

Briz Coffee zorgt voor frisse bries in de internationale koffiehandel

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

In een erg gediversifieerde markt als die van de koffie, kun je als nieuwe speler nog het verschil maken. Als je maar excelleert in technische kennis en flexibel inspeelt op speciale marktsegmenten. Dat bewijzen **Pia De Baets** en **Olivier Mordang**, oprichters en managing directors bij **Briz Coffee**. Het handelsbedrijf uit **Kortrijk** bouwde in amper zes jaar tijd een erg internationaal cliënteel uit en verhandelt jaarlijks 700 containers of 13.000 ton groene koffie.

Pia De Baets en **Olivier Mordang** leerden als jonge medewerkers de kneepjes van de trading in een technische en complexe markt bij koffietrader **Supremo** in Brugge, onder de vleugels van pionier **Yves Tombeur** (zie pagina 19).

Olivier Mordang: "Omdat er bij Supremo geen familiale opvolging was, hebben we in 2011 een managementbuy-out geprobeerd. Maar de eigenaar had daar op dat moment geen oren naar. We hebben toen de keuze gemaakt om op eigen benen verder te gaan. Wel zijn we Yves Tombeur nog altijd erg dankbaar dat we daar de stiel konden leren. We hebben de markt van Supremo niet afgeroomd, want ook zij zijn de laatste jaren fors blijven groeien" (zie pagina 17).

De factor Vanden Avenne

Voor de start van Briz Coffee in juni 2012, binnen een erg kapitaalsintensieve business, onderzochten Olivier en Pia diverse pistes.

Olivier Mordang: "Een container groene koffie kost al snel 50.000 à 100.000 Amerikaanse dollar. We kozen ervoor om niet in zee te gaan met een financiële partner die de branche niet kent, noch met een grote broer uit dezelfde sector. Dat laatste omwille van het risico op een mogelijke toekomstige overname. Uiteindelijk sloegen we de handen in elkaar met **Groep Vanden Avenne**, tak lzegem. Die zocht net op dat moment

naar een complementaire activiteit en heeft veel ervaring in de tradingbusiness. Dit leidde tot een structuur met drie aandeelhouders-bestuurders, elk goed voor 33%. Daarbij laat **Xavier Vanden Avenne** zich niet in met het operationele luik."

Pia De Baets: "Dat partnership liet ons wel een kostenefficiënte opstart toe, omdat we konden genieten van een synergie op het vlak van IT en gebouw-infrastructuur."

Briz Coffee koopt de groene koffie vooral bij coöperatieven en exporteurs, uitzonderlijk ook eens bij de teler zelf. "We verkopen die dan weer aan grote nationale of internationale klanten, die telkens minstens één container van ons afnemen. We kiezen voor die strategie omdat we die transacties zo kunnen 'hedgen' op de beurs. België is een belangrijke afzetmarkt, 25% van het zakencijfer, maar we leveren in heel Europa, met nadruk op Frankrijk, Nederland, Duitsland en Zwitserland."

De factor reputatie

Hoewel de koffiebusiness een gesloten en traditionele markt is, slaagde het bedrijf er snel in om het vertrouwen van enkele grote spelers te winnen.

Olivier: "In deze sector draait alles om vertrouwen en reputatie. Een woord geldt als een contract, je moet het respecteren. Je moet ook een kans krijgen om

je te bewijzen. Die kans hebben we gekregen. We danken de snelle groei vooral aan onze snelle betalingen aan leveranciers, aan hard werken, snel reageren op proeftests - zodat de leveranciers dezelfde dag nog weten wat



ze mogen leveren - én aan de belangrijke meerwaarde die we ook voor 'kleinere' bestellingen leveren. Als er bijvoorbeeld een container rechtstreeks van Congo naar Rusland moet, is het cruciaal om er via een vlekkeloze administratie voor te zorgen dat alle papieren en formaliteiten correct vervuld zijn. Anders raakt de container Rusland zelfs niet binnen. Of we voorzien een evenwaardig alternatief wanneer de koffie die de klant specifiek wenst, niet beschikbaar is."

De onderneming sloot het recentste boekjaar af met een volume van **13.000 ton**, goed voor een omzet van **29,7 miljoen euro** en excellente resultaten.

Pia: "Omzet is niet de juiste parameter om ons groeverhaal te toetsen. Volumes en marges zijn dat des te meer. Op dat

vlak blijven we uitstekend scoren. De winst investeren we grotendeels in het bedrijf: het biedt ons de kans om zelf meer koffie aan te kopen en ook om meer medewerkers aan te werven. Ons team telt nu **negen mensen**, binnen drie

”

***In deze branche
geldt een woord nog
als een contract.***

jaar zouden dat er twaalf moeten zijn. Daarbij kiezen we voor versterkingen op logistiek, financieel en salesvlak, zodat we als zaakvoerders zelf meer tijd creëren om de langetermijnvisie van Briz Coffee uit te stippelen."

www.brizcoffee.com



Olivier Mordang en Pia De Baets van Briz Coffee voelen zich kiplekker in de internationale koffietrading. (Eigen foto)