

# COFARM



ŠTUDIJE PRIMEROV: Ekomeso

# Uvod

V Sloveniji se po podatkih statističnega urada povečuje tako število kmetij kot tudi površin vključenih v ekološko pridelavo. Zaradi naravnih razmer je tudi v ekološkem kmetijstvu najpomembnejša panoga govedoreja s prirajo mesa. Z ekološko prirajo govejega mesa se ukvarjata tudi kmetiji Kosec in Zadravec, ki se nahajata na severovzhodu Slovenije na območju Prlekije. Zaradi neurejenih razmer na področju prodaje ekološkega goveda in ekološkega govejega mesa je kmetija Kosec leta 2009 pričela z direktno prodaja ekološke govedine. Pri promociji in trženju mlade ekološke govedine se je povezala z ekološko kmetijo Zadravec, ki je poleg ekološke kmetije Kosec edina večja živinorejska ekološka živinorejska kmetija v tem delu Slovenije.

## Osnovni podatki



Mali Brebrovnik 58, 2259 Ivanjkovci, Miklavž pri Ormožu 51, 2275 Miklavž pri Ormožu

Ime Ekomeso

Leto ustanovitve 2009

Vrsta sodelovanja Skupina proizvajalcev

Število kmetov/lastnikov/podjetnikov/vključenih kmetij ali podjetij 2

Internetne povezave <http://ekomeso.si/>



# Podatki o kmetijah

Zemljišča kmetij      okrog 70 ha

## Opis kmetij

Skupna značilnost obeh kmetij je, da ju vodita za slovenske razmere relativno mlada gospodarja. To se odraža tudi pri razvoju kmetij, ki sta v zadnjem desetletju doživeli veliko sprememb. Od preusmeritve proizvodnje, pridobitve ekoloških certifikatov, investiranja, posodobitev, spremembe tehnologije obdelave tal, uvedbe paše do novih programov, uvedbe blagovne znamke za seneno meso in skupnega trženja in promocije izdelkov. Glavna dejavnost kmetij je prirreja in prodaja ekološkega govejega mesa vendar se ukvarjata ali pa razvijata tudi druge dejavnosti kot turizem in pridelovanje ekoloških žit.



# Podatki o poteku sodelovanja

## Nevarnosti/ Izzivi

Posebnost partnerskega sodelovanja kmetij je skupna prodaja in promocija ekološkega govejega mesa. Rejca sta ugotovila, da klasična prodaja živih živali za klanje ne bo prinesla ekonomskih učinkov in da takšen poslovni model ne zagotavlja razvoja kmetij.

Ugotovila sta da bosta z neposredno prodajo končnim uporabnikom dosegla boljšo ceno za svoje kakovostne proizvode.

Tak način prodaje zahteva stalnost ponudbe in oskrbe kupcev, za kar je potrebno zagotoviti ustrezen stalež živali in količinsko in kakovostno tako oblikovan produkt, ki ustreza potrebam končnih uporabnikov. Prav tako zahteva veliko komunikacije, usklajevanja, priprav in dobro logistiko saj je prednost njihove ponudbe v svežini in okusnosti izdelkov.

Svojo konkurenčno prednost nameravata kmetiji v bodoče vzdrževali z močno blagovno znamko, kvalitetno embalažo in novimi oblikami pakiranja (npr. vakuumsko pakiranje svežega mesa). Vedno bolj tudi spoznavata segment kupcev,

ki posegajo po njihovih izdelkih, spoznavata njihove potrebe, nakupovalne navade, prodajne kanale po katerih jih lahko dosežeta in se jim s svojo ponudbo skušata čim bolj približati.

Prihodki od prodaje iz leta v leto rastejo in z rastjo prihajajo vedno novi izzivi s katerimi se je potrebno soočiti. Za stik s kupci se udeležujeta raznih prireditvev in vzdržujeta spletno stran, preko katere je možno naročiti njune izdelke. Pomemben segment kupcev vidita v šolah in drugih javnih zavodih.

Obe kmetiji imata vizijo razvoja za desetletje naprej. Pri tem sodelujeta z vsemi relevantnimi deležniki, ki sooblikujejo kmetijsko politiko ter znanstvenimi, izobraževalnimi in strokovnimi institucijami. Premišljeno izkoriščata sredstva iz ukrepov Programa razvoja podeželja.

Sta primer kmetij, ki sta se iz klasičnih proizvodno usmerjenih kmetij preoblikovali v sodobni podjetniški kmetiji.

### Usposabljanja in veščine

Partnerja ocenjujeta, da sta večino svojega znanja pridobila iz osebnih izkušenj. Pomembno je komunicirati s široko mrežo kmetijskih strokovnjakov, institucij in strank. Kmeta doživljata izobraževalne pobude, kot so predavanja, delavnice in seminarji kot zastarele. Spletne strani se zdijo bolj uporaben vir informacij v zvezi z razvojnimi trendi na področju kmetijstva in ustrezno komunikacijsko orodje. Treba ga je bolje izkoristiti za prenos znanja. Brskanje po spletu zahteva tudi veliko časa, zato morajo biti na voljo orodja, ki bi bila prilagojena potrebam posameznikom ali majhnim skupinam. Zanimale bi jih vsebine o trendih prodaje in porabe govejega mesa, vedenju kupcev in potrošnikov, spremembah v prodajnih kanalih za prodajo mesa, prireditvah, kjer pridejo v neposredni stik s potrošniki, in neposrednem trženju.

## Nesveti/Priporočila

“ Potrebno se je vprašati kaj te veseli in kakšne so konkurenčne prednosti tvoje kmetije.

Verjeti moraš v to kar delaš in delati moraš z veseljem.

Imeti moraš vizijo in cilje a tudi operativne načrte kako to uresničit.

Ne znaš vsega sam, zato je potrebno poslušati tudi druge in sodelovati s pravimi strokovnjaki. ”

## Trditve/Vprašanja

- Ali menite, da lahko kmetje uspešno sodelujejo, tudi če se ne vključijo v formalne strukture, kot so zadruga, družbe, podjetja?
- Ali bi bilo treba izobraževanja kmetov bolje prilagoditi osebnim potrebam posameznikov in majhnih skupin?
- Ali bi uporabljali spletne tečaje, ki se nanašajo na neposredno prodajo kmetijskih proizvodov?



## Ključne besede

### Ključne besede o sodelovanju

Trženje/prodaja  
Predelava  
Skupina proizvajalcev

### Ključne besede o kmetiji

Govedo  
Žita  
Direktna prodaja/kratke dobavne verige  
Živina  
Ekološko/integralno/cerificirano kmetovanje  
Turizem in rekreacija  
Mladi kmet(je)

## Partnerji



Limerick Institute of Technology:  
(Irska)  
[www.lit.ie/rdi](http://www.lit.ie/rdi)



Hof und Leben GmbH  
(Nemčija)  
[www.hofundleben.de](http://www.hofundleben.de)



Asociace  
soukromého  
zemědělství ČR

Asociace Soukromého Zemedelstvi  
Ceske Republiky (Češka republika)  
[www.asz.cz](http://www.asz.cz)



On Projects Advising SL  
(Španija)  
[www.onprojects.es](http://www.onprojects.es)



Union de Agricultores y Ganaderos-  
Jovenes Agricultores de Jaén (Španija)  
[www.coagjaen.es](http://www.coagjaen.es)



Biotehniški Center Naklo  
(Slovenija)  
[www.bc-naklo.si](http://www.bc-naklo.si)



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana  
(Italija)  
[www.ciatoscana.eu](http://www.ciatoscana.eu)



European Landowners' Organisation  
(Belgija)  
[www.europeanlandowners.org](http://www.europeanlandowners.org)

## Socialni mediji



/CoFarm  
[www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330](http://www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330)

[www.cofarm-erasmus.eu](http://www.cofarm-erasmus.eu)



/COFARM\_ERASMUS  
[www.twitter.com/COFARM\\_ERASMUS](http://www.twitter.com/COFARM_ERASMUS)

## Spletna stran projekta



Sofinancira program  
Evropske unije  
Erasmus+

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.  
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs  
Št.Projekta: 2016-1-IE01-KA202-016870