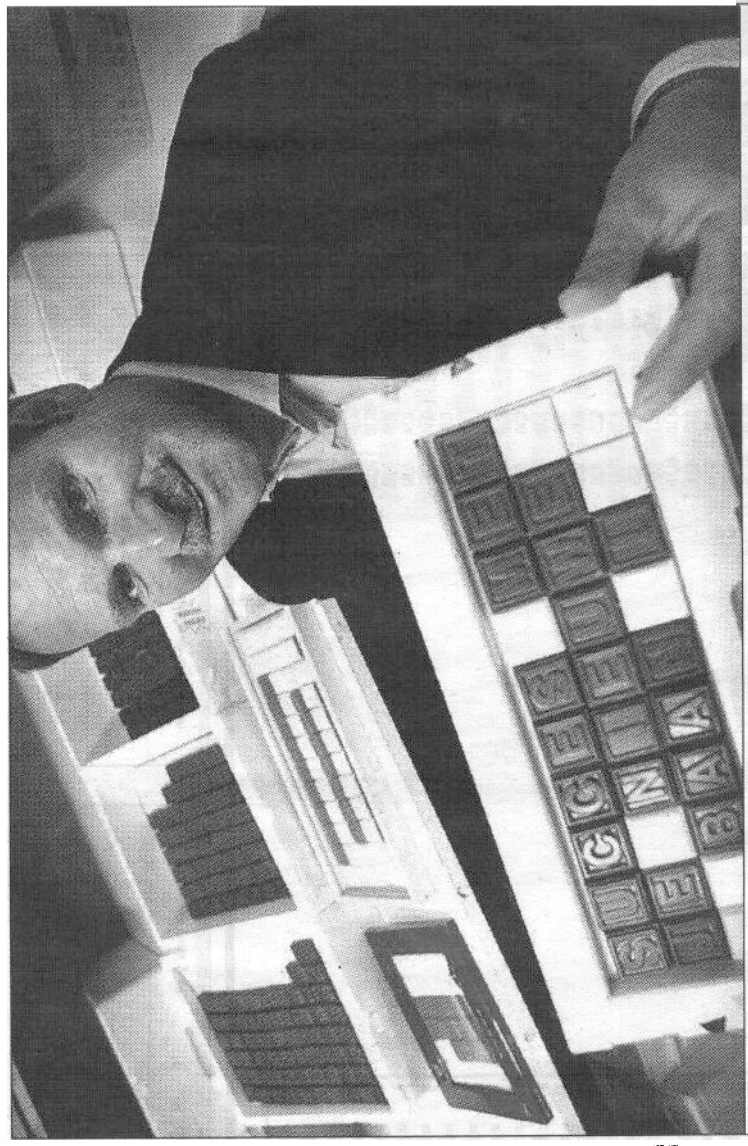


Door Rob van Well

Een persoonlijke wens in chocolade



Naam: Harry Timmers
Product: Chocotelegram
Bedrijf: Felicivin
Plaats: Limbricht

„Tijdens een vakantie in Oostenrijk viel me op dat je flesjes kon kopen met een dubbel etiket. Als je het bovenste deel wegscheurde, zat er een smetrig plaatje onder. Dat bracht me op het idee om een fles wijn met dubbel etiket te maken. Op het binnenste deel kan een persoonlijke boodschap afgedrukt worden. Leuk om aan iemand te geven. Felicivin is gespecialiseerd in dat soort persoonlijke geschenken. We verkopen bijvoorbeeld ook taarten met teksten erop, die per post verstuurd worden. Daar hebben we zelfs een speciale verpakking van tempex voor ontwikkeld. Zo is in 1995 ook het idee van het chocotelegram ontstaan. Een telegram van chocoladeblokje met letters erop. Verpakt in een houten kist of een speciale doos, dat je per post verstuurt. Het chocotelegram is een groot succes. Je kunt er al een verstuuren voor negen euro, plus vijf euro verzendkosten. We verstuuren jaarlijks vijftieng-tot dertigduizend telegrammen, wat goed is voor meer dan een kwart van onze omzet van ongeveer een mil-

Harry Timmers met zijn chocotelegram. foto Rob Oostwegel

joen euro per jaar. Veel voor bedrijven, als relatiegeschenk of presentje voor het personeel. Maar ook aan particulieren, via onze website www.chocotelegram.nl. De weken voor Valentijnsdag is het altijd erg druk. Af en toe krijg je de leukste teksten binnen. De leukste van dit jaar? 'Alvast voor mijn ochtendwip'. Vorig jaar hebben we een groot deel van de werkzaamheden uitbesteed aan Vixia, de sociale werkvoorziening van

chocotelegram exclusief houden. Geen massaproduct. Maar dat idee hebben we losgelaten. Vorig jaar hebben we op de Süsswarenmesse in Keulen gestaan, de grootste beurs voor zoetwaren en snacks ter wereld, om de belangstelling van winkels voor het telegram te peilen. We zijn nu in gesprek met enkele winkelketens, waaronder Jamin en de Bijenkorf. Er komt wel veel bij kijken om het telegram geschikt te ma-

ken als winkelproduct, want je hebt het over iets heel anders dan eenmalige telegrammen. De verpakking moet aan andere eisen voldoen en je moet veel beperken in de teksten die je kunt gebruiken. Bij de winkels van Jamin, die we met hulp van een reclamebureau hebben ontwikkeld, verder willen we het chocotelegram exporteren. Niet zelf, want export van voedingswaren brengt een enorme rompsomp met zich mee. We willen licenties verlenen, waarbij de licentiehouder het concept van het chocotelegram moet uitwerken dan om het ook problemen zoals plaatselijke wetten want in elk land moet chocotelegram anders smaken. We hebben speciaal hiervoor het concept van het chocotelegram in een aantal landen laten vastleggen, zodat de concurrentie er niet mee aan de haal kan gaan. Als dat allemaal aanslaat, kun je wel flink gaan groeien. Ik denk dat we die activiteiten dan onderbrengen in een apart bedrijf. Want ze moeten ons huidige bedrijf niet gaan overheersen. Felicivin is sterk in persoonlijke eet- en drinkbare geschenken die binnen 24 uur bezorgd kunnen worden. Dat willen we graag zo houden.”

inburger 24/2/04