

BelOrta kende in coronajaar 2020 een omzetstijging van 7%

5 JANUARI 2021

Groente- en fruitcoöperatie BelOrta heeft het kalenderjaar 2020 afgerond met een productomzet van 480 miljoen euro, een stijging van 7 procent in vergelijking met 2019. In totaal werden 665 miljoen eenheden verse groenten en fruit, goed voor 490 miljoen kilo, verkocht. “Ondanks de mooie resultaten gaat dit coronajaar de geschiedenis ingaan als een jaar van uitersten. De balans is al naargelang de productgroep dan ook sterk uiteenlopend”, zegt BelOrta-directeur Philippe Appeltans.

Lees meer over: [groente fruit coöperatie](#)



Turbulent jaar met vele uitersten

Ook voor BelOrta was 2020 een turbulent jaar. “Gebukt onder de gevolgen van het Covid-19-virus werd de cruciale rol van de voedingssector voor de hele samenleving meer dan ooit duidelijk. Dankzij de niet-aflattende inzet en toewijding van onze producenten, werknemers en klanten konden we de Belgische consument ook in crisistijden continu bedienen van heerlijke dagverse groenten en fruit”, aldus Appeltans.

De disruptie die het coronavirus met zich meebracht voor de samenleving, laat zich ook voelen in de verkoop van groenten en fruit. Producten die vooral bestemd zijn voor de horeca, foodservice en andere out-of-homeconsumptie, kenden een moeilijk tot zeer moeilijk jaar. Zwaar getroffen groenten zijn onder meer tomaten, komkommers, slasoorten,... “De moeilijkheid die deze productgroepen kenden, werd versterkt door frequente periodes van hoge producties”, luidt het. Andere producten, waaronder witloof, kenden dan weer één van de sterkste jaren van het afgelopen decennium, al dan niet gesteund door de ‘koop lokaal’-tendens die zich sinds de start van de lockdown manifesteert.

Globaal genomen stijgt het volume glasgroenten (+6%) en kende het volume vollegrondsgroenten een lichte daling (-4%). “Op productniveau noteren we komkommers, rode paprika, trostomaten en pruimtrostomaten als de sterkste stijgers qua aanvoer. Bloemkool, courgettes en aubergines kenden een daling terwijl andere grote producten zoals kropsla, multicolorsla, prei en witloof een min of meer gelijke aanvoer hadden tegenover 2019”, legt Appeltans uit.



Fruit: innovaties en vaste waarden

Wat hardfruit betreft geeft het jaar naar goede gewoonte een dubbel beeld. In de eerste maanden van 2020 verliep de commercialisatie van appels en peren relatief vlot, maar het oogstseizoen gaf een ander beeld. Voor de appels was er, onder meer door een beperkt aanbod, een goede afzet, maar voor de peren verliep de verkoop moeilijker, onder meer door de hoge oogstcijfers in heel Europa. De clubbrassen, Kanzi en de gloednieuwe peer Fred, deden het wel opmerkelijk beter.

Waar 2019 nog een recordjaar betekende voor de kersen, was het volume van 1,7 miljoen euro het afgelopen jaar een stuk lager. Dat kwam vooral door de moeilijke weersomstandigheden in de bloeiperiode. “Maar de kersen waren wel van absolute topkwaliteit”, beklemtoont BelOrta. Ook voor aardbeien was er eenzelfde tendens. De volumecijfers kwamen met 9 miljoen kilo 10 procent lager uit dan in 2019. “We zagen wel dat de vermarkting vlotter verliep, met zowel de Belgische als buitenlandse consumenten die deze gezonde snoepjes erg konden smaken.”

Op vlak van houtig kleinfruit, onder meer frambozen, braambessen, blauwe bessen en rode bessen, was er een duidelijk onderscheid tussen typische horecaproducten zoals braambes die een zeer stroef 2020 kenden en andere producten zoals blauwe bessen die het, onder meer door een verminderd aanbod, zeer goed deden.

“**Ook volgend jaar mogen consumenten zich verwachten zomerse smaakinnovatie van eigen bodem**”

Philippe Appeltans - Algemeen directeur BelOrta

“Een belangrijke pijler in ons fruitbeleid is diversificatie en vernieuwing”, benadrukt Philippe Appeltans. “Zo konden we in 2018 de Belgische pruim BelOplum succesvol introduceren en dit jaar was het de beurt aan de Belgische meloen BelOmelon. Deze innovatie smaakt duidelijk naar meer. Ook volgend jaar mogen consumenten zich dus verwachten aan zomers smaakgenot van eigen bodem.”

Stijgend bio-aanbod en grotere merkbekendheid

Dat de consumptie van biologische groenten en fruit sinds 2010 in de lift zit, is ook te merken in het BelOrta-aanbod. “Het afgelopen seizoen was er onder meer een areaaluitbreiding bij de glasgroenten en we introduceerden ook nieuwe referenties op de markt, zoals de lancering van bio-koolrabi”, aldus de veilingdirecteur. De top drie van meest verkochte bioproducten is dezelfde als die van vorig jaar: witloof, komkommer en tomaten bij de groenten en appels, peren en blauwe bessen bij het fruit.



De afgelopen jaren zetten BelOrta sterk in op het versterken van de merkbekendheid bij de consument. “Met resultaat, vandaag mogen we ons één van de bekendste groente- en fruitmerken op de Belgische winkelvloer noemen. De consument beschouwt BelOrta ook meer en meer als voorkeursmerkt”, luidt het. Het verhaal van vakkennis en -passie, aandacht voor smaak, versheid en duurzaamheid én met een duidelijke verankering wil de veiling dan ook in 2021 verderzetten.

Coöperatief ondernemen als troef

“Het jaar 2020 zal zonder twijfel stevig in ons collectief geheugen gegrift blijven als breuklijn in de evolutie van onze moderne samenleving. De blijvende sleutelrol van coöperatief ondernemen, het samen naar de markt gaan, staat hoe dan ook buiten kijf. Het innoverend vermogen, internationaal ondernemerschap, de inspanningen op vlak van duurzaamheid en continue durf en ambitie blijft ook in moeilijke tijden overeind als de rode draad achter onze bedrijfsvoering”, concludeert Philippe Appeltans die zich gesterkt voelt door de erkenningen die BelOrta in 2020 kreeg, zoals de erkenning als Onderneming van het Jaar door VOKA en het SDG Pioneer Certificaat inzake duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties.

“Dergelijke erkenningen motiveren ons, maar de uitdagingen blijven in 2021 groot”, aldus de BelOrta-directeur. “Met de gevolgen van de coronacrisis en brexit op kop, maar ook de nog stevige naweeën van de Ruslandban, de oprukkende concurrentie bij een aantal producten van buiten Europa, de ambities op vlak van bio en het verpakkingsvraagstuk, om er maar enkele te noemen.”

“2020 heeft ons veel geleerd, maar voedselzekerheid was een heel belangrijk issue. Laat ons dat nooit vergeten

Philippe Appeltans - Algemeen directeur BelOrta

Ook aan productiezijde zijn deze uitdagingen er. “Het arbeidsvraagstuk blijft een heikel punt, maar ook de ruimte om nog te mogen en kunnen ondernemen en produceren is meer dan ooit noodzakelijk. 2020 heeft ons heel veel geleerd, maar voedselzekerheid was een heel belangrijk issue. Laat ons dat nooit vergeten”, klinkt het.

In dat kader is BelOrta verheugd dat 2021 door de Verenigde Naties uitgeroepen is tot het Internationaal Jaar van groenten en fruit. “Producenten en medewerkers van BelOrta zetten hier mee de schouders onder, maar vragen ook dat er een sterk draagvlak en ruimte gecreëerd wordt zodat het niet enkel bij woorden blijft maar dat we als coöperatie die ambitie duurzaam en toekomstgericht kunnen waarmaken”, besluit Appeltans.

Bron: Eigen verslaggeving

VILT vzw


Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium


Contact


T • [02 552 81 91](tel:025528191)

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 [screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/](https://www.facebook.com/vilt.nieuws/)

 [screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws](https://twitter.com/vilt_nieuws)

 [screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/](https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/)

© 2021 VILT vzw, all rights reserved

[Webdesign by Code d'Or](#)