nieuws

Kazen krijgen sleutelrol in toekomstplannen Milcobel

nieuws

Omgerekend naar standaardmelk betaalde Milcobel zijn leden-melkveehouders vorig jaar gemiddeld 32,24 euro per 100 liter uit, zeven procent meer dan in 2010. Met een strategisch plan en ambitieus investeringsprogramma bereidt de coöperatie zich voor op het postquotum-tijdperk. In de toekomst zal nog meer ledenmelk als kaas gevaloriseerd worden.

19 JUNI 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:18

Lees meer over:
melkvee
voedingsindustrie

Omgerekend naar standaardmelk betaalde Milcobel zijn leden-melkveehouders vorig jaar gemiddeld 32,24 euro per 100 liter uit, zeven procent meer dan in 2010. Met een strategisch plan en ambitieus investeringsprogramma bereidt de coöperatie zich voor op het postquotum-tijdperk. In de toekomst zal nog meer ledenmelk als kaas gevaloriseerd worden.

De leden-melkveehouders van Milcobel verzamelden dinsdag in Brecht voor de algemene vergadering van de coöperatie. Een blik op de marktontwikkelingen leert algemeen directeur Patrick Buggenhout dat Milcobel vorig jaar in een vrij stabiele markt opereerde. "De wereldwijd gestegen melkproductie werd probleemloos door de markt gabsorbeerd", constateert hij, "alleen naar het einde van het jaar verzwakte de markt onder invloed van de financiële crisis." Op lange termijn zijn de perspectieven voor zuivelproducten goed, maar 2012 oogt minder rooskleurig.

De aanvoer van ledenmelk nam in 2011 verder toe (+1,4%), tot een totaal volume van 1,1 miljard liter. Vorig jaar leverden 3.095 melkveehouders hun melkproductie aan Milcobel. "Het aantal actieve leden is met zes procent gedaald. Sinds het ontstaan van Milcobel in 2005 heeft meer dan een kwart van de leden zijn bedrijf stopgezet en zijn

de blijvers met 63 procent gegroeid. De gemiddelde omvang van onze melkveebedrijven is in 2011 toegenomen tot 360.000 liter, acht procent meer dan in 2010", schetst Buggenhout.
De kazen van Milcobel deden het goed in 2011. Brugge kaas groeide sinds de restyling in 2009 met een kwart. De mediacampagnes werden in de loop van het jaar zelfs teruggeschroefd omdat de kaasfabrieken de grote vraag amper konden bijbenen. Ook de afzet van afgeroomde melkpoeder verliep voor het tweede jaar op rij vlot zodat nog meer melk verkocht werd als magere melkpoeder. De verkoop van melkpoeder in consumentenverpakking steeg opnieuw na de dip van 2010. Mozarella lag het voorbije jaar goed in de markt zodat Milcobel meer dan 25.000 ton verkocht. IJsproducent Ysco kende een moeilijk jaar, maar slaagde er wel in om het groot volumeverlies uit 2010 weg te werken.
Meerwaarde realiseren via de verkoop van consumptiemelk wordt steeds moeilijker zodat Milcobel de grote spelers het graag laat uitvechten op die concurrentiële markt. Bijzonder consequent zette Milcobel in 2011 enkele contracten met lage marges stop. De coöperatie mikt liever op de kaasmarkt en op nicheproducten waar groei in zit, zoals de coöperatieve melk die bij Delhaize verkocht wordt. In de productenportefieulle neemt kaas reeds 35 procent van de omzet voor zijn rekening, tegenover 23 procent voor melkpoeders, 21 procent voor roomijs, negen procent voor consumptiemelk en melkdranken en tien procent voor boter en room.
Het advies van de Nederlandse coöperatiespecialist Onno van Bekkum om op eigen kracht voort te gaan en een "mondiale nichespeler oftewel lokale speler op een globale markt" te worden, viel bij Milcobel niet in dovemansoren. "De Milcobelproducten komen reeds in meer dan 100 landen op de markt, van Afrika en het Midden-Oosten tot nieuwere afzetmarkten, bijvoorbeeld in Zuid-Amerika", illustreert Patrick Buggenhout. "We richten ons nu al in grote mate op de wereldmarkt, al gaat het om goed gekozen regio's", beaamt Milcobelvoorzitter Guido Veys.
Milcobel zal de komende jaren een veelzijdige zuivelgroep blijven, die met meerdere producten actief is in meerdere markten. De coöperatie engageerde zich om de ontwikkeling van de leden-melkveehouders in het postquotum-tijdperk te volgen. De mogelijke scenario's werden nu omgezet in een strategisch plan 'Milcobel 2020'. Aangezien de melkplas naar verwachting nog zal toenemen, ligt een ambitieus investeringsprogramma op tafel om alle ledenmelk ook in de toekomst te kunnen valoriseren. Wanneer de melkleveringen na het verdwijnen van de quota niet zouden groeien, komen de investeringen niet in het gedrang. De coöperatie laat in dat geval nieuwe leden toe.

In april werd nog een nieuwe kaasfabriek in Moorslede in gebruik genomen. De uitbreiding van de kaasfabriek in Langemarkt met een nieuwe mozarellalijn staat nog op stapel. De melkpoederproductie wordt vernieuwd en meer geconcentreerd in Kallo. De nieuwbouw in Moorslede nam de grootste hap uit het investeringsbudget van 38 miljoen euro.
De algemene vergadering keurde een dividend van 1,1 miljoen euro goed. Het geconsolideerd resultaat voor 2011 bedraagt 4,4 miljoen euro zodat 3,3 miljoen euro wordt toegevoegd aan de reserves. De uitbetaalde melkprijs lag enkel in 2007 nog hoger dan in 2011 (32,24 euro per 100 liter standaardmelk). "Maar miskijk u hierop niet", tempert Buggenhout, "want de kosten op melkveebedrijven zijn enorm gestegen en de vergelijking houdt geen rekening met de inflatie."
In de LTO-melkprijsvergelijking met andere zuivelfirma's zakte Milcobel wat weg, maar bleef toch in de buurt van het gemiddelde. "Onze uitbetalingen zitten in goede en slechte tijden dichtbij de marktprijs, terwijl vooral Franse zuivelfirma's reserves aanleggen om die in slechte tijden aan te boren", verklaart Buggenhout. Guido Veys steekt niet weg dat de uitbetalingscapaciteit op vandaag geen voldoening geeft. "De keuze tussen direct profijt en bouwen aan duurzame hefbomen voor de toekomstige melkprijsvorming is soms moeilijk", aldus Veys.
Hij stelt vast dat andere zuivelfirma's hun toekomst willen veiligstellen via schaalvergroting, al dan niet door middel van fusies. De leden-melkveehouders van Milcobel geloven echter in de eigen kracht van de coöperatie. Met een kapitaalsverhoging van één euro per 100 liter illustreerden zij het geloof in hun coöperatie.

Beeld: Voedingssalon

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