



Campina merkmelk:

Innoveren door differentiëren aan de bron



PZ Contactdag Onderwijs

natuurlijk



Inhoud

- De aanleiding
- De inhoud
- De organisatie
- Drie innovaties
- De resultaten
- Het vervolg



12 juli 2006: Campina presenteert een nieuwe standaard in zuivel





Dichtbij

Natuurlijk

Gezond

Duurzaam





tbij

Campina benadrukt de nauwe band tussen Campina zuivel en de leden, die dichtbij miljoenen consumenten hun bedrijf hebben.

natuurlijk





Natuur



De leden van Campina zorgen voor hun koeien en het landschap. Campina stimuleert weidegang.





gezond

Zuivel is gezond. Campina melk wordt nog gezonder door een evenwichtiger vetzuursamenstelling.

natuurlijk





Duurzaam



Campina is de eerste internationale zuivelonderneming in Europa die stimuleert dat soja voor veevoer verantwoord wordt geproduceerd.





Trend: afname toegevoegde waarde

- Retail: focus op PL, marge-erosie
- Dreiging komst Duitse melk
- Prijsverschil merk en PL groeit



Groene soja

- Campina: dialoog met maatschappelijke organisaties (Wereld Natuur Fonds, Solidaridad, Stichting Natuur en Milieu)
- Signalen over sojateelt in Zuid-Amerika:
 - Grootschalige kap regenwoud
 - Excessief pesticide gebruik
 - Uitbuiting arbeiders
 - Verjagen oorspronkelijke boeren



Groene soja – Aanpak

- Herfst 2006: Verantwoorde soja volgens model groene stroom (10.000 ton)
- Eind 2007: 40.000 ton
- Voor eind 2011 alle Campina boerderijmelk op basis van verantwoorde soja (150.000 ton)



Initiatieven Campina in veevoer

Merkmelk

Duurzaamheid (groene soja)

**Kwaliteit en veiligheid,
tracking & tracing en verzekerbareid**



‘Melk is melk, maar Campina melk is anders’

- Relevantie Campina-merk vergroten
 - Inhoudelijk
 - Emotioneel
- Melk is hart van assortiment, ook in beleving consument
- Zet een nieuwe standaard in melk, vanaf de bron



Campina melk met evenwichtiger vetsamenstelling

- 20% meer onverzadigd vet
- verdubbeling gehalte Omega 3
- Economische stimulans tot weidegang
- 600 van de 6.000 Campina-boeren in NL
- 250 mln liters → grootste gedifferentieerde melkstroom in NL



Veevoer

- Gezondere melk door aangepaste voeding koe
- Weidegang loont (kostenvoordeel veehouder)
- Verrijken rantsoen met Nutex (exclusief voor Campina)
- Sleutelrol voor Nederlandse voerfabrikanten:
 - Leverancier Nutex
 - Begeleiding / advisering veehouders



Campina merkmelk

Drie innovaties in één:

Het product
De coöperatie
De keten

natuurlijk



Het product

- Een nieuwe standaard: weg van de uniformiteit
- De clou: gezondere melk die weidegang beloont
- Een harde claim: normen en referentie
- Borging door meting:
 - % onverzadigd vet: MIR maandelijks
 - % omega 3: GC 4x per jaar



De coöperatie

- Werving en selectie van 600 co-makers
- Selectiecriteria:
 - Logistiek, kwaliteit, weidegang, mengvoerleverancier
- Kostenvergoeding vs. profijt
- Contract + reglement
- Interne integratie V&T – Verwerking – Marketing



De keten

- Mengvoerindustrie – Melkveehouder – Campina
- 7 clusters van mengvoerbedrijven (25 totaal)
- Nieuwe wederzijdse afhankelijkheid
- Contract Campina - mengvoerleverancier
- Het Dumoulin-patent : exclusiviteit, een voorsprong in de markt

Organisatie

1. Afspraken mengvoerleveranciers sept.'06
2. Ontwikkelen meetmethodiek sept. '06 – feb '07
3. Verbouwen fabrieken aug. '06 – jan. '07
4. Werving, aanmelding, selectie okt. – nov. '06
5. Contracteren veehouders nov.'06 – jan.'07
6. Voorbereiding en omschakeling feb. - mrt.'07
7. Reorganisatie RMO-transport mrt. '07
8. Marktintroductie april '07



Praktijkverkenning

start: 5 okt. '06

Doel: kopgroep verkent de route

(kennisontwikkeling, praktijkervaring, communicatie)

Deelnemers:

- Campina
- 26 melkveehouders
- 7 clusters van mengvoerleveranciers
- Onafhankelijk veterinaire (KNMVD)
- Studenten (HAS / WUR)



Logistiek

- 200 miljoen consumentenliters = 280 miljoen kilo boerderijmelk/jaar
- Dagverse Campina melk, te produceren in Rotterdam en Eindhoven
- Verhoging logistieke kosten zoveel mogelijk beperken

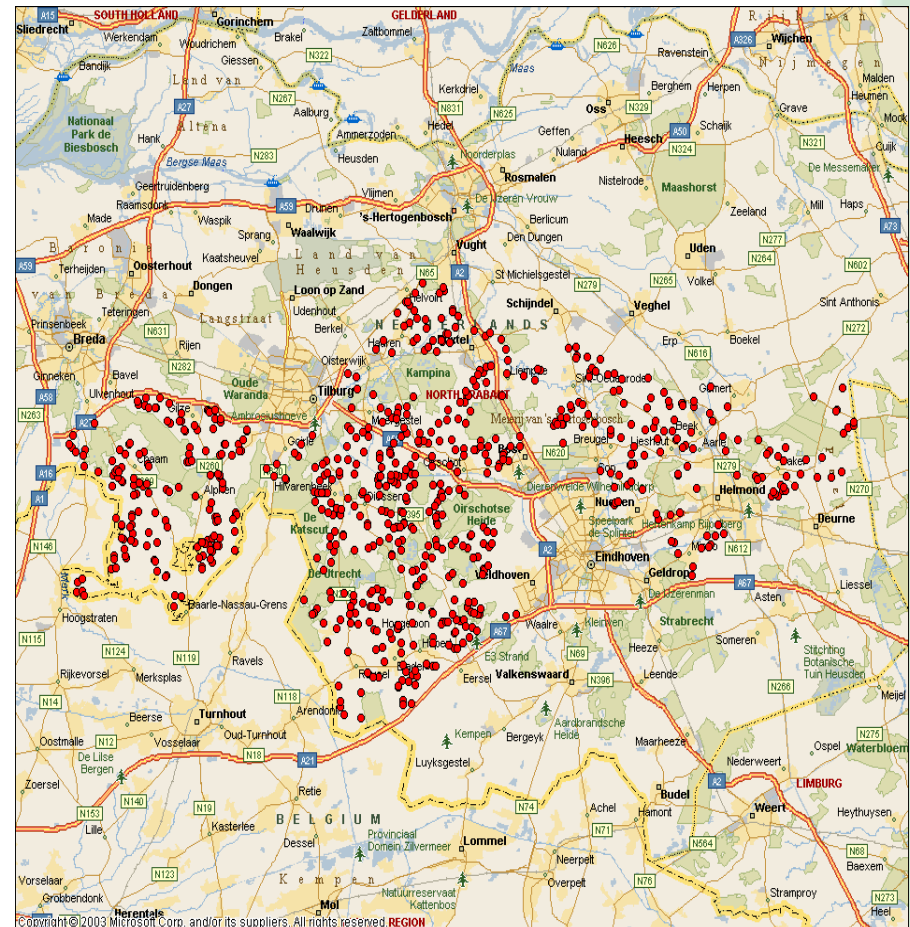


Wervingsgebied Rotterdam



Copyright © 2003 Microsoft Corp. and/or its suppliers. All rights reserved.

Wervingsgebied Eindhoven



Copyright © 2003 Microsoft Corp. and/or its suppliers. All rights reserved. REGION



Ervaring opgedaan in België

2003

Start: 5 miljoen liter melk; 15 melkveehouders

2005

40 miljoen liter melk; 120 melkveehouders

2006:

50 miljoen liter melk; 140 melkveehouders

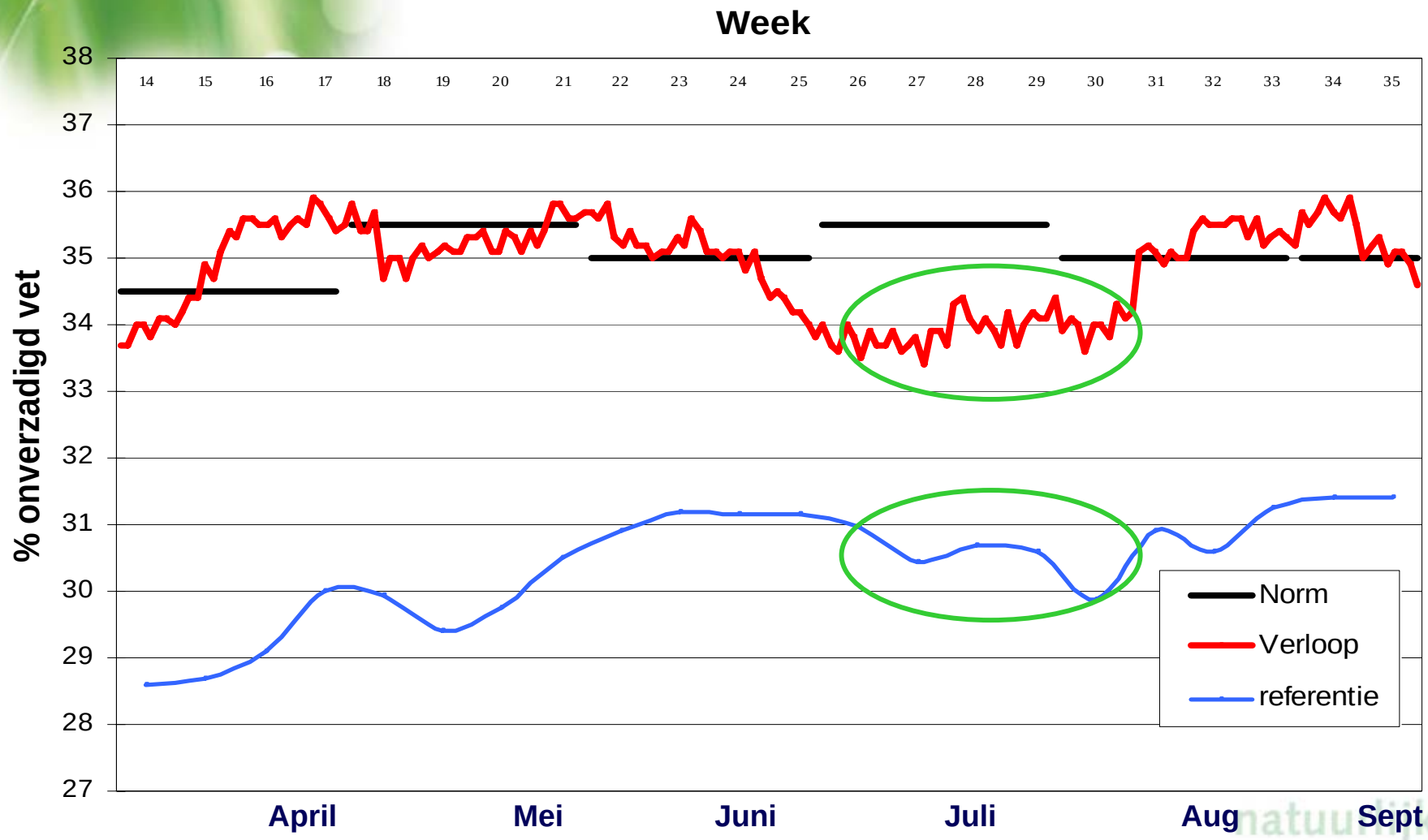


Introductie 12 april 2007



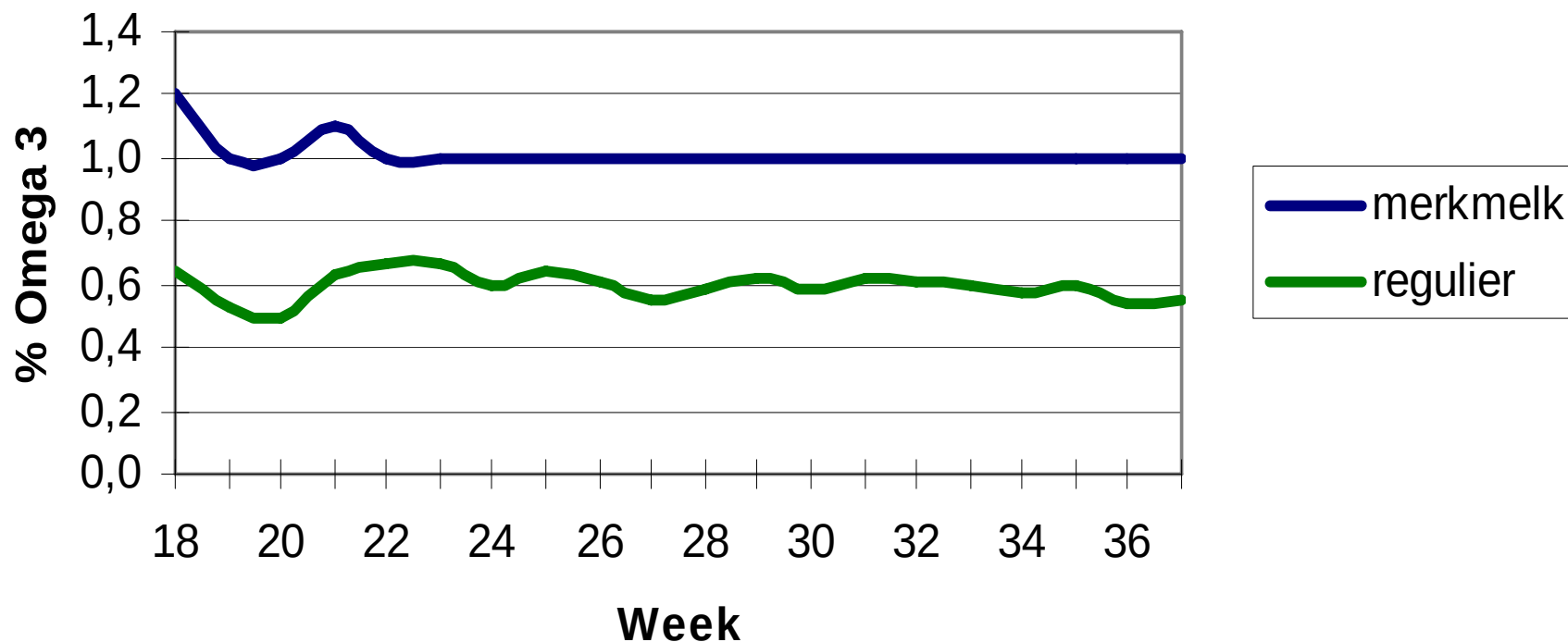


Verloop % onverzadigd vet



Verloop Omega 3

Verloop Omega 3 per week





Samenvatting onderzoek GD klinische inspectie

- Informatie veehouder
 - minder klinische mastitis
 - minder doodgeboren kalveren
- Inspectie GD specialist
 - minder koeien met matige pensvulling
 - minder koeien met slecht verteerde mest
 - meer bedrijven met droge koeien met overmatige conditie



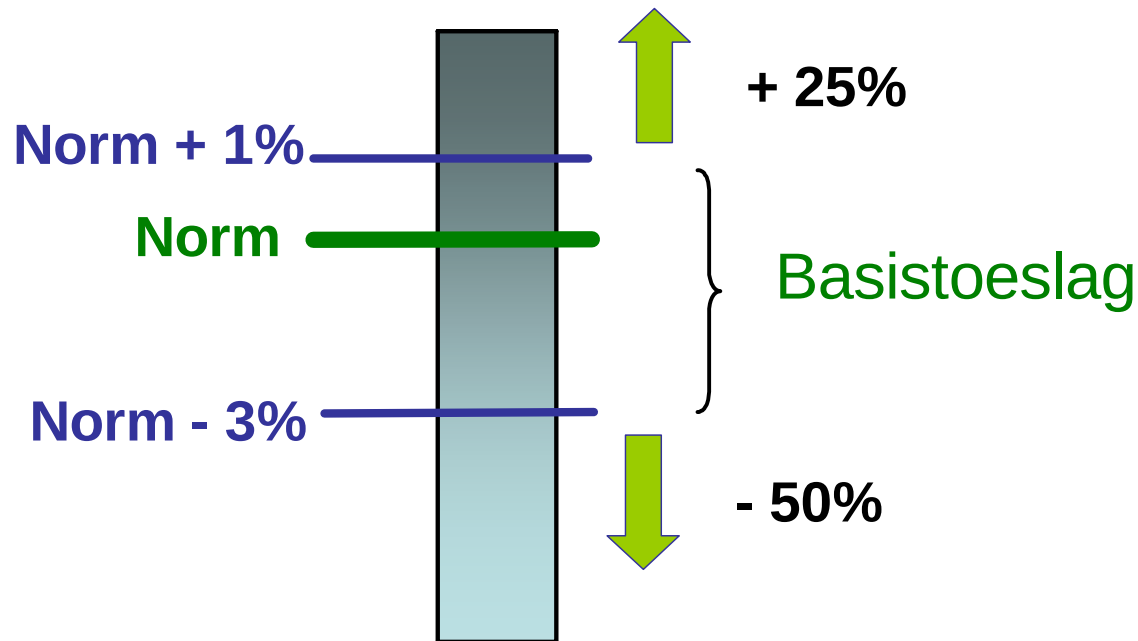
Samenvatting onderzoek GD data analyse

Merkmelk vs regulier	
Vet en Eiwit	Gedaald
BSK	Gestegen
Netto Opbrengst	Gelijk
Koe- en tankcelgetal	Gelijk
% sterfte en % attentiedieren	Gelijk
% nieuwe infecties	Minder gedaald
% afvoer	Minder gedaald

natuurlijk

Systematiek toeslag

Maandelijks norm met bandbreedte



Evaluatie toeslag

1. Analyse door Abab en Alfa van 175 bedrijven

- Effect op voerkosten en melkgeld 2007
- Gereed: zomer 2008
- Eventueel toeslagcorrectie

2. Vinger aan de pols

- Analyse effect op voerkosten van individuele praktijkbedrijven najaar/winter 2007/2008



Goed voorbeeld doet volgen

April:

- Start Campina melk met evenwichtiger vetzuursamenstelling

Daarna:

- Weidemelk private label en Friesche Vlag
- Omega 3-melkdrank Albert Heijn (visolie)

Nieuw van Campina:
Nog gezondere melk.

Touwtjespringen doen onze koeien niet. Maar ze bewegen wel meer, want ze lopen vaker buiten. En krijgen de beste natuurlijke bijvoeding. Daarom zit er 20% meer goede vetzuren in Campina. Kijk op www.campina.nl.

An illustration of a black and white cow standing in a green field under a blue sky. Two children, a boy and a girl, are playing jump rope with the cow. The boy is on the right, holding the rope, and the girl is on the left, also holding the rope. The rope forms a large loop around the cow's head. In the bottom right corner, there is a carton of Campina milk. The carton is white with a green label that says "campina" and "melk". Below the carton, the text "het zit in onze natuur" is written in a green oval.

campina het zit in onze natuur



Doelstellingen en realisatie

Doel	Gerealiseerd
Differentiatie in melk	Ja
Prijsafstand rechtvaardigen	Ja
Meerkosten terugverdienen	Ja
Uitbreiding distributie	Ja
Bestaande liters vasthouden	Ja en nee
Marktaandeel vasthouden	Ja, druk blijft
Merkbekendheid vergroten	Ja
Besef: Campina melk is gezonder	Enigszins
Besef: Campina=natuurlijk en boer	Ja



Volgende stappen

- Ook Campina yoghurt, pappen en vla
- Introductie Campina Botergoud



natuurlijk



Boter is boter, Campina Botergoud is anders

- Grootste merk in NL
- Nu inhoudelijk onderscheidend
 - Smeerbaarheid
 - Evenwichtiger vetzuursamenstelling=gezondheid





Campina merkmelk, een doorbraak in:

- differentiëren melkstromen
- waardecreatie
- coöperatief ondernemen
- ketensamenwerking

natuurlijk