

COFARM



FALLSTUDIE: die Speisekammer von San Nicolás

Einleitung

Die San Nicolás-Speisekammer ist ein Großhändler für landwirtschaftliche Erzeuger aus verschiedenen spanischen Provinzen (Jaén, Córdoba, Granada) und Produzent von den Kanarischen Inseln. Die Produzenten haben kooperiert, um ihre Produkte, die als biologisch zertifiziert sind, direkt an verschiedenen Orten in Jaén und seinem unmittelbaren Hinterland zu vertreiben; und auch indirekt über Händler.

Grundinformation



Landwirte aus der Provinz Jaén, Córdoba, Granada und Canarias.

Name die Speisekammer von San Nicolás

Erfahrung mit Kooperationen am Hof seit 2016 / 2017

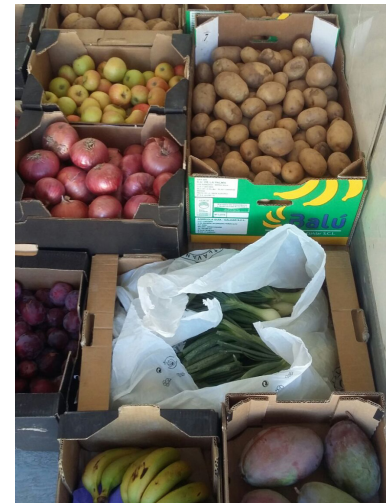
Art der Kooperation Erzeugergemeinschaft

Anzahl involvierter Landwirte/ Unternehmer 15 Landwirte (variiert je nach Saison).

Internet links

www.despensasannicolas.com

Social Media: Facebook, Twitter, LinkedIn (Pantry San Nicolás)
Instagram , YouTube, WhatsApp, E-mail.



Betriebsdaten

Betriebsfläche

Es handelt sich um kleine oder mittelgroße Produzenten, ähnlich wie traditionelle Gärtner, mit Grundstücken von 500 bis 3000 Meter. Die Größe hängt von der Region ab, in der sie sich befinden, und vom Zugang zu Wasser.

Betriebsbeschreibung

Despensa de San Nicolás begann 2011 mit der Umwandlung eines traditionellen Olivenhains in einen Bio-Standort. Im Jahr 2014 diversifizierte der Betrieb in die Aufzucht der Bio-Geflügelproduktion. Der Stall und der Olivenhain liegen auf einem relativ kleinen Betrieb von ca. 3,2 ha. Der Vertrieb von Bio-Produkten begann ab 2016, wo das Unternehmen begann, Bio-Eier an Verbraucher zu verkaufen. Es gab ein ausgezeichnetes Feedback, und die Kunden baten darum, dass andere Bio-Produkte in den Warenkorb aufgenommen wurden. So suchte das Unternehmen aufgrund der Verbrauchernachfrage nach verschiedenen Herstellern. Das Unternehmen hat sein Angebot weiter ausgebaut. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über ein isothermes Fahrzeug, das für den Transport aller Produkte bei heißem Wetter geeignet ist.



Daten zum Kooperationsprozess

Im Jahr 2016 wurde aufgrund der Kundennachfrage die Bio-Kiste eingeführt. Anfangs waren es Bio-Eier vom Bauernhof, aber die Kunden wollten auch andere Bio-Produkte. Das Hauptziel der Speisekammer von San Nicolás besteht darin, den Verbrauchern eine große Auswahl an gesunden und biologischen Produkten anzubieten und einen Service bereitzustellen, der periphere Einrichtungen gut versorgt.

Insgesamt stammen 70% der Produkte von einem Erzeugerverband in Granada, zu dem das Valle de Lecrín, die tropische Zone von Almuñecar, Salobreña und Motril sowie ein Teil der Sierra Nevada bis Lanjarón gehören. In Granada haben die Produzenten ein Lager, in dem sie sich treffen, um Bestellungen zu verwalten und zu bearbeiten. Es befindet sich an diesem Ort, da dieser für zahlreiche Produzenten in den Provinzen Granada, Almería und Jaén sehr gut erreichbar ist. In den übrigen Provinzen reist der Geschäftsführer direkt zu jedem Erzeuger und kauft die

entsprechenden Rohstoffe vom Landwirt. In Córdoba gibt es Kartoffelproduzenten. Die Bananen kommen von einem Bio-Produzenten auf den Kanarischen Inseln. In der Provinz Jaén gibt es Produzenten von Pilzen (Shitake-Pilze, Portobello-Pilze), Ziegenkäse (mit Oregano, Minze, Öl usw.). Weitere im Warenkorb enthaltene Produkte sind: Kartoffeln, Süßkartoffeln, Lauch, Tomaten, Mangold, Erdbeeren, Kiwi, Orange, Mango, Spargel, Äpfel, Zwiebeln, Kürbisse usw. Es ist in absehbarer Zeit geplant, eine Bio-Kosmetiklinie, hergestellt mit Bio-Olivenöl und Aromen von natürlichen Kräutern zu integrieren. Die Produkte sind von Sohiscert zertifiziert. Das Unternehmen hat auch ein Büro in Úbeda eröffnet (der Hauptsitz befindet sich in Sevilla). Das Unternehmen beschäftigt einen Techniker von Sohiscert, der mit den Herstellern zusammenarbeitet, um die Rückverfolgbarkeit des Produkts zu gewährleisten.

Die Speisekammer von San Nicolás hat begonnen, Bestellungen per WhatsApp und E-Mail entgegenzunehmen. Eine Liste wird an Verbrauchergruppen und Bio-Läden gesendet, wobei die Produkte innerhalb einer Woche verfügbar sind und sie dem Kunden dann geliefert werden. Der Kunde kann den Lebenszyklus des betreffenden Produkts verfolgen (wer zertifiziert es und wer produziert es). Das Unternehmen möchte den Bestellprozess weiter beschleunigen, auch um die Anzahl der Kunden zu erhöhen.

Derzeit entwickelt das Unternehmen eine ambitionierte Marketing- und Kommunikationsstrategie, die sich auf andere europäische Märkte und schließlich auf Länder in Südamerika ausdehnt. Die Speisekammer von San Nicolás hat einen ausgezeichneten Katalog entwickelt, in dem alle Produkte aufgeführt sind, die von der Firma erworben werden können.

Seit 2011 verzeichnet das Unternehmen eine steigende Nachfrage von Kunden nach Bio-Produkten. Das Unternehmen ist sich aber auch bewusst, dass Spanien in vielen anderen europäischen Ländern hinterherhinkt. Prominente Beispiele sind: Deutschland, Frankreich, Schweiz, Dänemark.

Ein weiteres Ziel des Unternehmens ist die Förderung der Inklusion. Es wurde eine Person mit einer Behinderung eingestellt. Es ist eine Person, der es sehr schwer fällt, auf dem traditionellen Arbeitsmarkt eine sinnvolle Beschäftigung zu finden. Diese Person ist für die Rückverfolgbarkeit verantwortlich.

Das Unternehmen wird aus dem FEDER-Programm kofinanziert und von Atlas - eine Gruppe für ländliche Entwicklung gefördert.

Eine der größten Herausforderungen ist die Bürokratie. Dem Befragten zufolge gibt es zu viele Forderungen und viele sehr standardisierte Regelungen, die nicht zum ökologischen Anbau passen.

In Bezug auf die Erzeuger gibt es keine Probleme, es hat immer ein gutes Verständnis gegeben und sie haben von Anfang an mit der Speisekammer von San Nicolás kooperiert. " Die größte Schwierigkeit besteht darin, kompetente Disponenten für den Transport der Produkte zu finden. Das Unternehmen hat mehrere Leute eingestellt und sie waren nicht in der Lage, die Arbeit richtig zu machen, so dass die Speisekammer von San Nicolás derzeit hausinterne Schulungen dazu anbietet.

Ratschlag des Unternehmers

“ Bei der Arbeit mit Lebensmitteln ist die Rückverfolgbarkeit eine Grundvoraussetzung, um zu wissen, wer diese Produkte herstellt, welche Organisation sie als biologisch zertifiziert und wo sie vertrieben werden. Bei Bio-Eiern verwenden wir eine Vorlage, in der alle erforderlichen Daten enthalten sind mit Rückverfolgbarkeitsvorschriften. Wir vermeiden damit mögliche Probleme, die auftreten können und auch Sanktionen. ”

“ Es ist sehr wichtig, von dem, was Sie tun, überzeugt zu sein und sich dessen bewusst zu sein. Wenn jemand ein solches Projekt beginnt, nur weil er ein profitables Geschäft haben möchte, wird es nicht funktionieren. ”

“ Die Verwaltung im Allgemeinen, ist nicht auf diese Art von Projekten vorbereitet. Es fehlen viele Informationen und Arbeit in diesem Bereich.

Also: bevor Sie ein Projekt wie dieses beginnen, seien Sie gut vorbereitet, nutzen Sie alle Möglichkeiten der Fortbildung, nehmen Sie an Vorträgen, Konferenzen teil! ”



Überlegungen/ Fragen

- Ist dieser Weg der beste Weg, um Bio-Produkte zu verkaufen?
- Denken Sie, dass diese Art der Zusammenarbeit zwischen Produzenten in Ihrem Land möglich ist?



Stichwörter

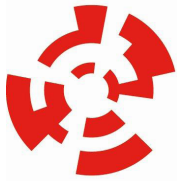
Stichwörter hinsichtlich der Kooperation

Verbrauchergruppe/ Produktkorb
Vermarktung/ Verkauf
Online-Handel
Erzeugergemeinschaft

Stichwörter hinsichtlich der Landwirtschaft

Biologische/ integrierte/
zertifizierte Landwirtschaft

Partner



LIT

Active Leadership in Education,
Enterprise and Engagement

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

HOF UND LEBEN

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



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromého Zemedelstvi
Ceske Republiky (Tschechische Republik)
www.asz.cz



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



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



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



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



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

Soziale Medien



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Projekt-Homepage

www.cofarm-erasmus.eu



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Projekt-Nr: 2016-1-IE01-KA202-016870