

ELKE DAG EEN
SPARKLE
op iemands gezicht toveren

Chocolade: al eeuwenlang een streling voor de tong en een niet weg te denken lekkernij die in vele varianten verkrijgbaar is, vaak de bijnaam 'troostmiddel' krijgt én bovendien enkele goede eigenschappen bezit. Over smaak valt niet te twisten en zo veel smaken, zo veel verschillen en dat geldt ook voor het merk. Bij Coco & Sebas in Oirschot hebben ze het omtoveren van chocolade tot een 'feel & taste good' product tot hun belangrijkste missie gemaakt.

TEKST Monique van Esch | FOTOGRAFIE Erik de Brouwer



Sinds de start in 2017 zijn er inmiddels 23 brand stores. Een vrij korte periode om een eigen merknaam op en uit te bouwen en voorlopig lijkt er geen einde te komen aan de groei. *Hoe een Utrechtse chef-pâtissier en een foodproducent uit Kerkrade elkaar vonden in de chocoladebranche en daar zowel letterlijk als figuurlijk chocolade van weten te maken.* In hun bescheiden kantoor met atelier aan De Scheper in Oirschot hebben *creatief directeur Remy Rombouts* (47) en *CEO Roger Scheeren* (51) hun dagelijkse werkplek, samen met nog zo'n 30 medewerkers. Elke dag op en neer reizen van en naar hun woonplaatsen Utrecht en Kerkrade hebben ze er graag voor over. Remy kan met name gezien worden als het creatieve brein en gezicht van het bedrijf, de chef-pâtissier die bijzondere dingen creëert samen met zijn team, Roger als degene die zich vooral richt op de commerciële en operationele kant.

Hoe is jullie samenwerking tot stand gekomen?

“Via *Ton van Veen*, bestuursvoorzitter van *Jumbo Supermarkten* die ik kende vanuit mijn vorige werk, werd het contact gelegd met Remy”, vertelt Roger. “Ton zag markt in het concept van Remy en wilde daarin investeren, waarna hij aandeelhouder werd.” Remy: “*Ik had aanvankelijk een winkel in Best met een andere compagnon.* Door de groei werd deze locatie al snel te klein en kwam ik in Oirschot terecht.” “Remy en ik zijn best verschillend, dus we moesten naar elkaar toegroeien”, zegt Roger. “*Ik ben wat ‘vierkant’, rechtlijnig, Remy is meer van de lossere aanpak en creativiteit.* Die combi heeft heel goed uitgepakt.”

Remy hielp als tiener al mee in een Utrechtse banketbakkerij en zo ontstond de passie voor het vak. Als pâtissier werkte hij voor vooraanstaande sterrenrestaurants en sterrenhotels. Daarna ging hij zich meer richten op de commerciële kant,



“Ik vind het *prachtig om te zien* hoe we ons samen met alle medewerkers hebben **ONTWIKKELD**”

onder andere als accountmanager voor Unilever. “Toen merkte ik dat de passie weg was. Ik werd tot tweemaal toe geconfronteerd met ziekte en concludeerde dat het roer om moest”, aldus Remy. *En zo startte hij rond zijn 40e zijn eigen bedrijf in de chocolaterie.*

Roger werkte in het verleden met name in de foodindustrie, als laatste in voedingssupplementen voor sporters. Een heel ander product dan waarmee hij nu te maken heeft. “Met name het luxe aspect van ons product vraagt om een hele andere aanpak. Het zijn de details die tellen, de finishing touch, de kwaliteit en gastvrijheid in onze winkels. *Het gaat om het totaalplaatje.* Dat begint al bij een nette entree. Iedereen moet zich er thuis voelen en als het kan met een geluksgevoel de winkel weer verlaten.”

Sparkle up your day

Coco & Sebas is mede dankzij de overname van 16 winkels uit het faillissement van Min B.V., een importeur van het merk Leonidas, dit jaar uitgegroeid



tot een vooraanstaand chocolademark. Daarvoor had het bedrijf al zeven winkels in Nederland en één winkel in België (Knokke). “*Ik vind het prachtig om te zien hoe we ons samen met alle medewerkers hebben ontwikkeld.* Als bedrijf willen we fonkelen met mooie producten. Daar worden we blij van. Niet voor niets is onze bedrijfslogan ‘*sparkle up your day*’, legt Roger uit. “Elke dag willen we een ‘sparkle’ op iemands gezicht toveren, dat verwenmomentje bieden, een geluksgevoel creëren. En niet voor de happy few, maar voor de happy many! Voor elk wat wils, voor elke portemonnee. *Daarbij spelen de drie ‘wow’s’ een grote rol: mooi product, goede prijs kwaliteitsverhouding en smaak.*”

Diverse creaties

Dat mooie product komt onder meer tot uitdrukking in de vorm van een Formule 1 racewagen, hart, beertje, eendje, diamant, giftbags, bonbons, mooie tasjes om zelf samen te stellen en dingen die zijn afgestemd op het seizoen en de feestdagen, zoals Kerstmis, Sinterklaas en Pasen. Voor elke gelegenheid en persoon is wel iets te vinden, zoals voor een partner, collega, goede vriend of buur.



Social media vormen een belangrijk onderdeel om de creaties te presenteren. “Mensen zijn visueel ingesteld. Met mooie beelden worden je zintuigen nu eenmaal geprikkeld”, geeft Remy aan. “In feite hebben we twee soorten klanten”, legt Roger uit. *“Klanten die zichzelf of een ander willen verwennen en klanten die een bijzonder cadeau willen kopen.”* Door middel van een spaarsysteem kunnen klanten sparen voor gratis artikelen.

Waar komt de naam Coco & Sebas vandaan?

“Coco is een afgeleide van cacao, het belangrijkste ingrediënt voor chocolade en Sebas komt van Sebastien,

achtergrond vormen een chique en warm geheel. Via Italiaanse leveranciers koopt Coco & Sebas zijn kwaliteitschocolade in, wat afwijkt van bijvoorbeeld de Belgische chocolade. Van de pure chocolade tot 72% tot de melkchocolade die wat stoerder van smaak is, minder zoet dan bijvoorbeeld de Belgische.

Cacaoproductie

Op chocolade zit ook een bepaalde smet door de wereldwijde discussie rondom de cacaoproductie. Hoe gaat Coco & Sebas daarmee om? Remy:

“We zeggen altijd: onder de motorkap moet het goed zitten. We gaan voor duurzaamheid, we houden rekening

mijn tweede naam”, legt Remy uit. “Daarnaast staat de co voor coffee, want ook een heerlijk bakje verse koffie wordt in onze winkels geserveerd, alsook ambachtelijk Italiaans ijs in de zomerperiode waarbij chocolade uiteraard de boventoon voert.” Coco & Sebas is het geesteskindje van Remy. De goudkleurige bedrijfsnaam met beeldmerk tegen een zwarte

met de ontwikkelingen. Voor ons is het vanzelfsprekend duurzame cacao. Daar hoeft niet de nadruk op te liggen, dat moet er gewoon al zijn. De situatie op cacaoplantages krijgen wij uiteraard niet dagelijks mee, maar door ons aan te sluiten bij organisaties die zich inzetten voor betere arbeidsomstandigheden van cacaoboeren dragen we ons

steentje bij. Daarnaast wordt ons verpakkingsmateriaal gemaakt met zo weinig mogelijk plastic en van gerecycled materiaal.”

“Alles draait om passie, bezieling en liefde voor wat je doet”

Jaarlijks ontstaan er nieuwe chocolade-creaties. Remy: “Door het bieden van exclusiviteit en product vernieuwing zijn we in staat om ons te onderscheiden in de chocoladebranche. Ons streven is om jaarlijks 25% van onze producten te vernieuwen in de winkels en webshop. Dat is tevens de kracht van Coco & Sebas.” *“Alles draait om passie, bezieling en liefde voor wat je doet, zegt Roger. “Dat moet de basis zijn. Dat geldt voor iedereen, ongeacht wat je doet.”* Momenteel telt het bedrijf zo’n 180 medewerkers, verspreid over 23 winkels in de zogenoemde high traffic winkelstraten in grote(re) steden, waaronder Den Bosch, Eindhoven, Breda en Maastricht, een distributiecentrum in Roosendaal en kantoor met chocolade-atelier in Oirschot. *Het bedrijf heeft zo’n 250 tot 300 verschillende artikelen in het assortiment.*

Wat de toekomst brengt?

“Heel even pas op de plaats”, geeft Roger aan. “We menen daarna te kunnen doorgroeien naar 45 winkels in de toekomst, maar de ontwikkeling van onze medewerkers, interne processen en de overname en ombouw van de Leonidas-winkels van Min B.V. vragen ook aandacht. *We moeten even tijd nemen om iedereen bij Coco & Sebas te laten meegroeien.* De focus zal wel in Nederland blijven liggen, maar buitenlandse expansie sluiten we niet uit.” ■



COCO & SEBAS MAAKT SNELLE GROEI DOOR IN CHOCOLADEBRANCHE

Coco & Sebas is geen directe klant van Crowe Foederer, maar een klant van een van onze klanten: ACA IT Solutions. Zij hebben een nieuw computersysteem bij Coco & Sebas geïmplementeerd door de snelle ontwikkeling die het bedrijf heeft doorgemaakt. De periode van uitgave van deze Nuance ligt rond Sinterklaas en Kerstmis en dat is voor Coco & Sebas een extra drukke tijd. Een mooie gelegenheid om het succesverhaal van deze chocoladeproducent voor het Nuance voetlicht te brengen.