nieuws

Zuivelgroep Milcobel herstelt zich goed na slecht 2012

nieuws

De Belgische zuivelcoöperatie Milcobel kan op een zeer goed zuiveljaar 2013 terugkijken. “De uitbetaalde melkprijs steeg ten opzichte van 2012 met ruim 22 procent en lag met 38,63 euro per 100 liter op het hoogste niveau dat we ooit haalden”, zei CEO Eddy de Mûelenaere niet zonder trots tijdens de algemene vergadering. Ook de geconsolideerde omzet van de groep steeg met zo’n 10,5 procent tot bijna één miljard euro en de winst van de groep bedroeg afgelopen jaar 6,5 miljoen euro.

17 JUNI 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:26

Lees meer over:
melkvee
voedingsindustrie



De Belgische zuivelcoöperatie Milcobel kan op een zeer goed zuiveljaar 2013 terugkijken. “De uitbetaalde melkprijs steeg ten opzichte van 2012 met ruim 22 procent en lag met 38,63 euro per 100 liter op het hoogste niveau dat we ooit haalden”, zei CEO Eddy de Mûelenaere niet zonder trots tijdens de algemene vergadering. Ook de geconsolideerde omzet van de groep steeg met zo’n 10,5 procent tot bijna één miljard euro en de winst van de groep bedroeg afgelopen jaar 6,5 miljoen euro.

Na het zeer zwakke 2012 werd 2013 een heel ander zuiveljaar. “Ook voor Milcobel was dat het geval. Nu ook het nieuws is bevestigd dat de superheffing in België werd afgewend, kunnen we met zekerheid zeggen dat het een heel goed jaar is geweest”, aldus de Mûelenaere. Afgelopen jaar kenden de melk- en zuivelprijzen een flinke hausse. Mede onder impuls van de droogte in Oceanië en de beperkte productie in Europa oversteeg de vraag op de wereldmarkt het aanbod. Daardoor bereikte de melkprijs historische hoogtes.

Milcobel haalde in 2013 1.144 miljard liter melk op. Dat is 29 miljoen liter of 2,6 procent meer dan in 2012. In België was de groei eigenlijk nog iets hoger (+3,8%), want de zuivelcoöperatie verloor een aantal Nederlandse leden. Het aantal leden-leveraars zakte verder met 3,8 procent van 2.993 naar 2.878. “Sinds de creatie van Milcobel in 2005 is al meer dan een derde van de leden gestopt”, legt de Mûelenaere uit. “Maar de overblijvers doen het niet slecht. De gemiddelde levergrootte steeg opnieuw met bijna zeven procent tot 398.304 liter, maar liefst 75 procent meer dan bij het ontstaan van Milcobel.” Daarmee is de gemiddelde Milcobel-leveraar groter dan het gemiddelde Belgische melkveebedrijf (389.000 liter).

Door de interessante prijzen op de spotmarkt verwerkte Milcobel in 2013 zes miljoen liter melk minder in de eigen fabrieken. “Zoals onze strategie het voorziet, toont de verwerking in verschillende producten een toenemende spreiding: 50 procent werd verwerkt in melkpoeder, 22 procent in industriële kaas, 16 procent in consumentenkaas en 12 procent in vloeibare bereidingen”, legt de CEO uit. Door de gunstige prijzen werd er meer melk verwerkt tot melkpoeder en behaalde deze verwerkingstak een goed resultaat.

De productie van mozzarella was ongeveer gelijk met 2012 omdat de capaciteit volledig benut bleef. “Doordat de prijzen van mozzarella vrij vlot de melkprijzen volgden, werd voor deze activiteit een normaal resultaat behaald”, aldus de zuivelcoöperatie. Na een lichte daling in 2012 steeg de kaasproductie in België in 2013 opnieuw. “Onze eigen merken kenden een groei van vier tot vijf procent in volume, maar de andere segmenten zoals export en productie onder andere merken, groeiden nog sneller (+13 tot 15%). Door deze ongunstige mix en omdat de hogere prijzen slechts vertraagd konden doorgerekend worden, is het resultaat in consumentenkaas minder goed”, zegt de Mûelenaere.

In de kaashandel zag Milcobel afgelopen jaar opnieuw groei en zelfs een lichte toename van het marktaandeel. “Toch was het ook hier niet evident om de stijgende melkprijs meteen doorgerekend te zien, waardoor het resultaat gewoon is en niet schitterend.” Er werd tien miljoen liter melk meer verwerkt tot consumptiemelk. De valorisatie was minder goed dan het jaar voordien, voornamelijk omdat melk ondanks prijsaanpassingen minder competitief was tegenover poeder en boter. Ysco, de roomijsactiviteit van de groep, kende een vrij goed jaar.

Dit alles zorgde voor een geconsolideerde omzet van bijna één miljard euro. “Ten opzichte van 2012 is dat een stijging van ongeveer 10,5 procent. Dat komt vooral door de hogere prijzen. Kaas is ons belangrijkste product geworden qua omzet. Door de betere prijzen en minder ongunstige effecten in de kosten is het operationeel resultaat praktisch het drievoudige van 2012”, legt CEO de Mûelenaere uit. “Er is een nabetaling voorzien van 11,5 miljoen euro zodat het geconsolideerd groepsresultaat 6,5 miljoen euro bedraagt. Daarvan wordt een dividend van vier procent, goed voor 1,2 miljoen euro, uitgekeerd aan onze leden. De reserves worden aangevuld met de overige 5,3 miljoen euro.”

De zuivelcoöperatie blikte tijdens de algemene vergadering ook vooruit naar 2014. “Structureel zijn de vooruitzichten voor de zuivelmarkt gunstig. De wereldvraag groeit sneller dan de productie in de landen waar de vraag toeneemt dus de export zal blijven toenemen”, legt de Mûelenaere uit. Al waarschuwt hij ook voor het gevaar van de crisis en van de stijgende grondstoffenprijzen die onvoldoende kunnen doorgerekend worden in de consumentenprijzen. “Door te sterke focus op prijs en goedkoop laten we als maatschappij geen toegevoegde waarde meer toe. Maar op die manier kunnen er geen jobs ontstaan of behouden worden.” Ook voorzitter Guido Veys wees erop dat de maatschappelijke kost van te lage prijzen bijzonder groot is.

Wat de melkprijs betreft, verwacht Milcobel een daling in 2014. “Bij iedereen zullen de prijzen dalen, maar, zeker voorlopig, is niet te verwachten dat we dezelfde dramatische prijzen zullen kennen als na de vorige hausse in 2008.” Maar de Mûelenaere sluit niet uit dat de melkprijs niet dieper zal dalen dan hij begin 2013 was. “En dan kunnen we voor het jaar 2014 gemiddeld aan een prijs komen die in de buurt van die van 2013 ligt. Maar de kans is wel groot dat 2015 zich dan moeilijker zou aandienen.”

Bij Milcobel zelf dienen zich in 2014 een aantal structurele veranderingen aan. “We hebben ervoor geopteerd om al onze zuivelactiviteiten onder de naam Milcobel te voeren, om zo de eenheid en integratie zeker naar buiten beter en meer te benadrukken. Juridisch gaan we proberen al die activiteiten in één vennootschap onder te brengen. We zullen in de toekomst dus praten over Milcobel kaas, Milcobel poeder, Milcobel drinks en ga zo maar door”, aldus de CEO. Dit streven naar efficiëntie wil de zuivelgroep ook op personeelsvlak verderzetten. “We zijn begonnen met veranderingen in de groepsdirectie, nu gaan we het niveau daaronder aanpakken en zo verder tot we op de werkvloer uitkomen.” Dat er ontslagen zullen vallen, wil de Mûelenaere niet uitsluiten, maar hij maakt zich wel sterk dat verdere groei van Milcobel ervoor zal zorgen dat het personeelsbestand op iets langere termijn stabiel blijft.

Beeld: 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 |