nieuws

"Bepaling melkprijs verscheurende verantwoordelijkheid"

nieuws

Milcobel betaalde in 2008 een gemiddelde melkprijs van 32,91 euro per 100 liter. Vergeleken met vorig jaar is dat een daling van 7,85 procent. "Ondanks de slechte tweede jaarhelft, is 2008 nog een behoorlijk goed melkprijzenjaar geweest", zei Patric Buggenhout, algemeen directeur van Milcobel, dinsdag tijdens de algemene vergadering in Oudenaarde.

16 JUNI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:49

Lees meer over:
melkvee

Milcobel betaalde in 2008 een gemiddelde melkprijs van 32,91 euro per 100 liter. Vergeleken met vorig jaar is dat een daling van 7,85 procent. "Ondanks de slechte tweede jaarhelft, is 2008 nog een behoorlijk goed melkprijzenjaar geweest", zei Patric Buggenhout, algemeen directeur van Milcobel, dinsdag tijdens de algemene vergadering in Oudenaarde.

Waar Milcobel in 2007 nog resoluut de leiding nam in de Europese melkprijsvergelijking van de Nederlandse landbouworganisatie LTO, zakte de coöperatie in de loop van 2008 weg naar de onderste gelederen. "We zijn intussen van de staart weg, maar dat wil niet zeggen dat we blind mogen blijven voor de ongunstige evolutie. Ons inhaalmanoeuvre is immers geen gevolg van een hogere prijs die we betalen, maar van de slechte marktsituatie die in alle zuivelsegmenten is doorgedrongen en dus de melkprijs van elke melkerij onderuit haalt", weet Buggenhout.

"Omdat de hausse van 2007 een aantal leden andere afzetkanalen deed opzoeken, bleef de melkaanvoer met 994 miljoen liter onder de drempel van één miljard liter", legde de algemeen directeur uit. Het aantal melkleveraars nam met ongeveer 7 procent af. De coöperatie telde in het begin van vorig jaar 3.508 leden, aan

het eind waren er dat nog 3.439. De gemiddelde jaarlevering steeg met 6 procent tot 288.835 liter. In 2007 bedroeg die stijging nog 11 procent.
"De raad van bestuur heeft ook beslist om geen nieuwe leden meer toe te laten in 2009", legde directeur coöperatiezaken, Eddy Leloup, uit. "Wij willen ons engageren om de bedrijfsontwikkeling van onze individuele leden niet af te remmen. Gezien de huidige marktomstandigheden was die beslissing nodig, maar dat betekent niet dat die volgend jaar niet kan herroepen worden". Begin 2008 werd al beslist de toetredingsvoorwaarden voor nieuwe leden aan te passen. De instappremie moet sindsdien in één keer uitbetaald worden in plaats van in vijf schijven.
De geconsolideerde omzet van de zuivelgroep steeg in 2008 met 7 procent tot 824 miljoen euro. "In alle onderdelen van de groep werden omzetstijgingen genoteerd, soms door prijseffecten, soms door toegenomen activiteit of door een combinatie van beiden", aldus Buggenhout. Alle activiteiten van de groep – op melkpoeder na – leverden een positieve bijdrage aan dit resultaat. In 2007 was de verscheidenheid van de activiteiten nog een handicap gebleken.
De afdeling industriële producten en export naar derde landen maakten in 2008 een zeer moeilijk jaar door. "Dit was vooral te wijten aan de zeer slechte melkpoederprijzen die een grote impact hadden op de melkprijscapaciteit. Afgelopen jaar was de verkoop van melkpoeder zwaar verlieslatend", zei Patric Buggenhout. "Dat verlies wordt wel gecompenseerd door de betere opbrengsten voor industriële kazen, vooral mozzarella".
In 2008 werd de afdeling consumentenkaas en –boter verder uitgebouwd, met nog meer focus op ontwikkeling van kaasspecialiteiten en van de merkkazen. De Belgische consument bleef Belgische kaas appreciëren, want de verkopen bij Milcobel stegen ondanks de crisis met één procent. "Vorig jaar werden ook de eerste stappen gezet om onze rijke Belgische kaastraditie, waar Milcobel de grootste bezieler van is, uit te dragen naar het buitenland. Vooral in Spanje en Canada werden onverwacht goede resultaten behaald", aldus afdelingsdirecteur Luc Van Hoe.
Kaasimport Jan Dupont blijft voor Milcobel een belangrijke poot. "Het laat ons toe om de beste kazen uit gans Europa te verdelen, al dan niet na ze te hebben voorverpakt. Het is ook een rechtstreekse weg naar de consument", legde coöperatievoorzitter Guido Veys uit. Door de overname van AKC en van Camal steeg de omzet van de kaasdistributie in de groep met 27 procent. Ook Inza kende als specialist in lang houdbare consumptiemelk en melkdrinks een veel beter jaar dan in 2007.
Ysco had als producent van roomijs en consumptie-ijs fel te lijden onder de slechte zomer van 2008, waardoor de verkochte volumes terug liepen. Ook de rampzalige zomer van 2007 had al een negatief effect op de afdeling. "Daardoor klokte Ysco af op

ruim 5 miljoen liter minder dan het slechte jaar 2007. Toch kan de ijsjesafdeling een goed resultaat neerzetten na de slechte resultaten van 2007. Dat is vooral te danken aan het consequent vasthouden aan rendabele prijzen en voldoende marges. En ook de herstructureringen en investeringen van de afgelopen jaren hebben hun vruchten afgeworpen", verduidelijkte Buggenhout.
De vooruitzichten voor 2009 zijn volgens de zuivelcoöperatie niet zo rooskleurig. Voorzitter Guido Veys sprak van een verscheurende verantwoordelijkheid. "Als bestuurder moeten wij een melkprijs vastleggen waarvan we als melkveehouder weten en zelf ervaren dat hij onvoldoende is om ons eigen bedrijf draaiende te houden. En toch kunnen we niet anders omdat het verzwakken van de Milcobel-groep geen optie is. Op relatief korte termijn zouden daardoor ook de bedrijven van onze leden met bijkomende moeilijkheden kampen".
"De Europese zuivelprijzen zijn naar een historisch dieptepunt weggezakt. Door het opnieuw instellen van marktondersteunende maatregelen zoals interventie en exportrestitutie door Europa kan een verdere daling van de prijs beperken. Ook wij moeten noodgedwongen beroep doen op interventie", klonk het. Milcobel wil in de toekomst haar ledenmelk beter valoriseren door ze naar minder volatiele bestemmingen te oriënteren. "Maar volledig onafhankelijk zijn van de basiszuivelmarkt is een illusie".
Toch is het volgens de algemeen directeur niet allemaal kommer en kwel. "Het mondiale bevolkingsaantaal stijgt nog steeds, eens de economische crisis overwonnen zal ook de koopkracht opnieuw toenemen en in bepaalde regio’s wijzigt het consumptiepatroon. Gecombineerd met een achterblijvende landbouwproductie komt er een nieuwe voedselcrisis eens de financieel-economische crisis voorbij is".

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