Persbericht

Niet enkel spannende start in 2013,

ook verrassende zomer voor IJSBOERKE/Glacio

**Beerse, 9 juli 2013 – Met de doorstart van IJsboerke eind februari en de afronding van de WCO[[1]](#footnote-1) op 3 juli, sluit de firma IJsboerke/Glacio haar eerste jaarhelft af met een positieve noot. Hierop werd nochtans niet gewacht om ondernemend naar buiten te komen.**

De **huis-aan-huis verkoop** werd zoals gepland deels verkocht aan een gespecialiseerde partner. Echter de levering aan de horecaklanten behoudt IJsboerke in eigen regie. Hiervoor werd een service directe distributie opgestart, waardoor een deel van de vroegere medewerkers “home-vending” aan boord gehouden wordt en de IJsboerke-vrachtwagens in het dagelijks straatbeeld aanwezig blijven.

In het hartje van Antwerpen opent binnenkort een nieuwe **IJsboerke Shop**, zodat ook daar de klanten van het lekkere ijs van IJsboerke kunnen genieten terwijl ze van de Melkmarkt naar de Groenplaats wandelen. IJsboerke/Glacio gelooft sterk in dit concept. In het Wijnegem Shopping Center ging het eerste winkelpunt open en na het centrum van Antwerpen zal deze winkelformule ook op andere plaatsen toegepast worden.

Ook aan de synergiën tussen beide bedrijven wordt volop gewerkt, waarbij het innoverende product **Raffas** (ontdek de story behind: [www.raffas-ice.com](http://www.raffas-ice.com)) als eerste Glacio product onder het merk IJsboerke succesvol werd gelanceerd. De personeelsleden in Tielen en Beerse werken volop aan de ontwikkeling en de productie van vernieuwende ijsproducten. De complementariteit van beide bedrijven is vanzelfsprekend. Waar Glacio vooral internationaal gaat met zijn ijsspecialiteiten, focust het IJsboerke-merk met “het lekkerste ijs van bij ons” op de Belgische markt. De klanten kunnen nu volop het roomijs van bij ons, gemaakt door mensen van bij ons, proeven en kopen. De IJsboerke- producten zijn immers beschikbaar in ruim 99% van het retailkanaal, alsook bij ruim 5.000 horecazaken doorheen het land.

Tenslotte wordt volop de kaart getrokken om de **merkbeleving van IJsboerke** nieuw leven in te blazen en nog sterker onder de mensen te brengen door o.a. een deelname aan Vlaanderen Muziekland. De samenwerking met Studio 100 wordt verder geïntensifieerd. In de komende maanden verschijnen nieuwe innovaties rond de figuren van Studio 100 zowel voor de Belgische als voor de Nederlandse markt.

Het is belangrijk om rechtstreeks met de klanten te communiceren, want dan pas voel je precies wat het cliënteel wenst. Er wordt ook volop gebruik gemaakt van sociale media. In enkele maanden tijd evolueerde het aantal lik(k)ers ☺ van 6.000 naar ruim 30.000.

Glacio, de ijsroomspecialist uit Beerse, heeft zijn interesse in het alom bekende IJsboerke meteen kenbaar gemaakt, toen duidelijk werd dat zij begin 2013 een overnemer zochten. De IJsboerke-personeelsleden gingen op 12 februari 2013 akkoord met Glacio als nieuwe eigenaar. Ruim 4 maanden later, is de herstructurering van IJsboerke een feit en op 3 juli werd de WCO-procedure succesvol afgesloten.

Een belangrijke drijfveer voor Peter Janssen en Werner Van Springel, respectievelijk CEO en CFO Glacio, was zeker ook het behoud van de tewerkstelling in de Kempen en daarbuiten. Uiteindelijk werken honderden, wellicht duizenden landgenoten mee aan het maken van een IJsboerke-ijsje. Denk aan de mensen die meewerken aan de verpakking en de grondstoffen, alsook degenen die actief zijn in de logistiek en de distributie van het lekkere IJsboerke-ijsje. Met andere woorden, werkgelegenheid in ONZE “maakindustrie” en dit voor zowel kort- als hooggeschoolden, is heel belangrijk voor de welvaart van ons land. Met de gecombineerde expertises van Beerse en Tielen vormen ze een competentiecentrum voor roomijs vanuit de Kempen voor België en voor de rest van de wereld.

Voor meer informatie kan u terecht bij:

Peter Janssen – CEO

+32 478 33 96 20

peter.janssen@glacio.com

**Factsheet Glacio**

**Glacio is een ijsroomspecialist uit Beerse.** Zij produceren ijsspecialiteiten, het ‘gewone’ maar ook minder gewone schepijs en speciale ijscreaties, vaak voor speciale gelegenheden. Glacio draait vandaag 27 miljoen euro omzet en geeft werk aan meer dan tweehonderd mensen, onder wie honderdzestig arbeiders. Het bedrijf telt 6 productielijnen met een totale capaciteit van 25 miljoen liter ijsroom. Het piekmoment is de eindejaarsperiode. 98% van de omzet wordt gerealiseerd in het buitenland. 50% hiervan in Duitsland. Glacio fabriceert ook ijspralines. In Japan, een tweede belangrijke markt voor het bedrijf, wordt dit dessert met stokjes geëten. Alle machines en gereedschappen nodig om nieuwe ijsjes op industriële schaal te produceren, worden door Glacio in eigen huis in 3D ontwikkeld, inclusief de software.

Glacio wordt door haar klanten terecht erkend als een flexibel, creatief en innoverend bedrijf met bijzonder veel aandacht voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Het HR-beleid is sterk uitgebouwd. Zo werd de laatste jaren vooral ingezet op een competentiegericht HR-beleid, opleidingsplannen en een diversiteitsplan werden uitgerold. Ook de inschakeling van kansengroepen staat hoog op het agenda. Glacio is een erkend invoegbedrijf, een federaal inschakelingsbedrijf, en begeleidde de afgelopen jaren niet minder dan 120 studenten uit het deeltijds onderwijs.

De fabriek in Beerse maakte lang deel uit van de Duitse Schöller-groep. Toen die door Nestlé werd overgenomen, was de toekomst van de onderneming in de Kempen niet langer verzekerd. Enkele collega’s, waaronder de huidige zaakvoerder Peter Janssen en Werner Van Springel namen de onderneming in 2004 over via een management buy out en zorgden er zo voor dat niet alleen de onderneming, maar ook de toekomst van 200 Kempense families gered werd. Eind 2012 verkocht Glacio een derde van haar onderneming aan DMK Eis, een dochter van DMK, de grootste melkgroep in Duitsland. De bedrijfsleiders verzekerden toen al dat dit geen impact zou hebben op de aanwezigheid in de regio. Glacio blijft een Kempense onderneming.

Geconsolideerd (Glacio + IJsboerke) geven zij werk aan 420 personeelsleden en realiseren een omzet van bijna € 70 Mio Euro.

meer info op:

[www.glacio.com](http://www.glacio.com)

**Factsheet IJsboerke**

**In 1935 begon Gustaaf Janssens uit Tielen ijsroom met de naam IJsboerke te verkopen.** IJsboerke groeide uit tot een toonaangevende speler op de Belgische markt, waarvan de alom bekende oranje bestelwagens met de witte koelcel - die het ijs huis-aan-huis verkopen (“home vending”) - decennialang het meest zichtbare uithangbord vormden. Naast deze home vending brengt IJsboerke haar producten op de markt via de traditionele tussenhandel (grootwarenhuizen, horeca enz…).

 In 1997 heeft de Nationale Portefeuillemaatschappij (NPM) de aandelen in IJsboerke Ice Cream International – de vennootschap achter het merk IJsboerke – overgenomen van de familie Janssens. De NPM-participatie wordt grotendeels ondergebracht in de tussenholding Starco NV.

Een expansieve groeistrategie leidt tot twee belangrijke overnames: in 2005 wordt de Luikse ijsroomfabrikant MIO overgenomen en in 2007 volgt de overname van het Westvlaamse Artic. Na de overname van Artic wordt beslist om de drie merken te bundelen in één groep. Belgian Ice Cream Group NV (B.I.G.) is de vennootschap die drie bekende Belgische ijsroommerken produceert en verkoopt: IJsboerke, Artic en Mio.

De ijsroomproductie wordt in 2010 gestroomlijnd op de IJsboerke-site te Tielen. Daarnaast heeft B.I.G. nog zeven depots, verspreid over het hele land, die instaan voor de bevoorrading van de home vending.

Na verschillende overnames, de investeringen in Tielen en de opeenvolgende sociale herstructureringen komt de groep in financiële problemen wat maakt dat ze in januari 2013 bescherming zoekt op basis van de WCO wetgeving (Wet Continuiteit Ondernemingen). Een overnemer wordt gezocht. Glacio is de nieuwe eigenaar sedert 1 maart 2013.

1. WCO = Wet Continuïteit Ondernemingen [↑](#footnote-ref-1)