nieuws

REO-producenten zetten nieuwe visie om in praktijk

nieuws

De Roeselaarse REO Veiling vierde vorig jaar haar 70-jarig bestaan en stelde toen haar nieuwe beleidsvisie voor. "Naar een actieve marktbenadering", klonk het. Een jaar na de feestelijkheden evalueert de veiling zijn vernieuwingsoperatie. Daaruit blijkt onder meer dat de witloof-, champignon- en serreslatelers de boodschap goed begrepen hebben, en dat sterke merken de sleutel zijn tot succes.

9 DECEMBER 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:23

Lees meer over:
glastuinbouw
akkerbouw
tuinbouw
distributie

De Roeselaarse REO Veiling vierde vorig jaar haar 70-jarig bestaan en stelde toen haar nieuwe beleidsvisie voor. "Naar een actieve marktbenadering", klonk het. Een jaar na de feestelijkheden evalueert de veiling zijn vernieuwingsoperatie. Daaruit blijkt onder meer dat de witloof-, champignon- en serreslatelers de boodschap goed begrepen hebben, en dat sterke merken de sleutel zijn tot succes.
Een jaar na het platina jubileum vorig jaar, maakt de REO Veiling een tussentijdse balans op om te evalueren in hoeverre de beleidskeuzes gerealiseerd zijn. Dat het Flandria-keurmerk zowel in binnen- als buitenland een ijzersterk merk is, is geen nieuws. Daarom wil de Roeselaarse veiling een trekkersrol blijven spelen bij het versterken van de internationale koppositie van het kwaliteitslabel. Onder meer de witlooftelers pikten die boodschap goed op: ze startten dit najaar met extra controles van hun Flandria-producten.
Ook de serreslatelers zetten hun beste beentje voor. Via een uitgekiende planning willen zij de afstand in tijd tussen grond en mond fors inkorten. Zo zou hun Flandria-

product in een tijdspanne van hooguit een halve dag afgeleverd worden bij de kopers op de REO Veiling. Het nieuwe oogstschema voor een grotere dagversheid werd de voorbije zomer voor het eerst toegepast. "Met succes", aldus REO Veiling.
Ook nieuwe marktconcepten passen binnen de vernieuwde beleidsvisie. De champignontelers speelden bijvoorbeeld in op de specifieke eisen van de afnemers door de introductie van de biologische teelt van bruine kastanjechampignons, die in eigen beheer worden verpakt. Ook een aanpassing van de bestaande verkoopsystemen kan als een marktconcept worden uitgewerkt. De REO preitelers voegden de daad bij het woord door zich sterk te engageren voor een verdere ontwikkeling van een ruim aanbod in de voorverkoop van hun product vanaf het huidige winterseizoen.
Tenslotte wordt ook het merkenbeleid op een doorgedreven manier verder ontplooid. Net zoals het reeds vermelde Flandria-merk kan ook het Tomabel-label bogen op een sterke reputatie. Naast de genoemde biochampignons worden ook tomaten, aardbeien, veldsla en babyleaf onder dit merk vermarkt. Ook de herwaardering van het kwaliteitsmerk Fine Fleur past in de vernieuwde beleidsvisie. Het Fine Fleur-label krijgt bovendien een nieuw logo dat de dynamiek van de REO-producenten moet weergeven.

Bron: eigen verslaggeving

Beeld: REO Veiling

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

𝕏 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