

Koffiebranderij Deprez (Viva Sara) uit Vichte

Eigen horecaconcept inspireert onze klanten

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

West-Vlaamse nuchterheid hoeft geen rem te zijn op gezonde ambitie. Dat bewijst het verhaal van **Viva Sara**, geschreven door de familie **Deprez**. De koffiebranderij opende in Brugge en in Kortrijk eigen 'Kaffées', die tegelijk fungeren als belevingscentrum en academie. Dit concept zal in de toekomst ook (inter)nationaal verder worden uitgerold, terwijl andere distributiekanalen worden verkend.

"De typisch Belgische 'regelitis' is niet bevorderlijk om allerlei ambitieuze ondernemersdromen te realiseren", zo ondervinden de broers **Peter en Bart Deprez**. Zij zijn zaakvoerders van **Deprez bvba** (koffiebranderij) en van **Red Bourbon bvba**, uitbater van horecaconcepten onder de naam Viva Sara. Hun ambitie is om de zaak uit te breiden en tegelijk toegankelijker te maken voor bezoekers, in Vichte of op een andere locatie. Maar ze worden daarin afgeremd door de strenge regels van het FAVV.

Bart Deprez: "In Milaan en Londen mogen bezoekers gewoon in de branderij lopen, wat het belevingsaspect verhoogt. Het zou fijn zijn als dat ook bij ons eenvoudiger zou kunnen."

Koffiebranderij Deprez is het geesteskind van **Fernand Deprez**. Met de oprichting van het Kortrijks Koffiehuis in 1987 was hij een pionier in de sector van horecazaken die zich puur op koffie en thee focussen.

Bart Deprez: "De markt was er op dat moment nog niet klaar voor, waardoor onze pa eerst enkele jaren zwarte sneeuw zag, voor de bal echt aan het rollen ging. We zijn er hem nog altijd dankbaar voor dat hij toen heeft doorgebeten. Eenmaal ook de consument de klik had gemaakt, heeft hij daar de basis gelegd voor het latere succes."

Bourgondisch koffiedrinken

Peter Deprez: "Het is niet eenvoudig om je als ambachtelijke koffiebranderij te onderscheiden van de grote merken.



Bart en Peter Deprez van Viva Sara promoten de 'Belgische' manier van koffiedrinken. (Foto HOL)

95% van onze omzet komt van de verkoop aan professionele horecaklanten. Aanvankelijk beleverden we hen ook nevenproducten, zoals pakweg oplossoep of aperitiefworstjes. Later beslisten we om alleen nog producten te verkopen met een link naar koffie of thee. Daardoor zagen we onze omzet eerst flink terugvallen, maar we hebben nooit gepanikeerd. In ons nieuw concept promoten we de Belgische manier van koffiedrinken, waar ook confiserie en chocolade bij horen. Die verdelen we nu via onze respectieve huismerken **Viva Lena** en **Viva Laura**. Alle koffie en thee commercialiseren we onder Viva Sara. Op die manier positioneren we onze producten apart in de markt."

Die **nevenproducten** (ook koffie- en theezetmachines) vertegenwoordigen momenteel circa **20% van de omzet**, maar zitten in stijgende lijn. Dat is onder

meer ook te danken aan de **Viva Sara Kaffées** in Kortrijk en Brugge. "Voor we daarmee gestart zijn, hebben we onze horecaklanten uitvoerig geïnformeerd. Het is allerminst de bedoeling hen te beconcurreren, integendeel. In die shops kunnen mensen professioneel gezette koffie of thee drinken of meenemen en een barista aan het werk zien. We willen de particuliere én professionele klanten tonen wat er zoal met deze producten mogelijk is. Die boodschap slaat aan: steeds meer professionele klanten komen les volgen in de academie in Kortrijk of Vichte, om de kunst van koffiezetten onder de knie te krijgen."

Franchising

De meeste West-Vlaamse koffiebrande-rijen zijn relatief kleine bedrijven, maar die status wil de familie Deprez ooit ontgroeien. "Het Viva Sara Kaffée in het shoppingcentrum Zilverpand in Brugge

is een proefproject in franchising. We kunnen er erg veel uit leren om in de toekomst sterker op franchising in te zetten, zowel nationaal als internationaal. Daarnaast zijn er ook **Viva Sara Corners** in meubelzaak BE-Okay in Deerlijk en ziekenhuis AZ Groeninge in Kortrijk, waar onze shop-in-shop bijdraagt tot de hospitality-functie van een ziekenhuis. Ook dat concept willen we op termijn op andere locaties kopiëren. We staan aan de vooravond van een verdere doorbraak, maar we willen geen stappen overslaan en moeten rekening houden met de budgettaire beperkingen als kmo."

Viva Sara telt momenteel 19 vaste medewerkers in loondienst, verdeeld over de koffiebrande-rij in Vichte en de horecazaak op de Grote Markt in Kortrijk.

www.vivasara.be

Vierde generatie stapt in Grootmoeders Koffie

Streven naar perfectie in de koffietas

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Je hoeft met je product niet internationaal te gaan om succesvol te zijn. Dat blijkt uit het verhaal van Grootmoeders Koffie. **Nicolas Hanssens**, ondernemer van de vierde generatie, is zich aan het inwerken in het familiebedrijf uit Gullegem. Dit gaat gepaard met een nieuwe wind die hen richting 'specialty'-koffies drijft.

De focus van Grootmoeders Koffie ligt op de productie en distributie van eigen mélanges. Die hebben door het heel langzame brandproces een licht verteerbaar karakter.

Zaakvoerder Patrick Hanssens:

"Daarmee onderscheiden we ons van de industriële koffies. Wij permitteren ons voldoende tijd voor dat brandproces. Daarbij vermijden we dat de buitenrand van de boon verbrandt, zodat het aroma zo lang mogelijk bewaard blijft

en op het juiste moment vrijkomt: tijdens het koffiezetten. Omwille van de massavolumes is de grootindustrie verplicht om meer prijsgericht te mengen. In onze mélanges werken we voornamelijk met **arabicabonen**. Die bevatten niet alleen minder cafeïne, ze hebben ook een fijner aroma en bevorderen zo het zachte karakter van Grootmoeders Koffie."

Doelgroepen en gamma

Het familiebedrijf verwerkt 120 tot 150 ton koffie per jaar, met een team van negen medewerkers. Het belevert zowel horeca, bedrijven, als retail (zelfstandige supermarkten, delicatessewinkels en bakkerijen).

Patrick Hanssens: "Marketing is voor ons een continue uitdaging. Bij lokale zelfstandige supermarkten liggen we vaak in de rayon van de streekproducten,