaat nodig is en de 80 km versie, die met een normaal rijbewijs te besturen is.

De actieradius is maximaal 100 kilometer. De Twizy wordt in 3,5 uur weer opgeladen. De Renault Twizy 45 is leverbaar vanaf € 6.990,- (incl. BTW en BPM en excl. batterijhuur. De batterijhuur van de Twizy bedraagt vanaf € 50 euro per maand).

Renault kondigde reeds in 2009 aan zich te concentreren op 100% elektrisch vervoer en bewijst als pionier op de goede weg te zijn. Renault werkt al jaren aan het terugdringen van de CO2 uitstoot, niet alleen door middel van de ontwikkeling van



elektrische auto's maar ook door het nog zuiniger maken van verbrandingsmotoren en het reduceren van CO2 uitstoot in de fabrieken. Jean-Paul Renaux: 'Wij hebben ons aan onze belofte gehouden en leveren eind 2012 maar liefst vier Zero Emission modellen. Naast de Renault Twizy is de bedrijfswagen Kangoo Z.E en de sedan Fluence

Z.E. leverbaar. In oktober komt daar de Renault ZOE, een compacte stadsauto bij. Zo leveren wij als enige autofabrikant een uniek breed aanbod aan betaalbare elektrische auto's'. De verregaande productinnovatie toont de ambitie van Renault om op maatschappelijk verantwoorde wijze milieubesparende auto's aan te bieden.

Jury Trophée de l'Innovation

Didier Debrosse, Heineken International, Regional President Western Europe
Corinne Vigreux, TomTom, Managing Director
Herman Mantel, Telegraaf Media Groep, Uitgever Digitaal



Betekent dit dat er extra kosten zijn bovenop de kamerprijs, extra reserveringskosten of dat u extra betaalt voor de extra's?

BIJ ONS HOEFT U NIET TE RADEN. WIJ BIEDEN ALLEEN GARANTIES.

De laagste tarieven. De beste aanbiedingen. De beste arrangementen. Boek ze wanneer u maar wilt bij onze 4.400 hotels over de hele wereld.

ACCORHOTELS.COM
Precies weten wat u boekt



SOFITEL pullman NOVOTEL ibis NOVOTEL Mercure adagio ibis ibis ibis ibis hotelF1 16

www.citroen.nl

CITROËN preferert TOTAL



CITROËN DS4

CITROËN DS5

ONTDEK DE CITROËN DS-LIJN

DESIGN, TECHNOLOGIE, RIJBELEVING

Laat uw zintuigen prikkelen in de Citroën DS4 en Citroën DS5. Ieder fraaie voorbeeld van strak design, met een gedurfde combinatie van uitgesproken vormen en bijzondere materialen. De DS4 en DS5 zijn het bewijs dat niets beter is dan creativiteit de vrije loop te laten. Stap uit het keurslijf en sla een nieuwe weg in. Maak een proefrit in de Citroën DS4 of Citroën DS5 bij uw Citroën-dealer.

V.A. 20% BIJTELLING

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Gem. verbr.: 4,4 - 7,7 l/100 km; 13,0 - 22,7 km/l; CO₂: 114 - 178 g/km. Leaseprijs van de Citroën DS4 is vanaf € 495 en van de Citroën DS5 vanaf € 649 excl. BTW, Full Service Operational Lease excl. brandstof, incl. metallic lak via Citroën Business Finance op basis van 48 maanden, 20.000 km per jaar. Afgebeeld model kan afwijken van het standaardmodel. Wijzigingen voorbehouden.

LEASEVOORDEEL RENAULT MÉGANE ECO²

TREKGEWICHT TOT
1500 KG*

14%
BIJTELLING
OOK NA 1 JULI*

DE NIEUWE
iPad
GRATIS



MEGANE ECO²
BIJTELLING vanaf **€ 116,-** per maand
Financial Lease 1,9%

* Mégane Estate

www.renault.nl



MÉGANE ENERGY dCi 110
STOP & START ECO²

14%
BIJTELLING

GEËN
WEGEN
BELASTING

RENAULT
eco²

Min./max: verbruik: 3,5 l/100 km resp. 28,6 km/l. CO₂: 90g/km



De actieperiode loopt van 2 mei tot en met 30 juni 2012. De genoemde bijtelling op de Mégane is gebaseerd op de vanafprijs van € 23.603,- van de Renault Mégane Hatchback Energy dCi 110 Stop & Start. De Mégane Energy dCi 110 Stop & Start, de Mégane Coupé Energy dCi 110 Stop & Start en de Mégane Estate Energy dCi 110 Stop & Start vallen alle drie in de 14% bijtellingscategorie, de aangegeven netto bijtelling is berekend op basis van de 42% schaal. Genoemde prijs is incl. BTW, BPM, excl. verwijderingsbijdrage, leges en kosten rijklaar maken. Op de Renault Mégane geldt een fabrieksgarantie van minimaal 2 jr. en 12 jr. plaatwerkgarantie. Tijdens de actie ontvangt de klant bij lease van een nieuwe Renault personenauto een gratis nieuwe iPad Wifi 16GB. Aflopend krediet met vaste debetrentevoet verstrekt door Renault Financial Services, handelsnaam van RCI Financial Services B.V. te Schiphol-Rijk (KvK nummer 30055070, AFM vergunningsnummer 12009781). Financieringsaanbod alleen geldig op de personenauto Renault orders van zakelijke klanten van 02/05/2012 tot en met 30/06/2012. Effectieve rente op jaarbasis bedraagt 1,9% rente tot 24 maanden en € 20.000,- of 6,9% rente tot maximaal 60 maanden en € 20.000,-. Renault Financial Services behoudt zich het recht voor de actie zonder opgave van reden te beëindigen. Toetsing en registratie bij het BKR te Tiel. Bedragen zijn afgerond op hele euro's. Rentewijzigingen, drukfouten, prijs- en specificatiewijzigingen voorbehouden. Voor meer informatie en de volledige actievoorwaarden bel gratis 0800-0303, kijk op renault.nl of raadpleeg uw Renault-dealer.