



25 ans

PERSBERICHT

LUTOSA viert haar 25-jarig bestaan. Het bedrijf is inmiddels één van de Europese marktleiders geworden op het vlak van de productie van voedingsmiddelen op basis van aardappelen. LUTOSA opent nu ook een productielijn die behoort tot de meest vooruitstrevende in Europa. Verder consolideert het bedrijf zijn wereldexpansie door nieuwe filialen te openen in Brazilië, China en Rusland.

Een familiegeschiedenis... een passie... een missie

Van eenvoudige groothandelaar in de jaren '20 evolueerde Lutosa in 4 generaties naar een toonaangevend bedrijf met internationale uitstraling. De familie Van den Broeke bouwde haar succes op één overtuiging: kwaliteit, vertrouwen en know-how.

Zo schakelde LUTOSA over van de aardappelhandel naar het aanplanten en oogsten en tenslotte ook de verwerking. Met haar ervaring beheerst LUTOSA inmiddels de hele productieketen van a tot z, vandaar de opmerkelijke groei van deze parel van de Belgische voedingsmiddelenindustrie.

Sinds 1978 is de familiale groep actief in de industriële verwerking. In dat jaar wordt namelijk in Leuze (Latijnse naam: LUTOSA) een productiebedrijfje van frieten en van aardappelvlokken overgenomen. Tien jaar later (1988) volgt de overname van de productie-eenheid PRIMEUR in St.-Eloois-Vijve (Waregem). Opnieuw tien jaar later, in 1998, wordt de firma VANELO opgericht op dezelfde site als PRIMEUR.

Guy & Luc Van den Broeke runnen anno 2003 een hoogtechnologisch industrieel bedrijf met 610 werknemers, verspreid over 2 sites van een totale oppervlakte van 31 ha. Nog altijd is er dezelfde bewogenheid en bedrijfsfilosofie. LUTOSA wil zichzelf voortdurend verbeteren, innoveren, differentiëren, en zich richten op kwaliteitsproducten met respect voor de familiale traditie en ethisch ondernemen.

Nieuwe doelstellingen voor dit millennium

In 2000 besluit de directie tot een nieuw groeiplan. De opzet is: 50% méérverkoop realiseren in de periode 2001-2005. Op die manier kan Lutosa inspelen op de specifieke smaak van verschillende markten. Het bedrijf kan zich zo voldoende flexibel aanpassen aan de – steeds wisselende - smaak- en kwaliteitsnormen van zijn klanten wereldwijd. Het groeiplan voorziet in 3 stappen: een belangrijke uitbreiding van het productengamma, de verovering van nieuwe markten wereldwijd en een belangrijke investering van 37 miljoen euro in 2001 in een nieuwe productlijn dat het bedrijf een plaats bij 's werelds 10 belangrijkste aardappelverwerkers moet opleveren.

Deze nieuwe productielijn, die voldoet aan de hoge eisen inzake technologie, hygiëne en voedselveiligheid, maakt het mogelijk om het aanbod te verbreden naar producten omhuld met zetmeel (onzichtbaar omhulsel of clear coating) of met kruiden (van het type Country Wedges: aardappelpartjes waarvan de schil geïmpregneerd is met een look- en kruidenbereiding). Ook frieten voor diverse fast food toepassingen horen voortaan bij het assortiment.

Veel méér dan frieten: een gamma van meer dan 60 producten

Met haar ruime assortiment, dat voortdurend evolueert, wil LUTOSA tegemoetkomen aan de verwachtingen van de veeleisende consument van vandaag. De groep Van den Broeke – LUTOSA onderscheidt zich van de concurrentie door een dynamisch innovatiebeleid. Het assortiment omvat momenteel 3 productcategorieën: diepgevroren frieten en specialiteiten (verschillende maanden te bewaren in de diepvries), gekoelde voorgebakken frieten (verpakt onder beschermde atmosfeer en 21 dagen lang te bewaren in de koelkast) en aardappelvlokken (verschillende maanden te bewaren op kamertemperatuur).

LUTOSA presenteert 14 soorten friet, 12 soorten gesneden aardappel, 18 specialiteiten op basis van aardappelpuree, 6 soorten rösti, 3 types tortilla, 4 aardappelgratins en 6 soorten aardappelpuree. Er zijn klassiekers zoals bijvoorbeeld de Belgische friet, maar ook originele recepten zoals de Duchesse aardappeltjes met 3 groenten of 'haute cuisine' purees van de hand van sterrenchef Joël Robuchon. Ook ethische producten uit de wereldkeuken zijn vertegenwoordigd met ondermeer de Amerikaanse hash brown, Zwitserse rösti, Spaanse tortilla, Mexicaanse spicy wedges of ludieke figuurtjes voor kinderen. LUTOSA is zonder twijfel een voorloper in onderzoek en ontwikkeling. Vertrekkend vanuit de aardappel, speelt het bedrijf op creatieve wijze in op de smaakontwikkeling en de culinaire culturen over de hele wereld.

In 2000 lanceert LUTOSA ondermeer een gamma BIO frieten en BIO specialiteiten op basis van aardappelen uit de biologische landbouw. Dit assortiment bevestigt meteen ook het engagement van het bedrijf naar het leefmilieu.

LUTOSA exporteert wereldwijd Belgische knowhow

Conform aan het groeiplan mikt LUTOSA op een wereldclëenteel. Vandaag gaat 85% van de uitvoer naar 45 landen. Reeds in '86 ontving het bedrijf de Oscar voor de export.

LUTOSA commercialiseert haar producten via eigen filialen, verspreid over verschillende continenten. Dat geldt bijvoorbeeld voor Frankrijk, Engeland, Spanje, Duitsland, maar ook Brazilië (draaischijf voor Latijns-Amerika) en sinds kort China (draaischijf voor Azië). Binnen enkele weken opent LUTOSA een filiaal in Rusland (Moskou). Verder worden de producten via agenten en verdelers verkocht in de Verenigde Staten, Canada en Japan.

Een markt veroveren vergt een grondige voorbereiding. LUTOSA is tenslotte aanwezig in alle marktsegmenten: de retail (via de hyper- en supermarkten), de catering of food service, maar ook de fast food en de industrie (als leverancier van voedingsingrediënten of ingrediënten voor bereide gerechten), zonder de luchtvaartcatering te vergeten.



Kwaliteit en hygiëne... niets wordt aan het toeval overgelaten

LUTOSA stelt alles in het werk voor een feilloze kwaliteit en hygiëne op de werkvloer. Inzake kwaliteit gaat het bedrijf prat op een ISO 9001-certificaat voor haar 3 productie-eenheden. Dit betekent dat niet-conforme praktijken worden geweerd en dat de werking van het bedrijf tot in het kleinste detail voortdurend wordt verbeterd. In dat verband doet LUTOSA een beroep op het integrale kwaliteitssysteem "Toegepaste Kwaliteit". Elke medewerker wordt systematisch betrokken bij het kwaliteitsbeheer, wanneer hij in zijn werk een mogelijkheid ziet om de kwaliteit te verbeteren. Verder past LUTOSA Topomanagement toe. Dit is integrale kwaliteitszorg inzake gereedschap, machines en de installaties. De operators nemen daarbij een deel van het onderhoud van hun uitrusting voor zich om zo het productiesysteem efficiënter en betrouwbaarder te maken. LUTOSA beschikt ook over eigen laboratoria waar de productie voortdurend wordt getest. Het laboratorium in Leuze is gecertificeerd door BELTEST, wat voor zeer weinig voedingsbedrijven geldt.

Op het vlak van hygiëne past LUTOSA de HACCP-methode toe, waarbij het risico op contaminatie van de producten wordt voorkomen door een gedetailleerde, bestendige analyse van de verschillende productiefasen. Nog inzake hygiëne ontving het bedrijf het hooggewaardeerde EFSIS-certificaat (European Food & Safety Inspection Service) als bewijs van het optimale kwaliteitsniveau van zowel productie als verpakking.

LUTOSA, een bedrijf met de "m" van milieu

Milieubescherming en duurzame ontwikkeling staan hoog in het vaandel bij LUTOSA. Op dat vlak werd er aanzienlijk geïnvesteerd. Het beleid is gericht op: het beperken van de afvalproductie, de optimalisering van de kwaliteit van het afvalwater en het rationele energieverbruik.

Elke productievestiging heeft een eigen afvalwaterzuiveringsstation en er is recuperatie van zetmeel als grondstof voor de papiernijverheid. Het methaangas dat bij de productie vrijkomt, wordt hergebruikt als energiebron. In 2002 installeerde LUTOSA in Leuze, in samenwerking met Electrabel, de grootste installatie voor cogeneratie van groene elektriciteit, warmte en stoom d.m.v. biogassen gegenereerd uit de anaërobe zuivering.

Onder toezicht van een milieucoördinator, waakt de milieucoördinator van beide vestigingen over de selectieve afvalinzameling, de bescherming van natuur en natuurlijke hulpbronnen.

"De kwaliteit staat of valt met het respect voor de deontologische code van de voedingsindustrie," stelt Mr Guy Van den Broeke. Hij werkte actief mee aan de oprichting van de Waalse voedingsorganisatie AGROVAL. LUTOSA neemt er, samen met andere actoren uit de keten, deel aan projecten in verschillende domeinen zoals onderzoek naar het valoriseren van bijproducten. En in het kader van het programma AGROFOOD VALLEY voert LUTOSA onderzoek naar plantaardige biopolymeren.



Winnen met tevreden klanten en medewerkers

LUTOSA wil haar klanten tevreden stellen door een strikt kwaliteitsbeheer op het vlak van producten en diensten: "elke klant beleveren, altijd en op het juiste moment". Dat is het uitgangspunt voor de enorme investeringen in logistiek waardoor het mogelijk wordt om circa 56.000 pallets op te slaan in 10 koelcellen (waarvan één met volledig geautomatiseerd voorraadbeheer voor de opslag van 20.000 pallets op 12 verdiepingen bij -25°C).

Maar de groep mikt ook op tevreden medewerkers. Ondanks de grote schaal en de groei van de onderneming, blijven het behoud van het familiale karakter, de teamgeest en de algemene motivatie een hoofdzorg voor de directie. De professionele ambities waarmaken, investeren in veiligheid, waken over de integratie van het personeel en de toegang verzekeren tot opleiding, een optimaal werkkader creëren met goede arbeidsomstandigheden..., dit alles hoort bij een bedrijf waarvoor de menselijke schaal een kernwaarde is.

Tenslotte is er de hechte samenwerking met de landbouwers die zich ertoe verbinden om met zorg "bintje" aardappelen te telen. "De kwaliteit van de grondstof bepaalt de kwaliteit van het eindproduct," stelt Mr Luc Van den Broeke.

LUTOSA wil schitteren in alle facetten van de bedrijfsvoering. Optimaal presteren op elk terrein, dát is de bedrijfscultuur.

De spectaculaire resultaten hoeven niet te verbazen. Het zakencijfer groeit jaarlijks met ongeveer 10%. Ook het investeringsprogramma en het aantal werknemers groeit aanzienlijk. Door hun expertise en inzet wordt het merk LUTOSA wereldwijd hét symbool voor Belgische verfijning en kwaliteit in voeding.

De communicatiestrategie, gelanceerd in België in 2002 met een TV-spot en een abribus-campagne, met de slogan "Lutosa, Schatjes van Patatjes" zal de komende jaren verder gezet worden.

CONTACT

Françoise Saint-Ghislain, Product and Communication manager
Zone Industrielle du Vieux Pont 5 B-7900 LEUZE-EN-HAINAUT
Tel.: 069/66 83 18 – 77 - Fax: 069/66 83 06
francoise.saint-ghislain@lutosa.com of marketing@lutosa.com
www.lutosa.com

