nieuws

"Consequente houding bezorgt Lotus goede resultaten"

nieuws

De goede jaarresultaten van koekjesbakker Lotus Bakeries komen volgens topman Matthieu Boone niet uit de lucht vallen. “We werken onafgebroken op kwaliteit en samenstelling. Bovendien moet je als bedrijf ook streng genoeg zijn voor jezelf. Als een product niet gewild is, moet je durven zeggen: ik stop ermee”, meent Boone. Volgens hem is het niet belangrijk om de grootste te zijn in wat je doet, maar wel om altijd te zorgen dat je de beste bent in je specialiteit.

27 FEBRUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
voedingsindustrie
economie

De goede jaarresultaten van koekjesbakker Lotus Bakeries komen volgens topman Matthieu Boone niet uit de lucht vallen. “We werken onafgebroken op kwaliteit en samenstelling. Bovendien moet je als bedrijf ook streng genoeg zijn voor jezelf. Als een product niet gewild is, moet je durven zeggen: ik stop ermee”, meent Boone.
Als Matthieu Boone praat over koekjes, klinkt de passie door in zijn stem. Tot in de details legt hij uit hoe Lotus Bakeries waakt over de smaak van zijn bekende speculooskoekje. “De smaak moet altijd hetzelfde zijn, dat zijn we aan onszelf en de klant verplicht”. Maar dat betekent niet dat het koekje altijd hetzelfde blijft. “Integendeel, we zijn voortdurend bezig het aan te passen aan technologische evoluties. Margarines hebben de jongste jaren een heel andere samenstelling gekregen. Dat moet je meenemen, maar de consument mag het niet proeven”.
Lotus Bakeries heeft de laatste jaren een aantal overnames gedaan. “We hebben er nooit naar gestreefd om de grootste te zijn, anders mochten we er nu al mee stoppen. We willen ons versterken, maar niet om per se groter te worden, wel om beter te

worden. Zoals met het Nederlandse Peijnenburg, of het Zweedse Anna's recentlijk. Dat zijn specialiteiten die aansluiten bij onze mentaliteit: een sterk product, met een sterk merk en een sterk management".
Voelt Lotus de druk van de oprukkende huismerken niet toenemen? "Huismerken zijn niets nieuws. Wat wel nieuw is, is de toenemende polarisatie. Het sterkste merk stijgt en het huismerk stijgt, maar alles wat er tussen zit, ziet af. Het is duidelijk dat winkelketens hun rekken niet meer willen vullen met vier of vijf merken voor één product. Je kunt dus maar beter zorgen dat je niet ergens in het midden zit", meent Boone.
In dat kader is ook het dispuut tussen Delhaize en Unilever te situeren. "Dit conflict toont dat de grote niet per definitie sterk zijn. Vaak gaat het gewoon om commerciële basisprincipes. Als merkfabrikant is het uiteraard leuk om een heel gamma te verkopen, maar dat is niet wat een retailer wil. Die wil kiezen. Volgens mij moet je je daar als leverancier niet tegen verzetten. Als een klant een product niet wil verkopen, mag je niet alles op de helling zetten. Je mag je goede producten niet in gevaar brengen door ze te koppelen aan je zwakke producten", stelt de Lotus-topman.
Hij is van mening dat een bedrijf streng genoeg voor zichzelf moet durven zijn. "Ieder product op zich moet gewild zijn. Als de markt het niet wil, moet je jezelf de vraag durven stellen of je er nog verder moet in investeren. Is het niet beter om er gewoon mee te stoppen? Je mag niet toelaten dat je zwakke producten hebt, die de consument niet wil. Dat is een basisprincipe".
Of 2009 een moeilijker jaar wordt voor Lotus Bakeries vindt Matthieu Boone moeilijk in te schatten. "We zijn voorzichtig. We zien nu al verschuivingen in de verkoop. Bepaalde boterproducten die wat duurder zijn, doen het minder. Authentieke producten, zoals madeleintjes doen het beter". Globaal genomen ziet hij voor Lotus nog geen probleem, maar het bedrijf bereidt zich toch voor op moeilijke tijden. "Dan is het belangrijk om je commercieel te versterken. We gaan onze marketing verbeteren, onder andere met meer reclame op tv. Ook onze verkooporganisatie gaan we versterken".

Bron: De Tijd

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