

CEO Milcobel Eddy de Mûelenaere bezorgd over de marktwerking zuivel

# Milcobel bouwt verder

Met een nieuwe kaasfabriek en meer capaciteit voor mozzarellaproductie timmerde zuivelverwerker Milcobel hard aan de weg. Met de bouw van een nieuwe melkpoedertoren wil de verwerker zijn positie verder verstevigen. CEO Eddy de Mûelenaere: 'Tegen eind 2015 willen we al een stuk verder op weg zijn om weerstand te kunnen bieden aan de sterke fluctuaties van de markt.'

tekst **Annelies Debergh**



**H**et persbericht is nog maar pas de deur uit. Twee types Brugge-kazen wonnen op de Nantwich International Cheese Awards respectievelijk de gouden en de bronzen plak. Net die dag staat de afspraak gepland met de CEO van Milcobel Eddy de Mûelenaere (62).

Zijn kantoor kijkt uit op de bouw van de nieuwe melkpoedertoren die de verzuielaar eind 2016 in gebruik wil nemen. 'Het doel is om te gaan van een coöperatie die producten verwerkt en vermarkt naar een bedrijf dat dit op een professionele manier aanpakt en de gemaakte investeringen ook echt doet renderen', stelt De Mûelenaere. De werken aan de melkpoedertoren zijn nog in volle gang,

maar de bedrijfskoers ligt vast. 'Tegen eind 2015 willen we al een stuk verder op weg zijn om weerstand te kunnen bieden aan de fluctuaties van de markt.'

*Hoe kijkt u aan tegen de protestacties van melkveehouders in de verschillende Europese landen?*  
 'Als een sector kiest om maximaal te profiteren van de wereldzuivelmarkt, dan mag die niet van de eerste keer dat het moeilijk gaat, een beroep doen op de politiek om bij te springen. Wellicht hebben de hoge melkprijzen van 2014 voor het einde van het quotum niet geholpen en bij melkveehouders valspositieve verwachtingen gecreëerd.'  
 'Bedrijven worden nu geconfronteerd

met een volatiliteit die veel groter en steiler is dan gedacht. Het is misschien wel een vraag of we willen concurreren op de wereldmarkt. Maar daar hoort de politiek een antwoord op te geven. Ik geloof niet dat de protesten op zich iets opleveren. Het is aan de melkveehouder om zelf te bufferen. Hoe groot je ook bent als melkveebedrijf, je ondergaat altijd voor de volle honderd procent de markt.'

*Waarom zat Milcobel het voorbije melkjaar achteraan in het Europese peloton van de melkprijs?*  
 'Bij de keuze om te gaan diversifiëren is ingezet op de productie van kaas. Pas in de loop van vorig jaar is de consumentenkaasfabriek ook echt gaan renderen.'

Voor de productie van industriële kaas – mozzarella – zaten we nog niet op kruissnelheid en botsten we tegen onze grenzen aan, de maximale capaciteit van de bestaande fabriek was al twee jaar bereikt. Door de ingebruikname van de nieuwe mozzarellalijn konden we pas in het derde kwartaal van 2014 meer mozzarella verkopen. Dat was net iets te laat om nog goede marktprijzen te halen. Dat heeft gewogen op de melkprijs.'

*Hoe denkt de zuivelgroep het de komende jaren beter te gaan doen?*

'Met de productiesites die we nu in gebruik hebben, kunnen we al beter inspe-

teken dat dat je nooit de laagste prijs zal hebben, maar ook nooit echt de allerhoogste melkprijs. Melkveehouders zullen nog meer het prijsverloop over langere termijn moeten leren waarderen.'

*Doet Milcobel het straks beter in de internationale melkpijsoververgelijking?*

'Mijn boodschap is om op te letten met melkpijsoververgelijkingen. Het verschil tussen de melkprijs in Cyprus en Litouwen is dertig cent per liter. Waasland Beveren zal ook nooit in de categorie van Chelsea spelen, laat staan dat ze die Engelse topclub kunnen kloppen. Dergelijke vergelijkingen gaan niet op. Wij zou-

leden en 2000 werknemers hebben we daar een verantwoordelijkheid te nemen.'

'De laatste vijf tot tien jaar heeft de Belgische zuivelindustrie veel geïnvesteerd. Belgische coöperaties hadden daarvoor nooit echt een politiek van investeren en reserveren. Ook wij zijn gestart vanuit een slechtere positie om onze investeringen te realiseren. Evenmin zijn er – in tegenstelling tot andere grotere spelers – profitabele activiteiten waarmee de in-landse melkprijs kan gesubsidieerd worden. We zijn bezig aan een inhaalbeweging en er is meer dan een behoorlijke kans dat we daarin zullen slagen.'

*Is diversificatie wel de juiste keuze of hoort de groep zich meer toe te leggen op specialisatie?*

'Met in hoofdaandeel kaas en melkpoeder denk ik dat Milcobel juist de weg van specialisatie heeft ingeslagen. Melkdranken blijven met nog geen tien procent een kleine bron van melkverwerking en we blijven bewust weg van yoghurt en gefermenteerde producten. Een groot deel van de melkpoeders wordt goed verkocht, omdat daarmee ook toegevoegde waarde wordt gegenereerd. De ijsactiviteiten zie ik niet als een directe stroom van melkverwerking, maar als een afnehmer van wei en room en dus een verwerker van melkproducten. Hoe dan ook blijft het een waardevolle business.'

*Wat zijn de verwachtingen aangaande de evolutie van de melkprijs?*

'Waar ik me op dat vlak zorgen over maak, is dat we met een marktwerking zitten die niet meer functioneert. De gewone marktwerking bestaat niet meer als het antwoord op lagere melkpreisen alleen maar meer melk is. Als aan de aanbodzijde niets verandert, dan kan de markt alleen maar saneren door menselijke drama's op de melkveebedrijven of politiek ingrijpen. Marktregulering kan ook binnen de Europese Unie gebeuren. Als er geen echt overaanbod is op Europees niveau, dan zijn de marktprijzen meestal beduidend hoger. Eigenlijk kan alleen een duidelijke politieke strategie daar antwoord op geven.'

'In deze marktomstandigheden is het erg moeilijk om voorspellingen te doen. Niemand kan het laatste kwartaal van dit jaar voorspellen, laat staan het eerste kwartaal van volgend jaar. Ook het laatste halfjaar had niemand verwacht dat de melkpreisen zo steil zouden dalen. De komende drie maanden is er nog geen verbetering in zicht. De enige zekerheid voor de toekomst blijft de onzekerheid.'



## 'Onze strategie is om de grootste van de kleinere zuivelondernemingen te worden'

den ons moeten kunnen vergelijken met melkerijen van een gelijkaardig niveau.' 'Doordat Milcobel in de internationale melkpijsoververgelijkingen staat, volgde in het verleden automatisch een vergelijking met grotere Europese partijen als Sodiaal, Lactalis, Arla of FrieslandCampina. Onze strategie is om de grootste van de kleinere zuivelondernemingen te worden. Zo hebben wij zeker nog een belangrijke kans om een respectabele speler op de melkmarkt te blijven.'

*Is Milcobel te klein aan het worden om zelfstandig te opereren?*

'Als je middelgroot bent en je stelt je flexibel op, dan liggen er mogelijkheden. Met 20.000 ton consumentenkaas beteken je iets op de markt en heb je toch al belangrijke schaalvoordelen. Hetzelfde geldt voor onze mozzarella- en poederproductie. Door op de juiste manier de markt op te gaan met "tailor-made" – op maat gemaakte, producten kan Milcobel als een zelfstandige coöperatie in de melkmarkt blijven opereren.'

'Met aangepaste productiesites met telkens een behoorlijke capaciteit beschikken we over een flexibel productieapparaat. Mocht het dan niet lukken, dan blijven we door die strategie ook een interessante partner om met anderen samen te werken. Met 3000 coöperatie-

len op de markt. Dankzij de keuze voor consumentenkazen en een gunstige ijsconsumptie afgelopen zomer hebben we de afgelopen tijd de verdere daling van de markt enigszins kunnen temperen.'

'Dat we daarmee de daling van de melkprijs hebben kunnen opvangen, zal echter ook het omgekeerde inhouden. Als de markt op korte termijn weer stijgt, dan zullen we waarschijnlijk niet onmiddellijk vooroplopen met de melkprijs. In 2013 zijn de verkoopprijzen van onze producten niet meteen meegegaan met de duurdere wereldmarktprijzen. Met een vertraagde daling en straks een vertraagde stijging bufferen wij als het ware de melkpreisen. Als melkveehouder be-