

Millorem la promoció i venda dels Productes de la Terra!



Organitza:



Amb el suport de:



Xarxa
Productes de la Terra



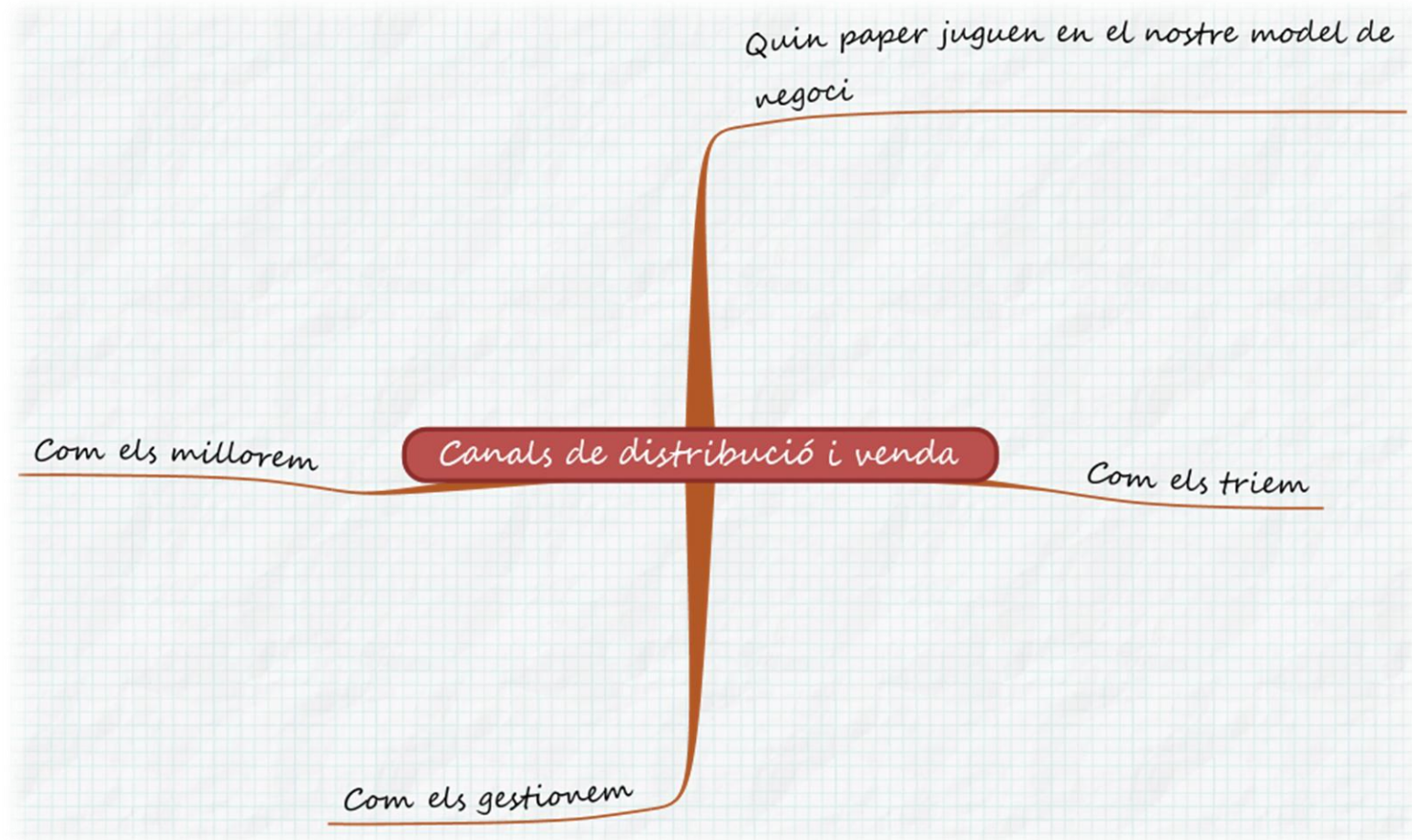
Amb la col·laboració de:

Fundació CEDRICAT
Desenvolupament econòmic rural, local i sostenible

11 de desembre de 2012



Què aprendrem avui?



Model de negoci: definició

Un model de negoci descriu les bases sobre les quals una empresa (*o qualsevol altra organització*) crea, proporciona i capta valor

Font: Osterwalder, A. I Pigneur, Y. (2011). "Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores". DEUSTO

Model de negoci: els 9 blocs

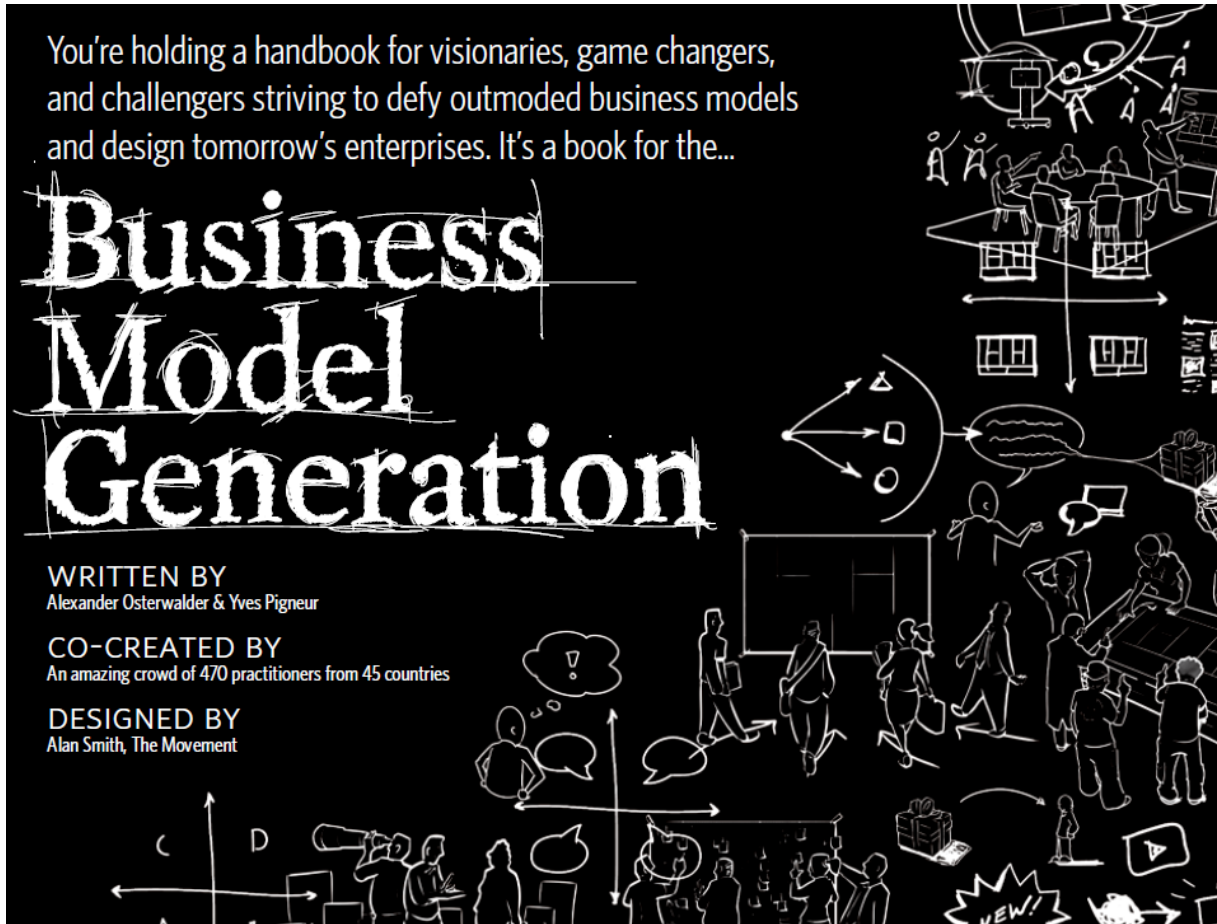
You're holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

Business Model Generation

WRITTEN BY
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

CO-CREATED BY
An amazing crowd of 470 practitioners from 45 countries

DESIGNED BY
Alan Smith, The Movement



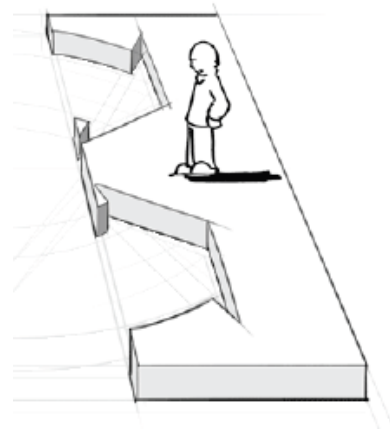
Autors:

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

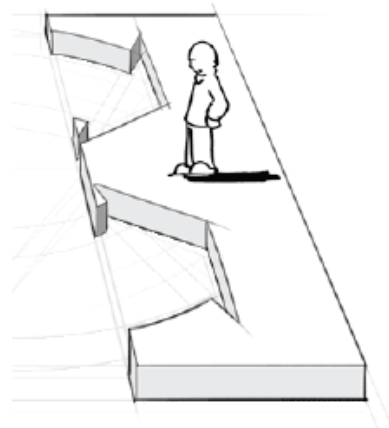
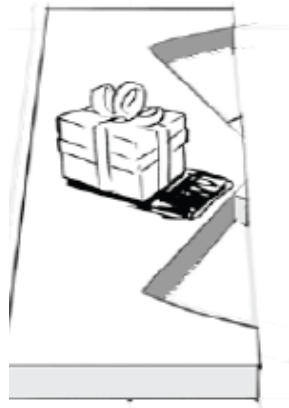
Participació:

470 col·laboradors de 45 països

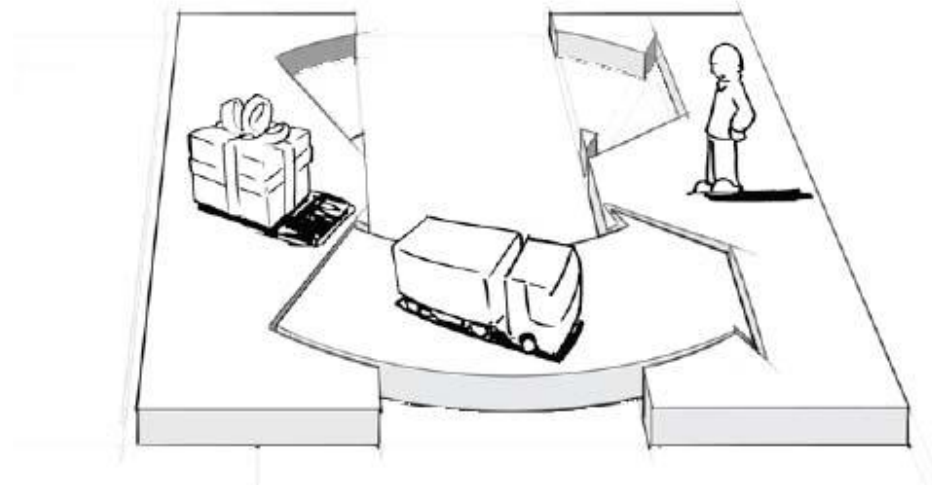
Bloc 1: els clients



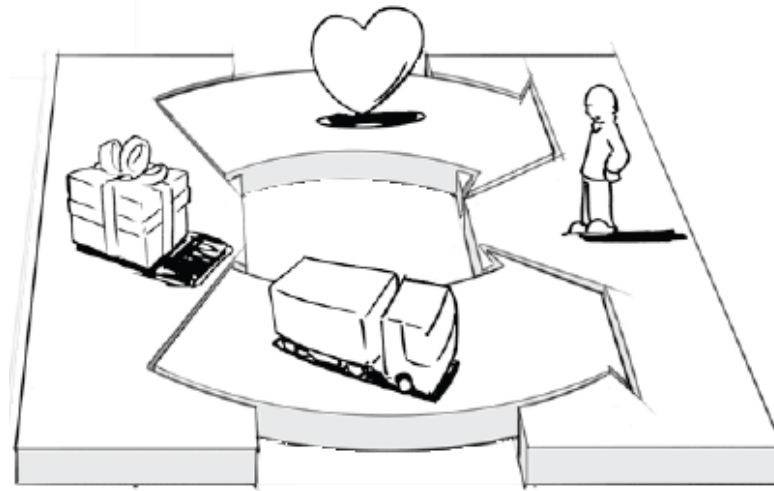
Bloc 2: la propuesta de valor



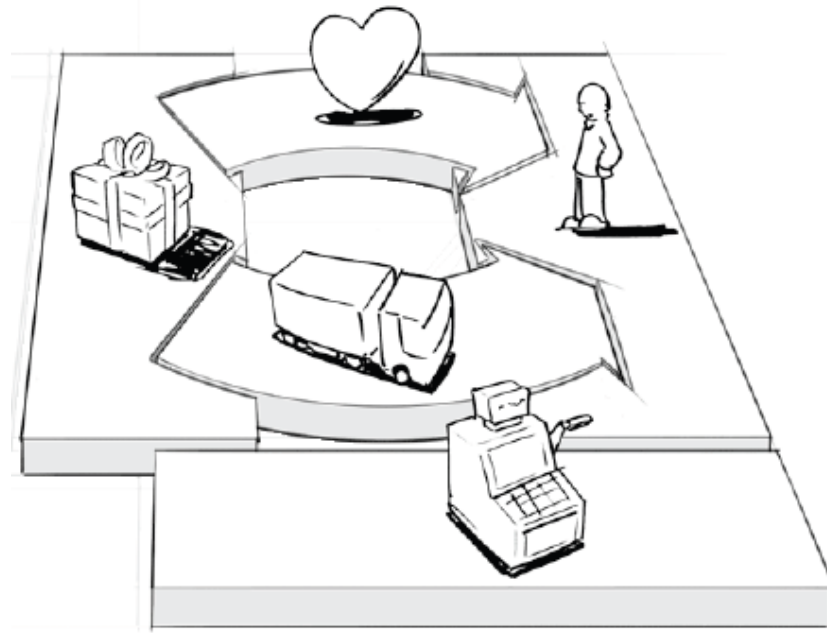
Bloc 3: els canals



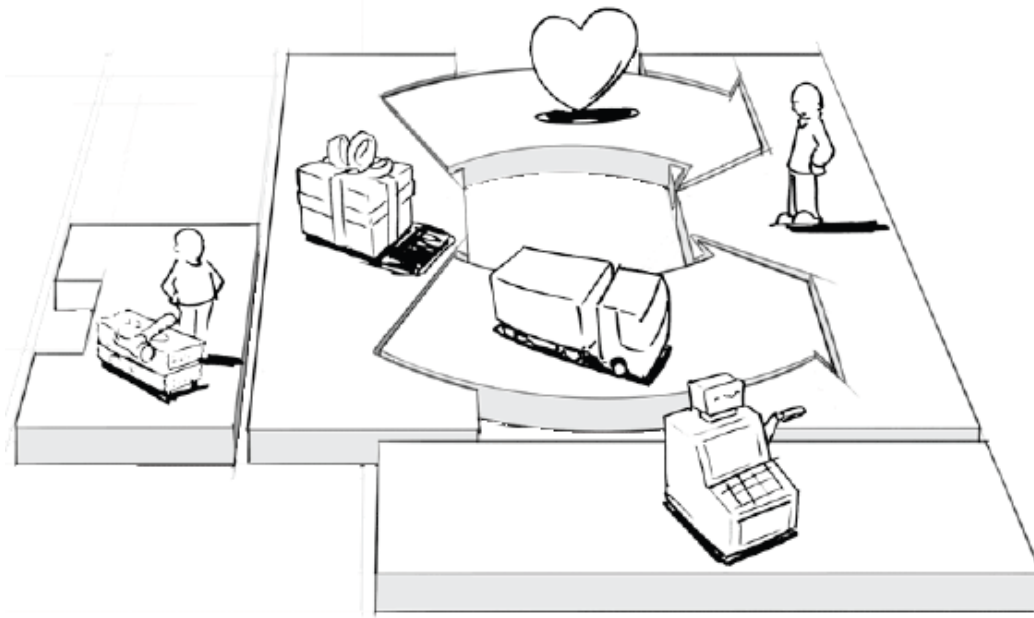
Bloc 4: les relations



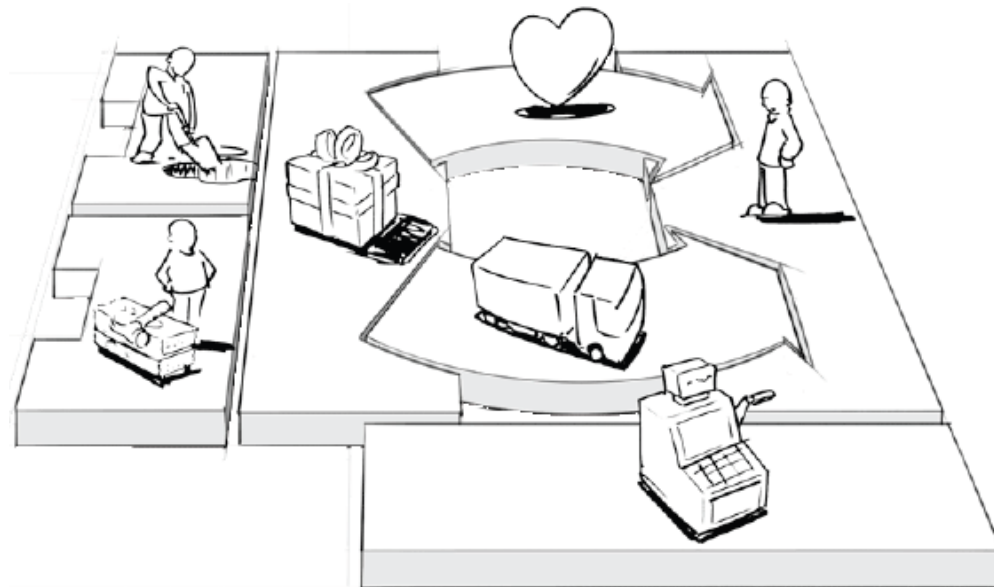
Bloc 5: els ingressos



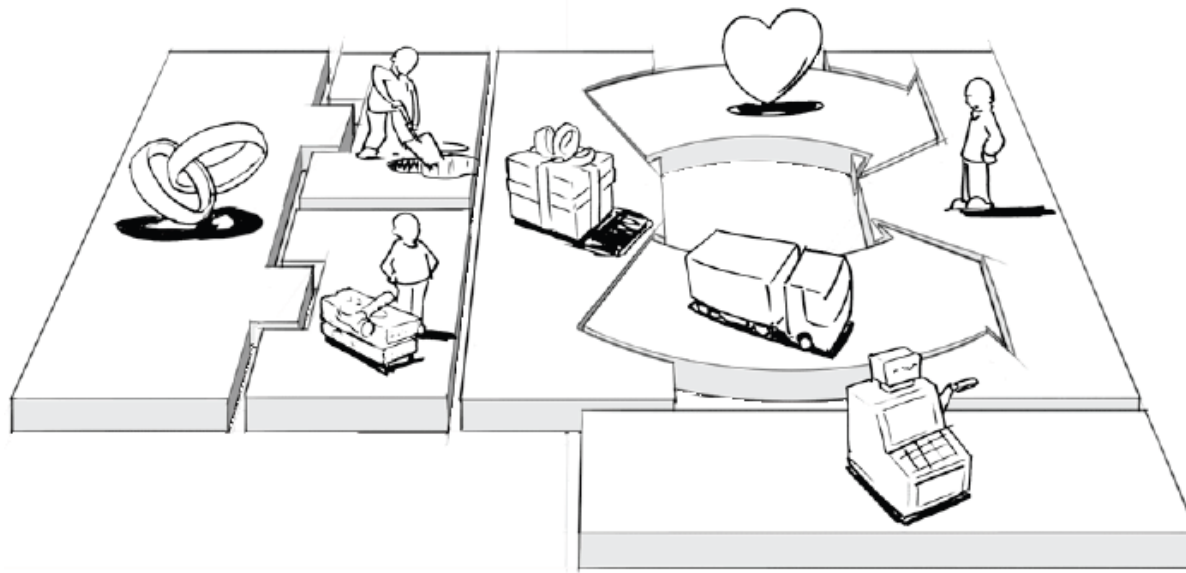
Bloc 6: els recursos clau



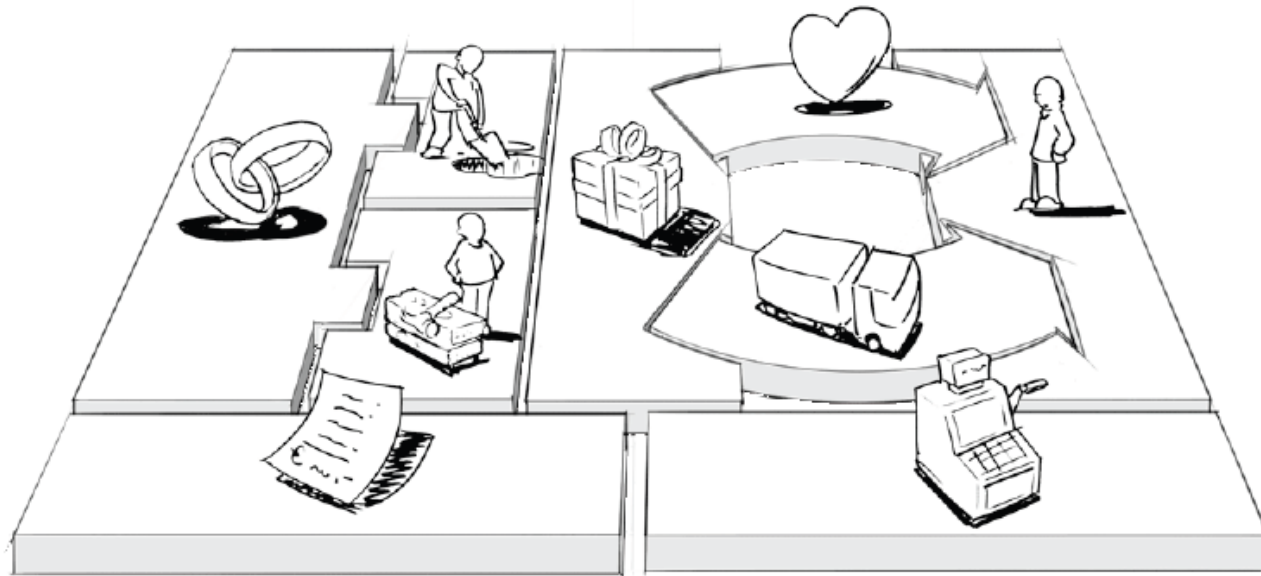
Bloc 7: les activitats clau



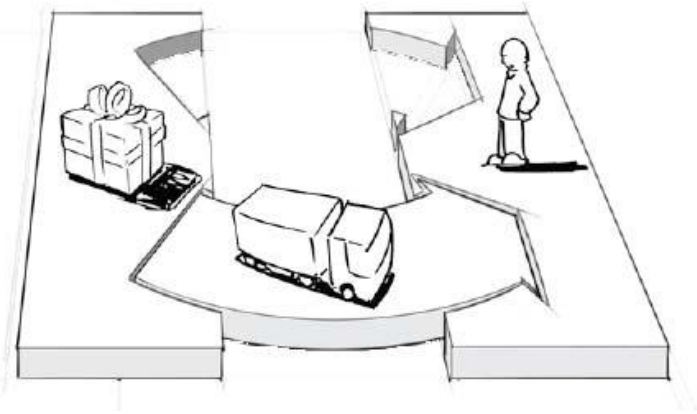
Bloc 8: les aliances clau



Bloc 9: els costos



Canals



Distribució

Comunicació

Funcions dels canals

Donar a conèixer als clients els productes i serveis d'una empresa

Permetre que els clients **comprin productes i serveis** específics

Proporcionar als clients una **proposta de valor**

Ajudar a **avaluar la proposta de valor** d'una empresa

Oferir als clients un **servei d'atenció postvenda**

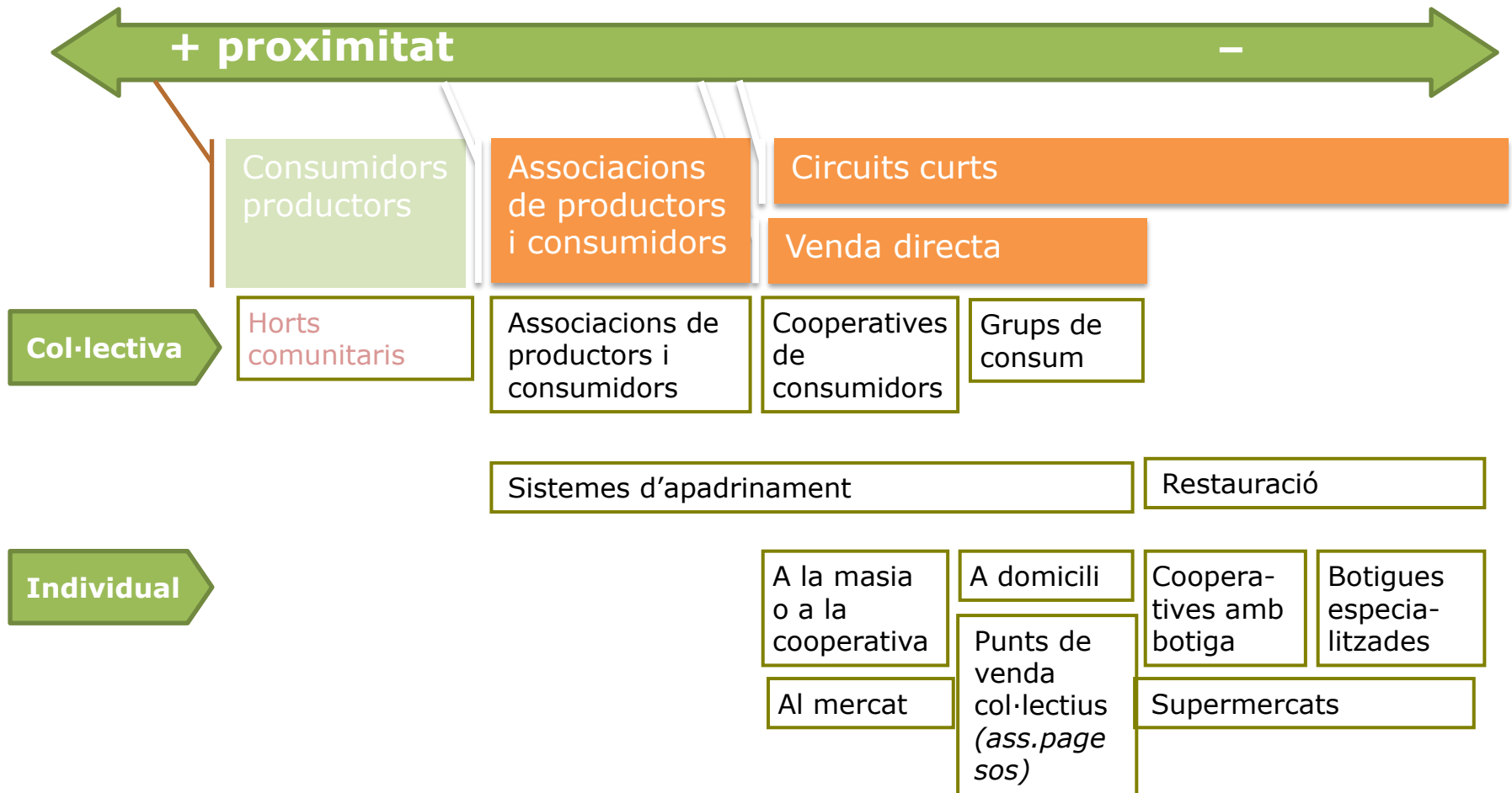
Quins canals?

- **Els circuits curts de comercialització (CCC):**
No fan referència a la proximitat, sinó al nombre d'intermediaris:
 - **1 intermediari com a màxim** entre producció i consum/elaboració
 - **Cap** intermediari = **venda directa**

Font: Rosa Binimelis i Charles-André Descombes.
“Comercialització en circuits curts. Identificació i tipologia”

- **Els circuits amb més d'un intermediari**

Tipologia de CCC



Associacions productors i consumidors

- Productors i consumidors units sota una mateixa estructura
- Referent: AMAP franceses (750 AMAP, 1 productor/AMAP, 30.000 famílies). A Catalunya, des de 2008, hi ha la PACA.
- Estableixen un **contracte solidari**:
 - Principi de confiança i responsabilitat del consumidor
 - Grup de consumidors compra per avançat (a principi de temporada, o bé de mes) a un preu fix acordat en assemblea
 - Fons de responsabilitat per compartir els riscos de la producció agroecològica

Experiència: La PACA

- Acord per a la Producció i el Consum Agroecològics
- 2 pagesos (1 CCPAE), 4 pagesos associats i 100 unitats de consum
- Coordinació entre pagesos (no té forma legal)
- Preus fixats en assemblea a inici de temporada
- Pagament mensual i per avançat (ajustaments el mes següent)
- Fons de coresponsabilitat: consumidor aporta 10 € inicials i 2€/mes
- Transport a part: 8€/col·lectivitat i 2,5€/individual (Molins de Rei)

Calapaca.wordpress.com

Ca la Paca

*Acord per a la Producció i el Consum
Agroecològics*



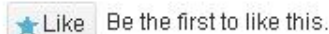
Què és la PACA

La PACA, o Acord per a la Producció i el Consum Agroecològic, és una iniciativa que explora noves formes de relació entre pagesos i consumidors. Va més enllà del repartiment de cistelles a domicili perquè no és només un tracte comercial, sinó que és una entesa per preservar una activitat agrària ecològica que garanteixi una sobirania alimentària molt conscient i sostenible en el temps.

Diges-li al món



Like this:

 Cerca

Grups de Consum:

ESPLUGUES:

jvinyolescia@gmail.com

933710455

EL PRAT DE LLOBREGAT:

calskarxofa@gmail.com

kapita.enciam@gmail.com

CASTELLBISBAL:

mteresaben@hotmail.com

937720618

SANT FELIU DE LLOBREGAT:

grupstfeliu@yahoo.com

Sistemes d'apadrinament

- Persona o grup “apadrina” un animal pagant una quantitat fixa per avançat i, a canvi, rep el producte que n’obté durant un temps determinat.
- Mas Claperol
 - Elaboració de formatges i derivats làctics ecològics
 - El padrí paga 1.500 € i aquest import es reintegra en productes amb un 35% de descompte respecte al preu de venda al públic en general. Dret a posar nom a la vaca i visitar-la.
 - Altres canals: cooperatives de consum o altres punts de distribució i botigues especialitzades.

QUE HE DE FER PER E APADRINAR UNA VACA?

PROGRAMA EDUCATIU D'APADRINAMENT DE VAQUES ECOLÒGIQUES

La granja ecològica no rep les subvencions necessàries per poder competir amb els grangers convencionals. Per aquesta raó, molts projectes ecològics no poden superar els entrebancs amb què es troben pel camí i es veuen forçats a tancar les granges.

A Mas Claperol estem dedicats a la nostra família de vaques i a continuar pel camí ecològic, amb l'objectiu d'oferir sempre un producte més sa per al consumidor.

Gràcies a l'acceptació dels nostres productes al mercat, hem pogut desenvolupar el nostre projecte durant més de 20 anys, però en especial hem de donar les gràcies a aquelles persones que s'han interessat per la nostra granja i han apadrinat les nostres vaques.

El projecte d'apadrinament de les nostres vaques s'ha creat per permetre al



castellano



QUI SOM?

PRODUCTES

APADRINAMENT

PREMSA

CONTACTE

EXPLICACIÓ DEL
PROCÉS

APADRINA UNA VACA

Cooperatives de consumidors

- Proveeixen d'aliments i altres productes als seus membres de manera autogestionada i amb criteris agroecològics
- Compres col·lectives
- Relació directa basada en la confiança mútua
- Comanda (o cistelles) pot ser oberta o tancada. També modalitats mixtes
- Algunes també tenen botiga
- Aprox. 127 cooperatives de consum a Catalunya (12.000 persones). Concentrades a província de Barcelona.
- Moltes cooperatives sota el paraigües d'ecoconsum

Ecoconsum.org



Coordinadora Catalana
d'Organitzacions de Consumidors
de Productes Ecològics

Més de 20 grups de consum repartits per Catalunya
Més de 1.000 famílies amb un compromís ecobiològic
1.920.000 euros anuals invertits en comandes
Una altra manera de consumir ja està en marxa!

PORTADA CONEIX ECOCONSUM NOTÍCIES CONTACTE AMB NOSALTRES

Usuari Registrar-se

COOPERATIVES D'ECOCONSUM

Selecciona el grup

ASSOCIACIONS D'ECOCONSUM

Selecciona el grup

ALTRES GRUPS

Selecciona el grup

Objecció fiscal
Desarma els teus impostos



ALIANZA POR LA
SOBERANIA ALIMENTARIA
DE LOS PUEBLOS

SOM
LO QUE
SEMREM

laRepera!

NOVETATS



21/06/2012 - 10:05

Xerrada Aturem Eurovegas a Can Baró



18/06/2012 - 12:39

Curs INTRODUCCIÓ A LA SOBERANIA ALIMENTÀRIA (3, 5, 10 i 12 de juliol)



05/06/2012 - 10:01

Convocatòria de la 1a reunió Aturem Eurovegas Barcelona



04/06/2012 - 22:10

Ámame enCARNEcidamente



11/05/2012 - 23:44

Conferència: Glifosat, transgènics i salut a l'Argentina

AGENDA

«	Setembre							»
	3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16		
17	18	19	20	21	22	23		
24	25	26	27	28	29	30		

PARTICIPACIÓ

**A ECOCONSUM
ESTEM PENSANT EL
NOSTRE FUTUR I
VOLEM QUE TOTS HI
PARTIPEM.
T'APUNTES?**

Hi ha molts canals de participació.
Pregunta al portaveu del teu grup de
consum. Mira la pàgina...

MÉS DETALLS

CENTRE DE DOCUMENTACIÓ

PLA ESTRATÈGIC D'ECOCONSUM

Cooperatives de productors / punts col·lectius de venda

- Pagesos s'agrupen per crear i administrar de manera conjunta una botiga de “Productes de la Terra”.
 - Requereix major inversió que altres CCC i personal especialitzat.
 - Sovint es complementa amb venda directa a mercats o domicili. P.ex: Agrobotiga de Gallecs
- Variant: Pagesos s'agrupen per intercanviar (o comprar) producte entre ells.
 - Incrementa la varietat que pot oferir cadascú sense requerir inversió en botiga. P.ex: “Xarxeta de Productors Agroecològics”

Experiència: Xarxeta de Productors Agroecològics



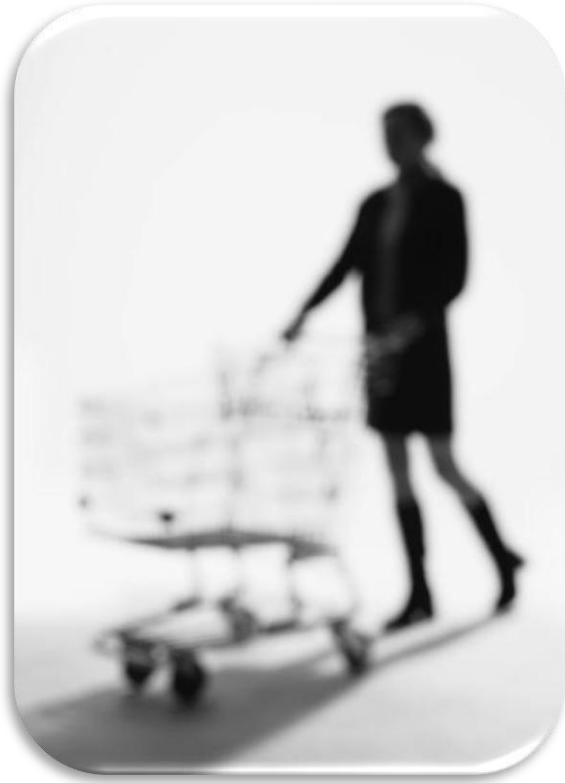
- Programació conjunta de cultius
- Intercanvi o venda de producte entre productors
- Treballant en la certificació participativa (alguns també CCPAE)
- Preus consensuats en assemblees
- Compres conjuntes a pagesos de fóra la xarxa
- Organització del transport de producte per minimitzar costos

Botigues especialitzades



- Productors i/o botigues especialitzades que generalment compren directament a productors.
- 70-85% del volum de vendes de productes ecològics a l'Estat espanyol (DAAM, 2006).
- Requereix:
 - Densitat de població mínima en la zona d'incidència de la botiga
 - Inversió major que en altres CCC, per tant, marges comercials més amplis (30-40%)
 - Atenció al públic especialitzada
 - Varietat de producte

Supermercats (i)



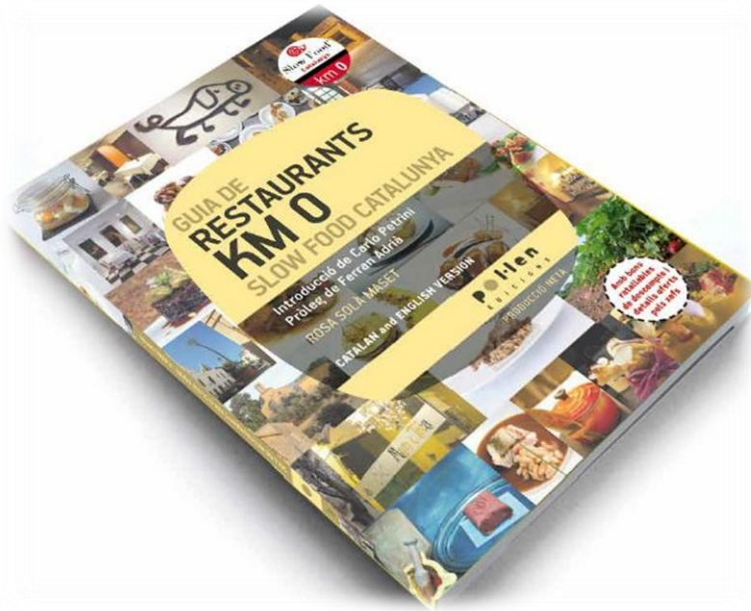
- 25-30% vendes d'aliments ecològics (Estat Espanyol)
- Supermercats convencionals:
 - Majoritàriament no són producte local
 - Sovint intervenen intermediaris (No CCC)
 - Acostumen a incorporar pocs productes ecològics i, normalment, els més barats
 - La major part es comercialitzen sota marca blanca

Supermercats (ii)



- Supermercats ecològics:
 - Client amb poder adquisitiu mitjà-alt
 - Capacitat d’oferta 2.500-4.000 productes (molt superior a botigues especialitzades)
 - A Catalunya, la principal cadena de supermercats ecològics és Veritas:
 - 19 punts de venda a província de Barcelona
 - Facturació anual de 14 milions d’euros
 - 40.000 famílies hi compren habitualment
 - 50% dels articles són d’origen espanyol

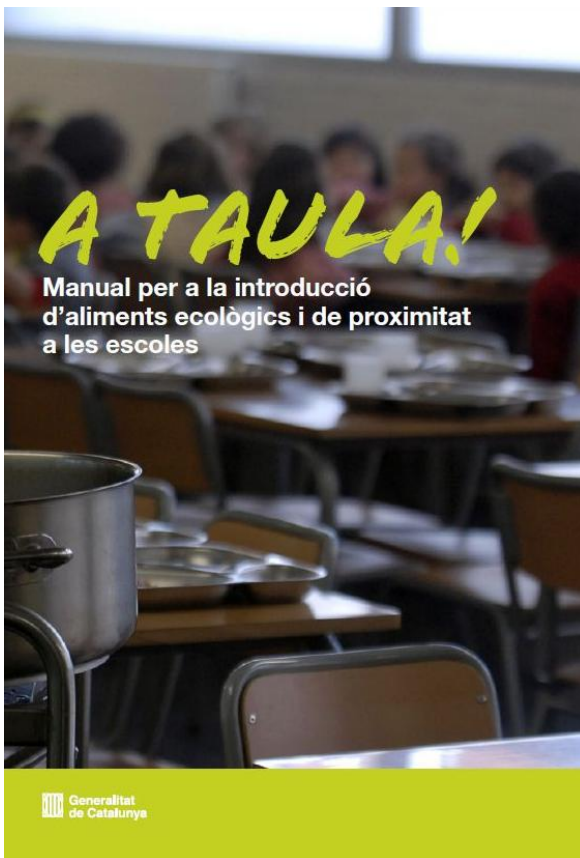
Restauració col·lectiva



<http://restaurantskm0.wordpress.com/que-es-km0/>

- Tipologia:
 - Preparació i lliurament d'àpats a una col·lectivitat
 - Canal HORECA
- 1/3 part de la despesa total en alimentació a l'Estat Espanyol es fa fora de les llars (MARM, 2008)
- Canals emprats per la restauració ecològica:
 - CCC (directament a productors)
 - Distribuïdors especialitzats
- Gestió concertada (càtering) o bé directa (autogestió)

Exemple: Menjadors escolars ecològics



- Taula de Treball d'Alimentació Escolar Ecològica:
 - Ecomenja (Vic)
 - Fundació Futur (Barcelona)
 - etc

http://www20.gencat.cat/docs/DAR/AL_Alimentacio/AL01_PAE/08_Publicacions_material_referencia/Fitxers_estatics/Manual_A_Taula.pdf

Venda directa a domicili o grups de consum



- Fer arribar cistella oberta o tancada directament al domicili
- O bé grup de consumidors acorden recollir comanda en un únic punt de distribució
 - Lloc de treball, seu d'una associació, etc
- Un únic producte o bé varietat
- Producte propi 100% o bé combinat amb altres
- Algunes experiències no són CCC (varis distribuïdors)
- Freqüentment comanda per internet

Pirinat:

del ramader al consumidor

A Pirinat arribem directament a domicili, evitant l'intermediari, fomentant la relació directe amb el consumidor i garantint la qualitat d'un producte fresc i ecològic. A través de pirinat oferim vedella i xai ecològic criat a la comarca del ripollès.

Som ramaders compromesos amb el respecte pels animals i el medi ambient, tenint sempre en compte les bones pràctiques agràries i ramaderes, respectant l'entorn i contribuint al manteniment del paisatge del nostre país i a la vida rural de les nostres muntanyes.



Carn ecològica garantia de salut

Gràcies a la correcta alimentació i maneig que reben els animals, la carn ecològica no conté cap mena de residu ni cap producte nociu per la salut, com ara; antibiòtics, pesticides, transgènics... Té més contingut en àcids grassos insaturats, més cardiosaludables i menys contingut en grasses saturades. A més a més, aporta proteïnes d'alta qualitat, minerals i vitamines excel·lents que ajuden a prevenir anèmies i altres malalties.



Directe del camp a casa teva.

A Can Perol volem arribar a casa vostra, directament des del camp. A través de Can Perol us oferim fruita i verdura de la comarca del Baix Llobregat, fresca i bona, conreada seguint les pautes de l'agroecologia. A més, també us oferim pa i pastissos de la Pastisseria Vila, elaborats en un obrador que des dels anys 50 treballa de manera tradicional.



[+] llegir més

Productes destacats

Figa Coll de Dama ECO



Cistella Bàsica



Poma Golden Vermella ECO



Llet Sencera UHT 1,5L ECO



Ja tenim llet!

Ja pots completar els teus esmorzars i berenars amb aquesta llet ecològica molt saborosa.

[+] llegir més



Sobre el camp...

Al camp hem tingut un bon estiu i aquests darrers dies de calor es presenten encara millor.

[+] llegir més

Vols venir a Can Perol?

Pots venir a recollir la teva cistella a Can Perol, al carrer **Baixada del Camp de Futbol, nau 2B de Sant Vicenç dels Horts.**

[Mostra a GoogleMaps]

CERTIFICATS DE QUALITAT DE CAN PEROL



Venda directa a mercat



- Diverses modalitats:
 - Mercats fixes
 - Mercats ambulants
- N'hi ha d'especialitzats (Agromercats, fires medievals, etc)
- Requereix ser-hi present (per tant, no activitat productiva), però permet establir relació amb els clients i captar-ne de nous



ECOMERCATS
MÓN & EMPORDÀ
MERCATS DE PRODUCTE LOCAL-ECOLÒGIC

**MÓN EMPORDÀ**
GRUP DE DEFENSA DEL PRODUCTE LOCAL-ECOLÒGIC



BLOG · MERCATS · PRODUCTORS · QUI SOM · ASSOCIAR-SE · PREMSA · CONTACTE

inici

calendari OCTUBRE 2012

cada dissabte al dematí

*mercats
ecològics
a l'Empordà*

RUPIÀ (cada 1r dissabte de mes)
CORÇÀ (cada 2n dissabte de mes)
VERGES (cada 3r dissabte de mes)
TORROELLA DE MONTGRÍ
(cada 4r i 5è dissabte de mes)



**xerrades, tallers, espectacles...
de horticultura, bioconstrucció,
salut, alimentació, ... i + (gratuïts)**
**gaudeix de les avantatges
de fer-te soci i participa
activament en els mercats** (24 euros/any)

vols que t'informem cada setmana? escriu a monemporda@gmail.com

pròxims mercats:

Dissabte 22 i 29 de setembre a

TORROELLA DE MONTGRÍ

a la plaça Pere Rigau
(darrera l'ajuntament)

de 9:00 a 14:00 h

Mercat Ecològic

al migdia

PAELLA ECOLÒGICA

Dissabte 6 d'octubre a RUPIÀ

de 9:00 a 14:00 h

Mercat Ecològic

al migdia

PAELLA ECOLÒGICA

Venda directa a finca



- Permet vendre amb poca inversió
- Consumidor coneix d'on procedeixen els seus aliments
- Factors limitants:
 - Aïllament de la finca
 - Desplaçament del consumidor
- CCC emprat sovint com a complement

Avantatges i inconvenients (i)

CCC	Avantatges	Inconvenients
Ass. Productors i consumidors	<ul style="list-style-type: none"> -Planificar la producció -Preu garantit -Compartir risc -Finançament 	<ul style="list-style-type: none"> -Major dedicació -Finca visitable
Apadrinament	<ul style="list-style-type: none"> -Planificar la producció -Finançament 	<ul style="list-style-type: none"> -Major dedicació -Finca visitable
Cooperatives consumidors	Cistelles tancades: <ul style="list-style-type: none"> -Millor planificació i prevenció d'excedents 	-Segment de consumidors que no familiaritzats amb aquest sistema
	Cistelles obertes: <ul style="list-style-type: none"> -Més atractiu per al consumidor 	-Planificació més complexa i major probabilitat d'excedents
Cooperatives productors/punts col·lectius de venda	<ul style="list-style-type: none"> -Major diversitat -Compartir despeses de comercialització -Intercanviar producte 	-Major inversió respecte altres CCC (si s'opta per un punt de venda col·lectiu)

Avantatges i inconvenients (ii)

CCC	Avantatges	Inconvenients
Botigues especialitzades	-Atenció especialitzada -Varietat de producte	-Marge del 30-40% per botiga -Pèrdua de control de la comunicació
Supermercats	-Varietat de producte (Supermercat especialitzat)	-Sovint no són CCC -Pèrdua de control de la comunicació -Predomina marca blanca i gamma ecològica de grans marques -Menor capacitat de negociació
Restauració i àpats per col·lectivitats	-Valor afegit al producte -Planificar la producció	-Major exigència pel producte -Garantia de proveïment
Venda directa a domicili o grups de consum	-Menor inversió -Millor comunicació (si hi vas)	-Cost i temps desplaçament (menor si a grups)
Venda directa a mercat	-Millor comunicació	-Major dedicació
Venda directa a finca	-Menor dedicació i inversió -Millor comunicació i coneixença	-Per als clients: major dedicació i cost

Avantatges i inconvenients dels intermediaris

Avantatges

- Reducció del temps de lliurament
- Major temps per dedicar a la producció
- Ampliació de la cobertura geogràfica
- Major capacitat comercial i de màrqueting
- Informació sobre el mercat

Inconvenients

- Reducció dels marges comercials
- Distracció o mala utilització de la marca
- Allunyament del client final i de les seves necessitats reals
- Manca de control de la comunicació

Com gestionem el canal de distribució



- Màxima claredat en la comunicació. Escoltar atentament el canal de distribució
- Complir els acords establerts amb el canal
- Comunicació planificada i periòdica amb el canal
- Fixar objectius concrets en col·laboració amb el canal, revisar-ne l'evolució periòdicament i prendre accions correctives si no es compleixen els objectius
- Col·laboració amb el canal en la preparació, el desenvolupament i l'execució d'accions de promoció
- Mesurar periòdicament la satisfacció del canal

Millor un gram de pràctica que un quilo de teoria!

<p>aliances clau</p> <p>-Propietari de la finca</p>	<p>activitats clau</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empaquetar en sacs de 5 i de 25kg -Agafar i preparar comandes -Distribuir-les 	<p>proposta de valor</p> <p>Cereal CCPAE</p> <p>Farina CCPAE mòlta en molí de pedra (sacs de 5 i 25 kg)</p>	<p>relacions amb els clients</p> <p>Relació directa, els porto el producte jo mateixa i conversem (com els funciona, queixes i suggeriments, etc)</p>	<p>clients</p> <p>Forns ecològics</p> <p>Restaurant Km 0 que es fa el pa</p> <p>Cooperatives de consumidors</p> <p>Persones que fan pa a casa</p>
<p>costos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Amortització i manteniment de l'empacadora, la furgoneta i l'ordinador --Gasoil --Embalatge i etiquetes 	<p>recursos clau</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empaquetadora -Furgoneta -Ordinador -Finca 	<p>Preservació del medi</p> <p>Biodiversitat</p> <p>Paisatge</p> <p>Recuperació de varietats locals</p> <p>Patrimoni cultural (material i immaterial)</p> <p>Salut</p>	<p>canals</p> <p>Distribució:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venda directa a domicili -Venda directa a finca <p>Comunicació:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tríptic informatiu -Boca-orella 	
		<p>ingressos</p> <ul style="list-style-type: none"> --Pagaments dels clients per la compra dels sacs de 5 i 25 kg de farina 		

Per fer l'exercici avui a l'aula, ompliu-los només pensant en la distribució i venda