

FAMILIE SWENDEN VERKOOPT AAN DOWN2EARTH

# Pralines van Gudrun veroveren supermarkt

30 DECEMBER 2015 | Van onze redacteur Pascal Dendooven

Het financieel fonds Down2Earth koopt de Lierse pralinefabrikant Gudrun over van de familie Swenden (ex-Vandemoortele). Gudrun produceert pralines en truffels voor de betere supermarkten.

---



Eddy Walraevens, ceo van Gudrun: 'We hebben bewezen dat onze strategie werkt.' Sebastian Steveniers

Met Gudrun koopt het fonds Down2Earth een van de belangrijkste Belgische producenten van huismerk-pralines voor supermarkten. Een van de referenties die ceo Eddy Walraevens graag uitspeelt, is die van Marks & Spencer. 'Daar hebben we de plaats van Godiva ingenomen', zegt hij. Een illustratie van de focus-strategie die Walraevens Gudrun de afgelopen jaren meegaf.

Voor Down2Earth (D2E), het fonds opgericht door Ivo Marechal, Alain Keppens en Peter Kloeck, is het al de achtste investering sinds de lancering van het kmo-fonds halfweg 2003. 'We zijn daarmee het fonds dat het actiefst investeert in kmo's', zegt Peter Kloeck.

Walraevens kwam in 2007 bij Gudrun aan het roer op vraag van André en Eric Swenden (ex-Vandemoortele) die het bedrijf in 2002 hadden overgekocht van de familie De Bruyn. De familie Swenden was kort daarvoor uit Vandemoortele vertrokken na perikelen binnen de familie. Er volgden bij Gudrun verschillende overnames, waaronder die van truffelfabrikant Duc d'O.

Het gevolg was dat Gudrun focus verloor, het had niet alleen verschillende producten maar bracht die ook aan de man via verschillende kanalen (horeca, bakkerijen, retail). In het truffelsegment (Duc d'O) stootte het dan weer op de agressieve prijs- en expansiestrategie van Baronie, dat eerder al de chocoladebedrijven Kathy en Jacques had gekocht. Daaruit volgde een dubbele conclusie. Gudrun koos resoluut voor de retail én Duc d'O werd verkocht aan Baronie.

Parallel met de keuze voor een huismerken-strategie, besloot Gudrun te mikken op het hogere eind van de 'private label markt'. In dat betere segment levert het ook nog altijd truffels, maar dan vanuit de Gudrun-organisatie. 'We zijn wellicht de belangrijkste producent van truffels voor het premiumsegment van de supermarkten', zegt Walraevens. Aan een keten als Aldi in België worden soms nog wel truffels verkocht, voor speciale momenten. De lageprijsstruffel zit daar stevig in handen van spelers als Baronie.

De focus-strategie deed de omzet van Gudrun op het dieptepunt terugvallen tot 18 miljoen euro, maar ondertussen staat het bedrijf opnieuw op 30 miljoen. Daarop haalt het een bedrijfskasstroom van 4 miljoen tot 5 miljoen euro. 'Dit is geen turnaround-verhaal', zegt Peter Kloeck. 'Gudrun is een winstgevend bedrijf.' Toch bleek het voor bemiddelaar EY, dat vorig jaar al het verkoopmandaat had om een nieuwe eigenaar te vinden voor Gudrun, geen gemakkelijke opgave een nieuwe aandeelhouder te vinden. Private label is iets dat veel kopers afschrikt.

'Industrieel pasten we door onze focusstrategie niet echt bij bredere spelers die allerlei kanalen bedienen. Een financiële koper zoals D2E was de logische uitkomst', zegt Walraevens. Volgens de ceo, die zelf aandeelhouder was naast Swenden en ook in de nieuwe structuur met D2E minderheidsaandeelhouder is,

ligt er nog groei in het vooruitzicht. ‘De Belgische pralinemarkt telt een veertigtal spelers. Niet iedereen heeft voldoende schaal om aan de steeds striktere eisen van de supermarkten te kunnen beantwoorden. Er komen zeker overnamekansen.’

## Ambitieux

Gudrun gaat ook een ambitieus investeringsprogramma uitvoeren om het hogere eind van de huismerken-markt intenser te bewerken. ‘We hebben bewezen dat onze strategie werkt in de Angelsaksische wereld, dit moet nu ook lukken in het Verre Oosten.’ Het supermarktenkanaal is volgens Walraevens een moeilijke markt. ‘De lat ligt er hoger dan in het banketsegment. Geen chemische kleurstoffen, strenge eisen inzake herkomst en traceerbaarheid... Onze pralines beantwoorden aan meer eisen dan die van Godiva’, zegt Walraevens. ‘We zijn door een heel proces gegaan, maar hebben nu een moeilijk kopieerbaar voordeel.’

Gudrun exporteert meer dan 90% van zijn productie. De VS, het Verenigd Koninkrijk, Japan en Korea zijn de belangrijkste exportregio’s. Walraevens, ondertussen 61, heeft D2E beloofd dat hij de komende vier tot vijf jaar aan boord blijft. ‘De komende jaren gaan we voordeel halen uit onze focusstrategie.’

## LEES MEER

---

13/02/2016 | CONSUMENTENTEST

Chocopasta’s vallen door de mand

([http://www.standaard.be/cnt/dmf20160212\\_02125546](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160212_02125546))

---



11/02/2016 | DELHAIZE WINT RECHTSZAAK VAN NUTELLA

Choco hoeft geen chocolade te bevatten

([http://www.standaard.be/cnt/dmf20160211\\_02122384](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160211_02122384))

---



10/02/2016 | PSYCHOLOGIE

Liever lekker dan ethisch

([http://www.standaard.be/cnt/dmf20160209\\_02118993](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160209_02118993))

---

18/01/2016 | SOCIAAL

Sluiting truffelmaker kost 65 banen

([http://www.standaard.be/cnt/dmf20160117\\_02073068](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160117_02073068))

‘De komende jaren krijgen verschillende Belgische pralinefabrikanten het moeilijk’

---

**ALLE ARTIKELS VAN DE LAATSTE 24 UUR » (/NIEUWS/MEEST-RECENT)**

---



**Meer?**

**Lees de volledige krant digitaal.**

**(<http://www.standaard.be/plus/ochtend>)**