

# Specialist zorgt quasi letterlijk voor de kers op de (chocolade)taart

## IBC uit Heule: “We eten met kleur”

**Bart Vancauwenberghe**, freelance journalist

Chocolade, bakkerijproducten en roomijs zien er nóg zo aantrekkelijk uit als ze met finesse zijn afgewerkt. Als u dergelijke smaakvolle creaties in de etalage ziet liggen, is de kans groot dat de geprinte afwerking van bij IBC komt. De in Heule gevestigde dochteronderneming van Barry Callebaut maakt een explosieve groei door en is vastbesloten om die hausse krachtig verder te zetten.

Met de productie van zogenaamde ‘transfer sheets’ maakt IBC het mogelijk om chocolade, roomijs, bakkerij en patisserie een creatieve ‘finishing touch’ te geven. Dit was al de core business van de onderneming bij de oprichting in 1990 en geldt vandaag nog altijd. “Het ging vroeger quasi uitsluitend om gestandaardiseerde vormgevingen”, legt **general manager Sofie De Lathouwer** uit. “Die blijven vandaag nog altijd belangrijk. Zo omvat ons assortiment meer dan 300 vormen, stuk voor stuk gemaakt door

onze ervaren chocolatiers. Onze standaardcatalogus omvat meer dan 2.000 producten. We brengen aparte catalogi uit voor de seizoenen waarin chocolade echt een piek beleeft, zoals Kerstmis en Pasen. De jongste jaren merken we dat de seizoenen zich verder opdelen, waarbij bijvoorbeeld zelfs een feest als Halloween een vaste plaats heeft veroverd. Ook daar spelen we op in. Door de jaren heen zijn we ons steeds meer op maatwerk gaan toeleggen, met echt gepersonaliseerde prints.”

### 75 % export

Dit maatwerk vertegenwoordigt vandaag zelfs 60 % van de productie. Het bedrijf realiseert een vierde van de omzet in België, terwijl het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en het Midden-Oosten de belangrijkste internationale afzetmarkten zijn.

**De Lathouwer**: “Waar Belgische klanten eerder voor sobere afwerkingsvormen kiezen, hebben ze over het Kanaal echt een grote voorliefde voor kleur en design. Dit is ook terecht, want diverse studies wijzen uit dat we letterlijk eten



De producten van IBC geven chocolade, roomijs en bakkerij- en patisserieproducten een mooie afwerking (foto's IBC).

met kleur: bij 85 % van onze aankopen laten consumenten zich leiden door kleur. Niet voor niets is 'The Color Cuisine' ons motto.

De Brexit zal voor IBC ongetwijfeld gevolgen hebben, maar daar kunnen we op inspelen door sterker in te zetten op andere markten, zoals het Midden-Oosten, Oost-Europa, Azië en de Verenigde Staten."

### Barry Callebaut

Sinds 2008 maakt IBC deel uit van de groep Barry Callebaut, de grootste chocoladefabrikant in de wereld. Hoewel het omzetsmatige aandeel van het bedrijf in de groep eerder beperkt is, valt het strategisch belang niet te onderschatten. "Onze producten maken het mogelijk volledig in te spelen op al dan niet gepersonaliseerde concepten van onze klanten. Om kaartjes, pralines en koekjes opnieuw uit te vinden, heb je naast chocolade, vulling en crunch nu eenmaal ook leuke designs nodig, waarmee je het

geheel attractief kunt afwerken. Met onze creaties inspireren we mensen en vinden

”

***We plukken de vruchten van de schaalgrootte van ons moederbedrijf.***

ze de chocolade die het dichtst bij hun identiteit aanleunt."

De jongste vijf jaar groeide het zakencijfer van IBC met liefst 130 procent. Over vier jaar hoopt het bedrijf het huidige **omzetcijfer (9,6 miljoen euro)** te verdubbelen. "Om dit doel te bereiken, spelen we ook in op recente technologieën. Zo hebben we twee apps ontwikkeld waarmee onze klanten gepersonaliseerde producten zelf kunnen ontwerpen (Food Paint App) en letterlijk kleur kunnen geven aan vetgedragen bereidingen (Power Flowers)."

De **60 medewerkers** op de payroll krijgen

tijdens het hoogseizoen versterking van interims en (terugkerende) jobstudenten. "Door verder te investeren in capaciteit en de efficiëntie te verhogen, willen we nog beter kunnen inspelen op de noden van retailers, chocolatiers, bakkerijen, patissiers en pralinemakers. Sowieso is het een voordeel dat we als relatief kleine speler autonoom kunnen werken en daarnaast de vruchten plukken van de schaalgrootte van ons moederbedrijf, dat terecht met heel strenge kwaliteitsnormen werkt", besluit Sofie De Lathouwer.



Twee apps maken het mogelijk gepersonaliseerde producten zelf te ontwerpen (foto's IBC).



Gen. manager Sofie De Lathouwer van IBC.