



Laveren tussen oplopende melkprijs en supermarktoorlog

Vecozuivel opereert in lastige dagversmarkt

In de huidige markt is het voor een producent van dagverse zuivel lastig ondernemen, ervaart Vecozuivel. De consumptie van dagvers daalt, de grondstofprijzen stijgen. Kom daar maar eens uit met supermarkten die geen lege schappen willen én een prijzenoorlog voeren. Toch vertrouwt directeur Alexander van Rouwendaal erop dat het goed komt.

Het zuivelspeelveld is enorm in beweging. Niet alleen Noordwest-Europa, waar grote en kleine verwerkers met het oog op het einde van de quotering massaal investeren in productiecapaciteit. Wereldwijd neemt de vraag naar zuivel toe, aangewakkerd door groeiende economieën in Azië en Rusland en opkomende Noord-Afrikaanse en Latijns-Amerikaanse markten. De melkproductie groeit eveneens,

maar nog niet hard genoeg om de markt bij te benen. Dat drijft de grondstofprijs op. De zuivelhandel grijpt internationaal ook steeds meer in elkaar. Dat bewijst onder meer de affaire rond de Nieuw-Zeelandse zuivelreus Fonterra, die met botulisme verontreinigde weipoederproducten naar China had geëxporteerd. Grootafnemer China sloot de grens voor weiproducten uit Nieuw-Zeeland en ook Rus-

land besloot zuivelproducten uit die regio te weren. Gevolg: een fors groter aanbod op de toonaangevende internationale zuivelveiling Global Dairy Trade van begin augustus, waar de prijzen voor vol en mager melkpoeder met 5 tot 8 procent daalden. Het zijn ontwikkelingen die Vecozuivel-directeur Alexander van Rouwendaal en commercieel directeur Edgar Leblans nauwlettend in

Directeur Alexander van Rouwendaal (rechts) en commercieel directeur Edgar Leblans (links) van Vecozuivel.

de gaten houden. Vecozuivel is gespecialiseerd in de productie van dagverse zuivel (melk, drinkyoghurts, yoghurt en vla) voor Nederlandse supermarkten, zowel onder eigen merk als onder private label. Jaarlijks verwerkt het bedrijf in Zeewolde zo'n 80 miljoen liter melk, waarvan de helft biologisch en de helft gangbaar. In biologisch dagvers is Vecozuivel daarmee naar eigen zeggen de grootste speler in Nederland.

Dalende consumptie

De consumptie van dagverse zuivel staat echter onder druk. Dronk de gemiddelde Nederlander in 2000 nog 63 liter melk per jaar, inmiddels is dat gedaald naar zo'n 48 liter. Ook bij andere consumptiemelkproducten is sprake van een dalende tendens. De zuivel dranken ondervinden de laatste jaren steeds meer concurrentie van andere gezonde dranken, zoals water, vruchtensappen en sojadrinks, aldus Leblans. „Wij verwachten niet veel groei meer voor de dagverse markt in Nederland”, moet Van Rouwendaal erkennen.

Binnen dagvers groeit de consumptie van biologische zuivel nog wel, maar de curve vlakkt af. Voorheen werd 10 tot 15 procent groei per jaar genoteerd, dit jaar zal het hooguit 5 procent zijn, schat Leblans in. Onder invloed van de economische crisis neigen consumenten ook meer naar de goedkopere producten uit de onderste schappen. Er wordt bijvoorbeeld meer houdbare melk (UHT) afgenomen.

Oplopende melkprices

In die krimpende dagversmarkt heeft Vecozuivel te maken met oplopende melkprices. Momenteel wordt er aan alle kanten flink getrokken aan de melk; voornamelijk door kaasmakers en door de fabrikanten van melk- en weipoeder en andere hoogwaardige ingrediënten voor de voedingsindustrie. Met als gevolg dat de gangbare melkprice de 40 cent aantikt; bio zit inmiddels tegen de 50 cent aan.

„Dat houdt ons wel bezig, ja”, zegt Van Rouwendaal. Leblans vult aan: „We willen als producent van dagverse zuivel niet aan de laatste mem komen te hangen, zogezegd. Maar ook de retail kan zijn ogen voor deze ontwikkelingen niet sluiten. Als de vraag naar melk internationaal zó hard aantrekt, is het risico aanwezig dat de schappen leeg komen te staan en dat wil geen enkele supermarkt.” De retail wil graag leveringszekerheid. Vecozuivel springt hierop in door de contracten met de melkleveranciers om te bouwen van

kortlopende contracten naar meerjarige leveringsafspraken of afspraken voor onbepaalde tijd, gebaseerd op uitbetaalprices van de coöperaties.

Aan retail wordt gevraagd of deze op basis van leveringscontracten van langer dan een jaar de handel wil onderbrengen. De onderhandelingen daarover worden op het scherp van de snede gevoerd, schetst Van Rouwendaal. De retail ziet weliswaar dat de melkprice oploopt, maar wil daar nog niet altijd in mee gaan. Retailers blijven ten diepste kruideniers die zo scherp mogelijk willen inkopen. In principe zouden ze een hogere inkoopprice kunnen doorberekenen aan de consument – die doorgaans niet wakker ligt van een priceverhoging van enkele centen op een pak melk – maar welke supermarkt durft die eerste stap te zetten en de price te verhogen? De supermarktoorlog woedt namelijk nog steeds, aldus Van Rouwendaal.

Vechtmarkt

Tegelijkertijd is er, gezien de afnemende consumptie, sprake van felle concurrentiestrijd tussen de producenten van basiszuivel, zoals FrieslandCampina, Arla en Farm Dairy, waarin FrieslandCampina ook een belang heeft. Dat

Katshaar Zuivel (bijna 100 miljoen liter dagverse zuivel op jaarbasis) eerder dit jaar werd ingelijfd door Noorderland Melk valt niet geheel los te zien van de huidige marktomstandigheden.

Ook Vecozuivel heeft last van die vechtmarkt. De zuivelonderneming ondervond dat aan den lijve in de onderhandelingen met een retailer, waarbij Vecozuivel dit jaar een contract kwijtraakte voor 18 miljoen liter melk (12 miljoen pakken van anderhalve liter). Met als gevolg dat de omzet van 63 miljoen euro en 98 miljoen liter melk uit 2012 dit jaar niet geëvenaard zal worden.

„Het is niet comfortabel ondernemen. Je moet ontzettend goed opletten wat je doet”, zegt Van Rouwendaal. Niettemin blijft hij – gezeten in zijn kantoor, schoenen uit bij de deur – er wel ontspannen onder. „We hebben een goede relatie met onze retailers, we hebben er alle vertrouwen in dat we eruit gaan komen.”

Leveranciers

Vecozuivel heeft geen 'eigen boeren' die de melk rechtstreeks aan de fabriek leveren. Alle melk wordt ingekocht. Omdat met de retail steeds vaker wordt ingezet op

Vecozuivel heeft in het Chinese Wenzhou twee winkels.



Van boerderijwinkel naar supermarkten

Vecozuivel is van oorsprong een biologisch zuivelbedrijf. Alexanders vader Ruud van Rouwendaal molk op de boerderij Vicariënerf in Leusden, aan het randje van de Gelderse Vallei, zo'n zestig gangbare koeien. De eigen melk werd verwerkt tot kaas en andere zuivelproducten. Die werden verkocht in de winkel aan huis en in kaaswinkels in de regio. Alexander en zijn broer Jaco wilden echter graag groter: meer ondernemen. Zij zagen perspectief in het leveren van dagverse biologische zuivel aan supermarkten. In 1997 begonnen ze met 300.000 liter aangekochte biomelk Vecozuivel, waarbij de V verwijst naar Vicariënerf en "eco" staat voor ecologisch. Na de omschakeling kwam ook de melk van hun eigen koeien erbij.

In de loop der jaren groeide de zuivelonderneming steeds verder, richting de 25 miljoen liter melk in 2008. Op het ouderlijke erf kwamen ze veel te krap te zitten. Destijds had Vecozuivel pakweg de helft van de biozuivelmarkt in handen. Om een verhuizing naar een nieuwe productielocatie te kunnen financieren, was een schaaflsprong nodig. De volledige biologische markt beheersen was onhaalbaar, dus werd uitbreiding gezocht in gangbare zuivel. In 2009 verhuisde Vecozuivel naar Flevoland. Op het industrieterrein Trekkersveld bij Zeewolde werd



een fabriek met een capaciteit van 100 miljoen liter melk gerealiseerd, waarin nu 80 miljoen liter wordt verwerkt tot melk, karnemelk, (drink) yoghurt, vla en boter. De helft gangbaar, de helft biologisch. Vecozuivel heeft vijf verpakkinglijnen en specialiseert zich in maatwerk voor supermarkten, bijvoorbeeld de 400 milliliter-verpakkingen voor

AH Biologisch en de 1,8 liter hersluitbare plastic cans voor Superunie. Voor Áusnutria Hyproca wordt ook dagverse geitenzuivel verpakt onder het merk Kabrita. Vecozuivel ligt onder eigen merk in de schappen bij onder andere Hoogvliet, Boni, Dekamarkt en Dirk. Verder is Vecozuivel exclusief licentiehouder voor dagverse zuivel van het merk

langetermijncontracten, wil Vecozuivel aan de voorkant met die toeleveranciers ook nadrukkelijk langjarige verbintenissen aangaan.

Van oorsprong is Vecozuivel een biologische zuivelverwerker. De onderneming heeft al sinds jaar en dag een hele goede relatie met één vaste leverancier van biomelk, Eko Holland. De gangbare melk wordt geleverd door meerdere partijen, waaronder de coöperatie Noorderland Melk, particuliere zuivelverwerker Nemelco en handelsorganisatie Farmel. Vooral in het gangbare segment wil Vecozuivel de banden nog graag wat verstevigen, door ook hier meer langetermijnafspraken te maken. Daar hebben de leveranciers ook baat bij, aldus de directeur.

Heeft Vecozuivel nooit overwogen om met eigen boeren te gaan werken? „Daar hebben we wel over gedacht, maar omdat wij geen kaas of melkpoeder fabriceren, is het lastig om bij piekvoer overtollige melk te bufferen”, legt Van Rouwendaal uit. „Omwille van de flexibiliteit blijven wij melk inkopen.” Voor de prijszetting hanteert Vecozuivel een eigen mandje, gebaseerd op de noteringen van de grote zuivelondernemingen in Nederland. Voor bio wordt een prijs per levertermijn overeengekomen met de melkleverancier.

Samenwerking

Het afzetvolume van Vecozuivel lag de laatste twee, drie jaar gemiddeld op 80 miljoen

liter melk per jaar. In principe heeft de fabriek in Zeewolde capaciteit voor 100 miljoen liter melk, maar Van Rouwendaal verwacht binnen afzienbare termijn geen groei, tenzij via samenwerking of export. Vecozuivel heeft geen concrete samenwerkingsplannen, maar staat er in principe wel open voor, mits dat voor beide partijen een meerwaarde heeft, aldus de directeur. „Samenwerken met een poeder- of kaasproducent bijvoorbeeld. Onze deur is niet dicht”, zegt hij uitnodigend.

Export China

Groei via export is ook een optie. Vecozuivel exporteert sinds begin 2012 al een paar procent van haar volume als langhoudbare melk (UHT) naar China en was daarmee als eerste Nederlandse zuivelonderneming met UHT aanwezig op die markt. Inmiddels is Arla daar (vanuit Duitsland) ook actief. Ook in de Aziatische markt beconcurreren de Europese zuivelondernemingen elkaar.

Toch is de export naar China, als is het maar klein, een oppepper voor Vecozuivel. „Het is innovatief, fris, en geeft ons weer energie”, zegt Leblans enthousiast. „Wij verkopen daar onder onze eigen labels Vecozuivel en Flevomel dozen met zes literpakken volle melk, of met twaalf pakjes van 200 milliliter. Het zijn cadeauverpakkingen. Zoals je in Nederland een bierpakket cadeau kunt doen, doen ze het daar met hoogwaardige kwaliteitsmelk. We hebben daar inmiddels zelfs twee eigen

Vecozuivel-winkels, onze Chinese flagship-stores, beide in Wenzhou.” De transportkosten van de containers met melkpakken vallen relatief mee, geeft hij aan: voor het geld waarmee je in Europa een vrachtwagen niet verder dan Zuid-Frankrijk krijgt, staat je container in China. De retourvrachten leveren immers ook geld op voor de transporteur.

Vakmanschap belonen

De zuivelexport naar China toont maar aan dat de vraag naar hoogwaardige zuivelgrondstoffen wereldwijd toeneemt. Vooral Nederland is heel goed in de kwaliteitsborging. Niet voor niets wil zuivelgigant Fonterra (via samenwerking met A-ware) juist in Nederland voet aan de grond krijgen om vanuit Heerenveen zijn tweede 'melkpool' te realiseren in Noordwest-Europa en bouwt het Chinese bedrijf Xian Consummate een baby melkpoederfabriek in Assen. Dat de Nederlandse zuivel internationaal zo hoog aangeschreven staat, is vooral te danken aan het vakmanschap van de melkveehouders, zegt Van Rouwendaal. „Het zou wel fair zijn als ze daarvoor dan ook beloond zouden worden in de melkprijs. De vraag naar voedsel neemt wereldwijd toe, de voedselprijzen stijgen, maar in Europa, en zeker in Nederland, moet de retail daar nog aan wennen. Maar op een gegeven moment zullen de supermarkten wel mee moeten, dan kunnen ze er niet meer omheen.” ■