

Bel wil grootste Europese speler in kaasmerken worden

nieuws

De Franse kaasgroep Bel, het familiebedrijf achter La vache qui rit, Maredsous en Babybel, wil tegen 2007 de grootste Europese speler worden in merkenkaas. Daarmee roeit de groep tegen de stroom in. "De laatste twee jaar is de verkoop van de huiskazen bij Aldi en Lidl met dubbele cijfers gegroeid", zegt algemeen directeur Frédéric Dufour. "Merkenfabrikanten lijden daaronder, niet alleen in België, maar in heel Europa. Maar wij houden stand".

🕒 23 AUGUSTUS 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:57

De Franse kaasgroep Bel, het familiebedrijf achter La vache qui rit, Maredsous en Babybel, wil tegen 2007 de grootste Europese speler worden in merkenkaas. Daarmee roeit de groep tegen de stroom in. "De laatste twee jaar is de verkoop van kaas bij Aldi en Lidl met dubbele cijfers gegroeid", zegt algemeen directeur Frédéric Dufour. "Merkenfabrikanten lijden daaronder, niet alleen in België, maar in heel Europa. Maar wij houden stand".

De Belgische markt is goed voor een jaarlijkse consumptie van bijna 100.000 ton kaas. De Belgen behoren daarmee tot de grootste kaaseters ter wereld. "Met onze merken halen wij een volume van meer dan 12.000 ton", zegt Frédéric Dufour, algemeen directeur van de Belgische afdeling.

"Daarmee zijn we marktleider, in merkkaas wel te verstaan, want de grootste volumes worden gehaald door de huismerken van supermarkten en de harddiscounters. Die laatste zijn de voorbije twee jaar enorm gegroeid. Zowat een kwart van de kaas wordt gekocht bij Aldi of Lidl. Dat dwingt merkfabrikanten te reageren".

Volgens Dufour is de grootste uitdaging de consument te overtuigen iets meer te betalen voor een merk. "Dat betekent vernieuwen en meerwaarde bieden, want de aanvallen van de harddiscount zijn vooral gericht op de basisproducten". Innovatie en marketing zijn dan ook de belangrijkste wapens van Bel. Niet alleen in België, maar ook in de rest van Europa. "De hele Europese markt staat onder druk", zegt Dufour. "Wij gaan uit van een Europese groei van 0 tot 2 procent. Dat is niet veel. In Frankrijk en Duitsland verwachten we zelfs geen groei".

Om het hoofd te bieden aan de harde concurrentie moet het bedrijf de productiekosten zo laag mogelijk houden. "Dat wil zeggen grote volumes per fabriek", zegt Dufour. "Kleine fabrieken

beknotten de rendabiliteit". Volgens Dufour is er geen gevaar voor de Belgische vestiging in Maredsous. "Maredsous is geen fabriek, maar een rijpingssite. Mocht de site evenwel alleen dienen voor de Maredsous-kazen, dan zou ze het niet overleven. Maar in de hoofdzetel is beslist er ook andere merken te rijpen. Daarvoor zijn miljoenen geïnvesteerd in de modernisering van de kelders. De site moet een belangrijk rijpingscentrum worden in Europa".

Europa is het belangrijkste speelterrein van Bel. Een derde van de groepsomzet komt uit Frankrijk, nog eens 40 procent uit andere landen, waarvan 6 procent uit België. "Vandaag zijn we de tweede speler in merkenkaas", zegt Dufour. "Volgend jaar willen we de eerste in Europa zijn. In omzet en rendabiliteit, niet in volume". Daarvoor moet Bel concurrenten als Unilever (Boursin, Effi), Kraft (Philadelphia), Campina (Milner, Passendale) en Bongrain (Caprice, Chaumes) achter zich laten en grote rivaal Lactalis (Président) inhalen.

Ook buiten Europa koestert Bel grote ambities. De groep rekent op een groei van 10 procent.

"Noord-Afrika en het Midden-Oosten zijn belangrijke groeiregio's", zegt Dufour. "Er liggen ook kansen in Azië. Onlangs hebben we fabrieken geopend in Syrië en Saudi-Arabië, we hebben een overname gedaan in Turkije en we kijken naar de Baltische staten. Ook in Japan zijn we bezig. De voorbije jaren zijn we eigenlijk een internationaal bedrijf geworden. Tegen 2007 willen we het wereldwijde nummer twee in merken zijn", besluit de algemeen directeur.

Bron: De Tijd

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39

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 twitter page: https://twitter.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/viltnieuwbsky.social>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)