interview

Directeur Filip Vanaken stoomt REO klaar voor de toekomst

interview

De coöperatieve veiling voor groenten en fruit REO uit Roeselare heeft een licht teleurstellend jaar achter de rug. Maar directeur Filip Vanaken wanhoopt allerminst. “2025 was het jaar van de transitie”, zei hij tijdens de presentatie van de jaarcijfers die lager uitvielen dan in 2024. In een interview met VILT blikt Vanaken niet alleen terug. Een professionalisering van de organisatie, meer interactie met de telers, een herstructurering van de werking en een nieuwe koelinfrastructuur moeten de veiling in Roeselare klaarstomen voor de toekomst.

23 JANUARI 2026

VILT-redactie

Lees meer over:
groente
fruit

Het was moeilijk om Filip Vanaken eind vorig jaar te strikken voor een interview. De REO-directeur had het druk met de afronding van de jaarcijfers, terwijl de bouw van tien nieuwe koelcellen bezig is. Die zijn dag en nacht bereikbaar voor leverancier, teler en klant. Naast die koelcellen staat dit kwartaal de afronding van nog eens vier koelboxen op de planning.
De nieuwe koelinfrastructuur is onderdeel van de Beleidsnota REO 2.0, de naam voor de nieuwe strategie die REO in maart vorig jaar presenteerde. De strategie, waaraan enkele jaren gewerkt is, moet de coöperatie toekomstbestendig maken. Volgens Filip Vanaken zijn de eerste resultaten van deze strategiewijziging al zichtbaar, maar moeten die dit jaar nog meer tastbaar gaan worden. “Het omzetverlies in de preiteelt is iets minder groot dankzij de nieuwe commerciële strategie”, vertelde hij eind januari.

nieuws

Eerst over 2025. De omzet groenten en fruit daalt met zeven procent. Een jaar om snel te vergeten?

Dat het een slecht jaar was voor de veiling, kunnen we niet zeggen. Het is nog steeds het op drie na beste jaar van REO. In vorige jaren hadden we gewoon te maken met recordjaren wat te maken had met de hogere prijs door het lagere volume. Nu is de omzet iets minder, maar nog goed voor de veiling. Dat wil overigens niet zeggen dat het voor alle telers goed was. Voor veel vollegrondstelers was het slechter dan in 2024 en sommige sectoren hebben een zeer zwaar jaar gehad.

Welke sectoren?

Hogere productie, maar forse omzetdaling bij REO

4 JANUARI 2026

Vooral de preitelers en, meer nog, de witlooftelers. De omzet uit prei daalde met 17 procent, die van witloof zelfs met 51 procent. De witloofteelt was daarmee vorig jaar zeker niet rendabel.

Hoe komt dat?

Het aanbod lag hoger dan in de voorbije twee jaar en de vraag was lager. De vraag naar witloof daalt al langer. Voor witloof lijkt dit jaar weer een moeilijk jaar te worden. De worteloogst, het uitgangsmateriaal voor de 'forcerie', was goed, waardoor er weer veel volume verwacht kan worden.

Wat doet u om de witlooftelers te ondersteunen?

De middelen zijn beperkt. Enerzijds neemt de consumptie van witloof al jaren af en anderzijds is het afzetgebied ook beperkt tot Nederland, België, Noord-Frankrijk en Duitsland. We willen met gerichte marketing samen met VLAM bekijken of we de vraag kunnen aanwakkeren, vooral onder jongeren die steeds minder witloof eten. Ook willen we het gesprek met de supermarkten aangaan om schommelingen tegen te gaan en meer te werken met contracten.

De taak van een veiling is om de productie van haar leden zo goed mogelijk te vermarkten. Welke plannen heeft u nog meer om dat te doen?

De voorbije jaren hebben we gewerkt aan een strategie om REO klaar te stomen voor de toekomst. Deze strategie is in maart 2025 aan onze leden voorgesteld en draagt de naam REO 2.0. We voorzien grondige aanpassingen op het gebied van koelopslag, de coöperatieve werking en de commerciële werking. Vorig jaar zijn deze veranderingen ingezet, die gaan gepaard met een investering tussen de 15 en 20 miljoen euro over enkele jaren. Dit jaar moet het meer zichtbaar worden.

Dat is een behoorlijke investering..

De hele koeling gaat op de schop en daarmee de inrichting van het magazijn. De verouderde koeling wordt gefaseerd vernieuwd. Daarbij voorzien we ook 14 extra koelboxen met laadkades die 24 uur per dag bereikbaar zijn voor teler en klant. We hadden al drie van deze 24/7-koelcellen en merkten dat dit zeer goed ontvangen werd. Zo brengen we flexibiliteit in het ophaal- en afhaalproces. Klanten en telers kunnen op elk gewenst moment langskomen en zo de files omzeilen.

Gelijk met deze logistieke aanpassingen hervormen we ook onze werking. Nu worden de producten bij levering eerst gekeurd en vervolgens afgezet in de loods. Dat kan filevorming aan de keurtafel of juist rustige periodes tot gevolg hebben. In de toekomst zal het keuren na aflevering plaatsvinden, op een door ons te bepalen moment. De telers hoeven zo niet te wachten en daarmee winnen ook wij intern aan flexibiliteit en kunnen we onze kwaliteitsmedewerkers efficiënter inzetten. Zo kunnen zij andere zaken doen.

Welke zaken?

We voorzien bijvoorbeeld de introductie van het REO Sublime premium submerk, waarmee we onze topproducten onder de aandacht willen brengen. De kwaliteits- en keuringseisen die hieraan verbonden zijn, zijn strenger en tijdrovender.

Daarnaast willen we proactiever terugkoppelen naar de producenten na herkeuring van hun producten. Waar de teler momenteel een beetje input krijgt na afkeur, willen we hem in de toekomst beter informeren en begeleiden naar een verbetering van zijn aanbod, zodat het product beter afgestemd is op de vraag vanuit de markt. Wij ontvangen feedback van klanten over

kwaliteitseisen en voorkeuren. Deze zaken moeten we beter doorspelen naar onze meer dan 700 telers. De wisselwerking tussen telers en coöperatie is voor een stuk ook geïnstitutionaliseerd in REO 2.0.

Hoe bedoelt u dat?

We willen de telers meer betrekken bij de verkoop. We hebben productstuurgroepen opgericht die periodiek samenkomen. Vroeger waren dergelijke productgroepen deels gebonden aan belangenorganisaties als Boerenbond en liepen commerciële en syndicale werking door elkaar heen. Nu zijn dit structuren binnen REO alleen. Ook de oprichting van Jong REO is onderdeel van deze strategie. De jonge telers zijn onze toekomst; zij moeten mee sturing geven aan het beleid.

En wat houdt de nieuwe commerciële strategie in?

Behalve een nieuwe merkenstructuur willen we ook flexibeler naar teler en klant optreden. Voordien was het ofwel bemiddeling, ofwel klokveiling. Nu willen we meer op zoek naar hybride varianten.

Wanneer verwacht u resultaat van de koerswijziging?

De eerste voorzichtige resultaten lijken nu al zichtbaar. Als gevolg van onze commerciële strategiewijziging hebben we een tussenkwaliteit in het leven geroepen voor prei. Aanvankelijk was er alleen het hoge Flandria-kwaliteitskeurmerk, daarna was er alleen Export A.1-klasse. Het kwaliteitsverschil tussen beide segmenten zorgde voor een disproportioneel prijsverschil.
Door een tussenkwaliteit in het leven te roepen en deze producten in houten kisten te vermarkten, spelen we in op een vraag uit de markt. Hierdoor realiseren we een hogere prijs voor de telers. Zonder deze aanpassingen zou de omzet uit prei dit jaar mogelijk nog slechter zijn uitgevallen.

Hoe ligt de verhouding klokverkoop en bemiddeling bij REO en welke evolutie kent die?

Dat is de laatste jaren richting 50-50 gegaan, waar klokverkoop in het verleden altijd leidend was. In 2024 zag je echter dat het aandeel klokverkoop steeg. Dat had te maken met de goede klokprijzen (wegens het lage aanbodvolume), waardoor telers niet geneigd waren contracten aan te gaan. Ik verwacht dat het aandeel contracten de komende jaren verder stijgt.

U was ooit in gesprek met Hoogstraten over een fusie. U zag toen mogelijkheden om efficiëntiewinst te boeken. Nu niet meer?

De verschillen tussen beide organisaties bleken te groot. Een fusie is niet meer aan de orde, maar ik geloof wel dat een samenwerking tussen de Belgische coöperaties (BelOrta, Coöperatie Hoogstraten en REO) veel mogelijkheden biedt.

BelOrta en Hoogstraten vermarkten samen de blauwe bessen, een teelt die zwaar onder druk staat door prijsdruk. Welke samenwerking ziet u voor u?

Als we weer teruggaan naar de situatie in de witloofteelt, liggen hier misschien mogelijkheden in samenwerking. In Frankrijk hebben producentenorganisatie jaren geleden verkoopbureaus opgericht die het aanbod op de verwachte vraag afstemt. Zo is de markt beter in balans. Zoiets zou hier ook interessant zijn.

Wilt u de witloofproductie drukken?

Daar zou in de toekomst over gedacht kunnen worden en dat is in het verleden ook gedaan. Maar dan zou je ook de Nederlandse telers mee moeten hebben.

Uitgelicht

Bar slecht jaar voor witlooftelers door overaanbod en dalende consumptie

nieuws

Het was een bar slecht jaar voor witlooftelers. Uit de jaarcijfers van REO en BelOrta bleek al dat de omzet uit witloof bijna gehalveerd was ten opzichte van 2024. Dit wordt b...

8 JANUARI 2026

Lees meer

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