

Kaasverkoop 2024

Door Johan – februari 2025

In september 2023 heb ik de verkoop van kaas van Ettjen overgenomen. Deze taak bestaat uit:

1. Wekelijks contact met bestaande klanten in regio en opnemen van bestellingen. Verkoop afstemmen met productie.
2. Vinden van nieuwe afnemers
3. Contact met bestaande en nieuwe verdeelpunten kaas in Nederland
4. Ontwikkelen nieuwe panirburger en ontwikkelen verkoop panir(burger)

Verkoopvolume in kilo's

In onderstaande tabel een overzicht van de totale verkoop aan alle afnemers: in de regio, onze eigen winkel en de verdeelpunten in Nederland.

LET OP: verbruik in de keuken/eetzaal/orangerie is niet inbegrepen in de tabel.

In totaal is het volume aan verkoop met 7% gezakt naar 5133 kg. Deze daling komt vooral voor rekening van de délice. (zie verderop voor omzet van deze verkoop)

Tabel 1. Verkoop totaal 6 productgroepen in kilo

Jaar	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Kg totaal	1800	2800	2700	3250	4080	3370	5563	5133
Délice ¹⁾	1000	1750	1600	1010	1450	860	1890	1353
Verse	530	760	760	770	810	850	1096	1155
Panir ²⁾	220	260	260	240	200	200	288	247
Yoghurt ³⁾			370	750	920	770	1206	1232
Tomme				480	700	690	967	951
CheBis							116	195

1) Waarvan 46 kg koekaas in 2024 en 58 kg in 2023

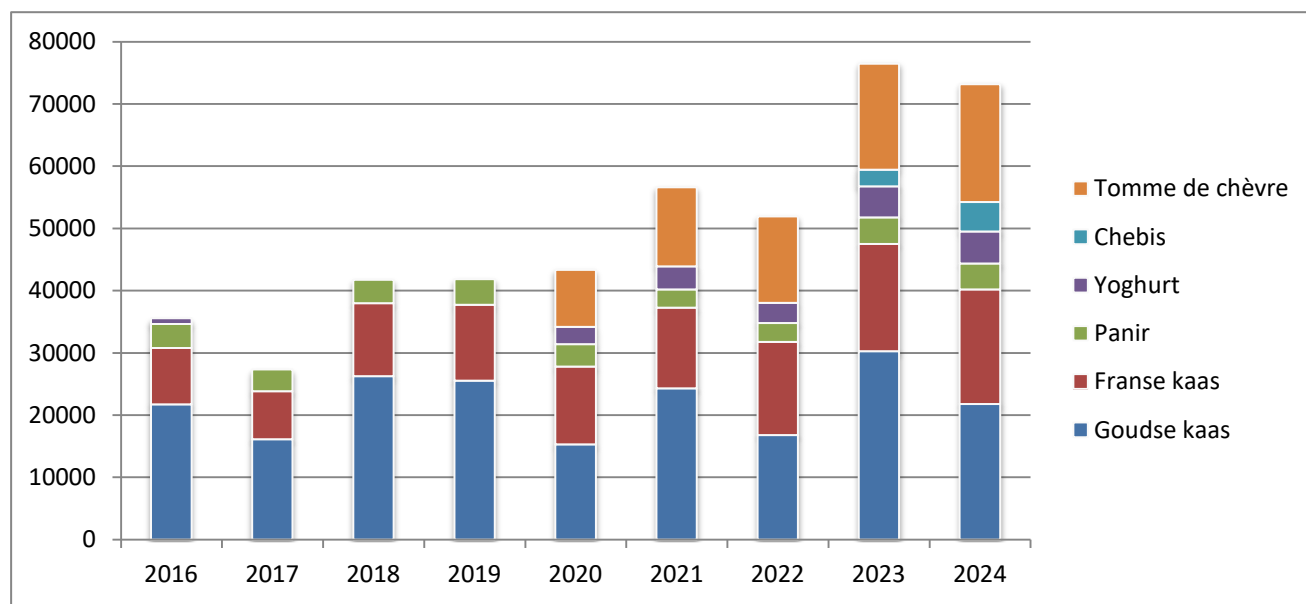
2) Waarvan 28 kg koeipanir in 2024 en 44 kg in 2023

3) Waarvan 315 kg koeyoghurt in 2024 en 247 kg in 2023

Omzet per product

De omzet (verkoopwaarde) verschilt erg per productgroep. De yoghurt heeft minder omzet dan b.v. de verse kaas, maar daar zit ook veel minder arbeid in. In grafiek 1 zien we de totale verkoop aan externe klanten in euro's de laatste 8 jaar, met verdeling per productgroep.

Grafiek 1: omzet per product 2016-2024



Franse klanten (winkels, groothandel, diverse) in 2024

Het klantenbestand is bestaat al jaren uit een vaste groep klanten, zie tabel 1. De totale omzet is gedaald met 5,7 procent ten opzichte van 2023. Die daling komt voor een groot deel voor rekening van de groothandel Scot la Cigogne. Zij kopen alleen tomme en délice bij ons. Door de kwaliteitsproblemen met de délice is er minder aan hen verkocht. Vanaf de herfst hadden we minder op voorraad en dus konden we niet doorverkopen in de winter.

Verder een daling bij de Kantines: in 2023 hebben we veel proeverijen gedaan en in 2024 helemaal niet. Dat zie je terug in de verkoop.

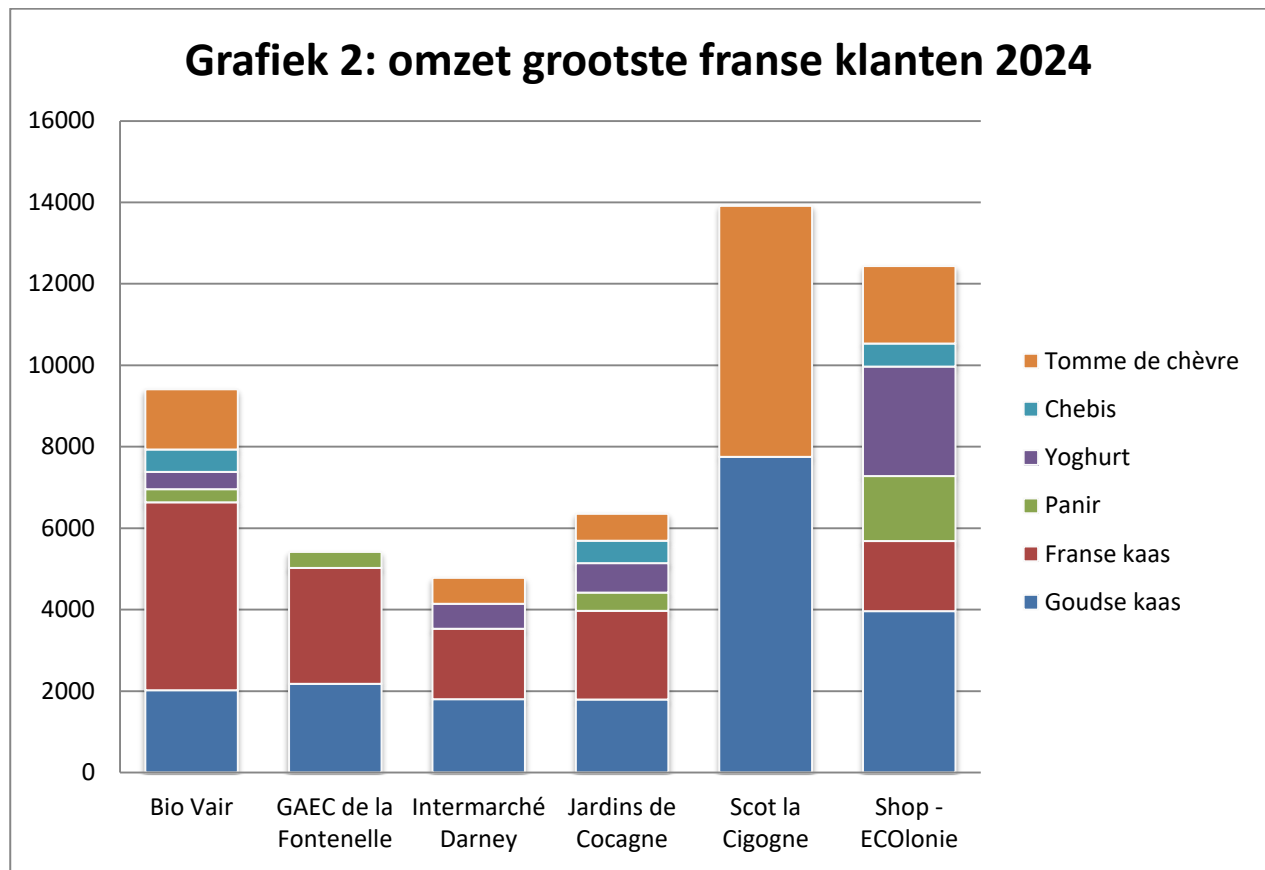
Tabel 1 Verkoop in euros per franse klant

Klant	2021	2022	2023	2024	Positie
BioVair	7108	7898	10154	9427	3
GAEC de Fontenelle	6950	5649	6304	5415	5
Intermarché Darney	4846	4764	4742	4779	
Jardins de Cocagne	5320	3678	4507	6353	4
A coeur Bio	1433	2477	2405	3393	
Univers Bio	2391	1922	2220	3050	
Esprit paysan	3052	2974	4486	5635	6
Villemin	1079	736	770	760	
Scot la Cigogne	10396	7834	18093	14417	1
Kantines scholen	642	363	1706	700	
Eigen Winkel	8877	10769	14660	12900	2
Overig, o.a. markten, kleine winkels, etc	4759	3036	2476	1509	
TOTAAL	56853	52100	72523	68338	

In 2021 en 2022 hadden we veel kleine winkels van 250-750 euro per jaar. Die zijn allemaal afgefallen (gesloten of wij zijn gestopt met leveren)

Verkoop per klant

In grafiek 2 een overzicht van de omzet van de 6 grootste klanten in 2024. Er is ook te zien hoe de verdeling per product per klant is.



Verkoop in Nederland – verdeelpunten en bedrijven

In 2023 zijn we begonnen met de verkoop van onze tomme kaas en Chebis in Nederland. Geen délice, omdat dit een Goudse kaas is die al in heel Nederland te koop is; onze kazen met natuurlijke korst zijn daarom een 'unique selling point'. De reden dat we kaas in Nederland verkopen is o.a. :

- dat we meer rechtstreekse verkoop aan klanten zoeken. Daarmee kun je het meest verdienen. Hoe meer schakels in de keten tussen ons als producent en de consument, des te duurder wordt het eindproduct en des te lager de verkoopprijs van de boer aan de volgende schakel.
- Regio is dun bevolkt en niet veel meer potentie aan directe verkoop heeft.
- De persoon van het verdeelpunt is ook 'uithangbord' cq ambassadeur van ons. Hij/zij vertelt het verhaal achter de kaas. Dat is heel belangrijk, want dat gaat de kaas 'leven'.

Er zijn twee soorten klanten:

1. Een verdeelpunt: dat is een persoon die onze kaas aan mensen in zijn directe omgeving verkoopt, bijv. familie, vrienden, burens, bij de sportclub, etc. Ze krijgen hele kazen, inpakpapier, etiketten, een kaasmes en evt. een weegschaal. Ze innen het geld en krijgen 1 euro per verkochte kilo kaas én 1 kg kaas naar keuze per levering gratis. We vergoeden evt. ook stroomkosten voor de koelkast
2. Bedrijven: winkels en boerderijen die onze kaas in hun assortiment opnemen

Het afgelopen jaar is de verkoop flink gestegen met maar liefst 45 procent (zie tabel 2). Dat komt omdat een aantal verdeelpunten stabiel verkopen.

Deze verkoop vraagt (net als alle verkoop) aandacht en tijd. De laatste twee jaar starten er 2 soms 3 nieuwe verdeelpunten. Ze zijn hier enthousiast geworden van onze kaas of reageren op de oproep in de nieuwsbrief. Het vergt 'ausdauer' om de verkoop op te vol te houden, dus men moet goed gemotiveerd zijn om de klanten

te blijven stimuleren om te kopen.

Afgelopen jaar zijn er 2 verdeelpunten en 1 bedrijf gestopt. TE weinig verkoop en geen of te weinig tijd om het door te zetten.

Er staat uitgebreide informatie over verdeelpunt zijn en hoe het in zijn werk gaat op onze NL website.

Ik wil voorstellen om iemand te vinden die mijn coördinatie rol van de NL verkoop over neemt. Er valt mijns inziens nog veel meer omzet uit te halen als er geregeld gebeld wordt met verkoop punten, een mooie flyer wordt gemaakt, meer aandacht op website/sociale media, maar vooral het persoonlijke gesprek.

Ook proeverijen hier ter plekke (net als in 2023) om actief te kaas door gasten te laten proeven. Daar komen altijd wel een paar geïnteresseerden uit die verdeelpunt willen zijn om die winkels kennen in hun buurt waar ze onze kaas kunnen aanprijzen.

Tabel 2 Verkoop in euros Nederlandse verdeelpunten en bedrijven

	2023	2024	
Verdeelpunten	2589	5404	
Bedrijven	1558	637	Wegvallen "stroese dame"
	4147	6041	

Proeverijen in winkels

Dit jaar hebben we in het voorjaar én najaar weer proeverijen gehouden bij een aantal franse klanten/winkels o.a. Biovair, Esprit Paysan, UniversBio, A coeur Bio.

Deze proeverijen werden gedaan door Maria Erftenmeijer, een Nederlandse dame die al heel lang hier in de buurt woont en die we goed kennen. Ze heeft inmiddels veel ervaring opgedaan en door ons gezicht actief te laten zien in de winkels, blijven onze producten onder de aandacht. Vooral ook van het personeel: zij zijn heel belangrijk natuurlijk in het verkoopproces!

Dit voorjaar zijn er nog een paar voorzien.

Uitleg verkoopwaarde van eigen gebruik zuivel.

Bij de verkoopcijfers is alleen de verkoop weergegeven aan externe klanten en onze eigen winkel.

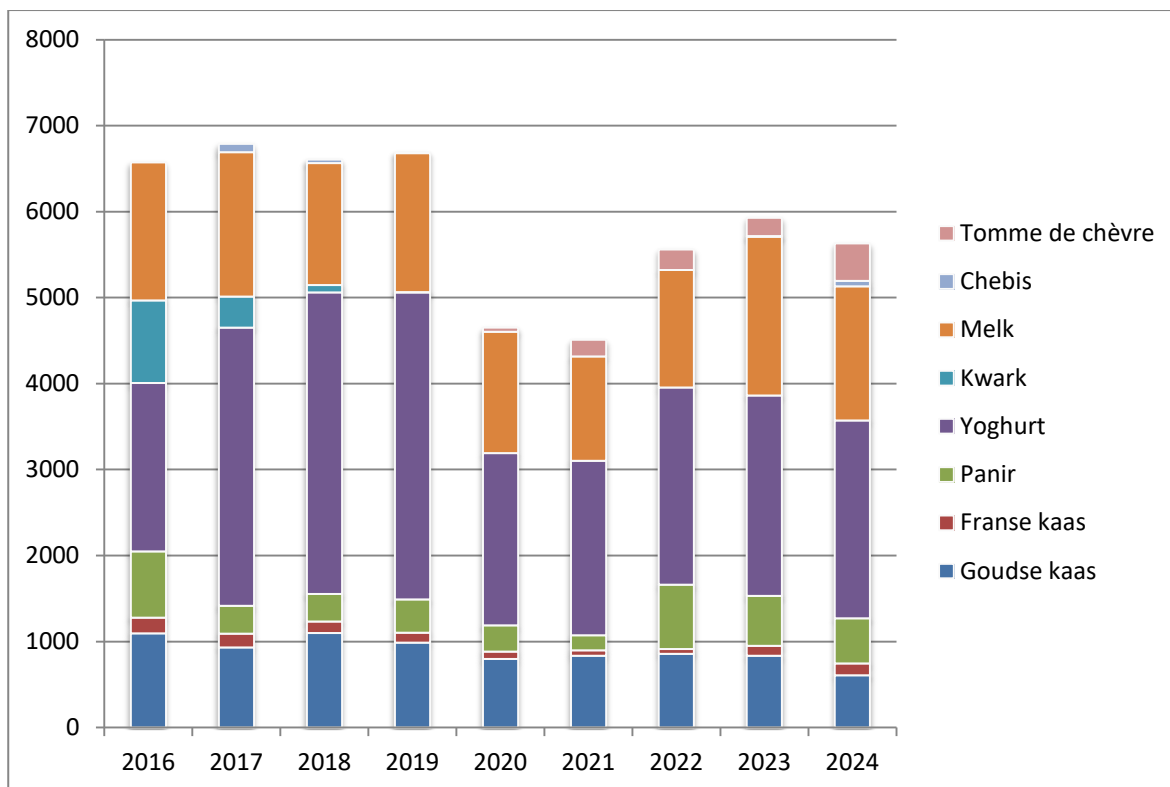
Het is interessant om te weten wat de waarde is van alle **zuivel die we zelf gebruiken**

(keuken/eetzaal/orangerie) en dus niet hebben ingekocht.

Daartoe hebben we het totaal aan kilo's/liters per product (zie grafiek 3) gepakt en de prijs per product die we zouden betalen als we het bij een groothandel zouden inkopen.

Dan komen we uit op een waarde van bijna **43.000 euro** in 2024. In 2023 was dat ongeveer 44.000 euros

Grafiek 3 volume eigen gebruik per jaar in kg/liters



Panir

We verkopen al jaren onze panir aan de winkels in de buurt en in onze eigen winkel. Bij de regionale winkels wordt er iedere week afgenomen maar in kleine volumes. In 2024 is 247 kg verkocht (288 kg in 2023). Door de proeverijen in de winkels wordt dit 'warm' gehouden (onder de aandacht gebracht) en maken mensen kennis met dit product.

Doel is echter om panir op grote schaal te verkopen: het is een makkelijk product om te maken en er kan eigenlijk niets mis gaan: er is nog nooit een batch panir mislukt. (dit in vergelijking met bijv. de *délice*).

Afgelopen jaar heeft HAS stagiaire Bjel Vahsen aan het ontwikkelen van de panirburger gewerkt. Hier zijn we al een hele lang tijd mee bezig en het proces verliep zéér moeizaam (om het maar eufemistisch te zeggen). De burger is een geweldig product om te verkopen: snel en makkelijk klaar gemaakt, zeker ook voor de kantines van scholen. Uit de proeverijen die we daar veelvuldig gehouden hebben blijkt dat men heel enthousiast is over panir en de toepassing ervan. Het is vooral de prijs die de grote bottleneck is én ook dat de koks moeten leren vegetarisch te koken en over oude denkbeelden heen moeten stappen (kinderen willen alleen maar vlees eten).

In de bijlage de productflyer van panir voor cantines: daarin staan alle voordelen op een rij voor groot-keukens.

Hidde werkt inmiddels aan de verdere ontwikkeling van de burger; hij heeft als kok en oud cateraar veel ervaring met het ontwikkelen van een dergelijk product. Ook voor op grote schaal. Want dat moet het worden: verkoop op grote schaal.

We kiezen om een burger te ontwikkelen omdat dat snel en makkelijk klaar te maken is én natuurlijk een burger is dus een bekend bij iedereen (de vleeseter als de vegetarier).

De potentie is heel groot: alleen al in de Vogezen zijn er jaarlijks 1,5 miljoen maaltijden op Colleges (11-15 jaar). Men is verplicht 1 maaltijd per week vegetarisch te doen, dat maakt 300.000 maaltijden op jaarbasis.

Daarnaast nog de lycées (15-18 jaar met een vergelijkbaar aantal.

En de gewone winkels voor consumenten: het product past heel goed in de vegetarische burgerschap .

Als we een burger met de juiste textuur, smaak en korst hebben ontwikkeld, kijken we naar het productieproces. Zelf blokken panir van 4 a 5 kg produceren (doen we nu al) en dan verder uitzoeken hoe we de burgers op grote schaal kunnen maken.

Publiciteit

Op onze Franstalige website is een pagina voor onze **zuivelproducten** en een link naar een pagina om ze te bestellen (Locappy.fr en cagette.net). Verder is er een aparte pagina op de website voor onze winkel **La Vie Verte**, met meer informatie over wat er in de winkel te vinden is. Deze pagina is ook op de Nederlandstalige website te vinden.

Er ontbreekt nog een pagina over onze kaasmakerij; die staat wel al bij de Nederlandse site.

We hebben een franse Facebook pagina (wordt die nog beheerd?) . Overwogen of we daar actief mee verder gaan en daar ook onze zuivelproducten promoten

Labels

“Je Vois La Vie En Vosges Terroir “is een label waar we al jaren aan meedoen. De producten worden door een commissie beoordeeld op herkomst (moet uit Vogezen komen), smaak en presentatie. Een aantal van onze producten hebben dit label:

- Chebis (zilveren medaille!)
- Tomme (zilveren medaille)
- Verse natuur
- Délice natuur

Dit geeft onze producten extra herkenbaarheid van regionale herkomst. Het is inmiddels een bekend merk geworden.

Het wordt uitgegeven door de Chambre d’Agriculture des Vosges en het Conseils départementale des Vosges. Zij organiseren verschillende manifestaties, promotie activiteiten etc.

Dit label geeft onze producten een mooie meerwaarde.

Actiepunten voor 2025

- een 2^e groothandel vinden voor afname van vooral goudse en tomme (€10.000)
- doel verkoop aan externe klanten: 85.000 euro in 2025.
- Ontwikkelen panirburger met Hidde. Eind van het jaar een kant en klaar burger die we op kleine schaal al zelf kunnen maken. Daarna traject voor grotere schaal.
- Vertalen kaasmakerijpagina op NL talige site naar Frans
- Verkoop via verdeelpunten: nieuwe coördinator en doel om naar 10 verdeelpunten te gaan

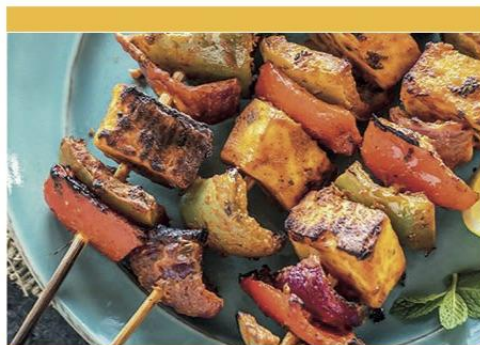
Bijlage: Panirflyer voor kantines

Simplifiez-vous la vie:

LE PANIR

Source de protéines : idéal comme substitut de viande dans vos plats végétariens (et autres...).
Et le plus important :

les enfants en sont ravis!



Le panir : c'est quoi ?

Le panir est un fromage fabriqué naturellement sans sel, au goût neutre. Il offre de nombreuses possibilités culinaires et est simple à préparer : en effet, il ne fond pas à température élevée et il a une texture de poulet.

Le panir est fabriqué avec du lait chèvre ou de vache et un peu de jus de citron, rien d'autre. Donc ni sel ni sucre à l'intérieur et sans ajout.

Préparation toute simple :

Par son goût neutre, il offre de nombreuses possibilités culinaires. Le panir peut être frit, mariné, grillé ou dans une sauce. Il est deux fois plus protéiné que le tofu, c'est pourquoi il est très apprécié dans la cuisine végétarienne.

Quantité par personne :

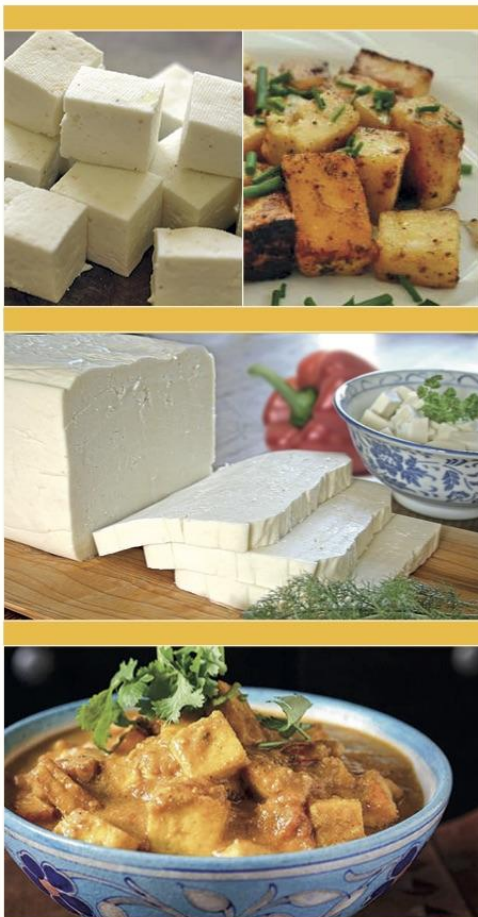
On compte des portions de 80g environ par enfant, 12 portions par kg. Pour les adultes on compte 100g par personne.

Pour qui ?

- * Restaurants collectifs scolaires de la maternelle au lycée
- * Cantines municipales,
- * Cantines EHPAD,
- * Hôpitaux

Les atouts

- * Très facile à cuisiner
- * Correspond 100% au loi Egalim
- * Très riche en protéine
- * Pour tous les âges
- * Produit bio
- * Produit local de Hennezel dans les Vosges (88)
- * Produit sans sel et sans ajout



Fiche technique

Ingrédients

- lait de chèvre ou de vache
- jus citron

Parfums

- nature
- aux herbes italiennes

Emballage

- en bloc de 4 kg : à couper soi-même. Emballé sous vide.
- coupé en petits dés et emballé en sacs sous vide de 2 kg et 4 kg

Conservation

- en chambre froide pendant 8 semaines
- au congélateur pendant 6 mois (dans ce cas : commander le produit frais)

Recettes

Nous pouvons faire une démonstration sur place. On organise des stages pour vos cuisiniers !

- déglece le panir avec du shoyu
- dans vos currys ou sauces tomates
- panir frit, mariné, grillé
- plus de recettes sur www.panir.fr/cantines

Commande

- minimum de commande : 1 bloc de 4 kg
- commande par Agrilocal88 ou directement chez votre contact
- disponible toute l'année

www.panir.fr/cantines

EColonie Centre Ecologique

Dans la fromagerie d'Ecolonie sont fabriqués entre autres le panir, les fromages frais, les fromages goudas (chèvre et vache), la tomme de chèvre et le yaourt (chèvre et vache).

Notre élevage de chèvres et sa fromagerie, basé sur les principes de l'agriculture biologique, existent depuis 2005. Ils font partie d'Ecolonie, centre écologique (1989). Nos chèvres, principalement de type

Saanen, ont chaque jour le choix de sortir pâturer dans les champs riches en herbes. Le fumier est utilisé dans le jardin (maraîchage de 2 ha), ce qui renforce le cycle naturel de 'semier - récolter - fumer'. La nourriture vient le plus possible de notre sol.

Nous cultivons sur 2 hectares différents légumes et petits fruits. Fleurs et feuilles sont cueillies et séchées

du printemps à l'automne dans le jardin de plantes aromatiques. Toute récolte est utilisée dans la restauration sur place ou destinée à la vente.

La ferme de chèvres et la fromagerie font parti d'un collectif de producteurs de lait de chèvre et brebis en bio.

Tous les produits de cette association, ont les labels Biopartenaire et Faire for Life. Ces deux labels signifient la production biologique et équitable.

Dans la restauration professionnelle (17000 plats par an) sont proposés uniquement des plats biologiques et végétariens. Nos cuisiniers ont par conséquent beaucoup d'expérience avec la préparation de panir, aussi en grosse quantité.

Le CheBis, un des fromages qui est fabriqué à Ecolonie, a gagné la médaille d'argent pendant le concours sur la grande foire agricole à Paris.



www.ecolonie.eu/fr