

Authenticiteit beloond

De redactie kreeg bericht dat de Nieuwpoortse Vistrap, het bedrijf van Serge Moetwil bij de kaai van Nieuwpoort, de Retail Hospitality Award 2014 won. Het bedrijf werd uitgeroepen tot Retail Ambassadeur van België en kreeg de onderscheiding (Award) in de categorie "Klantvriendelijkste Belgische Slagerij/Kaas/Delicatesenzaken".



Deze onderscheiding maakt deel uit van de "Hospitality Awards" en is een initiatief van het magazine "Venez BE", een uit Nederland afkomstig magazine voor "Hospitality & Style".

De organisatie van de Retail-Hospitality awards, zo deelt de Nieuwpoortse Vistrap mee, "is aan zijn derde editie toe en wil de algemene kwaliteit binnen de retailsector bestendigen, zo niet verbeteren. De deelnemers aan de Retail Awards worden niet gekozen om hun mooie uitstalraam, maar om hun dagdagelijkse inzet voor de klant, dienstverlening, klantvriendelijkheid, gastvrijheid, service en management".

De organisatoren zetten op hun website: "Na een 2de plaats in

2012, een 3de plaats in 2013 oververde De Nieuwpoortse Vistrap op 1 december 2014 de 1ste plaats binnen de categorie Delicatesenzaken én werd ze benoemd tot Retail-Ambassadeur van België". De jury baseerde zich hierbij onder andere op het verslag van de Mystery Shopper van de VLAM die het bedrijf een "uitstekend" toekende. Ook het publiek mocht meestemmen.

Na zoveel lof moesten we het bedrijf wel eens gaan bezoeken om te kijken wat er zo bijzonder aan is.

De Nieuwpoortse vistrap is (voorlopig nog) gevestigd aan de Smokkelstraat 7, bij de Handelskaai, de kleine ambachtenwijk naast de vismijn van Nieuwpoort. Het is geen

mooie boulevard, maar een kas-seiweg door een gezellig allegaartje

van bedrijfjes die rond de visserij en de haven opereren.



Zaakvoerder Serge Moetwil is in zijn nopjes met zijn Retail Hospitality Award 2014.



In februari verhuisde de Nieuwpoortse Vistrap van de Smokkelstraat naar een volledige nieuwbouw in de Ambachtstraat op de industriezone. Het concept winkel voor particulieren zonder koeltoogbanken blijft behouden.

Zaakvoerder Serge Moetwil is van opleiding boekhouder-bedrijfsbeheerder. Hij maakte carrière in de bankwereld en bracht het tot regiomanager wanneer, door de veranderingen en fusies in de bankwereld, hij er op een dag op uitgekoken raakte. Door omstandigheden kwam hij dan in de viswereld terecht. Hij associeerde zich met visgroothandelaar Michel Messiaen in Nieuwpoort. Zo'n vennootschap tussen mensen met zeer verschillende achtergrond had zijn hoogtes en laagtes, maar op 23 december 2011 overleed Michel en stond Serge er alleen voor.

Groothandel zijn voor de Horeca heeft zo zijn nadelen, vooral wat de betalingstermijnen betreft. Restaurants betalen soms laat, dat is bekend, maar voor de vismijn moet het geld er elke week wel liggen, en dus ging Serge op zoek naar andere mogelijkheden voor cash flow. Die kwam er door voorbijgangers, toeristen die hun hoofd al eens binnen staken in de openstaande poort en vroegen: "Kunnen wij hier vis kopen?" Particulieren hebben enkele grote voordelen: ze appreciëren service en ... betalen cash!

Dus nam hij er de kleinhandel bij vanaf 2012 en liet zich kennen als de Nieuwpoortse Vistrap.

Het winkelconcept is bijzonder origineel, wat men vandaag "authentiek" noemt. Er is gewoon geen winkel. De klanten komen binnen via een openstaande zaal waar normaal de vis van de groothandel wordt gelost en geladen, en gaan rechtstreeks de verwerkingszaal binnen. De 'winkel' is drie uur open van 10 uur tot 13 uur, elke dag, ook 's zondags. "Bepaalde openingsuren zijn nodig om klein te kunnen blijven en enkel hoge kwaliteit te leveren" zegt Serge. Om evidente redenen zijn er geen garnalen op zaterdag en zondag, een snelle rotatie is essentieel.

Er is nergens een vis te zien, er zijn geen toonbanken of vitrines, geen vis op ijs, geen viskisten in de uitstalling. Wat voorradig is, staat afgedrukt op een papieren lijst aan het raam van het bureau. Wat op is, wordt eenvoudigweg doorstreept: "Wie regelmatig door zijn voorraad zit, heeft altijd verse vis en de klanten weten dat", zegt Serge. Hier en daar staan er terrasstoelen voor de wachtende klanten. De vis wordt voor de klant uit de koeling gehaald, getoond en naar wens gefileerd of versneden. De klant wordt op een afstand gehouden met eenvoudige rechtopstaande stapelpalletten, die een eerbiedige afstand creëren.

De reden van dit onconventioneel



Het oude pand aan de smokkelstraat

vertoon heeft alles te maken met de koude keten en de kwaliteit. "Het etaleren van vis op ijs werkt kwaliteitsverlagend", stelt Serge Moetwil, "daarbij kost ijs geld, een koeltoog kost ook geld en het uitstallen (en weer wegsteken) van de vis kost tijd en dus nog meer geld en komt de kwaliteit zeker niet ten goede. Daarom zijn we ook maar drie uur per dag open voor de particulieren".

Maar het werkt wel, het verslag van de "mystery shopper" liegt er niet om: "Het rook er naar de zee. In het eerste deel was het ook zeer netjes. Er stonden grote bakken met ijs. Het gevoel "rechtstreeks van bij de visser" was meteen aanwezig door de omgeving. Door de locatie kreeg ik het gevoel dat de vis die ik zou

kopen, recht van de boot in het visatelier was ingeladen. Ik had meteen het gevoel dat verser dan dit niet zou kunnen."

En verder

"De begroeting was vriendelijk en zeer joviaal. Ook hier weer had ik het gevoel van authenticiteit. Ik vond de houding van de medewerkers heel correct. Alle klanten werden begroet. Er werden vrolijke opmerkingen gemaakt, maar die waren respectvol. Over de houding van de medewerkers had ik geen verbeterpunten."

Het personeel -naast de hoge kwaliteit van de vis- is het sterke punt van de zaak. Wanneer vertrouwde of nieuwe klanten binnenkomen wordt er vrolijk en individueel begroet, het regent daarbij moppen, kwinkslagen en lachsalvo's. Mensen komen hier niet alleen vis kopen, maar ook om een babbeltje



"Het personeel, naast de hoge kwaliteit van de vis is het sterke punt van de zaak", aldus de Mystery-shopper. "Het gevoel 'rechtstreeks van bij de visser te kopen is duidelijk aanwezig'".

te slaan en voor het "entertainment", zelfs Franstalige dagjes-toeristen leren hier een mondje West-Vlaams. "Klanten zijn geen numero's". Alles staat in functie van de vis en daarbij is het personeel ook nog gekleed als vissers, wat het gevoel van authenticiteit nog verhoogt.

"Ik maak geen reclame," zegt Serge, "de klanten doen dat voor mij". Hij heeft ook geen budget voor reclame in kranten en zelfs de plastic draagtassen zijn anoniem. Het bedrijf heeft wel een verzorgde website: <http://www.denieuwpoortsevistrap.be>

Al drie jaar valt de Nieuwpoortse vistrap in de prijzen voor de Retail Hospitality Awards. "Die kijken niet naar de etalage, maar vooral naar klantvriendelijkheid en gastvrijheid. Klantvriendelijkheid kost dan weer niets!"

Er zijn maar twee sluitingsdagen per jaar: "met dit systeem verdien ik genoeg en onderhoud ik ook nog eens vijf medewerkers en hun familie". Verder is het bedrijf helemaal ingesteld op arbeidsvreugde en samenhangigheid.

In februari moet het bedrijf echter verhuizen naar de industriezone in de Ambachtstraat, buiten het centrum (Sint Joris, waar ook Gadus gevestigd is.). "Dat moet omdat de concessie van deze gebouwen door de stad jaarlijks opzegbaar is en hoe dan ook afloopt in 2020. De stad is met deze wijk andere dingen van plan".

Grond met zicht op het water is vandaag goud waard in heel Europa, en zeker in een pittoresk haventje als Nieuwpoort. De charmante industriewijk, die de andere ambachten rond de visserij zo mooi etaleerde met kleinschalige lasbedrijven en nettenloodsen, zal dus verdwijnen. Vastgoedmakers bereiden zich likkebaardend voor. Men kan zich overigens de vraag stellen of ook de aanpalende vismijn, waar nauwelijks nog aanvoer is, op termijn ook niet voor de

sloop bestemd wordt?

Omdat investeren ter plekke uitzichtloos was, heeft Serge Moetwil een volledige nieuwbouw met ruime parkeergelegenheid laten neerzetten met een loft voor zichzelf bovenop. Het concept van de zaak blijft ongewijzigd. Er is een groothandelsgedeelte voorzien, maar de "winkel" voor particulieren blijft "basic" zonder koeltoonbanken in een gekoelde ruimte. Er wordt ook geïnvesteerd in een nieuw machinepark en in informatica. Het aanbod zal op grote schermen af te lezen zijn en aangepast worden al naargelang producten opraken.

Het zal voor klanten en uitbaters even wennen zijn, er is in die buurt ook aanzienlijk minder toeristische passage, maar Serge Moetwil en zijn team zien de toekomst positief tegemoet: "de vaste klanten zullen de weg snel vinden (er is ook een vlees-, wijn- en drankenhandel in de buurt), voor de minder mobiele klanten zullen we wekelijks visrondes aan huis organiseren en vlakbij is camping Kompas met 3000 staanplaatsen ...".

NiCk Trachet



Zin in echte

Het team van Triton zorgt iedere dag

voor superverse mosselen.

Zeeuwse

Zij voelen zich verantwoordelijk voor

de kwaliteit en de service.

mosselen?

Sedert vele jaren worden de beste

mosselen geselecteerd door vakmensen.

Vraag

Ze worden gekoeld en getransporteerd,

verpakt in alle soorten verpakkingen.

naar Triton.

Wij staan garant voor ons product.

Triton Mosselhandel



Triton B.V.
Korringaweg 31 • 4401 NT Yerseke
Postbus 58 • 4400 AB Yerseke
Tel. 0113 572169 • Fax 0113 573130
www.tritonmosselen.nl