

Kristof Duthoo (Carantos bvba) uit Blankenberge

Onze koffie is hotter than your girlfriend

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Kristof Duthoo, derdegeneratieondernemer bij de koffiebranderij Carantos uit Blankenberge, focust al 20 jaar op de professionele horecamarkt. Hij brengt een totaal belevingsconcept voor dit marktsegment. De espresso-specialist serveert zijn koffie 'hotter than your girlfriend' met melkcupjes 'for pussies' en dat levert hem niet enkel koffiegroen op: samen met negen medewerkers wil hij dit jaar de kaap van de 2 miljoen euro ronden.

Kristof Duthoo gelooft in de eerste plaats in de mens achter het bedrijf en zijn inbreng in de maatschappij. Een belangrijke doelstelling in de marketingstrategie is zijn rol als koffieambassadeur.

Kristof Duthoo: "De hype rond de baristacultuur en de koffiebars, naast het verhoogd aantal koffievarianten, maakten wat los in onze sector. Consumenten gaan op zoek naar kwaliteit en willen tijdens een uitstap, tijdens het werk en thuis een smaakvolle, hippe kop koffie. Die uitstraling vind je helemaal terug in de manier waarop wij ondernemen, met bewustwording en koffiecultuur als bepalende facetten. Al onze werknemers zijn level 1 of 2 barista, we zetten in op trendy merchandising en verkopen, naast onze blends, ook koffiemachines en toebehoren."

Afzetmarkten

De consumentenmarkt bespelen vraagt heel wat van het marketingbudget. Het is daarom niet de belangrijkste afzetmarkt van Carantos, dat is opgericht in 1948 door de grootmoeder van de huidige zaakvoerder. Vanuit Blankenberge zet de onderneming voornamelijk in op de typische horecacultuur van de Belgische kust. "Deze doelgroep bieden we een totaalaanbod in koffiebeleving. Daarin willen we bij de besten zijn. Deze aanpak resulteert in een omzetcijfer van rond de 2 miljoen euro, waarvan 30% van aanverwante zaken komt, zoals koffiemachines. Niet alleen de kwaliteit van de koffie is uiteindelijk

doorslaggevend voor de klasse van de geserveerde kop. Ook de afstelling van de koffiemachine, de maalfijn-/grofheid en zelfs de operator van de machine hebben bijvoorbeeld een invloed. Onze horecaklanten komen bij ons terecht voor alles wat met koffie te maken heeft, baristacursussen en koffietrainingen inclusief."

Carantos probeert ook de **bedrijvenmarkt** stilaan warm te maken voor een sfeerversterkende koffiecultuur. "De Belgische bedrijfsomgeving is vooralsnog anders dan bijvoorbeeld de Nederlandse. In Nederland behoort koffie, als onderdeel van lounge-ruimtes, tot de bedrijfscultuur.

In België daarentegen zien we nog altijd de mentaliteit van de werknemer achter zijn bureau. Met als enige ontsnappingsmoment een klein koffieapparaat in de achterkeuken. Waar ze nog niet eens een goede kop koffie kunnen schenken. Op dat vlak ligt er voor het Belgische bedrijfsleven nog heel wat werk op de plank."

Espressospecialist

Carantos beschikt op de ambachtelijke zone in Blankenberge over ruime productiefaciliteiten, met een dagelijkse capaciteit van 1.000 kg. Met behulp van een ambachtelijk productieproces worden de koffiebonen gedurende 20

Kristof Duthoo, zaakvoerder Carantos bvba: "Als espresso-engineers leveren we een heel specifieke service aan onze klanten." (Foto Nick VDH)



minuten geroosterd aan een temperatuur van 200 °C. Deze bonen worden in de blends mild, mokka, ontbijtkoffie en decaf zacht vacuüm verpakt, met een houdbaarheidsdatum van een jaar.

“Elk van deze blends bestaat uit vijf à zes soorten koffiebonen. Deze bonen kopen we aan bij de trader **Efico-Seabridge** (zie ook pagina 44), bij wie we onze eigen koffie ook stockeren in het grote magazijn in Zeebrugge. Dankzij deze samenwerking zijn we zeker van 100% arabicakoffie, voornamelijk geogst in de Zuid-Amerikaanse landen Nicaragua, Brazilië en Honduras.”

Carantos richt zijn activiteiten op de provincies Oost- en West-Vlaanderen. Een nationale spreiding is omwille van mobiliteit en hoge kosten niet opportuun. Via de koepel **Belgian Blenders** (zie pagina 29), lukt het wel om stilaan ook internationaal te gaan.



Opmerkelijk voor deze branderij is de specialisatie in 'espresso's', een koffieconcept dat in Italië en ook in Frankrijk heel populair is, maar minder in de West-Europese cultuur is doorgesijpeld.

Kristof Duthoo: “We hebben hiervoor het **Espresso Lab** opgericht, waarmee we ons specifiek richten op de bereiding. Dat genereert een mooie meerwaarde.”

www.carantos.be

Koffie Kàn omarmt slow coffee

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Derdegeneratieondernemer Marjolein Vermeersch runt samen met haar man, Frederik Danneels, een koffiebedrijf in de levendige badplaats Wenduine. Ze leggen er de nadruk op 'slow coffee'. Duurzaam, ambachtelijk, bio, fairtrade en bovenal kwaliteit voeren de boventoon. Als een van de weinige West-Vlaamse ondernemingen in de sector, richt Koffie Kàn zich voornamelijk op de retail.

In Wenduine snuif je op amper 700 meter van de zeedijk en in de schaduw van de kerk niet alleen verkwikkende zeelucht, maar ook de geur van versgebrande koffie. Zonder dat die geur hinderlijk is voor de burens, dankzij een innovatieve geur- en rookfilter.

Koffie Kàn was ruim 25 jaar geleden een van de eerste Belgische koffiebranders met een bioproduct. Dat segment is vandaag goed voor 50% van het zakencijfer.

Marjolein Vermeersch: “Destijds was de term bio nog niet ingeburgerd bij het brede publiek. Toch hadden we toen al een biokoffie in ons assortiment.

Die bieden we nog altijd aan. Het is een single origin koffie, waarin we koffiebonen verwerken van een Mexicaanse plantage. Intussen hebben we dit aanbod uitgebreid en bieden we biokoffie's aan van verschillende blends.”

Slow coffee

Koffie Kàn profileert zich doordacht en gracieus via het concept 'slow coffee'. Dit begrip kan je moeilijk beperken tot een enkele factor. Slow coffee omvat in feite de gehele manier waarop het duo omgaat met producten en ondernemerschap.

Marjolein Vermeersch: “Het begint al bij de aankoop van grondstoffen.

Hiervoor werken we samen met de Antwerpse trader **Rucquoy Frères**. Die heeft bij de aankoop van de ruwe koffiebonen aandacht voor duurzame en biologische koffieteelt uit voornamelijk Zuid-Amerikaanse landen. Slow coffee gaat daarnaast over het productieproces. Wij zetten in op het ambachtelijke, traditionele brandproces, met een, in vergelijking met industriële koffiemerken, lagere brandtemperatuur. Die houden we gedurende langere roostertijden aan. Bekijk je deze verschillen, dan weet je dat slow coffee gaat over de kwaliteit. Daarnaast speelt ook de verpakkingmethode zijn rol met een verschil tussen