

PR4 – INOVATIVNÍ ŘEŠENÍ V RÁMCI STRATEGIE „Z FARMY NA VIDLIČKU“

Název

Inovativní řešení v rámci strategie „Z farmy na vidličku“

Seznam kapitol

1. Předchozí poznámky
2. Některé oblasti inovací
3. Závěr

Úvod a přehled

Inovativní řešení v rámci strategie „Z farmy na vidličku“ mohou zlepšit environmentální či sociální udržitelnost v zemědělství, ale mohou vám také pomoci rozvíjet vaše podnikání. V tomto modulu se snažíme popsat nejběžnější oblasti, v nichž se inovace v zemědělství vyskytují, a doložit je některými příklady z provedených případových studií/dobrých praxí. Konečným cílem je podpořit vás na cestě k udržitelnějším a lukrativnějším zemědělským systémům.

Záměry a cíle

Cílem tohoto modulu je inspirovat čtenáře k hledání inovativních řešení v kontextu strategie „Z farmy na vidličku“ pomocí prezentace případových studií shromážděných v rámci projektu ON-FARM. Cílem je splnit následující: popsat nejčastěji se vyskytující řešení v našich případových studiích a motivovat k podrobnějšímu čtení o těchto řešeních v dalších modulech.

Kapitola 1: Předchozí poznámky

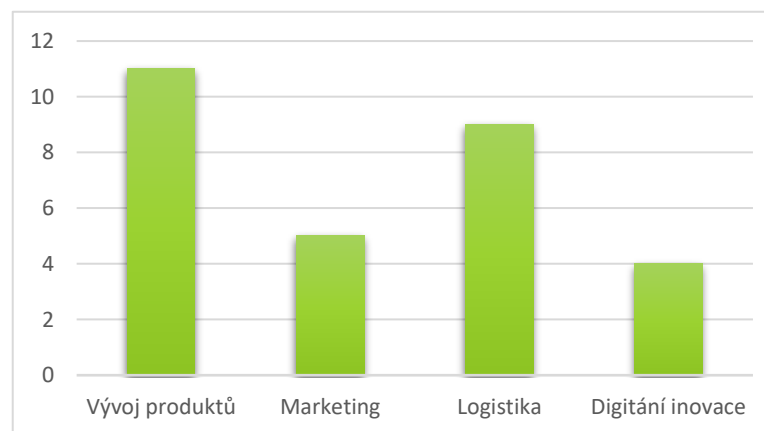
Jak jste již pravděpodobně viděli, v projektu ON-FARM jsme dosáhli různých výsledků se záměrem poskytnout vám základní nástroje pro přechod k udržitelnějším modelům zemědělství.

Jedním z těchto výstupů byl **katalog případových studií** neboli série osvědčených postupů farmářů z partnerských zemí, kteří se již věnují prodeji v souladu se strategií „Z farmy na vidličku“ a produkují farmářské produkty s přidanou hodnotou prostřednictvím vlastního zpracování potravin.

Některé z těchto výzev a oblastí, v nichž museli zemědělci inovovat z důvodu udržení podnikání, již popsaly jiné orgány a instituce, například ENRD (Evropská síť pro rozvoj venkova) nebo EIP-AGRI (Evropské inovační partnerství pro produktivitu a udržitelnost zemědělství). V tomto modulu jsme se pokusili některé z těchto oblastí inovací zjednodušit a dát je do souvislosti s konkrétními případovými studiemi, které jsme shromáždili. Tyto oblasti, které popisujeme v následující kapitole, jsou: **vývoj produktů; marketing; logistika a digitální inovace.**

Následující graf poskytuje přehled oblastí inovací, do kterých jsou zahrnuty naše případové studie:

Obrázek 1: Počet případových studií na oblast inovací



Kapitola 2: Některé oblasti inovací

1. Vývoj produktů:

Inovace produktů je jednou z oblastí, ve které nejčastěji dochází k zavádění inovací v kontextu strategie „Z farmy na vidličku“. Inovace souvisí s typem produktu, ale také s jeho vztahem ke zbytku krátkého potravinového řetězce.

Skvělým příkladem inovace produktu je Favamole z farmy Andrese Jary v Nizozemsku. Na této farmě připravují z fazolí fava dip podobný guacamole, jako protipatření k neudržitelné spotřebě avokáda.

Více o tom, jak vytvářet přidanou hodnotu zemědělským produktům, se můžete dozvědět v modulu F těchto inspirativních vzdělávacích materiálů.

2. Marketing:

Klíčem k rozvoji vašeho podnikání je získání dovedností v oblasti marketingu krátkých potravinových řetězců. Tato oblast řešení v kontextu strategie „Z farmy na vidličku“ zahrnuje pochopení vztahů mezi zemědělci a spotřebiteli a přiblížení spotřebitelů vašim produktům.

Inovativní řešení, která jsme objevili v našich případových studiích, se zaměřila na **digitální marketing**, jako je případ farmy *Deckers Biohof* v Německu, kde byla vytvořena služba rozvozu. Tato služba zahrnuje mimo jiné zákaznický servis a komunikační oddělení.

Více informací o digitálním marketingu najdete v našem modulu D.



3. Logistika:

Nezbytnou součástí potravinových řetězců jsou logistika a distribuce, které se pro malé farmáře často ukazují být nemožnými z důvodu vysokých cen nebo nedostatku organizačních kapacit.

Spolupráce a tzv. samoorganizace mezi výrobcí a spotřebiteli je proto mezi inovativními řešeními v rámci strategie „Z farmy na vidličku“ velmi příznivým a běžným řešením ačkoli je obtížné s nimi začít.

V našich případových studiích můžeme vyzdvihnout spuštění sítě prodejních automatů na produkty (tzv. *masomaty*) české Farmy Basařovi.

Další informace o spolupráci v krátkých dodavatelských řetězcích potravin jsou k dispozici v modulu C.

4. Digitální inovace:

Již jsme se zmínili o tom, jak důležité mohou být v našich iniciativách dovednosti v oblasti digitálního marketingu, ale digitalizace je důležitá i v krátkém potravinovém řetězci jako celku.

Digitální a technologická řešení mohou sahát od analýzy metadat až po využití nových technologií ve výrobě nebo automatizaci úkolů. Celkově tato řešení usnadní život mnoha zúčastněným aktérům.

V našem souboru **případových studií** názorně ukazujeme sběr a analýzu mnoha dat pro rozhodování na příkladu *pomerančové farmy Ismaela Navarro* ve Španělsku. Ke zlepšení svého rozhodování využívá senzory vlhkosti instalované na farmě a analýzu dat z blízkých meteorologických stanic.



Kapitola 3: Závěr

V tomto modulu jsme se pokusili demonstrovat různé typy inovativních řešení v rámci strategie „Z farmy na vidličku“ na příkladech z provedených případových studií.

Přestože jsme zdůraznili čtyři hlavní oblasti, neznamená to, že tím inovace končí. Další oblasti, jako je **kvalita** a **sledovatelnost** nebo **dlouhodobá udržitelnost**, budou kromě výše uvedených podrobně popsány v dalších modulech.

Doufáme, že tento krátký modul dodal čtenářům inspiraci a podpořil jejich kreativitu a že budou schopni v souladu se strategií „Z farmy na vidličku“ také realizovat inovativní řešení podobná ať podobná již zmíněným či svá vlastní!

