



Matthieu Soubry (54)

studeerde handelswetenschappen en deed een MBA in Chicago. Samen met zijn broer Michel (58) runt hij het familiebedrijf.

100 jaar pasta van Soubry

De gemiddelde Belg eet ongeveer vijf kilogram pasta per jaar. Daar is Soubry voor een groot deel voor verantwoordelijk. Honderd jaar geleden waagde Joseph Soubry, grondlegger van het bedrijf, een gokje. Hij besloot iets te produceren waar Belgen nauwelijks voeling mee hadden: pasta. Een eeuw later blijkt dat nog steeds een goede keuze, want vandaag is Soubry marktleider in de Benelux.

We komen aan in Roeselare voor een gesprek met Matthieu Soubry (54). Samen met zijn broer Michel Soubry (58) is hij de derde generatie die het familiebedrijf leidt. “Tijdens de Eerste Wereldoorlog moest onze grootvader zijn bedrijf in cichorei en lijnzaadolie ontvluchten. Dat was toen nog gelegen in Moorslede. Na de oorlog vond hij het helemaal platgebombardeerd terug. Hij merkte op dat cichorei niet lang meer zou bestaan en besloot zich te richten op pasta. Een gewaagde keuze, want in die tijd werd er alleen macaroni gegeten met ham en kaas en vermicelli in de soep.”

Gekleurde prenten

Al honderd jaar geleden gaf Joseph Soubry de richting aan die het bedrijf tot op vandaag zou aanhouden. Investeren, innoveren en je product goed in de markt zetten waren zijn stokpaardjes. “Zowel in 1935 als in 1958 waren we aanwezig op de wereldtentoonstellingen, dat was ook het moment waarop het bekende logo van Soubry ontstaan is”, zegt Matthieu. Na de Expo van 1958 won het bedrijf snel aan marktaandeel. “Onze actie waarbij je punten kon sparen en deze kon inruilen voor een kunstreproductie was een heel groot succes. Aan marketing werd in die tijd nog niet echt gedacht, maar dat was best een straffe actie. Tot 2010 hebben we nog aanvragen binnengekregen.” Ook op technologisch vlak was Soubry een van de grondleggers. Met hun nieuwe manier om pasta te drogen, verrasten ze alle concurrenten. “Tot in de jaren tachtig moest pasta

maar liefst zestien uur drogen, maar door te drogen op hoge temperatuur kon dit vier keer sneller. Aanvankelijk waren velen daar sceptisch over. De kwaliteit zou minder zijn en de vitamines zouden verloren gaan, dat klopt natuurlijk niet. Ondertussen werkt iedereen op die manier.”

Tallose soorten

In de winkelrekken liggen tegenwoordig ontelbare soorten, kleuren en smaken pasta. Ook dat zag Matthieu Soubry over de jaren heen evolueren. “Origineel waren er eigenlijk maar drie soorten: macaroni, vermicelli en spaghetti bolognese. Maar ondertussen eten de mensen ook graag iets met pesto of andere sauzen. In Vlaanderen is vooral de cappellini heel populair.” Niet alleen smaken veranderen, maar ook eetpatronen. Ook daar moest Soubry op inspelen. “Volkorenpasta en biopasta nemen een groot deel van de markt in. Onze laatste worp is een pasta met peulvruchten. Door de linzen of erwten is het rijk aan proteïnes, maar wel vegetarisch. Spelt, haver en voorgekookte pasta behoren ook tot ons gamma. Zo zijn we er voor ieder type consument.”

Naast innovatie legt Soubry al jaar en dag de nadruk op kwaliteit. “Pasta is een klassiek product dat al lang op de markt is, maar toch is de kwaliteit de laatste decennia sterk verbeterd. Met ons al-dente-gamma hebben we een pasta op de markt gebracht die steviger is. Pasta die wat papperig aanvoelt in de mond wordt toch ervaren als minder in kwaliteit.”

“De gemiddelde Belg eet vijf kilo pasta per jaar, voor een Italiaan is dat al snel drieëntwintig kilo. En toch durven de Italianen al eens afkijken hoe we hier pasta maken.”

5 kilo

“De gemiddelde Belg eet vijf kilo pasta per jaar, voor een Italiaan is dat al snel drieëntwintig kilo. En toch durven de Italianen al eens afkijken hoe we hier pasta maken.” Soubry is marktleider in de Benelux en verkoopt zijn producten over heel Europa en zelfs tot in Japan. Toch zien we nog veel groeipotentieel, zegt Matthieu. “De groeimogelijkheden voor ons bedrijf zitten meer in het buitenland dan in het binnenland. Je kan de mensen moeilijk dubbel zoveel pasta laten eten. Jaarlijks rolt hier meer dan 100.000 ton pasta van de band. 65% daarvan wordt geëxporteerd naar het buitenland. De retail is voor ons een belangrijke afzetmarkt, maar ook verkoop van pasta als bereide maaltijd is niet te onderschatten.”

Soubry in cijfers:

- Bestaat 100 jaar
- Derde generatie familiebedrijf
- 400+ werknemers
- 100.000 ton pasta per jaar

www.soubry.be