

FRUITSNACKS LEVERT FRUITMANDEN OP KANTOOR

Gezondheidspartner van bedrijven

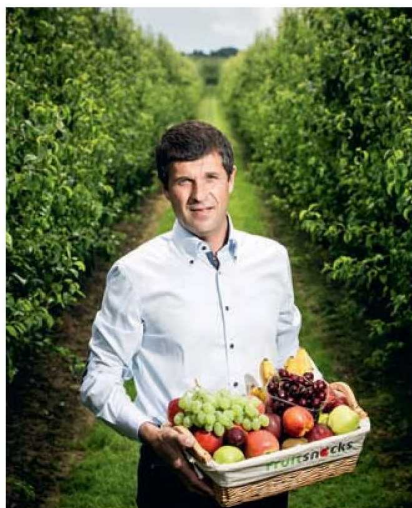
Fruitsnacks uit Nieuwerkerken levert fruit aan bedrijven. Daarmee wil het mensen op kantoor een gezond en vers alternatief bieden voor de traditionele snack. Het idee werd opgepikt in Denemarken. **ROEL VAN ESPEN, FOTOGRAFIE KRISTOF VRANCKEN**

Bij bedrijven als IBM, IWT, Omega Pharma, Athlon Car Lease en Innogenetics levert Fruitsnacks elke week een mand fruit. Het Limburgse bedrijf bedient meer dan 1200 klanten in heel België en Luxemburg. In België is het marktleider. Het fruit komt van 68 hectare aan boomgaarden waar Fruitsnacks met respect voor de natuur zijn eigen vruchten teelt. Daarnaast koopt het ook buitenlands fruit aan. Fruitsnacks stelt de fruitmanden zelf samen en neemt ook het transport voor zijn rekening.

Acht jaar geleden was zaakvoerder Karel Paesmans nog een traditionele fruitboer, zonder enige marketing- en salesachtergrond. In een tijdschrift voor fruittelers las hij een artikel over Scandinavische bedrijven die fruitmanden op kantoor leverden. In februari 2005 ging hij in Denemarken inspiratie opdoen, en amper vier maanden later had hij zijn fruitbedrijf al omgevormd tot Fruitsnacks.

Paesmans richtte Fruitsnacks op met eigen middelen. "De website heeft 25.000 euro gekost", zegt Paesmans. "Daarnaast heb ik een mailingbestand moeten aankopen. Gelukkig kon ik terugvallen op steun via de BEA-cheques (de voorlopers van de kmo-portefeuille, *nvdr*) en op de accommodatie die ik al had: magazijn, koelcellen en heftrucks. Externe financiers waren tot nu niet nodig."

In 2011 boekte Fruitsnacks 2 miljoen euro omzet. Toch lag het niet voor de hand om een traditioneel fruitbedrijf om te vormen tot de dynamische onderneming die Fruitsnacks vandaag is. Daarvoor riep Paesmans de hulp in van Matty Paquay, die via Paquay & Associates actief is in consulting en businesscoaching. "Samen hebben we een werkbare structuur op poten gezet die voldoende groei



KAREL PAESMANS
"Mijn echtgenote Heidi controleert elke fruitmand die hier buiten gaat."

mogelijk maakt", zegt Paesmans. "Die structuur geeft ons bovendien de ruimte om ons aanbod uit te breiden met bio-fruitmanden, fairtrademanden, relatiegeschenken en fruitsappen. We blijven innovatief en trachten de concurrentie voor te blijven."

Klantenbinding

Daarnaast is Paesmans voortdurend op zoek naar originele activiteiten. "We

bieden onder meer workshops, teambuildingactiviteiten en gezondheids- en bewegingsprogramma's aan. We organiseren ook aardbeien- en kersenverkoop in grote bedrijven, en elk jaar in oktober organiseren we een succesvolle appelplukdag. Onze kernactiviteit blijft fruit leveren aan bedrijven."

"Onlangs hebben we in samenwerking met GreenCity ook een fruitroute op poten gezet: een rondrit door Haspengouw op een vintage scooter, op een elektrische fiets of in een 2PK. Via een gps-systeem krijgen de deelnemers informatie over de omgeving en over het belang van fruit voor de streek. Daarnaast hebben we met Logo-fruit een originele marketingsnack gelanceerd: met een eetbare pasta kunnen we logo's op bijvoorbeeld appels aanbrenge. Zo worden ze ideale relatiegeschenken of leuke desserts voor bedrijfsfeesten, huwelijken of communies."

Fruitsnacks is een snelgroeiend bedrijf. Die groei is volgens Paesmans alleen mogelijk door een strenge kwaliteitsbewaking. "Wij doen dan ook alles zelf", zegt hij. "Mijn echtgenote Heidi controleert elke fruitmand die hier buiten gaat. En onze chauffeurs worden onder meer aangenomen op basis van klantvriendelijkheid. Want zij zijn het gezicht van Fruitsnacks."

En wat brengt de toekomst? "Een crisis is geen goede voedingsbodem voor onze sector", zegt Paesmans. "Wanneer ondernemingen moeten besparen, is fruit een gemakkelijk doelwit. Dat hebben we al gemerkt in 2008. Toch verwachten we de volgende jaren een mooie groei. We willen Fruitsnacks nog meer profileren als een bedrijfspartner die mee nadent over hoe je de werksfeer en de gezondheid van de werknemers optimaal kunt houden." ©

FRUITSNACKS IN CIJFERS

Bron: Trends Top

In euro	2010	2009	2008
Brutomarge	345.570	319.382	293.452
Bedrijfsresultaat	90.793	138.960	167.524
Resultaat boekjaar	51.588	101.294	137.316
Eigen middelen	154.229	127.641	76.347
Nettobedrijfskapitaal	94.449	98.977	58.390
Cashflow	124.290	152.930	153.697
Investerings	214.051	111.244	11.303