

Produkcja i sprzedaż przetworów z mleka pozyskanego z własnego gospodarstwa



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

GROSER



Sery kozie
wytwarzane w
województwie
łódzkim w
Grodzisku,
malowniczej wsi
doliny rzeki Ner.
Pasja do
serowarstwa
narodziła się w
2012 roku i trwa do
dziś...



GROSER- kim jesteśmy?



GROSER to wspólne dzieło Moniki-pasjonatki zdrowego żywienia, studentki SGGW na kierunku Żywnienie człowieka i ocena żywności z aspektami bezpieczeństwa żywności, oraz Waldka-rolnika, hobbisty hodowli kóz i rolnictwa integrowanego.

Idea slow foodu, zdrowego żywienia, miłości do zwierząt, pasji do robienia serów ukierunkowała życiową ścieżkę do

GROSER- profil produkcji



Gospodarujemy na 70 ha pól, utrzymujemy 250 kóz rasy mlecznej. Wytwarzamy sery i napoje fermentowane w ramach działalności MLO.

- Produkujemy twarogi, sery kwasowo-podpuszczkowe, podpuszczkowe, dojrzewające, pleśniowe, kefir y, jogurty.
- Wiedzę i praktykę nabywaliśmy poprzez wielomiesięczne szkolenia, które odbyliśmy w Polsce i w

GROSER- przed COVID 19



- Sprzedaż zarówno dla branży HoReCa jak i klientów detalicznych-idea „bezpośrednio od rolnika” oraz sklepów ze zdrową żywnością. Ograniczenia związane z prowadzeniem działalności w zakresie MLO wykluczają sprzedaż hurtową. W ramach prowadzenia działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej zakłady prowadzące handel detaliczny z przeznaczeniem dla

GROSER-przed COVID 19

Wielkie Serwowanie
2019

11-12/10/2019 Konferencja
12/10/2019 Szkolenia dla profesjonalistów
13/10/2019 Wrocław, Zwycięska 4,
teren hotelu AGRO

Targ sera i produktów rzemieślniczych
Laboratorium smaku
Food pairing
Kulinarne show Wojtka Harapkiewicza
Konkursy kulinarne
Gry i zabawy dla dzieci



Organizator: Forteca w Fortecy u Kręglickich, ul. Zwycięska 4, 51-600 Wrocław, tel. 71 37 37 37, www.forteca.pl
Partnerzy: Ministerstwo Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, Krajowa Organizacja Promocji Serów, Krajowa Organizacja Promocji Produktywności Serów, Krajowa Organizacja Promocji Produktywności Serów, Krajowa Organizacja Promocji Produktywności Serów, Krajowa Organizacja Promocji Produktywności Serów

- Przede wszystkim sprzedaż serów generowały eventy branżowe i targowiska tematyczne lub rynki ze zdrową żywnością. Możliwość rozmowy z klientem oraz degustacja produktów jest bezcennym narzędziem w zdobywaniu



Targ rolny
w Fortecy u Kręglickich

www.targ.kreglicy.pl

Co zabrał przetwórcy COVID 19?

-Zamknięto targowiska ze zdrową żywnością
-Zamknięto restauracje

Panika związana z pandemią przeorganizowała priorytety konsumentów



Eventy branżowe i festiwale zostały odwołane

Brak możliwości degustacji produktów dla nowych klientów

Oczekiwania konsumentów w czasie pandemii

- Konsument w czasie pandemii przede wszystkim chce czuć się bezpiecznie, produkty najlepiej dostarczać do domu klienta,
- Preferowane są płatności bezgotówkowe,
- Konsument nie przejawia zainteresowania degustacją, oczekuje produktu bezpiecznie zapakowanego oraz szybkiej obsługi,
- Nacisk na e-commerce,
- Presja zdrowia i odporności,
- Konsument generuje większe zamówienia, w związku z ogólnościwiatowym zaleceniem „zostań w domu”, nie chcąc

Wyzwania wytwórcy żywności w czasie pandemii



- Przeklasyfikować asortyment
- Rozbudować swój biznes e-commerce
- Szukać e-targowisk, portali internetowych ze zdrową żywnością
- Zbudzić zaufanie konsumenta poprzez „czystą etykietę” i bezpiecznie zapakowany produkt
- Zaopatrzyć się w terminal do płatności bezgotówkowych
- Wdrożyć nowe rozwiązania dla utrzymania logistyki i ciągłości

Elastyczność kluczem do sukcesu

Pandemia to czas wyzwań związanych z przeklasyfikowaniem swojej sprzedaży na profil detaliczny najczęściej w e-commerce. Ważne jest elastyczne podejście.

Znalezienie odpowiedniej ścieżki rozwoju dla swojego produktu w nowej rzeczywistości jest rzeczą niezwykle trudną. Jeżeli okaże się, że strategiczne rozwiązania przynoszą sukces to zarządzanie poziomami zapasów będzie miało kluczowe



i utrzy
Pande
orskieg
, budo
etach ż



GROSER- Grodziskie sery kozie



Dziękuję za uwagę.

Monika Lasoń

