



Gedeeltelijke vaste melkprijs als antwoord op volatiele prijzen

Bij Laiterie des Ardennes lijken ze niet van plan om zich het hoofd gek te laten maken in de huidige war on milk. De melkverwerker uit Libramont-Chevigny kent als speler op de grondstoffenmarkt als geen ander de jobbewegingen die de melknoteringen kunnen maken. Leden-leveranciers die meer zekerheid willen kunnen sinds kort de prijs voor een deel van hun melk vastleggen.

Ivan De Clercq

Louis Ska, topman van Laiterie des Ardennes ziet prijschommelingen als onvermijdelijke economische wetmatigheden voor de sector. Vraag en aanbod doen in de melkrijpsbepaling ongenadig hun werk. “Als de vraag of het aanbod met 1% stijgt of daalt, geeft dit vlot een effect van 10% op de prijs. En prijzen dalen altijd sneller dan dat ze stijgen, ook dat is een gegeven. Soms gaat het heel goed, soms gaat het heel slecht.” Boer&Tuinder sprak met CEO Louis Ska en met Marine Leonard, verantwoordelijke voor Securimilk bij de coöperatieve melkverwerker.

De onvoorspelbaarheid van de commodities lijkt de laatste jaren enkel maar toegenomen. Maakt dat de taak van de coöperatie en jullie verwerker Solarec op die grondstoffenmarkten niet moeilijker?

Louis Ska: “Grondstoffen gaan inderdaad op en neer in cycli, maar ze volgen niet allemaal helemaal dezelfde cyclus. Net daarom dat we in de mozzarellaproduktie hebben geïnvesteerd om los te komen van de volatilitieit in boter en poeder. Ook hebben we geïnvesteerd in het creëren van toege-

voegde waarde met als voorbeeld de ontwikkeling van banketbakkersboter. Daarnaast mag je niet vergeten dat we voor de Belgische retail jaarlijks zo'n 200 miljoen liter UHT-drinkmelk verwerken, in hoofdzaak onder huiskamer. Dat is zowat de helft van de UHT-drinkmelk in België. We hebben daarnaast ons merk 'Echte Ardense melk', dat we meer bepaald in Vlaanderen steviger in de markt willen zetten.”

Hoe is die intrede in de mozzarella-markt voor jullie verlopen?

Louis Ska: “Technisch heel goed. We zitten nu op een produktie van 1500 ton per maand, die we vooral in Europa verkopen. We groeien geleidelijk, de maximumcapaciteit is zo'n 2600 ton per maand. Een van onze klanten plaatste onze mozzarella in vergelijking met die van zestien andere collega's op een gedeelte eerste plaats qua kwaliteit. Op het vlak van kwaliteit zit het dus goed. Economisch zit mozzarella al enkele maanden in een mindere periode, maar andere producten kunnen dat ten dele compenseren. Al ontsnapt niemand aan de daling van de zuivelmarkten zoals we die het voorbije half jaar gekend hebben.”

Hoe schat je de zuivelmarkt in?

Louis Ska: “We zien dat de produktie in Noordwest-Europa gestegen is, terwijl de consumptie in de retail in landen zoals Duitsland significant gedaald is. De markten straffen dat af. Het zorgt ervoor dat melkverwerkers die gekend zijn voor hun consumentenmerken ook meer verpoederen, waardoor ook die markt onder druk komt. Ik begrijp de individuele beslissingen die boeren hebben genomen om meer te produceren, maar collectief zorgt dat voor druk op de prijzen. Het kan natuurlijk weer snel keren. Als de consumptie opnieuw hervat, en de produktie niet verder stijgt zie ik de melkrijps weer herneemen. Het is belangrijk voor onze boeren dat de prijs niet verder wegzakt; zij hebben immers ook met gestegen kosten te kampen.”

Hoe goed krijg je die boodschap van gestegen produktiekosten verkocht aan bijvoorbeeld retailklanten?

Louis Ska: “Die discussies lopen moeilijk. Boeren die vroeger rondkwamen met een melkrijps van 30-32 cent hebben nu meer dan 42 cent nodig, daar zijn we ons van bewust. Iedereen aanvaardt het dat een fles water 1 euro per liter kost, maar 1 euro voor een liter melk vindt men bij de supermarkten duur. Dat is niet logisch. Desalniettemin slagen we erin om onze melk succesvol te valoriseren in de retail.”

Laiterie des Ardennes heeft een half jaar geleden ook Securimilk uitgerold, een programma waarmee melkveehouders hun melkrijps kunnen vast- ▶



Louis Ska naast Marine Leonard: "Iedereen aanvaardt het dat een fles water 1 euro per liter kost, maar 1 euro voor een liter melk vindt men bij de supermarkten duur. Dat is niet logisch."

© FOTOS: IVAN DE CLERQ



Marine Leonard:

“Securimilk is een middel om zich van marge te verzekeren, niet om te speculeren.”

klikken. Kan je daar wat meer over vertellen?

Marine Leonard: “Wij bieden inderdaad sedert juli 2022 onze leden de mogelijkheid om die minstens drie maanden op voorhand vast te leggen voor maximaal 30% van hun volume. Wij zoeken vervolgens voor diezelfde hoeveelheid een afnemer op de termijnmarkten. Er is dus geen enkele vorm van speculatie of risico vanuit de melkerij.”

Staan boeren hiervoor open?

Marine Leonard: “Ongeveer de helft van de leden heeft zich ingeschreven voor het programma, maar niet alle ingeschrevenen bieden volume aan op het platform. Securimilk is een middel om zich van marge te verzekeren, niet om te speculeren. Die boodschap is nog te weinig bekend, en daar willen we ook aan werken.”

Louis Ska: “In oktober konden boeren een prijs vastklikken van 45,5 cent voor het eerste trimester van 2023. We kregen toen de kritiek dat dit veel te laag was, maar achteraf bekeken was het een prijs die in lijn lag met de markt. Boeren moeten ook een onderscheid maken tussen de prijzen die aangekondigd worden op Securimilk en onze eigen prijsprognoses. Via Securimilk

kondigen we een prijs aan die we kunnen verzekeren via de termijnmarkten, zonder risico's te nemen voor de melkerij of diegene die niet ingetekend hebben.”

Welk type boer zie je Securimilk gebruiken?

Louis Ska: “Niet de speculant, integendeel. Je prijs vastklikken creëert zekerheid, afwachten wat de uiteindelijke melkprijs zal zijn is misschien meer speculatief. De motivatie mag evenmin zijn om meer te verdienen dan het collectief, want dan raak je vroeg of laat teleurgesteld. Securimilk is bedoeld voor boeren die goed hun kostprijzen kennen en een marge willen verzekeren. Ken je je kostprijs niet, vergeet Securimilk dan maar. Voor de rest zien we elk type boer intekenen: jong en minder jong, en evenveel Walen als Vlamingen.”

Hoe tevreden zijn jullie met het gelopen parcours van de afgelopen jaren en de melkprijs die jullie konden betalen?

Louis Ska: “We hebben een prestatie neergezet die grotendeels in lijn ligt met de markt. Ik zie dat anderen in hun jacht op bijkomende melk artificieel hoge prijzen betalen met rode cijfers tot gevolg, maar dat is voor hun rekening. Wij betalen wat we kunnen in verhouding met onze uitbetalingscapaciteit. We hebben de laatste jaren zelfs ons eigen vermogen versterkt. Dat versterkt onze positie en financiering voor de toekomst.”

Jullie zijn niet op zoek naar nieuwe melkveehouders?

Louis Ska: “Niet fanatiek, al hebben we nog productiecapaciteit die we optimaal willen inzetten. Alleen volume-groei heeft geen zin; het moet dienen om meer waarde toe te voegen aan de melk. Wij hebben twee jaar geleden heel wat melkveehouders aangeworven, toen andere spelers nog melkvee-

houders kwijt wilden. Diezelfde spelers gaan nu agressief de markt op, maar ik vraag me af hoe duurzaam dat is.”

Hoe kijken jullie vanuit Wallonië naar de stikstofproblematiek in Vlaanderen?

Louis Ska: “Met grote bezorgdheid. We zijn ook een echt Belgisch bedrijf, met de helft van onze melk die uit Vlaanderen komt. Wat in Vlaanderen gebeurt, heeft dus ook effect op ons en op de hele Belgische melkverwerking. Het is veelzeggend dat melkerijen extra melk zoeken, terwijl er momenteel misschien te veel melk is. We kunnen snel weer in een markt van schaarste belanden. Ik verzet me ook tegen het beeld dat tien bedrijven met 30 koeien zoveel duurzamer zouden zijn dan één bedrijf met 300 koeien. Zijstromen zoals biomelk, weidemelk of ggo-vrij hebben hun waarde, maar hun aandeel blijft stabiel. De overproductie van Franse biomelk toont hoe het niet moet. We moeten naar verduurzaming, maar vooral een verduurzaming van de conventionele intensieve melkveehouderij.” ■



Louis Ska:

“Belangrijk voor onze boeren is dat de prijs niet verder wegzakt, zij hebben immers ook te kampen met gestegen kosten.”