



Achiel De Witte (r):
 “Kwaliteit en service,
 daar begint het
 allemaal mee”

Al decennia is Achiel De Witte een graag geziene persoon in de Belgische sector. Hij begon ooit als medewerker in een lokale supermarkt en bouwde in de loop van enkele tientallen jaren zijn eigen handelsonderneming uit tot een groot imperium. De laatste tijd steekt hij veel energie in het jongste project dat hij gestart is: Versmarkt Criée in Antwerpen.

De Criée wordt nog volop verbouwd als we in de eerste week van juni Achiel De Witte treffen in het hart van Antwerpen. Muren en plafonds zijn weggebroken, nieuwe wanden werden geplaatst. Tussen de bouwlieden staan de bureaus van het personeel. Het pand ligt aan een winkelstraat op loopafstand van de Antwerpse Zoo en het prachtige Centraal Station. “Alles wordt opgefrist,” beschrijft David Magnus, filiaalmanager van de winkel, de veranderingen in het pand. “Maar de sfeer van een markt moet blijven.”

Achiel De Witte is zelf niet meer dan twee uur per dag in de Criée te vinden. Op termijn is het de bedoeling dat hij nog maximaal twee keer per week langskomt. Hij investeert nu vooral veel tijd in de opbouw van de ploeg medewerkers. Zodra er een

goede ploeg staat, trekt hij zich terug. “Een vliegende vogel vangt meer dan een zittende vogel,” verklaart hij schertsend.

Waarom heeft u geïnvesteerd in de Criée van Antwerpen?

“Ik ben hiermee teruggegaan naar mijn roots. Ik ben ooit begonnen in een supermarkt. Versmarkt Criée in Antwerpen bestond uit een aantal slaggers, een poelier en een centrale winkel. Die hebben we nu samengebracht tot een geheel. De specialiteiten blijven bestaan, maar ze hebben één directie. Die directie valt onder Group A. De Witte. David Magnus heeft de leiding van de winkel. Hij heeft heel wat ervaring in de sector en is de juiste man op de juiste plaats.”

Er wordt nu nog veel verbouwd, wanneer moet het af zijn en hoe gaat het er uit zien?

“Als we in de vierde week van september opengaan, ziet het er totaal anders uit. De beenhouwerijen zitten nu nog verspreid op drie plaatsen in de winkel, maar dan zitten die samen.

De nadruk voor de Crieë ligt op vers. Naast vlees is er veel ruimte voor bijvoorbeeld brood, maar ook de groenten- en fruitafdeling wordt een pareltje. Dat blijft onze core-business en voor ons wordt de Crieë een vlaggenschip. Zoals wij het daar zullen presenteren, zo zien wij ook een AGF-speciaalzaak het liefst doen...

Boven de winkelvloer, op de eerste etage, komt een degustatieruimte waar alles geproefd kan worden. Vooraan het pand komt een restaurant. Aan de andere kant



van de winkel komt op de eerste etage de werkplaats van de beenhouwerij. Alles wordt van glas, dus de klanten kunnen de beenhouwers aan het werk zien. Het wordt een moderne Versmarkt. Elke dag worden de verse producten geleverd en tweemaal per week rijden we naar Rungis bij Parijs om kwaliteitsvlees in te kopen.”

Waarom wordt deze Versmarkt in Antwerpen een succes?

“We zijn er van overtuigd dat het gaat werken. We hebben andere versmarkten in Spanje en het Verenigd Koninkrijk bezocht. Op dit moment hebben we 2.000 betalende klanten per dag, maar we zien dat ze niet het volledige gamma bij ons halen. Daarom hebben we besloten om de Spar te veranderen in een AD Delhaize, omdat het assortiment iets hoger staat aangeschreven. We hopen dan wel het volledige boodschappenmandje van onze klanten te kunnen vullen. Antwerpen is een testcase, maar als het een succes is, gaan we het ook in andere grote Belgische steden proberen.”

Is het een nieuwe stap voor de groep van groothandel/importeur naar retailer?

“Ik denk dat beiden goed samengaan. Vroeger kocht een winkelier bij vijf verschillende leveranciers producten in, maar door de verschraving is een totaalleverancier noodzakelijk. In de afgelopen 10 tot 15 jaar zijn supermarkten steeds belangrijker geworden en we zien dat door discounters als

Lidl en Aldi de concurrentiedruk toeneemt bij de groothandels.”

Hebben de groothandels nog wel toekomst?

“Als ik naar de eerste zes maanden van dit jaar kijk, zijn we in omzet 8 tot 10 procent gegroeid, dus is er wel toekomst. Het mooiste voorbeeld vind ik Luik, waar we onze site van twee hectare toen we het net overnamen een omzet tussen de 300.000 en 500.000 euro had. Dat is nu gegroeid naar 1,8 miljoen euro omzet per maand. Ook in Mechelen wordt de omzet groter en zien we het cliëntèle stijgen. Kwaliteit en service, daar begint het allemaal mee. Maar daar kunnen we het verschil mee maken.”

Zijn er ook productgroepen ondervertegenwoordigd binnen de groep?

“We willen alles in eigen huis hebben en het totale gamma bieden. Ik denk dat er niet veel producten zijn die we niet in huis hebben. Bijvoorbeeld in de steden is de multiculturele samenleving een feit. Je ziet dat gember, zoete aardappel en dergelijke producten nu indrukwekkende volumes hebben.

Met de overname van een snijderij in Sint-Truiden willen we ook dat segment in eigen beheer nemen. Nu wordt nog zeventig tot tachtig procent van het vierde gamma via toeleveranciers geleverd. Als we

alles op punt gezet hebben, zullen we veel meer in eigen beheer kunnen doen. Dat is wat we bedoelen met verticale integratie, wat één van onze sterkste troeven is. Binnen de Group doen we evenwel alles in overleg. Het kan niet dat zonder toedoen van de directie bijvoorbeeld import uit nieuwe landen wordt opgezet. We hebben vier importeurs binnen de groep die elk hun eigen sterkte hebben in bepaalde producten. Dat willen we verder uitbouwen. Het was vroeger ondenkbaar dat we zelf gember uit China zouden importeren, maar dat is nu normaal.”

Hoe haal je synergie uit de groep?

“Dat is heel eenvoudig eigenlijk. Door krachten te verzamelen en logistiek te koppelen. We hebben zo'n zestig opleggers, waarbij al ons transport opnieuw in-house kan geregeld worden. Als je de producten kunt verzamelen, levert dat een voordeel op. Ook door bijvoorbeeld samen in te kopen, versterken we onze positie. Vroeger zat op elke veiling een eigen inkoper. Nu kopen we samen in, want gecombineerd is het volume groter. Daarna wordt het opgedeeld.

Een groothandelaar moet ook elke week bananen hebben. Door de inkoop te bundelen hebben we een groter volume en kunnen we ze zelf importeren onder ons merk CEBON vanuit Colombia en Brazilië.”