Farm Fresh:

synergie door samengaan Lebouille en Van Brussel

Sinds 1 januari 2011 bundelen Van Brussel *trends in meat* en Lebouille hun krachten op één locatie in Born. Op die plek creëren zij een nog beter geoutilleerd vleesbedrijf, met een grotere slagkracht in Nederland. De authentieke slagerij en de directe winkelverkoop van Lebouille in de Gosewijstraat in Valkenburg is daarmee verleden tijd geworden. Navenant is benieuwd naar de *ins* en *outs* van het samengaan van de twee partijen en treedt in gesprek met één van de directeuren van Farm Fresh: Michiel Meier Mattern.

Van Brussel heeft Lebouille overgenomen. Onder de overkoepelende naam Farm Fresh worden nu twee *labels* gevoerd: Van Brussel en Lebouille. Binnenkort zal dit ook te zien zijn aan de buitenkant van het bedrijf. De horecaklant wordt bediend door het *label* Lebouille, de institutionele en cateringklant door het *label* Van Brussel. De overname van Lebouille heeft overigens geen gevolgen voor de werkgelegenheid. Michiel Meier Mattern is erg enthousiast over de overname. “Door de fusie zijn beide merken in staat ook in de toekomst de service en het assortiment af te stemmen op de wensen van hun klanten en de markt. We hebben ons als Farm Fresh tot doel gesteld als een goede moeder voor onze twee topmerken te zorgen. Mijn compagnon Bas van Brussel en ik weten ons daarbij gesteund door Ernest Lebouille, voormalig eigenaar van Lebouille, die als adviseur onder meer de *branding* van het Lebouille-*label* voor zijn rekening zal nemen.”

De kracht van Van Brussel

Van Brussel werkt vanuit een brede horizon. Hij is voortdurend op zoek naar nieuwe wegen, nieuwe producten en nieuwe allianties. De ervaring van Van Brussel ligt in het leveren van topkwaliteit vleesproducten aan het middensegment van de horeca, zorginstituten en catering in Nederland. Bovendien heeft Van Brussel ook een afzetmarkt in de zorg in België en Duitsland. Michiel Meier Mattern schetst een beeld: “Neem een tafel in een verzorgingstehuis rond etenstijd. Grote kans dat daar een sukadelap van Van Brussel wordt gegeten in vier variaties. Een ‘gewone’, een natriumarme, een vloeibare en tot slot nog de variant ‘extra gaar’: het lapje met een dusdanige structuur, dat er geen mes aan te pas hoeft te komen.”

Na een telefoontje tussendoor, een snelle slok koffie en een korte adempauze, vervolgt Michiel Meier Mattern zijn verhaal. “Heb ik het *hybride koken* al genoemd? Vrij vertaald: ‘een beetje van Maggi en een beetje van mezelf’. Van Brussel is van huis uit sterk in gegaarde producten. En hier zien we, als gevolg van de economische recessie ook mogelijkheden voor de horeca. Dit is typisch een thema, net als overigens de demokeuken of het *jammen* met koks, waar Van Brussel invulling aan weet te geven. Wij ontwikkelen nu eenmaal graag nieuwe dingen en betrekken onze klanten daarbij.”

Van Brussel betrekt zijn klanten bij de verbetering van producten en service, onder andere door het opzetten van klantenpanels. Deze komen twee tot drie keer per jaar bij elkaar en voorzien het bedrijf van adviezen vanaf de basis. Zo leveren afnemers direct *input* voor de verbetering en innovatie. “Een concreet voorbeeld hiervan? Dat zal ik vertellen: naar aanleiding van de tips vanuit het klantenpanel zijn we onze gehaktballen anders gaan samenstellen. Daardoor blijven ze nu luchtiger, ook als ze uit de vacuümverpakking komen.”

De kracht van Lebouille

Lebouille is dé leverancier van topkwaliteit aan de horeca. Hij is toeleverancier voor toprestaurants in Nederland en België met een groeiende klantenkring. Lebouille staat voor de *niche*, voor de bijzondere producten zoals het Iberisch varkensvlees, zwart zout, truffelproducten, Lakenvelder rund en Geuldallammeren. Lebouille onderscheidt zich verder door zijn uitstekende relaties met topkoks en niet te vergeten: de inkoop aan de bron. Michiel Meier Mattern: "Weet je dat we aan 26 Michelinsterren vlees leveren? Lebouille staat zijn klanten te woord als een *culinair connaisseur*; een adviseur met kennis van zaken die een deskundig klankbord is voor een topkok en niet bang om 'sturend' te adviseren." Hij lacht bij de herinnering aan de verhuizing op 31 december vorig jaar: "Bas zag hier producten binnenkomen die hij nog nooit van zijn leven had gezien, kun je nagaan!"

De krachten gebundeld

Door de krachten te bundelen, schrijft Farm Fresh 'kwaliteit' met driedubbele K: Kennis, Kunst en Kunde. Deze moet gedeeld en gecombineerd worden. Een voorbeeld daarvan ligt in het feit dat de door klanten gewenste en gewaardeerde kwaliteitscertificaten HACCP en BRC nu ook van toepassing zijn op het *label* Lebouille. Een ander voorbeeld ligt in de keuze om het horecasegment van Van Brussel onder te brengen bij Lebouille. Dat is voor de klanten veel duidelijker en geeft een andere uitstraling. Michiel Meier Mattern licht het verder toe: "Beide partners zien de synergie. Het effect dat we samen kunnen sorteren is groter. We gaan ons nu samen buigen over de vraag hoe we onze producten het beste in de markt kunnen zetten."

De bundeling van krachten bij de medewerkers verloopt volgens wens. De verschillende culturen worden bijeengebracht. Vanaf dag één zijn er geen aparte teams neergezet. Mensen worden qua kennis bij elkaar gezet en gehusseld. Michiel Meier Mattern: "Natuurlijk dragen we er zorg voor dat onze mensen in dit proces worden begeleid. Er is aandacht voor het feit dat elke tak zijn eigen historie heeft. Maar we zijn daarin niet star. Als eigenaar staan we zelf aan het roer. Cultuurverschillen zijn bespreekbaar. Integratie heeft nu eenmaal tijd nodig, ook in een bedrijf. Wat ik leuk vind, is dat ik heel veel enthousiasme en positivisme zie bij onze medewerkers. Mensen zien ook zelf wat de winst is."

Met glans in de ogen: "We hebben een mooi product. De *foodservice* is een leuke markt. *Food* is emotie, sfeer, beleving. Het zijn hectische tijden hier, maar wel erg leuk. We hebben een informele platte cultuur: iedereen kan gewoon binnenlopen. Ik houd van de *no nonsense*-mentaliteit in ons bedrijf. Bas en ik hebben onze portefeuilles goed verdeeld op basis van onze verschillende achtergronden. Zo lopen we elkaar niet in de weg, maar vullen we elkaar aan. Wij houden beslist niet van haantjesgedrag! Daarnaast is het geweldig om samen met Ernest de marketing aan te pakken. Fantastisch om hem erbij te hebben. Ik ben heel erg blij met de *deal*. Het is voor iedereen winst."

Hoe typeert Michiel Meier Mattern Farm Fresh? Welk karakter heeft Farm Fresh? Het antwoord rolt zo op tafel. "*No nonsens*, open, met gevoel voor kwaliteit en stijl, zeker met de toevoeging van Lebouille." Daarmee heeft de flamboyante verteller Michiel Meier Mattern in één pennenstreek niet alleen Farm Fresh gekenschetst, maar ook zichzelf. ■

Tekst: Ank Aerts,
www.ensuitetekstbureau.nl
Fotografie: Twan Wiermans