

# 'Verdere groei in private label'

Tekst: Jacqueline Wijbenga  
Foto's: Lypack

*Babyvoeding wordt onder strenge hygiënische omstandigheden verpakt in blik of sachet. De verpakkinglijnen staan in een cleanroom.*

- ▶▶▶ De Nederlandse babyvoedingproducent Lypack, onderdeel van de Hyproca Dairy Group, komt deels in Chinese handen. Het bedrijf Ausnutria krijgt op termijn 51 procent van de aandelen van de Hyproca Dairy Group. "De Chinese connectie biedt ons mogelijkheden om wereldwijd verder te groeien in private label", aldus directeur Gerrit Bijlsma van Lypack.



Lypack deels in Chinese handen



De producten in blik zijn tot twee jaar houdbaar.



De bigbag losinstallatie.

Op een industrieterrein aan de rand van Leeuwarden wordt jaarlijks zo'n 12.000 ton babyvoeding geproduceerd. Aan de buitenkant doet niets vermoeden dat binnen de muren hoogwaardige technologie wordt toegepast om te voldoen aan de strenge voorwaarden die gelden voor hygiënische productie van een kwetsbaar product als babyvoeding. Een sobere voorgevel van het kantoorgebouw en een grijze fabriekstoren verbloemen de activiteiten van Lypack, producent van babyvoeding onder private label. "Inderdaad, onze aandacht is de afgelopen jaren vooral gericht geweest op wat zich hier binnen deze muren afspeelt", vertelt directeur Gerrit Bijlsma. "Daar moet alles optimaal functioneren in het belang van onze afnemers. De buitenkant is daar ondergeschikt aan gemaakt. Maar daarin komt verandering. Tot nu toe hebben we vooral intern orde op zaken gesteld, met een duidelijke strategie ten aanzien van omzetgroei, kwaliteitsbewustzijn en kostprijsverlaging. De aandacht was minder gericht op het proactief vermarkten van ons bedrijf en onze naam, maar dat pakken we de komende periode zeker op."

### Wereldwijd

Ondanks de relatief geringe bedrijfsprofilering slaagt het bedrijf erin wereldwijd een sterke omzetgroei van ruim 30 procent per jaar te realiseren. "We doen veel voor klanten waar we een langdurige relatie mee hebben, maar via bijvoorbeeld internet weten nieuwe relaties uit alle werelddelen

ons te vinden." De private label babyvoeding gaat veel naar Azië, maar ook Zuid-Amerika, het Midden-Oosten en zelfs Afrika zijn belangrijke afzetregio's. De belangstelling voor in Nederland geproduceerde babyvoeding is groot, weet Ids Jorna van Hyproca Dairy Group (zie kader), waarvan Lypack onderdeel is. "De Chinezen zijn een aantal jaren geleden geconfronteerd met melamine in babyvoeding. En nog steeds worden er vervuilde producten gevonden. Vandaar dat verschillende bedrijven zoeken naar andere leveranciers", legt Jorna uit. In hun verkenning van de markt kwam het jonge Chinese bedrijf Ausnutria onder andere uit in Nederland. "Ze zijn al actief in Australië, omdat ze al snel inzagen

dat risicospreiding in deze markt belangrijk is. Maar ook daarmee bleek de productie niet veilig gesteld, want in Australië zijn ze de afgelopen jaren geconfronteerd met droogte en dus lagere melkproductie." De eigenaren van Ausnutria richtten hun pijlen vervolgens op Europa als productiegebied voor babyvoeding. "Nederland springt er hier uit als het gaat om kwaliteit. Hier worden superpremium producten vervaardigd", aldus Jorna. Uiteindelijk werd een overeenkomst gesloten met de Hyproca Dairy Group. "Een belangrijk pluspunt van ons bedrijf is de rijke historie. De kennis en ervaring die wij in de loop van de tijd hebben opgebouwd, stralen vertrouwen uit in onze producten en productie", stelt Bijlsma.

### Hyproca Dairy Group

Babyvoedingproducent Lypack in Leeuwarden is onderdeel van de Hyproca Dairy Group. Tot deze groep behoren ook Hyproca Dairy (boter en melkpoeder), de HB Food Group (producten op basis van geitenmelk) en sinds kort ook Hyproca Lyempf (halffabricaten ten behoeve van babyvoeding). "Dit bedrijf is hofleverancier van de halffabricaten die we bij Lypack verwerken", vertelt Ids Jorna van de Hyproca Dairy Group (samen met Ausnutria aandeelhouder van de Hyproca Dairy Group). De groep kocht Lyempf uit een faillissement. "Met de overname hebben we de keten volledig in eigen hand. We hebben alleen geen eigen melkveehouders in onze keten. We kopen de melk van leverancierscoöperaties en andere melkverwerkende fabrieken."

In maart 2011 tekende het Chinese Ausnutria een contract met de Hyproca Dairy Group voor de overname van 51 procent van de aandelen. Volgens Jorna biedt deze samenwerking voor beide partijen unieke mogelijkheden. "De Chinezen verzekeren zich van een gegarandeerd veilig product van hoogwaardige kwaliteit. Voor ons biedt de samenwerking mogelijkheden de Chinese markt nog beter te bedienen met onze producten."





### Private label

Lypack produceert uitsluitend private label babyvoeding. In Leeuwarden beschikt het bedrijf over een droge mengrij en een verpakkingslijn. Daarop worden alleen consumentenverpakkingen vervaardigd, die variëren in grootte van 25 gram tot 2,5 kilo. Zowel in blik als in sachet is mogelijk. De producten in blik zijn tot twee jaar houdbaar, de voeding in sachet is gegarandeerd anderhalf jaar bruikbaar.

Hoewel de diverse private label klanten hun product graag onderscheidend van de concurrent in de markt willen zetten, zijn de mogelijkheden daartoe beperkt. "De regelgeving rondom een kwetsbaar product zoals babyvoeding is heel strikt", aldus Jorna. Zo is duidelijk omschreven wat er wel en niet qua afbeelding op een verpakking mag. "Een afbeelding van een baby op het blik is verboden", weet Bijlsma. Ook een voedingsclaim is lastig als het gaat om babyvoeding. "De samenstelling van babyvoeding is vastomlijnd, onderscheidende formuleringen zijn nauwelijks mogelijk", vult Jorna aan.

De naleving van de Europese regelgeving wordt nauwlettend in de gaten gehouden door het Centraal orgaan voor Kwaliteitsaangelegenheden in de Zuivel (COKZ). "Wel zijn er per continent variaties mogelijk, maar ook dan geldt dat dit door het COKZ moet zijn geautoriseerd." Zo kan het ge-

beuren dat in Chinese babyvoeding andere ingrediënten zijn verwerkt dan in het Europese product. "Als de betreffende stof een in China geautoriseerd en geregistreerd product is, dan mogen wij het verwerken, mits we beschikken over een aparte verklaring hiervoor van het COKZ."

### Focus

De Friese babyvoedingproducent is al actief op de Chinese markt, maar de relatie met de nieuwe aandeelhouder Ausnutria vergroot de mogelijkheden in Azië, denkt Bijlsma. "De focus zal hoe dan ook op de groei van de private label markt liggen, zowel in China als in andere markten. Doordat er meer geld in de organisatie zit, hebben we veel groeipotentie."

De faciliteiten in Leeuwarden bieden daarvoor voldoende ruimte, verzekert de directeur. Momenteel wordt gewerkt in twee ploegen, vijf dagen per week. "Vanaf deze maand gaan we over op een drie ploegenstelsel."

Er liggen al plannen klaar voor verdere ontwikkeling van het bedrijf. "We hebben ruimte voor meer ploegen, maar ook uitbreiding van de fabriek is niet uitgesloten. Daarvoor zijn hier nog voldoende mogelijkheden. We zijn zeker nog niet klaar met het vernieuwingsproces dat in 2007 is ingezet." ◀◀

### Historie Lypack

Lypack werd in 1912 opgericht door Jan-Evert Scholten onder de naam Lijempf (Leeuwarder IJs en Melk Producten Fabriek). Twee jaar later werd het eerste melkpoeder geproduceerd en in 1938 voor het eerst zuigelingenvoeding. De export daarvan kwam vanaf 1953 op gang.

In 1973 werd Lijempf overgenomen door Royal Wessanen. Het bedrijf richtte zich op export onder de Bebelac-merknaam. Eind jaren zeventig werd besloten tot de bouw van een nieuwe fabriek, waar de productie ook nu nog plaatsvindt. In 1989 werd de bedrijfsnaam Lyempf. De onderneming werd in 1993 onderdeel van Nutricia; vier jaar later volgde een management buy-out en werd het bedrijf omgedoopt tot Lypack. In 1999 volgde de overname door Hyproca Dairy Group.



Bigbags worden in de mengrij in een silo gestort.

