

Tony's Chocolonely, ethisch ondernemen geprangd tussen groei en geld

Date : 17 februari 2021



The advertisement is set against a red background. On the left, there is a white circular logo with a blue arrow pointing left and the text 'CHOCO SHOP'. Below it, the text '100% slaafvrij de norm in chocolade' is written in white. At the bottom left, it says 'lees  meer'. On the right, a white paper bag is shown with a Tony's Chocolonely chocolate bar on top. The bag has the text 'ONS VERHAAL' at the top, 'TONY'S CHOCOLONELY' in a red box, and 'TONY'S CHOCOLONELY' in a blue box. Below the bag, there is a red and blue graphic with a hand icon. At the bottom of the bag, it says 'CRAZY ABOUT CHOCOLATE, SERIOUS ABOUT PEOPLE'.

Zestien jaar terug besloten een aantal journalisten van het Nederlandse tv-programma 'Keuringsdienst van Waarde' hun eigen chocolademerkt Tony's Chocolonely op te starten. Daarmee wilden ze misstanden en kinderarbeid in de Afrikaanse chocolade-industrie aan de kaak stellen. 'Chocolade slaaf vrij maken' luidt de baseline van het bedrijf dat een commercieel succes werd. Vorig jaar legde de Belgische [AB Inbev familie de Spoelberch](#) samen met een partner 36 miljoen euro op tafel om één derde van Tony's Chocolonely binnen te rijden. De Spoelberch zei in Tony's Chocolonely een vernieuwer en leider in ethisch ondernemen te zien. Maar nu komt Tony's plots in opspraak en verliest het zijn slavenvrij label omdat het in Antwerpen samenwerkt met de multinational Barry Callebaut. Het heeft die samenwerking wel nodig om zijn rendabiliteit op te krikken, mee onder druk van zijn externe Belgische aandeelhouders.

De beslissing om het label "slavenvrij" in te trekken, werd genomen in het Amerikaanse Kansas door een ngo die de lijst 'Slave Free Chocolate' bijhoudt.

Wat de criteria zijn die daarbij worden gehanteerd, is niet altijd duidelijk. Tony's gebruikt enkel cacaobonen die volledig traceerbaar zijn en uit gecontroleerde plantages komen. Die bonen worden aangevoerd in de Antwerpse haven en gaan van daaruit naar de fabriek van Barry Callebaut in Antwerpen waar ze tot cacaoboter worden verwerkt. En daar knijpt het schoentje. Callebaut gebruikt wel nog cacaobonen voor haar eigen productie die niet gecertificeerd zijn. De multinational verbond zich er toe dat label tegen 2025 te verwerven. Maar voor de ngo is dat niet goed genoeg. Tony's verwerkt jaarlijks bij Callebaut 5.000 ton cacaobonen. Callebaut zelf produceert jaarlijks 1,8 miljoen ton chocolade.

Tony's topman en hoofdaandeelhouder Henk Jan Beltman zit gevangen tussen hamer en aambeeld. Wij willen Callebaut niet loslaten, zegt hij marketing gewijs, we willen de sector van binnenuit veranderen. Dat Callebaut zelf een aparte productielijn voor Tony's opstartte ziet hij daar als bewijs van. Tony's betaalt 2 dollar per kilogram cacaobonen, een stuk meer dan Callebaut, maar minder dan de 3,12 dollar die de lokale boer nodig heeft om te overleven. "Niemand betaalt zoveel voor cacaobonen als wij." zo zei Beltman daarover.

Tony's beweegt zich tussen multinationals zoals Nestlé, Mars en Mondelez en moet daarmee concurreren. Grootste uitdaging is de winstmarge van het bedrijf. Op een omzetcijfer in 2019 van 70 miljoen euro haalde het een winst van 2.000 euro. Niet een cijfer waarmee je externe aandeelhouders aantrekt. En Tony's heeft die aandeelhouders nodig om zijn internationale groei te financieren. Die winst kan je enkel optrekken door de prijs van de grondstoffen naar beneden te halen. Komt daarbij dat Beltman de ambitie koestert om een eigen nieuwe chocoladefabriek te bouwen met daaraan gekoppeld een extravert bezoekerscentrum gelijkend op Willy Wonka's chocoladefabriek uit het boek van Roald Dahl waar hij jaarlijks tot 200.000 bezoekers kan ontvangen. Een dure investering waarover Beltman nu al het financieel engagement aankondigde van... Barry Callebaut. In onderstaande video licht Beltman zijn ambitieuze plannen toe op de zakenzender RTL Z.

<https://youtu.be/2j9u6o7cq0U>