



‘Onze vestigingen worden via schip bevoorraad, er komt geen vrachtwagen aan te pas’

## Nichespeler in zeezout

Het West-Vlaamse familiebedrijf Zoutman verscheept jaarlijks zo’n 300.000 ton zout naar alle uithoeken van de wereld. Best bijzonder voor één van de goedkoopste grondstoffen die er zijn. Het gaat om de toegevoegde waarde die we creëren, legt COO Bert Lamote uit.

In 1997 namen de broers Bart en Peter Sobry een klein zouthandelsbedrijfje over, met één medewerker. Ze vormden het om tot Zoutman, dat zich richt op de productie en verwerking van verschillende toepassingen van zeezout. Bert Lamote is sinds drie jaar verantwoordelijk voor het dagelijks bestuur: 'Er bestaan niet minder dan 14.000 toepassingen voor zout. Onze grootste groeipool is voedingszout, zowel voor de industrie als voor de consument, met ons eigen merk Marsel. Daarnaast is er zout voor vaatwassers, zwembaden en waterontharders, wegzout en zout dat voor diverse toepassingen in de landbouw, veeteelt en industrie wordt gebruikt. Het zout dat we hier in onze productievestigingen in Roeselare en Gent Zeehaven verwerken wordt aangevoerd uit verschillende gebieden overzee. Het gaat om een honderd procent natuurlijk product dat verkregen wordt uit zeewater door uitkristallisatie onder invloed van zon en wind.'

De zoutmarkt neemt toe met amper één à twee procent per jaar en toch slaagt Zoutman erin om minimaal tien procent per jaar te groeien, zegt Lamote. 'De voorbije twintig jaar hebben we enorm geïnvesteerd in infrastructuur en zijn we uitgegroeid tot de belangrijkste speler op de Belgische markt. Maar onze grootste groeiemarkt ligt in het buitenland, al zijn we internationaal nog steeds zeer klein. We voeren uit naar meer dan zestig landen: van de VS en Canada tot het Midden-Oosten en Azië. Dat is

opmerkelijk voor een goedkoop product waarbij het transport één van de grootste kostenposten uitmaakt. We onderscheiden ons door de hoogkwalitatieve nicheproducten die we aanbieden, en die niet noodzakelijk duurder zijn. Daarbij mikken we vooral op de voedingssector. Zo richten we ons voor de markt in Azië en het Midden-Oosten bijvoorbeeld op voedingszout zonder additieven. Een land als China is bijzonder moeilijk binnen te dringen, maar biedt ontzettend veel potentieel.' Ook het duurzaamheidsaspect is belangrijk bij het veroveren van de internationale markt, beseft Lamote: 'De ontginning van zeezout is quasi neutraal wat de uitstoot van CO2 betreft, en onze fabriek is de meest moderne ter wereld in onze niche. Het transport gebeurt met schepen die zo energiezuinig mogelijk zijn, en we verscheppen 70 miljoen kilogram per keer. Zo blijft de uitstoot per ton heel beperkt. Onze beide vestigingen worden via schip bevoorraad, er komt geen vrachtwagen aan te pas. Bovendien zijn onze vestigingen zelfvoorzienend wat energie betreft én we beschikken over een nullozerstatuut.' Inmiddels draait Zoutman een omzet van zo’n 36 miljoen euro. 'Dat kan van jaar tot jaar wat schommelen onder invloed van de winterse weersomstandigheden want die bepalen uiteraard de vraag naar wegzout.' De meer dan honderd medewerkers zitten verdeeld over Roeselare, waar naast het hoofdkantoor ook de productieafdeling voor voedingszout en de logistieke afdeling gevestigd zijn, en Gent Zeehaven: 'Daar gebeurt de productie van technische zouten en beschikken we over één van de grootste overdekte opslagcapaciteiten voor zout in Europa.' Naast het verder uitbouwen van een internationale groeistrategie vormt het vinden van gekwalificeerde medewerkers in de hoogcompetitieve Zuid-Westvlaamse regio een uitdaging, zegt Lamote. 'Daarom zetten we sterk in op een doortastend personeelsbeleid. Daarnaast doen we ons best om de persoonlijke sfeer van een familiebedrijf behouden, een no-nonsense werkomgeving waar je letterlijk iedereen kan aanspreken als je een goed idee hebt.'