

SALLAND OLIE / EG GROUP

GEVAT



IN GESPREK MET...

EG GROUP

DECEMBER 2017

**DUYNIE: BRAND-
STOF VOOR DE
VEEHOUDERIJ**

**FUEL & CARDS:
ZIJ MAKEN HET
VERSCHIL**

#24

ALL HANDS ON DECK

Net als u zijn we als EG Group ambitieus. Daar past een goede zakelijke relatie bij. Wij hechten veel waarde aan onze relaties en werken continu aan de optimalisatie van onze dienstverlening. Zo kunnen wij, onder de vlag van EG Group, samen onze business laten groeien en succesvol opereren in de markt.

Na de samenvoeging van Salland Olie en Nijol onder de paraplu van EG Group blijven we nationaal en internationaal groeien, terwijl de kwaliteit van onze producten, beschikbaarheid en diensten rotsvast staat.

Kwaliteit van producten

U kunt te allen tijde vertrouwen op ons uitgebreide multibranded aanbod van hoogwaardige producten.

Kwaliteit van beschikbaarheid

Ons brede productaanbod vindt u op strategische plaatsen. En uiteraard leveren we aan huis, veelal binnen 24 uur.

Kwaliteit van service

Tot slot natuurlijk een van onze belangrijkste kwaliteitscomponenten: de mensen. Onze binnendienst-medewerkers zijn het klankbord voor uw commerciële vraagstukken, uw logistieke uitdagingen en zij zorgen voor een optimale planning. De Account Managers zijn specialisten die u, de markt en actuele regelgeving kennen en u daardoor optimaal kunnen ondersteunen. Ons zeer bekwame chauffeursteam (zie hiernaast) levert tijdig en veilig smeermiddelen en brandstoffen, zodat uw onderneming blijft draaien.

Niet alleen Engelstaligen gebruiken de uitdrukking 'All hands on deck'. Om de inzet van al onze kennis, ons materieel en onze mensen aan te geven, besluit ik met ons commitment:

EG GROUP heeft 'alle hens aan dek'.

Ik wens u een mooi en succesvol 2018.

George Roberts

Managing Director EG Fuel



EUROPEAN DRIVER OF THE YEAR COMPETITIE

John en Lowie hebben indruk gemaakt

Hoe goed de wagens ook zijn, hoe duidelijk de veiligheidsvoorschriften ook zijn, het vakmanschap en de ervaring van onze chauffeurs maken in de praktijk het verschil. Dat realiseren onze chauffeurs zich elke dag weer. Met een overvol wegennet, scherpe levertijden en uitdagende planningen is het dagelijks een hele prestatie om feilloos transport te verzorgen.

Elke twee jaar vindt binnen EG Group in Frankrijk een wedstrijd plaats om de top van de chauffeurs uit te dagen en te lauweren: de Driver Of The Year competitie. Dit jaar was de wedstrijd groots en internationaal opgezet. Zes Nederlandse chauffeurs gaven 8 november jongstleden acte de présence op het Circuit van Albi in Frankrijk. Ondanks het rijden in een vrachtwagen van een ander merk, hebben 'onze mannen' hun visitekaartje afgegeven.

3x Nederlands kampioen

Lowie Heesen (52): "Het was natuurlijk bijzonder om de uitnodiging voor deze wedstrijd te ontvangen. Vanaf mijn 27^e werk ik in het tankvervoer, maar zo'n verzoek om mee te doen had ik nog niet eerder gekregen. Ik heb in het verleden wel een paar maal meegedaan aan een competitie met landbouwvoertuigen en driemaal het Nederlands Kampioenschap op mijn naam mogen schrijven. Maar om in Frankrijk aan de start te verschijnen was natuurlijk weer heel iets anders!

Voor mij is meedoen ook willen winnen. Dat was met de landbouwvoertuigencompetitie en dat is nog steeds zo. Normaal rijd ik in een Scania. In Frankrijk was het een Renault.



♦ **Winnaars European Driver of the Year competitie.**
V.l.n.r.: Thierry Hortolou (XPO), John Klomp (EG Group), Lowie Heesen (EG Group) en Maurice Schoemans (Nijhof Wassink) – winnaar veiligheidsprijs van VINCI Autoroutes

Een thuiswedstrijd voor de deelnemers die dagelijks in deze wagens rijden, maar voor anderen was het een handicap en moesten we wel even schakelen." Lowie heeft met trots de derde plaats op zijn naam mogen schrijven. "Al had ik pech met de wagen, omdat de elektronische rem niet goed functioneerde, de nummer 1 is de terechte winnaar. Hij heeft het gewoon uitstekend gedaan. Bij de volgende editie ga ik weer voor de eerste plaats!"

Onverwacht winnaar

John Klomp (51): "Bij elk van de 18 proeven die we moesten uitvoeren, liepen drie juryleden mee. Die opdrachten leken wel veel op dagelijkse praktijksituaties, die zes ogen zie ik niet elke dag. De Renault was echter wel even wat anders dan de Volvo waar ik normaal in rijd. Al zit ik nu 31 jaar achter het stuur van een

tankwagen en zijn veel functies vergelijkbaar, het is toch even wennen. En zoveel trainingstijd kregen we niet.

Tijdens de prijsuitreiking was ik druk aan het fotograferen. Lowie stond al op het podium op de derde plaats en had zijn beker net overhandigd gekregen en ineens hoorde ik een luid gejuich van de kant van de collega's. Ze hebben mij min of meer naar het podium gestuurd. Ik bleek nummer 1! De Fransen moesten blijkbaar even wennen aan het idee dat er een buitenlander had gewonnen. Ze reageerden aanvankelijk wat terughoudend op de Nederlandse winnaar. Later werden ze iets losser. Het is natuurlijk heel leuk om gewonnen te hebben, toch is het gewoon mijn werk." ♦

TEAM FUEL

Zorgen voor een solide basis

De wereld wordt steeds meer één markt. Internationaal en Europees zakendoen biedt volop kansen om te groeien. Dat geldt ook voor EG Group. Om die groei op een goed fundament te laten plaatsvinden, zijn er binnen de EG Group drie business units geformeerd. Ieder met zijn eigen producten, services en mensen. Door onderlinge samenwerking biedt het geheel synergievoordelen.

De drie geformuleerde business units zijn: EG Fuel voor de levering van (alternatieve) brandstoffen en smeermiddelen, EG Retail voor de tankstation activiteiten en EG Business voor onder andere de zaken omtrent Cards. EG Fuel en EG Business hebben beide een salesteam. We stellen de teams en hun aanvoerders Rob Wemekamp (EG Fuel) en Juliën Huisinga (EG Business) in deze uitgave van GEVAT graag aan u voor.

Rob Wemekamp: “EG Fuel kan door de internationale ontwikkelingen van EG Group de klanten veel breder bedienen. Was tot voor kort het verzorgingsgebied beperkt tot de Benelux en Frankrijk, door de overname van circa 2.200 stations in Duitsland en Italië is het dekkinggebied fors uitgebreid. Hoe we ook groeien, hierbij staan voor ons het persoonlijk contact met de klant en de service voorop.”



Heeft u een vraag gerelateerd aan brandstoffen of smeermiddelen waar onze Account Managers u bij kunnen helpen?

BRANDSTOFFEN: 088 0123 650 | SMEERMIDDELEN: 088 0123 623

Inleven

“Onze klanten werken ook steeds meer internationaal. Daarbij hebben ze partners nodig die hen optimaal faciliteren. Bij de zoektocht naar de juiste partner wordt er natuurlijk naar de prijs gekeken. Toch horen we steeds vaker dat het totaalplaatje doorslaggevend is voor de uiteindelijke keuze. Klanten willen met name dat hun manier van zakendoen en hun markt door leveranciers begrepen worden. Onze Account Managers en binnendienstmedewerkers zijn er daarom op gericht zo veel mogelijk door de ogen van de klant naar de business van de klant te kijken. Wat heeft die klant nodig om zo efficiënt mogelijk te werken? Hoe kan zijn rendement omhoog en welke rol is daarin weggelegd voor EG Group?”

Naast het meedenken in de bedrijfsvoering leveren we producten van Texaco, Firezone en Petro-Canada. EG Group is nu de grootste Europese onafhankelijke speler op de markt van brandstoffen en retail locaties. Dat klinkt mooi en is ook mooi! Maar het draait er wat mij betreft niet om de grootste te zijn; wel om voorop te blijven lopen in de markt. Met uitstekende producten, diensten en service. Dit hebben we altijd zo gedaan, en blijven het ook zeker doen!” ♦

Team EG Fuel van links naar rechts:

Dagmar Snoeren, Michiel Schilder Spel, Amber Picavet, Anneke Kampjes, Laurent Vrolijk, Daurie Rahajaan, Erwin van de Kamp, Admay van Oevelen, Arjan Buur, Hanneke van Dusseldorp, Enne-Jacob Wierda, Niels Rodenhuis, Viviane van Hoeck, Eddy Borst, Hans Fritzsche, Iris Rap, Diana Schlabertz, Irina Stolk, Rob Wemekamp, Tischa Present en Cloe Hagemeijer. Niet op de foto: Barbara Keulaars en Suzanne van Roij.

“EG Fuel kan door de internationale ontwikkelingen van EG Group de klanten veel breder bedienen.”

— ROB WEMEKAMP



TEAM CARDS

Specialistenteam in de startblokken

“Het mobiliteitsvraagstuk van nu vraagt om een klantspecifieke oplossing. De afgelopen periode hebben we voorbereidende werkzaamheden getroffen om in 2018 op dat vraagstuk een goed antwoord te geven”, aldus Juliën Huisinga (Manager Card Sales).

“De markt blijft in beweging en ontwikkelt zich snel. Als consument zijn we gewend geraakt aan alle gemakken van diverse diensten. Wij zien deze ontwikkelingen als mooie kansen en springen daar graag op in. Onze kennis en opgedane ervaringen gebruiken we om een passende oplossing aan te bieden bij deze trend in onze branche. Dit gecombineerd met een dynamisch team maakt dat we een vliegende start gaan maken.”

Klant centraal

Juliën vervolgt: “De centrale vraag bij dit proces was en is ‘Wie is onze klant? Wat wil onze klant? En hoe kunnen we die optimaal faciliteren?’. Als we hier dieper induiken merken we dat elke klant zijn eigen wensen en oplossingen behoeft. We realiseren ons dat we meer kunnen bereiken als we aan die specifieke wensen kunnen voldoen.

Bij de opbouw van het Cards-team hebben we gezocht naar mensen met een achtergrond in diverse markten en disciplines. Zij komen met frisse en nieuwe inzichten om de klant te kunnen verrassen. Dat is de dynamiek waar we naar op zoek zijn. Een energiek team dat elke dag onze klanten te woord staat, meedenkt en in oplossingen denkt. We geloven op deze manier de markt te kunnen veroveren.”

Betaalgemak en services

“De kaarthouder heeft nu reeds de mogelijkheid om met de Card te tanken bij een netwerk van meer dan 500 stations in Nederland. Daarnaast kan er internationaal worden getankt in België, Luxemburg en Frankrijk. Ook bieden we verschillende services aan om de klant zoveel mogelijk te ontzorgen. Een voorbeeld van zo’n service is de mogelijkheid om de (buitenlandse) BTW en accijns terug te vragen. Ondanks dat we één Europa zijn, hebben veel landen nog hun eigen heffingen. De specialisten achter onze Card nemen al het werk om die gelden terug te vorderen uit handen. Voor 2018 zijn we aan het kijken welke services we kunnen toevoegen aan ons portfolio om nog meer werk uit handen te nemen voor onze klanten. Hierbij kun je denken aan het eenvoudig afrekenen van tol die in diverse landen geheven wordt.”

Optimaal ontzorgde klant

“Omdat we niet overal tegelijk kunnen zijn, vragen we onze klanten uit verschillende branches –fleet, transport en personenvervoer- om hun wensen kenbaar te maken via onze binnendienst. We overwegen verder ook om een klantenpanel op te richten. Met als ultiem doel: de optimaal ontzorgde klant.” ♦



Heeft u een Cards gerelateerde vraag waar wij u bij kunnen helpen?

BEL 076 523 7844 / 076 523 7847



Team EG Cards van links naar rechts:

René van Bergen, Paula de Groot, Juliën Huisinga, Joyce van de Pas, Hans van Kessel, Cas Hefti, Janine Booms en Anton Mol.

“Eke klant heeft persoonlijke wensen. We streven ernaar om aan die specifieke wensen te kunnen voldoen”

— JULIËN HUISINGA



DUYNIE GROUP IN HAAR ELEMENT

‘Samen alles er uit halen wat er in zit’

Duynie?! Voor buitenstaanders een onbekende, voor insiders een begrip. Dat vraagt om een nadere kennismaking! Vandaag de dag zijn we ons steeds meer bewust van het gegeven dat grondstoffen schaarser worden. Het zal dan mogelijk onze tijd wel duren, maar als we nu reeds zorgvuldiger omgaan met de beschikbare grondstoffen, dan is dat directe winst, ook voor volgende generaties.



♦ Ronnie Hoven, wagenparkbeheerder Duynie Group



♦ Cornel van Gelderen, manager logistiek Duynie Group



♦ Hans van Kessel, Account Manager EG Group

Duynie Group heeft het opwaarderen van restproducten uit de Europese levensmiddelen-, dranken- en biobrandstoffenindustrie al sinds haar oprichting als kernactiviteit. De opgewaardeerde producten, ook wel co-producten genoemd, vinden al bijna 50 jaar via Duynie Group hun weg naar de klant in de vorm van grondstoffen, halffabricaten of eindproducten. Over een visie gesproken!

Royal Cosun

Samen met de Suiker Unie, Aviko, Sensus en SVZ maakt Duynie Group onderdeel uit van Royal Cosun. In totaal werken er dagelijks zo’n 3.700 mensen en realiseren ze jaarlijks een omzet van circa 2 miljard.

In Nijmegen heeft Duynie Group op- en overslagfaciliteiten, een laboratorium en een productie- en kantoorlocatie. De gehele Duynie Group operatie wordt bestuurd vanuit het hoofdkantoor in Alphen aan den Rijn. Verder heeft het bedrijf vestigingen in Duitsland, Engeland, België, Hongarije, Slowakije, Tsjechië en Rusland. Recent

is daar Polen aan toegevoegd. De co-producten worden wereldwijd afgezet. Wij zijn in gesprek met de Manager Logistiek Cornel van Gelderen, de wagenparkbeheerder Ronnie Hoven en hun Account Manager van EG Group Hans van Kessel.

Familiegevoel

Cornel: “Duynie Group is ondanks haar omvang nog een echt familiebedrijf. De medewerkers van Duynie Group zien het bedrijf als één grote familie. Zorg voor elkaar is daarbij vanzelfsprekend. Natuurlijk hebben we ook bij ons verschillende lagen wat betreft verantwoordelijkheden. Maar bij iedereen staat de deur altijd open: spontaan binnenstappen om te overleggen is hier normaal. Korte en heldere lijnen om effectief en praktisch te opereren.”

Aanbodgestuurd

Cornel: “Mijn achtergrond ligt in de financiën. In 2008 stond ik zakelijk op het spreekwoordelijke kruispunt en heb ik heel bewust gekozen voor deze functie als Manager Logistiek bij Duynie Group. Al is mijn rol in deze baan niet direct financieel gerelateerd, het is

DUYNIE GROUP CARES FOR CORE PRODUCTS

Wereldwijd worden grondstoffen schaarser en vraagt de maatschappij steeds meer om duurzaamheid. Mede hierom is de ambitie van Duynie Group het opwaarderen van co-producten tot ‘core’ (kern)producten die als grondstof kunnen dienen voor tal van toepassingen. De missie luidt dan ook: care for core products!

Duynie Group koopt co-producten bij tal van bedrijven in de Europese levensmiddelen-, dranken- en biobrandstoffen industrie. Hiermee ontzorgt Duynie haar leveranciers op het gebied van co-producten en biedt haar klanten nuttige grondstoffen, halffabricaten en eindproducten aan.

- DUYNIE RESPONSIBLE FEEDING levert hoogwaardig en verantwoord veevoer aan bedrijven in de rundvee- en varkenshouderij.
- DUYNIE INGREDIENTS levert hoogwaardige en duurzame ingrediënten van organische oorsprong aan producenten in de petfood industrie.
- AGRI BIOSOURCE verkoopt biomassa als grondstof voor energieopwekking in biogasinstallaties.
- NOVIDON is gespecialiseerd in het verwerken en optimaliseren van resterend zetmeel uit de aardappelverwerkende industrie.
- DUYNIE INNOVATIONS ontwikkelt nieuwe producten op basis van co-producten, en verlegt voortdurend grenzen op zoek naar kansen buiten de gebruikelijke activiteiten van Duynie Group.

Bron: Duynie Group

heel prettig om deze achtergrond te hebben. Regelmatig doen we investeringen. Zoals bij de aankoop van vrachtwagens.

Omdat we in een aanbodgestuurde markt werkzaam zijn, vraagt de logistiek veel aandacht. Het moment van ophalen van co-producten kan erg variëren. We moeten daarin flexibel kunnen zijn en onze leveranciers te allen tijde kunnen ontzorgen. Samen met onze ingehuurde transportpartners schakelen we dan in de hoogste versnelling, waarbij we onze co-producten vervoeren met tankwagens, schepen, kiepers, walking floors- en siloblaastransportwagens.”

Wagenpark

Ronnie: “Sinds zes jaar ben ik verantwoordelijk voor het optimaal functioneren van het wagenpark. Een van de eerste acties was het opstellen van brandstofnormen. Daarbij is onder andere relevant hoeveel kilometers er gereden (moeten) worden. Maar ook om de carbon footprint te reduceren. Niet hoeven omrijden helpt daarbij direct; het uitgebreide netwerk van tankpunten van EG Group past

zeer goed bij de routes die we dagelijks rijden. De beschikbaarheid van de diverse brandstoffen past prima bij onze behoefte. Dat er ook voldoende ruimte is om te tanken en dat we er met zware wagens terecht kunnen, voorkomt ongemakkelijke situaties. Dat scheelt zomaar tijd en onnodige risico’s.”

Ambities

Cornel: “Als bedrijf zijn we ambitieus, maar dat geldt ook voor onze medewerkers. En daar wordt rekening mee gehouden c.q. op ingespeeld. Wanneer een familielid ‘uit wil vliegen’ wordt als eerste nagegaan of dat onder de eigen paraplu kan plaatsvinden. Zo gaf een Engelse collega onlangs te kennen dat hij de ambitie had om ‘in het buitenland’ te willen gaan werken. Die wens werd intern gekoppeld aan de wens van Duynie Group om te internationaliseren. Het resultaat: een Poolse vestiging waar deze Engelsman de leiding heeft. Hij krijgt -als lid van de familie- van collega’s alle relevante ondersteuning zodat hij zo snel mogelijk succesvol is.

- Lees verder op pagina 10

Kennis delen voorkomt dat het wiel opnieuw uitgevonden moet worden. Dat helpt hem in Polen en helpt ons bij het realiseren van de internationale ambities. Door deze aanpak krijgt de continuïteit van het bedrijf een extra stimulans.”

“Onze chauffeurs krijgen maandelijks inzicht in hun brandstofverbruik. Het is mooi om te zien dat inzicht leidt tot betere resultaten.”

Risicobeheersing

Hans: “Groeien betekent ook risico’s lopen. De beheersing van die risico’s helpt om het succes eerder te behalen. Van onze kant doen we aan risicobeheersing door alle procedures vast te leggen die te maken hebben met een zo efficiënt mogelijke levering van brandstoffen en smeermiddelen richting Duynie Group. Is het onder normale omstandigheden al belangrijk om de procedures te volgen, in crisissituaties is het een voorwaarde. Verder analyseren we, samen met de klanten zoals Duynie Group, alle relevante tankdata in de speciale portal die we als EG Group aan de klant beschikbaar stellen. Dat hoort ook bij ons werk. Daarmee is voor iedereen helder wat er op tankgebied gebeurt, waar het gebeurt en door wie. En kan er waar mogelijk en gewenst bijgestuurd worden.”

Gouden bergen beloven

Cornel: “Periodiek zitten Ronnie, Hans en ik om tafel. Elkaar op de hoogte houden van markt- en productontwikkelingen, betekent tijdig kunnen schakelen. Natuurlijk hoort daar op zijn tijd ook het onderwerp prijs bij. Goed inkopen is het halve werk. Maar te goedkoop inkopen kan ten koste van de kwaliteit gaan. We -Duynie Group en EG Group- hebben elkaar ooit gevonden door de juiste prijs-kwaliteitverhouding. En die houden we er in!”

ACCOUNT MANAGER
HANS VAN KESSEL

E: hans.vankessel@eurogarages.com
T: 06 - 54 24 70 39

Professioneel

Gestudeerd om in de agrarische sector te gaan verkopen. Een allergie weerhield hem ervan. Adviseert en verkoopt sinds 1991 in de brandstoffen- en smeermiddelenbranche.

Contact leggen tussen partijen is zijn tweede natuur. Hans' motto: “Het moet altijd een optimale deal voor alle betrokken partijen zijn”.

Persoonlijk

De bergen trekken. Om te skiën en te mountainbiken. En dan gaat het net zo enthousiast als in zijn dagelijkse werk: vol gas!



• Chauffeur: Perry Elbers

Ronnie: “Logisch dat de concurrentie van EG Group regelmatig op onze stoep staat om hun bedrijf te presenteren. Wat de ervaring echter leert, is dat er gouden bergen worden beloofd, maar dat er in de praktijk een heuveltje overblijft. Dat schiet niet op.”

Nieuwe kansen

Duynie Group bestaat in 2018 50 jaar; zeker in de huidige economie een bijzondere mijlpaal. En het bedrijf is nog steeds volop in beweging, waarbij de samenwerking met onder andere universiteiten en onderzoekscentra haar vruchten afwerpt. Cornel: “Neem bijvoorbeeld de co-producten die we drogen met restwarmte voor Duynie Ingredients. Vervolgens worden deze zogenaamde co-producten gebruikt voor het produceren van ingrediënten voor huisdiervoeding. Hier zijn we vier jaar geleden mee gestart. Dit is een groeiemarkt. Hoewel we onze pijlen in het algemeen richten op de Europese markten, zijn deze producten met name voor de Amerikaanse markt interessant. Bij al deze ontwikkelingen wordt ook gekeken naar alternatieve brandstoffen voor de vrachtwagens. Immers, onze carbon footprint moet zo klein mogelijk zijn.”

Ronnie: “Als we alle huidige mogelijkheden van de alternatieve brandstoffen bekijken, zoals CNG, LNG, NextGenB30, GTL en elektrisch, dan is ‘het beste’ er nog niet. Alles heeft zijn voor en tegen. Samen met EG Group blijven we de ontwikkelingen op de voet volgen. Waar we nu al wel invloed op uitoefenen is ‘de voet van de chauffeur’: door die goed in te zetten, is er direct winst te behalen. Onze chauffeurs krijgen maandelijks inzicht in hun brandstofverbruik. Het is mooi om te zien dat het inzicht leidt tot betere resultaten per liter brandstof. Buiten het feit dat onze chauffeurs elke dag weer contact hebben met onze klanten, voelen zij zich mede door dit inzicht onderdeel van de totaaloplossing. De eerder genoemde portal met tankdata dient als basis voor hun cijfers. Winst op een breed front.” ♦

DELO. LET’S GO FURTHER

Overgang Texaco Ursa-portfolio naar nieuwe naam: Texaco Delo

De komende periode staan er belangrijke veranderingen te gebeuren in het Texaco-productportfolio. We maken vanaf januari 2018 de overstap van de Texaco Ursa-naam naar Delo voor ons hele aanbod voor trucks en bedrijfsvoertuigen. De Ursa-naam zal in de loop van 2018 langzaam verdwijnen en in Nederland zullen deze producten de Texaco Delo-merknaam gaan dragen.

De Delo merknaam wordt al gebruikt in Noord- en Centraal-Amerika, in combinatie met Chevron en in Azië, Afrika en het Midden-Oosten in combinatie met Caltex. Delo is straks ons wereldwijde productmerk voor smeermiddelen in bedrijfsvoertuigen. Voor zowel het wegvervoer als voor toepassingen als grondverzet. Straks zullen er dus Delo-motoroliën, vetten, versnellingsbakoliën en koelvloeistoffen te vinden zijn bij alle reguliere Texaco Ursa-verkooppunten.

Wereldwijde goedkeuringen

Voor Chevron Lubricants betekent deze overstap dat het eenvoudiger zal worden met OEM’s te komen tot wereldwijde productgoedkeuringen. Voor klanten verandert er niets aan de kwaliteit of samenstelling van producten. Enkel de productnaam en verpakking zal veranderen en voortaan wereldwijd hetzelfde zijn, wat zorgt voor een duidelijker aanbod voor internationaal opererende bedrijven. Ook voor ons verkoopkanaal (dat ook steeds vaker internationaal opereert), geeft de overgang naar Delo meer helderheid en eenduidigheid.

Het Delo-smeermiddelenprogramma bestaat straks ruwweg uit twee productlijnen: de Delo 400 oliën en de Delo Gold oliën. Delo 400 omvat de ‘oude’ Ursa Ultra-varianten, de Delo Gold-lijn omvat het Ursa Heavy Duty, Ursa Premium en Ursa Extra Duty-aanbod. Nog steeds in hetzelfde aantal variaties voor diverse viscositeiten. Daarnaast zijn er de Delo versnellingsbakoliën, vetten en koelvloeistoffen.

Innovatie

Uiteraard blijft Chevron Lubricants verder innoveren op haar productportfolio. Alle typegoedkeuringen voor ongewijzigde producten blijven van kracht. Maar de ontwikkeling staat niet stil: Chevron zal blijven investeren in herformuleringen en de ontwikkeling van compleet nieuwe producten voor de Europese en Euraziatische markten om de eisen van de markt af te blijven dekken. Een van die eisen is de vraag van veel OEM’s en wereldwijd opererende klanten naar wereldwijde formuleringen om overal ter wereld hetzelfde product te kunnen bieden.

Onze slogan: ‘Delo. Let’s Go Further’ is een perfecte illustratie van de doorontwikkeling in ons portfolio. Net als de laatste jaren, zullen de ontwikkelingen voor Delo ook in het teken staan van het verlagen van het brandstofverbruik van onze klanten. Dus niet alleen gaat Chevron verder met het Delo-aanbod, we streven er actief naar onze eindgebruikers verder te helpen op één liter brandstof door de ontwikkeling van hoogwaardige smeermiddelen. Daarvoor zullen ook onder de Delo-naam nieuwe producten worden ontwikkeld met innovatieve eigenschappen en technologieën. ♦

Meer informatie over de overgang van Texaco Ursa naar Texaco Delo kunt u opvragen bij uw contactpersoon of direct via de QR code of de link.

<https://goo.gl/zybc5E>



SALLAND OLIE IS 'AUTHORIZED TEXACO LUBRICANTS DISTRIBUTOR'

FOTOMOMENT VAN LIANNE BOOIJINK

Iedereen (weer) veilig binnen

“Voor mij zijn deze twee foto's heel bijzonder: de (linker) omdat we nu eenmaal keihard geld nodig hebben om het Ronald McDonald Huis in Zwolle te laten functioneren. Al zijn er 105 vrijwilligers, veel zaken moeten gewoon betaald worden. Het bedrag dat we aan het eind van de zevende editie van de Ronald McDonald Rally op de cheque zagen overtrof alle verwachtingen! Het was zelfs een groter bedrag dan in 2016.



♦ Fotografie: Casper Heij

Natuurlijk hebben de drie hoofdsponsors (Firezone, Deltion College Zwolle en Pouw Automotive Groep) een belangrijk aandeel hierin. Maar wat ik ook zo mooi vind, is dat er steeds meer mensen meedoen aan de rally. Zij hebben dit jaar, na de start in het PEC stadion, een prachtige rit

door het Sallandse land gemaakt. En zo fijn dat wat we met het huis doen, iedereen in moeilijke omstandigheden een veilig huis geven, ook na de rally konden zeggen: iedereen was weer veilig binnen.

De andere foto is een afbeelding van een kaartje dat na de rally op de dinertafel lag. Het is de verwoording van ouders hoe zij het huis ervaren. Deze tekst heb ik vlak voor de bekendmaking van de uitslag van de rally voorgelezen aan alle gasten; het was muisstil. Het leek wel of iedereen zich op dat moment nog meer bewust was van het nut van deze dag.” ♦

Beeld: Uitreiking cheque t.w.v. €45.000,- aan Ronald McDonald Huis in Zwolle. V.l.n.r.: Jan Sipke Hulzinga (Head B2B Fuel & Lubes Sales Benelux), Bert Beun (voorzitter Deltion College), Gijs van de Ridder (Vestigingsmanager Zwolle Pouw Automotive Group) en Lianne Booijink (Manager Ronald McDonald Huis)

10 weken te vroeg werd onze tweeling Flynn & Ivy geboren en al meteen moest Flynn met spoed een darmoperatie ondergaan in een ziekenhuis 100 km verderop. Onze wereld stond op zijn kop.

Na de operatie begon het herstel, doodziek was het kleine ventje in zijn coureuse met slangetjes, kabeltjes en piepjes.

De verpleegsters kwamen ons al snel vertellen dat we naar het Ronald McDonaldhuis konden om wat te rusten en hier konden verblijven zolang nodig zou zijn.

Het Ronald McDonaldhuis, met haar gastvrije lieve vrijwilligers, heeft ons zo'n fijn 'thuisgevoel' gegeven.

28 weken lang konden wij dicht bij onze kinderen zijn en een beetje proberen te ontspannen in een huiselijke sfeer zonder witte muren en jatten, en zonder zorgen over vervoer of hoge kosten. Zonder het Ronald McDonaldhuis waren wij nergens.

Bedankt! Mike, Pando, Flynn & Ivy

WE SLUITEN HET JAAR SUCCESVOL AF, DE PUZZELSTUKJES VALLen IN ELKAAR!



♦ Illustratie: Rudi Jonker

colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie en Nijol, onderdeel van EG Group. Oplage: 11.000 exemplaren. Coördinatie: Unlimited Communication, Trompstraat 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.

