

West-Vlaanderen Werkt

De polsslag van de
West-Vlaamse economie

1 2017

Dikke chocoladereep of klein pralientje?

Chocolatiers in West-Vlaanderen

Proef al onze smaken

REO VEILING

MEER DAN
60 SOORTEN
GROENTEN
EN FRUIT

KWALITEIT,
GEZOND, VERS,
LEKKER

650 TON PER
DAG, 40 MILJOEN
VERPAKKINGEN
PER JAAR

HET JAAR ROND
SEIZOENSPRODUCTEN
VAN BIJ ONS



REO Veiling CVBA

Oostnieuwkerksesteenweg 101 • B-8800 Roeselare
Tel: +32 (0)51 23 12 11 • Fax: +32 (0)51 23 12 89
www.reo.be • info@reo.be

Dikke chocoladereep of klein pralientje...?

Chocoladelekkernijen vormen samen met onze lokale bieren en garnaalkroketten het gastronomisch uithangbord van (West-)Vlaanderen. In die hoedanigheid zijn ze ook een belangrijke exportfactor.

Dit themanummer over de West-Vlaamse chocolatiers is dan ook het evidente vervolg op onze dossiers over de toprestaurants, de brouwerijen, de aardappelen en het economische circuit achter de grijze noordzeegarnaal. Ook omdat de voedingssector door het provinciebestuur en haar Provinciale Ontwikkelingsmaatschappij (POM) wordt gepromoot als één van de dynamische **Fabrieken voor de Toekomst**.

Ons land heeft wereldwijd een uitstekende reputatie in de vervaardiging van kwalitatieve en nog grotendeels artisanale chocoladeproducten. Meer nog: die gelden als een standaard voor de hele sector in de wereld.

Dit 'gastronomisch erfgoed' wordt geschraagd en uitgedragen door een 'legioen' van 540 Belgische chocolatiers (cijfers eind 2015). Dat is een historisch hoog aantal. De West-Vlamingen spannen daarbij de kroon, met **108** erkende **chocoladeverwerkers**, of 31 % van het Vlaamse totaal en ruim 20 % binnen het Belgische landschap.

Anderzijds vinden we slechts 5 West-Vlaamse fabrikanten terug in de Belgische top-30 van de grootste chocoladebedrijven volgens omzet en tewerkstelling. Die wordt gedomineerd door buitenlandse multinationals.

Ook in West-Vlaanderen worden 4 van de 5 grootste chocoladeverwerkers gecontroleerd door buitenlands kapitaal. Het lijkt erop dat succesvolle West-Vlaamse familiebedrijven, actief in grote volumemarkten, er zelden in slagen om op eigen kracht door te groeien naar de Europese of de wereldtop.

Onze provincie telt vooral kleine ambachtelijke chocoladebedrijven die gedreven worden door vakkennis en artisanale kwaliteit.

Anders gezegd: in kleinschalige ambacht is onze provincie een dikke chocoladereep, maar in industriële productie eerder een klein pralientje.



De West-Vlaamse chocolatiers blinken wel uit in creativiteit, veelzijdigheid en in exportprestaties. De 13 grootste West-Vlaamse fabrikanten voeren samen gemiddeld 50 % van hun creaties uit naar steeds verder afgelegen landen. Japan

komt daarbij alsmear meer in het vizier.

Het chocolade-ambacht is in ons land en vooral in West-Vlaanderen steeds meer in trek. Dat blijkt uit het stijgend aantal leerlingen die een gespecialiseerde opleiding volgen. Het vermaarde Brugse opleidingsbastion **Ter Groene Poorte** manifesteert zich hierbij als het onbetwiste mekka van het chocolade-onderwijs, met een Vlaams marktaandeel van 32 %.

West-Vlaanderen is in ons land ook de kampioen van de **chocoladeconsumptie**, meer bepaald in de verkoop via de kleinhandel. Begin 2017 waren er in de kustprovincie **211** chocoladewinkels, een historisch record. Provinciehoofdplaats Brugge spant hierbij de kroon met **63** speciaalzaken in pralines, chocoladefiguren en andere zoete varianten.

Brugge claimt hiermee de titel van Belgische en Europese 'chocoladehoofdstad.' Een keerzijde van dit mooie plaatje is dat de onophoudelijke opmars van de chocoladetempels, samen met de eveneens oprukkende bierboetieks, druk zet op het winkelareaal en het winkelprofiel van de Breydelstad. Het is een uitdaging om die chocoladevloed in goede, elegante banen te leiden.

Jan Bart Van In - hoofdredacteur

West-Vlaanderen Werkt

De polsslag van de West-Vlaamse economie



West-Vlaanderen Werkt is een kwartaalblad dat wordt uitgegeven door het Kenniscentrum Economie West onder auspiciën van de Provincie West-Vlaanderen. Ons tijdschrift verschijnt vier keer per jaar en focust op de West-Vlaamse economie, in de ruime zin van het woord.

Dat doen we via themanummers waarin we een bepaald facet van het veelzijdige sociaaleconomische weefsel uitspitten.

Via een aantal vaste rubrieken hebben we aandacht voor het verloop van de West-Vlaamse conjunctuur en voor de belangrijke nieuwe ontwikkelingen en wapenfeiten binnen de ondernemingen en binnen de publieke sector.

We hebben een boontje voor goed nieuws en innovatie.

Onze publicatie verschijnt op 4.800 exemplaren en wordt gratis verstuurd naar bedrijfsleiders, managers, lokale besturen en andere 'decision makers' en sleutelfiguren in onze provincie.

West-Vlaanderen Werkt bereikt op deze manier een zakelijke doelgroep van ruim 10.000 lezers.

Ook beschikbaar in tabletversie: iPad, Android en Windows.

Het aantal publicitaire pagina's in ons tijdschrift is bewust beperkt, zo houden we onze kwaliteitsstandaard hoog.

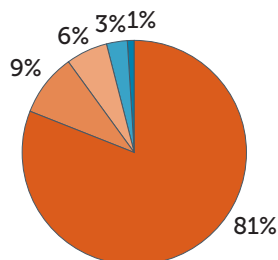
Onze voorkeur gaat uit naar een selecte groep van langetermijnpartners aan wie we exclusiviteit kunnen bieden.

Ons B-to-B tijdschrift, met zijn focus op ondernemingen, dienstverleners en lokale besturen, is een geschikt instrument voor uw professionele communicatie.

Contactpersoon: Jan Bart Van In
Baron Ruzettelaan 33, 8310 Brugge
T 050 40 71 29
E-mail: janbart.vanin@west-vlaanderen.be

Registratie als nieuwe abonnee gebeurt gratis via de website:
www.westvlaanderenwerkt.be

Lezerspubliek



Oplage: 4.800 Aantal lezers: 10.000

- Bedrijfsleiders, kaderleden en zakelijke dienstverlening
- Openbare besturen
- Sociale partners en middengroepen in West-Vlaanderen
- Bibliotheken en documentatiecentra van West-Vlaanderen
- Diversen (Onderwijs e.a.)

West-Vlaanderen Werkt

1 2017 - jaargang 59



Ouverture

03 Dikke chocoladereep of klein pralientje...?

In de kijker

06 In verwachting van chocolade

07 Broers Destrooper: na de lukken nu de kaaskoekjes

Naarstige plekken

06 Hulste plukt de vruchten van het veld

Starter's Lief en Leed

10 Evelyn Mouton (Petit Mouton)

Themakatern: Chocolatiers in West-Vlaanderen

15 Een (cacao)boontje voor chocolade

17 België is kampioen in chocolade-export

21 Sterk in ambacht, matig in industriële productie

24 Wie zijn de grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkers?

28 Brugge is het mekka van de chocoladeconsumptie

30 Opleiding chocolatier steeds meer in trek

32 Ambachtelijke of industriële chocolade?

33 Succesvol Brugs chocolademuseum krijgt vervolg

34 Hoe lucratief zijn de (grootste) West-Vlaamse chocolatiers?

35 Interview Noble Chocolates uit Veurne

38 Interview Pralibel uit Vichte

40 IBC uit Heule: "We eten met kleur"

43 Interview Fabienne De Staerke (Chocolate Line)

Ondernemen begint met een droom

46 David Maenhout, Chocolatier M uit Knokke

Innovatie in de kijker

48 CGK Group: van tankenbouwer tot sleutel op de deur

Conjunctuurnota

50 West-Vlaamse economie straalt in de lentezon

Maritieme column

52 Rondjes draaien in de haven

53 Lees meer

54 Colofon

De tabletversies zijn beschikbaar in de verschillende stores



App Store



Google play

In verwachting van chocolade

De kwaliteit van onze Belgische chocolade is voor een groot deel afhankelijk van de kristallen die zich vormen bij de stolling van de chocolade. Onderzoekster Annelien Rigolle van de KU Leuven, Campus Kulak, ontwikkelde een nieuwe manier om snel te kunnen controleren of de cacaoboter bij de stolling wel op de juiste manier kristalliseert. De nieuwe methode kan de chocoladesector heel wat tijds winst opleveren.

De Belgische chocolade is bekend over de hele wereld. Maar een reep chocolade produceren die mooi glanst, het typische geluid maakt als je die breekt, niet smelt in de hand maar wel in de mond en die deze eigenschappen bovendien gedurende de volledige opslagperiode bewaart, is niet eenvoudig. Om een dergelijke kwaliteit te garanderen speelt de kristallisatie van de cacaoboter, het vet in de chocolade, een belangrijke rol. Professor bio-ingenieurswetenschappen **Imogen Foubert** licht toe: "Kristallisatie van cacaoboter treedt op bij de overgang van vloeibare naar vaste chocolade. Tijdens dit proces

kunnen zich in de cacaoboter 5 soorten kristallen vormen. Slechts één van deze kristalvormen levert de gewenste eigenschappen op. Daarnaast spelen ook het aantal, de grootte, de vorm en de manier waarop de kristallen samenklitten een belangrijke rol." Het is dus van groot belang om de kristallisatie van de cacaoboter goed op te volgen tijdens de chocoladeproductie, om te vermijden dat minderwaardige chocolade in de winkelrekken terechtkomt.

De bevindingen zijn het resultaat van het interdisciplinaire doctoraatsonderzoek van **Annelien Rigolle** onder begeleiding van prof. **Imogen Foubert**, specialiste op het vlak van vetkristallisatie en prof. **Koen Van Den Abeele**, specialist in het gebruik van ultrageluid voor het niet-destructief testen van materialen, zoals composieten, metalen en beton.

Echografie

In het labo van de Kulak in Kortrijk ontdekten zij dat ze met ultrasone geluidsgolven verschillen in kristallisatie van cacaoboter kunnen detecteren. Bij de nieuwe techniek sturen de onderzoekers transversale ultrasone geluidsgolven doorheen de cacaoboter. Nadien meten ze de weerkaatsing van deze golven, want die bevat heel wat informatie over de structuur van de boter. De techniek is gelijkaardig aan een **echografie** voor de opvolging van de groei van een foetus tijdens een **zwangerschap**.

Annelien Rigolle: "Wanneer de cacaoboter vloeibaar is, wordt de ultrasone geluidsgolf volledig weerkaatst. Van zodra de boter kristalliseert, dringt een gedeelte van de geluidsgolf in de

cacaoboter. Daardoor verandert de hoeveelheid weerkaatsing die we meten. Op basis daarvan kunnen we vooral zien hoe de verschillende kristallen samenklitten. Dit is van belang voor de uiteindelijke eigenschappen van de chocolade."

Tijds winst

Op dit moment gebeurt de kwaliteitscontrole van chocolade 'offline'. Een staal wordt uit de productielijn genomen en in een laboratorium geanalyseerd. Deze methode is heel tijdrovend. Daardoor kan er niet snel worden ingegrepen als er iets mis is. Gevolg is dat een grote hoeveelheid chocolade verloren gaat of herwerkt moet worden, wat heel wat kosten met zich meebrengt. De techniek die nu ontwikkeld werd kan 'online' gebruikt worden, waarbij de chocolade gecontroleerd wordt tijdens het productieproces in de proceslijn zelf. De onderzoekers ontwierpen een laboratoriumopstelling, die nu verder moet omgevormd worden tot een prototype dat bruikbaar zal zijn in de productielijn van chocolade. De resultaten zijn voorlopig bekomen met cacaoboter en moeten nog uitgebreid worden naar chocolade.

www.kuleuven-kulak.be

JBVI



Patriek en Peter Destrooper: na de lukken nu de kaaskoekjes

De ondernemende broers Patriek en Peter Destrooper verkochten hun bekende koekjesbedrijf uit Lo (o.a. bekend van de fameuze 'lukken') in mei 2015 aan de West-Vlaamse sigarenproducent Guido Vandermarliere. Nu worden ze elkaars concurrent in de productie en verkoop van kaaskoekjes.

De zakelijke wegen van **Patriek en Peter Destrooper** gingen eigenlijk al uiteen in 2004 toen Patriek uit de dagelijkse leiding stapte van koekjesbedrijf Jules Destrooper, waarvan hij wel nog 11 jaar lang 50 %-aandeelhouder bleef. Hij kocht op dat moment zijn broer uit bij **Noble Chocolates nv** een chocolade-productiebedrijf uit Veurne (voorheen Hanssens), dat de twee broers al in 2001 hadden overgenomen. Samen met meester-chocolatier **Dominiek Segaert** bouwde Patriek Destrooper Noble uit tot een sterk geautomatiseerd bedrijf dat in 2017, 6 miljoen euro wil realiseren met 20 medewerkers. Een investering van 5 miljoen in uitbreiding van gebouwen, extra machines en nieuwe producten moet het chocoladebedrijf uit de rode cijfers van de jongste twee jaren halen. Zie ook de reportage op pagina 35.



Patriek Destrooper

Patriek Destrooper zet ook in op diversificatie en startte in 2015 (na een aanloopperiode) de productie van kaaskoekjes via de nv Noble Savoury. Dat gebeurt in Roeselare in het bedrijfsgebouw waar ook Koffie 't Molentje actief is, de branderij die wordt gerund door **Laurent Destrooper**, de zoon van Patriek.

Een team van 4 medewerkers is daar voor Noble Savoury aan de slag.

Patriek Destrooper: "Dit project is vanaf nul gestart als een hobby en we willen dat tot iets moois uitbouwen. Onder de merknaam Noble Savoury brengen we een aantrekkelijk assortiment koekjes. Een deel daarvan is gemaakt op basis van boter en cheddarkaas van 36 maanden, wat voor een pittige smaak zorgt. Voor een ander product gebruiken we dan weer Goudakaas. Een deel van het assortiment is nu al verkrijgbaar bij de Okay-supermarkten, maar net als bij de chocoladeproducten mikken we hier op een sterke aanwezigheid in speciaalzaken, delicatessewinkels, catering, het grijze kanaal en de export. Noble Savoury zit in de portfolio van de vertegenwoordigers van Noble Chocolates, die op die manier een nog breder aanbod aan onze klanten kunnen voorstellen. Ook met de kaaskoekjes zijn we zeker ambitieus en mikken we op wereldwijde aanwezigheid. In Veurne hadden we geen ruimte genoeg om er ook kaaskoekjes te produceren. In Roeselare zijn de productieruimtes van de koffiebranderij en de kaasfabriek hermetisch van elkaar gescheiden, om geurhinder en potentiële fouten in het productieproces volledig te vermijden."

Roka Cheese Crispies

Bij de uitbouw van zijn nieuwe ondernemingsproject moet Patriek Destrooper alvast opboksen tegen de hevige concurrentie van... zijn broer Peter.

Die nam met zijn investeringsfonds **Oxygenium nv** (opgericht in november 2015) begin 2016 het Nederlandse **Roka Cheese Crispies** over.



Peter Destrooper

Roka uit Emmeroord is opgericht in 1949 en heeft een lange traditie en solide reputatie in kaaskoekjes, met als specialiteit bladerdeegkoekjes met 30 % oude Goudse kaas. De firma stelt 19 mensen tewerk en is sinds 2002 geen familiebedrijf meer.

Dixit Jabbekenaar **Wim Van Roy**, voormalig kaderlid van visbedrijf **Marine Harvest Pieters** en partner bij Oxygenium, is Roka een sterk geautomatiseerd bedrijf dat echter nood had aan een nieuw commercieel elan.

www.cheesecrispies.com

www.noble-chocolates.com

BVC & JBVl



Hulste plukt de vruchten van het veld

Bart Vancauwenberghe, freelance journalist

In de schaduw van Harelbeke, de stad waarvan het in 1977 een deelgemeente werd, deint Hulste lustig mee op de golven van de economische welvaart. Aardappelverwerker Agristo is in deze gemeente de grootste private werkgever. Dit gegeven illustreert meteen ook de van oudsher hechte band tussen de gemeente en de landbouw. Inmiddels evolueerde Hulste tot een fraaie entiteit met een verkeersluwe dorpskern.

Hulste vormt anno 2016 de thuis van circa 3.500 inwoners. Zij wonen verspreid over een oppervlakte van 7,86 km².

Patrick Claerhout, schepen voor werk, (sociale) economie, ondernemen en middenstand in de fusiegemeente Harelbeke: "Op economisch vlak kunnen we Hulste typeren als een gemeente met een sterk gemengd

karakter. We beschikken nog altijd over een mooi ruraal gedeelte, ook al is het belang van de landbouw, net als in zoveel andere entiteiten, door de jaren heen wat verminderd. Dat konden we evenwel compenseren door een sterke economische ontwikkeling en een bloeiend, klein handelscentrum met de nodige horeca."

Waaier aan industrieterreinen

Hulste is liefst zes industrieterreinen rijk, samen goed voor circa 135 ondernemingen. Daaronder een flink aantal familiebedrijven die zich doorheen de jaren wisten te ontwikkelen tot sterke en dynamische kmo's. "Ook de bloeiende detailhandel is een absoluut pluspunt", vervolgt schepen Claerhout.





Agristo is met zijn 150 vaste medewerkers de grootste private werkgever van de deelgemeente. (foto Agristo)

"Verdere investeringen in het aansnijden van nieuwe bedrijventerreinen zijn op dit moment niet opportuun. Onze beleidsvisie is vooral om in Hulste zoveel mogelijk de open ruimte te bewaren. Voor bedrijven als Agristo, Demyttenaere en andere voorzien we wel groei-mogelijkheden binnen de eigen zone."

Mobiliteit

Enkele jaren geleden investeerde de stad in de heraanleg van de dorpskern, wat gepaard ging met enkele mobiliteits-aanpassingen. "Hierbij zetten we verder in op voetwegen en fietsverbindingen en houden we de typische dorpskern graag autoluw", stipt Martin Vandebuerie, departementshoofd 'werken, ondernemen en leren', aan.

Bedrijven

De oudste nog bestaande fabrieken in de deelgemeente zijn de firma **Masureel** (een weverij die zich ontwikkelde tot interieurbedrijf) en **Debruyne** (leverancier van bouwmaterialen). Hulste telde destijds ook heel wat ondernemingen in de vlasindustrie, maar die zijn intussen grotendeels verdwenen.

Anno 2016 zijn de vijf grootste private werkgevers respectievelijk **Agristo** (150 medewerkers), **Vanassche** (brandweermateriaal), **Construx Demyttenaere** (modulaire bekistingssystemen), **Delvano** (landbouwmachines) en **Masureel**.

Agristo: de aardappelenexpansie

Luc Raes en Antoon Wallays richtten in 1986 Agristo op in Hulste. De oorspronkelijke activiteit, invriezen van groenten, ruilden ze al snel in voor de productie van diepvriesfrietten. Waar het bedrijf in 1988 nog 20.000 ton diepgevroren friet produceerde, bedraagt die capaciteit anno 2016 al 400.000 ton afgewerkt product, over de verschillende productiestigingen heen.

Anneke Vanfleteren, Sales Director: "Naast het hoofdkantoor en tegelijk de moederfabriek in Hulste, beschikken we over productiestigingen in Tilburg (Nederland) en het Oost-Vlaamse Nazareth. 98 % van de totale productie is bestemd voor export. In Hulste maken we vooral versneden aardappelproducten, zoals friet, blokjes en partjes. Hier zijn er 150 mensen aan de slag op een totaal van 400. Tegen eind

2017 willen we 100 extra medewerkers aantrekken op een nieuwe productie-entiteit in Wielsbeke (een voormalige site van Unilin). Die operatie is een alternatief voor de eerder aangekondigde uitbreiding op onze 5 ha reservegronden in Hulste die vooralsnog ingekleurd zijn als landbouwzone.

De link tussen het bedrijf en de deelgemeente blijft sterk.

Vanfleteren: "Vandaag wonen twee van de vijf familieleden van de tweede generatie nog altijd in de gemeente. We nemen actief deel aan activiteiten (bijvoorbeeld de Hulste Cup) en sponsoren ook verenigingen en activiteiten (zoals een wielclub, de voetbalclub enzovoort). Bovendien hebben we een sterke link met de lokale boeren: de aardappelen van landbouwers in Hulste komen meestal ook bij ons terecht."

www.agristo.com

Evelyne Mouton (Petit Mouton)

Van elke fase steek je wel iets op

Bart Vancauwenberghe, freelance journalist

Evelyne Mouton begon drie jaar geleden met een bedrijf dat zich specialiseert in de productie van kledij voor hoogsensatieve kinderen. Sinds april 2015 runt ze de zaak vanuit een eigen pand in Ruselede, van waaruit ze zelfs klanten in Marokko en Rusland belevert. "Als jonge zelfstandige moet je vooral weten waar je naartoe wilt", vertelt ze.

Eigenlijk was het niet eens Evelynes wens om zelfstandige te worden. "Ik wou in de eerste plaats een oplossing voor mijn hoogsensatieve dochters. Hooggevoelige mensen hebben een aantal voelsprietten meer dan doorsnee burgers. Deze eigenschap kan zich ook lichamenlijk uiten, bijvoorbeeld door middel van huidirritaties, jeuk of roodheid. Toen ik voor de zoveelste keer mijn kind

doodongelukkig in het pashok zag staan, was voor mij de maat vol. Ik besliste zelf een oplossing te zoeken: aangepaste stoffen (Tencel), een ander patroon en een nieuw stikpatroon."

Een eigen pand als factor

Evelyne begon **Petit Mouton** in haar living en verhuisde kort daarop naar het Vlaemynck Business Center in Tielt.

"Dat was een belangrijke volgende stap, maar omdat ik er geen magazijn kon in onder brengen, was dit logistiek niet de meest ideale oplossing. Daarom was het heel belangrijk over een eigen pand te beschikken, waar we alles konden centraliseren. Vorig jaar verhuisden we dan naar een eigen pand in Ruselede." De stap naar het ondernemerschap was niet zo eenvoudig. "Ik had best wel wat



Eveline Mouton, zaakvoerder van Petit Mouton (rechts): "Ik raad elke starter aan om de zaak te beginnen vanuit een duidelijk onderbouwde realistische visie." (foto Petit Mouton)

schrik om een bepaalde zekerheid op te geven, maar heb de stap toch gezet om mijn dochters te helpen. Vandaag zijn we uitgegroeid tot een heus bedrijf dat zijn aanbod verdeelt in 215 winkels in België en met export naar Nederland, Luxemburg, Marokko en Rusland. We hebben al vier mensen in loondienst, aangevuld met één iemand die op zelfstandige basis werkt."

Omringd door specialisten

Evelyne ontwerpt vooral, onderhoudt ook de contacten met buitenlandse klanten en runt de zaak. De productie gebeurt in ateliers in Roemenië en Portugal. "Met het commerciële had ik aanvankelijk geen affiniteit. Daarom vond ik het belangrijk me op dat vlak en andere domeinen te omringen met de juiste mensen, regelmatig advies van specialisten in te winnen en iedereen

op zijn of haar sterktes uit te spelen. Vooreerst iedere medewerker op zijn of haar uitverkoren positie belandt, moet die wel alle finesses van het bedrijf leren kennen. Daarom laat ik iedereen alle



We zijn heel consequent geworden in de betalingsvoorwaarden. Dit was een belangrijke factor in ons leerproces. Evelyne Mouton (kledingmerk Petit Mouton)

echelons doorlopen: van borduurproces tot verkoop in de winkel."

Leerproces

In de voorbije drie jaar heeft Mouton heel veel geleerd. "Zeker in de beginperiode ben je 24 uur op 24 bezig

en ga je regelmatig eens op je bek. Maar je krabbelt direct weer recht en gaat gewoon verder, omdat er zoveel dingen nog niet op punt staan. Als ik mijn hele traject tot nu toe overloop, zou ik maar één ding meteen anders aanpakken: de betalingsvoorwaarden. Aanvankelijk was ik daar wat te los in, nu zijn we daar heel consequent in geworden: zonder een betaalde voorschotfactuur van 35 % beginnen we niet aan de bestelling." Evelyne Mouton, die zich liever niet aan een omzetprognose waagt, raadt elke starter aan om de zaak te beginnen vanuit een duidelijk onderbouwde realistische visie. "Je moet weten waar je naartoe wilt en kiezen voor medewerkers die zich inzetten alsof het hun eigen zaak is. Als iedereen dezelfde betrokkenheid en juiste mentaliteit deelt, kom je al een heel eind."

www.petitmouton.be



Registreer nu en ontvang 1000 credits voor deelname aan onze activiteiten!

én 1000 credits voor gratis proefperiode in 't Werkpand

Een eigen zaak opstarten? Wij helpen!

boeiende ervaringen

opleidingen | netwerkmomenten | coaching | ...

www.actievoorstarters.be

&

een professionele werkplek

www.ruimtevoormeer.be



ACTIE VOOR STARTERS
VOOR DURVERS & DOENERS

BEN JIJ AL FAN

van West-Vlaanderen?

Nieuws van de provincie over de meest uiteenlopende beleidsdomeinen, achtergrondinfo, beslissingen van de provincieraad en nog zoveel meer, 7 dagen op 7, de klok rond via

www.west-vlaanderen.be

 www.facebook.com/westvlaanderen

 @provinciewvl

 www.west-vlaanderen.tv

Verhelderende brochures, toeristische routekaarten en diverse provinciale publicaties vind je in het

Provinciaal Informatiecentrum Tolhuis

Jan Van Eyckplein 2, 8000 Brugge

T 0800 20 021 (gratis nummer)

E provincie@west-vlaanderen.be

www.west-vlaanderen.be/informatiecentrum (e-shop)



West-Vlaanderen Werkt

Themakatern

Chocolatiers in West-Vlaanderen

#1 2017

- / Sterk in ambacht, matig in industriële productie
- / Export is troef voor West-Vlaamse Chocolatiers
- / Brugge is het mekka van de chocoladeverkoop
- / Opleiding chocolatier steeds meer in trek

west-vlaanderen
de gedreven provincie



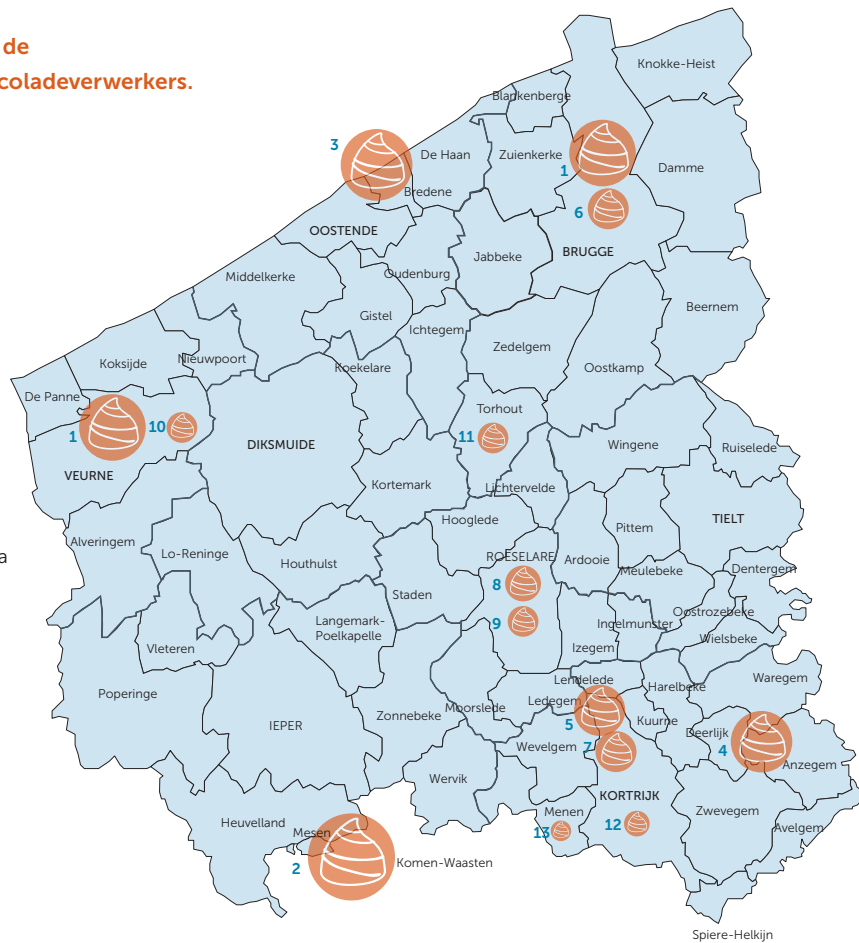


De opleiding 'ambachtelijk chocoladebewerker' van Syntra West vzw is steeds meer in trek. (zie pagina 30)

Geografische verspreiding van de 13 grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkers.

(zie pagina 24)

- 1 Baronie Productie nv Veurne
- 1 Baronie Productie nv Brugge
- 2 Libeert (Italo Suisse) nv
- 3 Natrajacali nv
- 4 Pralibel nv
- 5 IBC bvba
- 6 Chocolate Line nv
- 7 Confiserie Vandenbulcke nv
- 8 Carline Flanders nv + Nomaer bvba
- 9 Pralineur Vancoillie bvba
- 10 Noble Chocolates nv (4)
- 11 Chocolatier Dumon bvba
- 12 Délice nv
- 13 Chocolaterie Vereecke bvba



Belgische innovaties zijn rode draad
in de 19e-eeuwse chocoladekroniek

Een (cacao)boontje voor chocolade

Nick Vanderheyden, freelance journalist

De praline, chocopasta, het transport van vloeibare chocolade... Met een reeks opvallende uitvindingen in de chocoladesector leverden de Belgen in de loop van de eeuwen belangrijke bijdragen aan het wereldwijde succes van chocolade. Deze inventiviteit liet bovendien toe dat een kleinschalig land zich ontpopte tot het chocoladeland bij uitstek, met een jaarlijkse export van meer dan 400.000 ton.

De **cacaoboan** is een van de vele grondstoffen die tijdens de Spaanse veroveringstochten in Zuid-Amerika het Europese vasteland bereikten. Nochtans werd de vrucht destijds door de Azteken op het huidige Mexicaanse grondgebied allerm minst verwerkt tot de lekkernij zoals we chocolade nu kennen. Integendeel, Christoffel Columbus liet de bittere cacaofoon zelfs links liggen. Na hem zag conquistador Hernan Cortes wel potentieel in het goedje als ingrediënt van de drank die tevens fungeerde als betaalmiddel en zelfs als geneesmiddel. Cortes verscheepte de cacaofoon in 1528 naar het Europese vasteland. Toch zou het nog bijna een eeuw duren voor de cacaofoon verwerkt werd tot gesmaakt product en zich verspreidde doorheen Europa.

Xocolatl

Een verrukkelijke drank, Xocolatl, zo vonden de Azteken. Het goedje bestond uit een combinatie van de cacaofoon met maismeel, specerijen en rode pepers. Deze pasta werd vervolgens opgelost en overgegoten in meerdere recipiënten, tot hij begon te schuimen. Net dit vette, zachte schuim leverde volgens de Azteken een verrukkelijke drank op. De Spanjaarden wisten het origineel recept minder te smaken, maar experimenteerden met additieven als honing, kaneel en rietsuiker. Tot een zoete variant van de cacaofoon een succes bleek. De drank verspreidde zich na 1590 via de elite en handelaars doorheen Europa. Zodat de inwoners

op het huidige Belgische grondgebied in 1635 een eerste keer in contact kwamen met de luxe chocoladedrank. Sporen daarvan zijn terug te vinden in de Gentse Baudelo-abdij.

Chocolade en masse

Het duurde nog tot 1728 vooraleer in Groot-Brittannië de eerste **chocolade-fabriek** verrees en chocolade in vaste vorm op grotere schaal werd geproduceerd.

In 1820 volgde een van de belangrijkste uitvindingen in de chocoladegeschiedenis. De Nederlanders Casparus en Coenraad van Houten ontwikkelden een **cacaopers** die cacaodeeltjes vlot scheidt van cacaofoon. Dit resulteert in **ontvet cacaofoon** dat makkelijk op te lossen is in water. Het poeder maakte bovendien het productieproces van de huidige vaste chocolade mogelijk, waarbij het cacaofoon wordt gemixt met suiker en cacaofoon.

Rond 1900 daalden de prijzen van cacao en suiker drastisch en verloor chocolade zijn status als luxeproduct. De daaraan gekoppelde industrialisatie van het Westen leidde aansluitend tot twee stromingen: de ambachtelijk gemaakte, meer exclusieve chocolade en de massaproductie.

De massaproductie had zijn invloed op de cacaofoonplantages die begin 19de eeuw geleidelijk aan door de Spanjaarden werden gemonopoliseerd. Onder invloed van handelaars op zoek naar plantagearbeiders verspreidden de plantages zich langzaam doorheen



Latijns-Amerika en Afrika. Vandaag staat **Afrika in voor 75 %** van de wereldwijde cacaofoon en zijn Ivoorkust, Ghana en Indonesië de grootste producenten.

België zet de toon

De eerste chocolatier, de Brit David Chaillou, ging de massaproductie ver voor. In 1659 voegde deze banketbakker als pionier chocolade toe aan koekjes en cakes. De Belgen treden in 1840 op de voorgrond dankzij het chocoladebedrijf **Berwaerts**, dat de eerste geperste chocoladetabletten, pastilles (chocolade heeft een korte geschiedenis als geneesmiddel) en figuurtjes produceert. In deze periode krijgt ook het huidige Belgische chocoladelandschap vorm, met de oprichting van onder meer **Neuhaus** (1857), **Côte d'Or** (1883),



Jacques (1896) en **Callebaut** (1911). De Belgische chocoladesector ontpopt zich tot uiterst inventief en ontwikkelde enkele belangrijke uitvindingen die de reputatie van de Belgische chocolade zouden inluiden.

In 1912 komt **Jean Neuhaus Jr.** op de proppen met de **praline**: de eerste chocolade gevuld met een zachte vulling. Samen met zijn vrouw Louise Agostini maakt hij daarnaast de allereerste **'ballotin'**: een doosje waarin de pralines verpakt worden.

In 1925 doet **Charles Callebaut** een van de belangrijke uitvindingen voor de industrie: het transport van vloeibare chocolade.

In 1936 lanceert **Jacques** de eerste gevulde chocoladereep, met praliné. Dit nadat in 1920 de solide chocoladereep een eerste keer op de markt verscheen. Ook **chocopasta** is een Belgische uitvinding. **Côte d'Or** brengt het nevenproduct in 1952 voor het eerst op de markt. Het is daarbovenop laatstgenoemd bedrijf dat met een opvallende campagne tijdens Expo '58 in Brussel de reputatie van Belgische chocolade een internationale duw geeft. Wat uiteindelijk leidt tot een land met 540 chocolatiers, goed voor een jaarlijkse productie van meer dan 725.000 ton chocolade.

Van cacaoboom tot chocolade

Een cacaoboom levert tweejaarlijks (oktober-maart en mei-augustus) een veertigtal meloenachtige vruchten, die tot vijftig bonen bevatten. De blanke cacao bonen gisten een week in bananenbladen om het overtollige vruchtvlees te verwijderen, de bittere smaak te laten verdwijnen en hun kenmerkende aroma te verkrijgen.

De bonen kleuren bruin. Ze verblijven de daaropvolgende week onder de volle zon om het vocht te verwijderen om zo de bewaartijd te verlengen. Na kwaliteitscontrole en bijhorende code worden de bonen in jutezakken tot 70 kg globaal verscheept naar cacaoverwerkende bedrijven.

Deze industriële bedrijven reinigen de bonen, branden ze kort en ontdoppen ze. Daarna worden ze bij 140°C geroosterd. Een breker scheidt de 'nibs', de kern, van de rest. Deze nibs worden geperst in een machine, tot een bijzonder fijne cacao massa. Tijdens het malen komt er veel hitte vrij en smelt de cacao boter. De bekomen massa bestaat uit twee componenten: tot poeder vernalen cacao massa en cacao boter. Drie soorten cacao bonen, Criollo, Forastero (het vaakst gebruikt) en Tринитарио, worden met verschillende verhoudingen gemengd en geven chocoladeproducten een typische smaak. Afrikaanse bonen worden gebruikt om een basisaroma te geven aan chocolade. Amerikaanse en Aziatische bonen geven meer gesofisticeerde aroma's aan de chocolade. Het mengen van de verschillende bestanddelen leveren uiteindelijk vier varianten op: **dekchocolade** (minimum 31 % cacao boter), donkere chocolade (minimum 18 % cacao boter), melkchocolade (donkere chocolade + melkpoeder) en witte chocolade (donkere chocolade zonder cacao massa).

Bronnen:

- Bachelorproef Axel De Backer, Howest, opleiding International Marketing, juni 2016
- www.callebaut.com
- www.coffee-tasty.eu
- wikipedia.org
- visitflanders.com
- www.belcolade.com

Onze chocolademarkt in de internationale context

België is kampioen in chocolade-export

Nick Vanderheyden, freelance journalist

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

België: famous for beer and chocolate. Oud-president Obama wist het, wij weten het, de wereld weet het. Maar bevestigen de cijfers dit? Wat zeker is: ons land, en bij uitbreiding heel Europa, heeft bij de cacao boon vrijwel niets in de pap te brokken. Afrika, dat is het cacao boon continent bij uitstek. Gaat het daarentegen over chocolade, dan neemt Europa het volledig over. België legt enkele knappe cijfers voor. Het is zelfs 's werelds tweede grootste exportland van chocolade.

Wat zijn voor België de meest opvallende en interessante conclusies in de internationale statistieken over cacao en chocolade?

In **tabel 1** zetten we de 5 grootste **exporteurs** van chocoladeproducten (inclusief couverturechocolade) in de wereld op een rij. België prijkt daar (in absolute cijfers) op een tweede plaats na Duitsland. Dat ging over de uitvoer van **512.000 ton** chocoladeproducten in 2014.

Indien we rekening houden met de bevolkingscijfers van de landen, dan springt ons land manifest naar een eerste plaats. Opmerkelijk daarbij is dat ons kleine land, dat tekent voor 2 % van de totale Europese bevolking, maar liefst 11 % van de wereldwijde chocolade-export in handen heeft.

Waar komt Belgische chocolade terecht?

Uit de cijfers van **tabel 2** leiden we af dat onze buurlanden ook onze belangrijkste afzetmarkten zijn voor chocoladecreaties. Nederland stak in 2012 Frankrijk voorbij als grootste importeur van 'chocolate made in Belgium'. Onze Noorderburen voeren samen met Frankrijk en Duitsland de rangschikking aan, met elk een afname van ongeveer 100.000 ton Belgische chocolade en cacao producten in 2015. De VS is het enige niet-Europese land dat telkens opduikt in deze statistieken.

Het land is de vijfde grootste importeur van Belgische chocolade. Onze chocolade valt dus in de smaak bij de Amerikaanse bevolking.

Polen was in de periode 2011-2015 de snelst groeiende afzetmarkt voor de Belgische chocolade. Japan is na de VS onze belangrijkste niet-Europese afzetregio, goed voor bijna 8.000 ton in 2015.

Productie van eindproducten

België scoort ook heel goed in sommige (zeldzame) statistieken over de mondiale **productie van afgewerkte chocolade-producten**, zoals pralines, repen en paaseieren. Zie de **grafieken 1 en 2 op pagina 19**.

In deze cijfers van 2013, afkomstig van **Statista.com** (een online portaal voor statistieken en marktonderzoek) is de productie van dekchocolade of couverturechocolade dus niet inbegrepen.

Tabel 1: Top 5 grootste exporteurs van chocolade in absolute cijfers en per capita in 2014

Plaats	Land	Aandeel (ton)	Aandeel in de wereld (%)	Bevolking	Productie per capita
1	Duitsland	843.062	18%	80.565.861	0,010
2	België	511.848	11%	11.116.322	0,046
3	Nederland	411.568	7%	16.877.351	0,024
4	Frankrijk	318.318	6%	63.703.164	0,004
5	Zwitserland	115.179	3%	8.070.674	0,014
	Totaal	2.199.975	45%		
	Totaal Wereld	5.471.464			

Bron: www.trademap.org

Tabel 2: Grootste afnemers van Belgische chocolade 2011-2015 (in ton)

	2011	2012	2013	2014	2015
Nederland	84.148	95.238	111.193	101.441	101.163
Frankrijk	95.300	93.462	99.126	91.499	97.692
Duitsland	92.646	94.067	102.273	91.710	97.014
VK	46.298	47.498	65.035	51.628	51.610
VSA	19.556	21.811	24.055	19.292	18.316
Italië	19.980	19.156	17.602	16.406	15.240
Spanje	11.296	12.419	15.664	12.251	16.026
Polen	3.889	6.157	7.414	8.586	13.634
Japan	6.327	6.580	7.595	7.203	7.787
Luxemburg	4.490	5.650	4.505	4.811	7.849
Totaal	383.930	402.038	454.462	404.827	426.331

Bron: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx



In absolute cijfers (zie grafiek 1) was het koninkrijk aan de Noordzee met **218.650 ton** afgewerkte chocolade-producten in 2013 goed voor een **vijfde plaats** in de wereldrangorde. Dit is een heel sterke positie, gezien de grote verschillen in bevolkingsaantallen. Houden we rekening met het aantal inwoners volgens **countrymeters.info** (een online databank voor bevolkingscijfers), dan concluderen we dat België per capita (zie grafiek 2) de grootste producent ter wereld is voor chocolade-eindproducten, gevolgd door Zwitserland.

Ons land bevestigt hiermee met verve zijn status als toonaangevend chocoladeland.

De stevige productie- en exportcijfers van ons land kunnen we grotendeels toeschrijven aan de aanwezigheid van

de grootste productieplant van wereldmarktleider groep **Barry-Callebaut**. De fabriek in **Wieze** realiseert 2,3 miljard euro omzet met 950 medewerkers (zie pagina 22).

Import

België is niet enkel zeer bedrijvig in de productie en op de exportmarkt van chocolade, we voeren ook een aanzienlijk volume in. Volgens Trademap.org **176.000 ton** chocolade en cacaogoederen in 2015 (zie **tabel 3** in de **digitale versies** van dit artikel). De Belgische bedrijven halen de chocolade (niet verwonderlijk) van onder meer 's werelds grootste exporteur Duitsland. Het land exporteerde ongeveer 41.500 ton chocolade en cacaogoederen naar ons land in 2015. Met Duitsland, Nederland en Frankrijk als top drie is

het duidelijk dat België vooral bij de buurlanden de chocolade haalt. Italië en het VK vullen de top vijf aan.

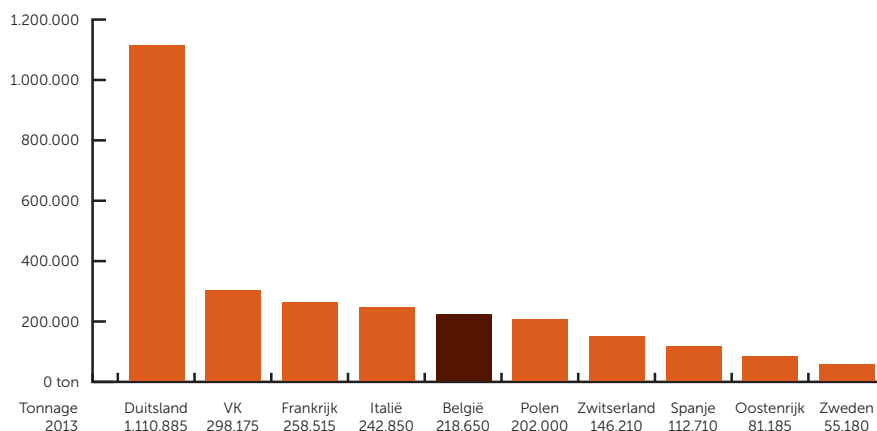
Duitse suprematie

Hoe mooi de Belgische cijfers ook zijn, één land geeft de rest het nakijken wat betreft chocolade: Duitsland (zie tabel 1 en grafiek 1). Het land is in absolute cijfers de grootste chocoladeproducent en de grootste exporteur in de wereld. Bovendien zijn de Duitsers uitgesproken actief in de verwerking van cacaobonen. Volgens **Statista.com** produceerde Duitsland in 2013 maar liefst 1,1 miljoen ton afgewerkte chocolade, bijna het viervoudige van haar dichtste achtervolger, het VK.

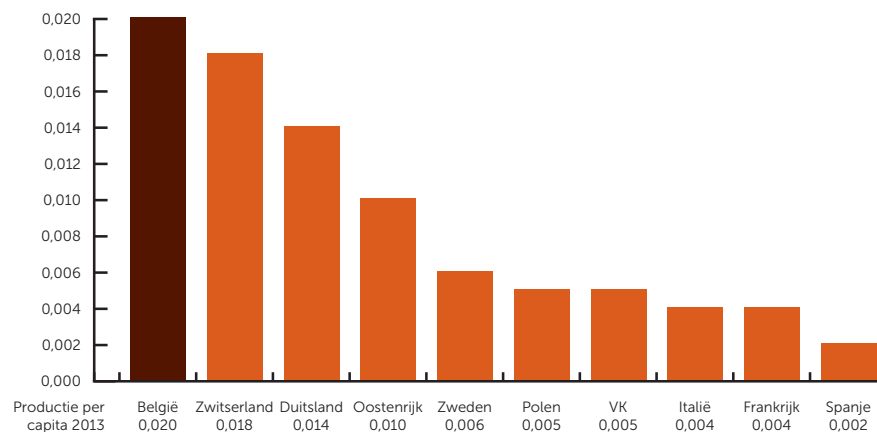
Chocoladecentrum Europa

Europa is het epicentrum van de

Grafiek 1 - Top 10 grootste producenten van chocolade in absolute cijfers



Grafiek 2 - Top 10 grootste producenten van chocolade in verhouding tot de capita



Bron: www.statista.com.

internationale chocolademarkt. Op het gebied van chocoladeproductie (tien landen), export (zeven) en import (zeven) telt het continent altijd het grootste aantal landen in de top tien. De productie van chocolade wordt gedomineerd door de Europeanen en het continent neemt 37 % van de wereldwijde chocolade-import en 42 % van de globale chocolade-export voor zijn rekening. Geen enkel ander werelddeel doet beter. Opvallend is dat 70% van de grootste importeurlanden van chocolade ook behoren tot 's werelds grootste exporteurs van chocolade. Het valt op dat naast Duitsland ook noorderbuur Nederland een grote speler is in zowel de cacao- als de chocolademarkt.

Cacaobonnatie Ivoorkust

Geen chocolade zonder cacaobonen.

Met vier landen in de top acht geldt Afrika als de grootste producent van cacaobonen ter wereld. Eén land laat alle anderen ver achter zich: **Ivoorkust** kweekte in 2015 maar liefst 1.720.000 ton cacaobonen, ongeveer het dubbele van wat dichtste achtervolger Ghana (810.000 ton) produceerde in datzelfde jaar. Indonesië (380.000), Nigeria (235.000) en Ecuador (230.000) vervolledigen de top 5. Aangezien cacaobomen enkel rond de evenaar gedijen, vinden we geen Europese landen bij de grondstofproducenten. Kijken we naar de cacao- en chocoladeverwerkende landen, dan treden Europese landen wel op de voorgrond.

Zwitsers bijten in het stof

Zwitserland heeft, ondanks zijn wijde naam en faam in de chocoladewereld, vrijwel geen invloed op de globale

chocolademarkt. Niettegenstaande het land een runner-up is in chocoladeproductie per capita, importeert, exporteert en produceert Zwitserland in absolute cijfers opmerkelijk minder in vergelijking met België en zijn buurlanden. De Zwitserse reputatie loopt een behoorlijke statistische deuk op. België doet het zowel in import als in export van afgewerkte producten maar liefst 400 % beter. Daardoor proeven vier keer zoveel buitenlanders de Belgische chocolade ten opzichte van de Zwitserse tegenhanger.

Bronnen: www.statista.com
www.worldometers.info
www.countrymeters.info

Met dank aan Axel De Backer, bachelor Internationale Marketing van Howest, voor zijn input.

De opleiding van Syntra West vormt de basis van wat we vandaag dagelijks produceren!

De passie voor chocolade kreeg ze met de paplepel mee, de skills via Syntra West. Nele Hallaert (31) baat in Sint-Eloois-Winkel Chocolaterie Hallaert uit, een speciaalzaak die ze in 2010 overnam van haar papa en garant staat voor ambachtelijk meesterwerk. Kunstwerken uit chocolade, zeg maar.



Chocolaterie Hallaert werd opgericht in 1991 door Jacques Hallaert. Vandaag is dochterlief de baas, Jacques helpt achter de schermen nog wat mee. "Chocolade is een passie. Voor mij is dit niet werken", vertelt Jacques. Nele groeide op tussen de chocolade. De opvolging was dus niet verrassend. "Toen Nele klein was en wat meehielp, liet ze af en toe een praline van de tafel vallen. Heel bewust, want dan kon ze de lekkernij zelf opeten", lacht hij. Herkenbaar, denkt Nele bij zichzelf. "Mijn kinderen van 7 en 4,5 jaar komen niet naar de winkel om mama te zien, maar voor de chocolade."

Jacques leerde de stiel bij Syntra West. Op zijn aanraden specialiseerde ook Nele zich na haar opleiding 'Brood & Banketbakkerij en Confiserie' bij Syntra West. "Ik volgde er een drietal opleidingen van twee jaar, waaronder uiteraard het ondernemerstraject Chocoladebewerker. We zijn er nog steeds heel tevreden over en dankbaar

voor. De opleiding vormt de basis van wat we vandaag dagelijks produceren", zegt Nele.

In de zoektocht naar perfectie volgde Nele stage bij chocoladekoning Dominique Persoone. In 2010 nam ze de zaak over van haar papa. "We zijn een speciaalzaak in chocolade. Voor taart of brood moet je niet bij ons zijn", vertelt Nele. "In onze zaak worden er enkel en alleen artisanale pralines vervaardigd met Callebaut chocolade zonder kleurstoffen of bewaarmiddelen. Door het experimenteren met verschillende vormen, smaken en bereidingswijzen worden er regelmatig nieuwe creaties gemaakt, mooi van uitzicht en zalvend van smaak".

Chocolaterie Hallaert is bekend tot ver buiten Sint-Eloois-Winkel. De zaak werd vorig jaar volledig vernieuwd. Achteraan bevindt zich het open atelier waar Nele haar kunstwerken maakt. In de winkel zelf valt de grote keuze op. "We hebben in totaal zestig verschillende pralines.

We maken er ook specifiek op vraag van de klant. Met het logo op, of met een specifieke rumsmaak bijvoorbeeld. Daarnaast maken we ook verschillende chocoladevormen. Volgens het jaarthema (Sinterklaas, Valentijn, Pasen) of naar de wens van de klanten", zegt Nele.

In de winkel merken we onder andere levensechte gezichten van Asterix en Obelix, en Sneeuwwitje op. "Daar kruipt wel wat tijd in", lacht Nele. "Het is een fantastische job, maar toch ook hard werken. Een klant bestelde onlangs 800 kilogram pralines. Omgerekend zijn dat zo'n 68.000 pralines. Daar ben je wel even zoet mee. Pralines worden rapper opgegeten, dan dat ze gemaakt worden."

www.syntrawest.be

078 353 653

info@syntrawest.be



Positie van West-Vlaanderen in het Belgische chocoladelandschap

Sterk in ambacht, matig in industriële productie

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Het aantal chocolatiers in ons land kent sinds eind 2015 een historische piek met 540 producenten, groot en klein. West-Vlaanderen is met 108 chocolatiers de absolute koploper in de (kleinschalige) verwerking van chocolade in Vlaanderen. Meer dan 30 % van de Vlaamse producenten opereert vanuit de kustprovincie. Maar amper 5 van deze chocoladebedrijven hebben een plaats in de Belgische top-30 volgens omzet en tewerkstelling. Die wordt vooral gedomineerd door buitenlandse multinationals.

In deze bijdrage bekijken we de positie van de West-Vlaamse chocolatiers, groot en klein, in de Belgische en Vlaamse context.

Tabel 1 weerspiegelt de levenskracht van het chocoladeambacht in ons land.

Eind 2015 waren er in heel België een recordaantal van **540 chocolatiers** geregistreerd. Dat zijn er 48 meer dan in 2008 (+10 %) en ook 19 meer dan het jaar daarvoor. Het Vlaams Gewest volgt deze opgaande trend overtuigend, met **353 vestigingen** eind 2015, een surplus van 21 in vergelijking met 2008.

In de cijfers van de FOD Economie (op basis van de nace-code 10.820) zitten zowel de kleine eenmanszaken als de grote industriële kleppers, zoals de reuzenfabriek van **Barry Callebaut** in Wieze.

West-Vlaanderen boven

Binnen deze cijferdans maakt West-Vlaanderen een opvallende 'relevé', want de kustprovincie is met voorsprong de broedplaats van het grootste aantal chocoladeverwerkers.

Dat waren er eind 2015 **108**. Daarmee zit het aantal West-Vlaamse chocolatiers terug op het niveau van 2008. Dat staat voor een aandeel van **31 %** in verhouding tot het totale aantal Vlaamse chocoladeproducenten en van ruim 20 % binnen het Belgische landschap.

Die florissante positie van de West-Vlamingen wordt mee aangewakkerd door de rol van **Ter Groene Poorte** uit Brugge, als grootste Belgische chocolade-opleidingscentrum. Oost-Vlaanderen volgt op de tweede plaats en kent in de jongste zeven jaar de grootste groei. Het Brussels Gewest bleef met 43 chocolatiers eind 2015 een eind verwijderd van zijn piekmoment in 2012, toen er nog 48 actoren waren.

30 grootste producenten

In **tabel 2** focussen we op de **30 grootste Belgische chocoladeproducenten** volgens het criterium vaste tewerkstelling in voltijdse equivalenten (cijfers van 2015). We vermelden ook de omzetcijfers van hetzelfde boekjaar.

De opgelijste bedragen onderlijnen het belang van deze dynamische sector voor onze binnenlandse economie.

De 30 grootste chocoladeproducenten waren in 2015 goed voor **3,3 miljard euro omzet** met circa **5.600** vaste medewerkers en daarbovenop nog eens een 600-tal interimkrachten.

Het West-Vlaamse aandeel in de Belgische chocoladespits is zeer gering. Amper vijf bedrijven (**Baronie, Libeert, Natrajacali, Pralibel** en **IBC**) halen de top-30. Daarvan claimt enkel **Baronie** een plaats in de top-10. Komt daar nog bij dat **Libeert** (gecontroleerd door de gelijknamige familie uit Roeselare) sinds 1975 in Komen-Henegouwen is gehuisvest en dus maar in overdrachtelijke zin als 'West-Vlaams bedrijf' kan gecatalogeerd worden.

Die 'vijf' West-Vlamingen vertegenwoordigen samen een aandeel van **10 %** in de totale tewerkstelling en amper **4,5 %** in de totale omzet binnen de binnenlandse top-30.

Tabel 1. Chocolatiers in België, evolutie 2008-2015, op basis van nace-code 10.820 ⁽¹⁾

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	marktaandeel 2015 in %
Provincie West-Vlaanderen	108	112	105	106	108	103	104	108	31
Provincie Oost-Vlaanderen	89	85	86	87	86	88	93	96	27
Provincie Antwerpen	90	89	92	93	87	86	76	86	24
Provincie Vlaams-Brabant	30	30	28	29	34	40	42	39	11
Provincie Limburg	15	17	17	21	27	28	26	24	7
Vlaams Gewest	332	333	328	336	342	345	341	353	100
Brussels Gewest	46	48	46	46	48	42	44	43	
Waals Gewest	114	109	112	124	133	132	136	144	
België	492	490	486	506	523	519	521	540	

Bron: FOD Economie Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium. Cijfers op 31 december van het jaar.

⁽¹⁾ Deze actoren zijn niet allemaal exclusief met chocoladebewerking bezig.

Tabel 2: Top 30 van de grootste Belgische chocoladeproducenten volgens tewerkstelling

Bedrijf	Postcode gemeente	Provincie	Tewerkstelling 2015	omzet 2015 in euro	toelichting
1 Barry Callebaut Belgium	9280 Wieze	Oost-Vlaanderen	937	2.281.652.394	
Barry Callebaut Services	9280 Lebbeke	Oost-Vlaanderen	75		Ondersteunende diensten
2 Ferrero Ardennes	6700 Arlon	Luxemburg	725	73.829.296	
3 Confiserie Leonidas	1070 Brussel	Brussel	401	83.403.652	
4 Neuhaus	1602 Vlezenbeek	Vlaams-Brabant	345	75.978.268	
5 Godiva Belgium	1081 Brussel	Brussel	329	85.900.391	Türkse groep Yildiz
6 Mondelez Chocolate Production	1500 Halle	Vlaams-Brabant	309	56.481.719	Merk Côte d'Or ⁽¹⁾
7 Baronie Productie	Brugge/Veurne /Eupen	West-Vlaanderen	218	83.492.522	
8 Guyliau Chocolaterie	9100 Sint-Niklaas	Oost-Vlaanderen	202	80.204.304	
9 Belcolade	9320 Aalst	Oost-Vlaanderen	181	?	43.000 ton in 2016
10 Cargill Chocolate	7700 Moeskroen	Henegouwen	171	22.321.980	
11 Natra Malle	2390 Malle	Antwerpen	163	74.716.400	Spaanse groep Natra
12 Gudrun Commercial	2500 Lier	Antwerpen	142	30.360.502	
13 Bruyere	6041 Gosselies	Henegouwen	142	54.168.030	
14 Libeert	7780 Komen	Henegouwen	129	30.105.962	
15 Galler Chocolatiers	4051 Vaux-S-Chevremont	Luik	124	25.078.551	
16 Kim's Chocolates	3300 Tienen	Vlaams-Brabant	120	38.167.928	
17 Ferrero	1170 Brussel	Brussel	110		Commerciële vestiging
18 Natrajacali	8450 Bredene	West-Vlaanderen	85	20.912.280	Spaanse groep Natra
19 ICKX Chocolaterie	2910 Essen	Antwerpen	77	11.091.474	
20 The Belgian Chocolate Group	2250 Olen	Antwerpen	69	36.532.092	
21 Pierre Marcolini Group	1130 Brussel	Brussel	68	10.272.677	
22 Pralibel	8570 Vichte	West-Vlaanderen	66	10.751.508	Zusterbedrijf van ICKX (nr 19)
23 Bouchard (+ Daskalides)	9042 Gent	Oost-Vlaanderen	62	8.727.453	Duitse groep Halloren
24 Trefin confiserie	9160 Lokeren	Oost-Vlaanderen	58	14.386.135	Produceert ook chocolade
25 Pierre Marcolini Belgium	1000 Brussel	Vlaams-Brabant	57	10.784.587	
26 Limar Chocolaterie	2300 Turnhout	Antwerpen	52	10.860.160	
27 Choc decor	9160 Lokeren	Oost-Vlaanderen	44	4.402.693	Brutomarge
28 Europe Chocolate Company	2390 Malle	Antwerpen	43	28.429.939	
29 IBC Belgium	8501 Heule	West-Vlaanderen	42	7.561.689	Groep Barry Callebaut
30 Corné Port-Royal	1300 Wavre	Waals-Brabant	42	9.077.308	Groep Godiva
totalen			5.588	3.279.651.894	
West-Vlaanderen			540	152.823.961	
			10%	4,50%	

⁽¹⁾ Mondelez Chocolate Production (o.a. Côte d'Or) komt in 2017 in handen van Barry Callebaut
bron: jaarrekeningen 2015 - Balanscentrale NBB

Eenzelfde situatie doet zich voor bij die andere Belgische nationale trots, de sector van de bierbrouwerijen, waar het aandeel van de West-Vlaamse spelers eveneens zeer matig is. Met grote kleppers als Barry Callebaut, Guyliau en Belcolade, is **Oost-Vlaanderen** zowat het chocoladebastion in ons land.

West-Vlaamse chocoladeparadox

De Belgische chocoladetop wordt uiteraard sterk gedomineerd door marktleider **Barry Callebaut**, die met drie bedrijven (waaronder de West-Vlaamse dochter IBC) vertegenwoordigd is in de top-30. De Belgisch-Zwitserse reus is op zijn eentje al goed voor het leeuwendeel van de omzet (2,34 miljard euro of 70 %

van het geheel) en van de tewerkstelling (circa 1.300 werknemers op een totaal van 5.520).

Als we de cijfers van deze koploper wegfilteren uit de tabel, dan scoren de West-Vlaamse chocoladeproducenten samen beduidend beter: 13 % qua tewerkstelling en 11 % binnen de totale omzet.

Maar ook deze quoteringen blijven in schril contrast met de hoge score van het totaal aantal West-Vlaamse chocolatiers binnen de complete Belgische chocoladegilde: 20 %. We leren hieruit dat de kustprovincie vooral kleine ambachtelijke bedrijven telt, gedreven door vakkennis en artisanale kwaliteit. In het segment van de grote industriële groeibedrijven zijn

de West-Vlaamse spelers eerder dun gezaaid. Anders gezegd: in kleinschalige ambacht is onze provincie een **reuzenpaasei**, maar in industriële productie eerder een klein **pralientje**...

Buitenlandse multinationals zwaaien de chocoladeplek

Als we de Belgische top-30 verder ontleden, dan kunnen we niet voorbij de vaststelling dat de veelgeprezen Belgische chocoladeproductie steeds meer in handen is van buitenlandse multinationals. Marktleider **Barry Callebaut** opereert vanuit Zwitserland. **Ferrero**, de Belgische nummer 2, is in handen van de derde generatie van de gelijknamige Italiaanse familie, **Godiva**



(nr. 5) ressorteert onder de Turkse groep Yildiz en Baronie (nr. 7) heeft Nederlandse connecties. Barry Callebaut versterkt zijn overheersende positie in 2017 verder met de overname van de chocoladefabriek van Cote d'Or in Halle, die voorheen onder de vleugels van Mondelez (voorheen Kraft) opereerde. De Spaans-Baskische groep **Natra** is de jongste 10 jaren in opmars, met nu al twee productie-entiteiten in ons land: Oostende en Malle. De Nederlandse familie **Huurman** is dan weer de drijvende kracht achter **ICKX** in Essen en het West-Vlaamse **Pralibel**, sinds de overname van deze laatste in de lente van 2016.

Wat verder ook opvalt in de top-30, is dat de bedrijven die via een netwerk van eigen winkels (zoals **Leonidas**, **Godiva** en **Pierre Marcolini**) zeer actief zijn in de lokale consumentenmarkt, overwegend in Brussel hun uitvalsbasis hebben. Is de Belgische hoofdstad de meest strategische plaats om ons land als chocolademekka te promoten?

Onder de couverture

Slechts drie binnenlandse bedrijven zijn actief in de productie van **dekchocolade**

of couverture. Dit basisproduct bevat minimaal 31 % cacaoboter en is daardoor geschikt voor bakkers, banketbakkers, chocolatiers en pralinefabrikanten in de productie van hun afgewerkte chocoladeproducten. Hun Belgische hofleveranciers zijn **Barry Callebaut** (Wieze), **Cargill Chocolate** (Moeskroen en Antwerpen) en **Belcolade** (Erembodegem).

Het is niet verwonderlijk dat wereldmarktleider en ook absolute Belgische nummer 1 Barry Callebaut ook in deze basisactiviteit opereert. Het bedrijf uit Wieze beheerst naar schatting 70 % van de Belgische markt.

Cargill Chocolate is een divisie van een wereldvertakte Amerikaanse granenmultinational. De vestiging in Moeskroen (voorheen OCG) verdubbelde in 2013 haar capaciteit via een investering van 35 miljoen euro en is de grootste chocoladefabriek van de Cargill-groep in Europa. Cargill is, sinds de overname van het Nederlandse ADM in 2014, de tweede grootste chocoladeproducent in de wereld, na Barry Callebaut.

Belcolade, met moederfabriek in Aalst, is qua aandeelhoudersstructuur de enige echt Belgische producent van couverturechocolade. De vestiging

in Erembodegem realiseerde in 2016 43.000 ton vloeibare en vaste chocolade met een team van 181 medewerkers. De capaciteit is in 2015 dankzij een investering van 21 miljoen euro met 50 % opgetrokken. Belcolade, dat ook productie-eenheden omvat in Spanje en in de VS, is een onderdeel van de Belgische voedingsgroep Puratos. Die wordt gecontroleerd door de familie **Van Belle**. Zij zijn ook de drijvende kracht achter het **Brugse chocolademuseum Choco-Story** en zijn filialen (zie interview pagina 33).

Met dank aan collega freelance journalist Nick Vanderheyden voor zijn input.

Inzet op specialisatie en export

Wie zijn de grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkers?

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Het landschap van de West-Vlaamse chocoladeproducenten is zeer divers en geschakeerd. Kleinschaligheid overheerst. De 13 grootste bedrijven realiseren jaarlijks circa 200 miljoen euro omzet met 610 medewerkers. Zij investeerden in de jongste drie boekjaren 17 miljoen euro en zetten steeds meer in op de export van hun wereldwijd vermaarde kwaliteitsproducten. Spelers die doorgroeien naar een grotere internationale schaal komen meestal in buitenlandse handen terecht.

Chocoladelekkernijen vormen samen met onze lokale bieren en garnaalkroketten het gastronomisch uithangbord van West-Vlaanderen.

In de Noordzeeprovincie zijn er 108 ijverige en creatieve chocolatiers actief. Zij staan samen voor een tewerkstelling van ruim 1.000 personen (inclusief de zelfstandige zaakvoerders) en realiseren een omzet van circa 210 miljoen euro. Hun economisch belang ligt daarmee een stuk boven dat van de West-Vlaamse brouwers, die 350 rechtstreekse arbeidsplaatsen en circa 80 miljoen euro omzet genereren.

De meeste chocolatiers (70 %) zijn eenmanszaken die draaien op 1 of 2 zaakvoerders en 1 of 2 medewerkers. Een kwart van de sectorbedrijven is werkgever voor 3 tot en met 5 bezoldigde medewerkers. Slechts 13 spelers tellen 8 of meer werknemers.

Die 13 grootste bedrijven vormen dus amper **3,4 %** van de totale sectorpopulatie. Kleinschaligheid is dan ook een wezenlijk kenmerk van deze artisanale gedreven branche (zie ook pagina 21). Ook bij de 13 grootste spelers zijn er eigenlijk maar 5 actoren die we als industrieel bedrijf kunnen catalogeren.

Het zijn producenten die inzetten op grote volumes via machinale productie en toegenomen automatisatie.

West-Vlaamse pralines voor China en Japan

In dit artikel focussen we op de grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkers volgens het criterium tewerkstelling (bron: jaarrekeningen 2015). We leggen de lat op een minimum van 8 voltijdse medewerkers (VTE). Hun namen en kerncijfers zijn verzameld in **Tabel 1. Libeert nv**, de nummer 2 in onze tabel, is sinds 1985 gevestigd in Komen

Tabel 1. Grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkers volgens TEW in VTE ⁽¹⁾

Bedrijfsnaam	Locatie	TEW 2015	TEW 2010	Evolutie 2010/15	Invest 2013-15	Omzet of BM ⁽²⁾ 2015	Duiding
1 Baronie Productie nv ⁽³⁾	Veurne + Brugge	130	157	-27	3.711.000	99.059.000	Groep Baronie-De Heer
Baronie nv (headquarter)	Brugge	21	0	21			Idem
2 Libeert (Italo Suisse) nv	Komen-Waasten	129	107	22	2.887.000	30.366.000	Fam. Libeert en 12,5% SRIW
3 Natrajacali nv	Bredene	85	105	-20	1.440.000	21.000.000	Spaanse groep Natra
4 Pralibel nv	Vichte	64	45	19	1.015.000	11.900.000	Nederlandse familie Huurman
5 IBC bvba	Heule	45	34	11	565.000	7.562.000	Barry Callebaut
6 Chocolate Line nv	Brugge	28	23	5	150.000	1.445.000	Persoone-De Staerke
7 Confiserie Vandenbulcke nv	Heule	25	25	0	525.000	1.247.000	Familie Vandenbulcke
8 Carline Flanders + Nomaer ⁽⁴⁾	Roeselare	19	16	3	1.438.000	907.000	Kirstof Noppe
9 Pralineur Vancoillie bvba	Roeselare	16	16	0	1.097.000	628.219	Alexandre Ameye
10 Noble Chocolates nv ⁽⁵⁾	Veurne	15	17	-2	2.546.000	5.000.000	Patriek Destrooper
11 Chocolatier Dumon BVBA	Torhout	15	10	5	988.000	784.000	Jelle Descamps
12 Délice nv	Kortrijk	10	14	-4	181.000	487.000	Lingier uit Oostende
13 Chocolaterie Vereecke bvba	Menen	8	8	0	141.000	445.522	Dhondt-Vereecke
Totalen		610	577	33	16.684.000		

Bron: jaarrekeningen 2015 Balanscentrale NBB

⁽¹⁾ Tewerkstelling (TEW) in vast verband in voltijdse equivalenten (VTE) volgens sociale balans, cijfers afgerond.

⁽²⁾ De cijfers in het oranje zijn geen omzet maar wel **bruto marge (BM)**: het verschil tussen de verkopen en de kosten van de producten, diensten en diverse goederen.

⁽³⁾ Baronie Productie nv bundelt 3 fabrieken: Brugge (ex-Kathy), Veurne en Eupen (Jacques) en een verpakkingsunit in Lokeren. Deze laatste twee zijn niet meegerekend in de tewerkstellingscijfers, wel in de omzetcijfers.

⁽⁴⁾ De cijfers van de zusterbedrijven Carline Flanders nv en Nomaer bvba zijn hier samengeteld.

⁽⁵⁾ Noble Chocolates: de jaarrekening afgesloten eind november 2015 overspant 23 maanden en sloot af met zware verliescijfers.

(Henegouwen), net over de taalgrens, maar gezien zijn West-Vlaamse wortels en dito meerderheidsaandeelhouders en management, catalogeren we dit florissante bedrijf mee onder de West-Vlaamse chocoladeparapl.

De 13 grootste werkgevers uit de West-Vlaamse chocoladesector realiseerden in boekjaar 2015 samen circa **200 miljoen euro** omzet (extrapolatie) met 610 bezoldigde medewerkers. Dit waren er 33 meer dan in boekjaar 2010, een groei van 6 %. De grootste ondernemingen stellen daarnaast ook nog een **100-tal interimkrachten** tewerk tijdens de piekmomenten van hun productie. Verder zijn de meeste chocoladefabrikanten een belangrijke partner en opdrachtgever voor West-Vlaamse **maatwerkbedrijven** (voorheen beschutte werkplaatsen), die vooral verpakkingsopdrachten vervullen.

De West-Vlaamse chocoladespecialisten maken werk van een indrukwekkende **exportexpeditie** en slijten gemiddeld **50 %** van hun verkoop in het buitenland. Daarbij komen steeds meer verafgelegen markten (zoals Azië) in het vizier. Japan vormt nu al een van de belangrijkste afnemers van de West-Vlaamse chocolade. **Vandenbulcke** uit Heule, die een praline aan wal heeft in 40 landen, vernoemt China als zijn belangrijkste exportbestemming, gevolgd door de Verenigde Arabische Emiraten en Japan. Voor **Chocolaterie Delice** uit Kortrijk is dat in de eerste plaats Marokko.

Kristof Noppe, zaakvoerder van **Carline Flanders** uit Roeselare vermeldt China, Japan en Finland als belangrijkste 'wingewesten'. De kampioen in export is **Noble Chocolates** uit Veurne, met een aandeel van 90 %.

Buitenlandse toppers

Wie zit aan het stuur van onze veelgeprezen chocoladeverwerkers? Het gros van de top-13 bedrijven is in handen van West-Vlaamse families (evenals de tientallen kleinere bedrijven

uit de sector) maar uitgerekend 4 van de 5 grootste bedrijven worden gecontroleerd door buitenlands kapitaal. Een fenomeen dat zich ook in andere West-Vlaamse economische sectoren manifesteert.

Natrajacali uit Bredene werd in 2005 door de familie Lingier verkocht aan de Spaanse groep Natra, **Pralibel** kwam in de lente van 2016 in handen van de Nederlandse familie Huurman en **IBC** uit Heule (voorheen de familie Steyt) is sinds 2008 onderdeel van chocoladereus Barry Callebaut, met zetel in Zwitserland.

Baronie, de absolute nummer 1 in West-Vlaanderen, heeft zijn wortels in het Nederlandse Baronie-De Heer van de familie De Kuyper. Deze groep wordt sinds 1998 geleid door **Fons Walder**, een Nederlandse ondernemer die al vele jaren in Knokke woont. Hij verlegde het zenuwcentrum van het internationale concern naar West-Vlaanderen.

Libeert uit Komen (het vroeger Italo Suisse), specialist in holle chocoladefiguren, wordt geleid en gecontroleerd door de derde generatie van de familie Libeert, maar 12,5 % van het kapitaal is in handen van de Waalse (door de PS gedomineerde) overheidsholding **SRIW**. Toen **Ignace Libeert** het bedrijf in 1975 overbracht van Roeselare naar Komen, mikte hij dus niet enkel op de goedkope industrieterreinen (annex subsidies) en het grote reservoir aan Waalse arbeidskrachten in die regio, maar deed hij in een volgende investeringsfase ook een beroep op Waals overheidsmanna.

Artisanaal versus industrieel

De 13 aanvoerders van het chocoladepeloton realiseerden in de periode 2013-2015 (drie boekjaren) **17 miljoen euro** aan investeringen. Die inspanningen gingen overwegend naar nieuwe machines. **Noble** uit Veurne en **Carline Flanders** uit Roeselare realiseerden ook een uitbreiding van hun productiegebouwen.

Baronie is in de kustprovincie met voorsprong de grootste partij in de fabricatie van chocoladeproducten.

Zeker sinds de overname in 2011 van Kathy nv uit Brugge, op dat moment de nummer 2 in West-Vlaanderen. De vier koplopers in dit klassement zijn industriële bedrijven die zwaar investeren in automatisatie van hun productieproces. Dit geldt ook voor **Noble Chocolate** uit Veurne (nummer 10), naar eigen zeggen een van de meest geautomatiseerde bedrijven in de sector. Dat verklaart waarom het bedrijf van Patrick Destrooper 5,8 miljoen euro omzet kan realiseren met maar 15 VTE medewerkers. Terwijl een bedrijf als **Chocolate Line** uit Brugge (Dominique Persoone) veel minder omzet draait met een pak meer medewerkers. Hier komt de scheidingslijn aan de oppervlakte tussen een eerder artisanale productie met meer handenarbeid in kleine series en een meer machinale productie in grote aantallen. De industriële actoren onder onze chocolatiers (dat is de top-4 plus Noble) opereren dan ook vooral in het marktsegment van de grote supermarkten, waar de prijs een belangrijke factor is.

Specialisatie

Een andere strategische factor in de chocoladecompetitie is de **specialisatie**. Snelgroeier Libeert gaat bijvoorbeeld voluit voor de productie van holle chocoladefiguren, naast tabletten, repen en pralines, en zet ook in op bio- en fairtradeproducten.

Chocolate Line, gestuwd door het talent van de mediagenieke chocoladeartiest Dominique Persoone, mikt met zeer originele creaties op het hoogste segment van de markt. **Pralibel** zet zwaar in op de uitbouw van nu al 33 chocoladeboetieks (via franchise) in binnen- en buitenland en genereert 66 % van zijn inkomsten uit export. **Confiserie Vandenbulcke** pakt naast pralines ook uit met bosnoten en truffels. **Vereecke** uit Menen combineert chocoladeproducten met doopartikelen. Spelers als **Pralineur Vancoillie** uit Roeselare en **Dumon** uit Torhout, gaan

dan weer voor een ruim assortiment aan pralines in combinatie met de nodige flexibiliteit.

Een buitenbeentje in dit plaatje is **IBC Belgium** uit Heule (de nr. 5 in onze tabel), dat als enige in de West-Vlaamse top-13 opereert in een zeer aparte niche: chocolade bedrukken en versieren in diverse kleuren en zoetigheden personaliseren. Die producten levert het bedrijf aan de chocolatiers, patissiers en pralineurs. Naar verluidt is IBC met deze specialisatie uniek binnen de grote internationale groep Barry Callebaut. Zie het interview op pagina 40.

Groeiers en dalers

De West-Vlaamse chocoladesector schrijft overwegend een groeiverhaal, maar dit geldt de jongste jaren niet voor alle actoren. Bedrijven als Baronie (door opeenvolgende overnames), Libeert, Pralibel en IBC expanderen verder, terwijl andere spelers uit het industriële segment, zoals Natrajacali en Noble, kampen met tegenwind.

Natrajacali uit Bredene, dat opereert in een kwetsbare privatelabelmarkt met klanten als Carrefour en Delhaize, zit al enkele jaren in een krimpfase: de omzet daalde tussen 2010 en 2015 van 30 naar 21 miljoen euro en de tewerkstelling zakte mee van 105 naar 85 medewerkers. De integratie van sommige diensten met zusterbedrijf Natra Malle speelt uiteraard ook een rol in de verminderde tewerkstelling.

Noble Chocolates verloor blijkbaar in 2014 een belangrijke klant, want de omzet kreeg in het verlengde boekjaar 2014-2015 een fikse knauw, waardoor de resultaatcijfers diep in het rood gingen. De kapitaalcrachtige ondernemer Patrick Destrooper laat zich evenwel niet uit zijn lood slaan en reageert vinnig met 5 miljoen euro investeringen in automatisatie en uitbreiding van de productiecapaciteit en de lancering van een aantal nieuwe chocoladeproducten (zie ook het interview op pagina 35).

Sterk in eigen merk

West-Vlaanderen Werkt lanceerde, in samenwerking met een student marketing van hogeschool **Howest**, een enquête onder de 13 grootste West-Vlaamse chocolatiers. De helft van deze doelgroep ging daarop in, maar helaas niet de vijf grootste bedrijven. Deze bevraging leidt niettemin tot enkele interessante bevindingen.

Het merendeel van de West-Vlaamse chocoladeproducenten heeft slechts één chocolademark in huis, dat veelal de naam van het bedrijf draagt. De bedrijven willen overwegend dit eigen merk verder uitbouwen. Bovendien ligt het accent op chocolade in al zijn vormen en vervaardigen de actoren weinig nevenproducten, zoals confiserie of biscuits. Met voornamelijk afgewerkte chocoladeproducten profileren de West-Vlaamse chocolatiers zich vooral als speciaalzaak. Productontwikkeling gebeurt bijna uitsluitend in eigen beheer. De belangrijkste investeringen in de periode 2013-2015 gingen naar de optimalisering en uitbreiding van het machinepark, met ook aandacht voor oplossingen om het energieverbruik in te perken.

Callebaut, de grootste van de drie Belgische producenten van dekchocolade, is hoofdleverancier van dit basisingrediënt voor de meeste West-Vlaamse chocoladeverwerkers uit de top-13. De meeste chocolatiers kennen ook de herkomst van de cacao bonen die aan de basis liggen van hun grondstoffen en dat is in de meeste gevallen **Ivoorkust**.

De zes respondenten op de bevraging zijn met gemiddeld ieder twee chocoladewinkels, verspreid over België, voornamelijk b2c-gericht. Daarnaast leveren ze chocolade aan delicatessenzaken, bakkers, kleinhandelaren, groothandelaren en chocolatiers.

De meeste chocolatiers onderzoeken het spoor om bijkomende winkels te openen in binnen- en buitenland, via franchiseformule, om het eigen merk exclusief verder te verdelen.

Ook bij de artisanale spelers onderaan de top-13 is niet alles rozengeur en maneschijn. **Carline Flanders, Dumon** en **Chocolate Line** gaan op hun eigen tempo vooruit, terwijl **Pralineur Vancoillie** uit Roeselare en **Delice** uit Kortrijk de voorbije jaren worstelden met tegenspoed. Die laatste dook in 2014 en 2015 zwaar in de rode cijfers, waardoor voormalig zaakvoerder Jean-Pierre Hauspie genoodzaakt was om in juli 2014 een beroep te doen op de procedure van gerechtelijke reorganisatie (WCO). Dit resulteerde in augustus 2015 in de overname van Delice door **Carl en Peter Lingier**, de ondernemers achter **Snoep & Horecacecenter Lingier** uit Oostende. Waarmee de familie Lingier, 12 jaar na de verkoop van hun productiebedrijf Jacali uit Bredene aan de Spaanse

groep Natra, terug haar intrede maakte in de chocoladesector. Om Delice terug op de rails te zetten voerden zij besparingen en herstructureringen door, in combinatie met de injectie van extra middelen.

Bij Pralineur Vancoillie was in 2015-2016 een optimalisatie van het productieproces, een grondige doorlichting van het personeelsbeleid en een daling van de onkosten nodig om de verliescijfers om te buigen. De verpakingsactiviteit werd uitbesteed aan maatwerkbedrijf **Mariasteen** uit Gits. Assertief ondernemen doet de chocolade weer heerlijk zoet smaken...

Met dank aan Axel De Backer, bachelor Internationale Marketing bij Howest en aan Nick Vanderheyden, freelance journalist, voor hun input.



Recordaantal chocoladewinkels in West-Vlaanderen

Brugge is het mekka van de chocoladeconsumptie

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Nooit waren er in West-Vlaanderen (en in heel Vlaanderen) meer chocoladewinkels dan bij de aanvang van 2017. In de kustprovincie gingen zo maar even 211 detailzaken met hun pralines, chocoladefiguren en andere zoete varianten naar de gunst en de portemonnee van de binnenlandse consument en de toerist. Brugge manifesteert zich met 63 speciaalzaken (ook een record) als dé chocoladewinkelhoofdstad van België.



mate (maar niet altijd uitsluitend) chocoladeartikelen verkopen. Deze visuele vaststelling en registratie gebeurt jaarlijks door veldwerkers van het Nederlandse marktonderzoeksbureau **Locatus**. Zij noteerden dat er in West-Vlaanderen in januari 2017 in totaal **211 chocoladewinkels** actief waren, een historisch record. Dat zijn 5 winkels meer dan in 2016 en een aangroei met 4 winkels in vergelijking met 2008, dat voorheen voor West-Vlaanderen het topjaar was. Het **Vlaams Gewest** volgt deze opwaartse trend met **608** chocoladegerelateerde winkels in januari 2017, eveneens een historisch hoge score. In vergelijking met referentiejaar 2008 steeg de chocoladedetailhandel in Vlaanderen met 56 uitbatingen, een groei van **10 %**. West-Vlaanderen is met zijn 211 chocoladeboetieks goed voor een overheersend marktaandeel van ruim **35 %** binnen het Vlaams Gewest. De provincie Antwerpen (met steden als Antwerpen en Mechelen) staat met een kleine achterstand op de

tweede plaats en kent eveneens een aanzienlijke toename van het aantal 'tempels' voor chocoladeconsumptie.

Chocoladejunkie Brugge

We zoomen wat dichterbij op de situatie in West-Vlaanderen, meer bepaald op de **7 grootste winkelsteden**. Dan komt uiteraard **Brugge** als eerste in beeld. De Breydelstad onderlijnt met **63 handelszaken** geassocieerd met chocolade zijn reputatie als mekka van de chocoladeconsumptie. Ook voor de chocoladehoofdstad van België (en van Europa?) is de situatie begin 2017 een record. In vergelijking met 2008 (47 winkels) gaat het over 16 winkels meer, of een groeispuurt van **34 %**. Zo maar even **30 %** van alle West-Vlaamse chocoladewinkels situeert zich in deze toeristische trekpleister. Nog een vergelijking die het hoge chocoladegehalte van Brugge in de verf zet: de hoofdplaats van West-Vlaanderen, met zijn 107.000 inwoners, telt iets

In de voorafgaande hoofdstukken van dit themanummer onderzochten we de positie van de West-Vlaamse chocoladefabrikanten. Hier zetten we de schijnwerpers op de consumptie van die zoete verwennerij. Dit met focus op de verkoop via de kleinhandel (zonder supermarkten).

Tabel 1 toont de evolutie van het aantal winkels die overwegend of in belangrijke

Tabel 1. Evolutie aantal verkooppunten van chocoladeproducten.

	2008 januari	2010 januari	2013 januari	2014 januari	2015 januari	2016 januari	2017 januari	aandeel in % binnen WVVL
Brugge	47	51	50	54	54	62	63	30,00
Kortrijk	12	12	14	12	11	12	11	5,00
Knokke-Heist	10	13	9	9	9	8	9	4,30
Roeselare	8	8	9	11	10	8	8	3,80
Ieper	9	8	7	8	8	7	8	3,80
Oostende	15	11	10	10	7	6	8	3,80
Veurne	3	3	3	3	3	3	3	1,40
Totaal 7 winkelsteden	104	106	102	107	102	106	110	
West-Vlaanderen	207	204	199	206	203	206	211	35⁽¹⁾
Vlaams Gewest	552	552	573	585	585	596	608	

⁽¹⁾ het procentueel aandeel van West-Vlaanderen binnen het Vlaamse Gewest in 2017

minder dan de helft van het aantal chocoladeboetieks in het hele Brussels gewest met zijn 1,1 miljoen inwoners. Vloeit er binnenkort chocoladedrank door de Brugse reien in plaats van het aloude reienwater?

Feit is dat de onophoudelijke opmars van de chocoladezaken, samen met de eveneens oprukkende bierboetieks, druk zet op het winkelareaal en het winkelprofiel van Brugge. Dit kan volgens sommige waarnemers leiden tot een sfeer van winkelmonotonie.

Binnen de West-Vlaamse context is **Kortrijk**, met grote afstand op Brugge, de nummer 2 in de chocoladeretail. Opmerkelijk is de evolutie bij badstad **Oostende**, die in 2008 met 15 uitbatingen nog afgetekend de West-Vlaamse nummer 2 was, maar de

jongste jaren een terugval kende naar nog slechts 8 chocoladewinkels, goed voor een gedeelde 4e plaats. Knokke stak de Koningin der Badsteden elegant voorbij en telt nu 9 chocoladewinkels.

Pralinewinkelketens in opmars

Locatus registreert ook in welke mate de winkels die zij in kaart brengen zelfstandige uitbatingen zijn of filialen van grote winkelketens. Volgens deze bevindingen opereerde begin 2017 **67 %** van de chocoladegerelateerde handelszaken in West-Vlaanderen onder eigen vleugels en **33 %** als winkelpunt van een van de grote producentenmerken.

Nog altijd volgens de gegevens van Locatus zijn die franchisewinkels in opmars in de kustprovincie, want hun marktaandeel bedroeg in 2008 nog

maar 28 %. Dat is een klim van 5 % op negen jaar.

De grote namen onder de winkelketens zijn **Leonidas** met **43** West-Vlaamse winkels (+4 sinds 2008), het West-Vlaamse **Moeder Babelutte** (dat confiserieartikelen combineert met pralines) met 8 uitbatingen (-2), **Neuhaus** met 5 filialen (-3) en het eveneens West-Vlaamse **Pralibel** met 3 zaken.

De aantrekking van Brugge als chocolade-walhalla weerspiegelt zich ook in het feit dat sommige bekende Belgische merken, zoals **Chocolatier Galler** uit Luik, in de Breydelstad hun enige eigen West-Vlaamse vestiging hebben ingeplant. Het Brusselse **Pierre Marcolini** gaat voor de combinatie Brugge en Knokke.

www.locatus.com



Ter Groene Poorte is het kenniscentrum van de chocoladestiel

Opleiding chocolatier steeds meer in trek

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Het beroep van chocolatier wint aan populariteit en dat vertaalt zich ook in een rush op de Vlaamse en Brusselse opleidingscentra. Die trekken de jongste twee studiejaar een recordaantal van meer dan 220 leerlingen aan. IVV Ter Groene Poorte in Brugge spant de kroon met een marktaandeel van 33 % en is hiermee het 'Alexandrië' van het chocoladeonderwijs. Het volwassenenonderwijs aangeboden door Syntra West volgt deze opwaartse trend.

Het artisanale beroep van chocolatier trekt steeds meer gegadigden aan. Dat blijkt uit de cijfers over het stijgend aantal chocoladebewerkers in ons land (zie pagina 21). Die toenemende populariteit vertaalt zich ook in een recordaantal leerlingen die kiezen voor een beroepsopleiding als **banketbakker-chocoladebewerker**. Vlaanderen en Brussel tellen samen 12 erkende instellingen voor dagonderwijs die deze specialiteit aanbieden.

In **tabel 1** brengen we deze organisaties in kaart met daarbij het leerlingenaantal in het laatste opleidingsjaar per studiejaar in de periode tussen 2008 en 2017. De cijfers hebben telkens betrekking op de datum van 1 februari van ieder studiejaar. Het aantal leerlingen in het 3e leerjaar,

3e graad BSO banketbakkerij-chocoladebewerking in Brussel en in heel Vlaanderen, ging crescendo van 149 studenten in februari 2008 naar **226** in februari 2016, een groei van **52 %**. Die piek zet zich ook door in februari 2017 met nog steeds **221** gegadigden voor dit smakelijke diploma. Het Brugse opleidingsbastion **Ter Groene Poorte** steekt in deze discipline met kop en schouders boven iedereen uit. Het **Instituut Voor Voeding (IVV) vzw**, zoals de officiële naam van de onderwijsorganisatie luidt, was in februari 2017, met **71 leerlingen** op een totaal van 221, de onbetwiste marktleider in dit opleidingssegment, goed voor een Vlaams marktaandeel van 32 %. In vergelijking met 2008 is het

studentenaantal in Brugge bijna verdubbeld!

Het IVV is altijd al de dominante speler in deze onderwijsdiscipline geweest. De instelling is, met ruim 1.200 leerlingen per schooljaar, ook de grootste actor in voedingsonderwijs in heel Vlaanderen. Het succes van de chocoladestiel maakt dat sinds schooljaar 2012-2013 ook een tweede West-Vlaamse speler in deze onderwijsniche opereert. Het **MSKA in Roeselare** blijft met 5 leerlingen in zijn zevende specialisatiejaar vooralsnog de kleinste speler in Vlaanderen.

Succesvolle oud-leerlingen

Christine Dhondt, is adjunct-directeur van Ter Groene Poorte en heeft onder meer de opleiding

Tabel 1. Opleidingen 3e leerjaar-3e graad Banketbakkerij-Chocoladebewerking in Vlaanderen en Brussel - leerlingenaantallen
(Bron: Agentschap voor Onderwijsdiensten - cijfers telkens op 1 februari van ieder studiejaar)

Naam instelling	fusiegemeente	provincie	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
1 Provinciaal Instituut PIVA	Antwerpen	Antwerpen	22	26	27	27	28	22	21	22	24	24
2 V.T.I. Spijker	Hoogstraten	Antwerpen	18	29	18	13	23	13	13	22	16	12
3 Colomaplus bovenbouw 2	Mechelen	Antwerpen	8	4	6	7	13	13	12	15	10	8
4 KOGEKA 4 / KOGEKA 7	Geel	Antwerpen	7	5	13	11	12	7	14	12	21	17
5 COOVI -Secundaironderwijs	Anderlecht	Brussels Hoofdst. Gewest	6	7	8	10	4	9	9	5	9	8
6 Sint-Martinusscholen	Herk-de-Stad	Limburg	3	5	8	16	15	12	8	6	12	9
7 GO! technisch atheneum 3	Hasselt	Limburg	29	14	16	20	9	21	16	29	23	25
8 TechniGO! campus Ledebaen	Aalst	Oost-Vlaanderen	6	3	8	5	5	7	8	7	16	11
9 Hotelschool Gent	Gent	Oost-Vlaanderen	14	16	26	15	12	17	14	15	18	25
10 GO! technisch atheneum Campus	Wemmel	Vlaams-Brabant		1	4		3	2	2	3	2	6
11 GO!MSKA Roeselare	Roeselare	West-Vlaanderen						8	6	9	5	5
12 Ter Groene Poorte	Brugge	West-Vlaanderen	36	51	47	51	84	49	74	63	70	71
		totalen	149	161	181	175	208	180	197	208	226	221

banketbakkerij-chocoladebewerking onder haar hoede.

Christine Dhondt: "Binnen ons zevende specialisatiejaar bestaat de grootste groep uit leerlingen (55 op 71 in 2017) die al een vooropleiding 'bakkerij' hebben gevolgd, hetzij bij ons, hetzij in een andere onderwijsinstelling. De andere groep (16 leerlingen) genoot geen voortraject bakkerij en deze komen meestal uit een vooropleiding hotel.

Let op: de studenten in ons 7e specialisatiejaar kiezen voor de opleiding banketbakkerij plus chocoladebewerking en dus komt niet iedereen in de chocoladewereld terecht.

Maar het chocolade-ambacht zit zeker in de lift. Het succes van sommige oud-studenten van Ter Groene Poorte, zoals **Dominique Persoone**, die veel in de media komt, wakkert dat zeker mee aan. Het feit dat onze praktijkdocenten uit de top van de chocoladewereld komen, verhoogt de uitstraling van onze opleiding. Door naast een opleiding als bakker of als kok ook te kiezen voor een diploma als chocolatier, versterken jongeren hun kansen op de arbeidsmarkt. Koks willen ook meer veelzijdig zijn en zetten in op de creatie van hun eigen desserts, waaronder chocoladebereidingen."

Het feit dat 23 leerlingen op een totale populatie van 71, in het schooljaar 2016-2017 de finaliteit banketbakker-chocolatier volgen bij Ter Groene Poorte, zonder dat zij voorheen student waren in deze school, zet de aantrekkingskracht en de wervingskracht van dit West-Vlaams onderwijsbaken extra in de verf.

Het chocoladenest van Syntra West

Ook bij **Syntra West vzw**, de West-Vlaamse marktleider in ondernemings- en beroepsgericht



volwassenonderwijs, is de opleiding ambachtelijk chocoladebewerker steeds meer in trek. De opleiding overspant twee jaren en wordt in de campus Brugge aangeboden aan personen vanaf 18 jaar.

Tabel 2 laat zien dat de belangstelling voor deze avondopleiding in de periode 2006-2012 schommelde rond de 20 cursisten. In 2013 worden de avondsessies uitgebreid met een dagopleiding. Vanaf dan schiet het aantal deelnemers ijlings de hoogte in, met een piek van **66 cursisten** in

2015. Ook in 2016 blijft dat hoge peil (dankzij de dagopleiding) gehandhaafd met 61 aspirant-chocolatiers. Het gaat om cursisten die ook effectief hebben deelgenomen aan de eindproef op het einde van het opleidingstraject. Syntra West maakt voor deze opleiding gebruik van de infrastructuur en knowhow van het IVV Ter Groene Poorte op de gezamenlijke campus in Brugge, nabij het treinstation.

Op pagina 32 brengen de praktijkdocenten-chocoladeopleiding van Ter Groene Poorte hun visie op de ambachtelijke en industriële vervaardiging van chocolade.

Tabel 2. Opleiding ambachtelijk chocoladebewerker Syntra West - aantal cursisten eindproef 2006-2016

cursusjaar	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
avondopleiding	23	20	22	15	20	17	20	20	9	20	26
dagopleiding								16	28	46	35
totaal	23	20	22	15	20	17	20	36	37	66	61

bron: Syntra West

Ambachtelijke of industriële chocolade?

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

West-Vlaanderen blinkt binnen het Belgische en internationale chocoladelandschap uit met zijn groot aantal, vooral artisanale chocolatiers. Maar wat is nu eigenlijk 'ambachtelijke' chocolade en waar ligt de grens met industriële productie?

De term 'Belgian Chocolate' is een solide kwaliteitsreferentie en wordt getig gebruikt als uithangbord in de internationale marketing van chocoladeproducten. Maar welke lading dekt dit label? Nogal wat buitenlandse producten (ook uit China) etaleren het opschrift 'Belgian Chocolate' als verkoopargument.

Chocoprabisco, de beroepsorganisatie van de Belgische chocoladeproducenten, wil komaf maken met deze praktijken en diende in september 2016, met steun van de Belgische regering, een dossier in bij de Europese Unie om de term 'Belgische Chocolate' te laten beschermen. Het belangrijkste criterium in het voorstel is dat Belgische chocolade effectief in ons land wordt vervaardigd. Verder moet het product minimaal 14 % cacaomassa bevatten, minimaal 18 % cacao boter en hoogstens 5 % aan andere plantaardige vetten (zoals palmolie).

Meer nieuws over deze beschermingsprocedure wordt verwacht in de loop van 2018.

Een ander vaak terugkomend discussiethema is het onderscheid tussen ambachtelijk bereide chocolade en industriële productie.

West-Vlaanderen Werkt legde deze netelige kwestie voor aan de vier chocolade-praktijkleerkrachten van het **Instituut voor Voeding Ter Groene Poorte** uit Brugge, het grootste chocolade-opleidingscentrum in ons land: **Pol Deschepper**, **Peter Teerlinck**, **Wim Denduyver** en **Geert Quintens**. Adjunct-directeur **Christine Dhondt** organiseerde hiervoor een

brainstorming en opereerde ook als verslaggeefster.

Een eerste factor in de afbakening tussen ambachtelijke en industriële bedrijven, is de rol van de mensen in het bedrijf.

Christine Dhondt: "Bij de ambachtelijke bedrijven heeft de zaakvoerder een zeer grote kennis van chocolade, waardoor hij kan uitpakken met een gevarieerd aanbod. Maar kleine bedrijven missen soms de kennis van specifieke technieken, bijvoorbeeld rond verpakking en bewaring. Bij industriële chocoladeverwerking speelt gespecialiseerde kennis uiteraard ook haar rol, maar die knowhow zit dan meer verspreid over de werknemers."

Een tweede verschil ligt bij de **doelgroep** van de producten.

Ambachtelijke chocolatiers opereren vaak in een niche en pakken uit met een beperkt volume aan hoge kwaliteitsproducten. Ze staan ook dicht bij de klant.

Industriële bedrijven gaan voor productie in grote volumes, tegen competitieve prijzen. Via langere bewaartijden proberen ze de smaak zoveel mogelijk te behouden.

Ook de **grondstoffenkeuze** is van belang.

In een ambachtelijk procedé zijn de grondstoffen vaak van een andere (betere) kwaliteit en daardoor ook duurder.

Tegelijk is er de vaststelling dat in de meeste gevallen het basisproduct, de couverture, afkomstig is van dezelfde

grootleveranciers (Callebaut, Belgolade en Cargill). De ambachtelijke chocolatier kan dus niet zonder de industrie. Industriële bedrijven kunnen meer inzetten op onderzoek naar mogelijke oplossingen voor problemen of uitdagingen, zoals de zoetwaardes en suikervervangers.

Christine Dhondt: "De industrie heeft tegelijk nood aan ambachtelijke chocolatiers om nieuwe producten te ontwikkelen. Er is dus ruimte voor de beide type bedrijven, met respect voor elkaar. Bij Ter Groene Poorte brengen we onze leerlingen de passie voor chocolade bij, we doen hen 'goesting' krijgen in het vak. We zetten de traditie verder en we houden de kwaliteitsreputatie van de Belgische chocolade hoog in het vaandel."

Brugse Gilde van Chocolatiers

We peilden ook bij de ervaren Brugse chocolatier **Fangio Debaets**, zaakvoerder van Pralinette en secretaris van de **Brugse Gilde van Chocolatiers vzw**, naar zijn visie over dit thema. Hij trekt een veel scherpere lijn.

Debaets: "Ambachtelijke chocolade moet bestaan uit zuivere origine cacao die geroosterd is, ontdaan van zijn vlies en vervolgens 24 tot 72 uur wordt geconcheerd, met een toevoeging van maximum 25 % suiker.

Wat betreft het productieproces: als machines het mouten van de vormen en het vullen overnemen, wijkt men af van ambachtelijke chocolaterie."

Succesvol Brugs chocolademuseum krijgt vervolg in Brussel en New York

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Het private chocolademuseum Choco-Story in Brugge blijft met 185.000 bezoekers per jaar hoge toppen scheren. Bezielers Eddy en Cedric Van Belle willen dit succes internationaal herhalen met nieuwe vestigingen in Brussel en New York.

Choco-Story opende de deuren in het historisch pand De Croone op het Sint-Jansplein in het hart van Brugge in de lente van 2004, met 800 m² museumoppervlakte en plaats voor circa 1.000 voorwerpen. Deze forse investering werd integraal met privékapitaal gefinancierd. De initiatiefnemers zijn ondernemer **Eddy Van Belle**, referentieaandeelhouder van bakkerijproductengroep Puratos en chocoladetak Belcolade en zijn zoon **Cedric Van Belle**. Zij mikten in hun businessplan voorzichtig op 50.000 betalende bezoekers per jaar. Maar al in 2007 werd de kaap van de 100.000 bezoekers bereikt en die opmars ging verder met 152.000 belangstellenden in 2012 en 185.000 klanten in 2015. Hiermee behoort Choco-Story tot de vijf meest bezochte museumlocaties in West-Vlaanderen. De tewerkstelling klom mee op tot een team van 11 medewerkers. Het initiatief draagt uiteraard bij tot de uitstraling van Brugge als chocoladetrekpleister. Het succesvolle chocoladebelevingscentrum kreeg ondertussen al opvolgers in **Parijs** (2010) goed voor 95.000 bezoekers in 2016, in **Praag** (2012) met 70.000 bezoekers en in cacaoland **Mexico**. **Eddy Van Belle**: "Samen met Belcolade hebben we in juli 2011 in Mexico, naast onze cacaoplantage in Tikul, het Ecomuseo del Cacao opgestart. In 2014 was het de beurt aan Mexico-City, waar het Chocolate- en Maïsmuseum de deuren opende op een locatie van 1.700 m². We mikken op nog meer projecten in Mexico en ook in Ecuador."

Brussel lonkt

Dichter bij huis, meer bepaald in de Europese hoofdstad **Brussel**, koestert Van Belle hoge ambities voor de realisatie van het grootste chocolademuseum in ons land, mogelijks zelfs het grootste in de wereld.

Eddy Van Belle: "In Brussel werken we samen met de familie **Van Lierde-Draps** die sinds 1998 een klein chocolademuseum uitbaat in de buurt van de Grote Markt van Brussel. Samen hebben we de vennootschap **Choco-Story Brussels** nv opgericht, waarin wij meerderheidsaandeelhouder zijn. We willen in 2018 een nieuw chocolademuseum openen met 2.000 m² bezoekersparcours, gespreid over drie verdiepingen, in de Stooftstraat, op 50 meter van het beeld van Manneken Pis. We verwierven daarvoor twee historische panden uit de 18e eeuw die al 10 jaar leeg staan. We mikken met Choco-Story Brussels op 150.000 bezoekers per jaar.

Try-out in New York

Nog meer hoge ogen gooit Van Belle in maart 2017 met de opening van een filiaal in **New York** in Hudson Street in het hartje van Manhattan.

Eddy Van Belle: "Daar werken we samen met de gerenommeerde chocolatier met Franse roots **Jacques Torres**. Initieel was het de bedoeling om een pop-upmuseum en dus een tijdelijk initiatief te lanceren, naast het atelier van Torres. Maar de massale belangstelling van de pers en van het publiek maakt dat Choco-Story voor een permanente pied-à-terre gaat in New York."



Of hoe een Brugs museumconcept steeds meer uitgroeit tot een mondiaal exportproduct.

www.choco-story.be

www.belcolade.com

Het hele interview met ondernemer Eddy Van Belle leest u in de tabletversie van dit themanummer of op www.westvlaanderenwerkt.be

Onderzoek naar de financiële appetijt

Hoe lucratief zijn de (grootste) West-Vlaamse chocolatiers?

Damir Tamendarov, bachelor accountancy-fiscaliteit Howest campus Brugge

De West-Vlaamse chocolatiers blinken uit met hun artisaan en creatief talent en verleiden de consument met een brede waaier aan zoete lekkernijen. Maar hoe groot en hoe gezond is hun financiële appetijt?



Acht bedrijven uit de rangschikking van de 13 grootste West-Vlaamse chocoladeverwerkende bedrijven (zie lijst pagina 24) werden financieel doorgelicht in het kader van een bachelorproef 'bachelor accountancy' bij Howest. De acht West-Vlaamse chocolatiers die ik analyseerde, zijn minstens drie volledige boekjaren actief, hebben een commerciële vennootschapsstructuur die toelaat om hun jaarrekeningen te raadplegen en hebben hun maatschappelijke zetel in West-Vlaanderen. Dit met uitzondering van **Libeert nv**, die omwille van een grote uitbreiding verhuisde naar Komen.

Deze financiële analyse is gebaseerd op de openbare publicatie van de jaarrekeningen door de Balanscentrale van de Nationale Bank van België. Het is dus een momentopname. Deze cijfers brengen bovendien ook niet het volledige verhaal, ze belichten een deel van het totale plaatje van de chocoladebedrijven. De acht geselecteerde chocolade-producenten zijn gemeten volgens drie financiële parameters: liquiditeit, solvabiliteit en rendabiliteit. Deze parameters werden telkens afgetoetst aan de gemiddelde score van de hele West-Vlaamse sector van de vervaardiging van voedingsmiddelen en dranken (NACE-BEL-2008: + 10* + 11*).

Liquiditeit

De liquiditeit bepaalt de mate waarin de onderneming in staat is om haar kortlopende schulden terug te betalen. Liquiditeit wordt gelinkt aan het nettobedrijfskapitaal of eigen werkingskapitaal.

De **current ratio of liquiditeit in ruime zin** geeft weer of de onderneming in staat is om aan haar schulden op ten hoogste een jaar te voldoen. De ratio moet groter zijn dan 1 of 100 %, dan is er een positief nettobedrijfskapitaal.

Met een mediaan van **1,14 of 114 %** voor de current ratio (cijfer over boekjaar 2014) scoren de acht grootste West-Vlaamse chocolatiers iets minder goed dan de globale voedingssector (= 1,21 of 121 %).

Baronie Production (opvolger van Kathy nv) met fabrieken in Veurne en Brugge en **The Factory P-J** uit Gistel hadden in 2014 een matige tot eerder zwakke liquiditeit. Aan de andere kant halen ondernemingen als **Pralibel** uit Vichte en **Chocolaterie Vereecke** uit Menen een resultaat van meer dan 200 %. Maar als de liquiditeit strenger geëvalueerd wordt, dan noteren enkel **Natrajacali** en **Chocolaterie Vereecke** een quick ratio score van meer dan 100 %.

Solvabiliteit

De solvabiliteitsratio gaat na in welke mate de onderneming in staat is om haar langetermijnschulden te betalen en peilt dus naar de continuïteit. Een te grote schuldgraad betekent dat er onvoldoende buffer is ten opzichte van de schulden. Op het vlak van solvabiliteit komt de mediaanwaarde van de grootste West-Vlaamse chocolatiers in 2014 met een score van 39,34 % vrij goed overeen met de cijfers van de complete

voedingssector.

Rendabiliteit is de verhouding tussen de opbrengst en de inspanning die nodig is om die inkomsten te realiseren. De rendabiliteit van het eigen vermogen is een goede parameter voor de investeerders achter de bedrijven. De acht chocoladeverwerkende ondernemingen scoren redelijk hoog voor het boekjaar 2013/14 en genereren een mooie opbrengst op hun investeringen. De mediaanwaarde van **19,64 %** ligt behoorlijk boven het cijfer van de hele voedingssector (= 6,7 %). Enkel **Natrajacali** behaalt een minder sterke rendabiliteit.

De volledige financiële analyse van de acht betrokken West-Vlaamse ondernemingen leest u in onze tableditie en op www.westvlaanderenwerkt.be

Noble Chocolates investeerde 5 miljoen euro in Veurne

Katalysator voor internationale expansie

Bart Vancauwenberghe, freelance journalist

Noble Food Group staat aan de vooravond van een veelbelovende wereldwijde groei. Het bedrijf van gedelegeerd bestuurder Patriek Destrooper voelt zich na een resem stevige investeringen klaar om ook in België het marktaandeel op te vijzelen. De verhoogde productiecapaciteit moet de nicheproducten het hele jaar door bereikbaar maken voor een breder publiek.

Nadat **Patriek Destrooper** jarenlang zijn strepen had verdiend in de bekende gelijknamige koekjesfabriek in Lo, besloot de zakenman het in 2004 over een andere boeg te gooien. Hij stortte zich vanaf dan voluit op de chocolademarkt, door de aandelen van broer Peter Destrooper binnen **chocoladebedrijf Hanssens** over te nemen, een onderneming die beide broers in 2001 hadden overgenomen. In 2005 gaf hij het bedrijf een nieuwe naam - **Noble Chocolates nv** - en pakte uit met chocoladecups, een creatie van chocolatier **Dominiek Segaert**, die medeaandeelhouder is en verantwoordelijk is voor de productie en productontwikkeling. "Je kan de chocoladecups het best vergelijken met een open praline", legt Patriek Destrooper uit. "De kracht van het product schuilt in

de symbiose van het chocoladeomhulsel met een gevarieerde vulling."

Nieuwe productielijnen

In 2016 was het bedrijf actief in 40 landen, waarbij de exportmarkten **90 %** van het omzetcijfer vertegenwoordigden. 2016 was voor Noble het jaar van een immense investeringsgolf, ter waarde

”

We zijn uitgegroeid tot een van de meest geautomatiseerde chocoladeverwerkers in de provincie.

Patriek Destrooper

van **5 miljoen euro**. "We hebben fors geïnvesteerd in twee nieuwe productielijnen, de uitbreiding van de

gebouwen (vandaag is de site 6.000 m²) en de verhoging van onze capaciteit in Veurne. Daardoor zijn we uitgegroeid tot een van de meest geautomatiseerde chocoladeverwerkers in de provincie", vervolgt Destrooper.

Dit heeft geleid tot de creatie van diverse nieuwe producten, zoals Clusties (chocolade en cornflakes gebundeld in een zoete snack), minirepen en sticks. "We hechten daarbij veel belang aan een hygiënische verpakking en hebben ook individueel verpakte chocoladecups op de markt gebracht, waardoor onze producten ook populair zijn bij gerenommeerde hotels en vliegtuigmaatschappijen."

Reorganisatie verkoopsteam

Noble maakte dit jaar ook werk van een reorganisatie van het verkoopsteam. Die





Patriek Destrooper (links) en Jo De Schampheleire hechten veel belang aan hygiënische verpakkingen (foto Jan).

moet ertoe leiden dat het bedrijf in de komende periode sterker aanwezig is op de Belgische markt, onder meer in retail, catering en het grijze kanaal. "Daarnaast willen we nog proactiever het buitenland bewerken. Momenteel is de Aziatische markt voor ons de belangrijkste, maar ook in de Verenigde Staten en Europa willen we het aanwezige potentieel krachtiger bewerken."

Bij Noble Food Group werken 20 mensen. Drie daarvan zijn sinds dit jaar actief in Roeselare, waar het bedrijf onlangs ook de productie van kaaskoekjes lanceerde onder de noemer **Noble Savoury** (zie pagina 7). De chocoladeproducten van Noble vinden hun weg vooral in speciaalzaken, delicatessewinkels, catering, het grijze kanaal en de export.

Ambitie: omzetcijfer verdubbelen

De onderneming benadert heel wat Europese klanten vanuit de hoofdvesting in Veurne, maar werkt in andere landen nauw samen met agenten of importeurs. Het doet dit vanuit een stevige ambitie.

Patriek Destrooper: "Ons productieproces is sterk geautomatiseerd. De combinatie met de artisanale look van het aanbod én de expertise van ons personeel moeten ons toelaten om op relatief korte termijn ons huidige omzetcijfer te verdubbelen. Van uitbollen is dus nog geen sprake, ik heb hier mijn tweede adem gevonden. Maar het is wel de bedoeling het dagelijks beleid binnenkort in handen te geven van gespecialiseerde externen. Mijn kinderen **Sophie en Laurent** werken

nu ook in de zaak en kunnen in de toekomst via een familiaal charter eventueel opklimmen."

Kerncijfers Noble Chocolates nv

- Startjaar: 2000
- Aanbod: Cantabile (cups met zachte vullingen), Julietta, Crispy cups, Spirits (cups met likeursmaak), Fruits (cups met fruitsmaak), verlaagde cups, Noble Eggs (variant op paaseitjes), pralines, Clusties, sticks en bars.
- Verwachte omzet 2017: 6 miljoen euro
- Personeel: 20 medewerkers
- Totaalbedrag recente investeringen: 5 miljoen euro



Het aanspreekpunt voor de ondernemer

Met welke vragen kan je bij Westpunt terecht?

- Kan ik nog bedrijfsgrond kopen in mijn regio?
- Bestaat er een overzicht van de leegstaande bedrijfsgebouwen?
- Kan ik een zonevreemd bedrijf overnemen?
- Moet ik een milieuvergunning aanvragen?
- Kan ik een kleine windturbine plaatsen?
- Worden er nog nieuwe bedrijventerreinen aangelegd?
- ...

Contacteer ons en stel je vraag:

e-mail: info@westpunt.be

t.: 050 140 180

Productiecapaciteit Pralibel beter benut na overname door Chocolaterie Ickx

Synergie maximaal uitwerken

Bart Vancauwenberghe, freelance journalist

Een overname betekent vaak voor alle betrokken partijen een stevige commerciële boost. Dat geldt zeker voor Pralibel uit Vichte en Chocolaterie Ickx uit Essen, na de overname van Pralibel door BeNe Holding in mei 2016. Beide ondernemingen blijken heel complementair en kunnen daardoor perfect naast elkaar blijven bestaan. Daardoor is er geen sprake van een echte integratie. "Dat neemt uiteraard niet weg dat we de synergievoordelen maximaal willen benutten", zegt Henk-Jan Huurman, de nieuwe managing director van Pralibel.



In Vichte worden meer dan 200 verschillende pralines geproduceerd (foto HOL).

Pralibel evolueerde door de jaren heen van een artisanale chocolaterie tot een internationale pralinefabrikant. De onderneming is actief in circa 45 landen en export is goed voor **66 %** van de omzet. De onderneming rolde de voorbije jaren ook een franchiseconcept uit, waardoor het vandaag over 33 'boetieks' beschikt. Daarvan zijn er 17 gevestigd in Frankrijk en 11 in België. De producten van zusterbedrijf **Ickx** uit Essen bij Antwerpen, worden verdeeld in veelal dezelfde (export)markten, maar dan via andere verdelers. Bovendien bleken de klantenportfolio's van beide ondernemingen weinig overlappingen te bevatten. Het waren stuk voor stuk adellijke brieven die de Nederlandse familie Huurman sterk interesseerden. Sinds **Bas Huurman** elf jaar geleden eigenaar werd van Chocolaterie Ickx, beleefde dat bedrijf een stevige groei. "Als ambitieus familiebedrijf willen we een rol van betekenis spelen in de chocolademarkt",

zegt zoon **Henk-Jan Huurman**.

"Ook in de economisch moeilijke tijden van enkele jaren geleden bleven we een mooie groei doormaken, die er op de duur voor zorgde dat de productiecapaciteit in Essen zijn plafond had bereikt. Bovendien hadden we er geen uitbreidingsmogelijkheden. Gezien de fabriek van Pralibel wel nog marge voor extra productie bood, hebben we die kans tot overname met beide handen gegrepen. Daarnaast raakten we gecharmeerd door de professionele eigen inpakafdeling van Pralibel, met verschillende geautomatiseerde lijnen." Beide bedrijven zullen dus naast elkaar blijven bestaan. Vader Bas is sinds de overname een andere rol gaan vervullen en is nu actief als voorzitter van de Raad van Advies. Hij gaf het roer in handen van zonen Sjaak (managing director in Essen) en Henk-Jan (zelfde functie, maar dan bij Pralibel). Ook hun zus Ellen komt in het bedrijf als synergiemanager. "Het is niet de bedoeling veel te veranderen aan de goede manier waarop er bij Pralibel gewerkt werd, alleen leggen wij nog iets meer de nadruk op het geven van verantwoordelijkheid aan geëngageerde medewerkers."

Franchisewinkels tot in de Magreb

Het franchiseconcept van Pralibel blijft sowieso bestaan en zal verder worden uitgebreid, weet **Marketing Manager Gijsbrecht Ostyn**. "We hebben tot nu toe de grootste dekking in België en Frankrijk en dit zullen ook onze

thuismarkten blijven, maar er zijn ook winkels in Marokko, Tunesië en Réunion. En binnen afzienbare termijn willen we ook in andere landen winkels openen." Pralibel had drie jaar geleden de fabriek al uitgebreid, waardoor de oppervlakte van het pand uitbreidde (tot circa 10.000 m²). "Vlak voor de overname werd er nog een aanpalend stuk grond gekocht, waardoor we de productiemogelijkheden op termijn nog kunnen verruimen", besluit Henk-Jan Huurman, wiens familiebedrijf ook in Nederland sterk actief is in de zoetwarenbranche. De producten van Chocolaterie Ickx worden er gecommercialiseerd door de vennootschappen Dragee (verkoop aan de traditionele kanalen) en Rosenberg Import (verkoop aan de retail). Naast de zelf geproduceerde producten bieden beiden nog een breed assortiment van aanverwante zoetwarenproducten aan.

Steekkaart Pralibel

- Startjaar: 1965
- Hoofdvestiging: Jagershoek 21, Vichte
- Aanbod: meer dan 200 verschillende pralines met een sterke focus op verrassende productinnovaties.
- Omzet: 11,8 miljoen euro (groei met ruim 10 %). Bron: Jaarrekening 2015 Balanscentrale NBB
- Personeel: 70 medewerkers, in piekmomenten aangevuld met interimkrachten.

”

*Binnen afzienbare tijd
willen we ook in andere
landen winkels openen.*

Henk-Jan Huurman



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.



Fabienne De Staerke is de zakelijke stuurvrouw van Chocolate Line

"Het geheim van de beste chocolade is dat ze met liefde wordt gemaakt"

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

De hyperreactieve en mediagenieke chocolatier Dominique Persoone is het uithangbord van het chocoladebedrijf Chocolate Line, met winkels in Brugge en Antwerpen. Maar het zakelijke brein is echtgenote Fabienne De Staerke. "Als Dominique met tien nieuwe en spectaculaire ideeën voor de dag komt, zeg ik negen keer: neen..."

"Ik ben een vakman met een grote passie voor chocolade, maar tegelijk ben ik misschien wel de slechtste zakenman ter wereld", zo bekende

Dominique Persoone eind 2016 in een (immer) openhartig kerstinterview met Ondernemers in West-Vlaanderen van VOKA.

Gelukkig kan de 'Mozart' van de Belgische chocoladesector terugvallen op het nuchtere zakentalent van zijn 'madam' en mede-zaakvoerder **Fabienne De Staerke**. Samen zetten ze in 1992 hun schouders onder de opening van The Chocolate Line op het Simon Stevinplein, toen nog onder de hoede van wijlen Luc Rammant, de voormalige casino-manager.

Chocolate Line was in 2016 al goed voor een productievolume van circa 65 ton chocolade met een team van 36 medewerkers. De originele en verfijnde creaties van Persoone situeren het bedrijf in het hoogste segment van de chocoladesector. Naast de twee eigen winkels in Brugge en Antwerpen vinden die producten onder meer hun weg naar de Belgische toprestaurants.

Toch pakt het bedrijf vrij verrassend ook uit met een productlijn (onder het aparte merk Dominique Persoone) voor de Nederlandse supermarktgroep **Albert Heijn**.

Fabienne De Staerke: "Dat loopt nu voor het tweede jaar. Albert Heijn was vragende partij voor een samenwerking waarbij Dominique ook wordt ingezet als

gezicht voor hun televisiereclame. Dat levert ons uiteraard een welkome extra omzet op."

De zakelijke 'patron' van Chocolate Line vormt een heilzaam tegengewicht voor het flamboyante temperament van haar echtgenoot. "Ik zet hem af en toe weer met zijn voeten op de grond. En ja dat levert herhaaldelijk pittige nachtelijke discussies op. Onze zoon **Jules** is daar trouwens ook steeds meer bij betrokken. Dat belooft voor de toekomst...!"

Superteam en Feng Shui

Wat is voor u het geheim van de beste chocolade?

Fabienne De Staerke: "Dat ze met liefde wordt gemaakt."

Komt er ooit nog een derde eigen winkel bijvoorbeeld in Brussel of Gent?

"Dan gaat mijn voorkeur naar Gent, maar dat zal ten vroegste voor 2019 zijn."

Waaruit haalt u persoonlijk het meest voldoening als bedrijfsleider?

"De spontane reactie van tevreden klanten die ons aanspreken en hun waardering uiten over de producten en het kunnen werken met een superteam. De grote uitdagingen voor de periode 2017-2020 zijn, naast die eventuele derde winkel, de intrede van zoon Jules in de zaak. Verder zou ik graag uitpakken met

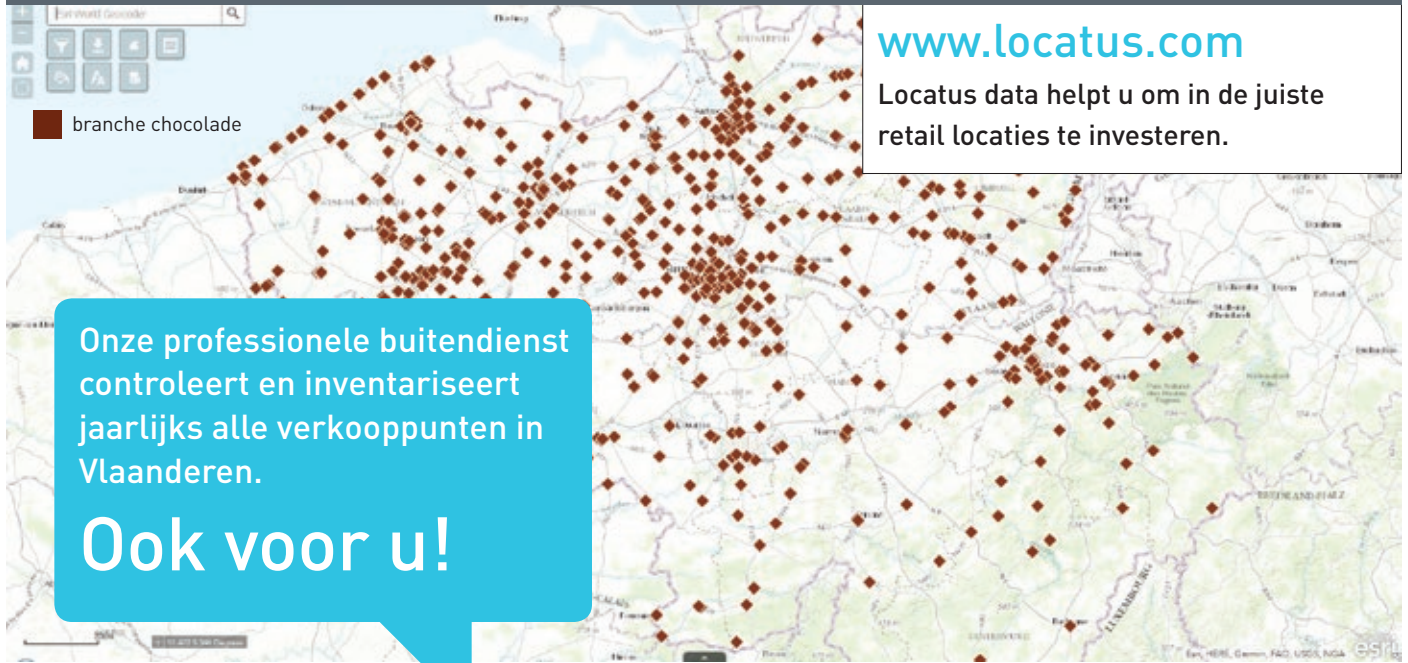


het 'gouden ei', een uniek chocolade-product dat via grote volumes en met een mooie marge zijn weg vindt op de exportmarkt.

Zelf kan ik mijn creatief ei kwijt in de vormgeving van Chocolate Line: de inrichting van de winkels, de etalages en de verpakking. Ik laat mij daarbij leiden door de principes van **Feng Shui**, een oude Chinese filosofie die leert hoe onze omgeving ons energetisch kan beïnvloeden. Ook Apple werk hiermee."

www.thechocolateline.be

Retailbeleid maakt u met **Locatus Online**

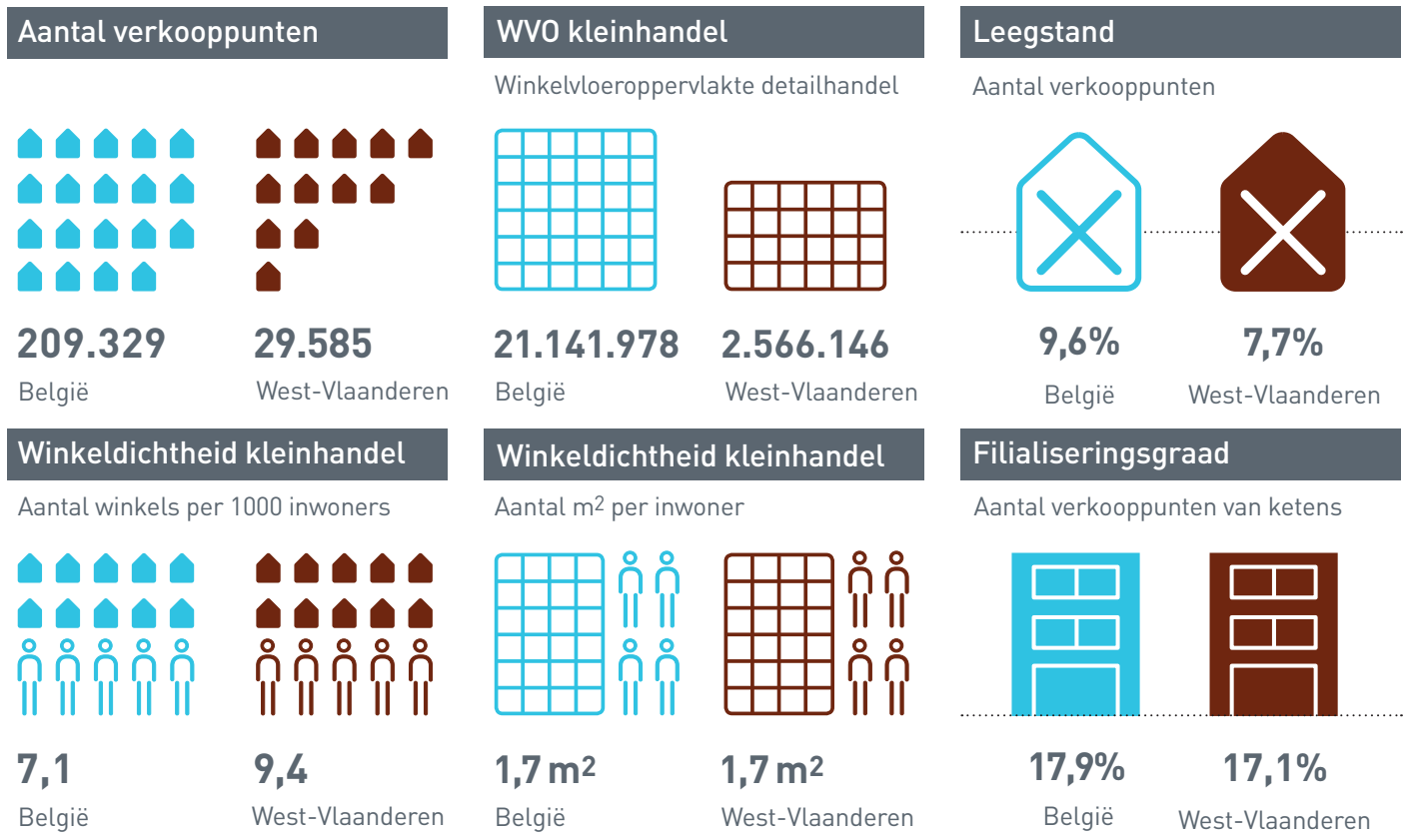


www.locatus.com

Locatus data helpt u om in de juiste retail locaties te investeren.

Locatus **verzamelt al ruim 15 jaar** zelf informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Dus van modewinkel tot kapper, van restaurant tot benzinstation of van schoenwinkel tot supermarkt. Onze professionele buitendienst bezoekt en onderzoekt jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. Daarnaast hebben wij ondertussen een 50-tal winkelgebieden in de grote Europese steden in kaart gebracht.

De **verzamelde gegevens**, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak (WVO), formule en branche worden geregistreerd in de database. Naast gegevens op pandniveau bevat de database ook informatie over winkelgebieden, verzorgingsgebieden, winkelpassanten, digitale plattegronden en analysetools. Deze database geeft u actuele informatie, nuttig voor uw beslissingen over winkellocaties en retailvastgoed.



WEST4WORK²⁰¹⁷

ARBEIDSMARKT ROADSHOW

HARELBEKE | NIEUWPOORT | ROESELARE | OOSTENDE | BRUGGE

**TALENT ONTWIKKELEN OP DE WERKVLOER?!
EEN WIN-WIN!**

8 juni 2017, Nieuwpoort

DUURZAAM & WERKBAAR LOOPBAANBELEID

26 juni 2017, Roeselare

WERKBAAR WERK IN DE HORECA

25 september 2017, Oostende

ZORG VOOR WERKBAAR WERK!

31 oktober 2017, Brugge



www.west4work.be

David Maenhout, Chocolatier M uit Knokke

De (uitgestelde?) American dream van een gepassioneerde chocolatier

Nick Vanderheyden, freelance journalist

Onderdeel van de Belgische delegatie op Wereldexpo's, wereldambassadeur voor Barry Callebaut, erkenning van Gault&Millau als Chocolatier van het Jaar in 2013, jaarlijkse gouden en zilveren medailles op de internationale Chocolate Awards... De adelbrieven die Knokkenaar David Maenhout intussen voorlegt, katapulteren hem tot een internationale trendsetter in chocolade. Maar evengoed had hij een ijverige en creatieve Belg in de VS kunnen zijn. De aanslagen van 11 september 2001 beslisten er anders over...

"België is wereldtop in chocolade. Wil het dat blijven, dan zullen de Belgische chocolatiers een tandje moeten bijsteken." Aan het woord is **David Maenhout (41)**, de intussen wereldbekende Knokkenaar van Chocolatier M. "De wereldwijde drive naar vernieuwende smaakcombinaties in chocoladeproducten boomt. Dit terwijl 95 % van de Belgische chocolatiers blijft vasthouden aan het klassieke assortiment. Ikzelf zou me snel vervelen zonder de push en drive in de ontdekking van smaakbommen en het spelen met seizoensproducten."

Chocolatier van het jaar

Maenhout heeft recht van spreken. Hij schakelde vanaf zijn start in 2002 enkele versnellingen hoger. Het levert hem jaarlijks gouden, zilveren en bronzen medailles op tijdens de internationale Chocolatier Awards. Deze organisatie van Gault&Millau kroonde de Knokkenaar in 2013 trouwens tot de eerste Chocolatier van het Jaar. "Het is een prachtige onderscheiding die me mijn hele leven lang zal bijblijven. De prijs dank ik aan mijn vernieuwende aanpak vanaf de start. Het is net daarom dat Barry Callebaut me al na enkele jaren vroeg om een van de functies van internationaal ambassadeur op te nemen. Daar zeg je natuurlijk geen nee tegen. Vandaag ben ik dit nog altijd."

Pralines voor Cavalia

Ambassadeurs komen op boeiende en op de meest gekke plaatsen, voor Maenhout is het niet anders. De chocolatier werkt bij het muziekfestival Tomorrowland al enkele edities achter de schermen en verrast 'the people of tomorrow' met een selectie opmerkelijke pralines. Ook de stad Knokke biedt prachtige mogelijkheden in de creatie van heerlijke chocoladefantasiestjes. Een event als het internationale paardenspektakel Cavalia in Knokke, daar kan toch een mooie praline bij. "Eigenlijk puur voor de fun maakten we een assortiment pralines op basis van paardenmelk en vurige bloedsinaas. Het verbaasde me enorm dat de media hier opsprongen. Dit gaf een mooie boost aan mijn zaak. De aandacht doet natuurlijk deugd, maar het is in de eerste plaats prachtig dat ons beroep naar dergelijke unieke opdrachten leidt."

Eastman Kodak en Syntra West

"Het had anders kunnen lopen. Mijn vader is op nog jonge leeftijd onverwachts ziek gevallen, waardoor ik mijn hogere studies handelsingenieur stopzette en in de familiezaak stapte, een drankengroothandel in **Sijsele**. Maar op een bepaald moment concurreerden we tegen leveranciers genre bierreus AB-Inbev, waardoor we in 2000 beslisten

te verkopen. Een heel erg moeilijke beslissing die je dan als vierde generatie brouwer moet maken.

Ik ging vervolgens aan de slag als aankoper in het Oostendse kantoor van fotoapparatuurspecialist **Eastman Kodak Company**. Maar de neergang van dit machtige bedrijf was al ingezet toen ik er aankwam. Daardoor maakte ik de zwarte bladzijden van deze onderneming vanop de eerste rij mee. Deze ongunstige ontknoping is één van de meest markante voorbeelden wereldwijd van wat er kan fout lopen als je als wereldbedrijf de trein van de evolutie mist.

In diezelfde periode combineerde ik deze job gelukkig met een **avondopleiding chocolatier** bij **Syntra West** in Brugge. Vrijwel meteen na de afronding van deze opleiding vestigde ik me samen met mijn vrouw **Isabel Hertsens** in Knokke, haar thuisstad. Mijn vrouw, nog volop aan de slag in een andere baan, offerde veel op. Vrije tijd was er bijna niet, na haar uren en in de weekends was ze altijd mee werkzaam in de zaak. Met het nodige bloed, zweet en tranen bouwden we aan iets moois en bleek Knokke gelukkig de goede keuze; maar de enige keuze was het niet."

The American dream en nine-eleven

"Ik ben een fervente fan van Amerika.



Chocolatier David Maenhout: "Met het nodige bloed, zweet en tranen bouwden we aan iets moois en bleek Knokke gelukkig de goede keuze; maar de enige keuze was het niet." (foto Nick Vanderheyden)

Aan de Amerikaanse Westkust, meer bepaald in **San Diego**, volgde ik na mijn middelbare studies via Eurocenters een jaar lang een taalopleiding. Wat een prachtige tijd. We vormden met de cursisten een hechte vriendengroep. We hebben zelfs nog samen een oldtimertje opgekocht waarmee we rondtrokken in de regio.

Bovendien kwam ik daar een eerste keer in contact met het beroep van chocolatier. In de omgeving van San Diego was nota bene een Belg actief als warme bakker met een assortiment chocolade. Op piekmomenten stonden de klanten bijna een blok ver aan te schuiven voor zijn producten. Belgische 'missionarissen' in ambachtelijke productie van chocolade in de USA. Voor hetzelfde geld waren mijn vrouw

en ik het vandaag ook. De aanslagen van 11 september beslisten daar anders over. Met die gebeurtenissen vers in het geheugen viel onze goesting in het maken van de oversteek tijdelijk weg."

Wereldmacht China

"Uiteindelijk bleek dit wel ons geluk, want we hebben het goed in België. Al zijn er zeker verbeteringen mogelijk. De loonkosten bijvoorbeeld zijn crimineel hoog. Ik vergelijk wel eens met een Nederlandse collega die een gelijkaardig bedrijf heeft: onze kosten verschillen 27%. Dat is immens en het houdt ons tegen om door te groeien. In dat opzicht raad ik trouwens elke Belgische politicus een verblijf van één of twee weken in **Shanghai** aan. Ik was daar al enkele malen voor professionele doeleinden.

Wat een mierennest, niet te geloven, en bovenal een eyeopener. De Chinezen staan voor op elk gebied: infrastructuur, technologie, organisatie, ondernemerschap, minder bureaucratie... Voorlopig nog gekend voor namaakproducten, zie ik China op termijn de rol van voortrekker innemen. Bovendien krijgt het land steeds meer voet aan de grond op andere continenten, niet in het minst in Europa als je de overnamegolf ziet. Geef het nog tien jaar en het zou me niet verbazen als China de economische wereldmacht bij uitstek wordt..."

Het volledig interview met David Maenhout leest u in onze tabletversie en in de digitale versie op onze website www.westvlaanderenwerkt.be

CGK bvba: van tankenbouwer tot sleutel-op-de-deurinstallaties

Innovatie is ook: verschillende profielen samenbrengen

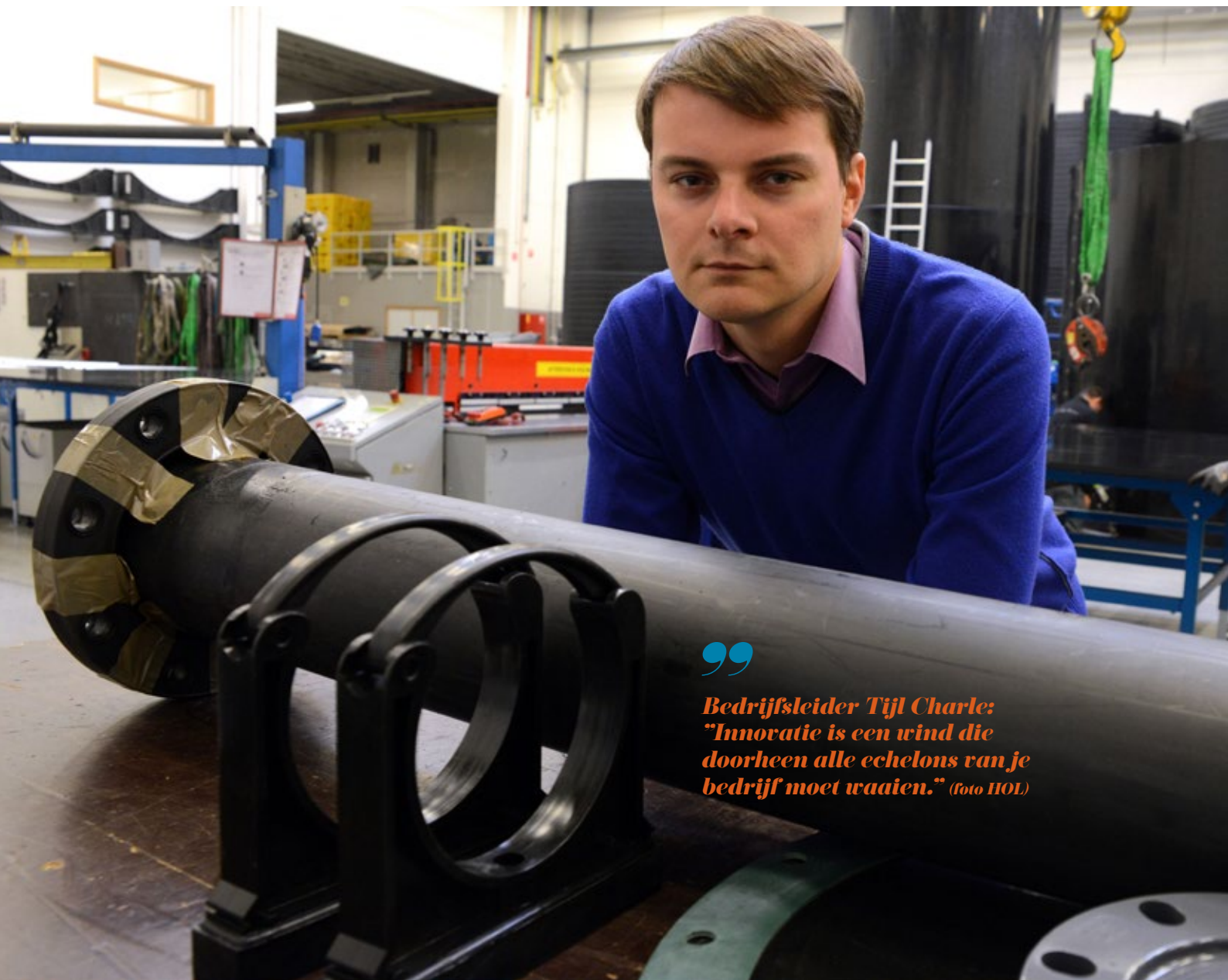
Bart Van Cauwenberge, freelance journalist

Innovatie staat bij CGK zowel synoniem voor het uitdokteren van vernuftige oplossingen rond industriële opslaginstallaties op maat van de klant, als voor een pionierse uitbreiding van het dienstenpakket. Het fusiebedrijf verruimde de jongste twaalf jaar zijn expertise gevoelig, maar deed dat heel geleidelijk en beheerst. "Dit gaf onze mensen de mogelijkheid om mee te groeien", zegt CEO Tijl Charle.

CGK Group bvba uit Gullegem ontstond in 2004 uit de fusie van **Charle Industries** (handelsfirma voor producten die

cruciaal zijn voor de omgang met gevaarlijke stoffen), **Gedeco** (toelevering van technische kunststoffen en rubbers)

en **K-Construct** (kunststof constructies). **Bedrijfsleider Tijl Charle:** "De expertise die we op die manier samenbrachten,



Bedrijfsleider Tijl Charle:
"Innovatie is een wind die doorheen alle echelons van je bedrijf moet waaien." (foto HOL)

gaf ons de mogelijkheid om een bredere activiteitenrange te ontwikkelen. Zo is het logisch dat, als je tanken bouwt, je vroeg of laat de vraag krijgt om ook het leidingwerk en de pompen te verzorgen."

Geen 'Big Bang'

Hoe die evolutie moet gebeuren, is elk jaar de centrale vraag tijdens het managementweekend. Op dat moment trekt de top van het bedrijf zich terug om te brainstormen, een visie te ontwikkelen, die bij te sturen en ook stelselmatig naar de praktijk te vertalen. **Tijl Charle:** "We spreken daarbij altijd over evolutie, niet over revolutie. Als je te snel wilt gaan, is dat een te grote stap

voor je medewerkers en moet je ook hogere profielen aantrekken om die 'Big Bang' waar te kunnen maken. Dan kun je maar beter stap voor stap gaan en de mensen de kans geven mee te groeien. De extra aanwervingen die we in de loop van de jaren hebben gedaan, gebeurden altijd vanuit de optiek om de groei te ondersteunen. Wel vinden we het essentieel om bij nieuwe profielen te kijken naar complementaire competenties, die een goede aanvulling zijn voor de knowhow die al in ons team aanwezig is. Misschien is dat voor ons wel de juiste definitie van innovatie: verschillende profielen samenbrengen en zo streven naar groei."

Lef ondersteunen

Eén van de kernwaarden bij CGK is creativiteit. "We moedigen onze mensen aan om mee te denken met de klant en op die manier verder te gaan dan bepaalde concullega's doen. Automatisch begeef je je dan vroeg of laat op nieuwe wegen, die extra opportuniteiten met zich meebrengen. Op die manier ga je vooruit, al weet je vooraf dat je sowieso fouten zult maken. Als je die fouten ziet, is het belangrijk de medewerkers daar niet voor af te straffen, maar hen te motiveren eruit te leren. Innoveren gaat hand in hand met het ondersteunen van durf en lef."

Sowieso is vernieuwing een uitdaging voor de hele organisatie, vinden ze bij het bedrijf in Gullegem. "Je kunt innovatie niet in een aparte afdeling van je structuur steken, het is een wind die doorheen alle echelons van je bedrijf moet waaien."

Innovatie in de praktijk

Onlangs stond CGK in Gullegem in voor een complexe realisatie bij een voedingsbedrijf.

Sales Engineer Stijn Dely: "Wij verzorgen voor hen de dosering van chemicaliën. Vullen en doseren is sowieso een proces waarbij het aspect engineering op de voorgrond treedt.

Het project bij dit voedingsbedrijf is een typisch voorbeeld van een sleutel-op-de-deurrealisatie."

CGK is ook al vijftien jaar kind aan huis bij Cappelle Pigments. Deze onderneming uit Menen produceert pigmenten voor de verfindustrie, inkten en plastic. CGK was er in het verleden onder meer verantwoordelijk voor de installatie van de piping voor verschillende chemicaliën en ijswater, opslagtanks, isolatie enz.

"Twee jaar geleden hebben we er een volledige installatie voor vullen en doseren geplaatst", vervolgt Stijn Dely. "Het bedrijf werkte hiervoor vroeger met IBC's (of drums), maar die aanpak vergde veel manuele handling en bovendien is de opslag in IBC's duurder dan stockage in bulk. Daarom werd nu gekozen voor een volledig geautomatiseerde aanpak."

www.cgk-online.be

Steekkaart CGK

- Oorspronkelijke activiteit: bouw van kunststof tanks
- Huidige activiteiten: van standaardproducten tot maatwerkoplossingen, zoals cilindrische kunststoftanks, leidingwerk, vul- en doseerinstallaties, afzuig- en ventilatiesystemen, gaswassers, inkuipingen en lekbakken, telemetrie, isolatie van tanks en leidingen, andere kunststofconstructies.
- Aantal medewerkers: een 70-tal
- Geconsolideerde omzet: 11 miljoen euro in 2016
- Jaarlijkse groei: 10 à 15 %.



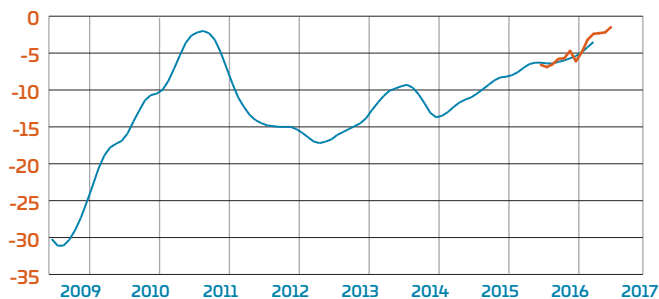
Conjunctuuranalyse POM West-Vlaanderen

West-Vlaamse economie straalt in de lentezon

Nele Depestel en Sabine Traen, POM West-Vlaanderen, afdeling Data, Studies en Advies

Alle arbeidsmarktindicatoren toonden de voorbije maanden duidelijk een gunstige evolutie in West-Vlaanderen. Bij de indicatoren die het producenten- en consumentenvertrouwen weerspiegelen, waren er overwegend positieve signalen.

Figuur 1: Synthetische conjunctuurcurve voor West-Vlaanderen



Bron: NBB, verwerking: POM West-Vlaanderen.

De afgevlakte synthetische conjunctuurcurve (zie figuur 1) is sinds april 2016 duidelijk opwaarts gericht. De positieve evolutie van de brutowaarden laat vermoeden dat de afgevlakte synthetische conjunctuurcurve deze trend voorlopig zal aanhouden.

Hieronder vatten we samen welke indicatoren gunstig (+) of ongunstig (-) evolueerden. Onvolledige kwartalen werden gemarkeerd.

Arbeidsmarktindicatoren

indicator	West-Vlaanderen				Vlaams Gewest			
	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017
Niet-werkende werkzoekenden totaal	+	+	+	+	+	+	+	+
Niet-werkende werkzoekenden mannen	+	+	+	+	+	+	+	+
Niet-werkende werkzoekenden vrouwen	+	+	+	+	+	+	+	+
Niet-werkende werkzoekenden <25 jaar	-	+	+	+	-	+	+	+
Niet-werkende werkzoekenden >50 jaar	+	+	+	+	+	+	+	+
Niet-werkende niet-werkzoekenden	+	+	+		+	+	+	
Ontvangen vacatures	+	+	+	+	+	+	+	+
Openstaande vacatures	+	+	+	+	+	+	+	+
Tijdelijke werkloosheid	+	+	+		-	+	+	

Het aantal **niet-werkende werkzoekenden** in West-Vlaanderen blijft verder dalen, en dit zowel bij mannen als bij vrouwen en zowel bij -25-jarigen als bij 50-plussers. In elke maand van 2016 (behalve in september en december) daalde het aantal jeugdwerklozen sterker dan het totale aantal werklozen, waardoor het aandeel **jeugdwerklozen** afnam. In januari en februari 2017 daalde het aantal jonge werklozen op jaarbasis nagenoeg even sterk als het totale

aantal werklozen, waardoor hun aandeel status quo bleef. Het aantal oudere uitgeschreven werklozen van 50 jaar en ouder nam in de loop van 2016 steeds verder af.

De VDAB ontving in 2016 gemiddeld een derde meer **vacatures** dan in 2015 en ook in de eerste twee maanden van 2017 zette deze trend zich voort. Een dalend aantal niet-werkende werkzoekenden in combinatie met een stijgend aantal openstaande vacatures zorgt voor een toenemende krapte op de arbeidsmarkt, wat typerend is voor een verbeterende conjunctuur. In het laatste kwartaal van 2016 daalde de tijdelijke werkloosheid op jaarbasis nog sterker dan in de eerste drie kwartalen van 2016.

Producentenvertrouwen

De **omzet** en de **investeringen** van de grote ondernemingen met zetel in West-Vlaanderen stegen in elk kwartaal van 2016 in vergelijking met 2015. In 2016 lag het aantal **starters** in West-Vlaanderen elke maand hoger dan in de overeenkomstige maanden van 2015. Ondanks een toename in het laatste halfjaar van 2016, telde West-Vlaanderen in 2016 iets minder stopzettingen en schrappingen van ondernemingen dan in 2015. In combinatie met een toename van het aantal starters leidt dit tot een grotere nettogroei van het aantal ondernemingen in 2016 in vergelijking met 2015. Het aantal faillissementen viel in het laatste kwartaal van 2016 en in januari 2017 terug, maar het aantal jobs dat daarbij verloren ging is toegenomen.

Consumentenvertrouwen

Als gevolg van de nieuwe verstrenging van het toegelaten maximale E-peil op 1 januari 2016 en het ermee gepaard gaande anticipatie-effect, steeg het aantal vergunde **nieuwbouwwoningen** in de eerste vijf maanden van 2016 aanzienlijk. Dat viel in de daaropvolgende maanden terug. Het aantal vergunde renovatiewoningen veerde in de periode januari-november 2016 verder op. De omzet bij West-Vlaamse bedrijven in de **kleinhandel** verminderde in de eerste drie kwartalen, maar herstelde zich in het laatste kwartaal van 2016. Nog in 2016 werden iets meer nieuwe personenwagens ingeschreven en iets minder tweedehandspersonenwagens in vergelijking met 2015.

De **diamant van West-Vlaanderen** (zie figuur 2) tot slot, toont de evolutie van de verschillende indicatoren in 2016 ten opzichte van 2015¹. Van de 13 sociaaleconomische indicatoren in de diamant evolueerden er negen in positieve richting. Bij drie van de vier indicatoren die ongunstig evolueerden - omzet kleinhandel, vergunde renovatiewoningen en inschrijvingen van tweedehandspersonenwagens - bleef de negatieve evolutie vrij beperkt; bij de verloren arbeidsplaatsen door faillissementen was de negatieve evolutie groter.

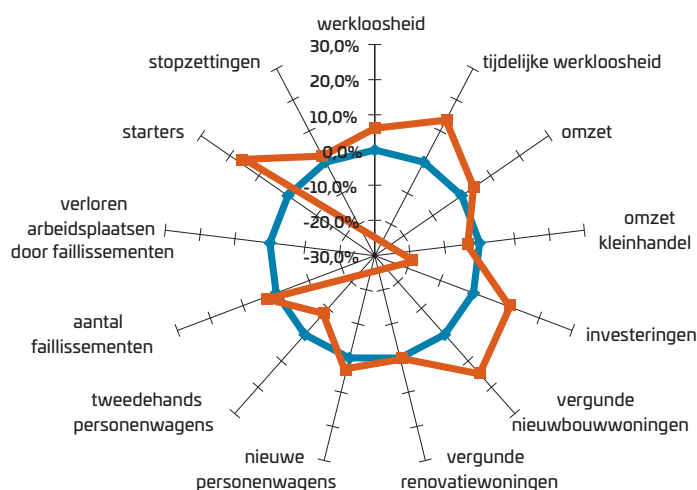
Producentenvertrouwen

indicator	West-Vlaanderen				Vlaams Gewest			
	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017
Omzet	+	+	+		+	+	+	
Investerings	+	+	+		+	+	+	
Starters	+	+	+		+	+	+	
Stopzettingen en schrappingen	+	-	-		+	+	-	
Faillissementen	-	+	+	-	-	-	+	-
Verloren jobs	-	+	-	-	-	+	-	-

Consumentenvertrouwen

indicator	West-Vlaanderen				Vlaams Gewest			
	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017	Kw 2 - 2016	Kw 3 - 2016	Kw 4 - 2016	Kw 1 - 2017
Vergunde woningen (nieuwbouw)	+	-	-		+	-	-	
Vergunde woningen (renovatie)	+	+	-		+	+	-	
Omzet kleinhandel	-	-	+		+	+	+	
Inschrijvingen nieuwe personenwagens	+	+	-	+	+	+	+	+
Inschrijvingen tweedehandspersonenwagens	-	-	-	+	-	-	-	+

Figuur 2: Evolutie van de sociaaleconomische indicatoren in West-Vlaanderen in 2016 ten opzichte van 2015



Bron: VDAB, RVA, FOD Economie (Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie), FEBIAC, Graydon, verwerking: POM West-Vlaanderen.

¹ De cijfers van vergunde nieuwbouw- en renovatiewoningen hebben betrekking op de periode januari-november.

Rondjes draaien in de haven

Toon Colpaert - gewezen Vlaamse havencommissaris

De Brugse chocolatier Dominique Persoone wordt door velen de hemel in geprezen. Niet alleen vanwege zijn (h)eerlijke hennep- of bollywoodpralines. Ook omdat hij duurzaamheid hoog in het vaandel draagt. Als topchocolatier is hij nu ook cacaoboer geworden zodat hij het hele productieproces – from tree to bar – in eigen handen houdt. Dat zorgt niet alleen voor een symfonie van subtiele smaken, maar zo weet hij zich ook te wapenen tegen de dreigende schaarste op de cacaomarkt. Dat is niet zo gek bekeken.

Met de Nieuwe Beurze, de Brugse denktank voor duurzaam ondernemen, willen enkele creatievelingen daar graag op inspelen. Cradle to cradle en circulaire economie staan bij hen hoog genoteerd. Naast de korte keten voor de productie en handel van lokale producten wordt ook de haven van Brugge naar voor geschoven als de uitgelezen plaats om "uw bedrijf klaar te maken voor een duurzame toekomst. "Circulaire economie is volgens de Nieuwe Beurze "een economisch systeem dat bedoeld is om de herbruikbaarheid van producten en grondstoffen te maximaliseren en waardevernietiging te minimaliseren. Anders dan in het huidige lineaire systeem, waarin grondstoffen worden omgezet in producten die aan het einde van hun levensduur worden vernietigd."

Het moet allemaal nog wat van de grond komen, maar ondertussen kunnen binnen- en buitenlandse voorbeelden al voor enige inspiratie zorgen. Rotterdam heeft een heel Circularity Center uit de grond gestampt. Amsterdam ziet de circulaire economie als een concurrentievoordeel voor de haven. En met REPAIR maken zes havenregio's – van Napels tot Hamburg – werk van een circulaire economie in combinatie met ruimtelijke ordening.

In eigen land wordt met Blue Gate Antwerp een volledig bedrijventerrein klaargestoomd waar cradle to cradle en het sluiten van kringlopen geen ijdele woorden zijn. Gent heeft al een langere traditie als het om de recyclage van rest- en nevenstromen gaat. Als aanvulling op

de bestaande activiteiten werden recent ook nog eens drie concrete business cases uitgewerkt rond biodegradeerbaar afval, afvalwater en stoom.

En waar staan onze West-Vlaamse havens?

In Oostende zijn verschillende bedrijven de eerste stappen aan het zetten op weg naar een circulaire economie: **Proviron** (dat algen gaat produceren op basis van afvalwater en rookgassen), **AIM Recycling Europe** (voor de recyclage van non-ferro producten), de **Groep Verhelst** (met Top Mix en Top Asphalt voor het verwerken van afval uit de bouwsector en de wegenbouw) en vooral **Aerocircular** dat niet alleen vliegtuigonderdelen wil recyclen. Aerocircular droomt ervan de cirkel volledig te sluiten: van intact vliegtuig over de recuperatie van herbruikbare onderdelen tot de waardevolle herbestemming van resterende materialen en grondstoffen.

In Zeebrugge gaat het er meer lineair aan toe. Rechttoe, rechtaan. In-, uit- en doorvoeren. Snel en efficiënt. Er blijft dan wel minder toegevoegde waarde in de haven plakken dan elders. En toegevoegde waarde betekent vooral jobs. 936 miljoen euro directe toegevoegde waarde is nu goed voor 9.365 jobs. Vijf jaar geleden waren dat er nog 10.752. Vooral in de industrie en het wegtransport zijn er klappen gevallen. Het zou dan ook niet gek zijn om op zoek te gaan naar nieuwe industriële activiteiten. Volgens het Steunpunt Duurzaam Materialenbeheer zou de circulaire economie in Vlaanderen 27.000 jobs kunnen opleveren. Ook

Zeebrugge moet daar enkele grantjes kunnen van meepikken.

De eerste bescheiden stappen zijn al gezet. Havenbestuur **MBZ** is projectpartner van de **Flanders Recycling Hub** die de Vlaamse havens op de wereldkaart wil zetten als aantrekkingspool voor materialenstromen en recyclage-activiteiten. Ook van de resultaten van het Europees Interreg-project "Duurzame zeehavens" valt één en ander te leren over de uitwisseling van rest- en nevenstromen en de ontwikkeling van ecovriendelijke gebouwenclusters. De uitbouw van de cruiseterminal en het hele komen en gaan van de cruiseschepen zou daar mooi in passen.

Maar waarom zou Zeebrugge het daarbij laten? Heel wat autoconstructeurs en ook de European Automobile Manufacturers Association tonen steeds meer uitgesproken interesse voor het circulaire model. **Fevia**, de Federatie voor de Voedingsindustrie, is er evenzeer van overtuigd dat dit de aangewezen weg is. En ook **Go4Circle**, de Bedrijfsfederatie van de Circulaire Economie, wil de circulaire economie in samenwerking met onze havens op de kaart zetten.

De volledig tekst van deze column leest u in onze tabletversie

Lees meer

In deze rubriek krijg je een selectie interessante lectuur uit de bib van Kenniscentrum Economie West. Naast publicaties die aansluiten bij het dossier, tippen we je ook regelmatig over andere niet te missen uitgaves.

De volledige catalogus vind je op www.kennisplatformeconomie.be.

Voor meer boeken of artikels rond het thema, gebruik je dit keer het trefwoord: **Chocolade**

Over het thema Chocolade



Chocolatiers en chocoladebeleving in Vlaanderen en Brussel: inspiratiegids voor de trade

Belgische chocolatiers worden wereldwijd gewaardeerd om hun baanbrekend vakmanschap en om hun zin voor innovatie. Wat maakt hen zo uniek? Waar kunnen toeristen terecht voor een doosje echte Belgische pralines? Waar kunnen chocoladeliefhebbers terecht voor een demo, workshop, tasting of pairing? De belangrijkste facetten van chocolade en de chocoladebeleving in Vlaanderen en Brussel vind je in deze brochure van Toerisme Vlaanderen.

Uitgave: Toerisme Vlaanderen, 2016
Digitaal beschikbaar



From pralines to multinationals: the economic history of Belgian chocolate

België wordt geassocieerd met hoogwaardige chocoladeproducten. Belgische bedrijven spelen een belangrijke rol in de verwerking van cacao. Maar in historisch perspectief zijn het wereldwijde succes en de goede reputatie van de Belgische chocolade een relatief recent fenomeen. Vooral sinds de jaren 80 kende de export van de "Belgische chocolade" een exponentiële groei. De auteurs gaan in op de groei van de sector en bespreken de determinerende factoren van deze ontwikkeling.

Auteurs: Maria Garrone, Hannah Pieters and Johan Swinnen
Uitgave: LICOS Centre for Institutions and Economic Performance (KU Leuven), 2016
Reeks: LICOS Discussion paper series, 378/2016
Digitaal beschikbaar

Ook het lezen waard



Groeï of schaarste: de cruciale vraag in tijden van overvloed

Wie bepaalt de welvaart van morgen? Verarmen we echt als de traditionele economische parameters stagneren? En hoe zorgen we ervoor dat de overvloed aan technologische kennis daadwerkelijk naar de bevolking vloeit? Om onze welvaart ook in de toekomst te garanderen, geeft "Groeï of schaarste" de beste 'out of the box'-oplossingen prijs die voor toegevoegde waarde zorgen. De oplossingen vertaalt het boek in tien concrete aanbevelingen voor bedrijven. Zo biedt het een unieke blik op de maatschappij van morgen.

Auteur: Stijn Decock
Uitgave: LannooCampus, 2017
ISBN 9789401440929



A good disruption: redefining growth in the twenty-first century

Disruptie is een van de bepalende economische trends van onze tijd, de transitie van de ene belangrijke industrie na de andere. Maar wat is de werkelijke impact van dergelijke verstoringen op de wereldeconomie? Bieden ze een oplossing voor mondiale problemen, zoals lage groei, ongelijkheid en milieuproblemen? Zeker is dat disruptie de uitdaging wordt voor de volgende decennia. Het boek brengt een gedurfde en inspirerende visie voor een meer robuust en duurzaam economisch model.

Auteurs: Martin R. Stuchtey, Per-Anders Enkvist en Klaus Zumwinkel
Uitgave: Bloomsbury Business, 2017
ISBN 9781472939784

Boeken of artikels raadplegen in het documentatiecentrum? Maak een afspraak, we helpen je graag verder.

Kenniscentrum Economie West, Baron Ruzettelaan 33, 8310 Brugge-Assebroek, kceconwest@west-vlaanderen.be, T. 050 40 71 24.

COLOFON

De artikelen in West-Vlaanderen Werkt zijn niet noodzakelijk de weergave van standpunten van de redactie of van het Provinciebestuur. Bij naamvermelding verschijnt de bijdrage onder de verantwoordelijkheid van de auteur.

Reproductie van of verwijzing naar één van deze artikelen mag uitsluitend met correcte vermelding van de auteur en bron en mits het bezorgen van een kopie aan de redactie.

Redactieraad: Lode Vanden Bussche (dienst economie, voorzitter), Larissa Deblauwe (VIVES), Brigitte Declerck (Kenniscentrum Economie West, Tom Delmotte (HOWEST), Brigitte De Proost (POM West-Vlaanderen), Filip Santy (TUA West), Jan Van Hecke (Boone nv & PROF), Jan Bart Van In (hoofdredacteur), Katleen Gyselincx (dienst economie)

Coördinatie, hoofdredactie en advertentiewerving

Jan Bart Van In,
Kenniscentrum Economie West
Baron Ruzettelaan 33
8310 Brugge-Assebroek
T. 050 40 71 29
Email: janbart.vanin@west-vlaanderen.be
www.westvlaanderenwerkt.be

Medewerkers

Journalisten: Nick Vanderheyden, Bart Vancauwenberghe, Eric Van Hove
Fotografen: Jan Ballieu, Patrick Holderbeke, Nick Vanderheyden
Lectoren: Katleen Gyselincx, Jan Leplae

Verantwoordelijke uitgever

Geert Anthierens, Provinciegriffier
Provinciehuis Boeverbos
Koning Leopold III-laan 41
8200 Sint-Andries (Brugge)

Oplage: 4.800 exemplaren

Vormgeving: Aynsley Bral

Druk: dienst communicatie
Provincie West-Vlaanderen

Andere fotobronnen van deze editie

Syntra West, Chocolate line, IBC Belgium,
Petit Mouton

Coverfoto: foto HOL

Abonnement

Een jaarabonnement 2017 is gratis.
Het tijdschrift 'West-Vlaanderen Werkt'
verschijnt viermaal per jaar.
Registreren kan via:
www.westvlaanderenwerkt.be

Overzicht

Een overzicht van de eerder verschenen
edities van West-Vlaanderen Werkt vind
je op:
www.westvlaanderenwerkt.be
www.kennisplatformeconomie.be



Partners West-Vlaanderen Werkt 2017



ISSN 1374-6235

Wet op de privacy van 8/12/1992

'West-Vlaanderen Werkt' wordt u gratis toegestuurd. Indien uw gegevens onjuist zijn of indien u het tijdschrift niet meer wenst te ontvangen, neem dan contact met de redactie. Uw persoonlijke gegevens worden niet aan derden overgemaakt.





WVI

PUBLIEKE ONTWIKKELAAR EN BEHEERDER VAN BEDRIJVENTERREINEN



- ambachtelijke zones en lokale bedrijventerreinen
- regionale bedrijventerreinen
- bedrijfsverzamelgebouwen
- reconversie industriële panden
- gemengde stadsontwikkelingsprojecten
- specifieke zones zoals:
 - luchthavengebonden bedrijventone
 - watergebonden bedrijventone
 - transport en distributie
 - detailhandelzone
 - kantorenzone
 - dienstenzone

Meer info | 050 36 71 71 | infoloket@wvi.be

SBM doet wat met uw professionele baggage...



TRAINING

COACHING

ADVIES

Ssbm
SKILLS VOOR BEDRIJF EN MEDEWERKERS

SBM traint, coacht en adviseert. In zijn campussen biedt SBM een ruim gamma bedrijfsgerichte, actuele opleidingen aan. Daarnaast - en niet in het minst - is SBM gekend als ervaren specialist in maatoplossingen en in-house trainingen. Met, voor en in bedrijven dus. In nauw overleg met onze klanten, flexibel en zeer resultaatgericht.

www.sbmopleidingen.be

Spoorwegstraat14, 8200 Brugge - Tel. 050 40 30 90 - Fax 050 39 06 65 - info@sbmopleidingen.be