nieuws

Minder fruit maar betere prijzen bij Veiling Haspengouw

nieuws

Veiling Haspengouw stelde dinsdag zijn jaarresultaten voor aan de pers. In 2012 werd 89,5 miljoen kilo fruit aangevoerd op de veiling (-18%). De gevolgen van de Pukkelpopstorm wogen op de aanvoer in de eerste jaarhelft. Een slechte bloei zorgde voor de mindere oogst vanaf september. Dankzij hogere middenprijzen bleef de omzetdaling beperkt tot vijf procent.

24 APRIL 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:09

Lees meer over:
fruitteelt

Veiling Haspengouw, gesterkt door een nieuw verkozen bestuur en een hernieuwde betrokkenheid van zijn telers, stelde dinsdag zijn jaarresultaten voor. In 2012 werd 89,5 miljoen kilo fruit aangevoerd op de veiling (-18%). De gevolgen van de Pukkelpopstorm wogen op de eerste jaarhelft. Een slechte bloei zorgde voor de mindere oogst vanaf september. Dankzij hogere middenprijzen bleef de omzetdaling beperkt tot vijf procent. Van de twee belangrijkste veilingproducten, appels en peren, zijn het vooral de appels die klappen kregen. Voor peren was de aanvoer vergelijkbaar met een jaar eerder en, dankzij de hogere middenprijs, was er in 2012 zelfs een omzetstijging met 13 procent. Ook appels noteerden door de lage Europese hardfruitproductie een hogere middenprijs, maar hun aanvoer op Veiling Haspengouw daalde wel met 32 procent. Het veilingbestuur wijt dat aan het grote aandeel industriefruit eind 2011, door de Pukkelpopstorm, en aan de slechte bloei die de productie van het nieuwe seizoen hypothekeerde. De clubappels Kanzi en Greenstar zorgen met goede volumes en dito prijzen voor een positieve noot. Zo bleek de groene appel erg geliefd voor export en versnijding in fruitsla.
Fruittelers die in 2011 door de storm getroffen werden, likken nog altijd hun wonden. Betere tijden breken voor hen pas aan wanneer de nieuwe aanplantingen in productie komen. Of de lange winter en treuzelende lente negatief zullen uitdraaien voor de

fruitproductie in het nieuwe seizoen laat de veiling voorlopig in het midden. “Het is nog te vroeg om daar uitspraken over te doen. De ervaring leert dat je niet alle bloesems nodig hebt voor een goede oogst. Een duidelijker beeld van het productiepotentieel hebben we pas na de IJsheiligen en de junirui.”
Meer nog dan bij het hardfruit was het slechte weer in het voorjaar van 2012 de grote spelbreker voor de aardbeienteelt. De veiling constateert dat niet alleen de productie lager uitviel (-16%), maar ook de vraag uitbleef. Kersen noteerden vorig jaar een iets hogere middenprijs, maar hier ging dan weer een groot deel van de productie verloren door het slechte weer tijdens de pluk (-29%). “De concurrenten in Turkije en Griekenland hebben een grote oogstzekerheid. Het komt er dus op aan onze kersenproductie goed te beschermen zodat er ook in Vlaanderen continuïteit is in de productie”, meent het veilingbestuur.
Ondanks de kleinere aanvoer van alle fruitsoorten uitgezonderd peren (+3%) sluit Veiling Haspengouw 2012 af met een bedrijfswinst van 1,075 miljoen euro en een netto winst van 555.000 euro in het boekjaar. Ongeveer 70 procent van de fruitaanvoer op de veiling wordt verkocht aan tien grote klanten, retailers maar ook exporteurs. Appel- en perenteler Luc Bels, sinds maart de nieuwe veilingvoorzitter, drukt zijn collega’s dan ook op het hart dat de veiling het enige instrument is om fruit aan de beste voorwaarden te verkopen.
“Onze grootouders en ouders hebben de veiling opgericht om het hoofd te bieden aan de handel en het fruit op een gestructureerde en begeleide manier op de markt te brengen tegen de beste en hoogst mogelijke prijs. Dat geldt vandaag meer dan ooit en daarvoor hebben we een sterke coöperatie nodig”, aldus Bels. Met een nieuwe ploeg bestuurders – zes nieuwkomers op een totaal van elf – maakt Veiling Haspengouw zich op voor de toekomst.
Eén van de prioriteiten is de positionering van de nationale trots Jonagold. Zowat 70 procent van alle appels is Jonagold, of één van zijn mutanten. “Een belangrijk deel van die productie is momenteel bestemd voor export, maar moet op buitenlandse markten de duimen leggen voor de Oost-Europese Jonagold-appel, die een veel lagere productiekost heeft”, vertelt Bels. “We moeten produceren wat de markt vraagt. In dit geval betekent dat Jonagold voor de binnenlandse markt. Concurreren op exportmarkten kunnen we met een uniek product als Conference en met appels uit het hogere segment, zoals Kanzi.”
In overleg met telers en grootwarenhuizen startte Veiling Haspengouw vorig jaar de zoektocht naar een oplossing. “Die oplossing moet er komen over de veilinggrenzen heen. Het doel is een mooi, herkenbaar en smaakvol product in de winkelrekken

krijgen", vertelt veilingdirecteur Renaat Kuipers. "Daartoe moet je via plantadvies een aantal mutanten voortrekken, maar ook normen opleggen voor bijvoorbeeld de hardheid van de appel en het suikergehalte. Eer dat resultaten oplevert, zijn we vijf à zes jaar verder. Die tussenperiode zullen we goed moeten invullen in functie van de marktvraag."
Stilstaan is achteruitgaan, ook in de perenteelt, dus selecteerde de veiling een nieuw perenras. De nieuwe peer, die voorlopig nog 'P2829' heet, is een kruising tussen Conference en Doyenne d'Hiver. Dit voorjaar werden 5.000 bomen geplant. Volgend seizoen komen er 50.000 bij en het seizoen daarna nog eens 200.000 stuks. De peer zou geschikt zijn om te verschepen naar verre exportmarkten.
Een uitdaging voor de toekomst zijn de nieuwe spelregels die Europa mogelijks kan vastleggen voor de gemeenschappelijke marktordening van groenten en fruit. Europese projectsteun is voor de veiling een belangrijke bron van aanvullende inkomensten, zodat het zaak is om daar goed op in te spelen.
Tot slot kondigde veilingvoorzitter Luc Bels aan dat de komende jaren (nog) meer aandacht besteed zal worden aan communicatie met de leden-telers en transparantie van de veilingwerking. De massale aanwezigheid van telers op de jongste algemene vergadering schept bij Veiling Haspengouw veel vertrouwen in de betrokkenheid van de telers.

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