duiding

# Maarten De Moor - Lava

duiding

"Gelukkig zijn groenteveilingen nooit gefuseerd"

3 JANUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:52

Lees meer over:
Interview

Voortaan heeft Flandria één label voor 36 ongewone nicheproducten. Gaande van peren met rijpheidsensor tot tomaten met een flinke scheut lycopeen. “Het zijn leuke eyecatchers die dankzij hun bedrukte kleinverpakking het Flandria-label extra onder de aandacht brengen", glundert LAVA-directeur Maarten De Moor. Zeven jaar geleden kreeg hij de opdracht om het versnipperde aanbod van de concurrerende groenteveilingen in Vlaanderen te bundelen. Mission accomplie?

**Aan de oprichting van LAVA is een hele geschiedenis voorafgegaan?**

*Maarten De Moor:* Dat klopt. Het verhaal start eigenlijk bij de fameuze crisis die in 1995 de telers van glasgroenten teisterde. Sommigen waren daardoor hun vertrouwen in het klassieke kloksysteem van de veilingen dermate kwijtgespeeld dat er een organisatie moest komen die ook een termijnverkoop zou organiseren. Het eerste verkoopsbemiddelingsbureau was VMS, een project van de Mechelse Veilingen, de Veiling Hoogstraten en de Limburgse Tuinbouwveiling als slapende vennoot. Omdat deze constructie de concurrentiestrijd onvoldoende temperde, werden de koppen in de veilingwereld gauw weer bij elkaar gestoken. Het resultaat van het gezamenlijk denkwerk was de ‘Logistieke en Administratieve Veilingassociatie’, kortweg LAVA. Onze organisatie kreeg diverse opdrachten, maar de belangrijkste was de termijnverkoop van groenten en fruit, in naam van de veilingen en volgens stringente regels. Belangrijk is dat alleen LAVA bevoegd is om dergelijke verkopen te regelen. Voor de inkopers van supermarkten is het gemakkelijker dat er slechts één aanspreekpunt bestaat voor het contracteren van volumes aan vaste prijzen. Wel werd de duidelijke keuze gemaakt om maximaal dertig procent van het aanbod te bemiddelen. De rest wordt via de klok verkocht.

**De Limburgse fruitveilingen zijn geen lid van LAVA. Een aderlating?**
De Belgische Fruitveiling was tot 2003 aangesloten als lid, maar heeft er toen voor gekozen om samen met Veiling Borgloon een eigen constructie op poten te zetten, met name Fruitbiz.be. Veiling Haspengouw heeft op zijn beurt samen met twee buitenlandse partners de European Fruit Co-Operation opgericht. Op die manier is er dus nooit een bundeling gekomen van bijvoorbeeld het Vlaamse perenaanbod. Jammer.

**De introductie van de termijnverkoop in de groentesector was een revolutionaire ontwikkeling?**
Enerzijds stelden de telers vast dat het kloksysteem tot extra lage prijsnoteringen leidt in geval van overaanbod. Maar ook de supermarkten zijn vragende partij voor een termijnverkoop. Wie op voorhand folders boordevol prijzen laat drukken, probeert zich uiteraard in te dekken tegen sterk schommelende dagprijzen op de versmarkt. In Nederland heeft men het kloksysteem afgeschaft, in Frankrijk is dat grotendeels het geval. Bij onze zuiderburen wordt voor bepaalde regio's wel nog steeds een dagprijs gepubliceerd door mensen die markten afschuimen. In vergelijking daarmee is een kloksysteem een pak efficiënter, op het vlak van zowel arbeidsorganisatie als prijstransparantie. En in onze branche kan je de dagprijs nu eenmaal niet uitschakelen. Telers kunnen bananen laten rijpen wanneer ze zelf wensen, maar groenten blijven nog altijd dagverse producten. Vergelijk het mechanisme in onze sector met de financiële beurzen: ook al heb je een termijnmarkt, daarnaast hebben aandelen een dagprijs die schommelt op basis van vraag en aanbod.

**Houdt het plafond van dertig procent voor de termijnverkoop nog steeds stand?**
Momenteel bemiddelen we ongeveer 10 à 15 procent van de gezamenlijke omzet van de LAVA-veilingen, al flirten we voor sommige producten met een kwart van het volume. In elk geval stijgen de transacties en de volumes voortdurend, en dat is ook logisch aangezien het marktaandeel van de supermarktketens toeneemt. Maar we houden goed voor ogen dat de termijnverkoop geen doel op zich is, maar wel een service voor de klanten. De termijnverkoop wordt pas een doel wanneer de prijszetting op de klok erg stroef verloopt. Op dat ogenblik kunnen we onze klanten contacteren om hen met goede prijscondities te overtuigen om speciale acties te lanceren. Onze manier van werken laat toe om verkoopscontracten te sluiten voor termijnen die variëren van één week tot één jaar.

**De rode draad doorheen de LAVA-veilingen is het keurmerk Flandria?**

Inderdaad. Als je samen de markt opgaat, kan dat enkel via één gestroomlijnd kwaliteitsbeleid, met uniforme productievoorwaarden en verpakkingsmaterialen. Een koper die op de veilingklok in Sint-Katelijne-Waver aan de simultaanverkoop deelneemt, hoeft niet te vrezen dat de Flandria-prei van de REO Veiling van een andere kwaliteit is.

**Net zoals LAVA is het Flandria-label een kind van de crisis in 1995. Door het overaanbod waren de Vlaamse telers genoodzaakt om hun producten te differentiëren?**
Tomaat en witloof waren de voorlopers, terwijl ondertussen meer dan vijftig producten over een eigen Flandria-lastenboek beschikken. Bij de start van het keurmerk was de focus gericht op productkwaliteit, later zijn daar ook productievoorwaarden aan toegevoegd. Tien jaar geleden al koos Flandria resoluut voor de milieuvriendelijke teelt. En de lastenboeken blijven evolueren: steeds meer hygiëneregels, een scherpere residubewaking, enzovoort. Het is nog altijd de bedoeling om de concurrentie een stap voor te blijven, en tot hiertoe lukt dat ook.

**Waaruit leidt u dat af?**
De gemiddelde prijs die onze producenten ontvangen is steevast enkele procentpunten hoger dan bijvoorbeeld in Nederland. Het gebeurt wel eens dat de prijsnoteringen in Frankrijk hoger zijn, maar dat heeft vooral te maken met het feit dat zij hun producten kunnen afzetten op een enorm grote thuismarkt, terwijl onze tuinders met een belangrijk aandeel van hun productievolume de concurrentiestrijd moeten aangaan op de Duitse discountmarkt. Maar ook daar slagen we er in om uit te leggen dat we geen eenheidsworst verkopen.

**Flandria is lang niet het enige lastenboek. De grootdistributie is wild van labels zoals EurepGap...**
En we kunnen het ons zeker niet veroorloven om daar blind voor te blijven. Anderzijds mogen onze telers ook niet verdrinken in de wildgroei aan lastenboeken. Daarom hebben de LAVA-veilingen een compromis uitgedokterd. Een product krijgt in de toekomst het Flandria-label opgespeld als de teler op het vlak van productievoorwaarden twee certificaten op zak heeft: eentje van de wettelijk verplichte autocontrole en anderzijds eentje voor IKKB, EurepGap of een geaccrediteerd gelijkwaardig keurmerk. Daarnaast dient hij nog te voldoen aan de kwaliteits-, sorterings- en verpakkingsvoorwaarden die vermeld staan in de Flandria-lastenboeken.

Het is straks de bedoeling dat de onafhankelijke controlediensten al deze vereisten tijdens één enkele controlebeurt bij de telers kunnen aftoetsen. Dat systeem zit nu nog in een overgangsfase, maar moet op korte termijn operationeel zijn.

**LAVA promoot Flandria als het grootste groentemerk van Europa. Kan u daar cijfers op plakken?**
De LAVA-veilingen zijn goed voor een gezamenlijke jaaromzet van een half miljard euro, samen groeperen ze ongeveer drie procent van de groenteproductie in de EU-15. Op de binnenlandse versmarkt scoort Flandria een marktaandeel van ongeveer 85 procent. Toch is ongeveer twee derde van de productie bestemd voor de export, met als belangrijkste afzetmarkten Duitsland en Frankrijk. Er verhuizen ook nogal wat groenten naar Nederland, vanwaar ze vervolgens uitgevoerd worden naar een ander land. We trekken buitenlandse kopers aan omdat de LAVA-veilingen in Europa een zeldzame oase zijn van uniforme kwaliteit én prijstransparantie. Dat zijn belangrijke troeven voor kopers met klanten op dagbasis, denk bijvoorbeeld aan groothandelsmarkten. Een belangrijke troef is ook dat onze veilingen alle klanten kunnen bedienen: naast de termijnverkoop en de dagmarkt hebben we ook nog de dagmarkt met voorverkoop. Deze laatste formule maakt het mogelijk om deals af te sluiten op een termijn van minder dan één week, waarbij de klant kan opteren voor een speciale verpakking of andere modaliteiten op maat.

**Nederland heeft tien jaar geleden geopteerd voor een massale fusie van alle veilingen. Zijn we in Vlaanderen slimmer geweest?**
Dat hoor je me niet beweren. Maar we hebben in Vlaanderen alleszins gekozen voor een geleidelijke en pragmatische samenwerking, niet voor een big bang zoals onze noorderburen. Daar raakten veel tuinders als gevolg van de fusies hun band kwijt met de lokale telervereniging, waardoor na een tijdje nieuwe organisaties werden opgericht en het aanbod opnieuw versnipperd raakte. Omdat de Vlaamse tuinbouw veel meer kleinschalige familiale bedrijven telt dan Nederland is het bij ons dubbel belangrijk om energie te investeren in de betrokkenheid van de telers bij hun coöperatie. In die zin is het goed dat er nooit een grote fusie gekomen is die er zou toe leiden dat onze veilingmanagers zich ergens in Brussel gaan vestigen. Zo werkt het niet.

**Kunnen de groenteveilingen nog beter samenwerken dan vandaag het geval is?**
De integratie kan zeker nog verder doorgedreven worden. Door bijvoorbeeld kwaliteitsaspecten niet lokaal, maar in nationale productgroepen te bespreken. Of door

de verkoopsmanagers nog meer dezelfde taal te laten spreken tegen hun klanten. Vergeet ook niet dat er nog altijd een beetje concurrentie bestaat tussen de veilingen. Op de veilingtribune met de grootste klanten worden de beste prijzen afgedrukt, en krijgen de producenten dus ook de hoogste prijzen uitbetaald. Dat kan sommigen in de verleiding brengen om die aantrekkelijke klanten op slinkse manier te lokken. Momenteel zijn er tussen de veilingen gesprekken aan de gang om te zien hoe we hier het best een mouw kunnen aan passen.

**Consumenten kiezen steeds meer voor convenience, ook als het om groenten gaat. Maar bij het verpakken van sla of het versnijden van tomaten staan de telercoöperaties aan de zijlijn toe te kijken.**
Die markt is inderdaad al voor een stuk ingenomen door bedrijven die onze primaire producten toegevoegde waarde geven. Het is niet evident om zelf zulke industriële activiteiten op te zetten. Wel bestaan er reeds samenwerkingsverbanden met versnijderijen, hetgeen de groenteveilingen toelaat om die markt nog beter te leren kennen. Het is in elk geval een thema dat de coöperaties volop bezighoudt.

**LAVA heeft een budget van een miljoen euro om een deel van het praktijkonderzoek in de sector te coördineren. Voor de promotie van het Flandria-label op de binnenlandse markt hebben jullie evenveel geld ter beschikking. Blikt u met tevredenheid terug op de manier waarop LAVA zich ontwikkeld heeft?**
De eerste vijf jaar hebben we een gigantische evolutie doorgemaakt: het aantal Flandria-producten en nieuwe lastenboeken steeg spectaculair. Die groei is op dit ogenblik wat afgevlakt, en dus zijn we ons als organisatie gedeeltelijk aan het herbronnen. Met één doel voor ogen: de voorsprong van onze groentetelers op hun concurrenten in het buitenland behouden.


## 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