



**Ondernemer Hans Neef:**

**‘Emissie cumprefs via de NPEX-effectenbeurs zorgt voor steviger fundament’**

## **De Chocoladefabriek met sterk netwerk in retail draait op volle toeren**

**‘Ik zie het wel... jij bent ook gek op chocolade’ is de slogan van De Chocoladefabriek. Want wie is er niet dol op chocola? Bij De Chocoladefabriek in Heerhugowaard weten ze wat chocolade maken is. Ze denken in chocolade, bedenken chocoladesmaken en -producten en produceren al bijna 60 jaar ambachtelijk chocolade in allerlei soorten en maten.**

De chocoladeproducent stond tot twee jaar geleden nog bekend onder de bedrijfsnaam Rijkenberg, maar werd in 2020 omgedoopt tot het meer eigentijdse De Chocoladefabriek. Na de overname in 2012 van het familiebedrijf kwam onder anderen Hans Neef aan het roer van de onderneming. De bedrijfskundige en voormalig adviseur familiebedrijven is directeur en eigenaar van De Chocoladefabriek.

### **Sjachie**

Uiteraard is de nieuwe bedrijfsnaam een knipoog naar Sjachie’s chocoladefabriek uit het jeugdboek van de Engelse schrijver Roald Dahl. Later werden de avonturen van Sjachie, die zijn droom om de baas te zijn van een chocoladefabriek probeerde te verwezenlijken, succesvol verfilmd.

Ondernemer Hans Neef slaagde er daadwerkelijk in om de baas te worden van De Chocoladefabriek. In de afgelopen tien jaar groeide het bedrijf stevig onder diens leiding. Bijna elke Nederlander heeft waarschijnlijk wel eens de chocolade gegeten van De Chocoladefabriek. Met vakmanschap en persoonlijke aandacht vindt de productie plaats in een pand aan de Van Leeuwenhoekstraat op het bedrijventerrein De Zandhorst in Heerhugowaard.

Het assortiment is breed. Van pindarotsjes gemaakt van de allerbeste Belgische chocolade, tot hartjes, sterretjes en bloemetjes in chocoladevorm, spuitchocolade in talloze varianten, chocoladetabletten of simpele chocolaatjes.

### **Retailpartners**

De Chocoladefabriek is partner van een groot aantal Nederlandse grootgrutters en winkelketens. Daarmee heeft de onderneming een ijzersterke uitgangspositie verworven, stelt Hans Neef.



INTERVIEW

„Onze chocolade wordt door veel bekende Nederlandse retailers verkocht. Van oudsher is de HEMA een van onze grote afnemers, en ook bij talloze supermarkten kom je onze chocolade, veelal onder private label, tegen”, vertelt Hans Neef. „Bovendien exporteren wij naar Israël, Denemarken en Duitsland. Maar dat is verhoudingsgewijs nog heel beperkt.”

Het bedrijf is klaar voor verdere groei. Directeur Neef wil het financieel fundament onder De Chocoladefabriek versterken. De verwachting van Neef is dat de jaarlijkse omzet, die nu ligt op ruim €5,8 miljoen, stevig gaat stijgen en dat geldt ook voor het rendement

De Chocoladefabriek, met haar sterke partnerships in de retail, heeft ambitieuze toekomstplannen ontwikkeld. Met de huidige productielijnen is het bedrijf in staat om bijna alle denkbare chocolade te fabriceren, maar met extra investeringen in het machinepark kan het productievolume omhoog en de efficiency verder stijgen.

De komende tijd wordt er bovendien veel energie gestoken in de ontwikkeling van het premiummerk De Chocoladefabriek. Hans Neef noemt het een spannend en creatief proces hoe dit merk wordt ‘geladen’ en hij stelt ook dat binnen de Chocoladefabriek alle expertise in huis is.

Het bruist volgens Neef tijdens de brainstormsessies. Er ontstonden zelfs nieuwe productnamen, zoals ‘*pindatrots*’ en ‘*zoetheiligman*’.

Hans Neef is ervan overtuigd dat de groeipotentie van De Chocoladefabriek groot is. „We gaan meer inzetten op de seizoenen, zoals Sinterklaas, Kerstmis en bijvoorbeeld Valentijnsdag. We verwachten veel van de eigen productontwikkeling, al dan niet onder het merk de Chocoladefabriek.”

### **Certificering**

De Chocoladefabriek, met dertig medewerkers, gebruikt in de productie uitsluitend UTZ-, nu genaamd Rainforest Alliance (RFA), gecertificeerde chocolade. De certificering betekent dat afnemers en chocoladeliefhebbers ervan op aan kunnen dat betere landbouwmachines worden gebruikt, dat de werkomstandigheden beter zijn, dat er betere zorg is voor de natuur en dat er ook zorg voor de volgende generaties is.

„Dat schept verplichtingen”, aldus Neef. „Maar het biedt onze klanten ook inderdaad de zekerheid dat wij zeer verantwoord en duurzaam werken door goede grondstoffen te gebruiken en dat ons productieproces aan de allerhoogste standaarden voldoet.”

### **Groeifinanciering**

De ambities kunnen worden waargemaakt door groeifinanciering aan te trekken. „Ik had de NPEX-effectenbeurs al langer op mijn netvlies”, vertelt Neef. Immers voordat hij bij de Chocoladefabriek betrokken raakte, was hij 17 jaar actief als financieel adviseur voor familiebedrijven.



INTERVIEW

„Wij vinden het van belang om ons eigen vermogen te versterken. Bovendien is de tijd rijp om twee leningen af te lossen en om de opbrengst van de emissie te gebruiken voor investeringen in machines. Dat zorgt er weer voor dat we verder kunnen innoveren in producten.”

De Chocoladefabriek geeft in dat kader via de NPEX-effectenbeurs certificaten van cumulatief preferente aandelen uit die na 5 jaar worden teruggekocht door de onderneming. De nominale waarde bedraagt €1.000 per certificaat. Jaarlijks keert de onderneming een dividend uit van 8% aan de nieuwe certificaathouders. De omvang van de emissie bedraagt maximaal €3 miljoen. Het grootste deel wordt, zoals genoemd, gebruikt voor de aanschaf van productieapparatuur, versterking van het werkkapitaal en €850.000 is bestemd voor aflossing van de leningen.

Hans Neef: „We hebben nu nog een negatief eigen vermogen vanwege afboeking van de goodwill na de overname. Met deze uitgifte wordt de Chocoladefabriek sterker en daarvan profiteert ons bedrijf volop wat zich uit in aanzienlijke toename van onze slagkracht.”

---

4 juli 2022

DIT INTERVIEW IS VRIJ VAN RECHTEN TE GEBRUIKEN.