

# “De handel verdient meer aan Bonduelle dan wij zelf”

Het opzetten van een compleet bedrijf voor de Benelux, het ontwikkelen van vele producten, het bedenken van reclamecampagnes en –leuzen en met innovatieve verpakkingen op de markt komen: dit is slechts een greep uit alles wat Edo Stouten de afgelopen jaren voor Bonduelle Benelux heeft betekend. Na bijna 35 jaar legt Stouten eind januari 2009 zijn functie als algemeen directeur neer.



*Edo Stouten, nu nog algemeen directeur van Bonduelle Benelux: “Ik zag op een gegeven moment in Frankrijk dat Bonduelle een directeur zocht voor een vestiging in Nederland. Ik wist meteen dat ik die nieuwe directeur was”.*

Stouten heeft de afgelopen jaren met Bonduelle Benelux bereikt wat hij wilde bereiken. “We zijn vandaag de dag marktleider binnen grootverbruik, zowel met diepvriesproducten als blik.” Dat heeft Bonduelle volgens Stouten te danken aan de kwaliteit van de producten. “Alle producten zijn van hoogstaande kwaliteit. Daardoor zijn we wel duurder, maar dat wordt geaccepteerd.”

Binnen de consumentenmarkt heeft Bonduelle momenteel met blik een marktaandeel van 52%, in geld. “Dat is helemaal goed.” Binnen blik kan dan ook weinig meer worden verbeterd, aldus Stouten. “Met glas willen we naar een marktaandeel van 6% toe. We begeven ons met glas echt in een nichemarkt en richten ons op producten die anderen niet hebben, zoals paprikapunten, groene asperges, artisjokken, palmharten en mini-maiskolfjes. We zijn nu hard bezig met de instroming van nieuwe etiketten. Die moeten onze producten in glas weer meer elan gaan geven.” Binnen vriers staat Bonduelle echter niet hele-

maal waar Stouten had willen staan. “We hebben met losgevroren groente een marktaandeel van rond de 35%, maar dit móét beter. Bonduelle moet de komende jaren echt het nationale merk in de diepvries worden. Daarom zullen binnenkort de dozen vervangen gaan worden door iets totaal nieuws.”

Ook een nieuw design zou bij kunnen dragen. Stouten: “Het vorige design hebben we tien jaar geleden ontwikkeld. We hebben toen voor groen en geel gekozen, maar vandaag de dag zijn er heel veel productdesigns in die kleuren. Het nieuwe design is minder geel en het groen is donkerder”. Het design verschijnt nu langzaam op de producten in de supermarkten.

## Het begin

De Bonduelle-geschiedenis van Stouten begon 35 jaar geleden in Frankrijk. “Mijn Franse vrouw - die ik had leren kennen toen ik Frans studeerde in Frankrijk - wilde graag in Frankrijk wonen. Dat betekende dat

ik daar ook zou moeten werken. Ik ben her en der gaan solliciteren, maar dat resulteerde in niets. Op een gegeven moment zag ik dat een groot Frans levensmiddelenconcern een directeur zocht voor een vestiging in oprichting in Nederland. Dat was Bonduelle. Ik wist meteen dat ik die nieuwe directeur was en op 1 maart 1974 zijn we gestart in Maastricht.”

Twee jaar na de start in Maastricht verhuisde Bonduelle Nederland naar Veghel. Stouten: “Ik heb een transporteur gezocht die moest voldoen aan een aantal eisen: geconditioneerde vrachtwagens (geen zeildoeken dus, maar gesloten), regelmatig op Frankrijk rijdend, zoekende naar retourvracht. Ik vond bovendien dat we iets meer richting centraal Nederland moesten verhuizen”. De nieuwe transporteur werd Van der Heijden uit Veghel - destijds ook de transporteur van Mars - en het nieuwe kantoor was bij de transporteur aan huis. “We hebben veel aan Van der Heijden te danken. Het bedrijf verzorgde niet alleen het transport,

het bood ons ook kantooruimte én Van der Heijden verzorgde ook onze personeelsadministratie." Bonduelle zat tot 1999 in Veghel en verhuisde toen naar Eindhoven om Bonduelle Benelux op te richten; drie landen in één huis.

### Vriesvers

Bonduelle deed eerst zijn intrede in de horeca. "We groeiden in die beginjaren als kool", vertelt Stouten. "Ik koos er heel bewust voor alle producten Franse namen te geven, zoals onze haricots verts, ratatouille niçoise, flageolets en macedoin de légumes. De Nederlander begon in die tijd namelijk net uit eten te gaan en kwam dan voornamelijk de Franse menukaart tegen. Onze producten sloegen dus aan. In vier jaar tijd werden we hét nationale merk binnen grootverbruik in diepvries, glas en blik." En ook op de consumentenmarkt wist Stouten daarna - in de jaren tachtig - snel naam te maken door gebruik te maken van zijn positie in grootverbruik. "Wat je vandaag in een restaurant eet, eet je morgen thuis en niet omgekeerd. Als ik in de retail was begonnen, waren we nooit een groot merk in grootverbruik geworden, omdat men daar exclusieve producten zoekt."

De verhouding glas-blik was in de jaren tachtig 80-20. Dat had volgens Stouten alles te maken met appelmoes. Nederland is het enige land waar appelmoes wordt gegeten en ook toen al zat appelmoes in glas, omdat zuren blik aantasten. Wie kent de bekende Hak-appelmoes in glazen pot niet? Stouten: "Dat was voor ons reden genoeg om blik nieuw elan te geven. Dat deden we met nieuwe producten én nieuwe verpakkingen. In 1980 introduceerden we maïskorrels. Iedereen moest er om lachen, want dat was toch kippenvoer? Het is nu ons nummer twee-product. Op een staan de haricots verts". Momenteel is de verhouding glas-blik volgens Stouten 50-50.

De ontwikkeling van een nieuwe verpakking resulteerde in de bekende eenpersoonsblikjes van Bonduelle: de zogenaamde rits-ratsblikjes, de kwartjes. "Zo kan iedereen binnen het gezin zelf bepalen wat hij eet", stelt Stouten. "We hebben momenteel 35 verschillende soorten kwartjes." Belangrijk is ook volgens Stouten dat de blikproducten van Bonduelle van

aluminium zijn. "Dat betekent dat ze uit één stuk getrokken zijn, geen lasnaad hebben, van binnen gecoat zijn met porselein en dan zijn ze ook nog eens volledig recyclebaar. Ik heb de exclusiviteit hiervan bedongen bij de Franse producent."

### Afscheid

Bonduelle is al die jaren dus altijd volop bezig geweest met nieuwe ontwikkelingen, en nu nog. De retail pakt alles ook goed op, volgens Stouten. "De retail gaat goed om met onze productgroepen. Men ziet ons als de captain binnen blik en vriesvers. Wij zorgen er op onze beurt ook voor dat de retail veel aan ons verdient. We beschermen altijd onze marges, ook tijdens de prijzenslag. We zijn dus een aantrekkelijk merk voor supermarkten. Ik ben er zeker van dat de handel meer aan Bonduelle verdient dan wij zelf."

Stouten zelf zal zich steeds minder bezig gaan houden met Bonduelle. "Ik stop officieel 30 januari - precies op die dag word ik 65 jaar - maar zag ons kerstfeest eigenlijk al als mijn afscheid. Op die dag was iedereen bij elkaar en dat is voor mij genoeg. Ik wil niet dat mijn afscheid groots wordt aangepakt. Old soldiers never die, they just fade away..."

### Loslaten

Stouten ziet in Arno van Dongen - nu nog commercieel directeur bij Bonduelle Benelux - de ideale en waardige opvolger, net als de rest van het managementteam. "Ik heb hem zelf voorgedragen als nieuwe algemeen directeur en hij is door iedereen volledig geaccepteerd, wat mij helpt Bonduelle los te laten." Want dat is wat de bijna ex-algemeen directeur van plan is: Bonduelle helemaal loslaten. "Ik ga beginnen aan een nieuwe, nog avontuurlijkere levensfase. Volgend jaar april ga ik - toevallig net als oud-Spar-topman Harrie ten Have - op de fiets naar Santiago de Compostella. De laatste 150 kilometer ga ik lopen, de laatste meters desnoods kruipen. Ik ben heel erg geïnteresseerd in geschiedenis en heb altijd al deze pelgrimtocht willen maken. Op deze manier ga ik me losmaken van Bonduelle." Stouten verwacht er vier weken over te doen en zal een ding absoluut niet vergeten mee te nemen: zijn klarinet. "Met

## Stouten-termen

Edo Stouten - tot februari 2009 algemeen directeur van Bonduelle Benelux - maakt er geen geheim aan de wieg te hebben gestaan van een aantal unieke concepten, ideeën en termen. "Zo heb ik in Nederland de term wortelsalade geïntroduceerd. Een dergelijk product heette destijds wortelstrippen of -stiften. Dat is toch verschrikkelijk? Wortelsalade is een veel beter woord. Ook heb ik de portioneerbare spinazie uit de diepvries als eerste op de markt gebracht, de zogenaamde boulets van 30 gram (vier per persoon en de rest gaat terug gewoon). En ook heb ik het woord 'vriesvers' bedacht, dat nu door iedereen wordt gebruikt. Ik durf dit eigenlijk nooit te zeggen, want dan denkt iedereen dat ik me de eer wil toe-eigenen en dat is niet zo." Bonduelle is volgens Stouten altijd vooraanstaand geweest in de ontwikkeling van nieuwe producten, bijvoorbeeld met de melange doppertjes.

mijn klarinet ga ik iedereen die ik tegenkom verrassen met een van mijn slogans: 'The swing is everything'."

Na zijn terugkomst wil Stouten zich bezig gaan houden met het verbeteren van de relatie tussen Nederland en Frankrijk, met de land- en tuinbouw, het geven van gastcolleges en marketing en communicatie. "Dat doe ik nu ook al regelmatig. Dit alles betekent dat ik mijn eigen bedrijfje ga opzetten, genaamd Ratatouille (i.o.)."

Marloes Kleijer



Stouten gaat in april 2009 op de fiets naar Santiago de Compostella. Zijn klarinet gaat absoluut mee. "Met dat instrument ga ik iedereen die ik tegenkom verrassen met een van mijn slogans: 'The swing is everything'."