



Chimay, La Trappe in Nederland, Orval, Rochefort, Westmalle en Westvleteren. © rr

Drie labels, geen garantie

• **Monastic:** van oorsprong Frans label.



Het product moet gemaakt zijn binnen de abdij en door kloosterlingen. Aangesloten Belgische abdijen: Westmalle, Postel, Orval, Clairefontaine, Peruwels, Brialmont, Ermeton-sur-Biert.

• **Authentic Trappist Product:** wordt gegeven door Internationale Vereniging Trappist. Het product moet gemaakt zijn door kloosterlingen binnen een abdij van de orde der cisterciënzers van de strikte observantie, ook wel trappisten of trappistinnen genaamd. Er zijn veertien abdijen lid, maar niet al die abdijen produceren iets. Acht abdijen mogen op dit moment het logo gebruiken. In België zijn dat Achel, Chimay, Rochefort, Westmalle en Westvleteren (bier) en Orval (bier én kaas). In Nederland gaat het om La Trappe (bier, brood, koekjes en chocolade) en om Lilbosch (likeuren).



• **Erkend Belgisch abdijbier:** wordt toegekend door een jury samengesteld uit paters en leden van de Unie van de Belgische Brouwers. Er moet in elk geval een band zijn met een al dan niet nog bestaande abdij, de brouwer moet een commissie betalen en de abdij heeft controle-recht op de reclame.



Ondanks die labels blijft het voor de consument bijzonder moeilijk om de echte abdijproducten van de would-be concurrenten te onderscheiden. Neem nu de abdij van Westmalle, die tot de orde van de trappisten behoort. 'Ons bier draagt het trappistenlogo', zegt Philippe Van Assche, algemeen directeur van de brouwerij van Westmalle, 'maar onze kaas niet. Die verkopen we alleen in ons Café Trappisten en in lokale winkels. De mensen uit de buurt weten wel dat wij de kaas zelf maken. Er zijn ook nog geen misbruiken geweest. Daarom heeft een label voor ons geen zin. Als onze omzet zou stijgen, zouden we het label wel gebruiken. Maar wij houden onze productie al meer dan 25 jaar constant, in harmonie met onze abdij, de omgeving, de mensen en de productiewijze. Wij streven geen groei na.'

Als consument houdt u daarom het best volgende vuistregels in het achterhoofd:

- Producten in supermarkten die verwijzen naar abdijen maar geen logo dragen, zijn niet in een abdij gemaakt.
- Abdijen met een grote omzet en nationale verspreiding zullen een label kiezen als ze het product echt zelf maken.
- Abdijen met een heel beperkte, lokale omzet sluiten doorgaans niet aan bij een label omdat zo iets geld kost en het sop de kool niet waard is. (ems)

Authentic Trappist Product. Wie het label aanvraagt, wordt aan een streng onderzoek onderworpen. Een klooster dat het label wil gebruiken, moet daarvoor betalen. Hoeveel dat is, hangt af van de omzet. Met dat geld worden de kosten van de vereniging betaald. Het is geen overbodig label, vindt Philippe Van Assche, algemeen directeur van de abdij van Westmalle. 'In de populaire soap *Thuis* op Eén hoorde ik onlangs iemand zeggen: "Geef mij nog eens een trappist." Ze schotelden de man een Leffe voor, die niet eens in een abdij wordt gebrouwen. Daartegen moeten we optreden.'

WE HOUDEN VAN ABDIJ-PRODUCTEN, ECHT OF NIET

'De mensen zijn ervan overtuigd dat wij kwaliteit produceren', zegt broeder Danny van de abdij van Postel. 'Voor kaas verwacht ik dit jaar ondanks de crisis zelfs een stijging van de verkoop. Al is dat nooit ons doel. Door onze activiteiten moeten wij onze boterham verdienen, meer niet. Als we te veel zouden groeien, zou dat nadelig zijn voor ons gemeenschapsleven. Onze instelling is anders dan die van het bedrijfsleven. Wij willen niet het maximum uit onze activiteiten halen. Ons basisidee is: *Is het niet goed voor ons, dan wel voor hen die na ons komen.*'

Van de opbrengst moeten in Postel 35 mensen leven. 'Er zijn 23 norbertijnen in de abdij en nog eens twaalf buitenheren, die aan de abdij verbonden zijn maar op andere plekken wonen en leven.'

Hoeveel de kaas- en kruidenmakerij opbrengt, kan de broeder econoom niet zeggen. 'Het verschilt van jaar tot jaar. Verkopen we eens een stuk bos, dan hebben we extra inkomsten. We verhuuren ook gebouwen, er zijn confraters met een pensioen. We kunnen verder, dat is het belangrijkste.'

Broeder Danny, van oorsprong meubelmaker, is op zijn twintigste ingetreden. 'Ik ben in de kaasmakerij gerold, en het beviel me. Als econoom ben ik verantwoordelijk voor het personeel, het domein, de kaasmakerij. Ik heb veel kunnen leren van mijn voorganger. In een abdij krijg je daar de tijd voor. Er zijn er nog vier die jonger zijn dan ik. De jongste broeder is 31. Of er nog verjonging komt, valt af te wachten. Dat kun je nooit voorspellen.' (ems)

ONLINE

- www.abdijpostel.be
- www.abdijgrimbergen.be
- www.sintsixtus.be
- www.trappistwestmalle.be

BETER BELEGGEN

NIC VAN BROEKHOVEN



CDO EN EVS

De kredietcrisis blijft onverminderd voortduren. Sinds begin dit jaar zijn veel beursindexen alweer tien procent gezakt. Veel bedrijven hebben het moeilijk en kunnen bij het voorstellen van hun resultaten begrijpelijk geen vooruit-

zichten geven. Aangezien het merendeel van de actieve managers een crisis zoals vandaag nog nooit heeft meegemaakt, kunnen we als investeerder moeilijk verwachten dat ze exacte antwoorden hebben op deze crisis. Als aandeelhouder kijk je in dit soort tijden dus vooral naar de zaken die het management kan controleren. Zo werd de afgelopen weken bekend dat heel wat bedrijven dicht bij huis afgeleide producten kochten van de Belgische grootbanken. Deze producten werden voorgesteld alsof men meer rendement kreeg zonder minder risico te lopen, altijd een gevaarlijke propositie. Men had de boot kunnen afhouden



en de cash op een zicht- of termijnrekening laten staan. Cash blijft in tijden van onzekerheid immers nog steeds belangrijk voor bedrijven en het is leuk als het echte cash is en geen afgeleid product. Je kan aandeelhouders moeilijk een dividend uitkeren in CDO's. Sommige bedrijven weerstonden de bankiers, en het management van EVS verdient dan ook een pluim. EVS heeft altijd een mooie cashpositie gehad en ook zij werden meermaals gepolst om CDO's of andere afgeleide producten te kopen. De cfo, Jacques Galloy, zei op de analistenmeeting in Luik afgelopen week dat hij nergens in zal investeren als hij het niet 100 procent begrijpt. Misschien heeft de voorzichtigheid van EVS te maken met het feit dat men in de technologiesector actief is (zeer volatiel en moeilijk voorspelbaar) of misschien omdat meer dan 20 procent van de aandelen in handen is van de oprichters, het management en het personeel. EVS werd eind 2008 zeer zwaar afgestraft op de beurs nadat het derde

Afgelopen weken werd bekend dat heel wat bedrijven dicht bij huis afgeleide producten kochten van de Belgische grootbanken

kwartaal een fors lager orderboek liet zien. Het orderboek is in het verleden echter vaak volatiel geweest en EVS blijft een dominante speler in zijn niche. EVS is toeleverancier voor tv-stations en helpt hen beelden op te slagen zonder dat er nog ouderwetse tapes aan te pas komen. Voorts helpt men bedrijven transformeren naar High Definition (HD). Sinds 1999 groeide de omzet van 17 miljoen naar 111 miljoen eind 2008. De ebit-marge bedraagt al sinds 2005 meer dan 60 procent en EVS betaalt al tien jaar een mooi dividend. De vooruitzichten voor 2009 zijn, zoals bij de meeste bedrijven, onzeker aangezien men niet weet hoe erg de crisis zal zijn. EVS hangt echter voor een deel vast aan sportevenementen en we verwachten nu ook weer niet dat de Champions League, de Wereldbeker Voetbal of de Olympische Spelen worden afgelast. 2009 wordt een overgangsjaar en 2010 zou sterker moeten zijn. Opmerkelijk is ook dat EVS nauwelijks concurrentie heeft. Er zijn wel bedrijven die proberen te concurreren maar zij zijn structureel verlieslatend en vormen geen bedreiging. EVS wil zoveel mogelijk tv-stations overtuigen om met hun servers te werken en van hun diensten gebruik te maken want 'eens men een EVS systeem gewoon is zal men als klant ook minder gemakkelijk veranderen'. De vergelijking kan hier gemaakt worden met Microsoft, dat ook al jaren 90 procent van de pc-markt in handen heeft en waar gebruikers liever met de fouten leven dan te moeten veranderen van systeem. EVS was in het verleden vaak duur gewaardeerd op de beurs maar vandaag lijkt de waardering aantrekkelijk. Indien men in april beslist om hetzelfde dividend als vorig jaar te betalen, geeft dit een brutodividendrendement van 9 procent.

Nic Van Broekhoven is portfoliomanager bij Value Square Asset Management.

ONLINE

- www.standaard.biz/beterbeleggen
- www.value-square.be

Maandag • Personal Finance. Prof. Emiel Van Broekhoven, Jo Stremersch en Jos Ruyssveldt over persoonlijke financiën.
Donderdag • Fiscale Kroniek. Fiscale topjuristen analyseren de jongste ontwikkelingen in hun vakgebied.
Zaterdag • (tweewekelijks) Homo economicus. Peter Vanden Houde beschouwt de brede economische actualiteit.
Zaterdag • Beter Beleggen. De Vlaamse Federatie van Beleggers geeft tips voor uw portefeuille.

KLOOSTERMUREN IS GEMAAKT

het heel goed dankzij mondreclame. Een webwinkel hebben we niet, dat ligt wat moeilijk voor kruiden.'

Er is ook Postels abdijbrood, speculaas en bier op de markt. 'Dat maken we niet zelf', zegt broeder Danny. 'Die dragen dan ook niet het Monastic-label. Maar dat we er onze naam aan verlenen, bezorgt ons wel inkomsten, afhankelijk van de omzet. Veel is dat niet, hoor.'

ABDIJBIER KOMT NIET UIT EEN ABDIJ, TRAPPISTENBIER WEL

Toch mag de commerciële brouwerij Affligem, die het Postels bier brouwt, op de flesjes 'abdijbier' vermelden. Om een 'erkend Belgisch abdijbier' te zijn, moeten drie voorwaarden vervuld zijn. 'Er moet een band zijn met een al dan niet nog bestaande abdij, de brouwer moet een commissie betalen aan de abdij of de stichting en de abdij of de stichting heeft controle-recht op de reclame', zegt Philip Buisseret, directeur van de Unie van de Belgische Brouwers. 'Behalve de trappistenabdijen brouwt geen enkele abdij vandaag nog zelf bier.'

'De abdij van Grimbergen heeft tot aan de Franse Revolutie bier gebrouwen', zegt broeder Jos van de abdij van Grimbergen. 'In de jaren vijftig heeft de brouwerij Alken Maes de formule overgekocht van de abdij. Ze brouwt nu verschillende variëteiten van Grimbergen.'

Trappistenbieren worden wel altijd in een trappistenabdij door kloosterlingen gebrouwen. 'Er zijn momenteel zeven abdijen die

'Buiten de trappistenabdijen brouwt geen enkele abdij vandaag nog zelf bier'

echt trappistenbier produceren', zegt broeder Joris van de Sint-Sixtusabdij van Westvleteren, die behoort tot de trappistenorde of de Orde van de cisterciënzers van de strikte observantie. Van het zeer begeerde bier maken de paters van Westvleteren nooit meer dan 4.700 hectoliter per jaar. Consumenten kunnen het bier alleen bestellen via de biertelefoon van de abdij en het afhalen aan de poort. 'Die zeven bieren krijgen het label