

ROMBOUTS, UIT LIEFDE VOOR DE KOFFIEBOON



Net wanneer de week van de Fairtrade overall wordt aangekondigd, trekken we naar de hoofdzetel van Rombouts in Aartselaar. Het Franse filiaal van Rombouts, Malongo, is marktleider in de afname en verdeling van fairtradekoffie. Ceo Xavier Rombouts is intussen al de vierde generatie in dit familiebedrijf dat innovatie en duurzaamheid hoog in het vaandel draagt. Samen met barista Manu Demets stelt hij ons naast het bedrijf een primeur voor: Caffemore, een unieke lijn van exclusieve specialty coffees. Kleinschalig geproduceerde grand cru's enkel bij Rombouts te verkrijgen en om het met de woorden van Xavier te zeggen, "de Westvleteren onder de koffies".

*Tekst: Sam Paret
Foto's: Wouter Van Vooren*



Het verhaal van Rombouts werd geschreven door Xaviers overgrootvader Frans, die in 1896 besliste om een brandtrommel te huren om zo zijn eigen koffie te kunnen branden. Hij was voor het eerst met het product in contact gekomen als werknemer van een importfirma uit Antwerpen die producten uit de kolonies invoerde. De liefde voor de koffieboon zou bij de familie Rombouts nooit meer verdwijnen en leidde tot een aantal revolutionaire vondsten en de daarmee gepaard gaande groei van het bedrijf.

Een eerste stap werd gezet met de Wereldtentoonstelling in Brussel in 1958. Speciaal voor deze gelegenheid lanceerde Rombouts de individuele koffiefilter waarmee je een kopje kon zetten met een perfect gedoseerde hoeveelheid gemalen koffie, gebrand volgens de traditionele methode. "Een voltreffer waarmee we in feite de grondlegger zijn geweest voor huidige populaire varianten als Senseo of Nespresso. Het was een revolutie en de horeca volgde al snel. Het nationale succes sloeg voor het eerst ook over op de consument en onze firma groeide aanzienlijk om aan die vraag te kunnen voldoen. De uitvinding van die koffiefilter leerde ons dat innovatie de sleutel tot succes was en daar zijn we nadien met de oprichting van onze research & development afdeling volop blijven op inzetten", aldus huidige ceo Xavier Rombouts.

NAAR HET BUITENLAND

In 1968 volgde dan de stap naar het buitenland met de overname van Cafés Malongo, op dat ogenblik een kleine koffiebrander uit Zuidoost-Frankrijk. Xaviers vader Hugo Rombouts besliste om zich daar in Nice te vestigen en ontmoet er zijn vrouw. Xavier Rombouts is geboren en getogen in Frankrijk. "Iedereen verklaarde me gek toen ik besloot om de omgekeerde weg te bewandelen en me in het koude België te nestelen. Maar ik wou een nieuwe uitdaging en vond die hier ook. Net als mijn vrouw met wie ik nu zelf een kindje heb, dus de toekomst is verzekerd (lacht)."

De uitbreiding bleek een succes want in de loop der jaren groeide het aandeel van Malongo in de groep. De koffie van Malongo wordt inmiddels in tal van landen verkocht en niet alleen in de Malongo Cafés, de degustatiehuizen die ze in Frankrijk hebben opgericht. Het succes van Malongo danken ze in de eerste plaats aan de focus op fairtrade. Ze waren de pionier in Frankrijk om in eerlijke koffie te geloven. Uiteraard op voorwaarde dat dit hand in hand ging met een uitstekende kwaliteit. De eerlijke handel wordt gegarandeerd door het keurmerk Max Havelaar. Bovendien heeft Rombouts samenwerkingen met diverse coöperatieven die de lokale koffietelers ondersteunen met de bouw van ondermeer proeflaboratoria en scholen voor hun

kinderen. De afname bij kleinschalige koffieplantages aan een eerlijke – en dus duurdere – prijs maakte van Malongo definitief een nationale speler in Frankrijk.

INNOVATIE ALS RODE DRAAD

Xavier Rombouts: "Maar de grote doorbraak voor zowel Malongo als voor Rombouts kwam er in 2000, wederom door innovatie, met name met ons concept van 123 Spresso. Een systeem met koffiepads op maat voor iedereen. Door het leveren van zowel de pads – in 100% afbreekbaar materiaal – als de machines bereikten we niet alleen de horeca maar ook de mensen thuis en op kantoor. Innovatie is dus echt de rode draad doorheen de geschiedenis van ons bedrijf en heeft steeds als doel gehad de kwaliteit te verbeteren."

Het is precies in deze traditie dat Rombouts destijds het theepakket Majes-T lanceerde. "Ik herinner me nog goed de dag dat wij het aan de koning en koningin voorstelden op een beurs voor alle hofleveranciers. Ik had me voorgenomen een grapje te maken over de naam van ons product. Toen ik hen zei dat we dit hadden gekozen omdat we enorme fan van hen waren, konden ze er gelukkig om lachen."

CAFFEMORE

In diezelfde lijn krijgen wij vandaag een primeur te zien. Om exclusieve smaken aan hun klanten aan te bieden, ontwikkelden ze net een nieuw koffiegamma Caffemore, dat ons wordt voorgesteld door barista Manu Demets. Het zal slechts in kleine hoeveelheden en voor de particulier enkel via de webshop te verkrijgen zijn. "Het idee kwam er eigenlijk door een vraag van een van onze klanten, Kenny Burssens van restaurant InVINCible, ook een vurig voorstander van de koffiecultuur. Hij wou een speciale, kwaliteitsvolle en exclusieve koffie aanbieden aan zijn klanten en vroeg ons dit voor hem te vinden. Een mevrouw heeft dit destijds in een interview 'specialty coffees'

genoemd waarbij ze refereerde naar koffies die op kleine schaal geproduceerd worden en van een uitzonderlijke kwaliteit zijn. Een product dat puur op emotie wordt aangeschaft zoals wijnliefhebbers een Chateau Pétrus in hun gamma willen. Waarom? Omwille van het 'wauw'-effect. Daarvoor staat Caffemore."

Bij Rombouts zagen ze hierin een nieuwe mogelijkheid om zich te differentiëren, des te meer omdat dit dicht aanleunde bij hun handelswijze met de coöperatieven wereldwijd. Manu gidst ons rond in de werkplaats en toont ons – naast de twee grote traditionele koffiebrandtrommels die onophoudelijk koffiebonen branden en koelen – hun nieuwste speeltjes. Drie heel mooie maar kleine koffiebranderijtjes, speciaal aangekocht met het oog op hun nieuwste gamma. De grootste van de drie kan 22,5 kg verwerken, de kleinste apparaten respectievelijk 5 kg en 1 kg. Ze zijn exclusief voorbehouden om aan de vraag van de klant te kunnen voldoen. "Hiermee kunnen we kleine hoeveelheden, bijna à la carte, voor onze klanten samenstellen volgens het principe op = op. Ik wil nog eens benadrukken dat het geenszins de bedoeling is om onze specialty coffees ooit uit te breiden naar de massa omwille van strategische redenen. Dit is een strategische fout die wij niet zullen maken. En in feite ook niet kunnen maken aangezien wij hiervoor werken op een manier die we 'direct conceptified estates coffee' noemen. Zo hebben wij bijvoorbeeld een akkoord met een specifieke fazenda in Brazilië waar wij slechts een minuscuul deeltje voor ons hebben gereserveerd en waar ze koffie volgens onze wensen gaan telen en verwerken. Je kunt het zien als een kleine ambassade van Rombouts in die fazenda. Behalve in Brazilië (Adentera) zijn we voor onze specialty coffees actief in Panama (Geisha), Kenia (Gatina), Honduras (Honey Processed) en Laos, goed voor vijf uitzonderlijke smaken. Daar hangt uiteraard een prijskaartje aan vast, maar dat betalen onze klanten – die zo hun 'eigen' exclusieve koffie in handen hebben – met plezier."

OPLEIDINGEN

Dat ze hiermee mikken op de wereld van de gastronomie mag duidelijk zijn. Hiervoor bieden ze naast het exclusieve product ook opleidingen aan hun klanten aan. Want je mag nog de beste kwaliteit van koffie hebben, als je niet weet hoe die te zetten, is alles voor niets geweest. Dat deze koffiebonen in handen van een barista een nieuwe dimensie krijgen, merken we tijdens de proeverij. Mijn persoonlijke voorkeur gaat naar de Honduras Honey processed gezet met de Chemex. Ongelooflijk welke smaken je in koffie kunt ontwaren, net alsof we net een glas Pétrus degusteerden...

www.rombouts.com

