

SALLAND OLIE

GEVAT



IN GESPREK MET...

COCA-COLA
TANKT BIOMIX:
NEXTGEN B30

NETWERK

MOERDIJK: TOP-STOP
VOOR DE ZUIDGRENS

APRIL/MEI 2017

#21

TIJD VOOR VERANDERING

“Het (zaken)leven is als het berijden van een fiets. Om je evenwicht te houden, moet je in beweging blijven.”

— ALBERT EINSTEIN

In de vorige uitgave (GEVAT #20, januari 2017) informeerden wij u over de wijze waarop Salland Olie inspeelt op de veranderingen in de markt. Dit uitte zich in enkele functiewisselingen, die laten zien dat we ons opmaken voor nieuwe tijden.

De afgelopen jaren hebben we stevige stappen gemaakt om met nog meer slagkracht de markt te bedienen. Texaco, Salland Olie, Nijol, Post, DGV en Schreurs zijn samen gegaan en verworden tot een van de grootste spelers onder de paraplu van de EFR-Group. Als EFR-Group zijn we actief in Nederland, België, Luxemburg, Frankrijk en Groot-Brittannië. Landen waarin we een significante positie op de brandstoffenmarkt hebben onder de merknamen Texaco, BP, Shell, Esso en natuurlijk Firezone.

Er is voor gekozen om alle activiteiten in Nederland per 1 mei a.s. onder te brengen in EFR Nederland B.V. Er is ook voor gekozen om de vertrouwde handelsnamen te behouden. Om onze processen te stroomlijnen zullen we per medio mei a.s. een gezamenlijk administratief platform gaan gebruiken. De daarmee gepaard gaande veranderingen staan op de pagina hiernaast vermeld.

Ook de markt verandert sterk. Zo neemt de vraag vanuit de markt naar meer duurzame brandstoffen toe. Voor een van onze klanten zijn wij in 2016 een pilot gestart met een nieuwe blend: NextGen B30. In deze uitgave informeren wij u - met gepaste trots - over de wijze waarop deze bijzondere samenwerking tot stand is gekomen en de eerste resultaten.

Zou u ook graag bekijken of er een duurzamere brandstof is die beter bij uw situatie past? Heeft u de wens om uw CO₂ footprint te verlagen? Of heeft u vragen over de wijzigingen in onze organisatie? Onze vertegenwoordigers hebben de expertise in huis en helpen u graag verder naar een voor u passende oplossing.

Ik wens u een organisatie die in balans is.

Peter Groen
Directeur



Verandering in beeld

Hiernaast staan de administratieve veranderingen concreet vermeld die per medio mei 2017 doorgevoerd worden.



SALLAND OLIE

Wat wijzigt voor klanten van Salland Olie?

- afzender factuur
- uw debiteurnummer
- nieuw bankrekeningnummer: NL71 INGB 0665 9633 00
- nieuwe handelsnaam: Salland Olie
- nieuw BTW nummer: NL0010.41.435.B.01
- nieuw KvK nummer: 24031986
- onze algemene leveringsvoorwaarden



Wat wijzigt voor klanten van Nijol?

- afzender factuur
- nieuw adres: Genuakade 4, 8263 CG Kampen
- uw debiteurnummer
- nieuw bankrekeningnummer: NL71 INGB 0665 9633 00
- nieuwe handelsnaam: NIJOL
- nieuw BTW nummer: NL0010.41.435.B.01
- nieuw KvK nummer: 24031986
- onze algemene leveringsvoorwaarden

Wanneer u vragen heeft over de wijzigingen, dan kan de afdeling Debiteurenbeheer (088- 0123 684) u helpen. Ook uw vertegenwoordiger kan u desgewenst helpen.

Huidige en nieuwe factuur Salland Olie

HUIDIG
facturen tot medio mei 2017

NIEUW
facturen vanaf medio mei 2017

Header: SALLAND OLIE MAATSCHAPPIJ B.V. → SALLAND OLIE

Footer:

Postbus 123 - 8260 AC KAMPEN Genuakade 4 - 8263 CG KAMPEN Telefoon 088-0123680 Telefax 038-4772738 www.sallandolie.nl info@sallandolie.nl	KvK-nr 0505654 ING NL43 INGB 0003 3646 61 ING BIC INGBNL2A BTW-nr NL81801803801	Op al onze aanbiedingen en verkopen zijn onze algemene voorwaarden van toepassing, zoals gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer 0505654.
Postbus 123 - 8260 AC KAMPEN Genuakade 4 - 8263 CG KAMPEN Telefoon 088-0123680 Telefax 038-4772738 www.sallandolie.nl info@sallandolie.nl	KvK-nr 24031986 ING NL71 INGB 0665 9633 00 ING BIC INGBNL2A BTW-nr NL001041435B01	Op al onze aanbiedingen en verkopen zijn onze algemene voorwaarden van toepassing, zoals gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer 24031986.



Oude gegevens (links) en gewijzigde gegevens (rechts)

Huidige en nieuwe factuur NIJOL

HUIDIG
facturen tot medio mei 2017

NIEUW
facturen vanaf medio mei 2017

Header: NIJOL OLIEMAATSCHAPPIJ b.v. → NIJOL

Header: FACTUUR → FACTUUR

Table:

Gelieve bij betaling te vermelden						
Debiteuren nummer	Factuur nummer	Factuur datum				
Lev.dat	Bonnr.	Omschrijving	Aantal	Eenheidsprijs	Per	Bedrag

Table:

Totaal goederen	Bedrag voor BTW	BTW%	BTW-bedrag	TE BETALEN

Footer:

Bijsterhuizen 11-01- 6546 AR Nijmegen - Postbus 6863 6503 GJ Nijmegen - Tel. 024-3444422 - Fax 024-3444655 - Handelsreg.nr. 10023986
Bankrekening: IBAN NL57ABNA0402940294 - BIC ABNANL2A - BTW nr. NL8055.61.354.B.02 - www.nijol.nl

Genuakade 4 - 8263 CG Kampen - Postbus 123 8260 AC Kampen - Tel. 088-0123680 - Fax 038-4772738 - KvK-nr. 24031986
Bankrekening: IBAN NL71 INGB 0665 9633 00 - BIC INGBNL2A - BTW nr. NL0010.41.435.B.01 - www.nijol.nl

Op al onze aanbiedingen en verkopen zijn onze algemene voorwaarden van toepassing, zoals gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer 24031986.



Oude gegevens (links) en gewijzigde gegevens (rechts)

Moerdijk: complete en vertrouwde uitvalsbasis

Het lijkt zo eenvoudig: tanken, bij bemande stations iets in de shop kopen, afrekenen met een tag/tankpas/bankpas en weer door. Dave Hendriks, Manager Maintenance, is samen met collega Meinte Nutters verantwoordelijk voor alle techniek op, in en rondom de ruim 500 bemande en onbemande Texaco/Firezone stations in Nederland.

“Dat is nou precies waar het om gaat. Het moet lijken alsof het tanken en afrekenen als vanzelf gaat. De reiziger die bij een onbemand station tankt, wil zo eenvoudig mogelijk, zo snel mogelijk en zo goedkoop mogelijk tanken. De reiziger die meer wil, gaat naar een bemand station waar veel meer dan alleen brandstoffen wordt aangeboden.” Collega Jan Sipke Hulzinga, Manager Retail Nederland binnen de EFR Group, weet daar alles van. Er zit een hele wereld achter het op het oog zo eenvoudig lijkend geheel. Of het nu om een onbemand of bemand station gaat: er gaat een hele logistieke en technische wereld achter schuil. “De logistiek om producten op tijd beschikbaar te hebben, de techniek om alles perfect draaiend te hebben en te houden; dat alles vraagt om een planmatige aanpak. Intern stemmen we alles op elkaar af, zodat de techniek onze gasten en medewerkers op zoveel mogelijk vlakken helpt.”

Veranderende markt

Jan Sipke: “Er heeft een verschuiving plaatsgevonden in het gedrag van mensen op de weg. De gasten die bij de bemande stations komen, willen naast de brandstof ook steeds meer faciliteiten en service. De tijd van de simpel verpakte broodjes ligt echt achter ons. Op onze stations wordt daarom veel meer aangeboden. Alles om het onze gasten zo aangenaam mogelijk te maken. Kijk bijvoorbeeld naar producten die Spar op onze locaties aanbiedt; alles wat je bij een supermarkt wil kopen, van groenten tot en met vlees, vind je daar. Het gaat steeds meer om de beleving. Onze medewerkers in de stations worden getraind om het onze gasten zo aangenaam mogelijk te maken. Daardoor kunnen we die extra beleving ook bieden.”

“Moerdijk heeft een groot achterland. Alle grote vervoerders kunnen we middels onze twee stations bedienen. Dat wordt zeer op prijs gesteld”

— JAN SIPKE

Dave: “Om alles optimaal te laten functioneren, wordt per locatie een onderhoudsschema opgesteld. Daarin wordt alles van de tankinstallaties vermeld, maar in het geval van een bemand station ook alle overige apparatuur, zoals de afbakovens. Ook hoe de uitstraling aan de buitenkant moet zijn en hoe die fraai moet blijven. Dat gaat niet vanzelf. Onze medewerkers op de stations zijn zich ervan bewust dat hun rol in dit alles cruciaal is.”

Klant kiest uit meerdere mogelijkheden

Jan Sipke: “In Moerdijk liggen twee locaties vlak bij elkaar: de selfservice BSP/Firezone aan de Steenweg 2 in Moerdijk (naast restaurant Kanter's) en het ‘full size & full service’ Texaco station aan de Zuidelijke Randweg 6.

En omdat er twee formules aangeboden worden, bepaal je als klant zelf wat je wil. Wil je minder betalen, dan ga je naar de Steenweg. Wil je meer producten en meer service, dan ga je naar de Zuidelijke Randweg. Daar doen onze collega's er alles aan om het de uiteenlopende gasten zo aangenaam mogelijk te maken. De medewerkers zijn actief in de benadering van de gasten en weten wat ze verkopen.”

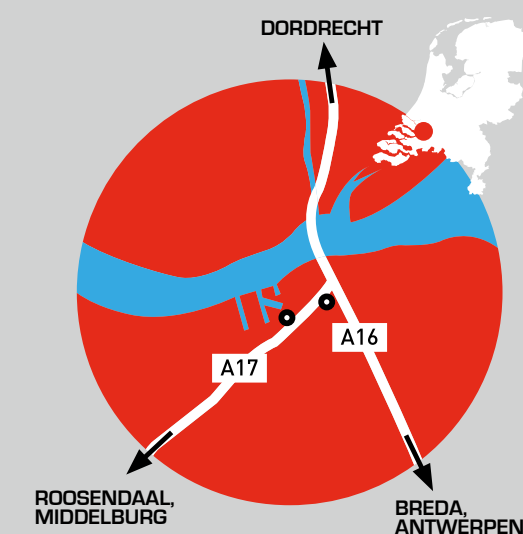
Dave: “Naast oog hebben voor de gasten hebben ze ook oog voor de operatie. Waarbij de veiligheid vanzelfsprekend voorop staat. Vandaar dat ze allemaal een veiligheidstraining hebben gevolgd. Dan terug naar de beleving, daar zijn apparaten bij nodig. Dus die moeten optimaal functioneren. En het oog wil ook wat, dus de vraag ‘Staat het station er strak bij?’ wordt voortdurend gesteld.”

Correctief en preventief

“De ideale situatie is dat zich nooit een storing voordoet. Maar iedereen die iets van techniek weet, weet dat het zo in de praktijk niet werkt. Meinte en ik geven leiding aan 18 monteurs in de buitendienst en 8 medewerkers in de binnendienst om die ruim 500 locaties perfect draaiende te houden. Daarnaast werken ze samen met een aantal onderaannemers. We gaan steeds meer van correctief naar preventief onderhoud. Een uitdaging gezien de snelle groei die we als bedrijf op dit moment doormaken.”

Jan Sipke: “Bij zo'n forse groei, is het zeer prettig om gebruik te kunnen maken van alle ervaringen die EFR al heeft opgedaan in landen als Engeland en Frankrijk. Dat voorkomt dat wij het wiel opnieuw moeten uitvinden. Wel met een kanttekening: natuurlijk moeten we altijd voor ogen houden dat elk land en elke streek zijn eigen karakter heeft. Daarbij komt weer de rol van de medewerkers op de stations kijken: zij maken in de praktijk het verschil. Zij zijn het visitekaartje van ons bedrijf. Om hen daarbij zo goed mogelijk te ondersteunen is op dagelijkse basis de Station Manager aanwezig. Die op zijn beurt kan bouwen op de Area Sales Managers van EFR. En omdat ik geloof in de persoonlijke benadering ben ik zelf ook regelmatig op de stations. De vertegenwoordigers binnen Salland Olie en Nijol onder leiding van Niek Roessink onderhouden de contacten met de zakelijke klanten. Een integrale benadering die inspeelt op de veranderende behoefte van de klanten.” ♦

♦ ‘Full size & full service’ Texaco station aan de Zuidelijke Randweg 6 in Moerdijk / Jan Sipke Hulzinga, Manager Retail (links), Dave Hendriks, Manager Maintenance (rechts)



● ‘Full size & full service’ Texaco station (●links) aan de Zuidelijke Randweg 6 in Moerdijk en het Selfservice BSP/Firezone station aan de Steenweg 2 in Moerdijk (●rechts).

♦ Firezone station aan de Steenweg 2 in Moerdijk



HOE KUNNEN WE ONS TRANSPORT MILIEUVRIENDELIJKER MAKEN?

Het commitment van



met alleen de bestaande relaties een passend testteam te formeren, is ook gezocht naar nieuwe partners voor dit project.

Uiteindelijk bleken, nu twaalf maanden geleden, DAF trucks en Salland Olie/Nijol de meest passende bedrijven om de pilot mee te starten. Met als centrale vraag: 'Hoe kunnen we ons transport minder belastend voor het milieu laten zijn?'

Voor de pilotperiode hebben we heel bewust een relatief lange periode van een jaar genomen. Dan heb je alle mogelijke wisselende omstandigheden, zoals weersomstandigheden, wel meegemaakt. Daardoor is de betrouwbaarheid van de uitkomst ook beter onderbouwd. Iets wat de investering ook mede rechtvaardigt."

Europese preferred supplier zijn voor smeermiddelen, dan kun je wel zeggen dat alle signalen op groen stonden. Dan moet het nog wel waargemaakt worden.

Historisch gezien verhandelen wij -Salland Olie/Nijol- onder andere producten van Texaco. De kennis van dat bedrijf helpt ons om toegevoegde waarde aan onze klanten te kunnen bieden. Dus toen we van de vraag binnen Coca-Cola hoorden, konden we hen heel praktisch helpen. En het helpen zit hem ook in het leveren van de passende brandstof, want de dieselmotor is met de introductie van de Euro6 motor zo goed als uitontwikkeld. Daar kun je geen winst meer behalen. Resteert de brandstof. En zoals Marijke aangaf, gas was voor Coca-Cola geen optie in verband met het gewicht van de vrachten in combinatie met veiligheid. Diesel is dan de logische keuze. Maar dan wel een diesel met een duurzame besparingsmogelijkheid."



♦ Marijke Jacobs-Heefer, Senior Manager Customer Logistics Coca-Cola



♦ Arjan Buur, vertegenwoordiger Salland Olie/ Nijol



Als één van de bekendste merken ter wereld –met alle maatschappelijke verantwoordelijkheden die daarbij horen- heeft Coca-Cola ruim 10 jaar geleden haar ambities voor verduurzaming tot 2020 in een veelomvattend plan vastgelegd. Eén van de deelplannen is 'duurzaam transport'.

Marijke Jacobs-Heefer is Senior Manager Customer Logistics bij Coca-Cola European Partners Nederland en in die functie verantwoordelijk voor alle transportbewegingen voor Coca-Cola ten behoeve van producten voor de Nederlandse markt. Marijke: "Ruim twee jaar geleden zijn we in Dongen (locatie fabriek Coca-Cola, red.) begonnen met dit onderdeel van het totaalplan. De oriëntatiefase heeft ongeveer een jaar in beslag genomen. We hebben in die periode diverse symposia over duurzaamheid bezocht om na te gaan of we konden leren van ervaringen van anderen bij het verduurzamen van ons transport; zie het als springen op een

rijdende trein. Het bleek dat er nog niet zoveel gedeeld werd, specifiek over deze vraagstukken."

Initiatief nemen

"Wachten op verdere ontwikkelingen was geen optie en dus zijn we zelf gaan zoeken naar de juiste partners om onze visie gestalte te geven. Onze vaste vervoerders -Boonzaaijer, Van Rijen en Zandbergen- is gevraagd om met hun leveranciers van trucks en brandstoffen te komen tot aanbevelingen. Aan de hand van hun aanbevelingen zijn we met diverse partijen aan tafel gegaan. Omdat het nog niet zo makkelijk bleek om

Van gas naar hernieuwbare diesel

Marijke: "Een van de alternatieve brandstoffen waar we aanvankelijk naar gekeken hebben is gas. Dat was in het begin van onze zoektocht, tijdens de diverse symposia die we bezochten, een hot item. Er werd daar niet veel over alternatieven gesproken. Maar tijdens het testen van een truck die op gas reed, stuitten we op een zeer praktisch probleem: de trucks hadden bij het gebruik van gas onvoldoende trekkracht om met een zwaarbeladen dubbele aanhanger tijdig op snelheid te komen. Dat levert een onveilige situatie op. Het alternatief moest uit een andere hoek komen."

Arjan Buur, vertegenwoordiger bij Salland Olie/Nijol en vanaf het eerste moment betrokken bij de pilot: "Van een relatie binnen Coca-Cola hoorde ik van de wens tot verduurzaming van hun transport. Nu was er al contact over het terugdringen van de CO₂-uitstoot van hun personenauto's. Dus deze stap naar de transportvoertuigen was goed te maken. En als je daar nog bij optelt dat we voor DAF de

Mix

"Bij Salland Olie/Nijol hebben we ruime ervaring met NextGen B30; een eigen mix van 70% fossiele brandstof en 30% biobrandstof, die geproduceerd wordt zonder de voedselproductie aan te tasten. Van groot belang is dat deze brandstof –die wij in de markt onder de naam NextGen B30 aanbieden- toepasbaar is in de huidige generatie dieselmotoren. Niemand zit immers te wachten op motorproblemen. Wel op oplossingen die de CO₂-uitstoot verminderen. Tijdens de testperiode zijn er maandelijks dieselmonsters en frequent monsters van de motorolie door het laboratorium van DAF onderzocht. Het resultaat was van dien aard, dat we na enige tijd zonder laboratoriumonderzoeken verder konden. Met de menging van normale diesel met hernieuwbare diesel is een CO₂-reductie te realiseren van minimaal 15%. Voor Coca-Cola hebben we gebruik gemaakt van een hoogwaardige diesel in combinatie met hernieuwbare diesel. Deze combinatie levert een besparing CO₂-reductie van inmiddels 24%."

Vervolg op pagina 8

Vervolg van pagina 7

Eigen productie

Salland Olie/Nijol opereert zeer praktisch. Als handelaar en als producent. Arjan: “We hebben enerzijds de mogelijkheid om standaard producten te leveren en anderzijds kunnen we in eigen beheer mengen. En dat binnen de vereiste normeringen. Zoals de NextGen B30, die valt binnen de EN590-normering. Met vervoerder Zandbergen hebben we een tankfaciliteit op hun eigen terrein verzorgd. Daar tanken nu alle drie de Coca-Cola vervoerders met eigen passen. Wij nemen de administratieve afhandeling voor onze rekening. Kortom, elke partij doet waar zij goed in is. In het belang van de oplossing voor de uiteindelijke klant Coca-Cola.”

Concreet

Binnen een bedrijf als Coca-Cola geldt een actief beleid om in te spelen op maatschappelijke ontwikkelingen. Waarbij aangetekend dat de uitkomst concreet moet zijn. Marijke: “De kracht zit hem in het feit dat de reductie letterlijk in de tank plaatsvindt. En uit het jaar lang testen, blijkt dat er een reductie van minstens 24% behaald is. Een prachtig resultaat.”

Al met al reden genoeg om de pilot voort te zetten en zelfs uit te breiden. “We gaan 50% meer trucks aftanken met NextGen B30. Waarmee we op weg zijn naar een besparing van 30%. De enige restrictie bij dit alles, is de investering. Er moet een goede balans zijn tussen de reductie van de CO₂-uitstoot en de extra kosten.”

Europese rol

Het project van Marijke en haar Nederlandse collega's wordt op de voet gevolgd door haar buitenlandse collega's. Regelmatig overleggen Marijke en haar buitenlandse collega's over de stand van zaken, waardoor elders in Europa mogelijk een vliegende start gemaakt kan worden. Dit overleg gebeurt met name middels video conferencing; dat scheelt weer uitstoot. Door de beschikbaarheid van de NextGen B30 hernieuwbare diesel bij collega's van Arjan bij vestigingen van EFR in het buitenland, en de zeer praktische aanpak om brandstof-distributiepunten te faciliteren, kunnen de Coca-Cola ambities, waar het de verduurzaming van het transport betreft, niet ver genoeg reiken.

Samenwerken

Een project van deze omvang en met een significant belang, vraagt om een optimale samenwerking tussen alle betrokkenen. Marijke: “Al zijn we als Coca-Cola formeel de opdrachtgever, de samenwerking is niet als zodanig begonnen. Samen aan de slag was het motto. Dát was de insteek om het project van de grond te krijgen. En zo is het ook gegaan; de drie vervoerders, de truckleverancier DAF en de brandstofleverancier Salland Olie/Nijol hebben elke gelegenheid die zich heeft voorgedaan aangepakt om informatie uit te wisselen en om succes na te streven. En ook binnen Coca-Cola zelf is er veel meegedacht. Een mooie manier van werken die energie geeft.”

De concrete besparing wordt uitgedrukt in een getal. Desgevraagd geven Marijke en Arjan -los van elkaar- ook een cijfer aan de samenwerking van het afgelopen jaar: “Een 9.” Waar een ambitie, een plan en een juiste uitvoering daarvan al niet toe kunnen leiden.

Delen

Marijke: “Na de testperiode van een jaar wilden we onze ervaringen voor wat betreft verduurzaming van het transport met geïnteresseerden delen. Bij Coca-Cola staan wij voor maatschappelijke betrokkenheid en nemen wij de rol van pionier op het gebied van verduurzaming op ons. Hierbij past ook openheid van zaken geven en het delen van ervaringen. Vandaar dat er op 6 februari jongstleden een bijeenkomst is verzorgd om de tussenstand te delen. De hoge opkomst en verscheidenheid van de gasten laten zien dat het onderwerp leeft bij verschillende groepen: overheid, pers, transporteurs en andere ondernemingen. Van klein tot groot. Door inzicht te geven in onze ervaringen hopen we dat ook anderen geïnspireerd raken om effectief te verduurzamen.” ♦

“DAF trucks en Salland Olie / Nijol bleken de meest passende bedrijven om de pilot mee te starten.” — MARIJKE JACOBS-HEEFER



MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID STEEDS MEER VAN INVLOED OP HET BEDRIJFSRESULTAAT

Het roer om

Tijdens de Coca-Cola bijeenkomst op 6 februari jl. over verduurzaming van transport werd ook gesproken door Karen Maas, Academic Director bij het Impact Centre Erasmus. Zij opereert op het snijvlak van economie en milieu.

Karen: “Historisch gezien sturen bedrijven op financiële resultaten. Door onder andere internet wordt de wereld steeds transparanter. Het geeft een veel breder inzicht in bedrijven dan alleen de financiële jaarverslagen. Ook investeerders kijken tegenwoordig anders naar bedrijven en verder dan alleen de winst- en/of verliescijfers. Dat kan een confrontatie opleveren waar een bedrijf wel wat mee moet doen. Reputatiewaarde staat lang niet overal op de balans, maar heeft wel degelijk impact.”

Trend

“De trend van verder kijken dan de cijfers is ingezet en lijkt niet meer te keren. Zo heeft de Nederlandse Bank in 2016 een uitspraak gedaan dat bij investeringsbeslissingen de CO₂ emissie meegewogen moeten worden. Daardoor is de hele financiële wereld gaan bewegen. Met geld verdienen is helemaal niets mis en het is nodig om een bedrijf draaiende te houden, maar de businesscase gaat verder dan dat. Hoe sta je te boek? Maak je waar wat je belooft? En hoe toon je dat aan? Vragen die wel beantwoord moeten worden. En als je geen goed antwoord op die vragen hebt, wat doe je dan om dat wel te kunnen geven?”

MVO Nederland, de organisatie die bedrijven en de overheid steunt en stimuleert bij het invullen van hun maatschappelijke rol, ziet duurzaamheid als een onderwerp dat bij de kapper besproken wordt. En al raakt het mensen mogelijk niet direct, iedereen heeft het er over. Daar kun je als bedrijf je voordeel mee doen. Mits je aanpak authentiek en goed doorgerekend is. Dan bouw je aan vertrouwen. Winst maken blijft belangrijk. Wel met een duidelijke visie op de kaders waarbinnen dat wordt gedaan.”

Kansen

“Ik zie kansen voor bedrijven die hun missie en visie zo formuleren dat ze te begrijpen zijn en haalbaar binnen een afzienbare periode. Met andere woorden: de langetermijnvisie dient praktisch vertaald te worden in realisatie op korte termijn. Dat maakt het concreet en volgbaar. Bedrijven als Danone, Nestlé en Vebeo hebben ingezien dat verduurzaming niet alleen het milieu, de stakeholders, maar ook het eigen bedrijf helpt.

Coca-Cola heeft met de rapportage over verduurzaming van het transport haar verantwoordelijkheid genomen. Dat ligt in de lijn van hun totaalplan. Het naar buiten brengen van de pilotresultaten is een goede manier om de buitenwereld te laten zien wat ze bij Coca-Cola aan het doen zijn. Geen directe reclame voor hun producten, maar voor hun -veranderende- manier van bedrijfsvoering: daarmee zijn ze goed op weg wat mij betreft.” ♦

IMPACT CENTRE ERASMUS

Het Impact Centre Erasmus gebruikt haar wetenschappelijke kennis en kunde om samen met een groep uiteenlopende organisaties meer grip te krijgen op de realisatie van hun maatschappelijke ambities, door vanuit impact te denken, door impact te meten en op impact te sturen.

Het ICE voert onderzoek uit voor bedrijven, financiële instellingen, overheid, maatschappelijke organisaties en partnerschappen.



WELKE DUURZAME(RE) BRANDSTOF PAST BIJ U?

Wat vertelt de brandstofkiezer u?

Bent u toe aan de vervanging van (een deel van) uw voertuigen?

JA

Zou u uw **bedrijfsimago** op het gebied van duurzaamheid willen **verbeteren** door op gas te rijden?

NEE

Zou u **schoner** willen rijden?

JA

Rijdt u **korte afstanden** en/of vooral in **stedelijke omgeving**?

NEE

Wilt u toch **schoner** rijden?

NEE

Salland Olie mengt - vooruitlopend op evt. wetgeving - in toenemende mate biodiesel bij.

JA

Vraag uw vertegenwoordiger naar de brandstof die voor u het meest geschikt is.

NEE

JA

Vraag uw vertegenwoordiger naar de brandstof die voor u het meest geschikt is.

JA

NEE

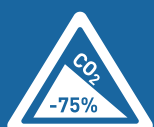
CNG®

Compressed Natural Gas: aardgas onder druk van circa 200 bar.

LNG®

Liquid Natural Gas: vloeibaar aardgas. Zeer compact volume.

Voor zowel CNG als LNG geldt:



NextGenB30®

Deze diesel is een menging van gewone diesel met biodiesel, gewonnen uit restafval.



GTL®

Vloeibare zeer zuivere dieselbrandstof die op synthetische wijze wordt verkregen uit aardgas. Een ultra schone brandstof.



TEXACO® SMEERMIDDELEN

CHEVRON LUBEWATCH-PROGRAMMA OPTIMALISEERT LEVENSDUUR MATERIEEL

HET BESTE ONDERHOUD IS PREDICTIEF ONDERHOUD

Stilstand is achteruitgang. Dat geldt voor niets zo letterlijk als voor transportmaterieel in de breedste zin. Want vrachtwagens die geen vracht rijden, graafmachines die niet graven, productiemachines die niet produceren; die kosten allemaal geld.

Chevron Lubricants onderkent met LubeWatch het belang van een doordacht en pro-actief olieanalyseprogramma om te helpen de bedrijfskosten te verlagen en de inzetbaarheid van materieel te verbeteren. Door predictief onderhoud ontstaat tijdig inzicht waarmee problemen worden voorkomen.

Inzicht in prestaties van materieel

Chevron Lubricants levert een compleet gamma smeermiddelen. Maar daarnaast bieden de specialisten van Chevron in het kader van het LubeWatch-programma ondersteuning bij het opsporen van vervuiling en slijtage in motoren en machines. En tijdig ontdekte problemen helpen uitval voorkomen. Met een LubeWatch-olieanalyse krijgt u inzicht in de prestaties van uw materieel. Via regelmatige analyses van oliemonsters stelt u de behoefte aan smeermiddelen nauwkeuriger vast en ziet u de gevolgen van veranderende bedrijfsomstandigheden van uw materieel. Dat helpt de levensduur van materieel en mogelijk ook de olieversningsintervallen te verlengen. Die kennis helpt weer om uitvaltijd door ongepland onderhoud of – erger nog – defecten te voorkomen. Want hoewel slechts 4% van een gemiddeld industrieel budget opgaat aan smeermiddelen, kan de downtime door smeermiddel-gerelateerde issues meer dan 50% van de totale begroting kosten.

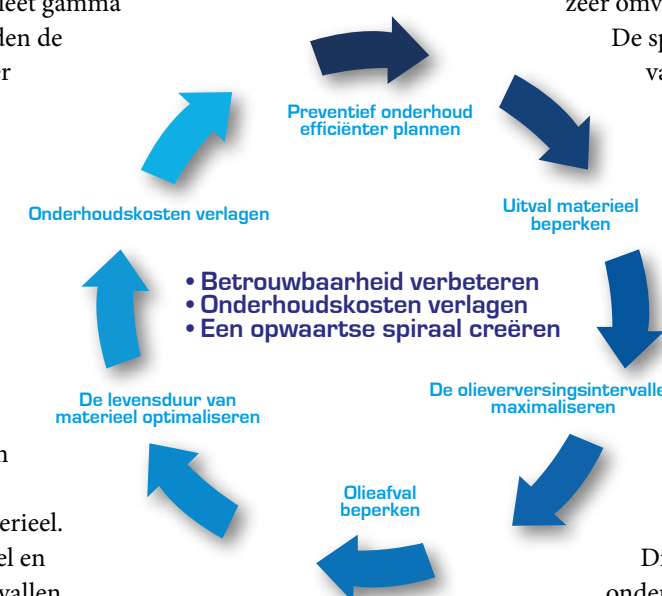
Vijf pakketten

Het LubeWatch olieanalyseprogramma omvat vijf standaard testpakketten (basisanalyse, diesel-motorolie, gasmotoroliën, industriële oliën en turbineoliën) en diverse specifieke gespecialiseerde analyses. Al naar gelang het contract stuurt u oliemonsters volgens een overeengekomen schema in naar het lab. Daar worden de monsters uitgebreid geanalyseerd en de resultaten getoetst aan een zeer omvangrijke, internationale database.

De specialisten van het lab koppelen op basis van de testresultaten aanbevelingen voor maatregelen terug. Analyseresultaten worden (afhankelijk van het testprogramma) gerapporteerd binnen 48 uur na ontvangst van het monster. Deze rapportage gebeurt via e-mail, de LubeWatch-website of de Horizon smartphone app.

De LubeWatch-testactiviteiten gaan ver. Dankzij geavanceerde technieken, zoals deeltjesanalyse voor het opsporen van defecte of versleten onderdelen, geven ze inzicht in de conditie van machines.

Dit helpt bij het secuur plannen van onderhoud, maar helpt ook bij het vaststellen van de economische waarde. Om het maximale uit het LubeWatch-programma te halen, verzorgt Chevron ook deskundige training, advies en ondersteuning op locatie. LubeWatch heeft z'n waarde inmiddels in de praktijk bewezen. Een benchmarkstudie wees uit dat 86% van de bedrijven die olie-analyses lieten uitvoeren, geld besparen door stilstandtijd optimaal te plannen. ♦



DEMO-VIDEO
Scan bovenstaande QR-code en bekijk de demo-video



WEBSITE
Scan bovenstaande QR-code of ga naar de website: <http://bit.ly/2nB1y3z>

HORIZON APP

Om het insturen van oliemonsters voor het LubeWatch-olieanalyseprogramma extra eenvoudig te maken, is er de Horizon app. Met uw mobiele telefoon of tablet kunt u eenvoudig alle administratieve handelingen uitvoeren die horen bij het indienen van een oliemonster. De Horizon-app is te downloaden in de Apple Store of Google Play (in de versie voor Android-apparaten). De app leidt u door het proces door middel van een heldere structuur en het gebruik van QR-codes [geen extra reader-app nodig].



SALLAND OLIE IS 'AUTHORIZED TEXACO LUBRICANTS DISTRIBUTOR'

Als één van de bekendste merken ter wereld – met alle maatschappelijke verantwoordelijkheden die daarbij horen – heeft Coca-Cola ruim 10 jaar geleden haar ambities voor verduurzaming tot 2020 in een veelomvattend plan vastgelegd. Eén van de deelplannen is 'verduurzaming transport'.

Lees op pagina 6 over de samenwerking met Salland Olie/Nijol en de brandstof NextGenB30.

**colofon**

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie en Nijol. Oplage: 11.000 exemplaren.
Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: redactie@sallandolie.nl
of telefoonnummer: 088-0123600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of op enigerlei wijze openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Salland Olie Maatschappij B.V.

