

# INHOUD

|   |    |
|---|----|
| <b>KERNCIJFERS</b>                            | 2  |
| <b>OVER INTRES</b>                            | 3  |
| PROFIEL                                       | 3  |
| MISSIE  | 3  |
| STRATEGIE                                     | 3  |
| KERNACTIVITEITEN                              | 4  |
| MANAGEMENT                                    | 7  |
| <b>BERICHT VAN DE RAAD VAN COMMISSARISSEN</b> | 8  |
| <b>BESTUURLIJKE GEGEVENS</b>                  | 10 |
| <b>DIRECTIEVERSLAG</b>                        | 11 |
| BELANGRIJKSTE MARKTONTWIKKELINGEN IN RETAIL   | 11 |
| STRATEGISCHE HERORIËNTATIE                    | 12 |
| ORGANISATIEONTWIKKELING                       | 13 |
| RESULTATEN 2007                               | 14 |
| MEDEWERKERS                                   | 16 |
| VISIE OP DE TOEKOMST                          | 17 |
| <b>JAARREKENING (CD-ROM)</b>                  | 18 |

# KERNCIJFERS

(bedragen x 1.000)

|                                      | 2007             | 2006    | 2005    | 2004      | 2003      |
|--------------------------------------|------------------|---------|---------|-----------|-----------|
| Aantal aangesloten leden             | <b>1.237</b>     | 1.347   | 1.409   | 1.474     | 1.512     |
| Aantal vestigingen                   | <b>1.874</b>     | 2.001   | 2.090   | 2.194     | 2.239     |
| Aantal centraal-betaal-aansluitingen | <b>2.419</b>     | 2.484   | 2.578   | 2.991     | 3.098     |
| Netto-omzet                          | € <b>975.000</b> | 981.000 | 994.000 | 1.102.000 | 1.078.000 |
| Omzetmutatie                         | <b>- 1%</b>      | - 1%    | - 10%   | + 2%      | + 7%      |
| Bedrijfsresultaat                    | € <b>1.854</b>   | 3.038   | 2.183   | 1.827     | 3.247     |
| Resultaat na belastingen             | € <b>1.259</b>   | 3.104   | 2.235   | 1.138     | 2.246     |
| Afschrijvingen                       | € <b>2.956</b>   | 2.790   | 3.095   | 3.246     | 3.422     |
| Cashflow                             | € <b>4.215</b>   | 5.894   | 5.330   | 4.384     | 5.668     |
| Vermogen:                            |                  |         |         |           |           |
| - eigen                              | € <b>33.530</b>  | 32.666  | 29.797  | 27.694    | 26.658    |
| - vreemd                             | € <b>39.399</b>  | 51.249  | 57.218  | 61.864    | 49.429    |
| Solvabiliteit                        | <b>46%</b>       | 39%     | 34%     | 31%       | 35%       |
| Liquiditeit                          | <b>1,3</b>       | 1,4     | 1,5     | 1,0       | 1,0       |
| Aantal medewerkers ultimo jaar:      |                  |         |         |           |           |
| - Intres                             | <b>352</b>       | 360     | 401     | 390       | 406       |
| - Intres winkelmaatschappijen        | <b>121</b>       | 111     | 114     | 111       | 123       |
| Gemiddeld aantal FTE'S:              |                  |         |         |           |           |
| - Intres                             | <b>298</b>       | 321     | 343     | 349       | 363       |
| - Intres winkelmaatschappijen        | <b>61</b>        | 59      | 69      | 60        | 75        |

## OVER INTRES

### PROFIEL

Intres is één van de grootste retail service organisaties voor non-food detailhandel in Nederland. De 1.250 aangesloten ondernemers exploiteren 1.900 speciaalzaken, warenhuizen, fashionmalls en megastores in mode, wonen, sport en media. Samen vertegenwoordigen zij een consumenten-omzet van ruim 2 miljard euro. Om op de Nederlandse retailmarkt een stevige positie in te kunnen blijven nemen, biedt Intres zijn ondernemers verschillende samenwerkingsvormen, van selectieve inkoopbundeling tot krachtig gepositioneerde winkelformules. De brede retailkennis van Intres is ondergebracht in drie kernbedrijven die samen een organisatie vormen voor individuele speciaalzaken en/of formules. Intres heeft 298 (fte) medewerkers in dienst die vanuit het kantoor in Hoevelaken de bedrijfsvoering van de aangesloten ondernemers ondersteunen. Daarnaast zijn er 61 (fte) medewerkers werkzaam in de winkels.

### MISSIE

Intres is hét toonaangevende retailservicebedrijf voor speciaalzaken in de markten media, mode, sport en wonen in Nederland.

Intres biedt zijn logistieke en marketing-communicatiediensten breed aan in de non-foodmarkt.

Intres is dé aanbieder van franchiseformules voor de zelfstandige ondernemers in mode, bodyfashion, media, sport en wonen.

### STRATEGIE

Intres wil als retailservicebedrijf de commerciële slagkracht en het succes van de aangesloten ondernemers vergroten door:

- gedifferentieerde aanpak per markt
- ontwikkeling van franchiseformules die groeien boven het markt-gemiddelde
- verlaging van kosten in de goederenstroom
- versnelde transformatie van inkoop- naar verkooporiëntatie
- transparantie in functies, kosten en opbrengsten.

## KERNACTIVITEITEN

De activiteiten van Intres zijn ondergebracht in drie bedrijven.

### Intres Retailsamenwerking

Retailondernemers wordt de mogelijkheid geboden om samen te werken op het gebied van inkoop en marketing. Ruim twintig samenwerkingsgroepen in mode, sport en wonen hebben zo hun krachten gebundeld. Centraal betalen, inkoop, collectioneren, private labels, bedrijfsvergelijkingen, marketing-communicatie en relatie-evenementen behoren tot het basispakket. De inzet van Intres is gericht op de verbetering van het brutoresultaat van de aangesloten ondernemers.

### Intres Retaildiensten

Het Retaildienstenbedrijf bestaat uit drie innovatieve bedrijven, die de vraag van formules, groepen, zelfstandige ondernemers en derden marktbreed en marktconform invullen.

#### Retail Marketing Services

Retail Marketing Services biedt een scala aan diensten waarmee de commerciële slagkracht van winkels kan worden vergroot. De diensten staan open voor alle Intres-leden, maar ook voor derden. Zij kunnen een beroep doen op de reclamestudio, internetspecialisten, winkelbouwers, visual merchandising en marketingspecialisten. Ook inkoop van drukwerk en sales promotionartikelen, marktonderzoek en public relations vallen onder Retail Marketing Services.

#### Logistieke Services

Logistieke Services verzorgt het gehele traject van het vervoer van goederen van het land van oorsprong naar de winkels. Intres streeft ernaar dit proces efficiënt en tegen lage kosten te realiseren. Voor bepaalde formules wordt een standaardassortiment op voorraad gehouden dat doorgaans binnen 24 uur wordt geleverd. Door deel te nemen aan de vrachtarrangementen en het programma voor verpakkingsafvalretouren kunnen leveranciers en ondernemers die hieraan meedoen extra kosten besparen en een bijdrage leveren aan een schoner milieu.

## Exclusive Brands

Exclusive Brands laat producten en labels ontwikkelen en vervolgens produceren waar dat het beste kan. Het bedrijf richt zich op de wensen op het gebied van private labels van samenwerkende groepen en individuele ondernemers. De activiteiten zijn momenteel gericht op mode. Deze onderscheidende, exclusieve en margerijke producten bieden ondernemers extra mogelijkheden voor een sterkere positie in hun markt.

## Intres Retailformules

Intres Retailformules gaat samenwerkingsgroepen, die zich willen ontwikkelen tot een zelfstandige, herkenbare winkelformule, actief ondersteunen. Deze formules gaan op centraal niveau formulemanagement voeren, waardoor de ondernemers zich kunnen concentreren op de lokale markt. De Intres franchiseformules en formules in ontwikkeling zijn: Intersport en Coach, Livera en Lindessa, Libris en Blz., Morgana en Burmann.

## Algemene diensten

### Centrale Betaling

Intres heeft de verwerking en centrale betaling van facturen van Intres-ondernemers aan hun leveranciers ondergebracht bij RetailPay. Jaarlijks worden miljoenen facturen verwerkt. Intres garandeert leveranciers snelle en betrouwbare betaling en een hoge mate van efficiency. De ondernemers kunnen daardoor rekenen op snelle levering van bestelde goederen en een gestroomlijnde financiële afhandeling.

### Informatiemanagement & Automatisering

Informatiemanagement & Automatisering zorgt ervoor dat de ICT-voorziening binnen Intres optimaal benut wordt en dat winkels daar gemakkelijk op kunnen aansluiten. Op het gebied van winkelautomatisering wordt samengewerkt met partners en blijft Intres zich oriënteren op eventuele partners die branchespecifieke softwarepakketten aanbieden.

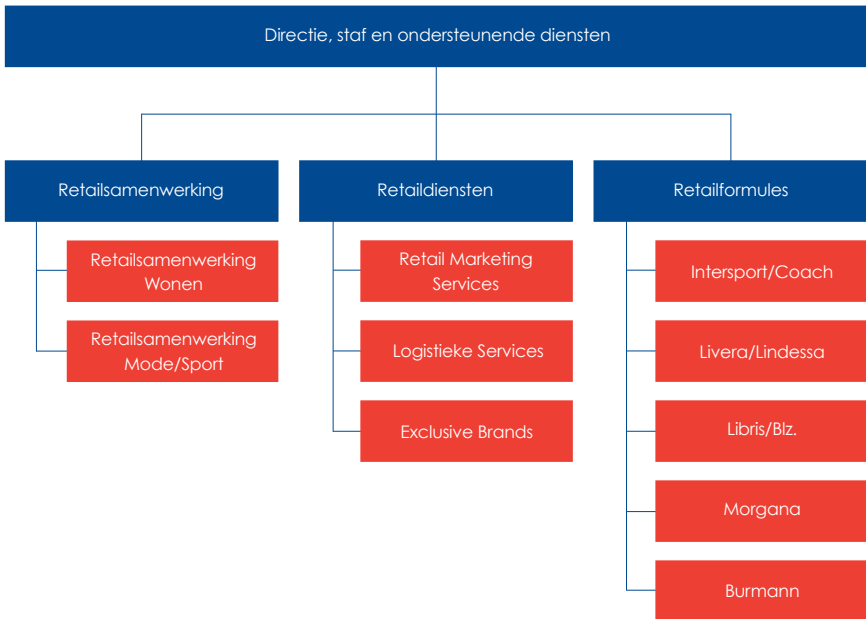
## Participaties & Projecten

Intres Participaties & Projecten helpt onder andere jonge zelfstandige ondernemers bij start of overname. Om de slagingskans te vergroten, ondersteunt Intres jonge ondernemers zowel financieel als via praktische begeleiding.

## Facilitair Centrum

Intres beschikt in Hoevelaken over een uitgebreid Facilitair Centrum. Dit centrum beheert het centrale kantoor- en zalencomplex en is betrokken bij inrichting van beurzen. Ook wordt het zalencomplex verhuurd aan derden. 'Hoevelaken' wordt door ondernemers, formules en door derden gezien als een aantrekkelijk conferentiecentrum met professionele restaurantvoorzieningen, een goede bereikbaarheid en gratis parkeren.

### VANUIT DE GEKOZEN STRATEGIE HEEFT INTRES ZIJN ORGANISATIE ALS VOLGT INGERICHT



## MANAGEMENT

### Directie en staf

Algemeen Directeur  
Finance & Control  
Intres Financial Services  
Personeel & Organisatie  
Informatisering & Automatisering

Oscar van den Ende  
Hein Frijlink  
Steven van Gent  
Ingelou Nagel-Klamer  
Wim van Raaij

### Retailsamenwerking

Mode/Sport  
Wonen

Henk Havinga  
Arie Schreuder

### Retaildiensten

Retail Marketing Services  
Logistieke Diensten  
Exclusive Brands

Wim van den Berg  
Willem-Jan Drost  
Henk Havinga

### Retailformules

Intersport/Coach  
Livera/Lindessa  
Libris/Blz.  
Morgana  
Burmam

Nico van Offeren  
Marja Veenstra  
Caroline Damwijk  
Edwin Wijnen  
Bert Bertens

# BERICHT VAN DE RAAD VAN COMMISSARISSEN

## AAN DE ALGEMENE LEDENVERGADERING

Met genoegen bieden wij u hierbij het jaarverslag 2007 aan. De in dit verslag opgenomen jaarrekening is gecontroleerd door KPMG Accountants N.V. en de goedkeurende accountantsverklaring is opgenomen op pagina 36 van dit jaarverslag.

Wij stellen u voor de jaarrekening 2007 vast te stellen en daarmee de directie te dechargeren voor het gevoerde beleid en de leden van de raad van commissarissen voor het gehouden toezicht.

In het afgelopen jaar kwam de raad van commissarissen zevenmaal bijeen in aanwezigheid van de directie. Aan de orde kwamen de ontwikkelingen in de relevante branches in de detailhandel, de strategie en het beleid van Intres, de risicobeheersing en de resultaatontwikkeling, alsmede de operationele processen. Een belangrijk punt van aandacht was de herinrichting van de organisatie.

In de vergadering waarin de jaarrekening werd besproken, vond het jaarlijkse auditgesprek met de externe accountant plaats. De binnen de raad functionerende auditcommissie kwam in het verslagjaar tweemaal bij elkaar. Twee leden van de raad van commissarissen hebben een overlegvergadering met de ondernemingsraad bijgewoond.

De raad vergaderde ook eenmaal afzonderlijk van de directie. In deze vergadering is het eigen functioneren van de raad van commissarissen en de relatie tot de directie besproken.

De heer A.J. Edel is conform het rooster afgetreden in april 2007. De hierdoor ontstane vacature dient nog te worden ingevuld. Conform het rooster van aftreden is in 2008 aftredend de heer G.M.H. Jansen. De heer Jansen is niet herbenoembaar.

Wij spreken onze dank en waardering uit voor de inbreng van de heren Edel en Jansen in de raad in de afgelopen acht jaren.

Voorts willen wij onze oprechte dank uitspreken aan directie en medewerkers voor hun grote inzet en betrokkenheid in het afgelopen jaar. Voor wat betreft de toekomst van Intres onderschrijft de raad van commissarissen de strategische richting en visie van de directie volledig.

Hoevelaken, 27 maart 2008

Raad van Commissarissen

## BESTUURLIJKE GEGEVENS

INTRES B.V. EN COÖPERATIE INTRES U.A.

### Raad van commissarissen

W. de Weert, voorzitter (1945)

G.M.H. Jansen, vice-voorzitter (1956)

Drs. A.J. Bakker\* (1951)

P.M.A. Dankaat (1943)

J.H.M. Kaptein (1959)

R.A.G. van Klooster (1951)

Drs. J.F.C.M. van Nuenen\* (1945)

A.M. Westen\* (1966)

\* lid van de auditcommissie

### Directie

Drs. J.O.M. van den Ende (1952)

### Secretaris

R.A. van Nieuwenhuizen (1958)

### Ondernemingsraad

R. Press, voorzitter (1956)

R.R. Vogelaar, vice-voorzitter (1964)

G. van Dijk (1947)

W.G.M. van Doornik (1959)

C.M.C. van der Plaats-Bos (1960)

P.H. van Westing (1971)

R. Willegers (1964)

Samenstelling per 27 maart 2008

## DIRECTIEVERSLAG

Intres Retail is in de markten sport, mode, media en wonen indirect één van de grootste non-food retailbedrijven van Nederland. De aangesloten ondernemers vertegenwoordigen ruim 2 miljard euro consumentenomzet. Om die positie veilig te stellen heeft in 2007 een heroriëntatie plaatsgevonden op de rol en betekenis van Intres voor de aangesloten ondernemers. Dit heeft geleid tot een aangescherpte strategie die een verdere uitwerking is van de eerder geformuleerde doelstellingen. Verkooporiëntatie, kosten uit de keten en transparantie naar de ondernemers blijven de uitgangspunten. Wat verandert, is dat Intres zich als commercieel facilitair bedrijf nadrukkelijker positioneert met drie bedrijfsonderdelen. Ieder met een eigen aanbod en eigen spelregels waar ondernemers in retail zich bij aan kunnen sluiten. De centrale organisatie zal in al zijn hoedanigheden een betere winstgevendheid moeten laten zien om de dienstverlening aan de ondernemers verder te kunnen professionaliseren.

## BELANGRIJKSTE MARKTONTWIKKELINGEN IN RETAIL

Op de Nederlandse retailmarkt verdringen de partijen zich om hun positie te handhaven. Groei van marktaandeel is in een aantal markten alleen mogelijk door marktaandeel te kopen. De positie van de specialzaak staat onder druk doordat ketens hun schaalgrootte effectief bundelen. In de supply chain, in marketing én in vestigingsbeleid. Kapitaalkrachtige partijen zijn daarbij in het voordeel. Zij benutten kansen als die zich voordoen en breiden hun invloed steeds verder uit.

De verschuiving in aanbod buiten het kernassortiment zet door. Non-food wordt aangeboden in de supermarkt, meubels in tuincentra, boeken en voeding bij het benzinestation, kledinglijnen in sportzaken. Kannibalisatie en branchevervaging zijn het gevolg. Voor consumenten is het in het woud van producten, onduidelijk gepositioneerde formules en gedifferentieerd aanbod lastig het onderscheid te maken. Zij kiezen derhalve vaak voor bekende merken, omdat die een baken van rust en vertrouwen zijn in de stortvloed van communicatieboodschappen. Een heldere en consistente merkpositionering wint dus aan belang.

In bepaalde segmenten, zoals woningtextiel is eveneens het effect te zien van de groei van eenpersoonshuishoudens. De omzetten in die segmenten

groeien harder dan de non-foodmarkt in totaal. De naderende vergrijzing zal ook in het aankoopgedrag van consumenten zichtbaar worden. Internet beïnvloedt het koopgedrag van de consument in steeds sterkere mate. Klanten gebruiken internet als informatiebron en hebben hun keuze thuis regelmatig al bepaald. Een groeiend aantal consumenten koopt via internetwinkels. In 2007 deed 66% van 11 miljoen internetgebruikers dat wel eens (bron CBS).

De consument ergert zich steeds meer aan zaken als parkeergebrek, rijen voor de kassa of beperkte openingsuren. Om klanten te binden is het noodzakelijk deze ergernissen te verminderen of weg te nemen. In sommige branches, zoals herenmode, worden deze signalen al opgepikt door openingsuren te bieden buiten de reguliere kantooruren.

## STRATEGISCHE HERORIËNTATIE

De eerder geschetste marktontwikkelingen hebben geleid tot een aanscherping van de strategische koers van Intres. Krachtige samenwerking tussen ondernemers is noodzakelijk om levensvatbare specialzaken in de markten mode, wonen, sport en media te behouden. Individuele winkels werken samen in inkoop en marketing, of sluiten zich aan bij één van de herkenbare winkelformules. Intres wil als "coöperatie nieuwe stijl" het rendement op zijn toegevoegde waarde verdubbelen, waardoor meer financiële armslag ontstaat om de volgende doelstellingen te realiseren:

- Positionering en schaalvergroting.

Schaalvergroting is nodig omdat de ontwikkelingen in de markt dit zullen afdwingen. Door de retailmerken collectief te positioneren als kwaliteitsmerken wil Intres de formules versterken.

- Franchiseformules groeien boven het marktgemiddelde in omzet en rendement.

Ondernemers die zich verenigen via een franchiseverband zijn binnen Intres aantoonbaar succesvoller dan hun collega's in dezelfde branche.

- Kosten uit de keten.

Verbeterde logistiek en distributie en geïntegreerde ICT-oplossingen zorgen voor structurele kostenbesparing voor de ondernemers.

- Transparantie in de functies, kosten en opbrengsten.  
Het streven is dat voor iedere ondernemer de toegevoegde waarde van Intres en de daarbij behorende voorwaarden helder zijn.

## ORGANISATIEONTWIKKELING

Het divisiemodel was vooral geënt op de inkoopcombinatie en de branches waarin de ondernemers actief waren. Dit model is vervangen door een functionele organisatiestructuur met een sterkere focus op de aard van de business en de positionering van de ondernemers en hun samenwerkingsvorm.

**Intres Retailsamenwerking** biedt samenwerkingsgroepen een basispakket diensten dat bestaat uit:

- Centraal betalen, inkoop (basiscollecties en private labels), marketingcommunicatie, bedrijfsvergelijkingen en relatie-evenementen.
- Ondernemers die zich hebben verenigd in een samenwerkingsgroep betalen hiervoor een jaarlijkse bijdrage.

**Intres Retaildiensten** bestaat uit een aantal innovatieve bedrijven die gespecialiseerde diensten aanbieden:

- Retail Marketing Services biedt een breed scala aan commerciële diensten.
- Logistieke Services ontwikkelt zich tot een leidende logistieke dienstverlener in de non-foodmarkt.
- Exclusive Brands treedt op als regisseur bij de ontwikkeling van private labels.

Naast deze specialistische diensten biedt Intres administratieve en financiële diensten zoals centraal betalen. Alle aangesloten ondernemers, groepen of individueel, maar ook externe partijen kunnen deze diensten tegen zeer gunstige tarieven afnemen. Het voordeel voor de ondernemer is dat hij bij Intres toegang heeft tot retailkennis in de volle breedte.

**Intres Retailformules** ontwikkelen zich de komende drie jaar tot franchiseorganisaties. Er zijn momenteel acht samenwerkingsverbanden die de potentie hebben om zich te positioneren als een nog krachtiger eenheid. Deze formules gaan op centraal niveau formulemanagement voeren met het accent op krachtige positionering van winkelformule en merk, inkoop en assortiment, logistiek, ICT en winkelautomatisering.

Om tot een hechtere samenwerking te komen worden afspraken die formules maken over de samenwerking met Intres vastgelegd in een franchiseovereenkomst. Diensten die de centrale organisatie levert worden doorgaans gefinancierd uit de franchisefee en/of uit de opbrengsten uit de goederenstroom.

## RESULTATEN 2007

### Commerciële resultaten naar markt

De economische opleving heeft niet tot significante verbetering van de detailhandelsmarkt geleid. Het herstelde consumentenvertrouwen vertaalde zich niet in een vergelijkbaar bestedingspatroon. Dit komt tot uitdrukking in de algemene marktgroei in non-food, die uitkwam op 3,7%, terwijl die in 2006 nog 6,2% was (bron CBS). De dalende tendens ten opzichte van 2006 zal het komende jaar doorzetten. Op de wat langere termijn zal het consumentenvertrouwen teruglopen wat gevolgen zal hebben voor de bestedingen. Deze ontwikkeling zal automatisch leiden tot een sterkere prijsfocus en verdere marktverkrapping.

De Intres-ondernemers wisten over het algemeen de consumentenomzetgroei te volgen en hun brutomarges te laten stijgen. Intres-ondernemers, samenwerkend in groepen of formules, deden het gemiddeld zelfs nog beter. Dit relatief goede resultaat is mede te danken aan de inspanningen van Intres op het gebied van inkoop, marketing en centraal betalen.

### Financiële resultaten Intres algemeen

De totale transitio-omzet bedroeg in 2007 euro 975 mln. (2006: euro 981 mln.). Het resultaat daalde naar euro 1,259 mln. (2006: 3,104 mln.).

Door strakker risicomangement en een solide herfinancieringsstrategie is de debiteurenportefeuille nog beter onder controle dan in 2006. De professionele Intres ondernemers betalen structureel beter dan enige jaren

geleden. Deze ontwikkeling heeft echter ook een bijkomend effect op het resultaat van Intres. Door scherper risicobeleid en betere arrangementen zijn de inkomsten uit achterstandrentes gedaald.

Het resultaat is in 2007 sterk beïnvloed door het resultaat uit deelnemingen. In 2006 was er door de verkoop van het belang in Fedac B.V. sprake van een eenmalige bate, die ten gunste van dit resultaat is gebracht. Dit jaar was er bij één van de geconsolideerde deelnemingen sprake van een materieel verlies, waardoor het resultaat fors lager is dan in 2006.

Extra kosten als gevolg van de in 2006 gestarte ICT-projecten zijn eveneens van invloed op het resultaat over 2007. Bij één van de meeste prominente formules was sprake van een grote financiële afwijking ten opzichte van het budget en het jaar daarvoor. De overgang van het Intres pensioenfonds naar het Bedrijfstakpensioenfonds Detailhandel heeft een positief effect gehad op het resultaat.

### Bijzondere gebeurtenissen in 2007

In 2007 is de verzelfstandiging van Morgana voorbereid. Per 1 januari 2008 is Morgana Franchise B.V. opgericht waarin Intres (80%) en de directie van Morgana (20%) aandeelhouders zijn. Met deze verzelfstandiging is Morgana de eerste formule binnen Intres Retailformules die volgens een nieuw businessmodel gaat werken.

Een bijzonder succes was de overeenkomst met Musterring waarbij Intres-wonenondernemers het exclusieve recht van verkoop hebben en de lancering van de collectie Jouw Huis.

Intersport Academy werd genomineerd voor de Ginjaar-Maas Prijs. Deze prijs is bestemd voor een project, dat volwassen werkenden of werkzoekenden stimuleert tot (verder) leren om hun kansen op de arbeidsmarkt te vergroten. Intersport Academy biedt medewerkers de mogelijkheid om via internet een vakdiploma te behalen op mbo-niveau. Ook Livera is gestart met een eigen Academy.

De samenwerking tussen AUB en Get Smart was een belangrijke stap. Het stylingbedrijf Eurobrands, gevestigd in Bodegraven, werd geacquireerd. Hierdoor kan de private labelaanpak in jeugdmode verder geprofessionaliseerd worden.

Verheugend is dat Libris in 2007 de grens van 100 winkels is gepasseerd. Samen met de 70 Blz.-vestigingen versterkt dit de positie van de Intres-boek-

verkopers in de competitieve mediamarkt.

Op het gebied van Logistiek was een bijzonder succes het project afvalretourenmanagement. Zestig winkels in Nijmegen regelen onder regie van Intres gezamenlijk hun afvalretouren. Hierdoor is het aantal vrachtwagenbewegingen met 15% gereduceerd. Dit initiatief is overgenomen door winkeliers in het centrum van Den Haag. Het bijzondere aan dit project is dat het niet alleen Intres-leden betreft.

Intres Retaildiensten wist het dienstenpakket voor Oogmerk en Twico uit te breiden van centraal betalen naar winkelbouw, reclame en instore marketing. Eén van de grootste aangesloten ondernemers Brova (Houtbrox, Dutler, Dutch) heeft over de volle breedte zijn marketing-communicatie aan Intres uitbesteed. Over het hele jaar realiseerde Intres Winkelbouw een record aan winkelverbouwingen die meer dan 40.000 vierkante meter besloegen.

Met verschillende acties droegen Intres formules bij aan maatschappelijke doelen. Intersport verzamelde 140.000 euro met een ludieke landelijke fietstocht langs een groot aantal vestigingen voor de stichting Spieren voor Spieren. Liverra zamelde in het kader van de actie Pink Ribbon 50.000 euro voor borstkankeronderzoek.

## MEDEWERKERS

Met de invoering van de nieuwe organisatiestructuur komt de nadruk meer te liggen op formulemanagement, marketing en logistiek. De behoefte aan specifieke kennis en ervaring op retailgebied zal stijgen. Intres wil daarmee ook zijn aantrekkelijke uitstraling als werkgever in retail versterken. Medewerkers krijgen veel kansen om zich op dit vakgebied in de breedte te ontwikkelen door het volgen van opleidingen en seminars.

Eind 2007 had Intres 352 medewerkers in dienst, waarvan 163 mannen en 189 vrouwen. Dit komt neer op 298 fte (2006: 321 fte). Het aantal personeelsleden in de winkelbedrijven steeg van 111 (59 fte) in 2006 naar 121 (61 fte) in 2007.

Het ziekteverzuim bedroeg 3,4% (2006: 4,2%).

## VISIE OP DE TOEKOMST

Verkoopkrachtige winkelformules en internet bepalen steeds meer het koopgedrag. De consument gebruikt internet om zich te oriënteren maar ook om aankopen te doen. Winkelformules die hier goed op inspelen kunnen hun marktaandeel vergroten.

Intres blijft zich inzetten voor gebundelde inkoopkracht en distributieafspraken met fabrikanten. Zowel voor samenwerkingsgroepen als voor formules. De verdere ontwikkeling van A-merken biedt Intres- ondernemers eveneens ruimte voor private labels met hogere marges. Een sterk merkenbeleid is nodig om voldoende onderscheidend vermogen te behouden en te creëren. Managementinformatie is essentieel voor zowel een doeltreffend assortimentsbeleid als voor een efficiënte goederenlevering. Intres blijft zich daarom inzetten om ondernemers te ondersteunen bij de optimalisering van hun ICT-voorziening.

Het "kopen van marktaandeel" door kapitaalkrachtige partijen zet door. Ook het fenomeen marktverdringing in plaats van marktgroei zal in vele branches waar Intres actief is nog tot de nodige onrust leiden. Intres ondernemers kunnen zich hier vooral tegen wapenen door zich te verenigen in samenwerkingsverbanden of formules, al dan niet gefinancierd door Intres of derden. Ondernemers maken daardoor beter gebruik van de slagkracht die zij via Intres hebben. Daarbij blijft voorop staan dat de speciaalzaak (individueel of als onderdeel van een formule) zich onderscheidt door persoonlijke benadering en maatwerk, alsmede door beleving en een uitstekend assortiment.

Hoevelaken, 27 maart 2008

J. Oscar M. van den Ende  
Algemeen Directeur