

"Nieuw Milcobel stilaan op rails na veranderingsproces"

nieuws

Het veranderingsproces dat Milcobel in 2014 inzette, begint stilaan in zijn definitieve plooi te vallen. “De zuivelcoöperatie Milcobel die bestond uit een cluster van ‘uit de kluiten gewassen KMO’s’ is geëvolueerd naar een professionele zuivelgroep met coöperatief aandeelhouderschap”, verwoordde voorzitter Guido Veys het tijdens de jaarvergadering. Toch ziet hij nog een aantal werkpunten. Zo is er een diepgaande oefening gestart naar hoe de coöperatie zich dient aan te passen aan de nieuwe omgeving en ook de bestuurlijke organisatie moet volgens Veys opnieuw bekeken worden. Tot slot wil de zuivelgroep ook werken aan haar corporate branding.

18 JUNI 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:31

Lees meer over:

melkvee

voedingsindustrie



Het veranderingsproces dat Milcobel in 2014 inzette, begint stilaan in zijn definitieve plooi te vallen. “De zuivelcoöperatie Milcobel die bestond uit een cluster van ‘uit de kluiten gewassen KMO’s’ is geëvolueerd naar een professionele zuivelgroep met coöperatief aandeelhouderschap”, verwoordde voorzitter Guido Veys het tijdens de jaarvergadering. Toch ziet hij nog een aantal werkpunten. Zo is er een diepgaande oefening gestart naar hoe de coöperatie zich dient aan te passen aan de nieuwe omgeving en ook de bestuurlijke organisatie moet volgens Veys opnieuw bekeken worden. Tot slot wil de zuivelgroep ook werken aan haar corporate branding.

Toen boze boeren in 2013 de poorten van Milcobel blokkeerden om hun ongenoegen te uiten over de lage melkprijs, was dat voor het coöperatieve bedrijf een teken aan de wand. De hervormingen lieten niet lang op zich wachten: met Eddy de Mûelenaere werd een nieuwe CEO aangesteld en voor de groep werd een volledig veranderingstraject uitgestippeld. Het organigram werd bijgesteld en het aantal afdelingen van het zuivelbedrijf werd bijgesteld waardoor er nu nog drie overblijven: zuivel (Milcobel), kaasservice (Dupont) en roomijs (Ysco). Nadien werden alle centrale functies zoals HR, melkaanvoer, boekhouding en aankoopbeleid gestandaardiseerd en geïnformatiseerd.

De zware investeringen in de infrastructuur van het bedrijf werden stilaan afgerond. Doel van die investeringen was niet alleen klaar te zijn voor het postquotumtijdperk, maar ook een betere valorisatie van de aangeleverde melk te realiseren. Zo werd onder meer de kaasafdeling sterk uitgebreid om op die manier melkprijsverlagingen te vertragen en te bufferen en een stuk stabilisatie in te bouwen. Ook op de werkvloer werd bijgesteld. Van het personeel werd een mentaliteitswijziging gevraagd en de taken van het management werden bijgesteld. “Je best doen, is niet goed genoeg. Het moet goed gedaan zijn”, zei CEO de Mûelenaere hierover.

“Met de raad van bestuur kijken wij met tevredenheid terug op wat er de laatste jaren onder leiding van Eddy de Mûelenaere en zijn managementploeg is gerealiseerd”, zei voorzitter Veys op de jaarvergadering. “De diversiteit in onze productenportefeuille, met schaal en focus op mozzarella en consumentenkaas en met de sterke positie van de meer afgeleide activiteiten roomijs en kaasservice, is het resultaat van een bewuste strategie die we doorzetten en die ons moeten wapenen, vooral in het dal van de markt.” Toch ziet hij nog een aantal uitdagingen op de zuivelgroep afkomen.

Door de veranderingen in de markt ziet de Milcobel-voorzitter de diversiteit van de leden-melkleverers toenemen, zowel in schaal, in visie, in omgeving, in relatie met aanvoer en afzet als in toekomstperspectief. “Om die reden is onze ledenstructuur een diepgaande oefening gestart over hoe de coöperatie zich dient aan te passen aan deze nieuwe omgeving. Natuurlijk raakt dit coöperatieve thema’s. Extreem gezien stelt de vraag zich of de coöperatie een gemeenschappelijk project blijft van de leden die er samen voor gaan of dat de coöperatie haar diensten moet ‘verkopen’ aan de leden.”

Daarnaast heeft het veranderingsproces er niet alleen voor gezorgd dat er een nieuw Milcobel op de kaart staat, maar ook een nieuwe coöperatieve groep, meent Veys. “Ons besturen is daar nog niet echt op aangepast. Hoewel we momenteel al werken met comités en een afgesproken en neergeschreven governance hebben, vraagt dit om revisie. De vraag die we ons daarbij moeten stellen, is hoe we Milcobel in de toekomst willen besturen zodat de onderneming verder kan excelleren, zodat ze haar missie in de markt en ten aanzien van haar leden kan waarmaken in nauwe relatie met hen.”

De voorzitter wijst er daarbij op dat besturen en inspraak gaat over meer dan structuren. “Het gaat over verantwoordelijkheid dragen, kritisch zijn maar ook vertrouwen durven geven, over beslissen, over het respectvol samenspel tussen mensen”, klinkt het. De oefening die de onderneming op dit vlak wil realiseren, wordt extern begeleid en moet dit jaar afgerond zijn. “Wij maken echt werk van boerenbetrokkenheid. Dat is dan ook de reden waarom ik niet kan en niet wil begrijpen dat wij niet in aanmerking komen voor steun aan producentenorganisaties”, zegt Veys nog.

Tot slot wil de zuivelgroep ook aandacht besteden aan corporate branding. “Milcobel is in 2014 de naam geworden waarmee we niet alleen communiceren naar de maatschappij en naar de leden, maar ook naar de medewerkers en de markt. Met deze beslissing willen we onszelf sterker profileren als professionele zuivelgroep en als één van de grootste voedingsbedrijven in ons land”, legt Guido Veys uit. “Corporate branding gaat over Milcobel als begrip en de waarden die er de unieke inhoud aan geven. Ik hoop dat het resultaat van deze oefening is dat de consument Milcobel kan associëren met een duurzaam bedrijfsmodel gestoeld op een correcte en faire prijs voor de boer.”

Beeld: Milcobel/Marcel Van Coile

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra