

COFARM



CASO STUDIO: Nákup z farmy "Comprare dall'azienda"

Introduzione

Il progetto coinvolge 22 singoli agricoltori ed è gestito da 2 di essi, Mr. Němec e Mr. Miller, che hanno dato il via all'iniziativa nel 2010. L'azienda della famiglia Němec lavora il latte prodotto dalle aziende agricole vicine (compresa l'azienda della famiglia Miller). La maggior parte della loro produzione viene venduta attraverso un servizio di distribuzione chiamato "Latte dalla Fattoria", e nel 2016 il progetto è stato esteso a un mercato aziendale mobile per diversi tipi di prodotti.

Informazioni di base



Regione della Bohemia Centrale.

Nome Nákup z farmy "Comprare dall'azienda"

Anno di fondazione 2010

Tipo di cooperazione Gruppi di produttori

Numero di allevatori/proprietari terrieri/imprenditori/impresе coinvolti 22

Link internet www.nakupzfarmy.cz



Dati dell'azienda

Superficie

Azienda della famiglia Němec: 850 ettari. Azienda della famiglia Miller: 630 ettari + altri 20 agricoltori (dati non rilevanti)

Descrizione

L'azienda agricola della famiglia Němec è stata fondata nel 1990 su 22 ettari di terreno agricolo. Oggi si compone di circa 850 ettari dedicati alla produzione agricola (cereali, colza, barbabietole da zucchero ecc...). All'inizio, l'azienda produceva anche latte, ma nel 1994 la produzione venne cambiata quando la famiglia installò caseifici in loco e smise di mungere le mucche della propria azienda.

Ogni giorno, circa 6.000 litri di latte vengono lavorati in 15 diversi tipi di prodotti caseari. L'azienda della famiglia Miller viene fondata nel 1992 e si focalizza sulla coltivazione di foraggi e sulla produzione di latte. L'azienda conta circa 250 mucche, di cui 100 munte giornalmente.



Dati del processo di cooperazione

Fino al 2010, il caseificio all'interno dell'azienda Němec si focalizzava solo sulla produzione del formaggio "Balkan", con approssimativamente 40-50 tonnellate al mese per una compagnia chiamata Madeta, leader nella lavorazione del latte in Repubblica Ceca. Nel 2011, un enorme crollo economico toccò il settore lattiero e Madeta smise all'improvviso di comprare il loro prodotto.

Quindi, l'azienda dovette cambiare strategia radicalmente per trovare nuovi canali di vendita del formaggio. L'assortimento dei prodotti si estese e venne lanciato il concetto di vendita diretta al consumatore attraverso il servizio "Latte dalla Fattoria": un progetto di cooperazione tra due allevatori e amici, Mr. Němec e Mr. Miller. Il latte veniva prodotto nell'azienda Miller, sottoposto a rigorosi controlli veterinari e lavorato nel caseificio dell'azienda della famiglia Němec. I prodotti ora vengono venduti direttamente attraverso un furgone delle consegne, che serve ogni settimana circa 15.000 clienti nelle 1.700 stazioni. Ognuno opera su metà delle zone di vendita. Fin dall'inizio il successo è stato notevole, ed c'erano spesso lunghecode di clienti. L'interesse è poi sceso un pochino, ma le ven-

dite assicurano un buon reddito.

Da parte di alcuni consumatori si è sviluppata nel tempo la richiesta di poter comprare altri prodotti aziendali. Questo interesse dei consumatori ha rappresentato un incentivo per ampliare l'assortimento dei prodotti offerti dal servizio di consegne, fino a portare nel 2016 all'avvio di un'attività di vendita on-line. Oggi, sono circa 22 i partner che vendono i loro prodotti attraverso il servizio di consegna (in base alla stagione), compresi agricoltori, panetterie, vinerie e piccoli birrifici a gestione familiare. Tutti i partner si trovano in Repubblica Ceca e sono orientati ad un metodo di aderente agli standard di alta qualità legati al benessere degli animali. Tutti i prodotti hanno origine tracciabile e un transito il più breve possibile. C'è una grande differenza tra gli allevatori coinvolti in questo progetto e quelli che rivendono soltanto il prodotto di altri agricoltori da aziende piccole o private.

La distribuzione viene operata attraverso 16 persone, con Tomáš Němec, il figlio dell'allevatore fondatore dell'azienda, come direttore gestionale. Operano in un raggio di circa 100 km attorno a Praga. Il negozio on-line, tutti i furgoncini per le consegne sono gestiti da Němec Jr., insieme a un impiegato amministrativo. La nuova mandria di mucche da latte e i furgoni sono investimenti comuni di entrambe gli agricoltori. Tutti i prodotti sono fatti di solo latte di Mucche di razza Jersey, con un contenuto del 4,5% di grassi.

NÁKUP Z FARMY

MLÉČNÉ VÝROBKY MASO A UZENINY OVOCE A ZELENINA OSTATNÍ PRO ZVÍŘATA

Vaše adresa: Pro nákup je potřeba zvolit adresu a způsob doručení.

Vybrat způsob dopravy

První e-shop s farmářskými potravinami, které v supermarketu nekoupíte

Čerstvé potraviny bez éček on line!

Unikátní služba soukromých farmářů a zpracovatelů
Potraviny s rodokmenem přímo z farem
Přímý prodej a e-shop bez překupníků

Jak to funguje? O projektu!

Consigli/Raccomandazioni

“ All’inizio abbiamo commesso un errore nello scegliere il nostro provider per il sito del negozio on-line che ha determinato un grande ritardo nel lancio del progetto.

Io inizierei con un assortimento maggiore sin dall’inizio, non soltanto con 3 prodotti: latte, formaggi e yogurt.

Raccomanderei di firmare un contratto all’inizio della cooperazione anche se conoscete molto bene il vostro partner commerciale e avete delle positive esperienze pregresse. Alcuni punti possono essere modificati più tardi con l’approvazione da entrambe le parti. È il miglior modo per proteggersi da perdite finanziarie e un avvocato qualificato deve stilare il contratto. I nostri progetti minori nati precedentemente, basati su un contratto verbale, non sono andati a

buon fine, anche se stipulati con membri della nostra famiglia estesa. Abbiamo avuto una brutta esperienza con i grandi supermercati perché prezzi dettati non erano applicabili.

Tutti gli allevatori hanno unito i loro sforzi per fornire prodotti di qualità. Essi sono liberi dai grandi costi di intermediazione che andavano ai distributori esterni ed alle aziende alimentari internazionali. Mantengono il pieno controllo dei loro prodotti, ma debbono porre particolare attenzione all'organizzazione dei documenti ed alle relazioni, svolgendo un'attività che non consente loro di essere agricoltori a tempo pieno. Le attività svolte non prevedono sussidi dell'Unione Europea, in quanto le misure dell'Unione Europea sono indirizzate al sostegno di questo tipo di commercio agricolo. Al momento, gli investimenti chiave sono orientati verso la creazione di un parco auto aziendali e verso la tecnologia nel settore caseario. La loro cooperazione sul lavoro è soddisfacente, ha sviluppato consapevolezza verso la qualità del , desiderio di fare le cose per bene, ed è positiva per le aziende agricole. Lo scopo è quello di migliorare continuamente la qualità della loro cooperazione per assicurarsi che i risultati vengano apprezzati dai consumatori. ”

Domande

- Pensate che l'uso di un servizio di consegna gestito direttamente dagli allevatori potrebbe essere una opzione per aumentare il profitto dell'operazione? L'uso di canali di distribuzione innovativi potrebbe essere applicabile al vostro contesto? Se sì, quali sarebbero le sfide maggiori?
- Differenziare le attività potrebbe essere una soluzione per superare la crisi? Prevedete una differenziazione del business per scongiurare possibili crisi? Riflettete sulle possibilità di differenziazione del business nel vostro contesto



Parole chiave

Parole chiave sulla cooperazione

Gruppi di acquisto/Paniere di prodotti
Vendita diretta/Filiera corta
Marketing/vendita
Vendita on line
Gruppi di produttori

Parole chiave sull'azienda

Azienda lattiera
Trattamento

Partner



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



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



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromeho Zemedelstvi
Ceske Republiky (Repubblica Ceca)
www.asz.cz



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



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



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



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



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

Social Media



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330

www.cofarm-erasmus.eu



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Pagina web del progetto



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Progetto N°: 2016-1-IE01-KA202-016870