

In Sint-Pieters-Leeuw, aan de rand van Brussel, ligt melkerij Vermeersch. Dit familiebedrijf is al meer dan 50 jaar actief in de zuivelsector. Het bedrijf onderscheidt zich door de melk via HTST-pasteurisatie te verwerken.

– MATTHIEU FRIJLINK, BEROEPSWERKING –



## Vermeersch kiest voor vers



Foto: Luc Van Driek

Het verhaal van Vermeersch begon in 1951 als een eenmanszaak, met als kernactiviteit het verhandelen van melk. De economisch gunstige situatie na de Tweede Wereldoorlog zorgde ervoor dat het bedrijfje snel groeide en er werden chauffeurs aangeworven om het verhandelde volume melk te kunnen rond brengen. In 1976 leidde deze expansie tot de oprichting van de nv D. Vermeersch. In het bedrijf werkten 12 mensen. Naast het verhandelen van melk, verwerkte Vermeersch ook zelf een deel van de melk in een kleine productielijn. Vanaf 1981 haalde het bedrijf zelf melk op bij de producenten. Ondertussen haalt het bedrijf 100% van het volume dat verwerkt wordt op bij eigen leveraars. In het begin van de jaren 80 groeide de hoeveelheid melk die het bedrijf verwerkte. Op die manier groeide Vermeersch langzaam uit

van grossier tot fabrikant van zuivelproducten.

“Er werd voortdurend geïnvesteerd in nieuwe en betere machines om aan de strenge normen te voldoen. Momenteel telt het bedrijf 18 werknemers en haalt het een brutojaarmzet van 20 miljoen euro (tabel 1 en 2). Een zelfstandige opha-

Tabel 1 Bedrijfscijfers D. Vermeersch - 2009

Aantal leveraars	120
Verwerkte melk	36 miljoen l
Brutojaarmzet	20 miljoen euro

Tabel 2 Melkophaling en verdeling

Werknemers	18
Eigen RMO-wagens	0%
Ander dan eigen vervoer	100%

ler haalt de melk op bij 120 leveraars die samen 36 miljoen l produceren. Het aantal leveraars blijft vrij constant doordat nieuwe leveraars de plaats innemen van bedrijven die stopten. De ophaler, die exclusief voor Vermeersch werkt, heeft rondes in Vlaams-Brabant, Waals-Brabant en Henegouwen”, zegt Marie Vermeersch-Duyck. Ze runt het familiebedrijf samen met haar man Marc Vermeersch. In samenspraak maken ze strategische keuzes die passen in het familiale karakter van het bedrijf.

### Respect voor de melk

Van in het begin koos Vermeersch voor HTST-pasteurisatie van melk (*high temperature short time*). Bij deze pasteurisatie wordt de melk kort op een hoge temperatuur verhit (minstens 15 seconden aan 72 °C). Dit gebeurt met respect voor de melk. De meeste Belgische melkerijen verwerken de melk met een UHT-behandeling, wat staat voor *ultra high temperature*. Zij verhitten de melk minstens 2 seconden aan 138 °C.

De pasteurisatie aan lagere temperatuur houdt meer eiwitten intact en zorgt ervoor dat de smaak van echte verse melk beter bewaard blijft. Deze melk is wel minder lang houdbaar dan UHT-melk. Meestal gaat het om 2 tot 3 weken, terwijl je UHT-melk makkelijk enkele maanden kan bewaren. De keuze voor deze methode heeft dus voor- en nadelen. Een extra voordeel is uiteraard dat je je onderscheidt van de concurrentie waardoor je de mogelijkheid krijgt een nichemarkt te bevoorraden. Zo levert Vermeersch een groot deel van zijn producten aan de horeca en de voedingsindustrie.

### Productgamma

De 36 miljoen l melk die Vermeersch verwerkt, wordt als verse room of verse melk op de markt gebracht. De verpakkingen

zijn vooral afgestemd op grootgebruikers in de horeca en de voedingsindustrie met volumes van 1, 5, 10, 400, 1000 l. Andere producten (kaas, boter, ...) die de melkerij in haar gamma heeft, worden door andere melkerijen geproduceerd en onder label van Vermeersch vermarkt. Op die manier kan het bedrijf uitpakken met een zo volledig mogelijk productgamma. Ook de afgeroomde melk, die overblijft van de roomproductie, wordt verpoederd door andere melkerijen. Het gros van de producten wordt afgezet in de Benelux, een kleiner deel in Frankrijk. Door de beperkte houdbaarheid van de verse producten is afstand een belangrijke beperking op het uitbreiden van de afzetmarkt.

### Wat brengt de toekomst?

Marie Vermeersch kan de toekomst moeilijk inschatten. Wel kan ze enkele trends en de visie van het bedrijf die hiermee verband houden, toelichten.

Net zoals het aantal leveraars, bleef ook het totale volume melk dat deze leveraars produceerden ongeveer gelijk. Toch steeg het volume geproduceerde melk de voorbije 2 jaar met bijna 20% (van 30 naar 36 miljoen l). Bij Vermeersch verwachten ze niet dat de komende jaren de melkproductie bij hun producenten spectaculair zal toenemen. Hoewel enkele bedrijven

wellicht een grote groei zullen doormaken, zal de meerderheid beperkt worden door andere bedrijfsfactoren zoals ruwvoerproductie, mestafzet en beschikbare arbeid. De melkplas die Vermeersch plant te verwerken, zal normaal gezien ook geen grote groei kennen. De huidige afzetmarkt in verse zuivelproducten blijft behouden en de site in Sint-Pieters-Leeuw biedt weinig mogelijkheden om uit te breiden in andere productielijnen. Groeien in de verse markt is ook moeilijk door de beperkte transportmogelijkheden. Deze markt is vrij afgeschermd en de lokale productie en consumptie zorgt voor een vrij vast afzetvolume. Met het doorzetten van de huidige strategie is er weinig ruimte om extra melk van leveraars af te nemen. Kleinschaligheid is een deel van de bedrijfsfilosofie. Mocht het geproduceerde volume melk de komende jaren of na 2015 te sterk stijgen, dan denkt Vermeersch eraan om met bijvoorbeeld een systeem van A en B-prijzen de toevoer van melk toch proberen te controleren.

Dat ook voor Vermeersch contracten met leveraars niet op het verlanglijstje staan, wordt duidelijk door de mate waarin de nadruk ligt op communicatie in hun omgang met de leveraars. De samenwerking met de producenten heeft altijd al gesteund op mondelinge overeenkomsten.

Een goed contact en wederzijds vertrouwen zal hopelijk ook in de toekomst een werkbaar samenwerkingskader scheppen waardoor men niet aan contracten hoeft te denken.

Dat het opengooien van de Europese markt, in het kader van de wro-onderhandelingen, aanleiding zal geven tot meer volatiliteit en vermoedelijk een gemiddeld lagere melkprijs is een les die de zuivelsector kan trekken uit de huidige crisis. Of het behoud van productiequota in deze nieuwe omstandigheden nog zinvol is, vindt Marie Vermeersch moeilijker in te schatten. "De kostprijs ervan is zeker een nadelig aspect. Anderzijds kan een beperking in productie de melkprijs wel ten goede komen. Dat dit vooral in een afgeschermd markt zo is, speelt in het voordeel van de markt voor verse zuivel waarin Vermeersch actief is. In deze situatie zou een beperking in de productie nog wel zin kunnen hebben. Het valt echter te betwijfelen of dit voor alle zuivelproducten opgaat en in welke mate invoer en substitutie de afscherming ondergraven. Voor Vermeersch is er zeker behoefte aan een EU-beleid dat de volatiliteit uit de markt buffert en een vangnet vormt voor de melkveehouders, zodat de productie ook op langere termijn verzekerd is. Te grote schommelingen in de melkprijs zijn immers nefast voor zowel melkveehouders als melkerijen."

### Verse melk

Naar aanleiding van de zuivelcrisis lanceerde grootdistributeur Colruyt vorig jaar verse gepasteuriseerde melk van het merk Galaxi. De melk komt van enkele Waals-Brabantse melkveehouders en wordt gepasteuriseerd en verpakt door Vermeersch die daarmee mogelijk een nieuwe afzetmogelijkheid binnenhaalde. Initieel gaat het om een beperkt volume van 200.000 l, maar dat kan in de toekomst zeker toenemen. Dit initiatief van enkele melkveehouders ontstond als antwoord op de crisissituatie waarin de melkveehouderij verkeerde. Hoewel hiermee slechts enkelingen betrokken waren, kan het een aanzet zijn tot een betere samenwerking in de zuivelketen waarbij landbouwers een eerlijke vergoeding krijgen voor het eerlijk en gezond product dat ze afleveren. In dit kader werd ook gekozen voor een lokale verwerking en pasteurisatie die de kwaliteit en de smaak van de melk zo goed mogelijk bewaart. Van boer tot distributiecentrum heeft deze melk minder dan 30 km afgelegd en de pasteurisatie bij lagere temperatuur brengt minder schade toe aan het product. Voor de consument die begaan is met het milieu en de ecologische afdrak van de producten die hij koopt zijn dat belangrijke eigenschappen waar in de toekomst wellicht meer nadruk op gelegd zal worden. ■



Zaakvoerder Marie Vermeersch-Duyck: "Er is zeker behoefte aan een EU-beleid waardoor de productie op lange termijn verzekerd is"

## Een stukje geschiedenis

- 1951 Vermeersch start met het verhandelen van melk
- 1976 Oprichting van nv D. Vermeersch
- 1981 Start van de melkophaling bij eigen leveraars
- 2009 Productie van verse gepasteuriseerde melk onder het Colruyt-huismerk Galaxi
- 2010 Vermeersch telt 18 werknemers en verwerkt 36 miljoen l melk