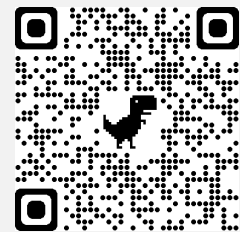




VRAGEN EN ANTWOORDEN OVER EEN UNIEK PROJECT

CULISHOPPING



culishopping.com
culishopping@telenet.com

VRAGEN EN ANTWOORDEN OVER EEN UNIEK PROJECT

CULISHOPPING

1. VRAGEN OVER HET CULISHOPPING-PROJECT

- 1.1. TEGEN WELKE ACHTERGROND WERD HET CULISHOPPING - PROJECT ONTWIKKELD? P.3
- 1.2. WIE IS DE INITIATIEFNEMER VAN HET CULISHOPPING-PROJECT? P.3
- 1.3. WAT IS HET ACTIETERREIN VAN CULISHOPPING? P.4
- 1.4. WELKE DOELGROEPEN WIL CULISHOPPING BEREIKEN? P.4
- 1.5. WAT IS DE MISSIE VAN CULISHOPPING? P.5
- 1.6. HOE WERD HET CULISHOPPING-PROJECT VOORBEREID? P.5

2. VRAGEN OVER DE CULISHOPPING-WEBSITE

- 2.1. WAT IS DE ESSENTIE VAN DE CULISHOPPING-WEBSITE? P.6
- 2.2. HOE IS DE CULISHOPPING-WEBSITE OPGEBOUWD? P.6

3. VRAGEN OVER DE CULISHOPS EN DE CULISHOPSECTOR

- 3.1. WAT IS EEN CULISHOP? P.11
- 3.2. AAN WELKE CRITERIA MOET EEN WINKEL VOLDOEN OM BESCHOUWD TE WORDEN ALS CULISHOP? P.11
- 3.3. KOMEN ALLE CULISHOPS IN AANMERKING VOOR OPNAME IN DE CULISHOPPING-LIJST? P.12
- 3.4. WAAR SITUEREN WE DE CULISHOPSECTOR BINNEN DE TOTALE VOEDINGSRETAIL? P.12
- 3.5. IN WAT ONDERSCHIED DE CULISHOPSECTOR ZICH T.O.V. DE CONCURRENTIE? P.13
- 3.6. WAT ZIJN DE TOEKOMSTPERSPECTIEVEN VOOR DE CULISHOPSECTOR? P.13

1. VRAGEN OVER HET CULISHOPPING-PROJECT

1.1. TEGEN WELKE ACHTERGROND WERD HET CULISHOPPING-PROJECT ONTWIKKELD?

Net als veel andere recente projecten zou je ook Culishopping een kind van de coronacrisis kunnen noemen.

Het idee om websitebezoekers en culiwinkeliers met mekaar te verbinden via een digitaal platform is bij mij opgekomen toen ik in volle corona-tijd noodgedwongen in de rij stond voor een gespecialiseerde voedingszaak, wachtend op mijn beurt om bediend te worden.

In tegenstelling tot andere detailzaken mochten voedingswinkels nog wel klanten ontvangen maar dan onder strikte voorwaarden (maximum aantal personen, minimum tijd, schermen tussen winkelpersoneel en klanten, ...)

En die voorwaarden troffen mij persoonlijk nog het meest.

HET UNIEKE VAN EEN CULISHOP WERD IMMERS GROTENDEELS UITGESCHAKELD: DE SPONTANE EN PERSOONLIJKE INTERACTIE TUSSEN DE KLANT EN DE CULIWINKELIER ACHTER DE TOONBANK.

Anderzijds liet precies dat gemis mij voelen hoe waardevol dat ondertussen opnieuw onbelemmerde contact eigenlijk wel is, zowel voor de eigenaar of zaakvoerder van de winkel als voor zijn klant.

1.2. WIE IS DE INITIATIEFNEMER VAN HET CULISHOPPING-PROJECT?

Tijdens zowat mijn hele professionele carrière als marketing-medewerker in diverse grote voedingsbedrijven, werd ik vooral geboeid door de interactie tussen koper en verkoper in het verkooppunt.

EIGENLIJK WERD DE WINKELIER VOOR MIJ EEN HELD, NET ZOALS DAT IN MIJN JEUGD HET GEVAL WAS MET DE RODE RIDDER.

Het deed me dan ook pijn te moeten vaststellen dat de voorbije decennia veel culiwinkeliers de deur van hun winkel definitief sloten. Niet opgewassen tegen de concurrentiële druk van de massa-retail, niet klaar voor een aanpassing van hun zaak aan de veranderende

omstandigheden, bij sommigen een gebrek aan opvolging want het beroep van zelfstandig winkelier had niet echt een sexy imago.

Toen ik een kleine 10 jaar geleden met pensioen ging, betekende dat voor mij geenszins het einde van mijn interesse voor wat zich afspeelde in de branche waarin ik meer dan 40 jaar actief was geweest.

De corona-ervaring was dan ook de trigger die nodig was om mee te werken aan de heropstanding van de culishop en de culiwinkelier.

Enter Culishopping!

1.3. WAT IS HET ACTIETERREIN VAN CULISHOPPING?

Culishopping is een (culi)shoppinggids die de websitebezoeker kennis laat maken met culishops uit het Vlaamse gewest.

BIJ HAAR OPSTART LAAT CULISHOPPING DE WEBSITEBEZOEKER KENNIS MAKEN MET OM EN BIJ 150 CULISHOPS, VERDEELD OVER DE 5 VLAAMSE PROVINCIES EN OVER 10 WINKELCATEGORIEËN:

- Groenten & fruit
- Kruideniers
- Vlees, wild & gevogelte
- Vis & zeevruchten
- Kaas en zuivel
- Delicatessen
- Brood, banket & patisserie
- Chocolade
- Koffie & thee
- Alcoholische dranken

In de nabije toekomst zal deze lijst verder uitgebreid worden, rekening houdend met een zo evenwichtig mogelijke spreiding over de diverse categorieën en regio's.

1.4. WELKE DOELGROEPEN WIL CULISHOPPING BEREIKEN?

De bezoeker die terecht komt op de Culishopping-website is op zoek naar de beste manier om van een gepland etentje thuis met het gezin, familie of vrienden een succesvol samenzijn te maken.

Om ten volle van dit huiselijk tafelgenot te kunnen genieten moet de focus bij het aankopen van de daarvoor nodige ingrediënten of bereidingen liggen op kwaliteit en gezondheid.

Het verkrijgen van nuttige informatie inzake de intrinsieke kwaliteiten van de producten en van praktische tips wat betreft bereiding en opdienen, ervaart de meerwaardezoeker als een reële meerwaarde.

Hij of zij is doorgaans gevoelig voor de herkomst van de producten (liefst zo lokaal mogelijk), hun duurzaamheid en ecologische voetafdruk en het directe persoonlijke contact met een specialist ter zake.

Al wie zich in dergelijke situatie kan herkennen zal de Culishopping-website als een nuttig en praktisch instrument (h)erkennen.

1.5. WAT IS DE MISSIE VAN CULISHOPPING?

De bedoeling van het websiteproject Culishopping is tweeledig:

- ENERZIJD DE WEBSITEBEZOEKER EEN HANDIGE SHOPPINGGIDS BEZORGEN DIE HEN OP SNELLE EN EENVOUDIGE WIJZE LEIDT NAAR EEN RUIME SELECTIE VAN CULISHOPS IN VLAANDEREN;
- TEGELIJK DE CULISHOPSECTOR EEN PLATFORM BEZORGEN VIA HETWELK ZIJ HUN INDIVIDUELE ÉN COLLECTIEVE POSITIE BINNEN DE VOEDINGSRETAILMARKT KUNNEN VERDEDIGEN EN UITBREIDEN.

1.6. HOE WERD HET CULISHOPPING-PROJECT VOORBEREID?

Begin 2022 trok ik met een pilootproject, dat toen al de naam Culishopping droeg, naar een selectie van culiwinkels. Eerst in mijn thuisstad Mechelen, later in mijn geboortestad Antwerpen. De proefperiode deed wat het moest doen: het ruwe Culishopping-idee in mijn hoofd bijschaven tot een realistisch en zinvol project dat ondertussen via de Culishopping-website gevisualiseerd wordt.

2. VRAGEN OVER DE CULISHOPPING-WEBSITE (CULISHOPPING.COM)

2.1. WAT IS DE ESSENTIE VAN DE CULISHOPPING-WEBSITE?

CULISHOPPING.COM IS ZONDER MEER EEN UNIEKE WEBSITE. NIET ZOZEER ALS AANBIEDER VAN EEN DIGITALE WINKELGIDS, WEL OM HAAR AMBITIE OM EEN **DUURZAME** INFORMATIEBRON TE WORDEN VOOR WIE OP ZOEK IS NAAR DE BETERE VOEDINGSWINKELS IN VLAANDEREN.

Het succes van het hele Culishopping-project zal in grote mate afhangen van het actueel houden van de geleverde informatie. Daarvoor is het nodig om een actief samenwerkingsproces op te zetten tussen enerzijds Culishopping en anderzijds de individuele culishops.

In die optiek werd aan de website een apart luik toegevoegd voorbehouden aan de culiwinkeliers. Via deze weg kunnen zij op een efficiënte manier communiceren met Culishopping. Meer informatie hierover bij vraag 3.5.

Wellicht drukt ook het feit dat Culishopping een eenmansinitiatief is haar unieke stempel op de verschijningsvorm van de website. De voorbereidingsperiode heeft meer dan twee jaar geduurd. Vooral omdat ik zowel het idee en het concept als de visuele uitwerking, de lay-out en structuur van de website, in eigen beheer heb gehouden.

2.2. HOE IS DE CULISHOPPING-WEBSITE OPGEBOUWD?

➤ Visueel

Voor de visualisatie van de Culishopping-website werd geopteerd voor een sobere maar stijlvolle lay-out.

De website is immers in de eerste plaats een informatiebron die haar gebruikers op een eenvoudige en snelle manier moet leiden naar datgene waarnaar ze op zoek zijn. Overbodige franjes leiden alleen maar de aandacht weg van de essentie (zie vraag 2.1.).

➤ **Inhoudelijk**

DE CONTENT, IN WOORD EN BEELD, IS HET KLOPPENDE HART VAN DE WEBSITE. HET ZORGT VOOR EEN VLOTTE EN ZO ACCURAAT MOGELIJKE INFORMATIEOVERDRACHT RICHTING DE WEBSITEBEZOEKER.

Dit met de bedoeling de potentiële culishopklant te overtuigen om voor zijn of haar geplande aankopen naar een culishop te trekken. Daarna is het aan de culiwinkelier om van die potentiële klant een effectieve klant te maken.

➤ **Structuur**

Op de **homepagina** wordt de bezoeker meteen geconfronteerd met 3 feiten die hem of haar confronteren met een herkenbare situatie en meteen een oplossing bieden voor zijn digitale zoektocht.



In de daarop aansluitende sectie wordt de bezoeker in amper twee kliks meteen doorgestuurd naar de webpagina van de geselecteerde culishop.

Vind hier jouw culishop!

Locatie per provincie	Locatie op kaart	Locatie per SPECIALITEIT
<ul style="list-style-type: none">• Antwerpen• Limburg• Oost-Vlaanderen• Vlaams-Brabant• West-Vlaanderen		<ul style="list-style-type: none">• groenten en fruit• kruideniers• vlees, wild en gevogelte• vis en zeevruchten• delicatessen• kaas en zuivel• brood, banket, patisserie• chocolade• koffie en thee• alcoholische dranken

CULISHOPPING VIS & ZEEVRUCHTEN

ANTWERPEN

- De Nieuwe Vishal, Antwerpen
- Clatervis, Hove
- Steloy, Mortsel




Foto: Gerardo Giuseppe Ramos Granada, Vectzyze

LIMBURG

- Vis&Versa, Tessenderlo/Spalbeek/Brustem

OOST-VLAANDEREN

- De Vis, Gent
- C-Food, Lochristi
- Nino Seafood, Ninove

VLAAMS BRABANT

- Vis&Versa, Diest
- De Walvis, Leuven

WEST-VLAANDEREN

- Pieterman, Brugge
- Dedeystere, Waregem/ Kachtem
- De Paepe, Knokke-Heist
- Vispaleis, Oostende/Bredene
- Saumon d'Or, Koksijde

Nog op de homepage verschijnen de meest recente blogberichten met actueel nieuws over de culishops en de culishopwereld en met een directe verbinding naar de blogpagina.

CULISHOPPING BLOG BERICHTEN UIT DE CULISHOPWERELD!

Sint-nostalgie ten huize Joost Arijs (Gent)

Liefste (grote) kinderen wees niet bang. Ook dit jaar gaat de Sint langs bij bakker/patisserieer/chocolatier Joost Arijs in de Gentse

[Meer](#)

15 November 2024

Delicatessen Van Poeck, Sint Niklaas, stelt Sint-folder voor!

Onder het motto "Dat Sint ons wel!" presenteert delicatessenzaak Van Poeck, enkele weken voor de Sint over de Vlaamse daken

[Meer](#)

1 November 2024

Siciliaanse wijnhuizen in de picture bij Chacalli Wines (Antwerpen)

Het Antwerpse wijnhuis Chacalli focust deze herfst maar wat graag op enkele Siciliaanse wijnhuizen en hun pareltjes van wijnen.

[Meer](#)

8 Oktober 2024

20 jaar Onan Coffee & Tea (Leuven)

In Leuven viert Onan Coffee & Tea haar 20ste verjaardag! En dat laten zaakvoerders Hans en Chloé en hun team

[Meer](#)

5 Oktober 2024

't Hovenierke (Zedelgem) is Groente- en fruitambassadeur 2024

Groenten & Fruit-winkel 't Hovenierke uit Zedelgem werd onlangs verkozen tot Groente- en fruitambassadeur 2024 in de categorie Speciaalzaken en

[Meer](#)

9 Juli 2024

Steloy (Mortsel) vernieuwt winkel

In aanloop naar hun 100-jarig bestaan, heeft vishandel Steloy (Mortsel) de winkel en hun koelsysteem grondig gerenoveerd.

[Meer](#)

4 Juli 2024

De homepage wordt afgesloten met een CTA (call to action) die de bezoeker uitnodigt om zich te registreren voor de Culishopping-nieuwsbrief.

CULISHOPPING-nieuwsbrief

KLIK HIER EN SCHRIJF JE GRATIS IN VOOR DE
+

CULISHOPPING-NIEUWSBRIEF

In de header en de footer van de homepage verschijnen de menu-items:

- ✓ Home
- ✓ Blog (berichten over culishops en Culishopping)
- ✓ Contact (formulier)
- ✓ Het verhaal (van Culishopping)

- ✓ Jouw gastheer en
- ✓ Culishops Only (voorbehouden aan de culishops, zie ook vraag 3.5.)

De individuele webpagina's opgebouwd voor elke culishop zullen meer dan waarschijnlijk de meest populaire pagina's van de Culishopping-website worden.

De informatie die elke websitebezoeker hier vindt moet haar of hem een eerste duidelijk beeld geven van wat in de culishop ter plaatse mag verwacht worden.



ZWAENEPOEL

SLAGERIJ

Donkersteeg 33
9000 Gent

Gastheer en -vrouw:
Nicolas Moerman en Ilse Van der Linden

Een eerste sectie draagt de titel 'Het verhaal van ...' en belicht de historiek van de culishop en haar eigenaars/zaakvoerders. Meestal is het dan meteen duidelijk dat je hier shopt bij een echte specialist.

[Het verhaal van Slagerij Zwaenepoel.](#)

Dat dit smalle straatje in de Gentse binnenstad ooit de naam Donkersteeg meekreeg, doet (terecht) vermoeden dat de schilderachtige winkelstraat van vandaag ooit een donkere indruk naliet door de vele luifels van de talrijke eethuisjes en winkeltjes en door de eerste verdiepingen die uitstaken boven de straat.

Het is in deze Donkersteeg dat halfweg de 19^{de} eeuw een spekslager zich installeert.

Ongeveer 50 jaar later, in 1898 om precies te zijn, trekken beenhouwer *Désiré Zwaenepoel* en zijn vrouw *Elisa De Muelenaere* in het pand.

De slager specialiseert zich in de verloop van lamsvlees. Door de culinair sterke reputatie van lamsvlees enerzijds en het aangeboren ondernemerschap van het slagersechtpaar, bouwt *Slagerij Zwaenepoel* het imago op van een kwalitatief hoogstaande slagerij.

Drie generaties lang houdt de familie Zwaenepoel het zaakvoerderschap binnen de familie, steeds van vader op zoon. Al die tijd blijft lamsvlees het lokmiddel om klanten die 'net iets meer willen' naar de Donkersteeg te lokken.

In 1997 (net geen 100 jaar na de stichting) is het uit met het vader-op-zoon verhaal. Simpelweg omdat *Jan Zwaenepoel* binnen de familie geen kandidaat-opvolgers meer vindt.

De slagerij gaat evenwel verder onder de bijna magische naam Zwaenepoel. De nieuwe zaakvoerders *Nicolas Moerman* en *Ilse van der Linden* weten maar al te best dat die oude familienaam de beste reclame betekent voor hun nog steeds populaire slagerij.

Voor al het ziltig smakende en zachte Texel-lamsvlees (uitsluitend van vrouwelijke lammeren) is een absolute meerwaarde binnen het culinair aanbod van Slagerij Zwaenepoel.

De kleine winkelruimte drijft *Nicolas* en zijn vrouw *Ilse* tot strenge selectiecriteria bij de inkoop van vlees. En dat proef je wanneer je thuis een sappig stukje lamsvlees op je bord kan leggen.

Sectie 2 vat samen waarom kopen bij deze culishop zijn geld en moeite waard is. Meestal komt hier de gastheer en/of -vrouw aan het woord.

Waarom kopen bij Slagerij Zwaenepoel ?

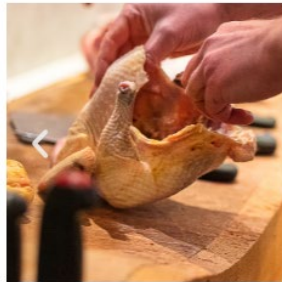
"Onze slagerij is een bescheiden, klein winkeltje, maar vergis je niet: dit is het aangewezen adres voor lamsvlees van de allerbeste kwaliteit.
Alle lamsvlees is speciaal voor ons huis geselecteerd en komt uit het Nederlandse Texel.
Het gaat uitsluitend om lammeren van het vrouwelijk geslacht: lekker van smaak en supermals.
Ik zelf kom zelf uit een echte slagersfamilie en weet dus best om te gaan met een karkas.
Daarom gaat alles van het lam hier over de toonbank: tong, zwezerik, lever, koteletjes, lamsmedaillon, lamsschouder..."



Daarna focus op het aangeboden assortiment met bijhorende fotocarrousel.

Aanbod

- Lamsvlees: hoofdzakelijk van vrouwelijke Texel-lammeren (koteletten, bouten steaks, ...)
- Rund-, -varkens en kalfsvlees.
- Gevogelte (o.a. Franse hoevekip)
- Bereide vleeswaren : witte pensen, gehakt, stoverij, Gentse kop, fricadons, bloedworst, ...
- Organvlees: kalfszwezeriken, nieren, harten, tongen, kalfslever, ...
- Patés van het huis.
- Fijne vleeswaren, charcuterie, kaas, salades.



En tenslotte de praktische culishopfiche met openingsuren, adres en – niet onbelangrijk – een rechtstreekse link naar de eigen website van de culishop.

Openingsuren:

maandag: gesloten
dinsdag: 8u30–13u / 14u-18u
woensdag: 8u30–13u / 14u-18u
donderdag: 8u30–13u / 14u-18u
vrijdag: 8u30–13u / 14u-18u
zaterdag: 8u30–13u / 14u-18u
zondag gesloten

Winkeladres

Donkersteeg 33
9000 Gent

Website

slagerijzwaenepoel.be

3. VRAGEN OVER DE CULISHOPS EN DE CULISHOPSECTOR

3.1. WAT IS EEN CULISHOP?

Het woord culishop staat (nog?) niet in Van Dale. Het zou me echter verwonderen mocht dit woord niet eerder in andere publicaties gebruikt zijn. Ik beschouw me dus geenszins als uitvinder van een nieuw woord. Anderzijds zou het mooi zijn mocht het begrip 'culishop' via Culishopping ooit in de Vlaamse woordenlijst opgenomen worden.

EEN EIGEN (SOORT)NAAM HELPT MEER DAN EEN HANDJE OM DE CULISHOPSECTOR EEN EIGEN IDENTITEIT TE GEVEN.

Binnen de context van het Culishopping-project is het uiteraard een absolute noodzaak een duidelijke omschrijving te geven van het winkeltype dat wij een culishop noemen (zie volgende vraag).

3.2. AAN WELKE CRITERIA MOET EEN WINKEL VOLDOEN OM BESCHOUWD TE WORDEN ALS CULISHOP?

De criteria waaraan een culishop hoort te beantwoorden:

- detailhandel in een specifieke tak van de voedingsmarkt
- zelfstandige uitbaters
- een fysieke winkel
- bediening door de zaakvoerder en/of gekwalificeerd personeel
- intieme sfeer

Een culiwinkelier:

- is gespecialiseerd in een tak van de voedingsbranche (*voor de bij Culishopping gebruikte categorieën zie vraag 1.3.*)
- een aanbieder van kwaliteitsproducten,
- houdt zich aan een klantgerichte filosofie.

3.3. KOMEN ALLE CULISHOPS IN AANMERKING VOOR OPNAME IN DE CULISHOPPING-LIJST?

Behoudens de criteria opgesomd in voorgaande vraag, wordt van de culiwinkelier ook verwacht dat hij de Culishopping-doelstellingen m.b.t. de verdere ontwikkeling van de culishopsector (*zie vraag 1.5.*) onderschrijft en dat toont via een positieve houding t.o.v. het Culishopping-project. Dit laatste door o.m. actief te communiceren met Culishopping via de beschikbare contactkanalen.

Denk hierbij aan het regelmatig posten van actueel nieuws over zijn culishop op de Culishopping-website en aan het meewerken om de Culishopping-website up-to-date te houden (vooral wat betreft eventuele wijzigingen van de praktische informatie over de culishop).

3.4. WAAR SITUEREN WE DE CULISHOPSECTOR BINNEN DE TOTALE VOEDINGSRETAIL?

Culishops zijn eigenlijk de erfgenamen van de slagers, bakkers, groentewinkels, enz., die het straatbeeld kleurden tot over halfweg de 20^{ste} eeuw. De opkomst van de supermarkten met het zelfbedieningsconcept werd al snel van levensbedreigende aard voor deze kleine zelfstandige buurtwinkels.

Vandaag, meer dan 50 jaar later, zou je de traditionele kleine voedingswinkel haast een rariteit kunnen noemen. Het aantal zelfstandige voedingspecial-zaken werd immers gewoon gedecimeerd. Niet opgewassen tegen de concurrentiële druk van de massa-retail, niet klaar voor een aanpassing van hun zaak aan de veranderende omstandigheden, bij sommigen een gebrek aan opvolging want het beroep van zelfstandig winkelier had niet echt een sexy imago bij de jongere generaties.

De culishopsector is een nichemarkt geworden binnen de voedingskleinhandel. Maar dat hoeft voor de overlevenden geen nadeel te zijn, integendeel (*zie ook vragen 3.4 en 3.5.*).

3.5. IN WAT ONDERSCHIED DE CULISHOPSECTOR ZICH T.O.V. DE CONCURRENTIE?

De troeven van de culishopsector zijn vandaag en in de toekomst meer dan ooit hun authenticiteit, verworven door hun opleiding en expertise, en hun klantgerichtheid gedragen door het directe persoonlijke contact. En uiteraard ook hun kwaliteitsimago.

De authenticiteit en de persoonlijke klantenbinding die hun klanten bij elk bezoek aan den lijve kunnen ondervinden, zijn dé instrumenten die de strategische zetten van de andere retailers kunnen afblokken.

DE STEMPEL 'SPECIALIST' IS VAN VITAAAL BELANG VOOR DE CULISHOPS. HET SCHEPT VERTROUWEN, VERSTERKT DE AUTHENTICITEIT VAN DE SECTOR EN IS BOVENDIEN BIJNA NIET TE KOPIËREN DOOR DE CONCURRERENDE WINKELTYPES.

3.6. WAT ZIJN DE TOEKOMSTPERSPECTIEVEN VOOR DE CULISHOPSECTOR?

Afgaande op het aantal sluitingen en faillissementen binnen de kleine zelfstandige voedingshandel, kan men een eerder negatief antwoord verwachten op deze vraag.

Maar niets is minder waar. Dat is ook de mening van marketingspecialisten op gebied van voedingskleinhandel en van consumentengedrag.

BINNEN DE VOEDINGSHANDEL STEKEN NIEUWE WAARDEN DE KOP OP!

Claims met de begrippen 'lokaal', 'kwaliteitsbewust', 'duurzaam', 'gezond', ..., vullen tegenwoordig de folders en de websites van grote retailers.

Diezelfde retailers zetten ook meer en meer in op klantgerichtheid: meer persoonlijke service, transparantie, kleinere buurtgerichte verkooppunten. Deze verkoopclaims lijken verdacht veel op de argumenten die de 'kleine' culishopsector eigenlijk al decennialang onderscheidt van de machtige massadistributie.

BETEKENT DEZE RECENTE EVOLUTIE DAN DE DEFINITIEVE DOODSTEEK VAN DE CULISHOPSECTOR?

ZEKER NIET! OP VOORWAARDE DAT DIE SECTOR ZICH EEN DYNAMISCH IMAGO EIGEN MAAKT EN VOLOP INZET OP DIE 'DETAILS' DIE HEN DUURZAAM ONDERSCHIEDEN VAN DE NABIJGELEGEN SUPERMARKTEN, GROTE EN KLEINERE.

BEDOELD WORDEN AUTHENTICITEIT, SPECIALISATIE EN DIRECTE FACE-TO-FACE INTERACTIE MET DE KLANT.

Culishopping staat klaar om op dat vlak de culiwinkeliers een helpende hand toe te steken.

Naast de gevoelig veranderende concurrentiële omgeving, is het de eveneens evoluerende manier waarop de consument zijn voedingsaankopen plant en uitvoert, een tweede aspect waarmee de culishops rekening moeten houden bij hun strategische aanpak.

DIE CONSUMENT ZOEKT MEER EN MEER KLEINERE LOKALE VERKOOPPUNTEN OP WAAR HET WELKOMGEVOEL TASTBAARDER IS DAN IN DE GROTE SUPERMARKT.

Daar ondervindt hij of zij immers dat echte klantgerichtheid voor hen een meerwaarde betekent.

Hierdoor verandert hun waardeperceptie en wordt de verhouding kwaliteit/prijs anders beoordeeld. Ze zijn bereid iets meer te betalen voor betere producten en een betere, meer persoonlijke service.

NOG BIJ DIEZELFDE CONSUMENT THUIS WORDT ANDERS OVER 'SAMEN ETEN' GEDACHT.

Onderzoeken wijzen uit dat bij maaltijden thuis het gezin minder en minder voltallig aan tafel zit.

Een trend die om compensatie vraagt want anderzijds is de behoefte aan meer 'thuisgenot' al enkele jaren aan een heropleving toe.

EEN CONFLICTSITUATIE DIE DEELS OPGELOST KAN WORDEN DOOR BIJVOORBEELD EEN SPECIAAL ETENTJE MET ZOVEEL MOGELIJK BEZETTE STOELLEN THUIS ROND DE EETTAFEL.

En in dat geval mag er wel iets speciaals aan tafel geserveerd worden!

Het succes van dergelijk culinair plannetje hangt in grote mate af van de kwaliteit die op dergelijke momenten geserveerd wordt. Liefde gaat tot nader order nog altijd door de maag!

En of het nu om culinaire ingrediënten gaat die je zelf moet omtoveren in een geslaagd gerecht en/of om voorbereide specialiteiten uitgehaald bij traiteurs of delicatessenzaken, wat aan tafel geserveerd wordt moet gewoon topkwaliteit zijn.

EN WAAR VIND JE DIE TOPKWALITEIT EN DE BESTE PERSOONLIJKE SERVICE? JUIST, ALLEEN BIJ DE ECHTE CULISHOP.

De culishops van vandaag danken hun voortbestaan vooral aan hun aanpassingsvermogen aan de veranderende omstandigheden en het geloof in eigen kunnen binnen hun eigen specialiteit.

Bovendien is hun volharding misschien wel de belangrijkste stimulans voor jonge ondernemers om het edele beroep van gespecialiseerde kleinhandelaar in voedingswaren opnieuw te omarmen.

Chefs zijn ondertussen vedetten geworden. Zij zorgen in hun restaurant voor lekker eten en dienen het op met een sausje van gezelligheid.

Het is fijn om vast te stellen dat ondertussen ook enkele culishops en hun eigenaars erg hoog scoren qua populariteit en bijhorend succes.

Succes dat zij gerealiseerd hebben dankzij enthousiasme, volharding, métier, klantgerichtheid, ondernemerschap, creativiteit en een portie gezond verstand.

Elke culiwinkelier heeft het potentieel om die troeven uit te spelen.

En dat lukt nog beter wanneer het wij-gevoel binnen de culishopsector resulteert in een herkenbaar gezicht.

