

HEAD NÄITED LÄÄNEMEREMAADE LAHENDUSTEST KOHALIKU TOIDU PAKKUMISEL

 **Interreg**
Baltic Sea Region



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

Baltic Sea Food

SILJA LEHTPUU, PROJEKTI KOORDINAATOR



ETTEVÕTE „BONDENS SKAFFERI“, SKANE, ROOTSI

www.bondensskafferi.se



- Kohaliku toidu tarnefirma, kes on turul juba 13 aastat ning teenindab ca 200 klienti (peamiselt toitlustus, aga ka koolid, kauplused jne).
- 2020.aasta kevadel töötasid koostöös linnas asuvate restoranidega välja B2B2C lahenduse ajal, kui külastajaid oli restoranides vähe.
- Restoranid hakkasid osalema kohaliku toidu tarnimises lõpptarbijatele, et säilitada kontaktid oma klientidega. Kokkadele andis hea võimaluse ennast näidata ja tutvustada.
- Kokad koostavad retseptid/soovitused (3-4 varianti) ja panevad kokku pakid toiduainetest, mida on nende toitide valmistamiseks vaja (liha, kala, köögiviljad, puuviljad). Boonusena lisatakse pakidesse koostöös tootjatega väikeseid kingitusi turunduse eesmärgil (jook, moos, või, õli vms).
- Restoranid võtavad tellimused klientidelt, Bondens Skafferi tarnib neile tooted ning restoran ise komplekteerib toidupakid. Klient tuleb ise pakile järgi (või tellib kulleriga koju) ja tasub restoranile, kes jätab omale vahendustasu. Võimaldab restoranil olla pildil ja saada keerulisel ajal käivet.
- Peale pandeemiat jääb see lahendus kasutusele, et pakkuda seda võimalust klientidele igapäevaselt kell 15.00-17.00. Kuna restoranidel pole pakendamiseks siis aega, toimub tellimuste esitamine interneti teel otse Bondens Skafferile, kes komplekteerib toidupakid ning viib need restorani, kust kliendid need kätte saavad. Tasumine toimub otse Bondens Skafferile, restoran saab vahendustasu.



VÖRGUSTIK „SYDVESTJYSKE SMAGSOPLEVELSER“, JÜÜTIMAA, TAANI

<https://smagsydvest.dk/>



- Katab 5 omavalitsust Esbjergi linna ümbruses, 140 liiget toidu- ja turismisektorist
- Uus eesmärk: väikeste tootjate koostöö arendamine kohaliku toidu tarnimisel. Sihtrühmaks tootjad, kes ei soovi või ei suuda olla partneriks suurtele hulgifirmadele, kuid kes ka üksinda ei suuda toodete tarnet korraldada.
- Planeerimisfaasi kaasati 39 tootjat ning 25 klienti HoReCa sektorist.
- Töötati välja mobiilse toidukeskuse kontseptsioon, sihtrühmaks toitlustus ja toiduturismi sektor
- Seoses Covid-19 pandeemiaga rakendati ellu väiksemas mahus.
- 5 tootjat panid seljad kokku, leidsid 2 restorani ning hakkasid neile ühiselt 1x nädalas tooteid tarnima.
- Töötati välja ühised elektroonsed vormid tellimuste esitamiseks. Iga tootja suhtles klientidega ise ning komplekteeris kaubad, tellimused koondati kokku.
- Neljapäeval või reedel kasutati ühe osaleva tootja transpordivahendit toodete kogumiseks ning klientidele laialiveoks. Testfaasis oli tootjatele tasuta teenus (leiti toetusvõimalus), hiljem lisandub teenustasu transporditeenuse eest.
- Turismi- ja toitlustussektori avanedes loodetakse mahtusid kasvatada ja kaasata uusi tootjaid.



ETTEVÕTE „BARTECKI“, WIELKOPOLSKA REGION, POOLA

<http://smakidziedictwa.pl/>



- Kohalik talupood Mosinas, Poznani lähistel. Spetsialiseerusid varem just lihatoodete müügile ning on selles valdkonnas väga tuntud.
- 2020.aasta alguses töötasid välja tegevusplaani ka äriklientide teenindamiseks kohalike toidutoodetega (eelkõige HoReCa ja maaturismi sektor).
- Kokku kaasasid 13 tootjat ja 12 klienti Poznani linnast ning lähiümbrusest. Töötati välja toodete kogumise süsteem (3 kogumispunkti) ning tellimuste kohale viimise ring.
- Turustavad lihatooteid, delikatesse, piimatoteid, mune, jooke, hoidiseid, õlisid ja mett.
- Tegid oma vahenditega elektroonilise tellimisplatvormi.
- Alguses 6-7 tellimust kuus, 2020.aasta lõpus ca 30 tellimust kuus (B2B kuukäive ca 5000 eurot). 2021.aastal on müük kasvanud.
- Uus bränd „Bartecki - Regional Products“. Spetsiaalselt HoReCa sektorile suunatud bränd „Tastes of Heritage“, mida turundatakse ühiselt restoranide ja kohvikutega lõpptarbijatele.
- Aktiivne turundus sotsiaalmeedias, professionaalsete videoklippide ja fotode tegemine ning levitamine, tihe koostöö „Culinary Heritage Wielkopolska“ võrgustiku raames.
- Plaanis koolituste sari restoraniomanikele ja kokkadele kohaliku tooraine paremaks kasutamiseks.
- Covid-19 pandeemia ajal panustasid aktiivselt turunduskampaaniasse, mis käivitati regionaalsel tasandil kohalike toodete propageerimiseks, sh. Televisioonis.



ÜHISTU „HARDANGERSMAK“, HARDANGER, NORRA

<https://hardangersmak.no/>



- Asukoht Bergeni lähedal, Norra läänerannikul.
 - Valikus lihatooted, köögiviljad, puuviljad, marjad, mahlad, moosid, pagaritooted.
 - Bergen on UNESCO poolt tunnustatud kui „Creative City of Gastronomy“.
 - Ühistu on asutatud 2018 talunike ja tootjate poolt, liikmete arvu suurendamine on fookuses.
 - Tugev piirkonna bränd. Eesmärk on, et tootjad kajastaksid brändi oma toodetel lisaks enda logole.
 - Tähtsaim kliendigrupp on olnud toidlustussektor.
- Covid-19 puhkedes otsiti aktiivselt uusi kliente - talupoed, jaeketid, omavalitsused.
- Tellimisplatvorm 2021 kevadel – mõisteti et muidu on tellimuste vastuvõtmine liiga tööjõumahukas.
 - 20% müügist äriklientidele jääb ühistule tarne- ja turunduskulude katteks.
 - Tootjatelt tellitakse ainult vastavalt klientidelt saadud tellimustele.
 - Transpordiks kasutatakse ühe liikme/tootja transpordiringi, kuna ühistul omal veel võimekus puudub transpordivahendite soetamiseks - selleks on vaja müügi mahtu kasvatada.
 - Kaasatakse uusi suurema tootmismahuga tootjaid, et saaks logistikakulu tootja kohta madalamaks.

