nieuws

Jules Destrooper gaat smullen van horecamarkt

nieuws

Na Lotus Bakeries werpt ook Jules Destrooper zich op de horecamarkt. Die stap lag nochtans niet voor de hand. "In tegenstelling tot veel andere producenten werken wij enkel met verse boter voor onze wafeltjes en speculaas. Ze worden dus zeer snel ranzig als je ze zomaar in een folie draait", legt gedelegeerd bestuurder Peter Destrooper uit in De Tijd.

4 JUNI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:08

Lees meer over:
voedingsindustrie

Na Lotus Bakeries werpt ook Jules Destrooper zich op de horecamarkt. Die stap lag nochtans niet voor de hand. "In tegenstelling tot veel andere producenten werken wij enkel met verse boter voor onze wafeltjes en speculaas. Ze worden dus zeer snel ranzig als je ze zomaar in een folie draait", legt gedelegeerd bestuurder Peter Destrooper uit in De Tijd.

Het koekje bij de koffie is in ons land bijna vanzelfsprekend. Niemand staat er nog bij stil dat die extra verwennerij vooral een marketingtruc is van de koekjesfabrikanten. Want bestaat er een betere reclame voor je product dan de consument het gewoon te laten proeven? Jules Destrooper investeerde uiteindelijk 650.000 euro in een nieuwe verpakkingslijn die het mogelijk maakt om de horecamarkt te betreden.

De koekjesbakker realiseerde vorig jaar een omzet van 27 miljoen euro en een volume van 7.000 ton. Afgezien van de gevolgen van de grote bedrijfsbrand vier jaar geleden in de fabriek in Lo heeft de groep steeds mooie groeicijfers behaald, met een gemiddelde van ongeveer tien procent per jaar.

"Om die groei te bestendigen, hebben we nieuwe markten nodig zoals de horeca", zegt Destrooper. "Eerst in België. Om de markt open te breken, starten we met een naar onze normen lage prijszetting. We willen snel gaan naar een marktaandeel van drie à

vier procent". Om dat te doen, zal Jules Destrooper terrein moeten inpikken van Lotus Bakeries of verdelers zoals Van Crombruggen (Royal) en Portion Pack (Elite, Cocachoc). Die laatste maken zelf geen koekjes, maar kopen ze aan, verpakken ze en verdelen ze.
"Na België willen we dit jaar ook starten in de ons omringende landen. Het is de bedoeling uiteindelijk naar de horeca te stappen in alle zeventig landen waar we nu al onze koekjes verkopen. Dat moet toch tien à twintig procent groei opleveren", zegt Peter Destrooper, die wel een slag om de arm houdt omdat ook de koekjesmarkt niet gespaard wordt door de crisis.
"En die komt bovenop de problemen die we ervoor hadden met de hoge grondstofprijzen. Dat heeft ook pijn gedaan. In 2008 is de markt met zo'n anderhalve procent gekrompen. Wij houden stand, maar het zal ook voor ons niet mogelijk zijn om dit jaar te groeien", besluit Destrooper.

Bron: De Tijd

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