

WP7

Business Aanbevelingen

Marieke Laméris (NBC)
Katia De Luca (LCP)
Eduardo Puértolas (AZTI)

Deelnemers:

AZTI (WP leider), UHOH, LCP,
CONF, NBC, ACTIA, CBHU, KIS,
UOB, CIT, GGIR, IFA, FDE, EUC,
COPA, EUFIC, AMP



30/06/21



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: Inhoud en Doelstellingen



Hoe zien succesvolle innovaties in SFSC er uit?



Hoe zien SFSC bedrijven eruit?



Aanbevelingen voor versterken business performance



Aanbevelingen voor innovaties



Beleidsadviezen

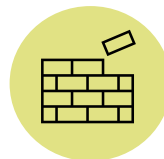




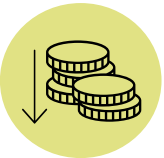
Hoe zien succesvolle innovaties in SFSC er uit?



Tenminste 2 stakeholders betrokken



Huidige producten verbeteren ipv
nieuwe producten lanceren



Veel “kleine investeringen
” (<10,000 €)



Betrokkenheid consument vergroten



Niet gebruikt worden door andere
bedrijven in dezelfde regio en sector



Marketing claim (product label,
website)

**gebaseerd op de analyse van 12 succesvolle innovaties.*



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

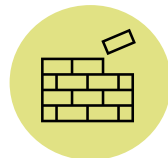
The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785



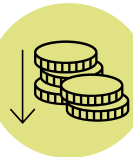
Aanbevelingen voor innovatie



Werk samen met anderen



Geef prioriteit aan innovaties die waarde toevoegen aan uw producten en diensten



“Lage kosten” innovaties kunnen het verschil maken



Denk vanuit de consument



Kijk naar succesvolle innovaties in andere, soortgelijke regio's, landen, sectoren.



Maak gebruik van innovatieve marketing technieken





Hoe zien SFSC bedrijven eruit?



Kleine-middel grote
bedrijven
(< 10 M€; < 50 pax)



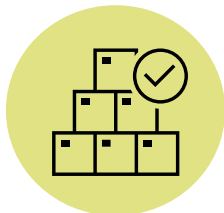
Deel resources met andere
boeren en producenten
(76 % van het totaal)



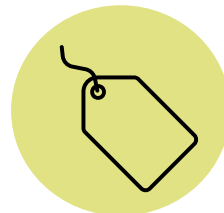
Verkoop op provinciaal-regionaal
niveau
(1,000-10,000 km²)



Vooraf klanten uit de stad
(70 % van het totaal)



Gemiddeld > 4 verkoop kanalen
(mn speciaalzaken,, eigen winkels, thuis bezorging via telefon,
e-mail en online shops, lokale markten en restaurants)



Gebruik kwaliteits labels
(64 % van het totaal)



Bepaalde investering in
marketing and innovatie



- 2. Individual producers – final version**

Key Partners	Key Activities	Value proposition	Customer relationships	Customer segments
Typically, individual producers use all resources and perform all activities by themselves Individualization of product and/or service Can initiate / facilitate in case of employing underpaid people	Customer and selling fresh products produced on specific, local basis or heritage - Individual production/processing, distribution and sales - Education - Employing underpaid/over- or underpaid people Can initiate / facilitate in case of employing underpaid people	Individual products and small group of people eat, controls and controls the quality Producers sell out because of specific know-how, that have often been in the family/company for a long time Customer products in the rich and poor countries, the company or friends A place to learn about food A place to sell with or learn to produce and/or sell for underpaid people	Individual customers - Establishment located in tourist area - Online customers (selling products to the specific needs) - Customers' heritage (New) Customers can become customers of the company Channels - Sold online or face-to-face - Online or face-to-face, website, Instagram/locally specific - Distribution - Producer + company	Many think that urban Connect with individual people doing businesses located in an small scale, "keep the money where it falls" Education and local programmes and selling (online) products and tourists

Cost structure

Relatively simple and inexpensive processing, distribution, education facilities

In case of employing underpaid people other facilities costs will be added



Referentie exploitatie model



1. Cooperatie van producenten

Karakteristieken

- **Cooperatie van producenten**
- Gezamenlijke productie, distributie en sales
- Gezamenlijke branding en communicatie

Case study voorbeelden

- **Case study 1 - Organic Fruit**
- Case study 2 - marketplace of fresh and local produce
- Case study 3 - Truffles
- Case study 4 - Organic fresh fruits and vegetables
- Case study 5 - Foie Gras
- Case study 6 - Processing of fruit & vegetables



NOS PRODUITS



NECTAR D'ABRICOTS

BIO



JUS POMMES



NECTAR WILLIAMS

Referentie exploitatieve model



2. Individuele producenten

Karakteristieken

- **Individuele producenten**
- Individuele productie, verwerking, distributie & sales
- Individuele branding en waarden

Case study examples

- Case study 7 - Vinegar and acetic acid
- **Case study 8 - Natural free-range grass-fed meat**
- Case study 9 - Goat cheese
- Case study 10 - Job opportunities



Referentie exploitatie model



3. Community supported agriculture (CSA)

Karakteristieken

- **Community supported/owned productie**
- Gezamenlijke/gedeelde productie, oogst en consumptie
- Winst tbv gemeenschappelijke doelstellingen
- Modellen: Abonnement / Shareholder/ Community

Case study voorbeelden

- **Case study 11 - CSA on a national level**
- Case study 12 - CSA on a local level
- Case study 13 - CSA on a local level



Referentie exploitatie model



4. Marktplaats Online en offline

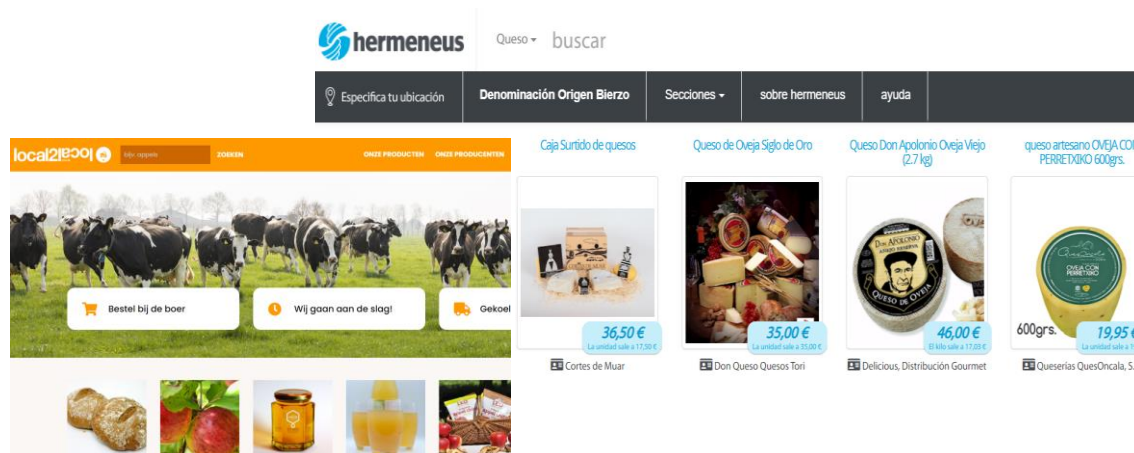


Karakteristieken

- **Online and offline marktplaats for lokaal voedsel**
- Marketing, promotie, distributie en sales via marktplaats
- Sales support functie voor boeren / producenten

Case study voorbeelden

- Case study 14 – Building SFSC chains on all levels
- **Case study 15 - Fresh, organic farm-sourced products**
- Case study 16 – Network with a social mission



Reference exploitation model



5. Promotion of on farm selling

Generic characteristics

- **Bevordering van de verkoop op boerderijen met online/offline verwijzingen naar lokale voedsel producenten**
- Marketing, promotie van lokale voedsel producenten
- Ondersteunende functie om de verkoop voor lokale boeren te stimuleren

Case study examples

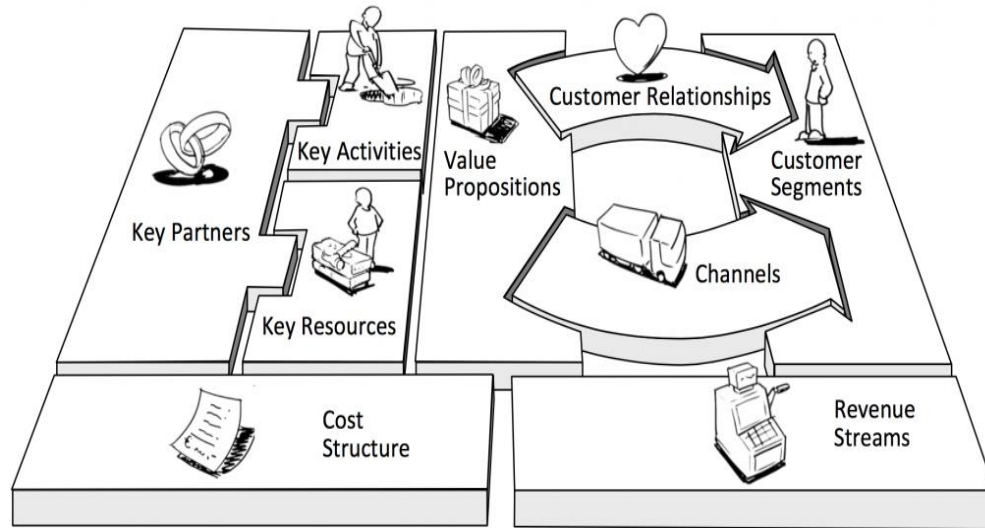
- Case study 17 – National level
- Case study 18 – Regional level





Aanbevelingen voor verbeteren van business performance

Aanbevelingen en tips zijn opgesteld op basis van Business Model CANVAS



Osterwalder & Pigneur (2010)





Aanbevelingen om business performance te verbeteren

Voorbeelden van aanbevelingen en tips voor ieder CANVAS block



Lokale netwerkiniciatieven en educatieve programma's stimuleren en managen: het delen van kennis en ervaringen, verhalen vertellen, rondleidingen en bezoeken (online en offline) zijn belangrijke manieren om consumenten te informeren, gezonde gewoonten en voeding te promoten, het erfgoed van individuele producenten en hun families, van coöperaties van producenten te delen.



Biedt praktijkgerichte en niet-praktijkgerichte opleidingsprogramma's, zowel individueel als in groepsverband, gericht op de toepassing van innovatieve oplossingen. Dit helpt boeren en professionals om hiaten in hun kennis op te lossen en hun praktijk ervaringen met elkaar te delen.



Identificeer **de waarde van de producten** in termen van kwaliteit. Geef consumenten **informatie** over **de toegevoegde waarde** van uw producten en de **sociale en milieuvordelen** ervan, en ga in op zorgen over de plaats van herkomst en de veiligheid. Breng uw waardepropositie duidelijk tot uitdrukking, zodat deze begrijpelijk is voor uw consumenten en bredere potentiële klanten. Gebruik storytelling methodieken.

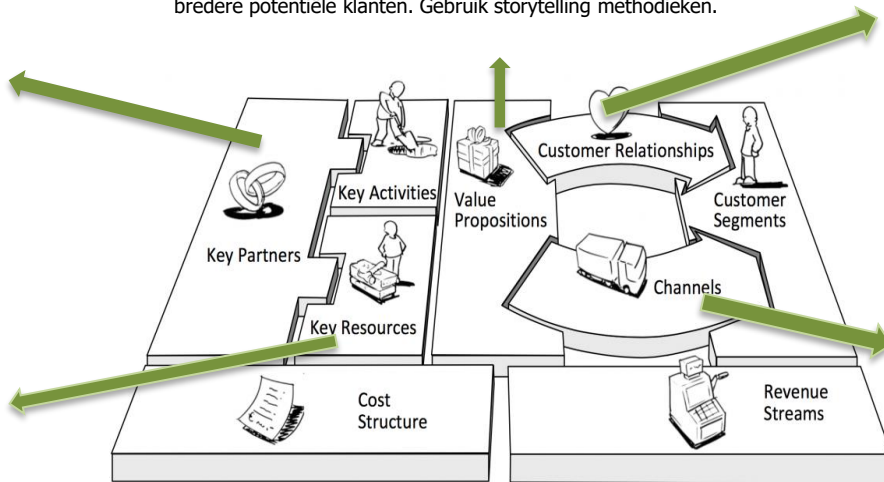


Communiceer naar klanten niet alleen over de **voedingsimpact** maar ook de **milieu-impact**, op verschillende manieren zoals: gemakkelijk te lezen informatie over CO2-uitstoot, waterverspilling, enz., **op sociale mediakanalen** of op **de verpakking van de producten**. Organiseer **promotie- en tasting-initiatieven** voor producten. Probeer **gezinnen met jongere kinderen** erbij te betrekken om het hele gezin bewust te maken van het belang van goede voeding.



Producten promoten in lokale horeca.
Verken nieuwe verkoopkanalen.

Online marktplaatsen maken het niet alleen mogelijk om online te verkopen, maar zijn ook een goed instrument om nieuwe consumenten te bereiken die geïnteresseerd zijn in lokale voedingsmiddelen.



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



Aanbevelingen om business performance te verbeteren

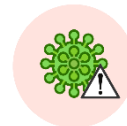
Voorbeelden van aanbevelingen en tips voor ieder referentie business model



Het organiseren van sociale activiteiten binnen een CSA is een manier om een gemeenschap te creëren. Het geeft leden de kans om elkaar en boeren te ontmoeten.



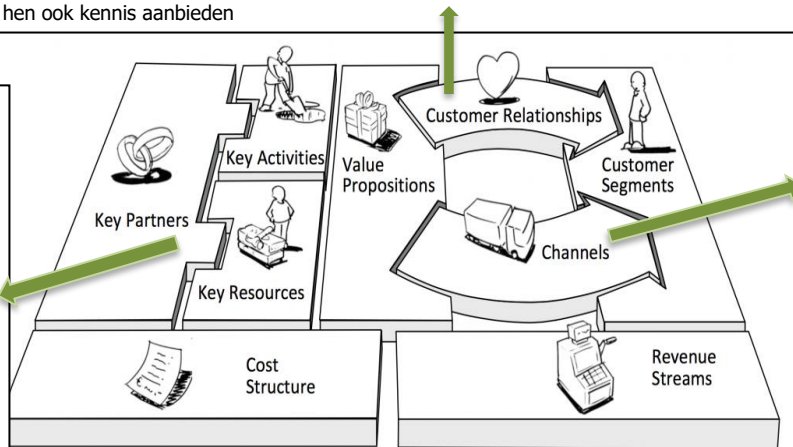
Het implementeren **van sociale innovatie-instrumenten zoals co-creatie en samenwerking** kan niet alleen de kosten verlagen, maar ook extra waarde toevoegen en zal leiden tot meer betrokkenheid: klanten betrekken als **online en offline ambassadeurs** van SFSC en hen ook kennis aanbieden



Als u **een individuele producent** bent, kunt u denken aan **samenwerking** met andere producenten of entiteiten om de **kosten te drukken**, de **kwaliteit te verbeteren** en het hoofd te bieden aan sommige **uitdagingen** waarmee u wellicht wordt geconfronteerd.



Als u een **coöperatie van producenten** bent, kunt u uw kennis en ervaring met samenwerken verdiepen door ook samen te werken **op gebieden waar u nooit aan had gedacht**.



Als gevolg van COVID_19 is het **online winkelen** het afgelopen jaar sterk toegenomen. Het is dan ook van groot belang over online verkoopkanalen te beschikken, **niet alleen voor grote producenten** en detailhandelaren, maar **ook voor kleine plaatselijke producenten**. Kies en bepaal het model van de juiste marktplaats, zorg voor de **beste thuisbezorging** (planning van de leveringen, veiligheid,, keuze hulpmiddelen)

Kies zorgvuldig uw **verpakking**: bij thuislevering is het een belangrijke vorm van communicatie en klantenzorg.

