



“Duurzaam denken helpt ons om juist te ondernemen”

KIM'S CHOCOLATES' CEO MARC QUIRIJNEN WIJST DE WEG

Het duurzaamheidsverhaal speelt al jaren binnen Kim's Chocolates, maar pas in 2015 vielen de puzzelstukjes perfect in elkaar toen CEO Marc Quirijnen beseftte dat het ook belangrijk was om dat verhaal te vertellen.

“Je kan wel initiatieven nemen, maar als niemand ervan afweet, bestaat jouw duurzaamheidsaanpak simpelweg niet.”

DOOR KRISTOF VANDERHOEVEN | FOTOGRAFIE FREDERIK BEYENS

Kim's Chocolates startte in 1987 met Fons Maex als drijvende kracht. Hun voornaamste doel was om de leemte tussen dure kwaliteitschocolade en goedkope chocolade van dubieuze kwaliteit in te vullen.

“En dat is uiteraard gelukt, anders zouden we 35 jaar later niet meer bestaan”, geeft CEO Marc Quirijnen graag mee. “We maken nog steeds heerlijke chocolade voor een zo breed mogelijk publiek aan betaalbare prijzen. Ondanks de toegenomen concurrentie is die missie dus niet veranderd. Meer nog, we zouden graag de voorkeurspartner van de wereldwijde retail worden. We ambiëren een 'onestopshop'-ervaring waarbij we lekkere producten creëren en verpakkingen ontwerpen, maar ook advies verlenen met betrekking tot de wetgeving en nutritionele waardes. Kim's Chocolates is gevestigd in Tienen en er werken 200 top-medewerkers van 27 nationaliteiten.”

Wanneer is het duurzaamheidsaspect bij jullie op de voorgrond getreden?

“Ik zeg graag dat Kim's Chocolates al duurzaam was voor het hip werd om duurzaam te zijn. We zijn altijd op zoek gegaan naar de meest efficiënte manier van werken en dat overlapt weleens met de meest duurzame oplossing. De kentering is er gekomen toen we in 2006 van Aarschot naar

Tienen verhuisden. In Aarschot zaten we in een bestaand gebouw dat niet aangepast was aan de behoeftes van het bedrijf. Op onze huidige locatie mochten we het gebouw vanaf nul ontwerpen. Hierdoor konden we een aantal weldoordachte keuzes maken. We hebben bijvoorbeeld een automatisch magazijn, een zelfontworpen waterzuiveringsinstallatie en er liggen 4.000 zonnepanelen op het dak, wat toch een vijfde van ons verbruik afdekt. Ook meten we sinds enkele jaren met de hulp van Futureproofed onze CO₂-uitstoot. Veel van die initiatieven nemen we omdat ze ook geld opleveren, we moeten tenslotte winst maken om te kunnen groeien. We doen dit echter ook omdat we oprecht menen dat we deze initiatieven moeten nemen als we zorgzaam willen doorgroeien.”

Hoe word je de groenste chocolade-producent van Europa?

“In 2015 kwamen we in aanraking met een (ondertussen grote) klant die volledig terecht de sector snel wilde verduurzamen. Op datzelfde moment werden de Sustainable Development Goals gelanceerd door de VN. Niet veel later kwam Voka voorbij met de vraag om die SDG's concreet te implementeren via het ondertussen bekende Voka Charter. Die drie dingen zorgden samen voor het besef dat we niet alleen duurzaam moeten handelen, maar er vooral ook over moeten communiceren. In de eerste plaats intern. Tijdens onze *roadshow* delen we vier keer per jaar de stand van zaken met onze medewerkers en externen. Het communiceren doe je door bijvoorbeeld een boude stelling zoals »



Bekijk
hier het
interview met
Marc Quirijnen.



'Kim's Chocolates is misschien wel de groenste chocoladeproducent van Europa' op de website te publiceren. Zo'n stelling is vooral een manier om onszelf aan te sporen om daadwerkelijk zo duurzaam mogelijk te werk te gaan. Je kan wel initiatieven nemen, maar als niemand ervan afweet, dan bestaat jouw duurzaamheidsaanpak simpelweg niet."

Het duurzaamheidselement gaat natuurlijk ook hand in hand met denken op de lange termijn ...

(pikt in) "Exact. Ik zeg altijd tegen onze mensen: 'Het is fijn dat we hier al 35 jaar zijn, maar ik zou er graag nog 35 jaar bijdoen'. En daarvoor zullen we sowieso winst moeten blijven maken, want zonder winst geen groei. Maar we willen geen winst om de winst en groei om de groei. Het is voor ons van primordiaal belang om juist te ondernemen. Dat betekent zorgzaam omgaan met onze mensen en met de middelen die we ter beschikking hebben. Zowel in Tienen als in Afrika waar ons chocoladeverhaal begint. De consument zal uiteindelijk de bedrijven laten overleven die oprecht duurzame keuzes maken. Als je daar niet achter staat, dan hou je het niet vol of val je door de 'greenwashing'-mand. In dat kader is het heel belangrijk te benadrukken dat ondanks alle inspanningen die wij op ons niveau leveren, wij de klimaatverandering niet alleen kunnen stoppen. We zitten allemaal in hetzelfde schuitje, iedereen zal zijn steentje moeten bijdragen. Uiteraard zijn we trots op onze initiatieven en we hopen dat onze medewerkers dat ook uitdragen naar de buitenwereld."



In 2010 startten jullie zelfs een heus scholenproject op in Tanzania.

"Klopt. We waren op zoek naar een nieuwe biochocolade en gingen samen met Callebaut op werkbezoek in Tanzania. De schrijnende armoede waarin de chocoladeboeren moeten werken, kwam bij onze toenmalige CEO Fons Maex heel hard binnen. Zo hard dat we meteen een schooltje adopteerden. We kregen daar veel applaus voor. Vanuit Tanzania kwam meteen de vraag of we niet nog een paar schooltjes konden helpen. We hadden toen echter niet de middelen om tientallen Tanzaniaanse scholen te financieren. Maar niets doen was ons te gemakkelijk. We besloten om de premies die we vrijwillig betalen bij de aankoop van de cacao niet meer in een

grote anonieme pot van allerlei waardevolle projecten te stoppen, maar ze rechtstreeks aan te wenden voor de bouw van scholen in Tanzania. We maakten vervolgens deals met lokale cementbedrijven en houthandelaren om hen mee in het project te krijgen. Onze laatste voorwaarde was dat ook de cacaoboeren zelf een steentje bijdroegen door de handen uit de mouwen te steken tijdens de bouwwerken. Inmiddels hebben we de juiste aanpak gevonden en bouwden we al 1.500 klaslokalen in het land. We zijn geen sociale instelling die de wereld tracht te verbeteren, maar soms voel je in je leven iets wat je 'nu gewoon even moet doen'. Hierdoor kunnen we in Tanzania de situatie van de cacaoboeren en hun gezinnen echt veranderen." «