

**HOME COMPOSTABLE CAPSULES**

“Het verbouwen van koffiebonen kost veel water. Iedereen denkt dat een pot koffie met papieren filter de minste impact op het milieu heeft, maar gemiddeld eindigt de helft van die pot in de gootsteen. Een single serve oplossing wordt in 99,99% van de gevallen geconsumeerd en is dus per saldo minder belastend voor het milieu.”

**‘DE HELFT VAN EEN POT KOFFIE EINDIGT IN DE GOOTSTEEN.’**

“Onze uitdaging is om de capsules zelf zo milieuvriendelijk mogelijk te maken. Wij kijken naar home compostability, waarbij de capsule uiteindelijk verdwijnt. Onze R&D afdeling heeft nu een papieren oplossing ontwikkeld, met een 100% barrière op zuurstof om de koffie vers te houden. We hopen dit over een jaar te kunnen produceren!”

“Home compostability werkt niet in London op twintig hoog zonder balkon. Daarom verwachten we dat de capsules voor een deel van de markt van polypropyleen blijven (als er geen recycling mogelijk is), voor een deel van aluminium en voor een deel home compostable.”

**PIETER BROKX**

**(SINDS 2012 CFO EN MEDE-EIGENAAR VAN EURO CAPS EN VERANTWOORDELIJK VOOR FINANCE, IT EN PROJECTEN. TEVENS MEDE-EIGENAAR VAN ORANJEGROEP.)**

**OVER EURO CAPS**

“Euro Caps is de grootste private label manufacturer van koffiecapsules ter wereld. Op dit moment maken we compatible capsules voor drie platformen: Nespresso®, Dolce Gusto® en Nespresso® Professional. Wij leveren aan retailers en koffiemarkten in meer dan veertig landen.”

Pieter Brokx, naast CFO ook medeoprichter en -eigenaar van Euro Caps, vertelt enthousiast over de start van het bedrijf in 2012. “De markt van private label koffiecapsules bestond nog niet. We hadden een ontwerp voor een capsule en kennis van de koffiemarkt en patenten, maar achteraf gezien geen idee waar we aan begonnen. Lidl geloofde in ons en zo leverden we eind 2012 onze eerste partijen aan Spanje en Duitsland. Maar onze capsule bleek in het buitenland niet goed te werken. Toen hebben we in zes maanden ons hele design omgegooid. In september 2013 draaiden we weer en eind dat jaar won Lidl in Nederland een test van de Consumentenbond!”

“Alles was nieuw voor ons. We produceerden, investeerden en ontwikkelden alsmaar door. In 2017 stapten we over naar onze huidige capsule en openden we een tweede fabriek met capsules voor Dolce Gusto®. Het was een spannende tijd, zeker voor mij als CFO. Gelukkig kregen we goede steun van de

bank. Die flexibiliteit in bankenland is er nu niet meer. Nu we financieel gezond zijn en doorgroeien, hebben we meer discussies dan toen.” Pieter is trots. “We gingen voor 100 miljoen capsules per jaar. Dat halen we nu in één fabriek al per maand!”

**‘PARTNERSHIP PAST BIJ ONS BEDRIJF.’**

“We hebben geen ambitie om een eigen merk in de markt te zetten. We zoeken ook niet zoveel mogelijk klanten, maar partners voor de lange termijn. Partnership vinden we echt heel belangrijk en zit verweven in onze cultuur. Wij streven ernaar dat onze klanten meer marge maken dan wij. Als wij zorgen dat de klant succesvol is en geld verdient, dan bestellen ze uiteindelijk meer bij ons. En zo kijken we ook naar onze leveranciers, alle partijen moeten een financieel gezonde business kunnen voeren. Daar profiteert uiteindelijk iedereen in de keten van.”

**‘ONZE MENSEN MAKEN HET VERSCHIL.’**

“Bij Euro Caps zorgen we goed voor onze medewerkers. Zij maken het verschil! Dat begint bij veiligheid en een marktconform salaris. En we geven al onze medewerkers de kans om zich verder te ontwikkelen. Gemiddeld geeft de industrie 1,5% van de loonsom uit aan opleidingen, wij minimaal het dubbele. Verder vieren we onze successen samen. Mijn favoriete evenement is onze jaarlijkse familiedag.



Dan staan alle fabrieken stil en mag iedereen in festivalsfeer zijn naasten rondleiden. Zo spreken we ook waardering uit naar de mensen om onze medewerkers heen.”

**OVER PIETER BROKX**

Pieter (45) woont met zijn vrouw en vier dochters in Zeist. Van huis uit is hij een fanatieke rugbyer, maar door een knieblesure kan hij niet meer sporten. De CFO juicht voor PSV, geniet van Formule 1 races en is een groot dierenliefhebber. Naast koffie drinkt hij graag een goed glas whisky. Na zijn studie Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit, heeft Pieter de RC-opleiding afgerond. De financial begon zijn professionele carrière bij



Philips als controller in de spaarlampenfabriek in Roosendaal. “Daarna mocht ik naar het hoofdkantoor van Philips Licht, maar daar ging het vooral over beheer en behoud. Dat was een wijze les, dat past niet bij mij.”

Pieter ontwikkelde zich verder tot CFO en startte meerdere ondernemingen op. Bij Euro Caps is hij verantwoordelijk voor Finance, IT en projecten. “En duurzaamheid, omdat ik dat zelf interessant vind.” Daarnaast is hij als mede-eigenaar betrokken bij Oranjegroep, een uitzendbureau in bouw en industrie. “Toen we met Euro Caps begonnen, was ik al financieel directeur bij Oranjegroep. Ik werkte altijd. Net als bij rugby bleef ik blind doorrammen tot we bij de lijn waren. In 2016 was het op. Nu heb ik een financieel team onder me. Ik rijd drie à vier dagen per week naar Rotterdam en de andere dagen thuis en heb weer tijd voor mijn gezin!”



### WAT MAAKT U EEN GOEDE CFO?

“Ik ben een echte teamplayer. Mensen krijgen bij mij altijd ruimte om te groeien. Ik houd graag iedereen scherp op verbeteringen om te zorgen dat ze hun werk leuk blijven vinden en zelf beter tot hun recht komen. En met hun kennis kunnen we de kwaliteit van onze producten verhogen.”

### ‘VAN RISICODENKEN WORD IK ONGELUKKIG.’

“Natuurlijk weet ik hoe we er cijfermatig voor staan, maar ik vind mezelf geen standaard CFO. Als ik de hele dag bezig ben met risico’s, dan word ik doodongelukkig. Ik heb ook een haat-liefdeverhouding met accountants, die kijken de hele tijd naar achteren. Reflecteren is belangrijk, maar ik ben bezig met wat er nu gebeurt en hoe we kunnen verbeteren.”

“Ik wil niet te veel tijd besteden aan budgetten en forecasten. We moeten nadenken over de toekomst, maar je weet nooit precies wat er volgende maand gebeurt. En ons bedrijfsproces als fabriek is niet ingewikkeld. Wij hebben de groeiverwachting van de salesafdeling nodig voor het bepalen van de bezettingsgraad. Dat is genoeg.”

### ‘IK ZOEK ALTIJD NAAR OPLOSSINGEN.’

“Binnen Euro Caps ben ik verantwoordelijk voor de grote projecten. Ik ben goed in het aanjagen van nieuwe ideeën en initiatieven en zoek altijd naar oplossingen. Ik geloof enorm in het feit dat alles kan.” En met zijn schoenen boven tafel: “Ik draag altijd Adidas: ‘Impossible is Nothing’.”

### WAT STAAT OP DIT MOMENT OP DE FINANCIËLE AGENDA? EN WAT IS UW ROL DAARIN?

“We investeren continu in nieuwe machines voor onze huidige en nieuwe platformen.

R&D speelt een grote rol en we zijn bezig met salesinitiatieven voor nieuwe platformen, producten en markten overal ter wereld. In Q3 wordt onze derde fabriek opgeleverd, met een nog grotere productiehal en veel meer opslagruimte. Eind dit jaar verhuizen we met het hele kantoor naar de nieuwe locatie.”

“Door corona is er een enorme boost in de verkoop van koffiecapsules voor thuisgebruik. En niet iedereen gaat straks weer vijf dagen op kantoor werken. Dus in die zin is deze situatie voor ons gunstig. Alleen was de lancering van onze capsules voor professioneel gebruik in februari 2020 precies verkeerd getimed.” Pieter haalt lachend zijn schouders op. “Per saldo gaat het prima. Het was even spannend met de supply chain toen sommige landen in lockdown gingen. Maar uiteindelijk hebben we vol door kunnen draaien.”

“Bedrijfstechnisch hebben we onze fabriek gesloten voor iedereen die daar niet werkt. We draaien 24/7, dus kunnen bij uitval niet inhalen. Ik ben zelf al bijna een jaar niet in de fabriek geweest, terwijl ik een paar keer per week over de productievloer liep om met iedereen te praten. Dat mis ik echt. Voor die tijd hadden we allemaal nauw persoonlijk contact.”

### HOE DENKT U OVER DE FINANCIËLE MARKT?

“Alles wat ik heb geleerd op de universiteit, is nu niet meer waar. Geld is het enige product dat geen geld kost. Die situatie is gedoemd om te mislukken. Ik verwacht dat kleine fluctuaties in rentestanden straks enorme schokbewegingen teweegbrengen en dat er dan kaartenhuizen instorten. Zelf laat ik me zakelijk niet leiden door ontwikkelingen in de financiële markt. Als we geld nodig hebben, dan regel ik dat. Maar niet meer dan dat we nodig hebben.”



De vraag van de vorige interview kandidaat, Evert Brugman, CFO bij funda:

### “WAT VIND JIJ BELANGRIJK IN DE ONTWIKKELING VAN EEN STARTER IN EEN FINANCIËLE FUNCTIE IN DE EERSTE PAAR JAAR?”

“Als financial heb je inzicht nodig in praktische processen. Tijdens je studie leer je de theorie en hoe processen zouden moeten werken. Maar het zijn de mensen die de processen draaiende houden. Je moet met deze medewerkers samenwerken om te begrijpen hoe de organisatie werkt. Als je bij ons begint, dan ga je eerst een week meedraaien op de productielijn en met iedereen praten. Pas als je begrijpt hoe ons bedrijf in elkaar zit, dan snap je wat de cijfers betekenen. Die connectie leggen tussen praktijk en theorie, dat vind ik essentieel voor elke starter.”

### WELKE VRAAG ZOU U WILLEN STELLEN AAN EEN VOLGENDE CFO VOOR DEZE INTERVIEWREEKS?

“Wat vind je het leukst aan je werk?”