nieuws

Milcobel: "2010 is beste jaar sinds de oprichting"

nieuws

Milcobel realiseerde in 2010 een omzet van bijna 820 miljoen euro, wat 8,5 procent meer is dan in 2009, en tekende een winst op van 6 miljoen euro. Ook de uitbetaalde melkprijs steeg naar een gunstig niveau, waardoor 2010 als “het beste jaar sinds het ontstaan van Milcobel” kan worden omschreven.

21 JUNI 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:00

Lees meer over:
voedingsindustrie
distributie
toelevering

Milcobel realiseerde in 2010 een omzet van bijna 820 miljoen euro, wat 8,5 procent meer is dan in 2009, en tekende een winst op van 6 miljoen euro. Ook de uitbetaalde melkprijs steeg naar een gunstig niveau, waardoor 2010 als “het beste jaar sinds het ontstaan van Milcobel” kan worden omschreven. Dat maakte de coöperatie bekend tijdens haar algemene vergadering dinsdag in Oudenaarde.

Met de hoopvolle woorden “2010 was het beste jaar sinds het ontstaan van Milcobel”, opende Bert Van Nieuwenborgh, verantwoordelijke van de afdeling Roomijs, de algemene vergadering. Hij sprak in naam van algemeen directeur Patric Buggenhout, die niet aanwezig kon zijn. “Met deze uitspraak doel ik niet louter op financiële resultaten, maar op de goede melkprijs in combinatie met het goede resultaat”, verklaarde hij nader.

De Milcobel Groep realiseerde in 2010 een omzet van bijna 820 miljoen euro, ofwel 8,5 procent meer dan in 2009. Deze omzetstijging is volgens de coöperatie grotendeels toe te schrijven aan de gestegen verkoopprijzen. De kaasactiviteiten zijn goed voor maar liefst één derde van de totale omzet. Twintig procent daarvan komt van eigen kaasproductie en 14 procent van productie van derden. De afdeling Melkpoeders was

goed voor 24 procent van de totale omzet, Roomijs 21 procent en Consumptiemelk en melkdranken 11 procent.
De winst van de groep bedroeg na een nabetaling van 0,43 euro per 100 liter nog 6 miljoen euro. Dit is ruim 2 miljoen euro meer dan in 2009. Daarnaast wordt een dividend uitbetaald van 4 procent, goed voor 1,1 miljoen euro, zodat er nog 4,9 procent als eindresultaat overblijft. Dit zal worden toegevoegd aan de reserves.
De uitbetaalde melkprijs steeg met 29 procent ten opzichte van 2009. Hiermee wordt opnieuw het niveau van 2008 benaderd, dat na 2007 het beste jaar was van het afgelopen decennium. Omgerekend naar standaardmelk in België met 38 gram vet en 33,5 gram eiwit per liter, bedroeg de gemiddelde melkprijs voor de leden 30,12 euro per 100 liter. In de LTO-melkprijsvergelijking van de laatste 12 maanden steeg Milcobel daarmee opnieuw naar de top, nadat het vorig jaar onder het gemiddelde belandde.
2010 was niet alleen voor Milcobel “een goed jaar”. De algemene zuivelmarkt kende herstel na de diepe val in 2009. “Hoewel dit herstel niet rechtlijnig liep. De eerste maanden van 2010 werden gekenmerkt door een stijging, maar omstreeks het midden van het jaar verzwakte de markt opnieuw, onder meer door de extreme droogte en branden in Rusland. Volatiliteit was dus duidelijk merkbaar”, stelt Van Nieuwenborgh, “maar dit neemt niet weg dat we verbetering zagen en zien.”
De melkaanvoer van de bijna 3.300 leden van Milcobel liep op tot bijna 1,1 miljard liter. Ten opzichte van 2009 betekent dit een stijging van ongeveer 30 miljoen liter. De individuele leveringsomvang is geëvolueerd naar gemiddeld 333.275 liter, waarmee Milcobel zich voor het eerst sedert jaren onder het Belgische gemiddelde bevindt. “Wij zagen inderdaad de laatste jaren een verminderde activiteit van onze leden op de melkquotummarkt”, stelt Van Nieuwenborgh. “Ik vermoed dat dit is ingegeven door het feit dat ze gerust zijn over hun ontwikkelingsmogelijkheden in het post-quotumtijdvak, nadat wij als groep beslist hebben ze in die ontwikkeling te volgen.” De helft van de ledenmelk werd gevaloriseerd in melkpoeders, 34 procent in kaas, 11 procent in consumptiemelk en melkdranken en de overige 5 procent ten slotte in industriemelk. Deze verhouding is al enkele jaren redelijk stabiel.
Wat de resultaten van de verschillende afdelingen en producten betreft, konden de industriële producten zoals industriële kaas en de afdeling export na twee moeilijke jaren opnieuw positief bijdragen tot het resultaat. Ook de activiteit kaasverpakking en -distributie deed het goed. De afdeling consumentenkaas en -boter realiseerde zelfs een spectaculaire groei. “De ‘Brugge kazen’ slaan aan bij de consument en zijn de motor van het stijgende succes van de categorie ‘Belgische kazen’. Dit is ook de retail niet ontgaan, waardoor de distributie alsmaar ruimer wordt.”

Tegelijkertijd ziet Milcobel nog veel potentieel in zijn merkkazen, zowel op de thuismarkt als in derde landen. “Daarom wordt uitgekeken naar de voltooiing van de uitbreiding van de kaasfabriek in Moorslede, die de productiecapaciteit zal verhogen.”
Het listeria-incident waarmee de kazen van Milcobel enkele weken geleden geconfronteerd werden, heeft volgens de groep overigens geen schade aangericht aan de sterke marktpositie en het goede imago van de producten.
Voor Inza, specialist in consumptiemelk en melkdrinks, en voor Ysco, producent van roomijs en consumptie-ijs, was 2010 daarentegen minder rooskleurig. “Inza heeft een moeilijk jaar achter de rug, met een negatief resultaat als gevolg. Ysco kende dan weer een minder goede zomer, waardoor de omzet daalde, maar kon desondanks afsluiten met een behoorlijk resultaat.”
Voor 2011 zijn de voorspellingen hoopgevend maar voorzichtig. “Het jaar is goed begonnen, maar dit geldt ook voor de volatiliteit”, stelt Van Nieuwenborgh. “Politieke en maatschappelijke gebeurtenissen zoals de revoluties in de Arabische wereld hebben een grote impact op het marktverloop en zorgen voor grilligheid. Desondanks durf ik over het algemeen stellen dat de marktverbetering die zich reeds inzette eind 2010, zich vandaag handhaaft zonder excessen die een onmiddellijke vraaguitval zouden veroorzaken. De wereldwijde vraag is goed en ook op middellange termijn ziet het er voor de zuivelmarkt goed uit.”
Milcobel wil in de toekomst maximaal inspelen op de vraag naar hoogwaardige zuivelproducten en een goede klantenservice, omwille van de toenemende aandacht van consumenten voor gezonde voeding. Met de uitbreiding van de kaasfabriek in Moorslede, die begin 2010 in productie gaat, wil de groep bovendien de succesvolle ontwikkeling van de merkkazen verzekeren, met ‘Brugge kazen’ als vlaggenschip. Na de afwerking van dit ‘masterplan voor consumentenkazen’ zal ten slotte werk gemaakt worden van de strategie waarbij de afdeling Industriële producten en export derde landen als belangrijkste bestemming voor de ledenmelk naar voren wordt geschoven.
Voorzitter Guido Veys benadrukte als afsluiting van de algemene vergadering nog het stijgende belang van en de toenemende interesse in coöperatie als ondernemingsmodel. “Dit model is sterk omwille van de wederzijdse betrokkenheid en engagementen van de leden, wat zich ook concreet vertaalt in ‘centen’. Ons model is niet gebaseerd op conflict tussen melkveehouder en verwerkingsindustrie, in tegenstelling tot de voorstellen van de Europese High Level Groep in de discussie over de organisatie van de zuivelketen in de vrije markt. In een vrije markt heeft een melkveehouder mijns inziens twee mogelijkheden: ofwel produceert hij op contract ofwel investeert hij als lid in een coöperatie waarin hij inzicht krijgt in de resultaten en

vertrouwen heeft in de strategieën. De eerste keuze is gebaseerd op conflict en wantrouwen, de tweede is efficiënter en is gebaseerd op betrokkenheid en vertrouwen.”

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