

Copyright foto

Cono onderscheidt zich met Caring Dairy

Duurzaam van koe tot kaas

Cono Kaasmakers uit Westbeemster (N.-H.) ziet zichzelf als een nichespeler met ambachtelijke kazen van hoge kwaliteit. Die worden maatschappelijk verantwoord geproduceerd via het Caring Dairy-programma.

Duurzaamheid is daarbij het sleutelwoord, van koe tot kaas. Het ultieme doel van de coöperatie: blij koeien, blij boeren en een blij aarde.

De coöperatie CONO Kaasmakers, kortweg Cono, heeft een simpele doelstelling: de lekkerste en duurzaamste kaas van Nederland maken. Dat ze kaas maken van hoge kwaliteit, bewijst het predicaat Hofleverancier; een onderscheiding die niet voor elke voedselproducent is weggelegd. Dat de kaas ook duurzaam is, wordt gewaarborgd via het Caring Dairy-programma.

Caring Dairy is in 2003 door de Amerikaanse ijsmaker Ben&Jerry's ontwikkeld en in 2008 door Cono grootschalig uitgerold. Hiermee onderscheidt de coöperatie zich in de Nederlandse zuivelsector. "Onze partner Ben&Jerry's heeft een sterke sociale missie", vertelt Corine Kroft, manager Communicatie en Duurzaamheid bij Cono. "Alle ingrediënten moeten duurzaam en verantwoord geproduceerd zijn. In de zuivel bestond zo'n programma nog niet."

Samen met Ben&Jerry's heeft Cono het Caring

Dairy-programma verder ontwikkeld en de basis gelegd voor duurzame melkproductie. „We begonnen met acht melkveehouders. Inmiddels doet 95 procent van onze vijfhonderd melkveehouders eraan mee, bij elkaar 35.000 koeien.”

De jaarlijkse aanvoer van de Cono-leden bedraagt 314 miljoen kilo melk. Vanwege de samenwerking met de ijsproducent gaat de melk van een deel van de leveranciers nu naar de enige Europese productielocatie van Ben&Jerry's in Hellendoorn. Cono zelf blijft uitsluitend kaas maken, 28.000 ton op jaarbasis. Daarnaast wordt een deel van de melk verkocht op de spotmarkt.

Workshops

Het Caring Dairy-programma steunt op drie pijlers: blij koeien, blij boeren, blij aarde. Om de melkveehouders hierin te

ondersteunen, organiseert Cono zo'n 160 workshops per jaar over onder meer energie, mineralen en welzijn. Die worden in groepjes van tien bij een melkveehouder thuis gegeven door experts van Wageningen Universiteit en door dierenartsen.

De Cono-koeien worden Blij koeien dankzij weidegang en de focus op dierwelzijn. Dat wordt gemeten via een KoeKompas, waarmee de veehouder tevens handvatten krijgt om het welzijn verder te optimaliseren.

De boeren worden Blij boeren omdat Cono een Caring Dairy-premie uitbetaalt van 50 cent per 100 kilogram melk plus een weidepremie van nog eens 50 cent per 100 kilogram melk. Een melkveehouder met zes ton melk ontvangt dan zesduizend euro extra. De extra inspanningen worden zo door de coöperatie vergoed. „Wellicht gaan we duurzaamheid in de toekomst nog beter uitbetalen”, verklaart Cono's Supply Chain manager Niek Nielen. ▶

Geschiedenis

CONO Kaasmakers werd in 1901 opgericht. In de tijd dat meer coöperaties het levenslicht zagen. Melkveehouders uit een aantal dorpen besloten samen te werken in een coöperatie om zo niet langer afhankelijk te zijn van handelaren met houdbare producten als kaas. In Noord-Holland waren diverse kleine zuivelcoöperaties actief en in 1947 besloten drie Noord-Hollandse kaasfabrieken samen te werken; Concordia uit Oudendijk, Ons Belang uit Middelie en De Tijd uit Beemster. Zij vormden samen de coöperatie 'De Combinatie'. In 1950 sloot de kaasfabriek Neerlandia uit Stompvoren zich hierbij aan. In 1962 sloot de fabriek in Oudendijk haar deuren en in 1970 de fabriek in Middelie. In 1990 is de coöperatie CONO Kaasmakers samen gaan werken met de coöperatie CFM De Vechts-treek (CFM staat voor Cooperatieve fabriek van melkproducten). Door deze samenwerking produceerde CONO Kaasmakers kaas, boter, melk- en weipoeder op locaties in Beemster, Ommen en Stompvoren. In 1999 is er een juridische fusie geweest waardoor de coöperatie Ommen de Vechtstreek is opgegaan in CONO Kaasmakers. In 1996 is de fabriek in Ommen zelfstandig geworden en draagt sinds die tijd de naam Hyproca Dairy. De ambachtelijke kaasproductie is geconcentreerd in Westbeemster nadat op 26 juni 2007 de laatste kaas is gemaakt in Stompvoren.

*Corine Kroft, manager
Communicatie en Duurzaamheid:
„Onze partner Ben&Jerry's heeft
een sterke sociale missie.“*

Copyright foto

De derde poot van het Caring Dairy programma is de Blijde Aarde. Beemster Kaas is nu CO₂-neutraal, garandeert Cono. Daarnaast ontwikkelt de kaasmaker hulpmiddelen als het Kringloop-Kompas, dat onder andere gericht is op meer ruwvoer van eigen bodem.

Van koe tot kaas

Ook op en rondom de kaasmakerij staat duurzaamheid voorop. Zo rijdt een aantal RMO-wagens dankzij een zogenoemd bifuel-systeem op een combinatie van diesel en gas. De leveranciers en bedrijven die een relatie met Cono hebben, worden gestimuleerd om duurzaam te werken. De hele keten moet verduurzaamd worden, is de ambitie. Kroft: „Van koe tot kaas. Ook het veevoer moet duurzaam worden. We hebben in 2008 ingezet op een project voor duurzame soja in India. En bij de bouw van de nieuwe kaasmakerij wordt zo veel mogelijk gebruikt gemaakt van duurzame bouwmaterialen en staat bewust energiegebruik en hergebruik van water centraal.“

Merkkazen

Cono zet in op kwaliteit en duurzaamheid en gebruikt die aspecten ook bij de vermarkting van haar kazen: premiumproducten die op een verantwoorde wijze worden gemaakt. Cono (jaaromzet 155 miljoen euro) maakt zoals gezegd 28.000 ton merkkeas, plus bijproducten als weipoeder en room.

Merkloze bulkkaas maakt Cono bewust niet. De coöperatie is ooit begonnen als kaasmaker voor handelspartners. Die business-to-businessmarkt vormt nog steeds een belangrijk deel van de afzet, met kaasmerken als Stompvoren, Smaaq en Wapen van Noord-Holland. Die worden in kaasspecialzaken verkocht. Daarnaast produceert en vermarkt Cono haar eigen kazen onder het merk Beemster Kaas. Dit merk staat zelfs op de 56ste plaats in de top-100 bekende merken; zowaar geen slechte prestatie voor een relatief kleine zuivelcoöperatie.

Hoogste melkprijs

Dankzij de premium-merkkazen betaalt Cono al tien jaar lang (tot en met 2010) de hoogste gemiddelde melkprijs van Nederland uit. Vorig jaar profiteerde Cono van stijgingen in zowel de prijs als het afzetvolume van de merkkazen. Ook de prijzen op de bulkmarkt voor weipoeder en room liepen op. De melkprijs wordt berekend op basis van het totale resultaat gedeeld door het aantal liters, minus de bestuursreserves en een buffer voor tegenslagen. Bovenop de gepubliceerde melkprijs komen nog de Caring Dairy-premie en de weidegangpremie.

Kaasafzet

Van de merkkazen blijft één op de drie in Nederland. De rest gaat naar Europa (vooral Duitsland en België), de Verenigde Staten

en het Verre Oosten (China, Japan). Hoewel de Chinese economie snel groeit, ziet Cono's Supply Chain manager Niek Nielen er niet veel groeimogelijkheden. „De meeste Chinezen zijn lactose-intolerant. De jonge generatie groeit wel op met de McDonald's. Zij eten over het algemeen een lagere kwaliteit kaas. Wij zitten meer aan bovenkant van de markt.“ Nielen ziet daarom meer heil in de Verenigde Staten. „De eetgewoonten liggen dicht bij die van Europa en we kunnen deze markt eenvoudiger bedienen. De Goudse kaas is daar bekend en we kunnen met onze kazen, die een goede smaak hebben en wat ouder zijn, onze positie aan de bovenkant van markt verder uitbouwen.“

De coöperatie wil de komende jaren ook inzetten op het ontwikkelen van nieuwe exportmarkten, om de verwachte stijging in de melkaanvoer na 2015 op te vangen. Cono richt de blik onder meer naar Zuid-Amerika en Aziatische landen als Singapore. De afzet vergroten via productinnovatie is namelijk lastig. „Onze kaas is al een premium product“, geeft Nielen aan. „Innovatie zou wellicht kunnen in de manier van verpakken, maar om onze kaas verder te innoveren, is moeilijker. We hebben al een zoetere kaas, maar de markt voor bijvoorbeeld kruidenkazen is qua volume niet groot.“

Hoewel hij na 2015 meer fluctuaties voorziet in vraag en aanbod en dus in de kaas- en melkprijs, blijft Nielen optimistisch over de zuivelmarkt. „De vraag blijft. Er komen steeds meer mensen op de wereld en de welvaart groeit.“ ■

Weidegang en Cono

Weidegang is voor Cono Kaasmakers belangrijk. Afgezien van het maatschappelijke- en duurzaamheidsaspect is weidegang een integraal onderdeel van het productieproces. Zo maakt Cono een voorjaarskaas: de graskaas. Het voorjaarsgras zorgt voor een melk met een andere vetzuursamenstelling en dat proef je in de kaas terug. Daarnaast heeft weidemelk van nature de gunstige Omega 3 vetzuren, die zorgen voor een gezondere kaas, een ander smakeffect en een zachter structuur. Cono stuurt de actieve weidegang door een premie uit te betalen.

Cono Kringloop-Kompas: Volgende stap in duurzaam produceren

Eind vorig jaar introduceerde Cono het Kringloop-Kompas. Hiermee wordt per individueel melkveebedrijf in kaart gebracht hoe het bedrijf scoort ten aanzien van het sluiten van kringlopen. Binnen het Kringloop-Kompas speelt de mineralenbalans een belangrijke rol. Data van het bedrijf zijn niet alleen geschikt voor het opstellen van een mineralenbalans, maar ook voor het uitrekenen van de Bedrijfsspecifieke Excretie (BEX), de ammoniakemissie, de broeikasgasemissies en de ecologische voetafdruk (effect op het milieu). Op basis van die bedrijfsdata kan een uitgebreider duurzaamheidsrapport gegenereerd worden. Het aangekochte krachtvoer kan bijvoorbeeld omgerekend worden naar hectares die elders in de wereld nodig zijn geweest en waarop ook milieuverliezen hebben plaatsgevonden.