

VAN LEKKERNIJ BIJ DE KOFFIE NAAR MACARONCONCEPTSTORE

AMACARONS WINT TWEE OPEENVOLGENDE HOSPITALITY AWARDS

In december 2014 ontving Amacarons voor de tweede opeenvolgende keer een Hospitality Award in de categorie 'Belgische Brood- en Banketbakkerij/Chocolatier'. Het team van Moreno Adriaenssens en Dirk Baert sloot daarmee een bewogen jaar af, want in mei 2014 opende de zaak uit Sint-Niklaas ook winkels in Gent en Wijnegem.

Wim De Mont

VAN TEAROOM TOT MACARONBAKKER

Zoet bij de koffie

In 2011 opende Moreno Adriaenssens een tearoom in Beveren-Waas. "We gaven bij de koffie een zelfgebakken macaron. Dat werd gewaardeerd, maar was erg duur", zegt Moreno Adriaenssens. "Toen we stopten met die gratis macarons, vroegen klanten of ze die nog afzonderlijk konden kopen. Meteen waren er ook enkele bakkers en delicatessenzaken die vroegen of ze onze macarons mochten verkopen." Toen de bestellingen maar bleven komen, werd er een drastische keuze gemaakt. Moreno sloot de tearoom en opende op 15 maart 2013 in het centrum van Sint-Niklaas een bakkerij en een winkel voor macarons.



Moreno Adriaenssens: "De beste manier om je bedrijf klantvriendelijk te laten zijn, begint bij een goede selectie van de medewerkers"

De zaak levert nog altijd aan een vijftiental bakkers, delicatessenzaken en zelfs enkele supermarkten. Amacarons weert veel nieuwe vragen af, en houdt die business-to-businessactiviteiten bewust beperkt.

Hospitality Award

De macaronwinkel was meteen een schot in de roos. In dezelfde straat zijn nog enkele specialisten gevestigd – Chocolatier Wauters en Crèmerie François – en de macarons van Amacarons werden snel een begrip in het Waasland en daarbuiten. "De mensen van Crèmerie François spoorden me aan om mee te dingen naar de Hospitality Awards in 2013", vertelt Moreno. "Ik verwachtte daar niet veel van, we waren nog maar net geopend. Tot onze verbazing wonnen we die award in 2013, én opnieuw in 2014. Uit het zes pagina's tellende rapport lezen we hoe de jury tot die bekroning was gekomen: er werden mysteryshoppers naar ons gestuurd, via verschillende kanalen: ze stuurden mails met vragen voor informatie, ze telefoneerden, plaatsten bestellingen en bekeken de website." Op zo'n hoeveelheid tests kun je je niet voorbereiden natuurlijk. "En dat hebben we ook niet gedaan", zegt Moreno. "We geven geen speciale opleiding



De macaronwinkel was meteen een schot in de roos. In 2013 en 2014 ontving Amacarons zelfs de Hospitality Award

voor klantvriendelijkheid aan onze medewerkers. Voor ons is die klantvriendelijkheid wel normaal echter.

En de beste manier om je bedrijf klantvriendelijk te laten zijn, begint bij een goede selectie van de medewerkers.

Natuurlijk zijn we erg trots op die awards, beide oorkondes hangen hier in de winkel."

Speciale acties

Amacarons neemt die onderscheidingen op in zijn communicatie – onder meer via de website – en neemt deel aan acties om macarons onder de aandacht te brengen. Zo krijgen klanten op De Dag van de Klant een gratis macaron, en nemen ze deel aan de uit Frankrijk overgewaarde Dag van de Macaron (20 – 22 maart). In de week voor Valentijn was er dan weer een speciale valentijnsmacaron, met vanille en rozenwater, en waren er ook hartvormige macarons.

Gepersonaliseerde macarons

Een groeiend succes zijn de gepersonaliseerde macarons. "Vanaf twintig stuks kunnen we macarons en de bijbehorende dozen personaliseren", zegt Moreno. "Dat doen we in opdracht van bedrijven, voor opendeurdagen of bedrijfsfeesten, en ook voor particulieren. Voor geboortes en communies is het eens iets anders dan de traditionele snoepjes."

PLANNEN EN AMBITIES

Verruiming aanbod met pralines

Dé specialiteit van Amacarons zijn de zoete en sinds vorig jaar ook hartige macarons. "Bij de zoete macarons is er een basisaanbod, en dat vullen we op geregelde basis aan met tijdelijke smaken, die twee of drie keer per jaar worden aangepast. Met de hartige macarons mikken we vooral op het eindejaar."



Bij de zoete macarons is er een basisaanbod dat geregeld wordt aangevuld met tijdelijke smaken, die twee à drie keer per jaar worden aangepast

In het najaar van 2014 werd het productgamma uitgebreid met kleine, ronde pralines. Eerst waren er vijf smaken, nu zijn dat er al twaalf

Naast de macarons verkoopt Amacarons ook nog ander zelfgebakken lekkers, zoals koekjes (vooral in Gent en Wijnegem) en mallow-macarons (half macaron, half negerzoen). In het najaar van 2014 kwamen daar kleine, ronde pralines bij. Eerst waren er vijf smaken, nu zijn dat er al twaalf. "Om ons aanbod te verruimen en zo te denken aan de langere termijn", zegt Moreno. "Macarons, en zeker onze verse ambachtelijke macarons, zijn nu erg populair. Maar blijft dat zo echter?" Pralines maken 16% uit van het assortiment, het streefpercentage tegen eind 2015 is 35%.

Supplementaire business

Daarnaast biedt Amacarons ook nog premium mousserende wijn en thee aan. Zo verkochten ze in 2014 800 designflessen spumante. De thee van het merk Kusmi wordt enkel verkocht in Gent en Wijnegem, omdat een delicatessenzaak in de buurt van de winkel in Sint-Niklaas die al aanbiedt.

Drie en straks vier winkels

Vorig jaar opende Amacarons twee nieuwe winkels. "De winkels in Gent (in de Voldersstraat) en Wijnegem (in het Wijnegem Shopping Center) zijn een verhaal op zich", zegt Moreno. "De mensen van het Wijnegem Shopping Center vroegen ons al snel na de opening van onze winkel in Sint-Niklaas om daar een pop-upstore te openen. Dat liep goed, en we verlengden het contract een paar keer. Tot we de keuze hadden: stoppen of een vaste winkel openen. We kozen voor die tweede optie, en in mei 2014 openden we er een vaste winkel.

Veertien dagen ervoor hadden we ook in Gent een winkel geopend. De timing was dus toevallig. De eerste maanden hoorde er in Gent een tearoom bij, maar daar zijn we snel van afgestapt. De tearoom bevond

zich op de verdieping boven de winkel. Qua mankracht werd dat te moeilijk, er waren te weinig klanten om iemand extra in dienst te nemen. De verkoop van Kusmi thee loopt daar dan weer als een trein.

Wijnegem is nu al rendabel, in Gent zou de omzet nog iets hoger mogen liggen. In oktober 2016 komt er een vierde winkel bij, in het nieuwe 'shopping district' Docks in Brussel. En dan stoppen we even."

Amacarons beknopt

Opgericht in 2013; drie locaties: Sint-Niklaas, Gent en Wijnegem.

- Sint-Niklaas: maandag 9.30 – 15 uur, dinsdag-vrijdag 9.30 – 17 uur, zaterdag 9.30 – 16 uur;
- Gent: maandag-zaterdag 10 – 18 uur;
- Wijnegem: maandag-zaterdag 10 – 20, vrijdag 10 – 21 uur.

Gemiddeld 3.900 klanten per maand.

Gemiddelde kassa-aanslag: ongeveer 11 euro.

Tijdens de feestdagen ligt dat bedrag op ongeveer 18 euro.

45.000 macarons per gewone maand, in december loopt dat op tot 110.000 macarons, leveringen aan 15 b2b-klanten inbegrepen.

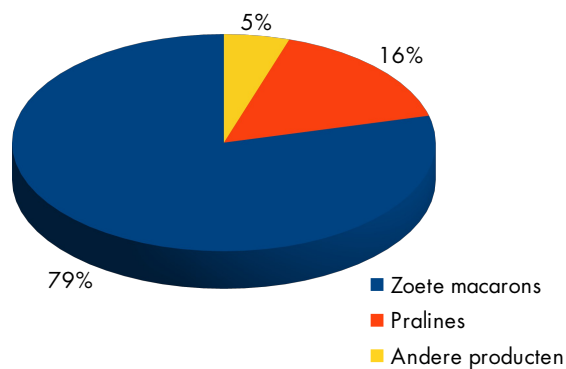
Omzet: zoete macarons 79%, pralines 16% (gelanceerd in september 2014, streefpercentage tegen eind 2015 is 35%), andere producten (hartige macarons, koekjes, thee, spumante) 5%.

Er zijn wel verschillen per winkel. Zo is Kusmi in Gent en Wijnegem goed voor 21% van de omzet.

De verkoop bestaat uit ca. 97% zelfgemaakte producten.

Personeel: 6

Omzet producten Amacarons



Eigen financiering

Ook 2015 belooft druk te worden op organisatorisch vlak: de bakkerij van Amacarons verhuist dit jaar nog naar een andere, grotere locatie. Een bijkomende winkel is de webshop, nu al goed voor een kleine 10% van de omzet, met verzendingen binnen de Benelux. "We moeten nu enkel nog beslissen of de winkel in Sint-Niklaas in de Ankerstraat blijft of verhuist naar een andere locatie in de stad, al dan niet gelinkt aan het nieuwe atelier", zegt Moreno. "Met zes mensen is het hard werken om de bakkerij en de drie winkels open te houden. Met een grotere bakkerij en een nieuwe winkel komt er wel personeel bij." Opmerkelijk is dat Amacarons geen beroep doet op externe financiering. "Alles gebeurt met eigen middelen", zegt Moreno. "We herinvesteren alle winst. We hebben geen plannen om uit te groeien tot een keten van 20 of 30 winkels en vragen voor franchising slaan we af. Alle macarons en koekjes komen uit onze eigen bakkerij hier in Sint-Niklaas, we willen de controle op onze producten niet verliezen. Want alles is handwerk. We bakken elke dag verse macarons, en je smaakt echt wel het verschil met goedkopere varianten. We houden ook alle verkopen goed in het oog. De kassa's in de winkels zijn iPads die met elkaar zijn verbonden, er is een goede opvolging van de verkoop." □