

An aerial photograph of a large group of people standing in a green field, forming the shape of a cow. The cow is oriented horizontally, with its head to the left. The people are dressed in white shirts and dark trousers, creating a high-contrast pattern against the green grass. The cow's body is filled with people, and its legs are also formed by groups of people. The cow is positioned next to a narrow canal or river that runs vertically along the left side of the frame. In the background, there is a line of trees and a distant town under a cloudy sky.

DE KRACHT VAN 'BOER GENOTEERD'

*Atze Schaap
Vereniging & Transport
Wageningen, 22 november 2007*

The Campina logo, featuring the word "campina" in a white, lowercase, sans-serif font inside a green oval. The background of the slide shows a blurred green field with white flowers.

campina

Agenda

1. Profiel en Missie van Campina

2. De kracht van 'boer genoteerd'

3. Project Source - Campina merkmelk

natuurlijk

Profiel Campina

- Internationale coöperatieve zuivelonderneming
 - 8.000 leden zijn eigenaar
- Omzet: € 3.6 miljard
- Medewerkers: 6,811
- Campina's kernactiviteiten:
 - **Consumer products:** verse melk, dairy drinks, yoghurts, desserts en kaas en boter
 - **Industrial products:** ingrediënten voor de voedings- en farmaceutische industrie, milk powder, boter-olie, roomproducten
- Actief in meer dan 100 landen



Missie

Campina
brengt melk tot waarde

**een
ondernemende
coöperatie
te
zijn**



Principes:

- groei gefinancierd door leden
- een “doe maar gewoon” mentaliteit
- zorg voor duurzaamheid
- bovengemiddelde melkprijs voor de leden

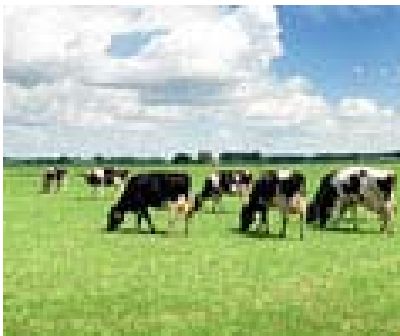
natuurlijk



Missie

Campina
brengt melk tot waarde

onderscheidend
in de hele
keten te zijn



Principes:

- innovatie (concepten, technologie, processen)
- voortdurende verbetering in alle disciplines
- verantwoordelijkheid van koe tot consument

natuurlijk

The Campina logo, featuring the word "campina" in white lowercase letters inside a green oval, set against a blurred background of green grass.

campina

Agenda

1. Profiel en Missie van Campina

2. De kracht van 'boer genoteerd'

3. Project Source - Campina merkmelk

natuurlijk



De veeleisende markt

- Consumenten
 - Dalende consumptie van melk
 - Perceptie van melk. Wel of niet gezond?
 - Onderzoek: Campina wordt gezien als zuivel multinational
 - Melk is melk
- Retail
 - Opmars van private label
 - Toenemend prijsverschil tussen merk en private label
 - Bedreiging door 'buitenlandse melk'
- Concurrenten
 - Pas op voor de *Copy Cats*



‘Cultural creatives’

- Consumenten bepalen onze agenda
- Consumenten willen alles: een gezonde levensstijl, lekker eten en ook nog eens goedkope producten!
- Ondernemingen moeten meer doen dan winst maken, belasting betalen en zich aan de wet houden
- Consumenten geven ondernemingen een *‘license to operate’*





Niet uit de muur...





Puur natuur!

- Een niet te evenaren nutritionele voedingsbron



natuurlijk



Trots dat we een coöperatie zijn

- 'Boer genoteerd' en niet beursgenoteerd



natuurlijk



Onze producten

- Alle bouwstoffen voor de juiste voeding gedurende alle levensfases

- Opgroeïende kinderen
- Energieke studenten
- Druk, druk, druk volwassenen
- Actieve senioren



natuurlijk

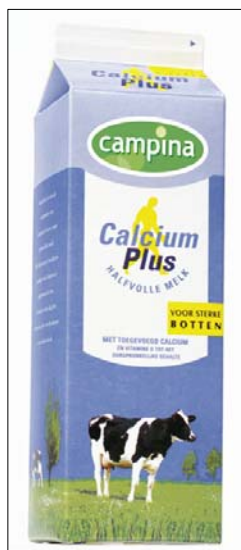
- Huidige gezondheidsconcepten
 - Beheersing gewicht: Campina Vifit, Campina Optimel (Control), Campina Valess, Campina Milner
 - Lichaamsverzorging: Acne (Praventin)
 - Gezondheidstoepassingen: Bloeddruk (C12 Peption) en lever (Cysteïne Peptide)
- Nieuwe gezondheidsconcepten





Ook voor 'gewone' melk

- Verlengde houdbaarheidsdatum
- 0% vet
- Extra calcium
- En



natuurlijk

The Campina logo, featuring the word "campina" in white lowercase letters inside a green oval, set against a blurred background of green grass.

campina

Agenda

1. Profiel en Missie van Campina

2. De kracht van 'boer genoteerd'

3. Project Source - Campina merkmelk

natuurlijk



Waarom gedifferentieerde melkstromen??

- Melk is melk?
 - Biologische melk als een eenzame uitzondering?
- Merkproducten versus private label
 - Inhoud geven aan de “brand values”
 - Marktpositie versterken
 - Een betere marge voor onze veehouders

Noodzaak: een uniek en daadwerkelijk onderscheid
- Innovatie
 - Potentieel van de boerderijfase benutten
- Het positieve imago van koeien en veehouders
 - Grazende koeien als drager van het Hollandse weideland
- Consumenten trends
 - Gezondheid: “betere” vetzuursamenstelling
 - Duurzaamheid in de keten



Nieuwe positionering



Dichtbij

De wereld van Campina draait om herkenbare boeren, bekroond met het groene Campina schild op hun stal. Met hun melkveebedrijven als vanouds verankerd in hun regio.



Natuurlijk

Campina staat voor unieke expertise in de hele zuivelketen, van de koe tot het produceren en vermarkten van natuurlijke, hoogwaardige producten.



Gezond

Op een ongeëvenaarde en natuurlijke wijze maakt een koe melk, vol waardevolle bouwstoffen vol waardevolle bouwstoffen voor het menselijke lichaam. Zuivel past daarom perfect in de hedendaagse trend van een bewuste en vitale levensstijl.



Duurzaam

Overal waar Campina actief is, streeft de onderneming naar duurzaamheid in de hele zuivelketen.

natuurlijk



April 2006 – Source Team moet bewijs leveren



Dichtbij

- Melk van Nederlandse koeien, van boeren dichtbij.



Natuurlijk

- Weidegang is de meest natuurlijke omgeving van de koe en helpt om de samenstelling van de melk nog evenwichtiger te maken



Gezond

- Campina komt met melk met een evenwichtiger vetzuursamenstelling, door aangepast voer van de koe.



Duurzaam

- Campina neemt het initiatief voor productie van verantwoorde soja voor veevoer in Zuid-Amerika

natuurlijk



Nieuwe standaard in zuivel

Totaalconcept

- Nederlandse Campina-boeren – Dichtbij
 - Weidegang – Natuurlijk
 - Evenwichtiger vetzuursamenstelling – Gezond
 - Maatschappelijk verantwoorde soja – Duurzaam
-
- Vernieuwing vanuit eigen, unieke identiteit
 - Lastig te kopiëren, niet te evenaren

natuurlijk



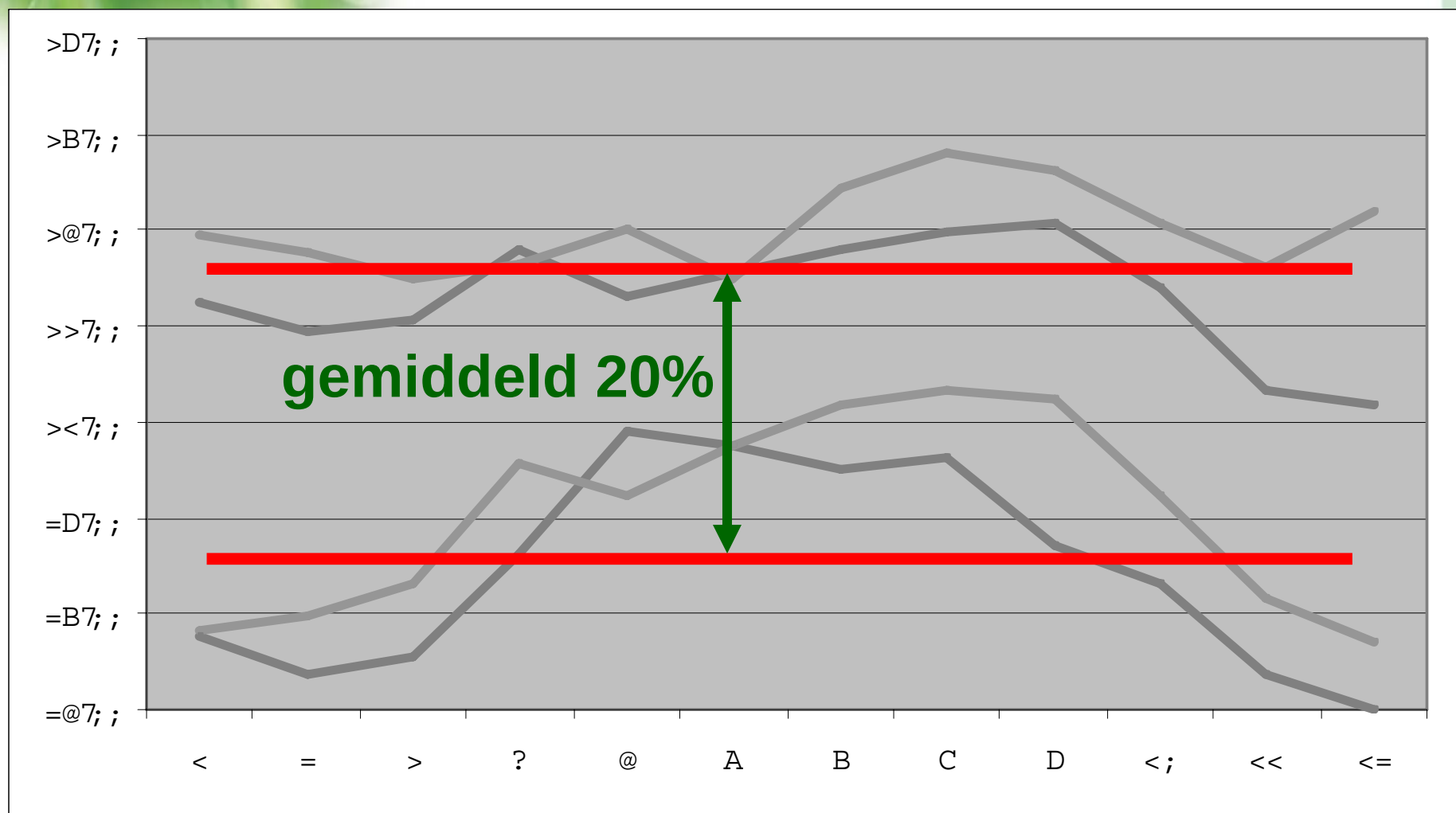
Melk is melk, maar Campina melk is anders

- **Gezond.** Een evenwichtiger vetzuursamenstelling
 - 10% minder verzadigde vetten
 - 20% meer onverzadigde vetten
 - 100% meer Omega 3-vetzuren
- **Dichtbij.** Van Nederlandse boeren
- **Natuurlijk.**
 - Speciaal, maar natuurlijk, voer
 - In combinatie met weidegang
- **Duurzaam.** Verantwoord geproduceerde soja





% onverzadigd vet in reguliere en Campina melk





En na deze eerste stap.....



Bij Vereniging & Transport

- Creëren grootste gedifferentieerde melkstroom in NL
- Meer dan 500 boeren werven
- Unieke samenwerking met meer dan 25 veevoerbedrijven
- Invoer nieuwe systematiek melkgeld afrekening
- Routeschema's voor meer dan 1500 boeren aangepast



urlijk

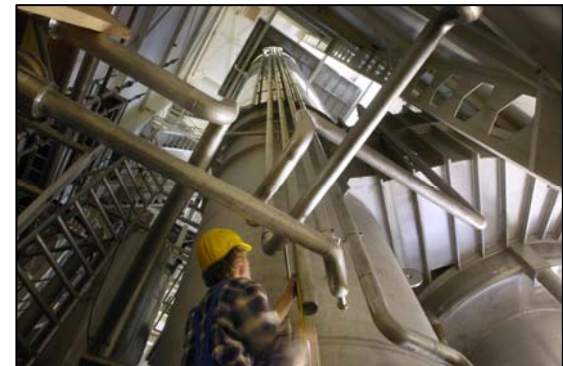
- Uitgebreide analyse melkvetsamenstelling voor source melk en gewone melk jaarrond heeft geleid tot enorme kennisopbouw
- Ontwikkelen nieuwe meetmethode vetzuursamenstelling
- Evaluatie claims en verpakkingen
- Borging van de melksamenstelling bij boer en fabriek
- Operationele *clearance* fabrieken





Bij Operations

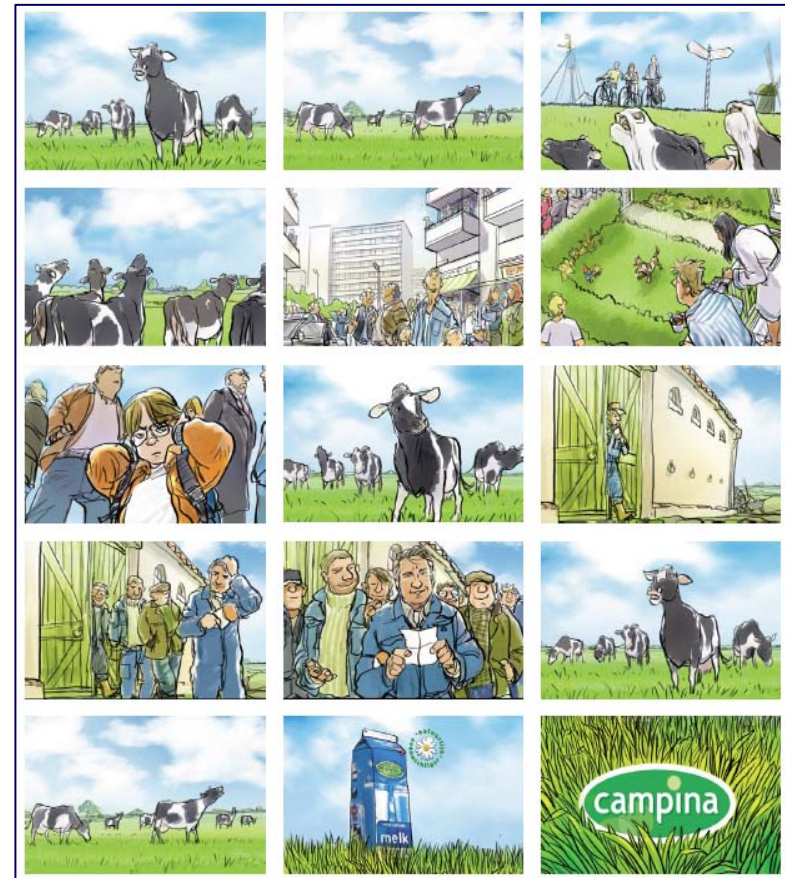
- Volledig splitsen van de melkstromen door de gehele fabriek in Eindhoven, Rotterdam en Den Bosch
- Verplaatsen vullijnen
- Plaatsen van dopapplicatoren
- Aanpassen lijnen voor het verwerken van de 'curve verpakkingen'





Bij Marketing

- **Conceptontwikkeling**
- **Verpakkingsontwikkeling**
- **Communicatie middelen**
 - Welkom thuis
 - Boerderijdagen
- **Marktonderzoek**
- **Media strategie**
 - TV commercials
 - Radio commercials
 - Print
 - Abri's
 - Trucks



natuurlijk



Bij Verkoop

- De grootste handelsintroductie ooit
- Retail en OOH geïntegreerd
- De eerste gesprekken vonden al in september plaats
- Daar waar het allemaal begint



natuurlijk



Bij Communicatie: de uitdaging

- Informeren, motiveren, overtuigen
 - Lange periode tussen 12 juli 2006 en 12 april 2007
- Leden, grote publiek, wetenschappers, pers, afnemers, werknemers
- Beeldvorming en geloofwaardigheid, openheid binnen coöperatie en naar buiten
 - Campina als merk en Campina als onderneming
 - Concurrentie-gevoelige informatie



Bij Communicatie: de leden

- **Alle leden**
 - **Doel: informeren, motiveren**
 - Vergaderingen, MyCampina.com, MyCampina Magazine, pers
 - Alle leden dragen nieuwe identiteit uit
 - Dichtbij, natuurlijk, gezond, duurzaam
 - Sommige leden doen iets extra's
 - Campina merkmelk
- **Campina merkmelk-veehouders**
 - **Doel: informeren, motiveren, (blijvend) overtuigen**
 - Waarom Campina merkmelk op uw bedrijf
 - Bijdragen aan versterken Campina-merk
 - Uitdaging
 - Kans op iets hoger inkomen
 - Belangrijke rol veevoerindustrie

natuurlijk



campina

Retail

- Totaal worden 1.600 winkels omgebouwd
- Met de hulp van alle Campina medewerkers van Campina (CPE NL + HQ)

Campina melk
nu nóg
gezonder

Natuurlijk gezond

Gezonde voeding en voldoende beweging zijn belangrijk voor uw gezondheid. Campina helpt daar graag bij. Daarom is onze melk nu nog gezonder! Fiets of wandel met ons mee door het prachtige Nederlandse landschap.



Win
deze fiets!

Koop Campina melk of karnemelk en vul het wedstrijdformulier in. Je deelnemersnaam op het formulier.

campina



Campina melk
nu nóg
gezonder

campina

natuurlijk



Informatie: spil in een enorme management-uitdaging

- % onverzadigd vet
 - in iedere leverantie; maandgemiddelde bepalend
 - snel reageren en bijsturen door veehouder
- % Omega 3
 - Bepaling per kwartaal
- Afrekenen
 - Waardes boven norm: bonus
 - Waardes te laag: penalty
- Borgen transport
 - Alleen merkmelk veehouders in separate rit
- Borgen verwerkingsproces
 - Alleen lossen in dedicated tanks



“Glas melk weer vet cool maken”

12 april, 2007



natuurlijk

