



Michele van Spilbeeck (links) en Manuela Feijoo Jimeno.

SUCCESVOL PARTNERSHIP WALRAVEN SAX EN BIERBROUWERIJ AB INBEV

‘Samenwerking brengt je verder’

Walraven Sax viert dit jaar haar 200-jarig jubileum en dat had de wijndistributeur uit Breda niet kunnen bereiken zonder alle vaste partners. Commercieel directeur Manuela Feijoo Jimeno en Michele van Spilbeeck, horecadirecteur van Bierbrouwerij AB InBev, vertellen over hun samenwerking. “Ons doel is dat gasten overal de beste bieren en mooiste wijnen kunnen drinken.”

Ze hebben gezamenlijk meer dan vierduizend horecaklanten, berekent Michele van Spilbeeck, horecadirecteur van AB InBev. Een breed aanbod, dat varieert van brasserieën en hotels tot pretparken en restaurants. Zo ook restaurant Con Fuego in Breda, waar het gesprek plaatsvindt. Beide Brabantse

bedrijven versterken elkaar, zegt Van Spilbeeck. “We begrijpen elkaar goed, zitten met onze hoofdkantoren vlak bij elkaar in Breda maar hebben een landelijke dekking. We hebben een ruim aanbod, zowel in wijn als in bier. Van huiswijn tot premiumwijn, van O.O-bier en -wijn tot aan pils en speciaalbier.”

Manuela Feijoo Jimeno, commercieel directeur van Walraven Sax, knikt instemmend. “Samenwerking brengt je verder. Dat zie je terug in ons 200-jarig bestaan. Met AB InBev werken we nu al jarenlang succesvol samen, met sommige leveranciers al bijna een halve eeuw en met één zelfs al 85 jaar. Al onze partners helpen

MEEDENKEN IN CONCEPTEN

Een van de gezamenlijke klanten van Walraven Sax en AB InBev is poppodium TivoliVredenburg in Utrecht. Manuela Feijoo Jimeno: “Per evenement bieden we verschillende wijnmerken aan, afhankelijk van de behoeftes van de doelgroep, de bezoekers. Ook denken we graag mee in concepten. Bij pretpark De Efteling kun je in het restaurant Het Wapen van Raveleijn bourgonisch dineren. Daar schenken ze bier en wijn in kannen en kruiken. Wij hebben daar de wijntap geïntroduceerd omdat het mooi aansluit bij de wijn- en bierpotten op tafel. Maar ook het O.O-assortiment is hier belangrijk. We drijven niet op een tak in de horeca, maar zijn er voor alle segmenten.”



Restaurant Con Fuego in Breda.

ons uiteindelijk verder. Samen de kansen en mogelijkheden zien en elkaar aanvullen en versterken.” We denken allebei richting de klant, zegt Feijoo Jimeno over de samenwerking. “We kijken naar de behoeftes en de trends in de markt en vullen dat samen in bij onze klanten. AB InBev met de bieren, wij met de wijnen. Maar we hebben bijvoorbeeld ook gezamenlijke huiswijnen ontwikkeld die alleen voor AB InBev-klanten toegankelijk zijn. Een win-winsituatie.”

Sustainability

Duurzaamheid is een belangrijke pijler voor beide bedrijven, iets waar ze met hun klanten actief mee bezig zijn. Bij restaurant Abel in Poortugaal wordt bijvoorbeeld in alle aspecten aan de toekomst gedacht. “Daar passen AB InBev en Walraven Sax heel mooi bij”, zegt Feijoo Jimeno. “Abel schenkt onder meer onze wijnen van Torres, een Spaans merk dat volledig is gericht op sustainability. Ook bij TivoliVredenburg staat duurzaamheid hoog in het vaandel. We zijn samen bezig met een project omtrent circulaire wijnflessen.” Van Spilbeeck: “We brouwen onze bieren met hernieuwbare energie en we hebben E-trucks om onze bieren te bezorgen. Een voordeel van onze samenwerking is dat je als horeca-ondernemer nog maar één vrachtwagen voor de deur hebt. Het is veel efficiënter, logistiek beter en duurzamer.” Feijoo Jimeno: “De ondernemer heeft nu een factuurstroom, een orderstroom, een leverstroom. We ontzorgen de klant.”



Foto: Pim Ras



Ambities

“AB InBev is nu nog de tweede brouwerij in Nederland”, zegt Van Spilbeeck. “Ons doel is om nummer één te worden en dat betekent automatisch groei. We willen samen groeien, samen de mogelijkheden

vergroten, maar wel op de juiste manier. Als je nummer één wilt zijn, moet je ook de beste service leveren. Daarin moeten we elkaar versterken, ondersteunen en beter maken. Zodat we voor elke horecazaak de allerbeste partner kunnen zijn.” Feijoo Jimeno: “Wij willen doorgroeien en ik hoop dat we nog vele jaren blijven samenwerken. Merkbeleving wordt steeds belangrijker en wij hebben veel sterke merken. Ons doel is dat gasten overal de beste bieren en mooiste wijnen kunnen drinken. Aan onze assortimenten kan het niet liggen, jullie hebben de mooiste bieren, wij de mooiste wijnen.” Van Spilbeeck: “Exact.”

walravensax.nl