

WP7

Üzleti és jogi javaslatok

Előadja: Nagy Viktória,
Kislépték



2020. Szeptember 22.
Zalaszentlászló



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

Célkitűzések:

Számos olyan eszköz, illetve üzleti és szakpolitikai ajánlás létrehozása, ami segíti az innovatív megoldások rövid élelmiszerellátási láncokban történő alkalmazását:

- (1) A versenyképesség és a fenntarthatóság fejlesztése**
- (2) Új üzleti lehetőségek teremtése**
- (3) Az érintettek közötti együttműködés elősegítése**

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

➤ Eredmények:

- 1. Az európai rövid élelmiszer-ellátási lánc jellemzői**
- 2. Sikertörténetek gyűjteménye (N=12; D7.1)**
- 3. Referencia modellek kidolgozása (még nem készült el)**



WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

1. Az európai rövid élelmiszer-ellátási lánc jellemzői

2. A. Fő partnerek Egyesületek – 27%, Felvásárlók – 24% és Beszállítók – 18%

Erős kapcsolat: egyéb gazdálkodók & társadalmi kezdeményezések & hatóságok

Problémák a kommunikáció kapcsán

- Bizalmon alapú kapcsolat – 27%
- Alacsony érdekérvényesítő képesség és alacsony árak – 24%
- Bürokrácia, adminisztrációs kötelezettségek – 24%

Az esettanulmányok **28%-nál**
nem azonosítottak
problémákat

71%-uk több, mint 3 kommunikációs eszközt
használ.

B. Piac

70% Városi, 30% Vidéki

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

1. Az európai rövid élelmiszer-ellátási lánc jellemzői

C. A termékek

- **54%** biotermékek
- **32%** kizárólag biotermékeket árusít
- **45%-uk** nem tudta megállapítani, hogy mennyi bioterméket árusít

D. Pénzügyek

Forgalom 100 ezer és 500 ezer között
Haszon 10k és 50k megközelítőleg
(1/2 LFSC)

73% pénzügyi támogatás (52% **nemzeti támogatásból**)
77% adócsökkentés nélkül
7 alkalmazott

Termékek

1st Nyers zöldségek – **24,4%**
2nd Nyers gyümölcsök – **20,0%**
3rd Feldolgozott állati termékek – **15,6%**
4th Feldolgozott gyümölcs – **13,3%**
5th Nyers állati termékek – **11,1%**

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

1. Az európai rövid élelmiszer-ellátási lánc jellemzői

E. Költségmegoszlás

Költséghatékonyság a gyártás során:

1. választás **8 esettanulmány**nál
2. választás **2 esettanulmány**nál

- | | % éves költségek |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Alapanyagok | – 36,9% |
| 2. Munkaerő | – 17,1% |
| 3. Épületek, felszerelés, gépek | – 9,5% |
| 4. Működési költségek | – 4,9% |
| 5. Adók | – 4,8% |
| 6. Marketing | – 3,2% (esetek 50%-a) |
| 7. Biztosítás | – 1,3% |
| 8. K+F+I | – 0,95% (esetek 9%-a) |
| 9. Védjegy | – 0,14% (esetek 27%-a) |
| 10. IP | – 0% |

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

2. Sikertörténetek gyűjteménye

A. 18 esettanulmányból álló gyűjtemény - innovatív megoldások

Innovációk száma: 21

Osztályozás: technológiai, társadalmi és környezeti

Ország: Spanyolország 5, Németország 4, Görögország 4 és Hollandia 8

Sikertörténet	Ország	Elsődleges innováció		Az innováció leírása
Fundacion Lantegi Batuak	Spanyolország	Társadalmi	Foglalkoztatás	Fogyatékkal élők foglalkoztatása a régió termelői feladataiban. A fogyatékkal élők számára nehéz a munkakeresés, így a cég hozzájárul ahhoz, hogy munkát találjanak.

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

2. Sikertörténetek gyűjteménye

B. Az innovációk elemzése

- ✓ Egyéni elemzés (12) azon kulcsfontosságú tényezők meghatározásához, amelyek a sikeres alkalmazáshoz járulnak hozzá, és ezek kontextusba helyezése
- ✓ 4 algoritmus, 4 index, piktogramok (1-6)

Index	Explanation	Categories related	Scale	Icon
Innovation degree	How novel is it, from a general perspective.	Geographical degree of innovation Technological degree of innovation	1-6	
Profitability	How profitable is it, the cost-gain relation	Estimated cost Increased product economic value	1-6	

Index	Explanation	Categories related	Scale	Icon
Use	Utility for the case study.	What does it improve? Where is applied? In which type of products is applied? Does it give a competitive advantage over competitors? Is it a marketing claim? Is applied in organic production?	1-6	
Potential	Potential utility for practitioners and stakeholders of the SFSCs	What does it improve? Where can be applied? In which type of products can be applied? Can be a competitive advantage over competitors? Can be a marketing claim? Can be applied in organic production?	1-6	

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

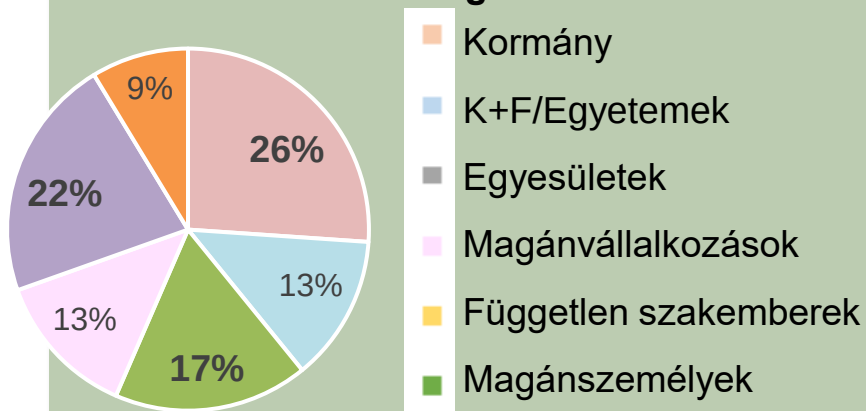
2. Sikertörténetek gyűjteménye (D7.1, benyújtva)

B. Az innovációk elemzése

✓ Az érdekelt felek szerepe (n=23)

A szerepek 4 típusa

6 Kategória



	Támogatás	Strukturális	Technikai támogatás	Disszemináció
Kormány	83%	17%	-	-
K+F / Egyetemek	-	-	100%	-
Egyesületek	-	60%	20%	20%
Magánvállalkozások	34%	33%	-	33%
Független szakemberek	-	80%	20%	-
Magánszemélyek	-	100%	-	-

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

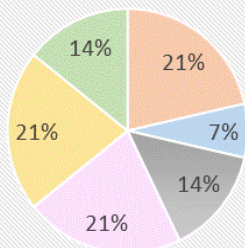
2. Sikertörténetek gyűjteménye(D7.1)

B. Az innovációk elemzése

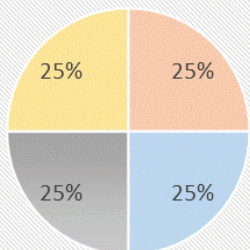
- ✓ Az érdekelt felek hozzájárulása az innovációs kategóriához

Innov. típusa	Társ.	Tech.	Körny.	
Érdekeltek száma	0	-	-	50%
	1	-	-	50%
	2	25%	100%	-
	3	25%	-	-
	4	25%	-	-
	5	-	-	-
	6	25%	-	-

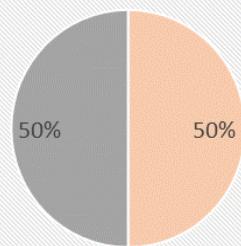
Társadalmi innováció



Technológiai innováció



Környezeti innováció



■ Kormány

■ K+F / Egyetemek

■ Egyesületek

■ Magánvállalkozások

■ Független szakemberek

■ Magánszemélyek

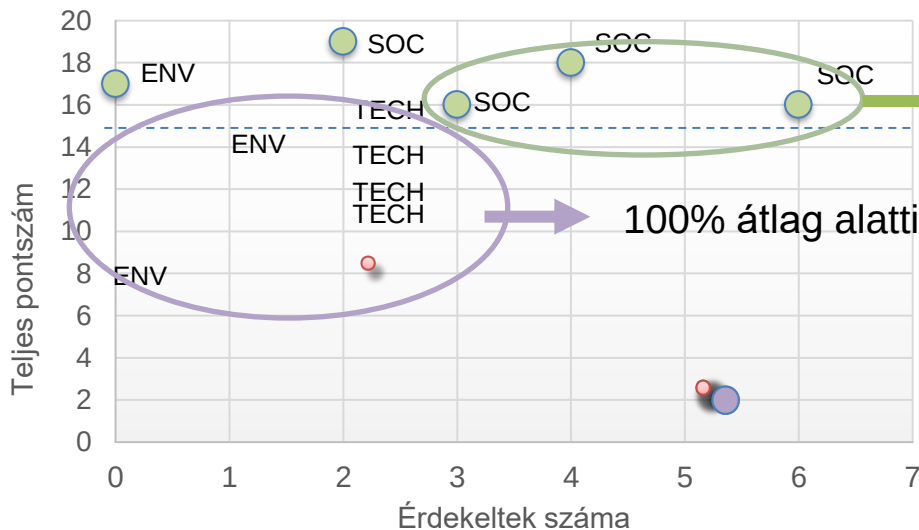
- ✓ 42% (2 érdekelt)
- ✓ 25% (> 2)
- ✓ 17% (1)
- ✓ 17% (0)

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

2. Sikertörténetek gyűjteménye (D7.1)

B. Az innovációk elemzése

- ✓ A sikeres esetekben bevont érdekeltek száma vs. pontozás



60% átlag feletti > 2 érdekelt.

100% átlag alatti ≤ 2 érdekelt.

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

2. Sikertörténetek gyűjteménye – Konklúzió

- Az **érdekeltek** bevonása elengedhetetlen (az **együttműködés** kulcsfontosságú)
- A **versenyelőny** a versenytársakkal szemben magas (92% egyetért, de különbözőképpen értelmezi)
- 12-ből 8 (62%) innováció magába foglal marketing igényeket
- 12-ből 10 (84%) innováció alacsony vagy közepesen magas (<10,000 €) várható **megvalósítási** költségekkel számol
- Az innovációk 33%-a **radikális** (új termék/új feldolgozási forma/új szolgáltatás) és 67%-a pedig járulékos (a meglévő termék/feldolgozási forma/szolgáltatás) javítása
- Míg az innovációk 100%-a alkalmazható lenne **ökológiai termelésben**, csak 75%-ukat használják erre a célra

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

3. Referencia modell kidolgozása

A. Üzleti modell készítése 18 eset számára (Canvas Model)

- ✓ PWP minta készítése az üzleti modellek számára (a CANVASra alapozva)
- ✓ A minta kitöltése a kitöltött kérdőívek alapján



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

WP7 – Üzleti és jogi javaslatok

3. Referencia modell kidolgozása

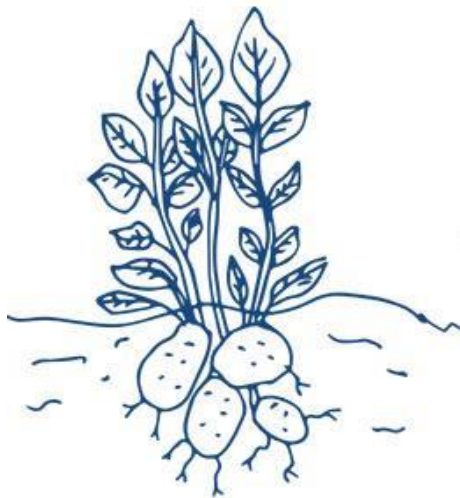
B. Maximum 10 modell definiálása

	Általános jellemzők	Sikertörténetek
 1. Termelői társulások	- Közös termelés, disztribúció és eladás - Közös márka és értékek	- Couleurs Paysannes (FR) - BioFruits (CH) - La Trufa de Alava S. Coop (ES) - Alce Nero (IT) - AGPFGA (FR) - ASS. of companies for processing of fruit and vegetables (RS)
 2. Önálló termelők	- Önálló termelés/feldolgozás, disztribúció és eladás - Önálló márka és értékek	- POLO doo ČAČAK (RS) - Vleesch & Co (NL) - Chevrement bon (CH) - Lantegi Batuak (ES)
 3. Közösség által támogatott mezőgazdaság	- Közös termelés, betakarítás és fogyasztás - A profitot a közösség céljaira fordítják	- Solidarische Landwirtschaft (DE) - Gaia (GR) - Arvaia (IT)
 4. Online és offline piac	- Marketing/promóció, disztribúció és eladás piacon keresztül - Támogató funkció, hogy segítse a helyi termelők eladásait	- Local2Local (NL) - FoodHub (HU) - Allotropen (GR)
 5. A helyben történő értékesítés promóciója (a gazdálkodónál)	- A helyi élelmiszer előállítók és termelők termékeinek promóciója - Támogató funkció, hogy segítse a helyi termelők eladásait	- Zala Valley Open Farms (HU) - Einkaufen auf dem Bauernhof (DE)

Melléklet



FoodHub



Fő Partnerek

Típus / megnevezés és darabszám	
Termékek	-
Csomagolás	-
Disztribúció	-
Címke	-
Egyéb	3
Nemzeti Agrárgazdasági Kamara és Fogyasztóvédelmi Hatóság, helyi önkormányzat	

*31 gazdálkodó, 22 étterem, kb. 450 család (városi termelői piacok, online vásárlás és kiskereskedők)



Fő tevékenységek



Összegyűjtés, feldolgozás, csomagolás, címkézés, marketing és eladás – helyi gazdálkodók termékeit

- Online piacfelület
- Heti rendszerességgel piac
- Konzultáció, beszélgetések
- Fórumok és közösségi események szervezése

Fő Erőforrások

emberi
1-3 alkalmazott

structural
Shop to sell products



Value proposition

„Helyi terméket minden asztalra”

A FoodHub friss, organikus, mezőgazdasági eredetű termékeket kínál, és azokat a budapesti lakosság számára elérhetővé

Annak érdekében, hogy szélesítsék a termékek skáláját a FoodHub stratégiai megállapodást kötött a Supp.li-val – ez egy digitális B2B HoReCa platform megbízható vevőknek és eladóknak

Termelői piac éttermeknek.

Fogyasztói kapcsolatok



- Közvetlen kapcsolat a fogyasztókkal
- Bizalomépítés a kiváló minőségű és jó ízű termékek biztosításával

Csatornák



Értékesítés
Éttermek: 60%

Disztribúció

Marketing

- Közösségi média
- Hírlevél
- Események



Ügyfelek jellemzői

- Ki
- Budapest és az agglomeráció
- 100% városi
- Főleg nő
- 28-48 év közötti
- Gyermekes családok, akik jó ízű és kiváló minőségű ételt szeretnének fogyasztani egészségük érdekében

Miért

- Jó íz
- Különleges fajták

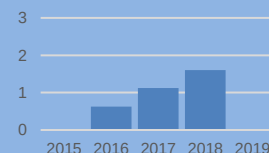
Költségmegoszlás

Fő költségek	% összes költség
Anyagi	83%
Munkaerő	8%
Működési	5%

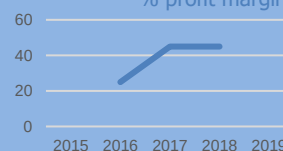


Bevételi források

Revenue in Euro 100K



% profit margin



Revenue streams

B2C



NYITOTT PORTÁK – ZALA-VÖLGYE



Fő Partnerek

Típus / megnevezés és darabszám	
Termékek	-
Csomagolás	-
Disztribúció	-
Címke	-
Egyéb	1
• Nemzeti Agrárgazdasági Kamara	



Fő tevékenységek



Szervezés, marketing, közösség, fejlesztés, tanácsadás a termelőknek

- Közös marketing megjelenés
- Internet és közösségi média felület – okostelefonra applikáció
- Rendezvények
- Minőségbiztosítási rendszer

Fő Erőforrások

emberi
4 alkalmazott

structural

- A Nyitott Porták 22 alapítója: 15 gazdálkodó, 3 agroturisztikai szolgáltató, 2 helyi termék előállító, 2 kézműves



Value proposition

A Nyitott Porták –Zala-Völgye magas hozzáadott értékű élelmiszer-ipari termékek előállítói hálózata. A tagok megnyitják gazdaságukat és élelmiszer-feldolgozó részlegüket az érdeklődők előtt, hogy megismerhessék és láthassák a gazdaságok működését.

Így a vásárlók közelről megismerhetik hogyan és hol állítják elő az általuk fogyasztott helyi termékeket.

A Nyitott Porták – Zala-Völgye tagjait a Helyi Akciócsoport koordinálja.

Fogyasztói kapcsolatok



- Közvetlen kapcsolat a fogyasztókkal
- Rendszeres hírlevelek, mobil applikációs push üzenetek, Facebook
- Build trust by enhancing experience provided to the consumer

Csatornák

Értékesítés

Disztribúció

Termelő > fogyasztó

Marketing

1. Facebook
2. Weboldal
3. Mobil applikáció - Android



Ügyfelek jellemzői

Ki

- Zala megye északkeleti része
- 80% városi – 20% falusi

Miért?

- Kiváló minőség, jó érték, megbízható termékek
- Közvetlen kapcsolat a termelővel
- Helyi termékek iránti elkötelezettség



Költség megoszlás

Fő költségek	% összes költség
-	-
-	-
-	-



Bevételi források

