

COFARM



PŘÍPADOVÁ STUDIE: Iniciativa San Nicolás

Úvod

Podnik a farma San Nicolás je velkoobchodníkem v oblasti ekologických produktů. Sama produkuje a zároveň spolupracuje se zemědělskými producenty z různých provincií Španělska (např.: Jaén, Córdoba, Granada aj.) a z Kanárských ostrovů. Tito producenti vzájemně spolupracují za účelem přímého prodeje a přímé distribuce svých certifikovaných bio produktů na trh v oblasti Jaén a jejím okolí. Zároveň také využívají nepřímé distribuce produktů skrze další prostředníky.

Základní informace



Producenti z provincií Jaén, Córdoba, Granada a z Kanárských ostrovů

Název Iniciativa San Nicolás

Rok založení 2016 / 2017

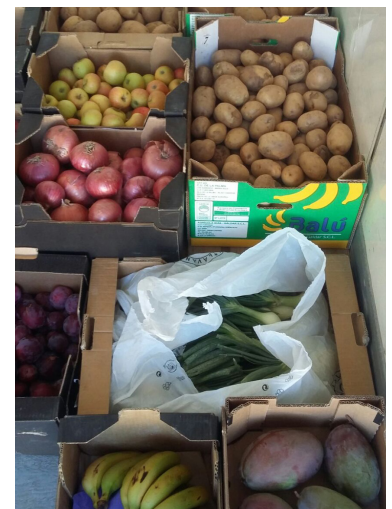
Druh spolupráce Producentická skupina

Počet farmářů/zapojených podniků 15 producentů (počet se liší podle ročního období)

Internetové odkazy

www.despensasannicolas.com

Sociální média jako Facebook, Twitter a LinkedIn pod jménem Pantry San Nicolás.



Informace o farmě

Rozloha farmy

Jedná se o malé či středně velké producenty, podobné tradičním zahradnictvím s pozemky o velikosti 500 až 3 000 m². Velikost pozemků je závislá na oblasti, ve které se farma nachází, a na přístupu k vodě.

Popis farmy

Farma San Nicolás zahájila svou činnost v roce 2011, a to proměnou konvenčního olivového háje na ekologický. V roce 2014 se farma rozšířila a zaměřila se na chov drůbeže v ekologickém režimu. Farma a olivový háj jsou situovány na poměrně malém pozemku o rozloze 3,2 ha. V roce 2016 začala farma prodávat zákazníkům bio vejce a od té doby se rozšiřuje nabídka jejích produktů. Odezva zákazníků byla totiž enormní a lidé požadovali rozšíření nabídky produktů v tzv. bedýnkách, které farma na trhu prodávala. Díky této poptávce začala společnost hledat další producenty, se kterými navázala spolupráci. Vznikla iniciativa, která se od té doby rozšiřuje a rozšiřuje i nabídku svých produktů. Společnost má nyní i chladičí vozidlo vhodné pro přepravu všech produktů v horkém počasí.



Informace o procesu spolupráce

V roce 2016 uvedla společnost na trh bedýnky s bio produkty. Zpočátku se jednalo pouze o bio vejce z farmy, ale zákazníci požadovali další ekologické produkty. Hlavním cílem Iniciativy San Nicolás je poskytnout zákazníkům širokou škálu zdravých a bio produktů a službu dovozu i do okrajových oblastí.

Celkem 70 % produktů pochází od sdružení výrobců v Granadě, které zahrnuje oblast Valle de Lecrín, tropickou zónu Almuñecar, Salobreña a Motril a část od Sierr Nevada až k Lanjaronu. Sdružení vlastní sklad v Granadě, ve kterém se producenti scházejí a vyřizují objednávky. Umístění skladu je vybráno v tomto místě z důvodu snadné dostupnosti pro producenty z provincií Granada, Almería a Jaén. Do zbývajících provincií dojíždějí obchodníci a přímo od farmářů vykupují požadované produkty. Například v Cordóbě jsou producenti brambor, banány pocházejí od zemědělců na Kanárských ostrovech a v provincii Jaén jsou producenti hub (shitake a portobello) a kozího sýra (s oreganem, mátou, olejem atd.).

Mezi další produkty zahrnuté do nabídky košíků jsou: brambory, batáty, pórek, rajčata, mangold, jahody, kiwi, pomeranče, mango, chřest, jablka, cibule, dýně a další. V dohledné budoucnosti je plánováno přidat do nabídky sérii přírodní kosmetiky vyráběné z organického oleje a s bylinným aroma. Produkty mají certifikát Sohiscert (*splnění výrobních či specifických požadavků zemědělsko-potravinářských produktů).

Iniciativa otevřela kancelář ve městě Úbeda (hlavní sídlo společnosti se nachází v Seville) a zaměstnává jednoho technika z certifikační společnosti Sohiscert, který spolupracuje s producenty, aby byly v souladu s podmínkou sledovatelnosti produktů.

Iniciativa San Nicolás začala přijímat objednávky prostřednictvím služby WhatsApp a e-mailu. Skupinám zákazníků a bio obchodům je zaslán seznam dostupných produktů v daném týdnu a v dalším týdnu je jim doručena objednávka. Zákazník má možnost sledovat životní cyklus příslušného produktu (kdo jej certifikuje a kdo jej vyrábí). Společnost se snaží urychlit proces objednávek a zvýšit počet svých zákazníků.

V tuto chvíli připravuje společnost novou ambiciózní marketingovou a komunikační strategii, neboť chce začít expandovat na další Evropské trhy a nakonec i do zemí Jižní Ameriky. Iniciativa vytvořila skvělý katalog se všemi produkty, které je u ní možné zakoupit.

Od roku 2011 se zvýšila poptávka po ekologických produktech, iniciativa si je však vědoma, že Španělsko v této oblasti zaostává za mnoha dalšími Evropskými zeměmi, jako je například Německo, Francie, Švýcarsko a Dánsko.

Dalším cílem podniku je podpora sociálního začleňování. Ve společnosti je zaměstnán jeden člověk s postižením, který měl obtíže nalézt plnohodnotné zaměstnání na tradičním pracovním trhu. Tato osoba je nyní zodpovědná za sledovatelnost produktů.

Iniciativa je částečně financována z programu FEDER a skupinou pro rozvoj venkova Adlas.

Jednou z hlavních výzev společnosti je byrokracie. Iniciativa se potýká s příliš mnoha požadavky a velkým množstvím standardizovaných regulací, které neodpovídají ekologickému pěstování.

Spolupráce s producenty je bezproblémová, mezi zúčastněnými stranami existuje porozumění již od počátku spolupráce. Problémem se však jeví hledání kompetentních dispečerů při přepravě produktů. Společnost najala již několik zaměstnanců, se kterými měla špatné zkušenosti, a proto nyní poskytuje tréninkové programy, aby tento problém omezila. Díky zvyšující se poptávce po ekologických produktech začínají pracovníci společnosti také navštěvovat vzdělávací kurzy v obchodních školách.

Rady/doporučení

“ V potravinovém průmyslu je sledovatelnost produktu základním požadavkem, abychom věděli, kdo produkt vytvořil, která organizace jej certifikovala jako ekologický a kam je distribuován. V případě bio vajec používáme šablonu, ve které jsou k dispozici všechny údaje požadované pro splnění předpisů o sledovatelnosti, což zabraňuje možným problémům a sankcím, které by mohly vzniknout. ”

“ Je velmi důležité být přesvědčen o tom, co děláte. Začnete-li tento typ aktivity pouze s vidinou výdělečnosti, nebude to fungovat. ”

“ Administrativa obecně není na tento typ projektů připravená. Chybí jim velké množství informací a zkušeností z terénu, takže před tím, než začnete dělat něco podobného, buďte dobře připraveni, využijte všech možností účastnit se kurzů s podobnou tematikou, účastněte se přednášek, konferencí a důkladně sledujte, jak fungují spotřebitelské skupiny. ”



Dotazy/Otázky

- Myslíte si, že zákaznické skupiny jsou nejlepším způsobem prodeje bio produktů?
- Myslíte si, že tento způsob spolupráce mezi producenty by byl ve vaší zemi možný?



Klíčová slova

Klíčová slova o spolupráci

Skupina spotřebitelů/košík produktů
Marketing/prodej
Online prodej
Produčenská skupina

Klíčová slova a farmě

Ekologické/integrované/certifikované farmaření

Partneři



Limerick Institute of Technology:
(Irsko)
www.lit.ie/rdi



Hof und Leben GmbH
(Německo)
www.hofundleben.de



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromého Zemelstvi
Ceske Republiky (Česká republika)
www.asz.cz



On Projects Advising SL
(Španělsko)
www.onprojects.es



Union de Agricultores y Ganaderos-
Jovenes Agricultores de Jaén (Španělsko)
www.coagjaen.es



Biotehniški Center Naklo
(Slovinsko)
www.bc-naklo.si



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana
(Itálie)
www.ciatoscana.eu



European Landowners' Organisation
(Belgie)
www.europeanlandowners.org

Sociální Média



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330

www.cofarm-erasmus.eu



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Webová stránka projektu



Spolufinancováno
z programu Evropské unie
Erasmus+

Tento projekt byl realizován za finanční podpory Evropské unie. Za obsah publikací odpovídá výlučně autor. Publikace nereprezentují názory Evropské komise a Evropská komise neodpovídá za použití informací, jež jsou jejich obsahem.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Projekt č.: 2016-1-IE01-KA202-016870