



MAARTEN TAVERNIER

## "ZONDER MEER" WINT KLIMOP.AWARD

Op zondag 19 januari werd voor de 17<sup>e</sup> keer de Klimop.award uitgereikt. Dit initiatief van Natuur.koepel wil elk jaar een bedrijf, organisatie, project ... in de picture zetten die een vooruitstrevende rol speelt op vlak van natuur en/of milieu in de regio en zo de 'achterblijvers' inspireren. De winnaar van deze editie werd de verpakkingsvrije biowinkel **Zonder Meer** uit Kortrijk. Johan Moreels timmert al 8 jaar aan de weg om de milieubewuste consument in de regio te voorzien van een verpakkingsvrij alternatief.



→ De Klimop.award bestond dit jaar uit een aquarel van kunstenaar Fabienne Ferfers uit Harelbeke. Het prachtige vogelbeeld krijgt een mooi plaatsje in de winkel.

© Maarten Tavernier

Voor de trouwe Klimoplezer zal Zonder Meer geen onbekende zijn. Je kon kort na de start, in de voorjaarseditie van 2018 al een interview met Johan lezen. Bovendien zijn er regelmatig advertenties te zien. Het verhaal van Zonder Meer startte vanuit de ergernis rond het vele verpakkingsmateriaal dat je als consument overhoudt als je klassiek winkelt. Met een gezin van 5 levert dat al gauw een berg afval op. En de keuze voor biovoeding gaf de indruk dat deze berg alleen nog groeide.

Johan wilde tonen dat het anders kon en voegde de daad bij het woord. Er is niet alleen de keuze voor verpakkingsvrij en bio, in de winkel vind je ook info over herkomst, producenten ... Johan wil niet alleen een winkel uitbaten maar ook de mens en het verhaal achter de producten brengen. Dat Johan een verleden heeft in de sociale sector is ook duidelijk, er worden ook een aantal producten verkocht van sociale initiatieven en iemand van groep Ubuntu komt wekelijks een handje helpen in de winkel. De Klimop.award is de ideale gelegenheid om nog eens terug te blikken.

**Klimop:** Het is intussen al een hele tijd geleden dat jouw startperiode aan bod kwam in Klimop, hoe is jouw winkel intussen geëvolueerd?

**Johan:** 'Er zijn inderdaad wel wat veranderingen. Zo is mijn gamma sterk geëvolueerd en uitgebreid. In de eerste plaats hebben we nu wel verse producten, zoals groenten en fruit. Dat kwam al vrij snel, zo'n 8 maanden na de start. In het begin werkte ik samen met de Stadsboerderij: zij verkochten een assortiment van mijn droge producten in hun winkel; ik nam bij hen de verse af. Maar al snel groeide de verkoop, en kreeg ik de boodschap dat het teveel werd en dat er beter rechtstreeks bij de producenten kon worden besteld.

Er is nu ook een koeltoeg met producten die koel moeten bewaard worden, dat had ik niet bij de start. Die evolutie wordt eigenlijk gestuurd door de klanten. Ik ben begonnen met de producten die je zelf gebruikt en dus denkt te moeten aanbieden, maar al van bij de start probeer ik in te spelen op de vragen die klanten hebben. Zo heb ik lang gewacht om brood aan te bieden, maar sinds ongeveer een jaar doe ik dat wel en dat loopt goed.

Maar het moet wel passen binnen de filosofie van bio en verpakkingsvrij. Niet alleen voor de klanten, ook zo veel mogelijk tussen de producent en onze winkel. Zo zal ik binnenkort confituren verkopen van een nieuwe leverancier die zal leveren in grote glazen in plaats van plastic potten. Ik maak soms ook de keuze om zaken niet meer te verkopen. Zo verkoop ik nog de beschikbare voorraad wijn, maar zal er nadien mee stoppen. Het huidige aanbod is niet lokaal genoeg en er is geen alternatief voor de glazen wegwerpfles. Wasverzachter zou ik ook liever niet verkopen, want eigenlijk is dat een overbodig product. Maar klanten bleven ernaar vragen en onze duurzame leverancier, waar we heel tevreden over zijn, heeft daarin wel een aanbod.

Een rode lijn is wel vlees en vis, die dierlijke producten zal ik niet zelf verkopen. Mensen die daarnaar vragen, verwijs ik door naar duurzame alternatieven uit de buurt, zoals Hierford (winnaar van de Klimop.award van vorig jaar), de Heerlijkheid of 't Goed ter Heule.

We worden ook stilaan een team. Ik werkte al met jobstudenten die op de drukke momenten een handje kwamen helpen, maar inmiddels is één van die jobstudenten parttime werknemer geworden. De medewerkers voelen zich mee verantwoordelijk,

dus ik hoef niet alles meer alleen te doen zoals in het begin. Zij kijken soms ook kritisch naar zaken waar ik zelf niet bij stil sta. Zo zijn de stickertjes voor het wegvan van de verpakking die je eigenlijk in elke verpakkingsvrije winkel vindt, verdwenen. Veel mensen wassen hun potten in de vaatwas, en dan moet je telkens een nieuwe sticker kleven. We schrijven dit nu gewoon op de verpakking met een stift. Als verpakkingsvrije winkel wil je immers zoveel mogelijk materiaalverbruik vermijden. We produceren zelf amper één kleine restafvalzak om de 3 tot 4 maanden, daarnaast hebben we wat PMD en wel wat papier en karton. Maar als je dat vergelijkt met de afvalcontainers die een klassieke winkel staan heeft...

**Klimop:** Is je klantengroep veranderd in die periode?

**Johan:** 'Die is eigenlijk - tot mijn verbazing - altijd al heel breed geweest. Bij de start dacht ik vooral jonge mensen en dito gezinnen te kunnen bereiken. Maar door de ligging in het centrum van Kortrijk, waar veel oudere mensen wonen en weinig voedingswinkels zijn, komen ook veel senioren over de vloer. Ik zie dus een brede groep van klanten passeren, van student tot gepensioneerde. De aantallen zijn wel gegroeid. In 8 jaar tijd zag ik de verkoop ongeveer 3 tot 4 keer groeien. Ik heb in mijn winkel de indruk dat een groeiende groep mensen bewuster met consumeren omgaat. Er zijn meer mensen die duurzamer en gezonder voedsel en andere producten willen, al merk je dat niet in de verkiezingsresultaten van vorig jaar. Maar voor mij is groeien geen doel op zich. Ik ben blij dat ik mijn activiteiten op een rendabel niveau kan houden. Ik merk wel dat, als er meerdere mensen tegelijk in de winkel zijn, er spontane gesprekken ontstaan van mensen die recepten of tips uitwisselen. En hoe langer hoe minder is er schroom om kleine hoeveelheden te komen kopen. Ik moedig dat ook aan: het is niet omdat er in een eierdoosje 6 eieren kunnen, dat je er 6 moet kopen. Waarom zou je meer kopen dan je nodig hebt? Ik doe ook niet mee met promoties. Mijn leveranciers weten intussen dat ze bij mij met acties als '2 kopen, 1 gratis' niet moeten afkomen. Ik wil mensen niet aanmoedigen om meer te kopen dan ze nodig hebben, er is immers grote kans dat zoiets dan in de vuilnisbak eindigt.'

**Klimop:** In 2018 had ik in de titel van het artikel geschreven 'meer van dat', maar toch ben je in de regio nog steeds de enige verpakkingsvrije winkel. Hoe komt dat?

**Johan:** 'Er zijn in de voorbije periode wel een aantal mensen geweest die een gelijkaardige winkel opgestart hebben in West-Vlaanderen, zoals in Ieper, Veurne, Oostende of Ruddervoorde. Die initiatiefnemers zijn hier ook langs gekomen, en ik ben altijd bereid geweest om advies te geven. Maar om diverse redenen zijn die tot nu toe allemaal ook weer gestopt. Soms om financiële redenen, gezondheid, soms omdat het werk anders ingeschat wordt. Je moet rekenen dat ik wel veel meer werk heb dan in een gewone winkel. Bij mij is het niet zomaar een zakje of een doos op het rek zetten. De recipiënten waar mijn producten in zitten, moeten minstens om de 6 weken gereinigd worden. Van alle producten weet ik ook in welke pot welk lot zit, en hoe lang al. Dat moet bijgehouden worden, en wordt ook nagezien door de voedselinspectie bij controlebezoeken. Daar kruipt werk en tijd in. Maar ik ben ervan overtuigd dat er potentieel is. Ik heb bijvoorbeeld klanten die speciaal vanuit Roeselare komen. Mocht daar iemand de goesting hebben om met een verpakkingsvrije winkel te starten, dat zou zeker draaien.'

**Klimop:** Veel succes en hopelijk hoeft het geen 8 jaar meer te duren voor je navolging krijgt.

