



**BETEKINTÉS ÉS AJÁNLÁSOK A
RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI
LÁNCOK EGYÜTTMŰKÖDÉSÉNEK
TÁMOGATÁSÁRA**

ELŐSZÓ

Az elmúlt évtizedekben az európai agrár-élelmiszeripari rendszer egyre komplexebbé vált, és számos fontos kihívással nézett szembe, többek között az egyre növekvő népesség ételmezésével, az élelmiszerpiac átláthatóságának javításával, az élelmiszerelőállítás, valamint élelmiszerkereskedelem környezeti hatásainak csökkentésével. Ezért az élelmiszerellátási láncok innovatív átszervezésére van szükségünk ahhoz, hogy versenyképesebb és fenntarthatóbb agrár-élelmiszeripar jöjjön létre Európában.

A közelmúltban a vidéki és a városi területeken egyaránt, felvirágoztak Európában a rövid élelmiszerellátási láncok (Short Food Supply Chains - SFSC; rövidítés magyarul: REL) és a helyi élelmiszerpiacok, ahol a helyi gazdálkodók és élelmiszertermelők közvetlenül fogyasztóknak, vagy nagyon korlátozott számú közvetítőn keresztül, értékesítik termékeiket. Ott jelentenek alternatívát a hosszabb élelmiszerláncokkal szemben, ahol a kistermelőknek és a szövetkezeteknek gyakran kicsi az alkupozíciója és az embereknek nincs ismerik az élelmiszerek előállításait, vagy nem tudják azonosítani a helyet, ahol az élelmiszert előállítják. **A rövid ellátási útvonalak előnyei közé tartozik a szénlábnyom csökkentése, az ismert eredetű, helyben előállított élelmiszerekhez való hozzáférés, valamint a fenntartható kisgazdaságok és vállalkozások. Az ilyen élelmiszerrendszerek képesek reagálni a mezőgazdasági termelők, az élelmiszertermelők és a fogyasztók számos igényeire és lehetőségekre.**

A választott értékesítési csatorna alapján, a REL kezdeményezések különböző formákat ölthetnek, mint például, a farm boltok (pl.

eladás a farmon), online vagy offline piacterek (pl. mezőgazdasági termelőpiacok, árusító automaták), dobozos rendszerek, útszéli értékesítés, szedd magad mozgalom és a közösség támogatta mezőgazdaság.

A rövid élelmiszerellátási láncok fejlesztése a Közös Agrárpolitika egyik megközelítése, amelynek a célja, hogy a **fenntartható, egészségesebb, helyi és etikus előállított élelmiszerek számára** kedvezőbb kereteket biztosítson. Ezen kívül, tekintettel a jelenlegi globális válság időtartama és intenzitása körüli rendkívüli bizonytalanságra, elengedhetetlen a kutatási tevékenységek megerősítése, hogy technikai és nem technikai megoldásokat nyújtson az rövid élelmiszerellátási láncok és a helyi élelmiszertermelés együttműködésének javítására.



TARTALOMJEGYZÉK

A SMARTCHAIN PROJEKT

A SMARTCHAIN célja az volt, hogy elősegítse és felgyorsítsa az együttműködő rövid élelmiszerellátási láncok felé történő elmozdulást azáltal, hogy összekapcsolja a kutatókat a szakemberekkel és az ágazat különböző szereplőivel. Konkrét intézkedések és ajánlások révén, a SMARTCHAIN új, robusztus üzleti modelleket és innovatív gyakorlati megoldásokat mutat be, melyek fokozzák az európai agrárélelmiszeripari rendszer versenyképességét és fenntarthatóságát. Néhány példa megtalálható az EIP Agri Gyakorlati Absztraktokban.

A SMARTCHAIN projektben a különböző típusú Rövid Élelmiszerellátási Láncok kerültek elemzésre (közvetlen értékesítés a gazdálkodóknál, termelői piac, szaküzletek, a közösség által támogatott mezőgazdaság stb.), meghatározva azokat a legfontosabb paramétereket, melyek befolyásolják a fenntartható élelmiszertermelést és a vidékfejlesztést az EU különböző régióiban.

A projekt konkrét szakpolitikai és üzleti ajánlások dolgozott ki, valamint 18 esettanulmányt elemzésére került sor annak érdekében, hogy megértsük a különböző tényezőket (technológiai, szabályozási, társadalmi, gazdasági és környezeti), amelyek szerepet játszanak a REL-ek sikerességében.



ADATOK

3 ÉV
2018-2021

43 PARTNER
11 EURÓPAI
ORSZÁGBÓL

9
INNOVÁCIÓS
HUB

18
ESETTANULMÁNY
A RÖVIDELLÁTÁSI
ÉLELMISZERELLÁTÁSI
LÁNCOKRÓL

INNOVÁCIÓS
PLATFORM

RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNC (REL) KÖZÖSSÉG

Számos olyan tényező van, amely akadályozza a REL-eket abban, hogy nagyobb piaci részesedést szerezzenek. Részben megoldást jelenthet, ha létrehozunk a **Rövid Élelmiszerellátási Láncokból álló nemzetközi közösséget**, amely alkalmas a különböző megközelítések, a tapasztalatok és a bevált jó gyakorlatok megosztására, megbeszélésre és az együttműködésre.

A SMARTCHAIN ezért 9 innovációs és együttműködési Hub-on keresztül indította el és erősítette meg a különböző szereplők együttműködését, valamint innovációs műhelyeket és képzési tevékenységeket szervezett a gazdálkodók és a REL-ek vállalkozói számára. Ezen kívül kifejlesztett egy interaktív online platformot a gyakorlati innovatív megoldások összegyűjtésére, valamint stratégiát dolgozott ki a REL-ek nemzetközi közösségének összefogására, a „gamification” megközelítésének felhasználásával is.

A SMARTCHAIN projektet a Hohenheimi Egyetem koordinálta. Az Európai Unió Horizont 2020 kutatási és innovációs programjából, a 773785-ös számú támogatási megállapodás keretében kapott támogatást.

PROJEKT KOORDINÁTOR:

Susanne Braun, Dr. F. Javier Casado Hebrard & Dr. Dimitrios Argyropoulos
University of Hohenheim



KUTATÁSI PARTNEREK



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



ACTIA



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH



CIHEAM
BARI



Utrecht University



INSTITUTE OF PHYSICS
BELGRADE



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



MEMBER OF
BASQUE RESEARCH
& TECHNOLOGY ALLIANCE



FOODDRINK
EUROPE



copa*cogeca
european farmers european agri-cooperatives



eufic



EUROFEL
FruitVegetablesEUROPE



Confagricoltura
Coltiviamo Capolavori



Campden BRI
food and drink innovation



CITOLIVA®



Organic Services
syntheses. strategies. solutions.



ctopa FOOD INDUSTRY
SCIENCE & TECHNOLOGY

A RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNC KEZDEMÉNYEZÉSEK



Zala Termál Völgye



alce nero
IL BUONO DEL BIOLOGICO
DAL 1978



arvaia
CITTADINI • COLTIVATORI • BIOLOGICI



100%
NATUURLIJK
VLEESCH & CO
EERLIJK VLEES
RECHTSTREEKS UIT DE NATUUR

local21eooi



ΑΛΛΟΤΡΟΠΙΟΝ
ΟΡΓΑΝΙΚΟ ΑΝΤΙΟΞΥΔΑΝΟ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



boifurra
rabako
La Trufa de la vau de Roques



Lantegi Batuak
Ezkerre elkarri gait
Cien por cien capaces



UDRZENIE KOMPANIA
ZA PRERADU VOCA I POVRČA



POLO Čačak
WWW.POLOCIK.COM



Einkauf auf dem
Bauernhof
weil's vom Land kommt



foodhub
local food network



Solidarische
Landwirtschaft
sich die Ernte teilen



Couleurs
Paysannes
Nos terroirs, entre vos mains



ASSOCIATION GEROISE
POUR LA PROMOTION DU FOIE GRAS

A SMARTCHAIN RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNC DEFINÍCIÓJA

A rövidellátási élelmiszerellátási láncoknak jelenleg nincsen egy hivatalos és egyeztetett munka definíciója. Az Európai Unió (1305/2013) vidékfejlesztési politikája szabályozza a „rövid ellátási láncot”. Olyan ellátási láncként határozza meg, amely korlátozott számú gazdasági szereplőt foglal magában, és elkötelezett az együttműködés, a helyi gazdasági fejlődés, valamint az élelmiszertermelők, a feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt. Ugyanakkor, az Európai Bizottság 807/2014 / EU felhatalmazáson alapuló rendeletének 11. cikke kimondja, hogy “A Rövid Élelmiszerellátási Láncok létrehozásához és fejlesztéséhez nyújtott, (...) támogatás kizárólag olyan ellátási láncokat érinthet, ahol legfeljebb egy közvetítő helyezkedik el a mezőgazdasági termelő és a fogyasztó között”, és még további meghatározások, **nullára korlátozzák a gazdasági szereplők/közvetítők számát.**

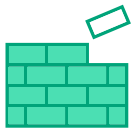
Szem előtt tartva, hogy a szigorú meghatározásnak köszönhetően az élelmiszerellátási láncok sok releváns példára nem terjed ki, a SMARTCHAIN partnerek megállapodtak a Rövidellátási Élelmiszerellátási Láncok definíciójában, amelyet a projekt keretében alkalmaztak.



„A rövidellátási élelmiszer láncok, olyan kooperatív rendszerek, amelyek nagyon kevés közvetítőt tartalmaznak, növelve a fenntarthatóságot, az átláthatóságot, a társadalmi kapcsolatokat és a gazdálkodók és a fogyasztók számára méltányosabb árakat. Az ilyen ellátási láncok általában magukban foglalják a helyi termelőket, akik közösen támogatják a helyi élelmiszereket, amelyek sok esetben csak kis távolságot tesznek meg, így a gazdák és a fogyasztók tudnak kommunikálni egymással”.

A RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNCOKINNOVÁCIÓS ÉS ÜZLETI TELJESÍTMÉNYÉNEK JAVÍTÁSA

AJÁNLÁSOK AZ INNOVÁCIÓ MEGVALÓSÍTÁSÁHOZ ÉS AZ ÜZLETI TELJESÍTMÉNY JAVÍTÁSÁHOZ



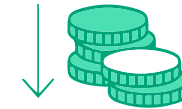
Legyen elsőbbségük azoknak az innovációknak, amelyek valóban hozzáadott értéket jelentenek termékei és szolgáltatásai számára

Koncentráljon az újításokra, amelyek megkülönböztethetik vállalatát versenytársaitól, például egy marketing állítás vagy valami, amit az ügyfelek pozitívan értékelhetnek.



Keressen olyan innovációkat, amelyek más hasonló régiókban, országokban vagy szektorokban már működnek

Mielőtt teljesen új megoldást találna egy problémára, keressen már bevezetett és sikeresnek bizonyult újításokat és módszereket.



Az "alacsony költségű" újítások változást jelenthetnek

Néha az alacsony költségű újítások is hozhatnak változást. Az innováció nem kapcsolódik a magas költségekhez. Nem kell teljesen forradalmasítani a termelés módját. Jobb, ha lépésről lépésre javítja termékeit és szolgáltatásait, ami kevesebb kockázattal jár és tanulásra készítheti a folyamat során.



Dolgozzon együtt másokkal: senki sem tudhat mindent!

Az együttműködés kulcs fontosságú. Ha újítani szeretne, vegye fel a kapcsolatot azokkal az érdekelt felekkel, akik rendelkeznek a szükséges ismeretekkel, amelyek hiányoznak a vállalkozásából.



Használja ki a marketinges innovációk nyújtotta lehetőségeket

Mondja el, hogy újít, és mit tesz a vállalkozásának fejlesztése érdekében. Amit nem közölnek, az nem létezik!

ÜZLETI AJÁNLÁSOK

- 1. Fogalmazza meg az értékajánlatot.**
Meséljen a termékeiről!
- 2. Vezessen be társadalmi innovációs eszközöket,** mint például az együtt alkotás és az együttműködés
- 3. Népszerűsítse saját termékeit:**
a környékbeli éttermekben, szállodákban, kávézókban stb.
- 4. Gondoljon ügyfeleire**
A fogyasztók legyenek a vállalkozás sarokköve. Támogassa a hálózati és társadalmi kezdeményezéseket a velük való kapcsolatok javítása és elköteleződésük elősegítése érdekében. Szükséges megérteni a fogyasztók igényeit és elvárásait, például az elvárásaiknak megfelelő élelmiszerek előállításával, a vásárlások megkönnyítésével stb.
- 5. Fedezze fel az új értékesítési csatornákat.**
Az online piactereknek több előnyük van, mint a saját online boltoknak.

AZ AJÁNLÁSOK A SMARTCHAIN 18 REL ESETTANULMÁNY ÁTLAGOS JELLEMZŐIN ALAPULNAK:



**Kis- és középvállalkozások
< 10 M€; < 50 fő**

amelyek gyakran megosztják a forrásokat más gazdálkodókkal és termelőkkel.



**Eladás helyi / regionális szinten
(1,000 -10,000 km²),** különféle csatornákon keresztül (különleges mezőgazdasági termékek kiskereskedők, saját üzletek, házhoz szállítás, helyi piacok és éttermek).



Minőségjelölés, például BIO termelés, oltalom alatt álló eredetmegjelölés (OEM), oltalom alatt álló földrajzi árujelző (OFJ), hagyományos különleges termék (HKT) nemzeti jelölések stb.



A marketingbe és az innovációba való erőforrások korlátozott befektetések.



A fogyasztók leginkább városi területeken helyezkednek el.

A 18 RÖVIDELLÁTÁSI ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNC ALAPJÁN ÖT ÜZEMELTETÉSI MODELL LETT AZONOSÍTVAK:



Termelők együttműködése

Ahol az azonos, vagy hasonló termékek gyártói együttműködve gyártják, forgalmazzák, piacra viszik és értékesítik a termékeket.

- A marketing és az értékesítés kombinálásakor, a termelők több különböző értékesítési csatornát alakíthatnak ki.
- Akkor választják ezt a formát, amikor a gyártás és a feldolgozás viszonylag drága, és nehéz egyénileg megoldani.



Egyéni termelő

Egy személy, család vagy kis számú csoport a tulajdonos, ő ellenőrzi és irányítja a vállalkozást.

- Viszonylag egyszerű (olcsó) feldolgozás vagy értékesítés szükséges.
- Általában online, vagy a helyszínen található mezőgazdasági boltokban értékesítik.
- A gazdálkodás mellett, a hátrányos helyzetű, vagy a fogyatékkal élő személyeket érintő kiegészítő és oktatási tevékenységek, a társadalmi közösség nagyobb elkötelezettségéhez és új bevételi forrásokhoz vezetnek.



A közösség által támogatott mezőgazdaság

A hagyományos modell hangsúlyozza **a fenntartható mezőgazdaságot, a megosztott termelési kockázatot, a fogyasztók részvételét a termelési tevékenységekben és a helyi beszerzés hitelességét.** Az évek során több típusú közösség által támogatott mezőgazdaság fejlődött:

- Előfizetéses üzleti modell (előfizetés alapú szerződés)
- Részvényesi üzleti modell (a részvények és a termék felvásárlása).
- Közösségi modell (befektetni, valamint működtetni a gazdaságot/termőterületet, a terméket megosztani a közösséggel).

A 18 RÖVIDELLÁTÁSI ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNC ALAPJÁN ÖT ÜZEMELTETÉSI MODELL LETT AZONOSÍTVAK:



Online és offline piactér

Az online kiskereskedelem továbbra is gyorsan növekszik, és a **COVID-19 ígéretes vonzerőt hozott a REL-ek számára.**

- A hagyományos **piacterek** független gyártóknak kínálnak platformot/ piacot, és marketing ismereteket, az áruk hagyományos, üzlet nélküli értékesítésére.
- Az online piacterek egyértelmű előnye, hogy **a helyi termékeket a nap 24 órájában el tudják adni** a potenciális vásárlók egyre növekvő csoportjának.



A farmon/ gazdaságban történő árusítás ösztönzése

Az egyéni termelők farmon történő és online árusításának támogatása, mely növeli a farm termékeinek elérhetőségét.

- A fogyasztói magatartás helyi, regionális és országos szintű marketing kutatása és a marketing ismeretek megosztása további értéket jelent.
- Ezeket a kezdeményezéseket általában közpénzekből támogatják.



INNOVATÍV ÉS PRAKTIKUS MEGOLDÁSOK A RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNCOKRA

A SMARTCHAIN projekt egyik fő célja az volt, hogy olyan módszereket dolgozzon ki, amelyek segítik a (Rövid Élelmiszerellátási Láncokat (REL-eket) a vállalkozásokat, hogy javítsák stratégiáiknak a megtervezésében, az élelmiszer rendszer versenyképességének és fenntarthatóságának növelése érdekében. Az egyik alkalmazott módszer a differenciálásra összpontosított, nevezetesen az „ár-érték arány” koncepcióra, annak meghatározásától kezdve, hogy mi az a különleges érték, amelyet a REL képes nyújtani, és az ok, amiért az fogyasztók választják a termékeit.

Az „értékajánlatok” meghatározása létfontosságú a jelenlegi és további fejlődési lehetőségek meghatározásához.

Ezek lehetnek a fogyasztóknak szóló értékajánlatok, amelyek a fogyasztók és az vásárlók számára nyújtott értékekre összpontosítanak, vagy a REL-központú értékajánlatok, amelyek a REL-tagok előnyeire összpontosítanak.

Ahhoz, hogy a REL értékajánlatait meg lehessen állapítani a következőket kell azonosítani:

- **Sikertényezők**, amelyek segítik a lehetőségek kihasználását és kiküszöbölik vagy csökkentik a fenyegetéseket.
- **Szűk keresztmetszetek**, amelyek akadályozhatják a lehetőségek kihasználását, vagy növelhetik a fenyegetések hatását.



Ez a módszer került alkalmazásra a SMARTCHAIN 18 esettanulmány esetében is, ajánlások lettek megfogalmazva az egyes szervezetek számára, hogy javítsák teljesítményüket olyan technológiai és nem technológiai innovációk (tevékenységek, módszerek, eszközök és megoldások) alkalmazásával, amelyek fokozzák a sikertényezőket és/vagy megszüntetik a szűk keresztmetszeteket.

A módszer a következő lépésekből áll:

1. Határozza meg jelenlegi értékajánlatát
2. Elemezze a helyzetét (lehetőség szerint SWOT analízissel), határozza meg a sikertényezőket és a szűk keresztmetszeteket
3. Nevezzen meg innovációkat, eszközöket, módszereket, melyek a vállalkozás innovációs képességét fejleszti
4. Frissítse a vállalkozásértékajánlatait és hozzáadott értékét az innovációk, újítások alkalmazását követően
5. A stratégia (vagy stratégiák) meghatározása és a megvalósítási terv elkészítése

Az ismertetett módszert megtalálja az **„Útmutató a Rövid Élelmiszerellátási Láncok versenyképességének javítására szolgáló, innovációk bevezetését támogató módszer alkalmazása”** című dokumentumban.



A SMARTCHAIN projekt néhány akadályozó tényezőt is azonosított, amelyek megmagyarázzák, hogy a termelők és a fogyasztók miért nem fogadják el a REL-eket:

- Korlátozott és kiszámíthatatlan termékmennyiségek
- A termékek romlandósága
- Korlátozott hozzáférés az erőforrásokhoz (alapanyagok, **infrastruktúra**, technológia, pénzügyi források)
- Korlátozott számú munkaerő
- **A logisztika/termékek magas fajlagos költségei**
- Nehézkes közvetlen hozzáférés/kapcsolat a fogyasztókhoz, alacsony fogyasztói tudatosság
- A bizalom hiánya a lánc szereplői között
- **Alacsony tárgyalási pozíció** a kiskereskedőkkel, nagy szolgáltatókkal, nagyobb ügyfelekkel, közvetítőkkel, önkormányzatokkal, kormányzati szervekkel
- **Alacsony alkalmazkodóképesség** az árversenyhez, ami a **helyi termékek magas árát** eredményezi

- **Információ- és ismerethiány a termékfejlesztési irányokról, a fejlett technológiákról, a marketingről, az állami finanszírozási lehetőségekről, a jogi követelmények megértéséről és betartásáról**
- **A szakértőkkel, valamint a többi REL taggal való együttműködés hiánya**

Ezeket az elemeket ellensúlyozni lehet különféle technológiai és nem technológiai innovációk alkalmazásával, amelyeket a SMARTCHAIN platformon elérhető Innovációs gyűjtemény tartalmaz.

A megfelelő innovációk alkalmazásával, a Rövid Élelmiszerellátási Lánc szervezetek, vállalkozások arculata, termékei és szolgáltatásai vonzóbbá válhatnak a fogyasztók számára, támogatva a friss, egészséges és tápláló helyi termékek vásárlását.

Az innovációkat REL-ekben érdekelt kisvállalkozások és egyesületek értékelték. A legígéretesebb innovatív megoldásokra jellemző a **gyakorlati alkalmazhatóság, a technológiai megvalósíthatóság, a pénzügyi megvalósíthatóság, a társadalmi alkalmasság és a szervezeti eszközök**, és alkalmasak a REL-ek különböző típusú termelői piacaira, kosár- és dobozközösség rendszerekre, helyi élelmiszereket árusító fesztiválokra/vásárokra, a közösség által támogatott mezőgazdaságra, közétkeztetés stb. Néhány példa az innovációs gyűjteményben található innovációkra:

- Biológiailag lebomló aktív csomagolás
- Szövetkezeti szupermarket
- Online piactér a helyi és friss termékek számára
- Nyitott farm túrák
- Közösségi média marketing és egyéb marketing eszközök (pl. történet elmesélés)
- Hőmérséklet-indikátor címkék
- A REL-ekre vonatkozó szabványok gyűjteménye, rendeletek, irányelvek és jó gyakorlatok gyűjteménye
- Minőségbiztosítási rendszer, termékspecifikációk és közösen elfogadott minőségi követelmények
- Kollektív értékesítési pontok
- Virtuális piacplatform a termelők számára



Ezek az innovációk javíthatják a REL-ek versenyképességét, ami vezethet:

- **Árbevétel növekedés**
- **Kedvező tovább gyűrűző hatás (a szájról-szájra terjedés előnyös lehet a REL népszerűsége szempontjából)**
- **Logisztikai tevékenységek javulása**
- **Új értékesítési csatornák létrehozása**
- **Megnövekedett hozzáadott érték**
- **A termékek hosszabb minőségmegőrzési ideje**

TÁRSADALMI INNOVÁCIÓK A RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNCOKBAN

Mit nevezünk társadalmi innovációnak?

A társadalmi innovációk se nem termékek se nem technikai megoldások.

Ezek olyan folyamatok, amelyek növelik az emberek készségeit és fokozzák cselekvőképességüket. Megváltoztatják az emberek egymáshoz való viszonyát, akik képesek lesznek együtt gondolkodni, együttműködni és végül együtt cselekedni. Új kapcsolatokat, új mentalitást és másokkal való együttműködés új módjait hozza létre.

Természetesen, a társadalmi innovációk gyakran új vagy továbbfejlesztett termékeket vagy szolgáltatásokat is eredményeznek. Nem meglepő, hogy a társadalmi innovációk a szervezetek, a közösségek és az egész társadalom számára előnyösek azáltal, hogy közvetlenül és közvetve nagyobb társadalmi javakat hoznak létre.

Miért jók a társadalmi innovációk a Rövid Élelmiszerellátási Láncok számára?

A Rövid Élelmiszerellátási Láncokat nem lehet egyszerűen alternatív élelmiszer hálózatoknak, vagy közvetlen kereskedelmi konfigurációknak tekinteni. Nem csak közvetlen ügyleteket kötnek.

Ehelyett a Rövid Élelmiszerellátási Láncokat különböző szereplők (például gyártók, feldolgozók és fogyasztók) kooperatív rendszereinek tekinthetjük, akik úgy döntenek, hogy együtt cselekednek. Ha ezek a szereplők a társadalmi innovációkat is magukévá teszik - ha megváltoztatják hozzáállásukat, gondolkodásukat, vagy kölcsönhatásukat - rövid élelmiszerellátási láncuk jobb helyzetben lesz ahhoz, hogy élénk társadalmi rendszerré váljon, amely fejlődik, virágzik és állandó pozitív társadalmi hatást vált ki. A társadalmi innovációk, tehát hozzájárulhatnak a társadalom azon képességének fokozásához, hogy proaktív legyen, és válaszoljon a helyi és globális kihívásokra.





Hogyan tudják az emberek elősegíteni a társadalmi innovációkat a Rövid Élelmiszerellátási Láncokban?

Ha a Rövid Élelmiszerellátási Láncok meg szeretnék teremteni a feltételeket a társadalmi innovációk számára, elkötelezett szereplőkből kell állniuk, akik megértik szerepüket az együttes fellépésben és a megoldások megvalósításában. A kezdeti szakaszban szervezhetnek speciális képzéseket a kommunikációra és az együttműködésre, és felkereshetnek kis „kezdeményezőkből” álló csoportot, akik vezetnék a változásokat abban, hogyan viszonyulnak, gondolkodnak, vagy hatnak egymásra a résztvevők. Ezután, a nyitás és a lehető legtöbb és különböző szereplő bevonása a kulcs a közös kezdeményezés elkötelezettségének biztosításához. Általában a rövid élelmiszerellátási lánc szereplői olyan gyakorlatokat alkalmazhatnak, amelyek segítenek közelebb kerülni egymáshoz, **lerövidítve mind fizikai, mind társadalmi távolságukat**. Például, dönthetnek úgy, hogy megosztanak tereket vagy erőforrásokat (még a tágabb közösséggel is), vagy úgy is dönthetnek, hogy nemcsak hivatalos szerződéseket, hanem bizalmon alapuló, informális megállapodásokat is alkalmaznak.

Tudna mondani társadalmi innovációra példát a Rövid Élelmiszerellátási Láncban?

Nézzünk meg egy SMARTCHAIN példát. Az Allotropon egy nonprofit kiskereskedelmi szövetkezet Görögországban, a SMARTCHAIN projekt egyik esettanulmánya. Rövid Élelmiszerellátási Láncuk megalapítása óta, az Allotropon tagjai élénk társadalmi innovációt öleltek fel. Azaz az Allotropon kezdeményezőinek csoportja megpróbálta megváltoztatni azt, ahogyan az élelmiszerüzletet az Allotropon szereplői és a helyi közösség látják és kezelik. Az élelmiszerboltot olyan átalakító kezdeményezések helyszínéül használják, amely összehozza az embereket és ösztönzi a társadalmi tevékenységet. Szerveztek különféle nyílt eseményeket, például éttermi vásárokat, „földfesztiválokat” (pl. a vetőmagok valós értékének szentelt információs eseményeket), kulturális eseményeket (koncerteket, filmvetítéseket, könyvbemutatókat), beszédeket és egyéb rendezvényeket, illetve társadalmilag orientált kampányokat (pl. élelmiszerek gyűjtése menekültek számára). Ennélfogva, az Allotropon szereplői új kapcsolatokat és mentalitást teremtettek. A helyi közösségben (de azon kívül is) sok embernek lehetősége nyílt arra, hogy értéket teremtsen.



Miért fontos értékelni a szociális innovációkat a Rövid Élelmiszerellátási Láncoknál?

Minden Rövid Élelmiszerellátási Lánc profitálhat a társadalmi innovációs képesség szintjének értékeléséből, mert az azonnali és mérhető képet adhat arról, hogy a szervezet hogyan érzékeli a társadalmi innováció dimenzióit és hogyan alakulnak át valódi cselekvésekké a termelési, ill. piaci folyamat során. Az értékelés eredményei lehetővé teszik a szervezet számára, hogy megértse a tevékenysége által generált társadalmi értéket, és reflektáljon viselkedésére, céljaira és jövőképre. Ez a módja annak, hogy korrigált intézkedéseket hozzunk a társadalmilag innovatívabb rövid élelmiszerellátási láncra való áttérés érdekében, ha azt úgy kívánja.

Hogyan értékelhetjük a társadalmi innovációkat a REL-ben?

Minden REL értékelheti a társadalmi innováció szintjét a SIAT (Social Innovation Assessment Template) nevű sajátos önértékelési eszköz segítségével, amelynek konkrét célja a rövid láncban működő szervezet öt dimenziójának vizsgálata: gazdasági, környezeti, szociokulturális, valamint a kormányzás és a befolyás. A SIAT eszköz, amelyet a 18 SMARTCHAIN esettanulmány értékeléséhez használt, egy stratégiai és menedzsment eszközt jelent, amely segíti a lánc szervezeteit abban, hogy meghatározzák a társadalmi innovációs képesség szintjét, és azonosítsák, hol lehet még javítani vagy lehetőleg megváltoztatni a stratégiákon.

Egy szervezet számára, mik lehetnek a fő előnyök, melyeket a SIAT eszköz alkalmazása nyújt?

A SIAT eszköz számos olyan szempont figyelembevételét teszi lehetővé, amelyek meghatározzák a lánc társadalmi innovativitását. Az eszközt használó szervezeteknek lehetőségük nyílik arra, hogy világosan lássák, mennyire nyitottak az ügyfelek, valamint a lánc többi szereplője és az intézmények bevonása szempontjából. Ezen a dimenziók eredményei alapján, eldönthetik, hogy fontos-e vagy szükséges felülvizsgálni vezetői magatartásukat, vagy belső szervezetük néhány aspektusát.

Az eszköz csak a pályázó szervezet számára hasznos?

Mivel lehetővé teszi a szervezet belső és külső viszonyainak egyidejű értelmezését, a SIAT eszközt használhatják az egyéni REL-ek, de használható egy adott területre vonatkozó közpolitikák kialakításához is. Mivel figyelembe veszi az egyes dimenziók bizonyítékait, és értékes információkat nyújt a döntéshozók számára, mind pozitív, mind „negatív” eredmények tekintetében, ha jelentős számú esetben alkalmazzák, a SIAT eszköz potenciálisan segíthet a helyi politikák átalakításában.

A RÖVID ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNCOK FOGYASZTÓI FELFOGÁSA: HOGYAN JAVÍTANSUKA FOGYASZTÓI ELFOGADÁST

Bár a fogyasztók általában pozitívan vélekednek a helyi élelmiszerekről, nagyon kevesen vásárolnak REL-ektől rendszeresen. A probléma megoldásának elősegítése érdekében, a SMARTCHAIN projekt keretein belül három fogyasztói tanulmány készült annak megvizsgálására, hogy a fogyasztók hogyan viszonyulnak az REL-ekhez, valamint, melyek a REL termékek megvásárlásának akadályai és elősegítői. A vizsgálat alapján ajánlások kerültek megfogalmazásra a REL termékek fogyasztói vásárlásának növelésére vonatkozóan.



1. A REL-nek elérhetőbbé kell válnia

A fogyasztók általában pozitív véleménnyel vannak a REL-ekről és termékeik minőségéről. Azonban, hajlamosak a szupermarketekben, a helyi üzletekben és az áruházakban vásárolni, mivel inkább olyan helyeken vásárolnak, amelyek könnyen elérhető termékek és egyéb kényelmi lehetőségek széles skáláját kínálják, például hosszabb nyitvatartási idő. A REL-eknek ezért növelniük kell a termékeikhez való kényelmesebb hozzáférést:

- Ellátni a termékekkel a fogyasztókhoz közelebb eső értékesítési pontokat, például piacokat, szupermarketeket, helyi üzleteket, automatákat
- Csatlakozni más gyártókhoz (például szövetkezeteken keresztül), hogy szélesebb termékválasztékot biztosítsanak egy-egy helyen
- Felajánlani a házhozszállítást vagy átvételi pontokon való átvételt, például a fogyasztói vásárlási csoportokkal vagy a helyi kiskereskedőkkel/intézményekkel való együttműködés révén.

2. Növelni kell a marketing tevékenységeket és/vagy segíteni a termelők marketing tevékenységét

A fogyasztók úgy gondolják, hogy a REL-eket általában nem megfelelően népszerűsítik, és gyakran **úgy tűnik, hogy a fogyasztók egyáltalán nem tudnak a REL-ek létezéséről vagy a REL termékpaletájának részleteiről**. Mivel a fogyasztók általában szívesen támogatják a helyi termelőket, valamint érdeklődnek az ételek eredete felől, ezek a szempontok tovább hangsúlyozhatók a REL termékek forgalmazásában:

- Közösségi kampányok révén (pl., helyi fesztiválok)
- Termelői kommunikációs csatornák (pl. termelői/piaci honlapok)
- A vásárlás helyén vagy a termék csomagolásán megadott leírások révén
- Klasszikusabb csatornákon keresztül, például helyi újságok, közösségi média vagy reklámtáblák az utak mentén
- Nyilvános oldalon, olyan tanfolyamok vagy platformok létrehozásával, amelyeken a gyártók népszerűsíthetik termékeiket.

3. Fel kell hívni a figyelmet a REL-ekre valamint arra, miért érdemes őket támogatni

Az etikus fogyasztás és a jó ügy támogatásának hozzáadott értéke, a REL termékek vásárlásának fő mozgatórugója. **A fogyasztókat különösen érdekelte a helyi termelők támogatása, valamint a környezetbarát fogyasztás, az állatjólét és az etikus foglalkoztatás.** Ezeket az etikai szempontokat ki kell emelni, amikor a fogyasztókkal kommunikálnak a REL-ekről, mivel ezek a fogyasztói magatartás fő mozgatórugói.

4. El kell magyarázni a fogyasztóknak, miért magasabbak az árak

A fogyasztói magatartás és fizetési hajlandóság terméktípusonként eltérő. A fogyasztók nagyobb valószínűséggel vásárolnak, és hajlandóak többet fizetni a gyümölcsökért, zöldségekért és a tojásokért, bár vannak kisebb eltérések az egyes országok között. Sok fogyasztót azonban elbátortalanítja hogy a REL termékeknek magasabb ára, mint a hosszabb láncú termékeké. Ezért az árkülönbség okait jobban el kell magyaráznia fogyasztók számára.

Amikor a fogyasztók jobban megértik, hogyan kerültek az árak kiszámolásra és milyen erőfeszítések állnak a termelés mögött, akkor valószínűbb, hogy elfogadják a REL termékek árát

5. Nyújtsonn több információt az élelmiszer eredetéről és előállításáról

A fogyasztók értékelik a REL-eket, mert lehetővé teszik számukra, hogy tudják, honnan származnak az élelmiszerek. Vannak, akik további információkat szeretnének kapni az élelmiszer előállításának módjáról és arról, hogy milyen higiéniai intézkedéseket követtek (különösen azoknál az élelmiszereknél, amelyeknél nagyobb az élelmiszerbiztonsági problémák kockázata, például a tejtermékek esetében). Mivel úgy tűnik, hogy a bizalom hiánya néhány fogyasztót visszatart attól, hogy REL-eket vásároljon, **növelheti a fogyasztók bizalmát a REL termékekhez kapcsolódó minőségi és élelmiszerhigiéniai gyakorlatok, amennyiben ezek az információk a terméken, az értékesítés helyén vagy akár a gyártó honlapján megadásra kerülnek.** Valójában sok fogyasztó megemlítette, hogy szívesen meglátogatnák a gazdaságokat, hogy megnézzék, hogyan termelik az általuk vásárolt élelmiszereket. **Ennek a váagnak a kielégítésére a gazdák videókat mutathatnak be a gazdaságukról és a termelési módszerekről a weboldalukon, elmagyarázva a termékeik hátterét.** Ezt a kommunikációs módszert ajánlja a [Slow Food](#) is.



6. Egyeztessék a keresletet és kínálattal

Fontos meghatározni, hogy a REL-ek szereplői milyen információkkal rendelkeznek a fogyasztókról, amely információk eltérőek lehetnek az egyes szereplők, régiók és az értékesített termékek szerint. Például, ha a kereslet nem kielégítő, egyes REL-eknek szükségük lehet a fogyasztói bázis növelésére. Ez magában foglalhatja a célpiac további megismerését, a nagyobb keresletű termékek szállítását és/vagy a termékek megvásárlásának hozzáférhetőségét és kényelmének növelését. A termelők, akiknek már van saját honlapjuk vagy Facebook-oldaluk, a Google Analytics segítségével többet tudhatnak meg azokról a fogyasztókról, akik az online oldalukat látogatják.

Végül, ha a kínálat nem elegendő a termelők igényeinek kielégítésére és a fogyasztók érdekeinek fenntartására, akkor a cél a REL-termékek kínálatának javítása lehet, például hatékonyabb termelési módszerekbe történő befektetéssel és/vagy a logisztika javítása a termelő/közvetítő részéről. Az ilyen intézkedések elősegíthetik a REL-termékek költségeinek csökkentését is, ami viszont növelheti a fogyasztók számának növekedését.

A RÖVIDELLÁTÁSI ÉLELMISZERELLÁTÁSI LÁNCOK FENNTARTHATÓSÁGÁNAK ÉRTÉKELÉSE

A SMARTCHAIN környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból értékelte a kiválasztott REL-ek fenntarthatóságát a hosszabb hagyományos ellátási láncokhoz képest, ami számos ajánláshoz vezetett a REL-ek szakembereinek általános fenntarthatóságuk javítására.

A környezeti fenntarthatóság

Környezetvédelmi szempontból, a REL-ek legrelevánsabb része a fogyasztó közlekedési módja. Termelőként, hogyan tud segíteni az ügyfeleknek a környezeti hatásaik csökkentésében?

Farmbolt, a farmon történő árusítás

A legjobb eset az, ha az ügyfelei gyalog, kerékpárral vagy tömegközlekedéssel érik el Önt, mivel a környezeti hatás ebben az esetben minimális. Ha azonban autóval érkeznek, bizonyos szempontokat meg kell fontolni. A környezeti hatást általában a megvásárolt termék kilogrammjában számolják. Ha ügyfelei hosszú utat tesznek meg, hogy megvásároljanak egy kis adagot, akkor a hatásuk maximális. De ha valamennyi terméket amire szükségük van, tőled közvetlenül meg tudnak vásárolni, ez csökkenheti a lábnyomot, mert csökkenti az igényt, hogy máshova vezessenek. **Ezért jó stratégia lehet az, ha olyan szomszédokkal állunk kapcsolatba, amelyek kibővíthetik a termelését, így együtt szélesebb termékkínálatot kínálhatunk.** És ne felejtse el, hogy ugyanolyan hatékonyan kezelje az ehhez az együttműködéshez kapcsolódó szállításokat. Ha csak kis termékválasztékot értékesít, például húst, akkor ügyeljen arra, hogy ügyfele egyszerre megvásárolhassa a termék nagy részét, és otthon tárolhassa.



Termelői piacok

A gazdálkodók piacainak legfőbb előnye a különféle gazdálkodók és termelők jelenléte, amelyek kiegészítő áruk széles skáláját értékesítik. Ezért feltételezheti, hogy vásárlóinak több lehetősége lesz arra, hogy egyszerre megtalálják mindazt, amire szükségük van, és hogy a piac „egyablakos rendszer” lesz, csökkentve ezáltal a szállítás mértékét termékegységenként. Még kedvezőbb helyzet, amikor a piac egy olyan területen található, ahol a közelben több üzlet is van, és például amikor a termelők piaca egy városban van és könnyen elérhető kerékpárral vagy tömegközlekedési eszközzel.

Szállítási szolgáltatások

Kulcsfontosságú az alacsony kibocsátású jármű választása és a hatékony útvonaltervezés. Számos olyan alkalmazás és szoftver áll rendelkezésre, amelyek segítenek a legrövidebb útvonal kiszámításában.

Közösség által támogatott mezőgazdaság

A hatékonyság érdekében győződjön meg arról, hogy a szállításhoz használt jármű a lehető legteljesebb mértékben halad-e, és tervezze meg az átadási pontot a városban, vagy elég közel ahhoz, hogy ügyfelei akár kerékpárral, akár tömegközlekedéssel érkezhessenek az átadási pontjára. Ha még jobban szeretné csökkenteni a lábnyomát, gondoljon arra, hogy milyen járművet használ, és hogy lerövidítheti-e az útvonalát, abban az esetben, ha több kiszállítási pontot kell szolgáltatnia. Arra is ösztönözheti ügyfeleit, hogy hozzanak magukkal többször használható táskákat.

Társadalmi és gazdasági fenntarthatóság

A fenntarthatóság társadalmi és gazdasági perspektívája, a termelők jobb teljesítményét is elősegítheti, miközben javíthatja jólétüket és a rövid élelmiszerellátási láncokban résztvevő többi ember: munkavállalók, értékláncszereplők, a helyi közösség és a társadalom, jólétét.

A társadalmi és gazdasági dimenziók kulcsfontosságúak a REL hatásainak és a létezéshez való jog szempontjából. A gyártók szempontjából, a REL-ek legfőbb előnyei a közvetlen kapcsolat a fogyasztóval, az ellenőrzés, amelyet termékükön az értéklánc végéig meg tudnak tartani, valamint a kedveltség. Továbbá úgy tűnik, hogy a REL-ek megfelelőbben kielégítik a kis mennyiségeket feldolgozó és a mennyiség helyett a minőségre/kizárólagosságra összpontosító termelők igényeit.

A jobb árak és a nagyobb árrések mellett, amelyek nyilvánvaló gazdasági előnyök, a gyártók nagyobb üzleti biztonságot és biztonságot is szereznek - különösen a CSA-moddal. Ezen gazdasági előnyökön és elismerésen túl, **a társadalmi elismerés és a része vagyok a közösségnek érzés** jelenti az önbecsülés és a személyes elégedettség legfontosabb forrásait. További fontos szempontok a függetlenség és az ár képzés és a munkaszervezés szabadsága, valamint a teljes értéklánc ellenőrzése.

Tanácsok a termelők számára

Tegye jobbá az ügyfeivel és a beszállítóival a kapcsolatát. A társadalmi felelősségvállalási politikák felvétele a vállalkozásban lehetővé teszi az értéklánccal való kapcsolat mérését és nyomon követését. Ez javíthatja az értéklánc különböző szereplői közötti koordinációt és növelheti termékei hozzáadott értékét.

A más gyártókkal való társulás növeli a REL-ek társadalmi előnyeit, például a **barátságos hangulatot és a szolidaritást**. Az üzleti modellek szempontjából is előnyös, mivel lehetővé teszi a befektetések és az erőforrások megosztását (például virtuális vagy fizikai üzlet vezetését) és a nagyobb átláthatóságot.

Vállalkozása rugalmasságának és teljesítményének javítása érdekében próbálja meg növelni a termékek hozzáférhetőségét. **Különböző láncok**, beleértve a hagyományosabbakat is, **kombinálása**, kulcsfontosságú lehet ebben a tekintetben. Az online értékesítés vagy az új helyi élelmiszerpiac nagyobb közönséget vonzhat és növelheti a keresletet.

Az új piacokon elért sikerek biztosítása érdekében, azt javasoljuk, hogy a termékek átláthatóságának és nyomon követhetőségének bemutatására, összpontosító információs vagy oktatási kampányok révén összpontosítson a **fogyasztói bizalom kiépítésére**.

A fogyasztókkal való közvetlen kapcsolat marketingpotenciáljának elősegítése érdekében, **szinergiák tapasztalhatók más tevékenységekkel**, például az idegenforgalommal, valamint a kulturális és pedagógiai tevékenységekkel, melyek pozitív visszajelzéseket adnak az értékesítésről.

Végül, a fogyasztói fokozottabb elkötelezettséget igénylő **szereződéses modellek**, mint például a CSA, nagyobb üzleti biztonságot és ár-biztonságot nyújthatnak. Valójában, bármely magán- vagy állami kezdeményezéshez csatlakozva, javíthatja a fogyasztók megítélését a termékeiről.



A SMARTCHAIN Innovációs Platform megosztja az ismereteit, valamint az innovatív gyakorlati megoldásait a REL-ek számára.

Kiknek a számára nyújt érdekes információkat a platformon?

- Fogasztók
- Termelők és Szervezetek
- Az ipar és Kereskedelem
- A döntéshozók
- Technológiai szolgáltatók

Milyen információt találhat meg a Platformon?

• **Innovációs és együttműködési központok:** Franciaországban, Németországban, Görögországban, Magyarországon, Olaszországban, Hollandiában, Szerbiában, Spanyolországban és Svájcban található központok, országonként két-két sikeres REL esettanulmánnyal dolgoztak. [A 9 központról és a 18 esettanulmányról itt olvashat bővebben.](#)

• **Innovációs és Kezdeményezési adattár: Adattárak, folyamatosan bővülő és kereshető adatbázisok a következőkről:**

- o Egész Európában található [REL innovációkról](#), a sajtókészítő berendezésektől a weboldalakon keresztül az automatáig, mely a REL-ek vállalkozóinak szólnak.
- o [REL kezdeményezésekről](#), a helyi élelmiszerek megrendelésétől az agrárturizmus weboldaláig. Ezek lehetnek helyi vagy nemzetközi jellegűek, és szolgálhatják a fogyasztókat, a döntéshozókat és más érdeklődőket.

Adja hozzá Ön is a saját REL innovációját vagy kezdeményezését az Innovációs gyűjteményhez!!



- **Források:** 2 adatbázis - egy a REL-ekkel kapcsolatos publikációkról (mely tartalmazza a SMARTCHAIN projekt nyilvános kiadványait), valamint a REL-ekkel kapcsolaton honlapcímek gyűjteménye. Az oldalak böngészésekor minden fontos információt megtalál, amit a REL-ekről tudni kell.

- **Képzés: Ingyenes és a saját menetrendje szerint ütemezhető.**

Itt találja:

- o Öt hetes e-learning tanfolyam a „Legjobb gyakorlatok a REL innovációkról” címmel, amely a kedvenc innovációit helyi, regionális és nemzeti/nemzetközi szinten mutatja be. Végezze el a tanfolyamot sikeresen, és szerezzen SMARTCHAIN tanúsítványt.

- o Videó-bemutató a SMARTCHAIN platform használatáról és funkcióról.

- o 9 innovációs és megoldásalapú többszereplős műhely eredményei, mindegyik a helyi nyelven. Mindegyik az innovációs és együttműködési központok helyi kérdéseire igazodik.

- **Gain Modell:** A GAIN gamification modellen keresztül, megértheti, azt hogy a négy szintű elkötelezettség és együttműködés révén történő hálózatépítés hogyan növelheti a REL versenyképességét és fenntarthatóságát.

Mi a Platform jövője?

A SMARTCHAIN projekt befejezése után (augusztus 2021.), a Platform 5 új H2020 projekt támogatásával tovább növekszik.



Semmiről sem maradjon le! – regisztráljon még ma a SMARTCHAIN Innovációs adattárban.

KÖZÖSSÉGI KÖTELEZETTSÉGVÁLLALÁS: A LINKEDIN PÉLDÁJÁN

Stratégia és ütemterv készítése a közösségi szerepvállalás helyi, regionális, nemzeti és európai szintű kiépítéséhez

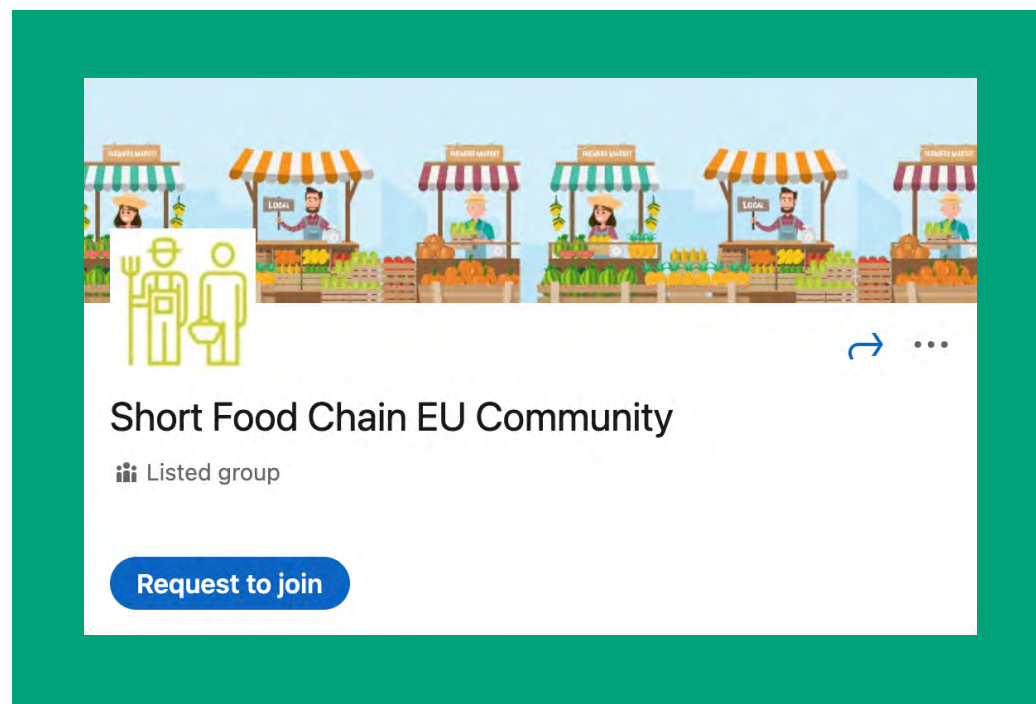
A Rövid Élelmiszerellátási Láncok EU-s közössége

A Rövid Élelmiszerellátási Láncok EU közössége, céljával azt tűzte ki, hogy a következő években megszüntesse az REL-ek fő akadályait. A szakemberek, kezdeményezések, szervezetek, tudás-intézmények és vállalkozók összekapcsolásával a közösség alkalmazható tudást, inspirációt és adatokat produkál. Ez lehetővé teszi a vállalkozóknak és a kezdeményezéseknek a terjeszkedését, a profitot termelő üzleti modellek megvalósítását, új együttműködések létrehozását és a jelentőségteljesebb szerepkör elérését.

Elkötelezettségi stratégia

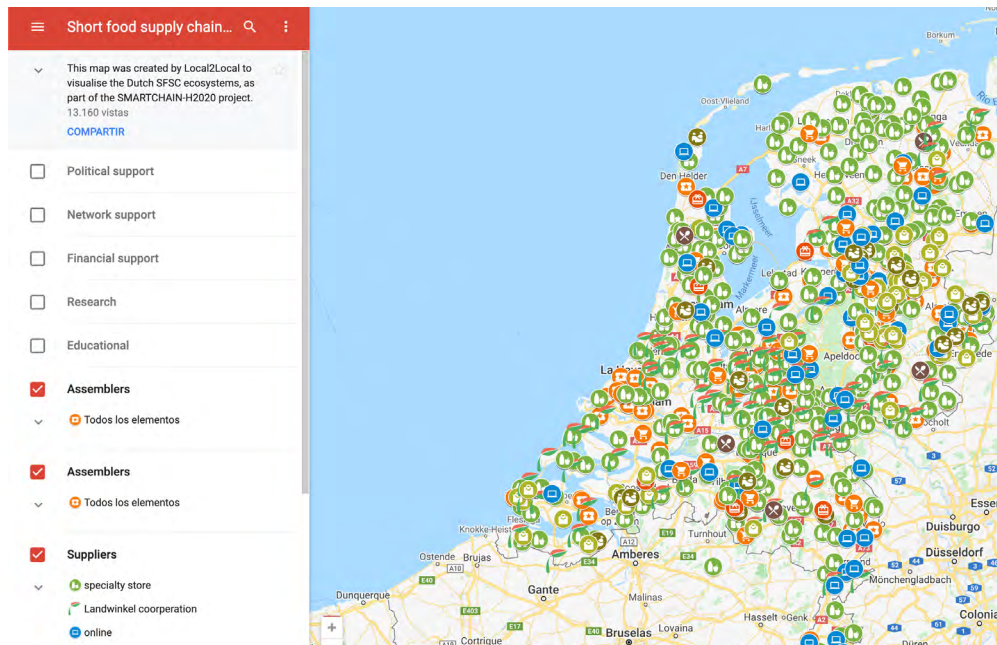
A LinkedIn csoportja lehetővé teszi a tagok számára a tartalom megosztását és a hálózatukon belüli releváns kapcsolattartók meghívását, ahhoz, hogy csatlakozzanak a REL közösségi oldalhoz, ezzel lehetővé téve a közösség széles körű terjeszkedését. A közösség a SMARTCHAIN projekt tagjaival indult. Ezután, a közösségi kapcsolatháló elemzéssel (Social Network Analysis), LinkedIn kapcsolati adatbázisokat használó közösségi hálózat elemzést végeztek, hogy kiderítsék a rejtett kapcsolatokat és kiválasztják a meghívni kívánt releváns embereket, nevezetesen a közösségen belüli kölcsönös kapcsolatokat, hasonló érdeklődéssel, akik hasonló célokkal és jövőképpel rendelkeznek.

Ennek köszönhetően, a közösség létszáma exponenciálisan csaknem 300 tagra nőtt. Sőt, a Strength2Food közösség és a SMARTCHAIN közösség összefogott, most együtt vesznek részt a közösségi oldalon.



Használják ki a közösségi hálózatok és az innovációs ökoszisztémák erejét

Az erős innovációs ökoszisztémák alapja a bizalom, az egymás megismerése, valamint ugyanazon az értékek és jövőkép képviselése. A közösségi kapcsolatháló elemzés (Social Network Analysis) egy hatékony eszköz a megbízható szereplői hálózat kialakításában. Az az adatsorok az elemzése, valamint a képviselt emberek, szervezetek és intézmények felosztása az innovációs ökoszisztéma különböző szereplőtípusaira nyújt betekintést, egyénileg és szervezeti szinten egyaránt. Példaként, ismerje meg a [holland Rövid Élelmiszerellátási Lánc ökoszisztéma térképét](#), ahol felfedezheti a különböző típusú szereplőket a hollandiai REL kollektív hálózatában.



Egy ilyen ökoszisztématérkép létrehozása, stratégiai betekintést nyújt a különböző típusú szereplőkbe, amelyeket képviselni kell a rendszerszintű átmenet lehetővé tétele érdekében, valamint segít abban, hogy:

- **Mutassák meg a REL többi szereplőjének, hogy kivel tudnak együttműködni, és erős partnerként pozícionálják magukat.**
- **Válasszanak résztvevőket, akikkel együttműködhetnek, annak alapján, hogy ki hiányzik az ökoszisztémájukból.**
- **Kanalizálják és sorolják fontossági sorrendbe a kommunikációs tevékenységeiket és stratégiáikat.**

Legyen része a közösségnek!

A közösség tagjai gyakran tesznek közzé eseményeket, publikációkat vagy gyakorlati tippeket és fejlesztéseket, amelyek a REL-ekhez kapcsolódnak, vagy visszajelzést kérnek egy új ötlettel kapcsolatban a szakemberek közösségétől és a terület szakértőitől. **Csatlakozzanak a [Short Food Chain EU közösségéhez](#), és kezdjenek hozzájárulni és fenntartani a releváns kapcsolataikat. Várunk szeretettel!**



WWW.SMARTCHAIN-H2020.EU



Ez a projekt a 773785 sz. támogatási megállapodás alapján, az Európai Unió Horizont 2020 kutatási és innovációs tevékenységek program támogatásában részesült