

MAAKT DA MEE!

Liefst 13.700 bedrijven die samen direct werk verschaffen aan ongeveer 312.000 mensen: daarvoor staat de industrie in Vlaanderen. Door de sterke verwevenheid met onze diensteneconomie creëert ze ook veel indirecte tewerkstelling in onder andere de logistiek, de juridische en de administratieve sector. Zonder deze motor van onze welvaart zou ons dagelijks leven er heel anders uitzien. Overtuigd van het belang van de industrie voor het Vlaamse economische DNA, ontrafelen we voor u elke maand een productieproces van Vlaamse bodem.

Zeevruchten van Guylian doen wereld watertanden

Nog op zoek naar een valentijnscadeau? Met de chocolade zeevruchten van Guylian zit u altijd goed. In 1967 al kwam Guy Foubert, de stichter van Guylian, tijdens een kustvakantie op het idee om zeeschelpen in chocolade na te bootsen. Die vondst is in goed een halve eeuw geëvolueerd naar een fabriek van meer dan 200 mensen. Met meer dan 30 jaar ervaring in de chocolade-industrie, waarvan 20 jaar bij Guylian, licht hr-en productieverantwoordelijker Paul Bevers deze smakelijke productieomgeving in geuren en kleuren toe.

door Valerie Van der Avert | fotografie Wim Kempnaers



HOELANG DUURT HET?

'De doorlooptijd is ongeveer twee uur en dit loopt continu doorheen de hele werkweek.'



VOOR WIE MAAKT U HET?

'We leveren wereldwijd aan meer dan 120 landen. Zowel in Europa, Australië, Azië als Amerika, met het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Spanje en België als grootste afzetmarkten.'

WAT MAAKT U?

'We produceren premium Belgische chocolade in verschillende vormen zoals truffels, tabletten en pralines. Maar we staan vooral bekend voor onze zeevruchten met vulling van hazelnootpraliné.'

HOE MAAKT U HET?

'Ons product bestaat voor 100% uit natuurlijke grondstoffen. De twee belangrijkste grondstoffen zijn cacaobonen en hazelnoten. Die halen we respectievelijk aan de West-Afrikaanse kust en in Turkije. Het chocoladen omhulsel kopen we aan bij een Belgisch bedrijf. De vulling van hazelnootpraliné produceren we zelf. We doen dit op artisanale wijze. We roosteren de hazelnoten en suiker in grote koperen, gasegestookte ketels waar de typische Guylian-pralinésmak wordt ontwikkeld. Hierna komt de Belgische chocolade en de pralinévulling via zelf ontwikkelde technologieën in de lijn met de gietvormen. Zodra de chocolade en vulling daarin terechtkomen, worden ze afgekoeld. De pralines gaan dan verder naar de geautomatiseerde verpakkingslijn.'

HOE MOEILIK IS HET?

'We hebben een aantal eigen ontwikkelde technologieën die we goed beheersen. Zo is het maken van de kleurschakering en het blinken van de zeevruchten enkel mogelijk met een bedrijfseigen, unieke technologie. Het is de uitdaging om de productie dagdagelijks op dezelfde topkwaliteit te houden. Dit kan enkel door een diverse groep mensen elke dag zodanig te laten samenwerken dat de kwaliteit steeds weer gegarandeerd wordt. Daarom zetten we ook sterk in op interne opleidingen. Leerbereidheid en een open constructieve houding zijn de belangrijkste skills voor onze medewerkers.'

OPMERKELIJK!

- Guylian produceert per jaar ongeveer 800 miljoen zeevruchten.
- De naam Guylian komt van Guy en Liliane, de oprichters van het bedrijf.
- Guylian is een van de eerste chocoladebedrijven dat werkt met onbemande heftrucks.
- Dankzij twee warmtekrachtkoppelingen kan het op een efficiënte manier elektriciteit en warmte produceren.

HOE ZIET DE TOEKOMST ERUIT?

'We zien twee grote tendensen voor de komende jaren. We vinden het belangrijk om in de chocolade-industrie een voorloper op vlak van duurzaamheid te worden. Zo kopen we bijvoorbeeld alleen fairtradecacao aan en gebruiken we enkel nog recycleerbare verpakkingsmaterialen. Verder werken we al jarenlang aan energiebesparende maatregelen, zodat we dit jaar CO2-neutraal zijn. Daarnaast zetten we in op nog meer automatisatie en digitalisatie. Zo lopen in verschillende afdelingen projecten om het papierverbruik te reduceren en meer data voor analyses te gebruiken. Dit stelt ons in staat om processen te verbeteren en nog efficiënter te kunnen werken. We werken ook hard aan het versterken van ons merkimage, met een gepland nieuw design, nieuwe communicatie en op termijn ook nieuwe producten.'

