nieuws

Vandemoortele: “De crisis heeft ons koud gepakt”

nieuws

“Het stond in de sterren geschreven dat we vroeg of laat nog keuzes zouden moeten maken. Maar dat we zo snel moesten kiezen, is het gevolg van de crisis. Die heeft ons koud gepakt”, zegt Jean Vandemoortele, de topman van de gelijknamige voedingsgroep, over de verkoop van de sojadivisie Alpro aan het Amerikaanse Dean Foods.

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

Lees meer over:
voedingsindustrie

“Het stond in de sterren geschreven dat we vroeg of laat nog keuzes zouden moeten maken. Maar dat we zo snel moesten kiezen, is het gevolg van de crisis. Die heeft ons koud gepakt”, zegt Jean Vandemoortele, de topman van de gelijknamige voedingsgroep, over de verkoop van de sojadivisie Alpro aan het Amerikaanse Dean Foods.

Vorig jaar nam Vandemoortele de Franse bakkerijgroep Panavi over. Daarmee kon de voedingsgroep haar marktpositie in Frankrijk versterken en werd ze in Europa één van de grootste spelers in de sector van de diepvriesbakkerijproducten. Maar begin dit jaar bleek dat Vandemoortele zich financieel had vertild aan de overname, want het was verplicht Alpro in de etalage te plaatsen.

Voor de buitenwereld lijkt het de zoveelste drastische desinvestering in tien jaar tijd, schrijft De Tijd. Van een verticaal geïntegreerde onderneming, met activiteiten van zaadpersen tot mayonaises en margarines, en een omzet van ruim 2 miljard euro, is de groep tussen 1998 en 2004 afgeslankt tot een bedrijf met nog slechts drie divisies. Maar nu de zuivelspecialiteiten op basis van soja onder het consumentenmerk Alpro verkocht zijn aan Dean Foods, blijven enkel nog de margarines en vetten en diepvriesbakkerijproducten voor de professionele markt over. Jean Vandemoortele

weigert dit te bestempelen als het failliet van de groeistrategie die vijf jaar geleden werd uitgetekend.
“Ik ga niet akkoord met de term ‘uitverkoop’. De wereld staat niet stil. Een onderneming moet zich constant aanpassen, anders verdwijnt ze vroeg of laat”, zegt Vandemoortele. Hij beseft dat de groep in het begin van de jaren ’90 sterk was uitgebreid, maar hij duidt er ook op dat het bedrijf niet in alle activiteiten even sterk was als haar omvang deed vermoeden.
Zo werd eind de jaren ’90 beslist om de afdeling die zaden perst tot olie af te stoten. “Dat was een wereldbusiness geworden en wij waren te klein om te kunnen volgen. Aanvankelijk werd die beslissing nogal sceptisch onthaald, maar nadien erkende wel iedereen dat het de juiste zet was. We zijn ons steeds verder gaan focussen zodat we drie afdelingen konden uitbouwen tot Europese top”.
Jean Vandemoortele wijst er op dat de voedingsgroep de afgelopen zeven jaar maar liefst zeven overnames heeft gedaan. Dat de laatste er teveel aan was, wil hij niet gezegd hebben. “We konden niet anders. We volgen steeds twee basisprincipes: we moeten een leidende positie hebben in wat we doen en we moeten de ontwikkeling van de markt volgen. Als de markt groeit, moeten wij mee”.
Volgens de topman van Vandemoortele zat de divisie diepvriesbakkerij tussen twee stoelen. “We waren te klein om mee te spelen met de groten en te groot om een nichespeler te zijn. We stonden dus voor de keuze: ofwel eruit stappen, ofwel onze positie versterken. We hebben gekozen voor dat laatste”.
Jean Vandemoortele had graag zowel de sojadivisie als de bakkerijdivisie behouden, maar de crisis heeft daar anders over beslist. “Wellicht zouden we ooit, op lange termijn, wel geconfronteerd worden met onze financiële limieten en hadden we een keuze moeten maken. Maar nu nog niet”.
Drie tegenslagen tegelijkertijd strooiden roet in het eten. Zo daalde de verkoop van croissants en koffiekoeken onverwacht, terwijl Vandemoortele op een stijging had gerekend. Daarnaast doorkruiste de financiële crisis de plannen voor een kapitaalverhoging, een operatie die het bedrijf wou doorvoeren in het kader van de overname van Panavi. Daarnaast waren de banken door hun eigen problemen veel strenger geworden.
“En dus zat er voor ons niets anders op dan Alpro te koop te zetten. Ondanks de ongunstige markt kregen we vrij snel signalen dat we het voor een correcte prijs zouden kunnen verkopen. Dat is uiteindelijk ook gelukt”, zegt Jean Vandemoortele die naar eigen zeggen wel met een beetje spijt in het hart afscheid neemt van Alpro.

Maar het is volgens hem tijd om vooruit te kijken. “We moeten nu voluit gaan voor onze bakkerijproducten en vetten. Met Alpro verliezen we iets, maar we houden toch nog 80 procent van de omzet en 75 procent van de bedrijfskasstroom over. Wat overblijft, zijn ook echte industriële activiteiten en dat zit toch meer in onze genen”.
Niet alleen heeft Vandemoortele Alpro moeten verkopen, het familiebedrijf heeft ook het kapitaal moeten openen voor de investeringsmaatschappij Gimv. “Dat is voor ons nooit een taboe geweest. We hebben altijd gezegd dat we openstonden voor derde partijen of zelfs een beursgang. Maar 75 procent van het kapitaal is nog steeds in handen van de familie dus blijven we nog een echt familiebedrijf”.

Bron: De Tijd

Beeld: Trends

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