nieuws

2012 was een moeilijk jaar voor Milcobel

nieuws

Milcobel betaalde in 2012 een gemiddelde melkprijs uit van 31,53 euro per 100 liter, een daling van negen procent in vergelijking met een jaar eerder. Enkel in rampjaar 2009 was de melkprijs nog lager. Door het moeilijke jaar en de forse investeringen van de zuivelgroep bleef de gereserveerde winst steken op 2,5 miljoen euro.

18 JUNI 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:10

Lees meer over:
melkvee
voedingsindustrie

Milcobel betaalde in 2012 een gemiddelde melkprijs uit van 31,53 euro per 100 liter, een daling van negen procent in vergelijking met een jaar eerder. Enkel in rampjaar 2009 was de melkprijs nog lager. Door het moeilijke jaar en de forse investeringen van de zuivelgroep bleef de gereserveerde winst steken op 2,5 miljoen euro. Voor 2013 verwacht kersvers Milcobel-directeur Eddy de Mûelenaere een beter resultaat.
In 2012 heeft Milcobel nauwelijks meer melk opgehaald dan in 2011, namelijk 1.115 miljard liter. Dat is 1,1 miljoen liter of een half procent meer dan vorig jaar. “Daarmee doen we het wel beter dan de Belgische markt”, benadrukt de Mûelenaere, “daar daalden de leveringen met 37 miljoen liter (-1,1%). Het aantal leden zakte voor het eerst onder de 3.000, namelijk 2.993. Dat is een daling van 3,4 procent in vergelijking met een jaar voordien. In heel België haakte afgelopen jaar 4,5 procent van de melkveehouders af.
Sinds de oprichting van Milcobel in 2005 verdween al 30 procent van de leden. “Maar de overblijvers doen het niet slecht”, zegt de Mûelenaere. “De gemiddelde levergrootte steeg afgelopen jaar met 3,5 procent tot 372.519 liter. Dat is maar liefst 70 procent meer dan bij het ontstaan. Ook ligt de gemiddelde bedrijfsgrootte hoger bij onze leden dan het Belgisch gemiddelde dat in 2012 op 369.000 liter lag.”

Milcobel kon het afgelopen jaar meer melkpoeder verkopen. Toch is over de jaren heen een systematische daling van volle melkpoeder waar te nemen. Dat wordt gecompenseerd door een stijgend volume magere melkpoeder. “Dit maakt momenteel al ongeveer de helft van onze verkopen uit”, luidt het. Bovendien verloor de zuivelcoöperatie ongeveer een derde van het volume in kleinverpakking, voornamelijk omwille van prijscompetitiviteit, maar ook door een aantal operationele problemen.
Door de lage prijzen werd in 2012 minder cheddarkaas geproduceerd, maar de productie van mozzarella lag op ongeveer hetzelfde niveau als het jaar voordien, namelijk 25.000 ton. Na de sterke groei van 2011 moest de kaasproductie in België wat volume prijsgeven. “Dezelfde evolutie stelden we vast bij de consumentenkazen, mede door problemen in onze vernieuwde fabriek. Positief is dat onze merkenkazen wel verder doorgroeien. Zo groeit de drager van deze business, het concept ‘Brugge kaas’, opnieuw met vijf tot zes procent”, constateerde directeur de Mûelenaere.
In de kaashandel had Milcobel te kampen met een lichte terugval die te maken heeft met volumeverlies in het segment ‘vers voorverpakt’ doordat de belangrijkste klant op de markt het moeilijk heeft. Op vlak van distributie kon Kaashandel Dupont zijn marktleiderschap bestendigen.
Qua consumptiemelk is er een lichte groei in de omzet waar te nemen. Die omzet bedroeg 3,3 miljoen euro. Volgens de Milcobel-directie is dit zowel een gevolg van meer verwerkte melk als van een betere valorisatie. Ook de roomijsactiviteiten van de groep, ondergebracht bij Ysco, kenden een vrij goed jaar. “De sinds jaren consequent gevolgde strategie van efficiënte private label productie leidde tot een verdere verruiming van onze portefeuille.”
Dit alles zorgde voor een geconsolideerd groepsresultaat van 3,7 miljoen euro. Na goedkeuring van een dividend van 1,1 miljoen euro kon er 2,5 miljoen euro toegevoegd worden aan de reserves. 2012 was voor Milcobel ook een jaar met forse investeringen. De afwerking van de fabriek in Moorslede, de start van de nieuwe mozzarellafabriek en optimalisaties in Langemark van andere afdelingen kostten maar liefst 36 miljoen euro.
De Milcobel-directie verwacht een positiever 2013. “Men blijft er algemeen van overtuigd dat de vooruitzichten voor de zuivelmarkt structureel gunstig zijn. De wereldvraag groeit en de export zal blijven toenemen ondanks een slechts bescheiden groei in Europa”, klinkt het. “We zien ook dat de prijzen op de markt sinds begin dit jaar sterk zijn gaan stijgen. En ondanks een gezonde correctie blijven ze nog steeds vrij hoog.” Ook in de verwerking wil de zuivelonderneming het beter doen.
Volgens de Mûelenaere zijn de strategische keuzes uit het verleden grotendeels gerealiseerd. “We moeten nu onze keuzes in verband met verdere specialisaties versus

poederproductie gaan maken en de beslissingen over verdere investeringen voorbereiden. Ons programma is nog niet volledig af en we moeten hard werken om de groep zoveel mogelijk en zo snel mogelijk op de toekomst voor te bereiden."
Na drie maanden aan het roer van de Milcobel-groep kan Eddy de Mûelenaere al een aantal conclusies trekken. "Verder ons best doen, is gewoon niet goed genoeg. We moeten veel meer ambitie hebben dan een conglomeraat zijn van uit de kluiten gewassen KMO's. Daarbij mogen we ons niet laten leiden door wat we graag doen. Voor bepaalde zaken zijn we gewoon niet groot genoeg." De commerciële afdeling versterken en focussen, op B2B-vlak meer aandacht besteden aan key account management en een sterkere focus op de kwaliteit van het werk zijn een aantal van de zaken waar hij de komende tijd wil aan werken.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada