

Marc Quirijnen van Kim's Chocolates:

**“We moeten  
nog beter aan  
consumenten  
uitleggen  
waarom onze  
chocolade  
een hoger  
prijskaartje  
heeft”**



De laatste jaren boekte Kim's Chocolates een constante groei. Vandaar dat de onderneming inmiddels tot de grootste Belgische chocoladeproducenten behoort. De zes jaar geleden aangetreden ceo Marc Quirijnen ziet nog meer mogelijkheden, hoewel hij de explosief gestegen cacaoprijzen als een "van de grootste uitdagingen ooit" omschrijft. Hij vertelt verder.

"Ik loop al sinds 2003 bij Kim's Chocolates rond en in verschillende rollen. Uiteindelijk volgde ik in november 2017 toenmalig ceo Fons Maex op en werd ik tot slot ook verantwoordelijk voor de verkoop."

"Een van de redenen voor onze groei is de samenwerking met Tony's Chocolonely waarvoor wij de repen maken, net als enkele seizoensartikelen. We zijn goede partners en open naar elkaar. De samenwerking verloopt zeer positief. De succesvolle koers van Tony's is goed voor Kim's Chocolates. Aan Tony's Open Chain doen we weliswaar (nog) niet mee, omdat we zelf eveneens een duurzaamheidsprogramma hebben. Dat vindt Tony's prima, er is geen druk om ons aan te sluiten."

### Volle bak

"Dé uitdaging voor ons als chocoladesector zijn natuurlijk de gestegen cacaoprijzen. We zijn er volle bak mee bezig om dit te ondervangen. Ik werk nu twintig jaar bij Kim's Chocolates, maar een prijsstijging zoals we die nu zien, maakte ik nog nooit mee. Zo snel en zo dramatisch! Er vindt binnen cacao meer speculatie plaats dan in het verleden. Dat is echter niet de enige verklaring. De cruciale vraag is vooral: wanneer komt er weer rust in de cacaomarkt, hoewel ik ervan overtuigd ben dat we niet meer teruggaan naar de prijzen



van enige jaren terug. Er bestaat een nieuwe realiteit van voortdurend stevige cacaoprijzen waar we rekening mee dienen te houden. Of dat de prijzen van vandaag de dag zijn? Dat geloof ik niet, ik verwacht een terugval. Er moet eerst wat lucht uit de markt voordat we meer stabiliteit bereiken."

### Hoger prijskaartje

"Overigens, vorig jaar waren de cacaoprijzen al historisch hoog. Je moet denken aan een gemiddelde stijging van vijftien procent. 'Gelukkig' ging iedereen met die stijging mee: vrijwel alle chocoladeproducten



### Kim's Chocolates

Sinds 2003 is Windel GmbH & Co. KG de hoofdaandeelhouder van Kim's Chocolates, een familiebedrijf dat ook eigenaar is van Confiserie Heidel en Farüchoc. De in Osnabrück gevestigde moederonderneming begon in 1900 als zoetwarengroothandel, startte in 1968 met een eigen zoetwarenproductie en combineerde dit assortiment met geschenkverpakkingen. Het familiebedrijf Windel (vierde generatie) is een vrij grote aanbieder van met chocolade gevulde adventskalenders. In 1993 verrees daartoe een tweede gespecialiseerde fabriek.

## Geen groei om de groei, geen winst om de winst

Het in 1987 officieel opgerichte Kim's Chocolates start in de Belgische plaats Aarschot met een bedrijfsomvang van 1500 vierkante meter wat niet lang daarna is uitgebreid naar 2500 vierkante meter en weer later naar 6500 vierkante meter. Vervolgens wordt de fabriek nog groter, totdat in 2008 de opening van de nieuwe fabriek van 15.000 vierkante meter plaatsvindt in Tienen, vlakbij Brussel. Het betreft een investering van maar liefst 23 miljoen euro. Daar staan momenteel vijf flinke productielijnen en één kleinere waar in 2016 een gerobotiseerd volautomatisch warehouse-managementsysteem aan is toegevoegd.

Opvallend aan de hele fabriek is het ecologische karakter. Er liggen vierduizend zonnepanelen op het dak. Het vervuilde industriële water wordt behandeld door biofermentatie op basis van kokosvezel dat het afwaswater reinigt voor de lozing. Het dak van het gebouw is bovendien wit om het licht te reflecteren en opwarming van het pand tegen te gaan.

### Investeren in onze toekomst

Maar de duurzaamheid zit niet alleen in het gebouw, het zit ook in het DNA van het bedrijf, zegt ceo Marc Quirijnen. Kim's heeft bijvoorbeeld een eigen duurzaamheidsproject genaamd Cocoa For Schools. Quirijnen: "Eigenlijk zijn we geëvolueerd van een bedrijf dat wel met duurzaamheid en

sociaal ondernemen bezig was, maar zonder het eigenlijk te beseffen en zonder er over te vertellen; niet intern en al zeker niet naar de buitenwereld. We zijn natuurlijk geen sociale instelling. We zijn een commercieel bedrijf en moeten bijgevolg winst maken om verder te kunnen investeren in onze toekomst. De essentie is echter dat we willen groeien op een verantwoorde manier: geen groei om de groei, geen winst om de winst. Maar wel een duurzame, zorgzame groei door de juiste stappen te zetten in dat groeiproces. Tegelijkertijd beseffen we dat er nog veel beter kan én moet. Wij gaan de klimaatopwarming hierdoor niet afremmen, helaas! Maar we proberen op onze bescheiden manier iets te doen in plaats van gewoon af te wachten. We zijn ervan overtuigd dat wetgeving uiteindelijk iedereen in het 'duurzaamheidsbad' gaat trekken. Wij willen daar echter niet op wachten."

"Uiteindelijk zal het ook niet uitmaken of er al dan niet wetgeving is. Het zal de eindconsument zijn - en onze kinderen - die beslissen of ze nog wel een stuk chocolade willen kopen van Kim's Chocolates of van wie dan ook, en of wij nog relevant zullen zijn in de komende tientallen jaren Want er is een eerste generatie die écht wel wil dat er iets gaat veranderen."

worden in die orde van grootte duurder. Maar ondertussen, als we kijken naar de cacao-prijzen van vandaag die zich vertalen naar de consumentenprijzen van morgen, dan zien we dat dit effect verder wordt versterkt." Tegelijkertijd vindt er bij vele andere voedingsproducten een prijsdaling plaats: een omgekeerde ontwikkeling. Hoe pikt de consument dit op? Dat maakt de uitdaging voor onze sector groter." "We moeten nog meer aan consumenten uitleggen waarom onze chocoladeproducten een hoger prijskaartje hebben. Ik denk dat die ontwikkeling voor A-merken lastiger is op te vangen: consumenten kijken nog vaker uit naar private labels, is een verwachting die ik wel kan onderschrijven. En ja, dat kán voor ons als private labelspecialist dan weer een voordeel zijn

### Cachet

"Met Cachet bieden wij weliswaar een merk aan, maar Kim's Chocolates is bij uitstek een private labelspecialist. We kunnen ondertussen onze klanten een one-stop-shop service aanbieden. "Uiteraard in de eerste plaats door het creëren van

heerlijke en mooie chocoladeproducten, maar ook door het ontwerpen van verpakkingen door onze eigen inhouse-designafdeling, onze technical en regulatory affairs expertise en ons machinepark."

### Proces

"Hierdoor kunnen we ook beter het proces van productcreatie tot en met de lancering in de markt onder controle houden. Cachet is daarbij vooral bedoeld om retailers wereldwijd te tonen welke vernieuwingen wij op de markt brengen. Het merk is een soort uithangbord voor onze innovaties. Eén van die vernieuwingen is een plantaardige vegan-reep als alternatief voor melkchocolade. Hoewel groeiend, is vegan echter nog wel een relatief bescheiden markt. Wij zijn in ieder geval klaar om onze klanten een vegan-alternatief aan te bieden."