

# Belgisch chipsmerk Crocky viert 40ste verjaardag

nieuws

Jarenlang moest het van oorsprong Belgische chipsmerk Crocky opboksen tegen buitenlandse chips. Sinds vorig jaar is het terug en intussen is het opgeklimmen naar een marktaandeel van 15 procent. Jaarlijks eten de Belgen zo'n 20.000 ton chips, goed voor een omzet van 200 miljoen euro. Ongeveer de helft van dat bedrag gaat naar de buitenlandse chips van Lays, het chipsmerk van Frito-Lay, de snackdochter van de Amerikaanse multinational PepsiCo.

🕒 3 APRIL 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:56

Jarenlang moest het van oorsprong Belgische chipsmerk Crocky opboksen tegen buitenlandse chips. Sinds vorig jaar is het terug. Dit jaar viert Crocky zijn veertigste verjaardag en worden kosten noch moeite gespaard om dat te vieren. De Henegouwse Crockychipsproducent Roger & Roger roept daarvoor de hulp in van Mortierbrigade, het jonge reclamebureau van Jens Mortier. 'We willen duidelijk maken dat er maar één verjaardag is die de moeite waard is om te onthouden. Die van Crocky', zegt Mortier. Veertig jaar geleden werd Crocky opgericht in een oude melkerij in het West-Vlaamse Nieuwkerke, bij Ieper, door het duo Huyghe en Weststraeten. De naam van de chips verwees naar de papegaai van een van de neven van Huyghe. Het bekende logo van Crocky was geboren. In 1969 kwam het bedrijf grotendeels in handen van de Britse koekjesfabrikant United Biscuits. Dat verhuisde de chips naar de fabriek Westimex in Veurne. Crocky groeide uit tot een succesverhaal, ondanks de zware buitenlandse concurrentie.

Jaarlijks eten de Belgen zo'n 20.000 ton chips, goed voor een omzet van 200 miljoen euro. Vorig jaar ging de helft van dat bedrag nog naar buitenlandse chips: Lays, het chipsmerk van Frito-Lay, de snackdochter van de Amerikaanse multinational PepsiCo. De huismerken van de supermarkten waren goed voor zo'n 40 procent. De rest van de markt, zo'n 10 procent, was in handen van Crocky. Het succesverhaal van de kleine Belgische chips was een drama geworden.

In 1995 stonden Croky en Smiths, het huidige Lays, nog zij aan zij. Sindsdien ging het almaar slechter. De Britse eigenaar had te veel oog voor zijn koekjes en te weinig aandacht voor Croky. Twee jaar geleden kochten de voormalige Crokymedewerkers Guido Bral en Luc Sillis samen met het chipsbedrijf Roger & Roger uit Moeskroen de chips over van United Biscuits met slecht één doel voor ogen: Croky opnieuw lanceren. Twee miljoen euro werd toen uitgetrokken voor een nieuw assortiment, een nieuwe verpakking en een reclamecampagne. Croky heeft momenteel een marktaandeel van 15 procent. Naar aanleiding van het veertigjarige bestaan van het merk hoopt Bral het succes van de vorige campagne te kunnen herhalen. De producenten willen opnieuw verwijzen naar het lokale karakter van de chips. "We willen met onze beperkte middelen gewoon een medespeler zijn op de markt", zegt Bral daarover. "Wij hebben niet de middelen om, zoals Lays, spots op te nemen met wereldsterren. Wij krijgen mensen als Patrick Lefevere over de vloer. Lays krijg Ronaldinho".

**Bron:** De Morgen

## VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact


M • [info@vilt.be](mailto: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](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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)