TOUT BIEN-OPRICHTERS LANCEREN FRIETKOTKETEN **LA PATATE**

‘FRIETEN MOETEN OPNIEUW HET **RESPECT KRIJGEN** DAT ZE VERDIENEN’



Serieondernemer Gilles Mattelin en mediafiguur Robert Van Impe, alias Average Rob, starten een frituurketen. Het duo waagt zich zo na de lancering van hun pils Tout Bien opnieuw aan een ondernemersavontuur. “Tout Bien is een ode aan de Belgische biercultuur. La Patate wordt een ode aan onze frietcultuur.”

MYRTE DE DECKER, FOTOGRAFIE EMY ELLEBOOG



ROBERT VAN IMPE EN GILLES MATTELIN "Wij brengen de oude frietbarak terug in onze panden."

De een is een ondernemer die al twee techbedrijven voor veel geld heeft verkocht en sindsdien als durfinvesteerder aan de slag is. De ander is contentcreator, de helft van een dj-duo en de eigenaar van Tout Bien Pils. Bovenal zijn Gilles Mattelin en Robert Van Impe – beter bekend als Average Rob – al zestien jaar vrienden. Daaruit is het biermerk Tout Bien geboren, dat enkele topondernemers tot zijn investeerders mag rekenen.

Dat succes willen Mattelin en Van Impe nog eens overdoen. Op 8 mei opent La Patate de deuren op de Antwerpse Keyserlei. Het is de eerste vestiging van hun frituurketen, die een thuis moet worden voor liefhebbers van een pak echte Belgische frieten. Heel snel zullen nog meer zaken volgen, waaronder een in Gent, Leuven en Oostende. De naam is een knipoog naar *On met la patate*, het supporterslied dat Average Rob en dj Omdat Het Kan uitbrachten voor de Olympische Spelen en het Europees kampioenschap voetbal van 2024.

Bier en frieten: er loopt een rode draad door jullie zakelijke avonturen.

ROBERT VAN IMPE. "Alles wat ik doe, is heel Belgisch. Het supporterslied was een ode aan de Rode Duivels en al onze topsporters. Tout Bien is een ode aan de Belgische biercultuur. La Patate wordt een ode aan onze frietcultuur."

De charme van frietjes eten zit 'm vaak net in het lokale frietkot. Jullie maken er een keten van?

GILLES MATTELIN. "Frituren zijn vandaag vaak modern en flitsend. De oude frietbarak is volledig uit het straatbeeld verdwenen. Wij brengen ze terug in onze panden. Denk daarbij ook aan de typische straatverlichting en de vierkante aluminium tafels. Binnen moet je het gevoel hebben dat je buiten bent."

VAN IMPE. "Je mag niet onderschatten hoe zwaar het is om als zelfstandige een frituur uit te baten. Dat is hard werken en die mensen kloppen enorm veel uren. Daardoor verdwijnen meer en meer frituren. Zo zie je dat toeristen in grootsteden onze beconcurreren. We willen dat de friet correct vertegenwoordigd wordt in grootsteden, zoals Antwerpen, Leuven en Brussel. Daar zullen we misschien een vast cliënteel van studenten, jonge volwassenen en expats kunnen uitbouwen."

MATTELIN. "We mikken vooral op dagtrippers, toeristen en toevallige voorbijgangers. Daarom vestigen we ons op toplocaties met veel doorstroom."

Zijn er nog andere vlakken waarop jullie het verschil willen maken?

'Het is niet de bedoeling de lokale frituur in Hoeilaart of Zwevezele te beconcurreren. We willen dat de friet correct vertegenwoordigd wordt in grootsteden'
ROBERT VAN IMPE

frietcultuur niet ontdekken. Ze komen terecht in een zaak waar een puntzak met frietjes 8 tot 10 euro kost, met een keuze uit slechts drie snacks en sauzen. Dat is niet de frietcultuur die we willen vieren. Frieten moeten opnieuw het respect krijgen dat ze verdienen. "

MATTELIN. "In elke vestiging van La Patate moet de klant goede kwaliteit en een snelle bediening krijgen. We willen een soort ijkpunt zijn om de belgitude rond frieten terug te brengen."

Dat zal de lokale friturist niet graag horen.

VAN IMPE. "Het is niet de bedoeling de lokale frituur in Hoeilaart of Zwevezele te

MATTELIN. "We investeren in innovatie en digitalisering. Zo moet het bestelproces vlotter verlopen. Klanten zullen online, via een QR-code of een kiosk ter plaatse kunnen bestellen. Daar zijn traditionele frituren vaak nog niet op voorzien. Daarnaast hebben we ook een speciale verpakking laten ontwikkelen, waardoor de frieten langer warm en krokant blijven.

"De snacks komen van de allerbeste leveranciers. Daar is een serieuze smaaktest aan voorafgegaan. Als je vergelijkt, proef je echt wel het verschil. We nemen op sommige producten dan wel iets minder marge, maar we zullen dat ruimschoots goedmaken

‘Vroeger was de doos lelijk en, als we heel eerlijk zijn, het bier niet te zuipen. In tussentijd zijn we onze pils blijven verbeteren’

GILLES MATTELIN

door onze hoeveelheden. Verder werken we samen met bekende licentiemerken zoals Bicky Burger, Coca-Cola en uiteraard Tout Bien. We werken ook aan onze eigen vol-au-vent, stoofvlees en balletjes in tomatensaus. Misschien volgen op termijn ook frituursnacks, maar dat is nu geen prioriteit.”

Wat is jullie vaste bestelling in de frituur?

VAN IMPE. “Een medium friet met joppie- en stoofvleessaus en een Bicky Burger chicken met dubbele kaas en een Lucifer. De frieten en sauzen mix ik tot een vuile boel en klets ik tussen de burger.”

MATTELIN. “Bij mij is dat een klein pakje met mayonaise, een frikandel speciaal met curryketchup, een Bicky Burger, en nog een saté of kippenboutjes.”

Hoe groot moet La Patate worden?

MATTELIN. “We zijn heel ambitieus. Dit jaar openen vier vestigingen, maar dat aantal willen we snel opdrijven tot tien per jaar. We willen over vijf jaar een vijftigtal zaken open hebben. Die zullen niet alleen in België liggen. We kijken bijvoorbeeld ook naar luchthavens, zoals die van Rijsel, die als knooppunt voor ons land fungeert, en shoppingcentra. Het is een simpel concept, dus we kunnen het makkelijk overzetten naar foodtrucks of als eetstand op festivalweides.”

VAN IMPE. “Ik hoop dat op termijn in elke metropool een La Patate zal zijn, waar Belgen wereldwijd kunnen thuiskomen. Een van de grootste frustraties bij expats is dat ze de lokale keuken missen. Velen hebben in het buitenland al geprobeerd een Belgische frituur draaiend te houden. Wij kunnen het wel dankzij een keten die een kwaliteitslabel moet worden. Zo kan de wereld eindelijk ervaren wat de Belgen ervaren als ze frietjes eten.”

Dat klinkt alsof het handenvol geld zal kosten. Niet uit eigen zak vermoedelijk?

MATTELIN. “Het is een heel kapitaalintensieve onderneming. We krijgen steun van het investeringsfonds Greenpark Invest, dat ervaring heeft met het opschalen van horecaketens door zijn aanwezigheid in onder meer Hawaiian Poké Bowl, en van de Gentse horecagroep MTM Group. De rest komt van Rob, mezelf en mijn medeoprichter bij Henchman, Jorn Vanysacker.”

La Patate en Tout Bien blijven wel onafhankelijke entiteiten?

MATTELIN. “We zijn de hoofdaandeelhouder van beide bedrijven, maar ze blijven onafhankelijk van elkaar. Wat we met Tout Bien hebben bereikt, is mooi om te zien. We zijn daar heel erg trots op. En hoewel we samen de meerderheid van de aandelen hebben, keren we ons nog geen loon uit. Het is een passieproject: ik kijk liever vooruit, wil het bedrijf mooi laten groeien om te eindigen met een prachtig merk. Dat geldt ook voor La Patate.

“Er zullen wel enkele cross-overs zijn. Beide teams werken in hetzelfde kantoor. Zo kunnen ze samen leuke campagnes of promo’s lanceren. Ze passen simpelweg onder dezelfde paraplu.”

BIO GILLES MATTELIN

- **1990:** geboren in Gent
- **2014-2019:** richt met Tim Clauwaert en Jorn Vanysacker Intuo op. De hr-start-up werd verkocht aan de multinational Unit4
- **2020-2024:** richt met Jorn Vanysacker en Wouter Van Respaille het legaltechbedrijf Henchman op, intussen overgenomen door het Amerikaanse LexisNexis
- **Sinds 2020:** investeert als businessangel in verschillende start- en scale-ups
- **2021:** richt met Robert Van Impe en Emiel Huughe Tout Bien op
- **2026:** start met Jorn Vanysacker het durfkapitaalfonds 100IN op en start met Robert Van Impe La Patate





GILLES MATTELIN EN ROBERT VAN IMPE
"We willen over vijf jaar een vijftigtal zaken open hebben."

BIO ROBERT VAN IMPE

- **1992:** geboren in Etterbeek
- **2010-2016:** studie marketing en communicatie aan UCLL, gevolgd door advertising en marketing aan de Universiteit van Coventry
- **Sinds 2015:** start onder zijn alter ego Average Rob als digitale contentcreator
- **2016-2019:** werkt als videoreporter voor Humo
- **2017-2020:** presenteert het radioprogramma Boitlyfe op Studio Brussel, samen met dj Omdat Het Kan (Jasper Donkers)
- **Sinds 2018:** schuimt met Omdat Het Kan de Belgische festivalterreinen af
- **Sinds 2019:** creëert een populair YouTube-kanaal, omdat geen enkel productiehuis hem een kans geeft
- **Sinds 2021:** richt met Gilles Mattelin en Emiel Huughe Tout Bien op
- **2024:** brengt met Omdat Het Kan de hit *On met la patate* uit en speelt op de mainstage van Tomorrowland
- **Sinds 2026:** start met Gilles Mattelin La Patate

Hoe schatten jullie de overlevingskansen van La Patate in, gezien de trend om gezonder te gaan leven?

VAN IMPE. "De neiging naar extreem gezond leven gaat er naar mijn aanvoelen weer een beetje uit. Wie dat wil doen en daar gelukkig van wordt: helemaal prima. Zelf zie ik meer in de balans waarin je door de week een beetje oplet en in het weekend een moment kunt hebben zonder jezelf schuldig te voelen. Ik wil gezond leven en veel sporten, maar ook van mijn pint en frietje genieten."

Als we eerlijk zijn, zullen een aantal van onze lezers Average Rob niet kennen. U raakte bekend door uzelf in gekke situaties met sterren te fotoshoppen. De beelden met acteur Ryan Reynolds en voormalig president Barack Obama gingen viraal.

MATTELIN. *(Onderbreekt)* "Spijtig dat je daarmee gestopt bent."

VAN IMPE. "Ik evolueer graag. Ik stop wanneer het goed is geweest en begin dan iets nieuws. Ik merkte bij die fotoshop dat ik het concept al even beu was, maar bleef doordoen omdat ze nog goed scoorden. Om mezelf op een andere manier creatief uit te laten, ben ik overgestapt op video's. Toen zijn Humo en Studio Brussel komen aankloppen. In de coronaperiode heb ik me volop op mijn YouTube-video's met sporters gegooid en ben ook op Instagram en

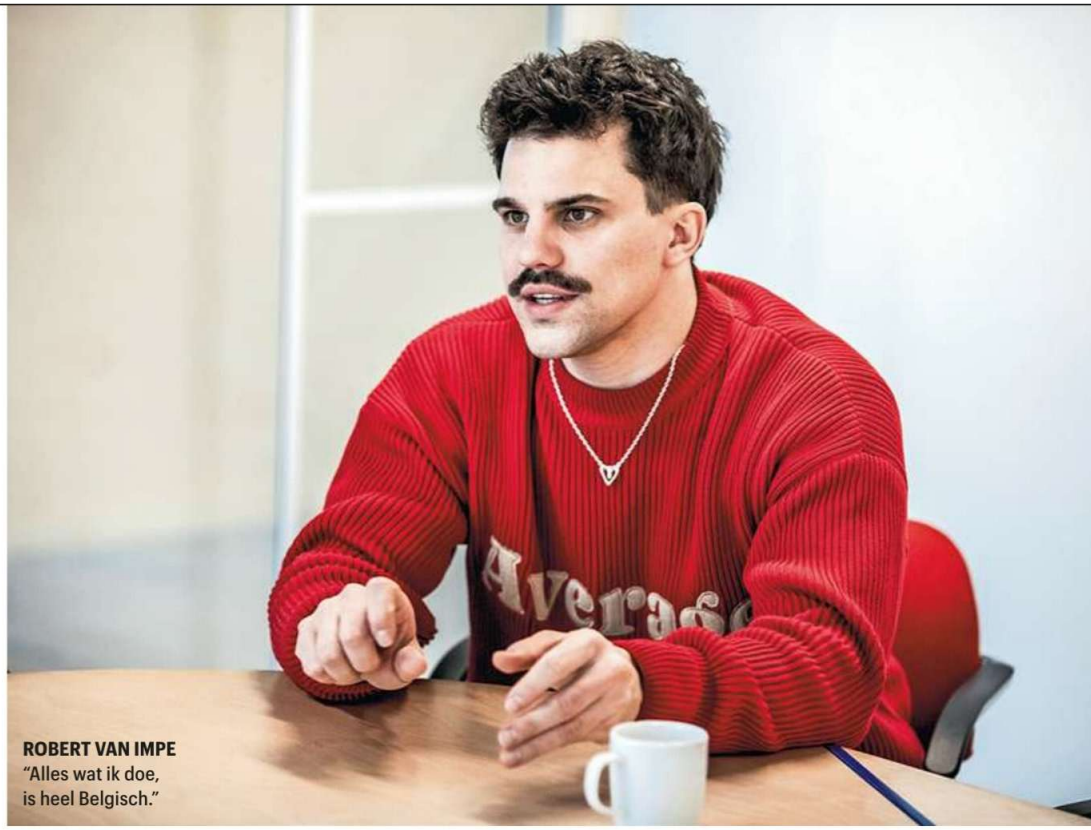
'Marc Coucke noemt zichzelf de bekendste senior influencer van het land. Die wijs je niet af'
ROBERT VAN IMPE

TikTok overgestapt. Ik ben altijd meer beginnen doen en heb zo mijn platform en merk kunnen opbouwen."

Hoe hebben jullie elkaar leren kennen?

VAN IMPE. "Dat was in 2008 op snowboardvakantie met een gemeenschappelijk groep vrienden. Het Belgisch kampioenschap snowboarden was toen echt een ding. Daar is alles ontstaan."

MATTELIN. "Ik heb daar mijn Intuo-vennoot Tim Clauwaert leren kennen, net zoals Jorn Vanysacker, met wie ik Henchman heb opgericht. Ook Rob en nog een hele hoop andere vrienden waren deel van die bende. De bijbehorende whatsappgroep is vandaag nog altijd actief."



ROBERT VAN IMPE
"Alles wat ik doe, is heel Belgisch."

'We zijn enorme levensgenieters: dat is de gedeelde basis van ons ondernemerschap'

ROBERT VAN IMPE

VAN IMPE. "We zijn met hetzelfde gezelschap blijven reizen, zowel snowboard- als surfvakanties. Dat was nog voordat ik bekend was. En jij werkte zelfs nog bij je vader in de fabriek, Gilles?"

Fabriek?

MATTELIN. "Nee, ik werkte bij de toenmalige keten SportsDirect, waar ik voetbalschoenen verkocht. Ik heb zelf nooit gevoetbald, dus sorry aan alle mensen die fout advies hebben gekregen *(lacht)*. Nadien ben ik gestart als snowboardmonitor tijdens de winterseizoenen en 's zomers werkte ik bij mijn vader, die in elektromotoren doet, tot ik mijn eigen techbedrijf ben begonnen. We hebben elkaar groot zien worden. Elk op zijn eigen manier."

Wanneer is jullie eigen pils Tout Bien dan ontstaan?

VAN IMPE. "Dat was bijna vijf jaar geleden tijdens mijn housewarming. Ik liet toen vallen dat ik graag mijn eigen biermerk wilde starten. Eerlijk: dat was een vage droom, aangezien het pilssegment door de grote brouwerijen wordt gedomineerd. Gilles had toen net zijn eerste bedrijf Intuo verkocht. Hij zei dat hij nooit meer in zijn leven zou werken, maar voor bier zou hij nog uit pensioen komen. De volgende ochtend had Gilles al een brouwerij gevonden. We zouden het proberen en wat niet verkocht raakte, zouden we zelf opdrinken."

Dat zouden veel pinten zijn om zelf te drinken?

VAN IMPE. "De minimumafname van de brouwer was ongeveer 48.000 blikjes. Wel wilden we investeren in een cool design van de blikken, maar de minimumoplage van bedrukte blikken is 2 miljoen. We hebben dus blanco exemplaren gekocht en er een wrapper omheen geplooid. De doos had ook slechts drie kleuren, omdat vier te duur was.

"We hebben altijd eerlijk gecommuniceerd dat het een doorsneepils zou zijn. De verkoop lanceerden we vervolgens via een webshop gespecialiseerd in bieren. We hebben gewaarschuwd dat er veel volk op zou kunnen afkomen. Een seconde nadat de verkoop van start ging, is de website gecrasht. De webhost was in paniek. Zo'n 50.000 mensen waren naar die pagina gegaan. De eerste batch was uitverkocht in drie uur, de tweede in een vijftal uur. Toen is Delhaize komen aankloppen om fysieke verdeler te worden. Nadien zijn anderen vrij snel gevolgd."

MATTELIN. "Samengevat: vroeger was de doos lelijk en, als we heel eerlijk zijn, het bier niet te zuipen *(lacht)*. In tussentijd zijn we onze pils blijven verbeteren. We werk-

ten samen met een kleine brouwerij die eigenlijk zware bieren maakte. Een pils wordt toch nog anders gebrouwen, en op grote schaal nog anders dan op kleine schaal. We zijn intussen naar Brouwerij Martens overgestapt, die gespecialiseerd is in pilsbieren."

Jullie veroorzaakten een disruptieve schokgolf in het Belgische bierlandschap.

MATTELIN. "En dat blijven we doen door verder te innoveren. We sturen het recept nog altijd bij. Ons aanbod hebben we uitgebreid met een non-alcoholische pils en een rouge. Binnenkort zal Tout Bien ook op fles te koop zijn. Het team blijft groeien en de verkooppunten nemen toe. We verschuiven de focus ook meer richting horecazaken en kijken naar de internationale markt."

Hebben jullie daarom Rode Duivel Romelu Lukaku aangetrokken als aandeelhouder?

VAN IMPE. "Absoluut niet. Hij is letterlijk en figuurlijk een van de grootste Belgen én mijn favoriete Rode Duivel ooit. Een *fucking legend*. Toen we van Marc Coucke hoorden dat hij interesse toonde, waren we door het dolle heen. We geloofden het zelf niet, tot hij in ons kantoor verscheen. Zonder bodyguards, zonder gedoe. Men zegt altijd dat je je helden niet moet ontmoeten, maar hij is echt een megatoffe gast. Een van de liefste en meest attente mensen ooit."

Hij is de laatste in een rijtje mooie namen die zijn ingestapt als aandeelhouder.

MATTELIN. "Onder meer ondernemer en investeerder Marc Coucke, Lotus Bakeries-CEO Jan Boone en HUBO-CEO Erwin Van Osta zijn nu aandeelhouder. Dat is om onze verdere groei te ondersteunen, hoewel er geen enkel probleem zou zijn om dat zelf te financieren of ander durfkapitaal aan te trekken. Maar Marc noemt zichzelf de bekendste senior influencer van het land. Die wijs je niet af."

Zulke topondernemers hebben allicht hoge verwachtingen?

MATTELIN. "Nee, ik noem dat sportinvesteringen. Die mannen doen dat voor de sport en de support. Ze zijn eerder ingestapt om deel uit te maken van iets cools dan voor de returns. Pas op, ze helpen ook enorm. We hebben met managers en strategen van Lotus mogen praten over prijszetting, retail en internationalisering. In alle HUBO-winkels staat nu Tout Bien in de rekken. Dat appreciëren we enorm."

VAN IMPE. "Marc en het team van zijn investeringsvehikel Alychlo checken ook regelmatig hoe het gaat. Ze dagen ons uit om onze doelen scherper te stellen. We hebben dat nodig. Het is goed om te weten dat we groots in plaats van veilig moeten dromen.
"Voor de instap van die topondernemers zag het publiek Tout Bien als een influencerproduct. We moeten daar niet flauw over doen: er bestaan nog altijd een pak vooroordelen over onlinemakers, zoals dat we ongetalenteerde, verwende kinderen zijn. Hun goedkeuring is een soort kwaliteitslabel, want die mannen investeren alleen in ondernemingen met potentieel. We krijgen nu telefoon van handelaars die ons lang uit hun winkels hebben geweerd. We hebben bewezen dat we geen hype zijn. Tout Bien is een blijvertje."

De techondernemer en de onlinecreator. Zo verschillend en toch ook op elkaar gelijkend?

VAN IMPE. "We zijn enorme levensgenieters: dat is de gedeelde basis van ons ondernemerschap."

MATTELIN. "We vullen elkaar goed aan. We laten elkaar met rust wanneer dat nodig is en hebben vertrouwen in elkaar."

VAN IMPE. "En als het moet, kunnen we ook eens goed op elkaar *kakken*. We zeggen wat nodig is. Gilles heeft enorm veel ondernemerservaring, ik werk meer op het creatieve. In het grotere plaatje weet hij wat belangrijk is. Hij heeft vertrouwen in het proces, terwijl ik eerder impulsief en emotioneel ben. Tout Bien zou niet bestaan, mocht Gilles die brouwerij niet hebben gecontacteerd. Hij heeft de ballen om te springen. Ik wens elke creatieve ondernemer een Gilles toe." t



GILLES MATTELIN
"We hebben elkaar groot zien worden. Elk op zijn eigen manier."