

Filip Wallays (Agristo)

duiding

"Exportmarkten mogen weten dat België de bakermat is van de friet"

🕒 17 NOVEMBER 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:53

Lees meer over:

Interview



In 1988 rolde in Harelbeke-Hulste de eerste diepvriesfriet van de band. De diepvriesgroente-industrie was niet geïnteresseerd in een uitbreiding van hun assortiment zodat de oprichters van aardappelverwerker Agristo, Antoon Wallays en Luc Raes, de verkoop zelf ter hand namen. Met de tweede generatie, vijf man/vrouw sterk, die nu aan het roer staat van 's werelds grootste producent van diepgevroren aardappelspecialiteiten draait de verwerking van aardappelen op volle toeren. Het jaar rond wordt er dag en nacht gewerkt. Ieder uur rollen er grote tonnages friet, kroketten, puree en andere diepgevroren aardappelspecialiteiten van de band die als huismerk door retailers worden verkocht. Met 400.000 ton verwerkt product is export buiten het kleine Vlaanderen een evidentie. Agristo verkoopt friet van Groot-Brittannië tot in Spanje en van Saoedi-Arabië tot in Nieuw-Zeeland. Recent kreeg het bedrijf daarvoor erkenning in de vorm van de 'Leeuw van de Export', een prijs van Flanders Investment & Trade. Filip Wallays, aan- en verkoopdirecteur bij Agristo, geeft graag een woordje uitleg bij de exportsuccessen. Ook de grillen van de aardappelmarkt komen ter sprake want boeren slijten dit seizoen hun vrije aardappelen aan spotprijzen.

Waarom dankt Agristo de erkenning als 'Leeuw van de Export' door Flanders Investment & Trade?

Filip Wallays: Aan het feit dat Agristo 99 procent van zijn diepgevroren aardappelproducten exporteert. Van het totale verkoopvolume wordt 65 procent in de Europese Unie afgezet. Onze belangrijkste klanten in Europa zijn grootwarenhuisketens die de Agristo-producten als huismerk in de rekken leggen. Groot-Brittannië, Frankrijk en Duitsland waren voor Agristo de eerste afzetmarkten. Voeg daar Spanje aan toe en je hebt onze belangrijkste afnemers van dit moment. Buiten de EU hebben we grote klanten in Zuid-Amerika, verkopen we frietjes in Saoedi-Arabië en andere van aardappelimport afhankelijke landen in het Midden-Oosten, proberen we in te spelen op de sterk groeiende Aziatische markt en mogen we Australië en Nieuw-Zeeland tot onze klanten rekenen.

aardappelrooien_geVILT.jpg

De jury was enorm gecharmeerd door jullie lokale verankering. Vertel.

Ons bedrijf zal nooit uit deze regio wegtrekken. Agristo en de andere Belgische aardappelverwerkers hebben rond zich een cluster van andere bedrijven verzameld die zich toeleggen op de aardappel: familiale landbouwbedrijven (Agristo heeft meer dan 1.000 leveranciers), aardappelhandelaars, transporteurs, fabrikanten van verpakkingen, enz. De spectaculaire groei van de aardappelverwerkende industrie is dus ook vele andere bedrijven ten goede gekomen.


“Een moderne productielijn heeft een uurcapaciteit van 25 ton aardappelproducten zodat we gigantisch grote volumes verkopen”

Beschrijf de onderneming eens aan de hand van wat cijfers.

Agristo realiseerde vorig jaar in drie vestigingen en met bijna 400 medewerkers een omzet van 242 miljoen euro. De moedervestiging is gelegen in Harelbeke-Hulste. Daarnaast zijn we ook actief in Nazareth nabij Gent, waar we aardappelspecialiteiten zoals diepvrieskroketten en -puree maken. In het Nederlandse Tilburg leggen we ons net zoals in Harelbeke toe op de productie van diepgevroren friet. In totaal maken we van 650.000 à 700.000 ton aardappelen om en bij de 400.000 ton eindproduct. In de wetenschap dat je een kilo friet maakt van twee kilo aardappelen transporteren we liever afgewerkt product. Om de 70 à 80 vrachtwagenritten per dag zo kort mogelijk te houden, worden onze aardappelen geteeld in een straal van 100 kilometer rond elk van de drie productiesites. De verwerking draait 24 uur op 24, en dat bijna het jaar rond. Machines zijn zo duur dat er erg efficiënt gewerkt moet worden.

In hoeverre voelen jullie de Ruslandcrisis?

Het aandeel verwerkt product dat we in Rusland verkopen, is verwaarloosbaar. Bovendien ontsnapt diepvriesfriet aan de Russische handelsboycot. Het staat niet in de lijst van producten die Rusland niet meer binnen mogen. Toch is er behoorlijk wat ongerustheid in de sector omdat men beseft dat die lijst snel kan veranderen. Dat een goede spreiding van de afzet van groot belang is, constateerde de aardappelindustrie eerder al in Zuid-Afrika. Die afzetmarkt viel van de ene op de andere dag weg door hoge importheffingen die ingevoerd werden door de Zuid-Afrikaanse overheid.

 Agristo2_geVILT.jpg

Waar danken de Belgische aardappelproducten in het buitenland hun goede naam aan?

België staat in het buitenland bekend als een heel betrouwbare leverancier met een kwaliteitsvol product. We zijn niet voor niets de grootste exporteur van diepgevroren aardappelproducten wereldwijd. Toch vergeten we soms om onszelf aan te prijzen. Daardoor verkiest men in een aantal landen Amerikaanse of Nederlandse friet of 'French fries'. Wij moeten er in het buitenland dus blijven op hameren dat België de bakermat is van de friet. Onze sectorfederatie, Belgapom, is daar actief mee bezig. Zo zal je binnenkort meer vernemen van het promotieproject 'James Bint'. Aan één zeel trekken in de promotie was ook nodig ook want de aardappelverwerking in de VS pompt veel geld in afzetbevordering in bijvoorbeeld Azië.

“Een huismerk heeft een merkartikel nodig om zich in de kijker te werken”

Hoe komt het dat zo'n grote producent van ingevroren aardappelspecialiteiten als Agristo geen sterk merk in de markt zet?

De marge op een huismerk van een supermarkt is toch erg bescheiden?

Private label betekent op een efficiënte wijze een kwaliteitsvol product fabriceren tegen competitieve prijzen. Agristo, en bij uitbreiding een groot deel van de Belgische aardappelverwerkende industrie, legde zich daar op toe. Dat heeft ons geen windeieren gelegd want de sector kende een spectaculaire groei in ons land en is nu de grootste exporteur van diepgevroren aardappelproducten wereldwijd. Een aardappelverwerker kan niet eenvoudig switchen tussen een merk en een huismerk want het is een visie waar heel je organisatie van doordrongen is. Uiteraard ligt een merkproduct voor een hogere prijs in de winkelrekken, maar een merkenfabrikant heeft kosten die wij niet hebben. Denk dan vooral aan marketing. Wij hoeven niet te investeren in reclame voor ons product want de consument wordt wel gelokt door de merkenfabrikanten. Anderzijds dienen wij meer te differentiëren en meer kosten te maken in de productie want wij kunnen exact de frietjes maken die de klant vraagt. De kleur, lengte of dikte van een friet worden afgestemd op de wensen van de klant.

 friet3_geVILT.jpg

Hoeveel gaat er van een aardappel verloren tijdens het verwerkingsproces. Zijn er nuttige bestemmingen voor dat 'afval'?

Bij friet zijn er, zoals eerder al aangehaald, twee kilo aardappels nodig voor één kilo friet. Voor de oogst kan je niet juist inschatten hoe groot de aardappels zullen zijn zodat we tijdens het seizoen de toelevering moeten bijsturen. Kleine aardappels die ongeschikt zijn voor friet verhuizen dan van de site in Harelbeke naar Nazareth, waar er puree van gemaakt wordt. En de te korte frietjes en schil die je aan elke aardappel hebt, worden gevaloriseerd als veevoeder. Bij andere aardappelspecialiteiten doet de grootte van de aardappel er niet toe en is er bijna geen verlies. Maak je geen abstractie van enkele toevoegingen, dan volstaat één kilo aardappelen voor één kilo puree of kroketten.

Met aardappelen waarvoor op de vrije markt maar een aalmoes wordt betaald, zijn boeren met weinig contractaardappelen dit jaar de klos. Is speculeren op de vrije aardappelmarkt passé?

Een landbouwer die een contract afsluit, speculeert evengoed. Hij gokt erop dat de contractprijs hoger zal zijn dan de aardappelprijs op de vrije markt. Omgekeerd kan je een aardappelverwerker die vrije aardappelen koopt niet betichten van speculatie wanneer van die aardappelen frieten worden gemaakt die eveneens op de vrije markt worden verkocht. In hoofde van

een verwerker is er pas sprake van speculatie als de aan- en verkoopzijde losgekoppeld worden. Dat kan trouwens erg slecht uitdraaien. De verwerker die dit seizoen alle aardappelen op contract kocht, lijdt enorme verliezen op de volumes aardappelproducten die aan de spotprijs verkocht moeten worden. Tijdelijk stockeren biedt dan geen oplossing want je spreekt over zo'n grote volumes dat dat onbetaalbaar is. Wekelijks produceert Agristo een kleine 10.000 paletten met aardappelproducten, die allemaal opgeslagen en gekoeld moeten worden. Hier in Harelbeke is er opslagruimte voor 6.000 paletten. Speculeren met stockniveaus is er dus niet bij.

“De marktprijs houdt geen rekening met onze kostprijs”

aardappel_geVILT.jpg

Aan- en verkoop lijken een behoorlijk complexe materie voor een aardappelverwerker?

Bedrijven die in de aardappelverwerking actief zijn, hanteren een bepaalde aankoopstrategie, zeg maar een verhouding tussen vrije en contractaardappelen. De vraag die er leeft bij telers om contracten af te sluiten, is één van de factoren die daarvoor bepalend is. Contracten zijn ook nodig om te garanderen dat het aardappelareaal voldoende groot is. Een retailer wil immers elke dag van het jaar friet kunnen verkopen. Een firma als Agristo moet zijn aankoopstrategie goed afstemmen op de verkoopstrategie omdat frieten net zoals aardappelen zowel op contract als op de vrije markt verkocht worden. De verkoopprijs van aardappelproducten is afhankelijk van het indekkingsniveau van de verschillende verwerkers. Bij het bepalen van de aankoopstrategie moet met een half oog gekeken worden naar het klantenbestand. Agristo sluit in januari contracten met de aardappeltelers, maar met de Europese retail wordt tussen mei en eind november onderhandeld, meestal over jaarcontracten. In mei heb je nog geen zicht op de aardappelopbrengst zodat de contractprijzen je enige houvast zijn. Onderhandel je in het najaar met de aankopers van grootwarenhuizen, dan is niet alleen je contractpositie van tel maar evenzeer de prijzen op de vrije markt. Voor de export buiten Europa is de vrije markt nog veel belangrijker omdat deals meestal gesloten worden voor een korte periode (b.v. 3 maanden) of voor een aantal containers.

“De aardappelmarkt is de onvoorspelbaarheid zelf”

Moet een verwerker net zoals een teler de extreme prijsvolatiliteit voor lief nemen?

Met een op de lange termijn gerichte aankoopstrategie proberen we de schommelingen in de aardappelprijzen, en dus ook in ons zakencijfer, op te vangen. Anderen zullen misschien meer speculatief tewerk gaan. Draait dat goed uit voor zo'n firma dan kan ze de anderen in de verkoop 'pijn' doen. Meestal wegen de jaren waarin een speculant pech heeft zwaarder. Ik hoor graag iemand verkondigen dat de prijzen zeker zullen aantrekken. Wie claimt dat zeker te weten, kan zijn spaarcenten gebruiken om een puur financiële transactie te doen op de termijnmarkt. Ik vrees dat het je zuur zal opbreken want het verleden leert dat de aardappelmarkt niet logisch in elkaar zit. Bij Agristo opteren we er daarom voor om emotie uit te sluiten in de aan- en verkoopstrategie.

friet_geVILT.jpg

Waarom zijn er in jaren met goedkope vrije aardappelen en duurdere contractaardappelen problemen met verwerkers die hun contract met de teler niet respecteren?

Ik kan alleen voor Agristo spreken. Met de hand op het hart durf ik zeggen dat wij op een zeer correcte manier omgaan met onze aardappeltelers. Een familiebedrijf als het onze denkt aan de lange termijn, bedriegt zijn telers niet en blijft hen trouw wanneer anderen maar wat graag in hun plaats contractaardappelen zouden leveren. Door de groei die ons bedrijf kent, hebben we steeds meer aardappelen nodig. We zouden er niet in slagen om steeds meer contracten af te sluiten als we ons imago tegen zouden hebben. Op lange termijn breekt een slecht imago een bedrijf zuur op want telers gaan dan een 'risicopremie' verrekenen in je aardappelprijs.

“Een aardappelboer laat zich maar één keer bedriegen. En eigenlijk bedriegt een verwerker vooral zichzelf want telers zullen een hogere contractprijs eisen ter compensatie van de slechte reputatie die een bedrijf heeft”

De landbouworganisaties waarschuwen hun leden dit seizoen voor het onterecht afkeuren van aardappelen...

Scheer de hele industrie niet over dezelfde kam vanwege enkele rotte appels, maar werk samen met betrouwbare partijen. Dat is mijn advies aan de boer. Om als aardappelverwerker prat te kunnen gaan op een correct imago, moet je de kwaliteit van een partij aardappelen correct beoordelen. Tijdens bedrijfsbezoeken tonen we telers graag hoe dat er bij Agristo aan toe gaat. Om te beginnen, is anonimiteit hier verzekerd door het feit dat er dagelijks tientallen vrachtwagens met aardappelen toekomen. Onze keurmeesters weten niet van wie een partij aardappelen is, zelfs niet of het nu vrije dan wel contractaardappelen zijn. Daags na de

levering valt de kwaliteitsanalyse door Agristo steevast in de mailbox van de producent. De resultaten zijn gebaseerd op een zeer representatief mengstaal dat is samengesteld uit 30 kleinere staaltjes die genomen zijn tijdens het lossen van de vrachtwagen. De visuele beoordeling kan door eenieder correct uitgevoerd worden want het komt er gewoon op aan om de onvolmaaktheden uit de aardappel te snijden zoals je dat thuis in de keuken zou doen. Indien een lading afgekeurd wordt vanwege kwaliteitsproblemen, dan wordt de teler meteen op de hoogte gebracht en blijft de vrachtwagen hier desnoods staan tot hij langs is geweest. Gelet op het grote aantal vrachtwagens dat dagelijks toekomt, kunnen wij gedoe met afkeuringen missen als kiespijn.

aardappelen_geVILT.jpg

“De aardappelverwerking is geen vragende partij voor spotgoedkope aardappelen. Onze marge is beter wanneer de aardappelen duurder zijn”

Wrijven jullie in je handen nu de vrije aardappelen voor 15 euro per ton aangekocht kunnen worden?

Iedere aardappelverwerker zal kunnen getuigen dat de onderhandelingen met een warenhuisketen niet van een leien dakje lopen bij extreem lage aardappelprijzen. De aankoper van een supermarkt kent de aardappelmarkt ook. Bovendien vergelijkt hij de prijs van diepgevroren aardappelproducten met de prijs van verse aardappelen, hoewel dat een totaal andere markt is. Tijdens de onderhandelingen voel je dan dat ze erg scherpe prijsvoorstellen van ons verwachten terwijl wij een deel van de aardappelen veel duurder op contract hebben ingekocht. Aardappeltelers vertel ik altijd dat een verwerker niet beter wordt van lage aardappelprijzen. De huidige aardappelprijs van 15 euro per ton brengt ons zelfs schade toe want het weegt op onze verkoopprijzen, verkleint onze marges en demotiveert akkerbouwers om aardappels te telen. Er is maar één winnaar bij lage aardappelprijzen: de consument.


VILT vzw


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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra