

# Olympia richt zich op nichemarkten

Tekst en beeld: Jef Verhaeren

**“De dag dat we ophouden te verbeteren, zijn we reeds gestopt met goed te zijn”, zegt ons gedelegeerd bestuurder Luc Van Impe van het private zuivelbedrijf Olympia te Herfelingen. Dit typeert het Brabants familiebedrijf dat goed stand houdt tussen de grote private en coöperatieve zuivelbedrijven.**



Olympia beschikt in Herfelingen over gloednieuwe bedrijfsgebouwen onder meer voor haar versafdeling.

Daarvoor richt het zich op nichemarkten en innoveert in zuivelproducten met iets meer, zoals desserts, lactosevrije boter en andere specialiteiten, maar ook in melk in glazen flessen. Olympia produceert onder eigen merk en voor private label. Het heeft nog bedrijven in haar portefeuille, zoals BHA en Vitalac en activiteiten in Italië en is partner in het melkopaalbedrijf Danone Hombourg Récolte (DHR).

## Derde generatie

Frans Van Impe kocht in 1946 in Herfelingen een boterfabriek, de NV Saica, oorspronkelijk een socialistische zuivelcoöperatie. Voordien had hij een zuivelhandel in Dendermonde en dacht er even aan in Gent een textiel fabriek over te nemen. Hij bleef echter in de zuivel en in Herfelingen lag hij aan de basis van een groeiverhaal. Aanvankelijk was het niet gemakkelijk bij de boeren in de omgeving melk op te halen voor de boterproductie maar Frans Van Impe zette door, samen met zijn zoon Kamiel, die vanaf het begin meewerkte in het bedrijf en dus de overnames meebeleefde van verschillende melkerijen zoals die van Vollezele, Oetingen en Gaasbeek.

Kamiel had in 1950 het stuur overgenomen en Saica werd de ‘Zuivelfabriek van Herfelingen’. Hij zette het groeiverhaal voort, later samen met zijn zonen Luc en Marc. In 1991 werd de ‘Zuivelfabriek van Herfelingen’ Olympia, dat toen reeds 100 miljoen liter melk verwerkte. Dat jaar begonnen ze aan de bouw van een volledig nieuwe fabriek, die zelf PE-flessen produceert voor UHT-melk en –room. Grote internationale zuivelgroepen, zoals Lactalis, Friesland en Danone werden daardoor klant van Olympia. In 1996 werd BHA (Beurrerie de Herve Aubel) in Welkenraedt overgenomen, dat vooral poeder maakte. In 2008 werd deze site gesloten en BHA blijft tot op vandaag nog actief als handelsbedrijf in zuivelproducten, vooral mengsels op basis van melkpoeder. In Herfelingen werd in 2008 een nieuwe toren voor ingedampde melk (tot 35 procent droge stof) gebouwd. Intussen was

in 2003 reeds een gloednieuwe dessertafdeling opgericht, die echter in 2012 afbrandde. Er kwam een volledig nieuwe dessertafdeling, die in 2014 in gebruik werd genomen. Sinds 1998 heeft Olympia, in joint venture met Danone, ook het melkopaalbedrijf Danone Hombourg Récolte (DHR) in handen. Luc en Marc Van Impe hebben het groeiscenario verdergezet met de overname van Supefra (desserten) in Tienen en Vitalac (Veltem-Beisem), bekend van onder meer Chocovit. En intussen zijn ze ook in Italië actief met vloeibare ijsmixen en milkshakes. “Deze activiteiten zitten echter nog in een experimentele fase”, zegt Luc Van Impe.

## Onder de mantel van Pajot Dairy Group

Luc en Marc Van Impe groepeerden alle activiteiten samen in de familieholding Pajot Dairy Group, waarvan ze beide gedelegeerd bestuurder zijn. Marc houdt zich vooral bezig met de verkoop aan de grootwarenhuisketens en Luc neemt vooral de industriële klanten voor zijn rekening. Herfelingen ligt in het Pajottenland en dat is verankerd in de naam van de holding. Olympia is in feite een merknaam. Onder de mantel van Pajot Dairy zitten, naast de Olympia-producties, nog een aantal andere activiteiten.

Olympia zelf produceert onder eigen merk Olympia en in private label melk in glazen en PE-flessen, verse en langhoudbare room, zure boter, ijsbereidingen, vullingen en desserts. “Melk in glazen flessen zijn wij blijven produceren sinds de overname van Meka Vollezele”, zegt Luc Van Impe. Olympia maakt dus ook verse producten volgens lastenboeken van grote industriële afnemers zoals Danone, Campina en Lactalis en desserts voor de detailhandel. Olympia produceert zo’n 13.000 ton room, 2.500 ton boter, 13.000 ton gesteriliseerde melk en 8.000 ton desserts. Van de 50.000 ton afgeroomde melk, die overblijft wordt 30.000 ton doorverkocht aan industriële klanten in België en wordt 20.000 ton in Herfelingen geconcentreerd voor verre export, onder meer naar Griekenland, waar er kaas en yoghurt-



Vandaag haalt Olympia zelf nog 75 miljoen liter melk op bij 220 melkveehouders.



“De dag dat we ophouden te verbeteren, zijn we reeds gestopt met goed te zijn”, zegt Luc Van Impe van Olympia.



Olympia is bekend voor zijn desserts, zowel onder eigen merk als in private label.

producten mee worden gemaakt. Voor haar valorisaties moet Olympia ook bijkomend 5.000 ton room per jaar aankopen. Bijna elke grootwarenhuis-keten in België doet een beroep op Olympia voor één of meerdere verse producten. BHA maakt en verhandelt melkpoederproducten, ingrediënten voor de voedingsindustrie, bakkerijproducten, allerlei sauzen, poeder- en talloze andere functionele mengsels, geëvaporeerde melk en melkver-

vangers. Supefra verhandelt maaltijdcomponenten en vullingen voor de bakkerijsector. Vitalac produceert melk en melkdrinks in wegwerpglas en het befaamde Chocovit, een gevitamineerde chocomelkgamma met een sportief imago. Olympia Italia verdeelt Olympia-producten in Italië en Gelatarium maakt vloeibare ijsmengsels en express-ijs van de kraan. “Het is een experiment dat we hebben opgestart in Luca in Toscane”, zegt Luc Van Impe. “We willen voelen hoe de consument reageert. Het ziet er vrij goed uit want we denken ook al aan een shop in Firenze.”

DHR (Danone Hombourg Récolte) is een beetje een buitenbeentje in de Pajot Dairy Group. Het is een melkopaalvennootschap in joint venture met Danone. Het haalt de melk op voor Danone Rotselaar en sporadisch komt er ook nog melk naar Herfelingen. Pajot Dairy Group staat in voor het management en de administratie van DHR.

Met 167 medewerkers realiseert de groep een omzet van 72 miljoen euro. Daarvan wordt 36 procent gerealiseerd in UHT, 31 procent in industriële producten, 13 procent in desserts, 10 procent in gesteriliseerde producten en 10 procent in boter. De export is goed voor 30 procent van de omzet. Olympia haalde in 2015 zelf en via DHR nog 105 miljoen liter melk op bij 348 melkveehouders. Zoals we in juni 2016 hebben gemeld, heeft Olympia in 2016 de melkophaling generationaliseerd. Bij een 80-tal melkveehouders, vooral de meest verafgelegen in Henegouwen, werd de melkophaling stopgezet. De meeste van deze melkveehouders zijn in overleg door de coöperatie Laiterie des Ardennes (LDA) overgenomen, dat in het Henegouwse Baudour een

nieuwe voorbehandelingsfabriek bouwt om melk te concentreren. Vandaag haalt Olympia zelf nog 75 miljoen liter melk op bij 220 melkveehouders, vooral in Vlaams- en Waals-Brabant, Oost-Vlaanderen, Henegouwen en Namen.

### **Bedrijfsfilosofie**

Olympia is nog één van de weinige familiale zuivelbedrijven in ons land. Tussen de groterwordende internationale zuivelgroepen heeft het bedrijf een eigen plaats veroverd op de zuivelmarkt met lekkere, hoogwaardige en functionele kwaliteitsproducten. “Wij dragen kwaliteit en voedselveiligheid hoog in het vaandel”, zegt Luc Van Impe. “Daarom is elke stap in de productie beschreven en zijn de risico’s in kaart gebracht volgens het HACCP-principe. Het eigen labo voert dagelijks analyses uit op zowel grondstoffen, half afgewerkte producten en eindproducten. De kwaliteitsdienst zorgt ervoor dat alle documenten up to date blijven en waakt erover dat het kwaliteitssysteem voortdurend verbeterd wordt.

Deze inspanningen worden bevestigd door het behalen van verschillende certificaten zoals IFS, ISO en ACS.”

Als relatief klein familiaal bedrijf kan Olympia uiteraard flexibel inspelen op trends en niches. Daarmee kan het ook, binnen haar eigen specialisaties, soepel ingaan op de vraag van grote internationale zuivelgroepen en grootwarenhuisketens om voor hen meerwaardeproducten te maken. Het bedrijf is dan ook alert om in te spelen op de evoluties op de zuivelmarkt, zoals dat met de rationalisatie van 2016 ook is gebleken. “Innovatie speelt hierbij een belangrijke rol”, benadrukt Luc Van Impe. “Zo zijn we onlangs begonnen met lactosevrije boter en plantaardige mengsels. Wij zoeken naar zuivelgerelateerde producten, die niet alleen zuivel bevatten. Het komt erop aan meerwaarde te creëren en te groeien. Zoveel mogelijk steken wij onze winst in innovatie. De dag dat we ophouden te verbeteren, zijn we reeds gestopt met goed te zijn”, besluit Luc Van Impe. ←