nieuws

# Grootste groei bij Danone is voor plantaardig segment

nieuws

Bij de voorstelling van de jaarresultaten van het Franse zuivelconcern Danone viel het op hoe goed Alpro presteert. In 2016 nam Danone de producent van sojadrinks over van de West-Vlaamse voedingsgroep Vandemoortele. Sindsdien is Alpro blijven groeien met minstens 10 procent per jaar. De krant De Tijd nuanceert wel het belang van Alpro binnen de multinationale groep Danone, die in 2018 een omzet van 24,7 miljard euro realiseerde. De geschatte jaaromzet van Alpro is ongeveer 670 miljoen euro en dus een klein deel van het groepstotaal.

25 FEBRUARI 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:48

Lees meer over:
voedingsindustrie




Bij de voorstelling van de jaarresultaten van het Franse zuivelconcern Danone viel het op hoe goed Alpro presteert. In 2016 nam Danone de producent van sojadrinks over van de West-Vlaamse voedingsgroep Vandemoortele. Sindsdien is Alpro blijven groeien met minstens 10 procent per jaar. De krant De Tijd nuanceert wel het belang van Alpro binnen de multinationale groep Danone, die in 2018 een omzet van 24,7 miljard euro realiseerde. De geschatte jaaromzet van Alpro is ongeveer 670 miljoen euro en dus een klein deel van het groepstotaal.

Plantaardige producten zijn één van de sterkste groeimotoren van de Franse zuivelspecialist Danone. De Belgische uitvinding was in het jaarrapport van de Franse groep zowat het enige merk dat met tweecijferige omzetgroei kon uitpakken. CEO Emmanuel Faber zegt daarover in zijn speech: “Ik ben trots op de resultaten van 2018. In een heel volatiele omgeving zijn we sterk blijven groeien dankzij de divisies drinkwater, plantaardige producten en gespecialiseerde voedingsproducten (o.a. vrij-van-voeding en babyvoeding).

Danone kreeg in 2018 af te rekenen met een ongewone tegenslag in Marokko. Daar kreeg het bedrijf te maken met een boycot die maakte dat miljoenen mensen producten van de Danone-merken meden. De Marokkaanse bevolking meent dat ze teveel moeten betalen voor producten die basisbehoeften vervullen, en boycotten om die reden ook een merk van water en van benzine.

Waar de Franse multinational nu met minder tevreden moet zijn voor 2018 zouden de verkoopcijfers veel fraaier geoogd hebben zonder de impact van deze boycot. Danone denkt zelf dat het dan 0,6 procent aan volume en 3,6 procent in omzet gewonnen zou hebben. In werkelijkheid is de omzet met 0,7 procent gedaald, ook al vanwege de ongunstige euro-dollarkoers.

Danone zet de komende jaren een dubbele turbo op de Alpro-groei, schrijft De Tijd, en dat slaat op productdiversificatie en geografische expansie. Alpro beperkt zich al lang niet meer tot sojadrankjes en -margarine, maar waaiert uit naar koffiedrankjes, ijs, en drankjes op basis van amandel over kokos tot hazelnoot naar spelt of rijst. De varianten zijn bijna niet meer te overzien. Door

sommige varianten een 'premium'-cachet en een kleine verpakking te geven, krikt Alpro de winstmarges op. Het merk staat vandaag vooral sterk in de Benelux, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Voor de geografische groei is de blik vooral op Oost-Europa gericht.

**Bron:** De Tijd / eigen verslaggeving


## 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

Crafted by Brigada