

"Ook grote telers beseffen meerwaarde van veiling"

nieuws

De schaalvergroting manifesteert zich ook in de Vlaamse tuinbouwsector steeds sterker: daar waar in 2003 nog geen enkele BelOrta-teler een omzet van meer dan 2 miljoen euro realiseerde, waren dat er in 2014 al meer dan twintig. "En dat zorgt voor een spanningsveld", geeft BelOrta-directeur Filip Fontaine toe. "Maar als veiling hebben we ervoor gekozen om mee te groeien", klinkt het bij Fontaine, die tijdens een bezoek van de AgriBusinessClub zijn toekomstvisie deelde. De soms moeilijke relatie met de grote spelers uit de retailsector lijkt daarin een niet onbelangrijke rol te spelen.

6 MEI 2015 - LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:30

Lees meer over:

handel

distributie



De schaalvergroting manifesteert zich ook in de Vlaamse tuinbouwsector steeds sterker: daar waar in 2003 nog geen enkele BelOrta-teler een omzet van meer dan 2 miljoen euro realiseerde, waren dat er in 2014 al meer dan twintig. "En dat zorgt voor een spanningsveld", geeft BelOrta-directeur Filip Fontaine toe. "Maar als veiling hebben we ervoor gekozen om mee te groeien", klinkt het bij Fontaine, die tijdens een bezoek van de AgriBusinessClub zijn toekomstvisie deelde. De soms moeilijke relatie met de grote spelers uit de retailsector lijkt daarin een niet onbelangrijke rol te spelen.

Na een hele reeks fusies mag BelOrta zich vandaag met een omzet van 350 miljoen euro veruit de grootste veiling van het land noemen. Anno 2015 telt BelOrta 1.333 actieve telers en stelt het 370 mensen tewerk. Die groei verloopt volgens veilingdirecteur Filip Fontaine aan een Darwiniaans tempo: "agrarische coöperaties passen zich aan om te overleven." BelOrta steunt als coöperatie volledig op zijn leden. Die zijn in vergelijking met amper tien jaar geleden enorm gegroeid, zo blijkt. In 2003 was er nog geen enkele teler die meer dan 2 miljoen euro omzet realiseerde, terwijl er vorig jaar liefst 26 telers waren die een omzet van meer dan 1,8 miljoen euro neerzetten.

"Bij enkele grote telers is de overslagfunctie van de veiling intussen al weggefallen", beschrijft Fontaine die veranderingen. "Ze worden direct gesolliciteerd door grote klanten en worden in verleiding gebracht om rechtstreeks zaken te doen met de grote spelers uit de distributie. Tegelijkertijd zien we dat ze meer en meer verticaal gaan integreren en meer en meer activiteiten zelf gaan ontwikkelen: verpakking, vruchtensappen, eigen rassen, enzovoort."

"Ons antwoord is meedenken en -evolueren", verduidelijkt Fontaine de strategie van de veiling. "Vroeger waren onze telers

tevreden met de logistieke meerwaarde die de veiling biedt, maar dat is vandaag niet meer voldoende. We moeten meer bieden. Ik denk dat we daar redelijk goed in slagen en dat ook onze grote telers de meerwaarde van de veiling inzien." De fusiegolf heeft er voor gezorgd dat er grotere volumes verhandeld worden, dat de productseizoenen langer duren en dat BelOrta een speler op Europees niveau is geworden. Bovendien is het productgamma zodanig uitgebreid dat klanten op één locatie zowat heel hun boodschappenlijstje kunnen vinden.

Wat de toekomst betreft wil BelOrta blijven groeien, "maar steeds met voldoende aandacht voor de hele coöperatie en niet enkel voor de koplopers", aldus Fontaine. "We willen behouden wat goed is en meer en meer inspelen op productinnovatie en de veranderende strategie van de grote retailers. Zo willen we zekerheid bieden aan de toekomstgerichte teler en willen we onze productkennis verankeren." Dat de veiling op nooit geziene schaal aan productinnovatie doet, blijkt uit de exponentiële groei van de zogenaamde 'specialties' in het productgamma.

De groeisput die BelOrta de laatste tien jaar heeft doorgemaakt, moet bekeken worden tegen de achtergrond van het zo mogelijk nog sneller veranderende retail-landschap: de omzet van de grote kopers op de veiling is in vijf jaar verdubbeld. "Met een omzet van 350 miljoen euro zijn we bepaald geen kleine organisatie, maar in vergelijking met de 5,6 miljard euro omzet van Delhaize, de 5,4 miljard van Carrefour en de 6,6 miljard euro van Colruyt zijn we een dwerg", aldus Fontaine. En hun marktaandeel blijft gestaag verder groeien.

Zich aanpassen aan de grote distributeurs is makkelijker gezegd dan gedaan. "Want hun strategie verandert razendsnel", legt Fontaine uit. "Toen Albert Heijn zijn eerste Belgische winkel opende, zijn alle andere spelers in een kramp geschoten. Hun marges staan onder druk en ik heb de indruk dat ze daardoor ook in een identiteitscrisis zijn beland. Dat uit zich onder meer in meer en straffere promoties. Ze kiezen steeds vaker voor directe afname bij de producent en voor lokale producten. Omdat hun strategie om de haverklap lijkt te veranderen, wordt het bovendien steeds moeilijker om lange relaties met hen op te bouwen. Maar we gaan niet jammeren. We gaan heel hard ons best doen om onze telers de komende jaren een goed inkomen te garanderen."

Voor de teler betekenen die veranderingen in de toekomst allicht meer thuisverlading en een meer geïndividualiseerde aanpak, zeker wat de grote telers betreft. BelOrta wil ondertussen meer investeren in onderzoek. Sterkere relaties met de universiteiten en eigen onderzoeksactiviteiten moeten daarvoor zorgen. Ook het stadslandbouwfenomeen wordt gevolgd, net zoals innovatieve voedingstoepassingen met bijvoorbeeld een medische meerwaarde. "BelOrta moet evolueren naar een West-Europees platform voor groenten en fruit", zo klinkt het ambitieus. Het aanboren van nieuwe exportmarkten, de nieuwe verbindingsweg met de bedrijfscluster in Sint-Katelijne-Waver en de investeringsplannen op een nieuw bedrijventerrein enkele kilometers verderop moeten die ambities mee helpen waarmaken.

Beeld: BelOrta

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>

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra