



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

KLUB ZAKUPOWY

jako dobra praktyka kreowania systemu Krótkiego Łańcuchu
dostaw Żywności na przykładzie Koszyka Lisieckiego

przygotował zespół firmy a-Co.

Spis treści

I.	Wprowadzenie	2
II.	Co to jest Klub Zakupowy?	3
III.	Dobre praktyki w organizacji Klubu.....	4
IV.	Jak pozyskać rolników/producentów do udziału w Klubie.....	10
V.	Jak pozyskać konsumentów do udziału w Klubie	13
VI.	Uwarunkowania prawne i podatkowe	17
VII.	Sprawy własnościowe i inne.....	18
VIII.	Narzędzia informatyczne dla obsługi Klubu – IT PLM.....	18
IX.	Załącznik – REGULAMIN KLUBU ZAKUPOWEGO KOSZYK LISIECKI	20
X.	Załącznik – PRZYKŁADOWA OFERTA COTYGODNIOWA W PDF Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.	



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

I. Wprowadzenie

Coraz więcej osób zastanawia się nad pochodzeniem i składem kupowanych produktów spożywczych. Jednocześnie rośnie zapotrzebowanie na możliwość nabycia warzyw oraz owoców, które są uprawiane bez użycia chemicznych nawozów i środków ochrony roślin, wędlin robionych bez konserwantów, serów farmerskich czy pieczywa na zakwasie, bez ulepszczy.

Okazuje się jednak, że nie jest to takie proste, gdyż przetwórstwo i sprzedaż tego rodzaju produktów przez rolników do nie dawna była obwarowana szeregiem ograniczeń prawnych. Wraz z wprowadzeniem nowych możliwości prawnych sprzedaży bezpośredniej w latach 2017-18, a w szczególności nową formę sprzedaży - rolniczy handel detaliczny - jest coraz mniej barier prawnych. Znacznie ważniejszą barierę to trudności w dotarciu do informacji dotyczącej źródła pochodzenia produktów spożywczych. Z kolei, rolnicy oraz drobni wytwórcy stosujący tradycyjne metody produkcji, a w szczególności Ci oddaleni od miast, mają problemy z regularnym dotarciem do większej grupy klientów.

Problem dystrybucji i sprzedaży produktów wytwarzanych przez małych i geograficznie rozproszonych gospodarstw rolnych i małych przetwórców jest dostrzegany coraz częściej ze względu na narastające, ale w dużej mierze, niezaspokojone zapotrzebowanie rynku na produkty wprost od rolnika. Zainteresowanie to, przekłada się na liczne próby opracowania i wdrożenia różnego rodzaju nowatorskich kanałów dystrybucji opartych na skracaniu łańcuchu dostaw czyli „odległości” społecznej i geograficznej pomiędzy producentem a konsumentem.

Klub Zakupowy to przykład rozwiązania problemu łączenia bezpośredniego producentów z konsumentami w celu osiągnięcia wzajemnych korzyści, a przy okazji sposobu na ożywienie społeczno-gospodarcze obszarów wiejskich.

Oferta Klubu Zakupowego Koszyk Lisiecki – to produkty przede wszystkim z Ziemi Lisieckiej

Dobre praktyki przedstawione w niniejszym opracowaniu, wraz z demo oprogramowania dla obsługi Klubu Zakupowego, bazują na praktycznych doświadczeniach Koszyka Lisieckiego, który funkcjonuje nieprzerwanie od 5 lat w gminie Liszki pod Krakowem.

Klub Lisicki przedstawiają filmy

<https://youtu.be/wRC5gXmavWs>

<https://youtu.be/7mqQqic2aNc>





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

II. Co to jest Klub Zakupowy?

Klub Zakupowy to specyficzna forma zbiorowej sprzedaży żywności lokalnej, która łączy bezpośrednio indywidualnych producentów z indywidualnymi konsumentami, w oparciu o zasadę krótkiego łańcucha – bez zbędnych pośredników. Formuła jest bardzo prosta: z jednej strony grupa lokalnych rolników i małych przetwórców, a z drugiej grupa konsumentów. Jedni i drudzy współtworzą Klub dzięki animacji osób albo organizacji, która na bieżąco kojarzy jednych z drugimi, wspomagając proces regularnej, co tygodniowej, sprzedaży.

Producenci pozyskują stałych odbiorców swoich produktów, decydując o asortymencie, ilości oraz cenie oferowanych produktów. Z kolei konsumenci uzyskują regularny dostęp do żywności świeżej i smacznej wiadomego pochodzenia, wytwarzanej w regionie, w którym mieszkają. Uznajemy, że żywności sprzedawana w Klubie jest lokalna ponieważ sprzedawane produkty są wytwarzane na określonym obszarze, zazwyczaj nie więcej niż 50 km od miejsca zamieszkania konsumenta.

Klub Zakupowy angażuje producentów i konsumentów we wspólne działania, mające na celu zagospodarowania oszczędności wynikających z braku pośredników, polegających na tym, że producent nie tylko pozyskuje większą część ceny końcowej jako swój przychód, ale również zapewnia sobie regularną sprzedaż. Z kolei, konsument ma dostęp do produktów o określonej jakości po cenach konkurencyjnych ponieważ ma do wyboru w Klubie podobne produkty od różnych producentów. Przede wszystkim ma dostęp do produktów, których raczej nie kupi w sklepie.

Doświadczenie Klubu Lisieckiego jako formuły sprzedaży zbiorowej, polega na tym, że współczesny konsument jest przyzwyczajony do robienia zakupów w określonym czasie w jednym lub kilku miejscach. Producenci działający w pojedynkę mają trudne zadanie sprzedażowe, w szczególności jeśli mają ograniczony asortyment i ograniczone ilości własnego produktu. Dla producentów Klubu Lisieckiego, korzyść polega na tym, że oferując swoje produkty wraz z innymi producentami, zwiększają szansę sprzedaży, oszczędzając czas i pieniądze ponieważ to Klub umożliwia kontakt z klientem, który jest gotowy zapłacić odpowiednią cenę ponieważ również oszczędza czas i zapewnia sobie dostęp do sprawdzonych produktów od sprawdzonych producentów. Tak jak na targu, producent trafia do miejsca, w którym konsument poszukuje różnych produktów.

Koszyk Lisiecki wyróżnia się sprzedażą produktów lokalnych, sezonowych, wytwarzanych oraz przetwarzanych metodami naturalnymi i tradycyjnymi. Dlatego większość rolników i przetwórców tworzących Koszyk prowadzi gospodarstwa ekologiczne lub tradycyjne, chwając się stosownymi certyfikatami. W dużej mierze są to gospodarstwa niewielkie, czasem małe przydomowe ogródki, w których właściciele uprawiają warzywa i owoce głównie na potrzeby własnej rodziny, a nadwyżkę oddają do Koszyka. Warunek jest jeden – ma być zdrowo, naturalnie, bez zbędnej chemii i GMO! Gospodarstwa rolne i małe zakłady przetwórcze mają działać legalnie, spełniając wszelakie obowiązujące przepisy bezpieczeństwa żywności.



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

Jakie produkty?

Owoce sezonowe: m.in.: czereśnie, wiśnie, agrest, porzeczki, borówki amerykańskie, brzoskwinie, maliny, truskawki, jeżyny, śliwki, jabłka, gruszki, orzechy włoskie;
Warzywa sezonowe: nowalijki, ogórki, pomidory, cukinia, papryka, dynie, ziemniaki, buraczki, marchew, fasolka, kalarepka, por, jarmuż, zioła i inne;
Przetwory i dania gotowe: soki, syropy, dżemy, konfitury, powidła, salatkę, pasty, sosy, kiszki oraz pierogi i krostki;
Mięso, wędliny i ryby: wołowina, wieprzowina, kielbasa Lisiecka, szynka Mnikowska, schab pieczony, kielbasa wiejska, kabanos, karp z Zatora, jesiotr, pstrąg;
Pieczywo: kukielki, chleby na zakwasie, ciasta sezonowe;
Nabiał: jaja, ser kozłi, twaróg, ser bundz, masło, mleko;
Młody: wielokwiatowe, spadziowe, wrzosowe, mniszkowe, rzepakowe i inne;
Mąki i kasze: mąka pszenna, razowa, orkiszowa, żytnia, kasza jagłana i inne;
Alkohole: piwo warzone przez Cystersów w odnowionym browarze klasztornym wg starych receptur oraz Cydr słowiański z Dąbrowy Tarnowskiej, wytwarzany w 100% z mieszanek jabłek, małopolskich i świętokrzyskich;
Rękodzieło: wyroby wikliniarskie, lawendowe, hafty, serwety, korale;
Sadzonki: pomidorów i ogórków.



Asortyment produktowy Koszyka Lisieckiego

Rolnicy uczestniczą we wszystkich aspektach organizacji Klubu, zajmując się przygotowaniem, pakowaniem i dostarczaniem żywności do punktów odbioru lub bezpośrednio do domu klienta. To oni decydują o cenie, i to oni są gwarantem jakości oraz autentyczności pochodzenia. Zaufanie konsumenta kreują nie tylko produkt i jego walory, ale również wiedza o tym gdzie i jak określony produkt został wyprodukowany i przez kogo.

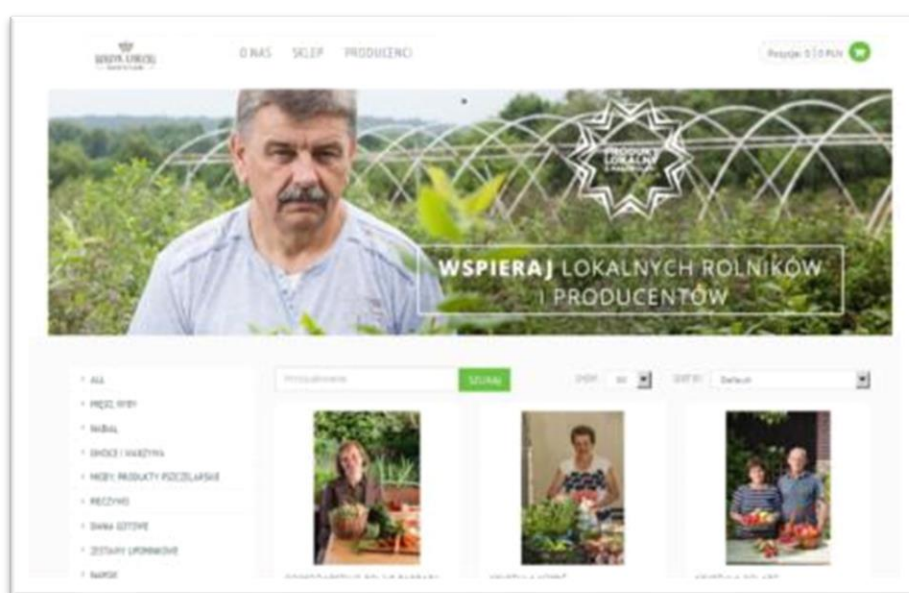
III. Dobre praktyki w organizacji Klubu

Każdy Klub ma opiekuna, który koordynuje i wspomaga wszystkie działania. Tak też jest w przypadku Klubu Lisieckiego, który zainicjowała Pani Dagmara Pilis, mieszkanka wsi Kaszów, przy wsparciu finansowym, organizacyjnym i informatycznym Fundacji Partnerstwo dla



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

Środowiska. Po 5 latach, Klub funkcjonuje w oparciu o specjalnie powołaną organizację pozarządową pn. Stowarzyszenie Producentów Koszyka Lisieckiego, która prowadzi i organizuje sprzedaż. Na początku Klub działał jako grupa nieformalnie współpracujących producentów i konsumentów na bazie e-maili oraz telefonu. Z czasem stworzono stronę internetową i system zamawiania oparty na rozwiązaniu informatycznym – zakupy.koszyklisiecki.pl



Witryna „sklepu” Koszyka Lisieckiego, wspomagana przez IT PLM, eksponująca produkty oraz ich producentów

Koszyk Lisiecki prowadzi cotygodniową sprzedaż w czwartki, a partycypujący producenci uwzględniają w cenach swoich produktów marżę, z której pokrywane są koszty organizacji tej sprzedaży, w tym też narzędzi informatycznych i rozliczeniowych. Od dwóch lat Klub konkuruje na rynku bez zewnętrznego zasilania finansowego w formie grantu czy subsydiów, angażując regularnie ok. 20-25 producentów (w zależności od pory roku) oraz ok. 400 konsumentów.

Klienci Koszyka mają pełną informację o produktach oraz gospodarstwach, z których te produkty pochodzą. Mogą, jeśli chcą, gospodarstwa odwiedzić, poznać ich właścicieli, zobaczyć jak uprawiane i czym nawożone są warzywa, co jedzą zwierzęta lub jak wygląda proces produkcji sera czy kiszonek.

Klienci Koszyka towar zamawiają przez stronę internetową Sprzedaż odbywa się raz na tydzień w formie „sesji sprzedażowej”. Warzywa i owoce zbiera się w dniu dostawy lub dzień wcześniej. Dzięki temu są zawsze świeże.



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

- Klub ma swojego opiekuna/koordynatora, który znajduje rolników i przetwórców do współpracy oraz pozyskuje konsumentów. W porozumieniu z producentami przygotowuje ofertę sprzedażową, dokonując ostatecznego wyboru produktów i ustalając ceny;
- Co tydzień opracowywana jest nowa oferta Klubu, którą opiekun publikuje na stronie internetowej i też wysyła do klientów e-mailem przy wsparciu freshmail.. W przypadku Koszyka, jest to poniedziałek;
- Klienci zamawiają produkty za pośrednictwem strony internetowej od poniedziałku do środy;
- Opiekun zamawia towar u rolników, określając rodzaj, ilość, sposób pakowania i dostarczenia produktów w środę po południu po zamknięciu zamówień;
- W „centrum logistycznym” które również jest punktem odbioru, towar jest segregowany i pakowany do skrzynek według zamówień. Każdy klient ma swoją skrzynkę.
- Klienci odbierają i płacą za towar osobiście w punkcie odbioru w czwartek w godzinach 16-19.30. Płatności są gotówką lub kartą.
- Po zamknięciu sesji, następuje rozliczenie z rolnikami i przygotowanie do sesji następnej.

Różnica pomiędzy Targiem, a Klubem polega na tym, że w Klubie mamy doczynienia z żywnością sprzedaną w dniu odbioru (producent wie ile czego i komu sprzedał), a na targu mamy doczynienia z żywnością, którą producent może sprzedać. Klub Zakupowy nie jest alternatywą dla targu, ale jego uzupełnienie, oferując producentom i konsumentom wygodny sposób kupowania i sprzedawania pożądanej coraz bardziej żywności lokalnej. W Klubie Liseckim jest sporo producentów, którzy nie prowadzą sprzedaży na targu ze względu na małą skalę ich produkcji.



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



Skrzynki oznakowane numerem zamówienia w punkcie odbioru Klubu Zakupowego Koszyk Lisecki w Karczmie Rohatyna



Chata Kryspinów, Cholerzyn

Punkt odbioru Klubu Koszyk Lisecki w Liszkach obsługuje co tydzień od 50-100 zamówień w zależności od pory roku



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

PROCEDURA OBSŁUGI KLUBU ZAKUPOWEGO NA PRZYKŁADZIE KOSZYKA LISIECKIEGO

DZIAŁANIE		OSOBA ODPOWIEDZIALNA	TERMIN WYKONANIA
USTALANIE CENNIKÓW			
1.	Kontakt z producentami i ustalenie listy produktów do nowej sesji	Opiekun Klubu	piątek -poniedziałek
2.	Pozyskiwanie opisów produktów, producentów i zdjęć od producentów	Opiekun Klubu	piątek -poniedziałek
3.	Przygotowanie zbiorczej tabeli ze zmianami cennikowymi	Opiekun Klubu	piątek -poniedziałek
4.	Wprowadzanie produktów na stronę internetową, tworzenie cenników producentów	Producenci przy wsparciu opiekuna Klubu	piątek -poniedziałek
DYSTRYBUCJA OFERTY DLA POSZCZEGÓLNYCH SESJI			
1.	Ustalanie ostatecznej oferty	Opiekun Klubu	Poniedziałek do godz. 12.00
2.	Wysyłka oferty - newsletter	Opiekun Klubu	Poniedziałek do godz. 12.00
OBSŁUGA ZAMÓWIEŃ			
1.	Rejestracja kupujących (jednorazowa)	Opiekun Klubu	Na bieżąco
2.	Prowadzenie korespondencji z klientami dotyczącej oferty, składania zamówień, dostępności produktów, problemów technicznych związanych z obsługą internetowego systemu zamówień.	Opiekun Klubu we współpracy z producentami	Od poniedziałku od godz. 12.00 do środy do godz. 12.00
3.	Koordinacja ilości składanych zamówień	Opiekun Klubu	Poniedziałek - środa
4.	Wysyłanie maili przypominających o składaniu zamówień do klubowiczów	Opiekun Klubu	Wtorek, środa
5.	Przygotowanie raportów wg producentów	Opiekun Klubu	Środa
6.	Zamykanie zamówień w systemie	Opiekun Klubu	Środa o godz 12.00
7.	Producenci otrzymują informację o zamówionych produktach	Opiekun Klubu	Środa
WYDAWANIE ZAMÓWIEŃ			
1.	Organizacja dostaw produktów	Opiekun Klubu	Środa, czwartek rano
2.	Rozkładanie zamówień do skrzynek	Opiekun Klubu	Czwartek
3.	Rozdział skrzynek wg punktów odbioru	Opiekun Klubu	Czwartek
4.	Wydawanie zamówień	Opiekun Klubu	Czwartek w godz 16-19.30
7.	Wystawianie paragonów dla klientów, faktur/RR dla producentów	Opiekun Klubu	
8.	Rozliczenie w księgowości	Opiekun Klubu	Piątek/poniedziałek
WDRAŻANIE/OBSŁUGA SERWISU INTERNETOWEGO (IT PLM)			
1.	Koordinacja działań dotyczących serwisu	Opiekun Klubu przy wsparciu IT PLM	Na bieżąco
2.	Usuwanie usterek, wprowadzanie zmian, testowanie na wersji demo.	Opiekun Klubu przy wsparciu IT PLM	Na bieżąco
3.	Wdrażanie producentów do obsługi serwisu (szczególnie w zakresie obsługi zamówionych towarów)	Opiekun Klubu przy wsparciu IT PLM	Na bieżąco



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

4.	Dokonywanie zmian w serwisie (nadpisywanie nowych wersji oprogramowania)	Opiekun Klubu przy wsparciu IT PLM	Piątki
MARKETING/PROMOCJA			
	Przygotowanie aktualnego newslettera (grafika, teksty) + testy wyświetlania	Opiekun Klubu	Piątek
	Aktualizacja bazy kontaktów zbieranej papierowo (z pliku Excel na dysku Google do Freshmaila)	Opiekun Klubu	Poniedziałek, do godz. 12.00
	Aktualizacja informacji na stronie internetowej	Opiekun Klubu	Poniedziałek, do godz. 12.00
	Wysyłka kampanii za pomocą Freshmaila	Opiekun Klubu	Poniedziałek, godz. 12.00
	Przygotowanie posta na Facebook z aktualną ofertą	Opiekun Klubu	Poniedziałek, do godz. 12.00
	Monitoring sesji we Freshmailu i analiza statystyk, aktualizacja bazy i adresów e-mail podczas wysyłki	Opiekun Klubu	Piątek - statystyki
	Monitoring sesji na FB z aktualną ofertą	Opiekun Klubu	Piątek - statystyki
	Przygotowanie i wysyłka informacji ponawiającej (grafika, teksty)	Opiekun Klubu	Wtorek, do godz. 17.00
	Przygotowanie pozostałych materiałów promocyjnych dot. klubu	Opiekun Klubu	Na bieżąco

Podsumowując, co jest potrzebne do zorganizowania Klubu Zakupowego, to:

1. Określenie charakteru i zasad sprzedawanych produktów (np. lokalne produkty od producentów lokalnych) w formie **REGULAMINU FUNKCJONOWANIA KLUBU**.
2. **PRODUKTY OFEROWANE NA SPRZEDAŻ**, dostarczanych do punktów sprzedaży przez producentów (zgodnie z przyjętym regulaminem)
3. **COTYGODNIOWA OFERTA SPRZEDAŻOWA KLUBU** (może być na początek zawarta w formie wiadomości email bądź załącznika w pdf, albo w formie „sklepu” w Internecie przy wykorzystaniu oprogramowania IT PLM)
4. **PUNKT ODBIORU LUB KILKA PUNKTÓW ODBIORU**, gdzie konsumenci mogą odebrać zamówione przez siebie produkty. Punkt odbioru musi być wyposażony w skrzynki, w których konsument znajdzie swoje zamówienie oraz lodówkę, w której muszą być przechowywane produkty tego wymagające – wędliny, nabiał, mięso itp.). Punkt odbioru musi spełniać warunki bezpieczeństwa żywności czyli wymogów Sanepidu punktu wprowadzania żywności w obrót handlowy. Musi być np. zlew i woda. W punkcie odbioru musi być również kasa fiskalna oraz inne urządzenie niezbędne dla prowadzenia sprzedaży (np. terminal dla kart kredytowych).
5. Do prowadzenia Klubu potrzebny jest **OPIEKUN (osoba)**, który działa w imieniu **ORGANIZATORA KLUBU (osoba prawna)** uprawnionego do prowadzenia sprzedaży (w przypadku Koszyka Lisieckiego, prowadzącym sprzedaż jest Stowarzyszenie Producentów



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

Koszyka Lisieckiego). Opiekun organizuje proces przygotowania oferty, zamawiania, pakowania i wydawania produktów, posiłkując się oprogramowaniem IT PLM oraz specjalistą do jego obsługi oraz zespołem do pakowania i wydawania produktów w punkcie lub w punktach odbioru (zazwyczaj 2 osoby w punkcie logistycznym oraz 1 osoba w każdym punkcie odbioru)

6. **OPROGRAMOWANIE IT PLM** umożliwia organizować i skalować sprzedaż czyli zwiększać liczbę partycypujących sprzedających i kupujących, liczbę i różnorodność sprzedawanych produktów oraz wolumen sprzedaży przy ograniczaniu kosztów obsługi sprzedaży. Demo IT PLM jest dostępne jako część niniejszego opracowania.

IV. Jak pozyskać rolników/producentów do udziału w Klubie

Właściciele niewielkich gospodarstw i przetwórnicy, którzy działają w ramach Koszyka Lisieckiego mają szansę na uzyskanie znacznie większego dostępu do rynku. W konsekwencji mogą spodziewać się większych zysków, tym bardziej, że jako współtworzący Klub Zakupowy członkowie Stowarzyszenia Producentów Koszyka Lisieckiego mogą narzucić znacznie niższe marże niż sklepy i wspólnie uzgadniać politykę marketingową i rozwojową.

Rolnicy/producenty mogą też liczyć na wsparcie dotyczące rozwoju ich działalności produkcyjnej oraz biznesowej ze strony współpracujących z Stowarzyszeniem organizacji, oraz samych klientów, którym zależy na stałym i odpowiadającym ich potrzebom dostępie do lokalnych produktów.

Każda metoda pozyskiwania do współpracy rolników i producentów jest dobra, jeśli okaże się skuteczna. Nie ma jakiejś gotowej recepty. Przygotowanie własnej inwentaryzacji producentów na danym terenie jest przedsięwzięciem czasochłonnym i kosztowym, a istniejące bazy danych w posiadaniu urzędów, organizacji pozarządowych, izb rolniczych działających na określonym terenie nie są zazwyczaj dostępne i w dodatku często nie są aktualizowane. Nic jednak nie zastąpi osobistych kontaktów i rozmów z lokalnymi rolnikami i producentami.

Urząd gminy czy powiatu na danym terenie może pomóc poprzez zapraszanie rolników i małych producentów na spotkania informacyjne. Współpraca z Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego czy też Izbą Rolniczą jest jak najbardziej wskazana ponieważ, instytucje te współpracują na co dzień z rolnikami i mają rozeznanie w terenie. Często można znaleźć w Izbie, Lokalnej Grupie Działania, gminie czy też w ODRze pasjonatów żywności lokalnej, którym również zależy na tym, by żywność od rolnika była bardziej dostępna dla konsumentów.

W przypadku Koszyka Lisieckiego, wszystko zaczęło się od garstki pasjonatów, którym zależało na uzyskaniu stałego dostępu do żywności lokalnej. Pozyskali pierwszych producentów do współpracy, przekonując ich tym, że inicjatywa przyniesie korzyści dla miejscowości, w której



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

mieszkają i pracują. Pierwsi pozyskani producenci, to rolnicy produkujący w większej skali, sprzedający swoją produkcję na targach lub w skupie. Byli też tacy, którzy wcześniej nie sprzedawali ponieważ ich produkcja była skierowana głównie na własne potrzeby. Inicjatywa koszyka była dla nich interesująca ponieważ dała możliwość sprzedaży nadwyżek produkcji „domowej”.

Kluczowym i decydującym argumentem dla rolników i małych przetwórców była (i wciąż jest) sprzedaż i dostęp do konsumenta poszukującego żywności świeżej, smacznej i bez chemii. Z punktu widzenia rolnika czy też przetwórcy, koszt udziału w Klubie to kwestia czasu i pieniędzy. Producenci chętnie się angażują, jeśli udział w Klubie przynosi oszczędności czasowe (np. nie trzeba jeździć na targ) oraz finansowe (marża w Klubie jest znacznie mniejsza niż sklepie).

Ważne doświadczenie z działalności Koszyka jeśli chodzi o angażowaniu producentów, wiąże się z tym, że muszą oni się sami przekonać do tej formy sprzedaży i uwzględnić ją w prowadzonej przez siebie działalności. Podpisywanie umów, deklaracji czy też innych dokumentów często – przynajmniej na początku – zniechęca do współpracy. Apele do wspólnego działania również nie są przekonywujące. Liczą się korzyści indywidualne (przede wszystkim sprzedażowe), które z punktu widzenia kalkulacji sprzedającego są najbardziej opłacalne. W momencie kiedy Klub Zakupowy staje się istotnym kanałem sprzedaży dla producenta, można mówić o trwałej współpracy i rozwoju. Innymi słowami, jeśli korzyści indywidualne wynikają z działalności zbiorowej prowadzonej w formie Klubu, rolników i drobnych producentów będzie przybywać.

Koszyk Lisecki promuje swoich producentów, ich produkty oraz region ich pochodzenia jako jeden spójny komunikat

Lubię odkrywać nowe smaki

Swoje małe gospodarstwo Renata Czark prowadzi w Cholerzynie. Uprawia warzywa i owoce w zasadzie na własne potrzeby. Nadwyżki trafiają do Koszyka Liseckiego. **Bakłażany, papryka, pomidory, cebula, cukinia, pietruszka, koperek rosną pięknie bez sztucznych nawozów i oprysków. Po ogródku biega małe stadko szczęśliwych kurek, które karmione są wyłącznie własnym zbożem i warzywami.** Pani Renata robi też różnego rodzaju przetwory według starych, tradycyjnych przepisów, które twórczo modyfikuje. Uwielbia odkrywać nowe krainy smaków i zapachów. Jej pierogi (ze szpinakiem i fetą) i krostki (z mięsem, kapustą i grzybami, szpinakiem) należą do ulubionych dań klientów Klubu Zakupowego. – **Selekt dobrych pierogów tkwi przede wszystkim w dobrym cieście i odpowiednich proporcjach składników – mówi pani Renata.**

Gospodarstwo jest w trakcie certyfikacji PLM.



Organizatorzy czy też inicjatorzy Klubu Zakupowego – jeśli są to organizacje pozarządowe – zazwyczaj korzystają z grantów czy też innych form wsparcia finansowego. Tak też było w przypadku Koszyka Liseckiego. Wydaje się, że jest to niezbędne, ale warto mieć na uwadze,



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

że trwałość przedsięwzięcia zależy nie od poziomu dofinansowania, ale od konkurencyjności przedsięwzięcia na rynku. Liczy się więc forma organizacyjna i koszty jej utrzymania. Przedsięwzięcia Klubów Zakupowych spotykają się z problemami, jeśli stają się one uzależnione od dofinansowania lub subsydiów. W momencie gdy kończy się grant czy też inna forma dofinansowania, przedsięwzięcie upada jeśli partycypujący kupujący i sprzedający nie są gotowi pokryć kosztów organizacji przedsięwzięcia.

Utożsamienie producentów z Klubem jest kluczowym elementem pozyskiwania ich do współpracy. W przypadku Koszyka Lisieckiego, jest to przede wszystkim klub producentów, którzy w nim sprzedają. To oni ustalają politykę i zasady funkcjonowania i kształtują politykę jego rozwoju. Oznacza to, że korzyści finansowe i inne wynikające z działalności Klubu w pierwszej kolejności zaspokajają ich potrzeby - a nie potrzeby pośrednika, którym często stają się organizacje pozarządowe, które działają w imieniu rolników i producentów.

Producenci oraz ich produkty kreują markę Klubu Zakupowego

Proces pozyskiwania producentów do współpracy nigdy się nie kończy. Wydaje się żmudnym i czasochłonnym, ale na przestrzeni czasu powstają coraz silniejsze relacje pomiędzy producentami oraz pomiędzy producentami a konsumentami. Tworzy się społeczność, która z kolei tworzy markę, rozpoznawalność, i co za tym idzie, rynkową konkurencyjność. Rolnicy oraz inni producenci, oferujący na sprzedaż swoje produkty w Klubie, budują jego wiarygodność. Z biegiem czasu, określają również potrzeby wynikające z ich indywidualnych uwarunkowań, ambicji i planów. Klub staje się również metodą na szukanie i pozyskiwanie rozwiązań dopasowanych do indywidualnych potrzeb np. w sprawach podatkowych, produkcyjnych, prawnych, wynikających z rozwoju działalności Klubu.

Należy uwzględnić fakt, że nie wszyscy producenci będą sprzedawać cały rok z uwagi na rozmiar i charakter swojej produkcji. Niektórzy odejdą w momencie pozyskania stałych klientów czy też wybrania bardziej korzystnego dla siebie innego kanału sprzedaży. Inni z kolei, będą uczestniczyć z powodów sentymentalnych czy towarzyskich, nie zakładając zwiększenia sprzedaży. Kluczem do sukcesu Koszyka było (i wciąż jest) otwartość na wszystkich producentów z obszaru Ziemi Lisieckiej oraz producentów niedostępnych lokalnie produktów pożądanym przez konsumentów, którzy spełniają wymogi czy credo Klubu, które przyjęli jego inicjatorzy. W przypadku Klubu Lisieckiego to:

- Produkty nieprzetworzone i przetworzone wytwarzane przede wszystkim na Ziemi Lisieckiej (gmina Liszki oraz okoliczne gminy), oraz w uzasadnionych przypadkach (np. braku danego produktu lokalnie) z innych części Małopolski
- Produkty z małych gospodarstw rolnych oraz przetwórców, stosujących nieprzemysłowe formy produkcji, bez chemii i polepszaczy.



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

Należy zachęcać partycypujących producentów do pozyskiwania certyfikatów, w tym też certyfikatów żywności ekologicznych, ale nie należy stawiać tego jako warunku. To producent musi uznać, że określony certyfikat wyróżni jego produkt i przyniesie korzyści.

W Koszyku Lisieckim na przykład, z biegiem lat coraz więcej producentów decydowało się na certyfikację. Należy pamiętać jednak, że w Klubie, liczy się nie tyle certyfikat, ale gwarancja jakości i autentyczności związana z osobą producenta. Partycypujący producenci są z biegiem czasu coraz bardziej świadomi tego faktu, i w związku z tym, stanowią coś w rodzaju wewnętrznego systemu kontroli. Poszczególni producenci przyjmują do świadomości i praktyki fakt, że niewłaściwa jakość czy podejrzenia o sfałszowanie autentyczności produktu innego producenta odbiją się również na ich sprzedaży, a więc nie tylko identyfikują się coraz bardziej z marką Koszyk Lisiecki, ale również aktywnie pilnują jej podstawy – lokalne produkty wiadomego pochodzenia.

Doświadczenie Koszyk wykazuje również, że tym większa różnorodność oferowanych produktów i tym większy wybór (np. jajka od kilku producentów), tym większa sprzedaż indywidualna producentów. Warto również mieć na uwadze, że nie liczy się tylko cena. Z biegiem czasu konsumenci kupują produkty od swoich ulubionych producentów, kierując się również smakiem i swoimi preferencjami produktowymi. Przekłada się na to, że wcale nie sprzedają się najlepiej najtańsze produkty. Często też konsumenci kupują produkty od producentów poza formułą Klubu, np. na targu lub bezpośrednio w gospodarstwie. Producenci też mogą umawiać się indywidualnie z dostawami do domu lub miejsca pracy jeśli jest to wygodne dla obu stron. Nie przeszkadza to w funkcjonowaniu Klubu, wręcz odwrotnie zachęca do kupowania w nim ponieważ punkt odbioru jest regularnie dostępny i wygodnym miejscem sprzedaży dla większości partycypujących konsumentów.

To co jest istotne, i też zamierzeniem, w organizowaniu Klubu to wytworzenie po stronie producentów indywidualnie i zbiorowo zdolność do kształtowania własnej polityki sprzedażowej, w tym też cenowej. Klub ma na celu umożliwianie i wspomaganie takiej właśnie sprzedaży.

V. Jak pozyskać konsumentów do udziału w Klubie

Klub Zakupowy nie jest rozwiązaniem uniwersalnym dla wszystkich konsumentów. Jest to przede wszystkim odpowiednia formuła do rodzin z dziećmi, które regularnie robią zakupy, zwracając uwagę na jakość i pochodzenie produktów spożywczych. Jest to forma sprzedaży, która wychodzi na przeciwko potrzebom konsumentów, którzy chcą:

- Mieć regularny dostęp do smacznej, sezonowej, świeżej żywności bez chemii i gmo,
- Kupować legalnie żywność wiadomego pochodzenia – wprost od małych gospodarstw i producentów Ziemi Lisieckiej



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

- Ograniczać swoje oddziaływanie na środowisko naturalne – żywność „podróżuje” nie więcej niż 1 godz., jest świeża lub przetwarzana tradycyjnymi metodami (domowe wędliny, sery, przetwory), co także dobrze wpływa na jej cenę,
- Oprzeć kuchnię swojej rodziny o zdrową, sezonową żywność – mamy wszystko, co stanowi podstawę codziennej diety – warzywa, owoce, pieczywo, nabiał, mięso i ryby, wodę, soki, miód,
- Wspierać małe gospodarstwa, kupując ich produkty po uczciwych cenach.

Klienci Koszyka Lisieckiego cenią sobie przede wszystkim to, że mogą kupować produkty pochodzące z pewnego źródła, które są zdrowe, dobre, tradycyjne i świeże. Mają też pewność, że wszystko co jest w danej chwili sprzedawane zostało uzyskane w sposób zgodny z naturalnym cyklem natury. Dużym udogodnieniem jest możliwość dopytania na bieżąco o różne sprawy związane z dostępnymi produktami, sposobem składania zamówienia czy też jego odbiorem.

Tak jak w przypadku pozyskiwaniu producentów do współpracy, każda skuteczna metoda jest dobra. Niewątpliwie doświadczenie Koszyka Lisieckiego wykazuje, że kontakt osobisty z konsumentami i potencjalnymi konsumentami ma największe znaczenie. Taki kontakt można nawiązać poprzez organizowanie targów, festynów czy też innych wydarzeń, który przyciąga potencjalnych konsumentów, umożliwiając im skosztowanie produktów lokalnych oraz poznanie ich producentów.

Media społecznościowe, w szczególności facebook, są niezastąpione, tak jak i inne działania promocyjne, które zwracają uwagę na Klub Zakupowy i jego ofertę. Natomiast sprzedaż – w przeciwieństwie do wyrazów poparcia czy liczba like’ów na profilu facebooku czy też zarejestrowanych w Klubie konsumentów – jest przede wszystkim uwarunkowana łatwością i wygodą dotarcia do punktu odbioru.

W Koszyku Lisieckim, Facebook stanowi ważną, ale nie decydującą metodę, pozyskiwania klientów



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



Koszyk Lisecki jest przede wszystkim dla tych, dla których dotarcie do podstawowego punktu odbioru – Chata Rohatyna w Kryspinowie nie daleko lotniska Balice w Krakowie – nie stanowi problemu. Większość klientów odbiera zakupy po odebraniu dzieci ze szkoły albo przy okazji większych zakupów w pobliskich marketach, czy też w drodze do domu po pracy. Kluczowa sprawa to spowodowanie by konsument wkomponował zakupy w funkcjonowanie swojego gospodarstwa domowego. Chodzi o wprowadzenie nawyku kupowania w Koszyku i dostosowania konsumenta do robienia w nim zakupy, w szczególności jeśli chodzi o odbiór zamówionych produktów w określonym miejscu, w określonych godzinach.

Konsumenci Koszyka Liseckiego stanowią część jego społeczności, i tak jak producenci, identyfikują się z nim. Z biegiem czasu, preferencje indywidualnych konsumentów są coraz lepiej znane, a więc można również proponować czy też wprowadzać do oferty Koszyka nowe produkty. Jest to ważna szansa i sygnał rynkowy dla wielu partycypujących producentów. Część konsumentów organizuje się w grupy logistyczne, w których kilka rodzin zamawia wspólnie i na zmianę organizuje odbiór zamówień dla wszystkich.



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

Konsumenci cenią sobie receptury i inne podpowiedzi od producentów dotyczące jak kulinarnie wykorzystać kupowane produkty



Dobry przepis

Tradycyjne szpece z borówkami

Czyli inaczej kluski kładzione. W Małopolsce znane od czasów zaborów. Proste w przygotowaniu kluski możesz podać zarówno z mięsnym sosem, jak i owocami.

Składniki:

szklanka mąki
2 jaja
szczypta soli
szczypta galki muskatołowej
pół szklanki ciepłej wody
2 łyżki masła

Dodatek do podania:

cukier puder

fruzelina borówkowa lub świeże owoce borówki amerykańskiej

Sposób przygotowania:

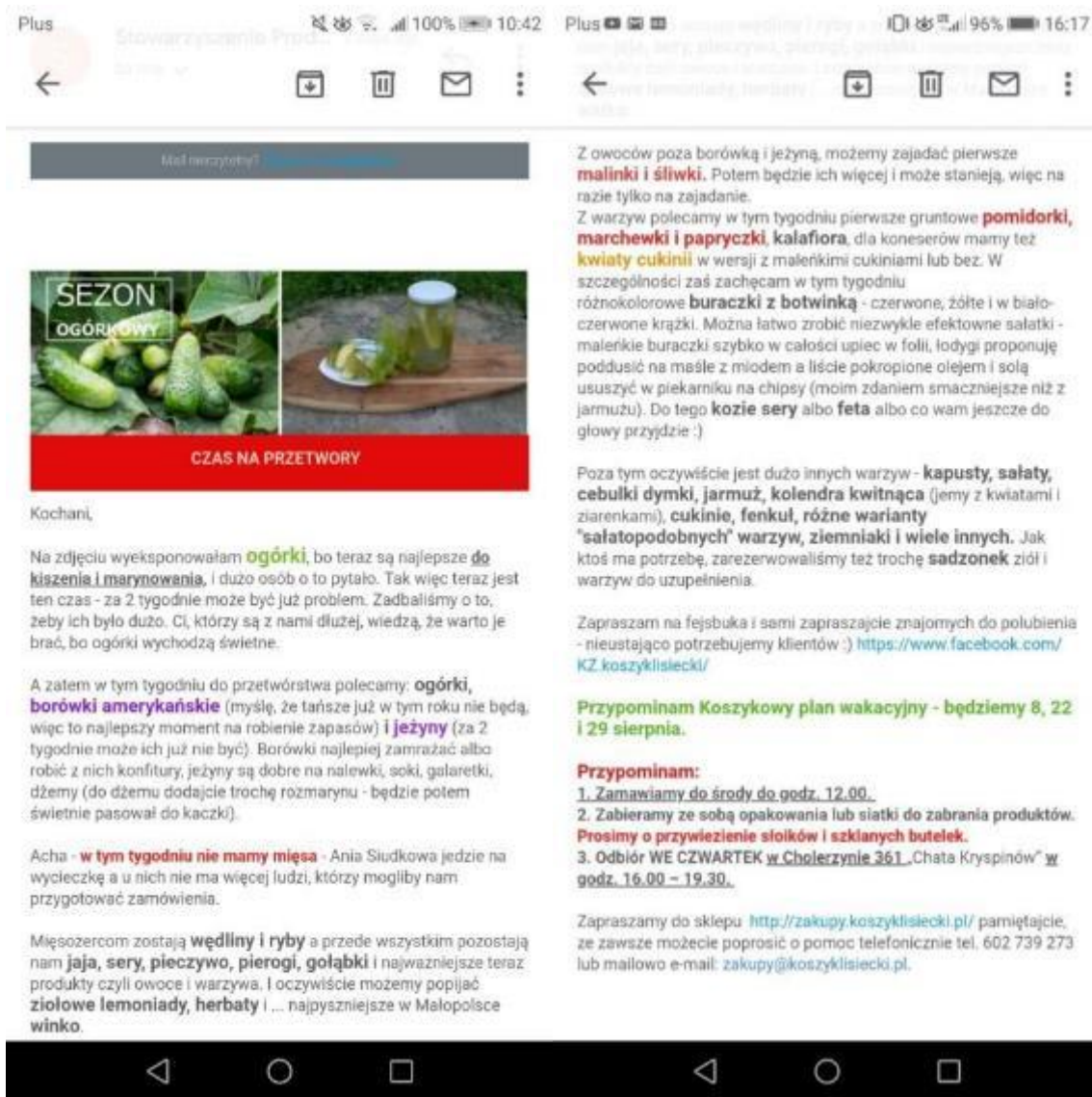
Składniki wymieszaj porządnie w misce, odstaw na kilka minut i zamieszaj raz jeszcze. Zagotuj lekko osoloną wodę w garze. Rozsmaruj cienką warstwę ciasta na lekko mokrej, drewnianej desce. Długim nożem odciń naj kilkunastomilimetrowe kawałki i trzymając deskę nad garnkiem, wrzucaj kluski do środka. Po wypłynięciu gotuj je dosłownie minutę. Powtarzaj te czynności dla każdej „porcji z deski”. Kiedy wszystkie szpece będą już gotowe, podsmaż je delikatnie na maśle. A na końcu posyp cukrem pudrem i w zależności od pory roku dodaj świeże borówki amerykańskie lub fruzelinę.

Dla konsumentów, liczy się kontakt osobisty i spersonalizowany, który podkreśla wyjątkowość produktów oraz producentów z nimi związanych, w ofercie każdej sesji. Ważna jest możliwość dokonania zakupów poza Klubem bezpośrednio od producenta oraz możliwość odwiedzenia miejsca produkcji. W praktyce, nie wielu konsumentów korzysta z takich możliwości, ale większość ceni sobie taką możliwość.

Na wcześniejszym etapie rozwoju, organizatorzy Koszyka wysyłali maila z ofertą. Dziś przy większej liczbie zarejestrowanych konsumentów (ponad 400!), spersonalizowana oferta jest wysyłana za pośrednictwem freshmail (www.freshmail.pl), webowy system prowadzenia kampanii e-marketingowych. W dodatku, przypominalki wraz z ofertą w wersji pdf są przesyłane mailem według życzenia. W coraz bardziej zatłoczonych skrzynkach mailowych konsumentów, liczy się spersonalizowanie i nawyk kupowania co tydzień w sklepie Klubu Koszyka Lisieckiego – zakupy.koszyklisiecki.pl



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



Przykładowa przesyłka ofertowa, która jest wysyłana co tydzień za pośrednictwem freshmail do konsumentów zarejestrowanych w Koszyku Liseckim

VI. Uwarunkowania prawne i podatkowe

Klub Zakupowy jest przede wszystkim formą sprzedaży żywności i funkcjonuje de facto jako sklep. Oznacza to, że sprzedawana żywność musi być produkowana, przetwarzana, przechowywana i sprzedawana zgodnie z obowiązującymi przepisami sanitarnymi oraz podatkowymi. W Klubie Zakupowym można sprzedawać każdy produkt, który został legalnie wyprodukowany. Należy pamiętać, że to producent żywności odpowiada za bezpieczeństwo żywności (a nie Klub).



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

W świetle obecnie obowiązujących przepisów, organizacja prowadząca Klub odpowiada za wszystkie kwestie sprzedażowe wobec fiskusa, prowadząc kasę fiskalną. Organizacja ta sprzedaje produkty, które wcześniej kupuj od producenta, konsumentowi końcowemu. W przypadku Koszyka Lisieckiego jest to Stowarzyszenie Producentów Koszyka Lisieckiego. Forma prawna dostawcy produktów do Klubu nie ma znaczenia. Może to być rolnik, sprzedający w ramach MLO, rolniczego handlu detalicznego, sprzedaży bezpośredniej czy też dostaw bezpośrednich, albo przedsiębiorca sprzedający w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Istotne jest to by ta sprzedaż była legalna.

Ze względu na fakt, że wiele Klubów Zakupowych (tak jest też w przypadku Koszyka Lisieckiego) ma doczynienia z rolnikami, którzy produkują wyłącznie na własne potrzeby, to ważna rola organizatorów Klubu wiąże się z pomaganiem rolnikom wybrać odpowiednią dla siebie formę prawną sprzedaży.

VII. Sprawy własnościowe i inne

Doświadczenie Koszyka Lisieckiego wskazuje, że można osiągnąć trwałość Klubu Zakupowego w przypadku spełnienia co najmniej trzech podstawowych warunków:

1. Postępuje sprzedaż w rozmiarze, który zapewnia korzyści indywidualne uczestnikom (zarówno producentom, jak i konsumentom oraz organizatorom) wynikające z działania zbiorowego w formule Klubu Zakupowego
2. Następuje ciągle eksperymentowanie i dostosowywanie funkcjonowania Klubu jako formy organizacyjnej, w tym asortyment oferowanych produktów, polityka sprzedaży oraz narzędzia informatyczne wspomagające działalność Klubu, w odpowiedzi na zmieniające się uwarunkowania i możliwości na rynku żywności
3. Organizator Klubu posiada pełne prawa do oznakowania i marki Klubu i działa w pierwszej kolejności w imieniu i w interesie producentów, którzy kreują wartość i autentyczność marki Klubu.

VIII. Narzędzia informatyczne dla obsługi Klubu – IT PLM

Większość rozwiązań Klubów Zakupowych w Polsce działa w małej skali, angażując zazwyczaj nie więcej niż kilkunastu rolników i producentów oraz kilkadziesiąt konsumentów z uwagi na bariery organizacyjne, które wynikają z zwiększania liczby zaangażowanych, różnorodności asortymentu sprzedawanych produktów oraz wolumenu sprzedaży. Koszty organizacyjne zwiększają się ze skalą przedsięwzięcia i pojawiają się problemy logistyczne i rozliczeniowe. Dlatego też, coraz więcej Klubów Zakupowych posiada narzędzia informatycznymi, które wspierają lub wręcz zastępują działania animatorów i organizatorów Klubu.



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

Przy stosunkowo małej skali (np. 10 producentów, 100 konsumentów), funkcjonowanie Klubu może opierać się na dyżurach uczestników czy też na wolontariacie przy wykorzystaniu prostych arkuszy excela i telefonu. Natomiast przy skalowaniu przedsięwzięcia, potrzebne są rozwiązania organizacyjne, które ograniczają (a nie zwiększają) kosztów przy rosnącej skali funkcjonowania. Tak też działał Koszyk Lisecki w początkowym etapie swojej działalności.

Dla osiągnięcia większej skali, większego oddziaływania, i co za tym idzie, większej rentowności, niezbędne są narzędzia informatyczne. Serwis IT PLM został opracowany jako narzędzie do obsługi Klubów Zakupowych na zlecenie Fundacji Partnerstwo dla Środowiska przez firmę A-Co. Serwis ten został przygotowany jako narzędzie informatyczne, które musi być dostosowane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości danego Klubu Zakupowego – tak jak to zrobili organizatorzy Koszyka Liseckiego.

Wersja demo serwisu IT PLM stanowi część niniejszego opracowania i jest dostępna via strona www.prostodrolnika.pl



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

IX. Załącznik – REGULAMIN KLUBU ZAKUPOWEGO KOSZYK LISIECKI

REGULAMIN SERWISU INTERNETOWEGO KLUBU ZAKUPOWEGO KOSZYK LISIECKI

§ 1.

Warunki ogólne

Szczegółowe zasady korzystania z serwisu internetowego prowadzonego pod adresem zakupy.koszyklisiecki.pl (zwanego dalej serwisem) odbywają się według niniejszego regulaminu. Złożone przez Klienta (zwanego dalej Klientem lub Zamawiającym) zamówienie jest równoznaczne z akceptacją regulaminu i zobowiązuje Klienta do jego przestrzegania.

Operatorem serwisu internetowego jest:
Stowarzyszenie Producentów Koszyk Lisiecki

Ceny produktów dostępnych w sklepie są cenami brutto (zawierają należny podatek VAT) i są przedstawione w złotych polskich.

Do korzystania z serwisu niezbędny jest dostęp do sieci Internet oraz konto poczty elektronicznej.

Zabrania się wszelkich czynności, które destabilizowałyby pracę serwisu internetowego, utrudniałyby dostęp lub korzystanie z niego. Zabronione jest podejmowanie innych działań na szkodę Właściciela serwisu internetowego lub innych Kupujących lub zagrażających ich prawom lub interesom.

§ 2.

Uzyskanie dostępu do serwisu

Klub Zakupowy Koszyk Lisiecki funkcjonuje jako element systemu sprzedaży Produkt Lokalny z Małopolski, którego operatorem jest Fundacja Partnerstwo dla Środowiska.

Klub zakupowy Koszyk Lisiecki jest klubem zamkniętym, co oznacza, że osoby nieposiadające rekomendacji innych klubowiczów, nie mają dostępu do oferty znajdującej się w serwisie.

Aby uzyskać login i hasło do korzystania z serwisu, należy skontaktować się z koordynatorem Klubu Zakupowego Koszyk Lisiecki korzystając z adresu: koszyk.lisiecki@gmail.com.

Po zgłoszeniu i weryfikacji przez koordynatora Koszyka Lisieckiego, klient dostaje dostęp do strony internetowej zakupy.koszyklisiecki.pl, która zawiera aktualną informację o dostępnych produktach.



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

Rejestracja do serwisu odbywa się przy składaniu pierwszego zamówienia. Utworzony login i hasło dają dostęp do konta klienckiego i przy kolejnych zamówieniach pozwalają na korzystanie z opcji „Mam już konto” (podczas składania zamówienia) lub bezpośrednio funkcji „Zaloguj”.

§3.

Tworzenie oferty i proces zamawiania produktów

Oferta produktów dostępnych w klubie zakupowym jest aktualizowana dla każdej sesji. Rozpoczęcie sesji odbywa się w poniedziałki i jest sygnalizowane mailem informującym o jej uruchomieniu. Dopiero po otrzymaniu maila, można zamawiać produkty z aktualnej sesji.

Zamówienia przyjmowane są do środy do godz. 14.00.

Po złożeniu zamówienia Klient otrzyma drogą e-mail potwierdzenie przyjęcia zamówienia do realizacji.

Jeśli ilość zamawianego produktu podczas dodawania do koszyka przekracza jego dostępność w serwisie, klient otrzymuje komunikat o ograniczonej dostępności. Ostateczne potwierdzenie listy zamówionych produktów klient uzyskuje zawsze po zatwierdzeniu zamówienia.

Zamówienie złożone przez Klienta stanowi ofertę w rozumieniu przepisów prawa Cywilnego. W przypadku niedostępności towarów objętych zamówieniem Klient jest informowany o stanie zamówienia i podejmuje decyzję o sposobie jego realizacji (częściowa realizacja, wydłużenie czasu oczekiwania, anulowanie całości zamówienia).

Wartość zamówienia podawana podczas składania zamówienia jest szacunkowa. Ostateczna wartość zamówienia jest podawana przy odbiorze produktu. (Różnica w cenie podanej przy zamówienia a cenie końcowej, wynika z gramatury produktów sprzedawanych na sztuki (np. gomułka sera, cała szynka).

Zamówienia towarów mogą składać wyłącznie osoby fizyczne posiadające pełną zdolność do czynności prawnych oraz podmioty prowadzące działalność gospodarczą.

Sklep internetowy nie ponosi odpowiedzialności za niedostarczenie wiadomości przesłanej na wskazany przez Klienta adres email, co może być spowodowane w szczególności przez blokowanie lub usuwanie emaili przez oprogramowanie zainstalowane na komputerze używanym przez Klienta lub blokowanie przez administratorów serwerów pocztowych.

Jednorazowe nieodebranie zamówionych produktów skutkuje wykluczeniem z możliwości uczestnictwa w klubie zakupowym.

§ 4.

Płatność i odbiór produktów

Płatność odbywa się przy odbiorze produktów. Możliwa jest tylko płatność gotówkowa.

Za dokonany zakup wystawiany jest paragon.



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

Odbiór osobisty zamówionych produktów odbywa się we czwartki, w godz. od 16.00 – 20.00,
w wyznaczonych lokalizacjach:

„Chata Kryspinów”, Cholerzyn 361, 32-060 Liszki

Inne wg. potrzeby

§ 5

Reklamacje i zwroty

Zgodnie z art. 10 Ustawy z dnia 2 marca 2000 roku "O ochronie niektórych praw Konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny" zamawiającemu przysługuje prawo odstąpienia od umowy kupna-sprzedaży zawartej na odległość w terminie 14 dni od dnia dostarczenia. Towar powinien być zwrócony w oryginalnym opakowaniu. Zwrotu należy dokonać w terminie 14 dni od daty odbioru pod adres firmy, po uprzedniej informacji drogą e-mailową (koszyk.lisiecki@gmail.com). Podstawą przyjęcia reklamacji jest przedstawienie przez Klienta dowodu zakupu towaru.

Żywność to specjalna grupa towarów, które na ogół mają krótszą przydatność do spożycia. Żywność złej jakości podlega reklamacji:

w terminie 3 dni od otwarcia towaru paczkowanego oznakowanego terminem przydatności do spożycia lub datą minimalnej trwałości.

w terminie 3 dni od dnia sprzedaży w przypadku towaru sprzedawanego luzem.

Reklamowany produkt, Klient może zwrócić w punkcie odbioru towaru, w godzinach jego funkcjonowania.

Po uwzględnieniu reklamacji, zwrot za reklamowany towar zostanie dokonany gotówkowo.

Przy stwierdzeniu niezgodności pomiędzy złożonym zamówieniem a dostarczonym towarem, Klient powinien niezwłocznie powiadomić o tym fakcie sprzedawcę i odmówić przyjęcia towarów, których nie zamawiał.

§ 6.

Ochrona danych osobowych

Wszystkie dane osobowe Klientów wymagane podczas rejestracji w serwisie są gromadzone i wykorzystywane tylko i wyłącznie w celach obsługi Klientów i realizacji zamówień w serwisie.

Rejestrując się na stronie sklepu Klient wyraża zgodę na wykorzystywanie i przetwarzanie danych osobowych i adresowych dla potrzeb obsługi zawartej umowy sprzedaży oraz w celu realizacji zamówienia – zgodnie z Ustawą z dnia 29.08.1997 r. o Ochronie Danych Osobowych (Dz. U. Nr 133 poz.883).

Dane personalne Klientów nie są i nie będą udostępniane osobom trzecim, ani innym podmiotom gospodarczym.



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

Klienci mają prawo wglądu do swoich danych osobowych, poprawiania ich oraz żądania ich usunięcia.

§ 7.

Postanowienia końcowe

W sprawach nieregulowanych niniejszym regulaminem obowiązują przepisy kodeksu Cywilnego oraz ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny z dnia 31 marca 2000 roku (Dz.U. nr 22 poz.271 z póź.zm.)

Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z zawartych przez Konsumentów za pośrednictwem sklepu internetowego umów jest sąd właściwy według przepisów prawa polskiego.

Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z zawartych przez Przedsiębiorców za pośrednictwem sklepu internetowego umów jest sąd, w którego okręgu znajduje się siedziba Sprzedawcy/Usługodawcy.

Niniejszy regulamin obowiązuje od dnia 4 maja 2016.