nieuws

Pinguin schat marktaandeel in Engeland op 25 procent

nieuws

Pinguin heeft zijn Britse oorlog gewonnen, waardoor het opnieuw Centraal-Europa in het visier kan nemen. Maar er zijn ook andere manieren om te groeien. "Een consument verbruikt 6 kilogram diepvriesgroenten per jaar tegenover 80 kilogram vers. Terrein winnen op vers is dus een logische uitdaging", zegt ceo Herwig Dejonghe in De Standaard. Of hij zich zorgen maakt over de stijgende contractprijzen? "We kunnen de prijsstijgingen doorrekenen, maar het is crimineel dat landbouwgrond ingepikt wordt voor biobrandstof".

3 NOVEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:40

Aanvankelijk leek Pinguin in Engeland zijn eigen graf te delven, maar vandaag heeft het bedrijf de Britse oorlog gewonnen. Daardoor kan het opnieuw werk maken van het Centraal-Europees project om daar als eerste grote Belgische diepvriesspecialist in een strategische markt te investeren. De financiële wereld wil vooral weten wanneer Hein Deprez zijn vers-multinational Univeg in Pinguin inbrengt om een exit te bieden aan CVC Capital. "Ik heb genoeg aan wat ik heb", zegt ceo Herwig Dejonghe in De Standaard.

"Maar ik begrijp Hein Deprez: hij ziet het potentieel van diepvriesgroenten en diversifieert zijn groep zonder dat hij het operationeel allemaal zelf moet doen", voegt Dejonghe (48) er aan toe in een gesprek in de Antwerpse Crown Plaza. Hij komt net terug van een vergadering in Duitsland en zat een dag eerder in Frankrijk. Drukke tijden, mijnheer Dejonghe? "Ik heb altijd dicht bij het commerciële gestaan. De kennis van de boer tot de klant is zeer belangrijk, maar Groot-Brittannië is duidelijk een nieuwe sleutelmarkt voor ons. Het VK heeft België in omvang overvleugeld. Voor de overname van Padley Vegetables en Christian Salvesen Foods was die markt goed voor een derde van de Pinguin-omzet, nu is dat de helft".

U hebt er bijna uw tanden op stuk gebeten? *Herwig Dejonghe:* Naar Groot-Brittannië stappen was de juiste beslissing, maar het is lastiger gebleken dan gedacht. De Britse

concurrenten hadden te veel kleine en verouderde productievestigingen, waardoor ze de schaal misten om te moderniseren. Dus molken ze de koe. Ze waren beschermd door de aparte smaak van de lokale Britse erwt en door lokale kwaliteitssystemen. Vijftig procent van de Britse diepvriesgroentemarkt bestaat uit erwten. Dat is een product waar je anderhalve maand per jaar activiteit mee hebt. Alle vaste kosten moeten in die periode gerecupereerd worden. Hoge retailprijzen hielden het systeem draaiend. Die hoge prijzen waren voor ons de reden om in 2002 in de markt te stappen.
En vervolgens kreeg u klappen? We stapten in de markt via het failliete Fisher Frozen Foods in Kings Lynn, uit de failliete groep Albert Fisher en een bedrijf waarmee we al jarenlang samenwerkten. De Britten wilden ons uit de markt houden en spanden samen tegen ons. In feite hadden ze de markt onder elkaar al verdeeld en klanten als de supermarktketen Sainsbury ingepikt, terwijl dat niet te zien was aan de lopende leveringscontracten. Via een prijzenoorlog probeerden ze ons uit de markt te krijgen. Men schreef ons af want we hadden geen reserves om zo'n oorlog te kunnen winnen. We hadden bij onze beursgang wel 15 miljoen euro opgehaald, maar twee keer zoveel geïnvesteerd. Het plan van de Britten mislukte doordat we via forse saneringen erin slaagden break-even te draaien, terwijl zij wel de verliezen opstapelden.
Terwijl u in Groot-Brittannië aan het vechten was, stortte ook nog eens de maïsmarkt in elkaar? Dat gebeurde doordat de Hongaren de productie fors begonnen op te voeren in 2004 met het oog op hun toetreding tot de EU. Dat had directe consequenties voor de Britse markt, want de Britten nemen de helft van de Europese zoete-maïsconsumptie voor hun rekening. We zagen af. Wij namen vooral maïs af van de Franse landbouwcoöperatieve Lur Berri die ons financieel heeft gesteund in onze Britse strijd. Het was eigenbelang, maar belangrijk voor ons.
Maar de steun van de familie Deprez zou nog belangrijker blijken? Het feit dat we door zelf te saneren in Engeland erin slaagden om de verliezen te stoppen, wekte de interesse van de familie Deprez. Ze zagen dat de miserie oplosbaar was. Aanvankelijk stapte Veerle Deprez in - ze had middelen beschikbaar - maar een jaar later gooide ook Hein Deprez zijn gewicht in de schaal. Toen beseften de Britten dat Pinguin te sterk was om de nek om te wringen. Padley Vegetables gooide de handdoek in de ring en verkocht aan ons. We hebben vervolgens maandenlang met Christian Salvesen Foods onderhandeld. Nadat Padley het opgaf, stonden ze eigenlijk met de rug tegen de muur. Door hun activa te kunnen overnemen, hebben we nu een volume van 90.000 ton in diepvriesgroenten en eindelijk de kritische massa om een moderne productiefaciliteit op te zetten. Elk apart konden we dat niet.

Hoeveel van de Britse markt heeft u nu en wie zijn de grote concurrenten? Na zo'n overname weet je nooit hoeveel klanten om tactische redenen naar de concurrentie overlopen, maar ik schat dat we nu net als Birdseye (Permira) een kwart hebben. Een belangrijk deel van de markt is in handen van import. Dat zijn vooral Belgische, Spaanse, Poolse en Franse spelers. Ik schat dat de Belgische invoer goed is voor een kwart. Ardo is daarin de belangrijkste factor.

De Britse markt staat voor de helft van de omzet van Pinguin als diepvriesgroentespecialist, maar de bedrijfsmarge is nauwelijks één procent. Op hoeveel procent moet u dat kunnen brengen? Vijf procent moet haalbaar zijn, denken we, maar dat gaat niet van vandaag op morgen. Nu hebben we er vijf fabrieken en dat is te veel. Tegen eind dit jaar gaat er één dicht. Uiterlijk binnen twee jaar beslissen we waar we alles samenbrengen. Vervolgens willen we daar een state of the art-vestiging bouwen zoals die in Westrozebeke. Naast moderniseren gaan we ook het aanbod verbreden zodat we de productiecapaciteit beter benutten en de vaste kosten meer uitsmeren.

Drie overnames in één jaar, neemt u niet te veel hooi op uw vork? We hebben een goed managementteam, zowel op groepsniveau als lokaal. Peter Ohms, onze operationeel directeur, is de man die in 2006 in Groot-Brittannië voor de noodzakelijke diepgaande herstructurering heeft gezorgd en die in oorlogsomstandigheden break-even wist te halen. Met Steven D'haene hebben we een stevige financieel directeur binnengehaald. In Groot-Brittannië hebben we Peter De Nolf van Ardo kunnen aantrekken als managing director UK. Hij gaat de drie culturen er samenbrengen. Ik denk dat het goed is dat we dat aan iemand overlaten die niet uit onze geledingen komt. De derde overname waarop u alludeert, de diepvriesaardappelengroep Lutosa, is al een goed geleid en zeer rendabel bedrijf.

Dujardin Food heeft NPM Capital als financiële partner, Ardo internationaliseerde op eigen kracht. Hoe ziet u de strijd tussen de Vlaamse groten, die ook de grootste in Europa zijn, evolueren in een markt die nog moet consolideren? De West-Vlamingen staan voor de helft van de Europese diepvriesgroentemarkt. Elkaar opeten heeft geen zin. Een grote buitenlander is in omvang maar een kleine Belg. De kansen liggen in het buitenland. Onze troef is dat we van een Belgisch bedrijf geëvolueerd zijn naar een internationaal bedrijf. We weten wat overnames zijn. Ook Ardo is internationaal en ook bij hen heeft dat moeite gekost.

Toch poogde Dujardin streekgenoot D'Arta over te nemen, maar dat mislukte? Het is niet aan mij om dat te becommentariëren, maar D'Arta heeft al een poot in Portugal en is misschien nog geen welwillende verkoper?

U had in 2002 via het Hongaarse Globus kans om in Centraal-Europa door te breken en een belangrijke herkansing met Austria Frost in 2005. Onze strategie om vanaf 2002 te internationaliseren was de juiste, maar in 2002 hadden we met Fisher in het VK te veel hooi op de vork en spraken we met Globus af voorlopig elk de eigen weg te gaan. Maar het Franse D'Aucy (Cecab) heeft die groep ondertussen overgenomen. Austria Frost was een kans om in de vruchtbare Donauvallei toe te slaan, maar die hebben we vanwege Engeland moeten lossen. Maar het is duidelijk dat we interesse hebben in Centraal-Europa, en dan komt vooral Polen in beeld dat sterk staat in arbeidsintensieve producten. Polen, Frankrijk en Spanje zijn na de Belgen de belangrijkste spelers. In Zuid-Europa moet je al bestaande groepen overnemen, maar in Polen kan je nog op eigen kracht opstarten. Naast de conservengroepen Bonduelle en D'Aucy heb je er nog geen belangrijke gevestigde spelers.

In één jaar tijd gaat u van 150 miljoen euro omzet naar 440 miljoen. Vooral door Lutosa? We zijn complementair aan Lutosa. Frietjes zijn de meest verspreide groente. Daar kunnen we ons karretje aan vasthangen. We kunnen nu een totaalaanbod aanbieden, nauwer samenwerken met landbouwers, samen innoveren... De diepvriesgroentesector is geen verzadigde sector. We moeten enkel barrières overwinnen bij de consument die diepvries miskent als product. Een consument verbruikt 6 kilogram diepvriesgroenten per jaar tegenover 80 kilogram vers. Terrein winnen op vers is een van de manieren om te groeien.

Van de winkel van meneer Deprez dus? Onze concurrentie zit in de onbewerkte verse groenten. Diepvries zal belangrijker worden en dat weet Hein Deprez ook. Daarom legt hij zijn eieren in verschillende manden.

Wordt 2008 het jaar van de intrede van Univeg in Pinguin? Dat moet u aan CVC Capital en Hein Deprez vragen. Er ligt vandaag al heel wat op mijn bord en in de diepvriesmarkt is nog enorm veel te doen. Deprez en ik zijn een goede tandem. We hebben acht jaar beurservaring en dat interesseert hem.

Zijn de prijsstijgingen voor landbouwproducten een punt van zorg? Ze zijn zo fors, 35 procent, dat we die kunnen doorrekenen, maar het is crimineel dat landbouwgrond ingepikt wordt voor biobrandstof. Men verbrandt voeding. Je moet op je knieën zitten om de landbouwers te overtuigen nog voedingsgewassen te kweken. De bio fuels zullen straks ook de prijs van vlees opdrijven. De politici moeten beseffen dat ze een hallucinant beleid voeren dat de armsten treft.(KS)

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada