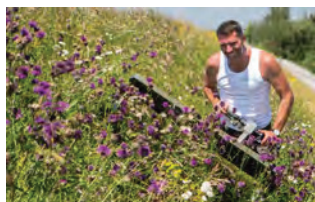


AlpBioEco

Brošura dobrih poslovnih praks

Potenciali ekološko inovativnih poslovnih modelov biogospodarstva v alpskih regijah EU



Spoštovani bralci,

brošura, ki je pred vami, je rezultat skupnega dela projektnih partnerjev AlpBioEco. Radi bi vam dali vpogled v poslovne modele, ki prikazujejo potencial biogospodarstva v alpskih regijah, ki smo jih razvili in potrdili med našim projektom.

Skupaj z nami naj raste tudi biogospodarstvo!

VSEBINA

1.	Projekt AlpBioEco	3
1.1	Skupina AlpBioEco	3
1.2	Spodbujanje biogospodarstva v Alpah	3
2.	Projekt AlpBioEco korak po koraku	4
2.1	Analiza bioekonomskih vrednostnih verig	4
2.2	Razvoj načrtov ekoloških inovativnih poslovnih modelov	4
2.3	Potrditev načrtov poslovnega modela na biološki osnovi.....	5
2.4	Razvoj smernic politike in prenos rezultatov.....	5
3.	Pilotni ukrepi na področju ekološko inovativnih poslovnih modelov.....	6
3.1	Poslovni modeli Jabolka	7
3.2	Poslovni modeli Orehi	15
3.3	Poslovni modeli Zelišča	22
3.4	Celovit poslovni model za jabolka, orehe in zelišča	30
4.	Zaključek	34

1. PROJEKT ALPBIOECO

Projekt AlpBioEco obravnava biogospodarske potenciale v šestih alpskih regijah Evropske unije (EU). Uporablja inovativne metode za spodbujanje trajnostnega razvoja v Alpah, ozavešča o ekonomskem potencialu biogospodarstva in dejavno podpira interdisciplinarno in nadregionalno sodelovanje pri razvoju inovativnih poslovnih konceptov. Tako spodbuja ustvarjanje novih delovnih mest v alpskih regijah.



Projektni partnerji AlpBioEco v Avignonu v Franciji.

1.1 SKUPINA ALPBIOECO

Smo interdisciplinarna projektna skupina, ki jo sestavlja 13 partnerjev iz 5 različnih alpskih držav (Avstrija, Francija, Nemčija, Italija in Slovenija). Združujemo raziskovalne, poslovne, inovacijske centre, akademske kroge, lokalne subjekte, nevladne organizacije in gospodarske zbornice. Skupaj iščemo nove načine za ustvarjanje ekonomske vrednosti iz zelenjavnih proizvodov. V ta namen se preverjajo vrednostne verige orehov, jabolk in zelišč glede na njihov bioekonomski potencial. Skupaj z različnimi deležniki, ki sodelujejo v projektu, razvijamo in potrjujemo ekološko inovativne biogospodarske poslovne modele, ki so prenosljivi na druge rastlinske proizvode in dolgoročno na druge regije.

1.2 SPODBUJANJE BIOGOSPODARSTVA V ALPAH

Biogospodarstvo ima velik inovacijski potencial za zeleno rast in poklicni razvoj, zato velja za ključno disciplino 21. stoletja. V skladu s strategijo EU za biogospodarstvo iz leta 2012 je biogospodarstvo mogoče opredeliti kot proizvodnjo obnovljivih bioloških virov in njihovo pretvorbo v vitalne proizvode in bioenergijo. Strategija, ki je bila posodobljena leta 2018, v svojem akcijskem načrtu poudarja hitro uvedbo lokalnih biogospodarstev po Evropi¹. Širjenje biogospodarstva, zlasti na podeželju, predstavlja velik razvojni potencial, zlasti v smislu ustvarjanja delovnih mest. Splošni cilj AlpBioEco je spodbujati trajnost lokalnega gospodarstva v alpskem prostoru z valorizacijo inovativnih biogospodarskih potencialov vzdolž vrednostnih verig hrane in botaničnih ekstraktov na biološki osnovi. Z izbiro vrednostnih verig jabolk, orehov in zelišč se AlpBioEco osredotoča na pomembne regionalne vrednostne verige v alpskih regijah svojih projektnih partnerjev in se zavzema za razvoj lokalnega biogospodarstva v sozvočju s teritoriji. AlpBioEco povečuje zmogljivosti MSP za skupni razvoj inovativnih izdelkov na biološki osnovi in prispeva k boljši koheziji ter celostnemu teritorialnemu razvoju, saj se podeželska območja povezujejo v nove vrednostne verige na biološki osnovi. Tako se v kmetijskem sektorju ustvarjajo delovna mesta z visoko vrednostjo. Na makroregionalni ravni AlpBioEco prispeva k manjšim neskladjem v alpskem prostoru.

Politika biogospodarstva EU je na voljo na: <https://ec.europa.eu/research/bioeconomy/index.cfm?pg=policy&lib=strategy>

2. PROJEKT ALPBIOECO KORAK PO KORAKU

2.1 ANALIZA BIOEKONOMSKIH VREDNOSTNIH VERIG



V prvem delovnem paketu je skupina AlpBioEco kartirala in analizirala vrednostne verige jabolk, orehov in zelišč (vključno z alpskim senom) v alpskem prostoru pod vodstvom projektnega partnerja Kompetenčnega centra za prehrano Bavarska v Nemčiji. Glavni cilj je bil preučiti vrednostne verige za nove (surove) spojine, ključne akterje, inovacijske vrzeli in manjkajoče partnerje v teh vrednostnih verigah ter najti področja biogospodarskih potencialov in novih možnosti uporabe. Rezultati analiz vrednostne verige so na voljo v obsežnem [poročilu](#) na spletni strani AlpBioEco.

Poleg tega je bila razvita splošna smernica za analizo vrednostnih verig z bioekonomskega vidika, pri čemer so bile uporabljene ugotovitve iz postopkov analize vrednostne verige AlpBioEco: tako imenovani »ponovljivi načrti«. Glavni cilj ponovljivega načrta je olajšati analizo vrednostne verige zainteresiranim podjetjem in organizacijam, ki iščejo nove biogospodarske potencialne v zanimivih ali lastnih vrednostnih verigah. Čeprav imajo vrednostne verige, preučene v projektu AlpBioEco, svoje posebnosti, je mogoče korake med analizo in strukturo analize posplošiti in standardizirati. To je bilo doseženo, ponovljivi načrt pa je zdaj preprosta smernica tudi za podjetja in druge zainteresirane organizacije zunaj projekta AlpBioEco.

2.2 RAZVOJ NAČRTOV EKOLOŠKIH INOVATIVNIH POSLOVNIH MODELOV

Rezultati analiz, izvedenih v prvem delovnem paketu, so bili podlaga za aktivnosti v **drugem delovnem paketu**: razvoj eko inovativnih poslovnih modelov, usmerjenih v preučene neizkoriščene gospodarske priložnosti. Za razvoj teh novih poslovnih modelov je skupina AlpBioEco izvedla 22 interaktivnih delavnic, na katerih so sodelovali MSP, grozdi, akademski in drugi družbeni akterji, na 9 različnih lokacijah v petih državah AlpBioEco pod vodstvom Innsbruck Management Centra v Avstriji.



Delavnica o poslovnih modelih orehov na InnoCampu v Sigmaringnu v Nemčiji.

Kot rezultat je bilo razvitih 26 idej poslovnega modela, katerih cilj je trajnostno izkoriščanje opredeljenih priložnosti za inovacije. Nato je bilo sedem najbolj obetavnih idej poslovnega modela – dve za vsako vrednostno verigo in en model transversalnega poslovanja – izbranih in nadalje razvitih kot »načrti poslovnega modela« – ki so pripravljeni za izvajanje, preizkušanje in potrditev z lokalnimi podjetji in organizacijami v naslednjem delovnem paketu. Podrobne opise izbranih poslovnih modelov najdete v obsežnem [poročilu](#) na spletni strani AlpBioEco.

2.3 POTRDITEV NAČRTOV POSLOVNEGA MODELA NA BIOLOŠKI OSNOVI



V tretjem delovnem paketu je bilo pod vodstvom Gospodarske zbornice Slovenije potrjenih in preizkušenih sedem izbranih načrtov poslovnega modela, da se je preverila njihova izvedljivost. V ta namen so bili izvedeni majhni in intenzivni skupinski intervjuji – tako imenovane delavnice ciljnih skupin.

Na teh delavnicah ciljnih skupin so potekale poglobljene razprave o poslovnih modelih: poslovni modeli so bili najprej podrobno preučeni in nato nadalje razviti, iskalo pa se je tudi ustrezne ovire za izvajanje z malimi in srednjimi podjetji (MSP), predstavniki industrije, raziskovalci, trženjskimi strokovnjaki in drugimi akterji. Skupina AlpBioEco je izvedla 17 delavnic ciljnih skupin v 9 različnih regijah. Skupina AlpBioEco je poleg delavnic s ciljnimi skupinami obiskala več obstoječih podjetij, ki delujejo v podobnih ali sosednjih podjetjih, da bi na dvostranskih srečanjih razpravljala o uresničevanju možnosti in priložnosti ter na kraju samem preizkusila poslovni model v podjetjih. V 6 različnih regijah je bilo skupno izvedenih 16 poslovnih obiskov na spletu in zunaj njega.

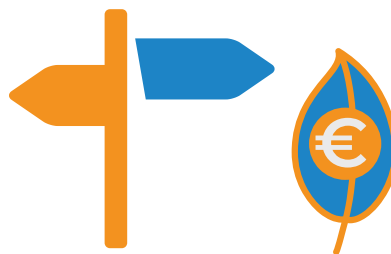
Kot odziv na krizo COVID-19 so bile vse delavnice AlpBioEco in druge dejavnosti od sredine marca naprej popolnoma preusmerjene v spletne oblike. Rezultati tega delovnega paketa, povezanega s prakso, so predstavljeni v tej brošuri o najboljših praksah. Brošura vključuje potrditev poslovnih modelov in poudarja obstoječe najboljše prakse. To poročilo predstavlja osnovo za prihajajoči in končni delovni paket, katerega cilj je razvoj smernic politike o tem, kako je mogoče podpreti izvajanje poslovnega modela in ekološke inovacije v alpskih regijah. Poleg tega se bodo oblikovale smernice za prenos izvedbenih postopkov v druge alpske regije ali projekte.



Nabiranje zelišč, poslovni obisk v Krkvacah, Slovenija.

2.4 RAZVOJ SMERNIC POLITIKE IN PRENOS REZULTATOV

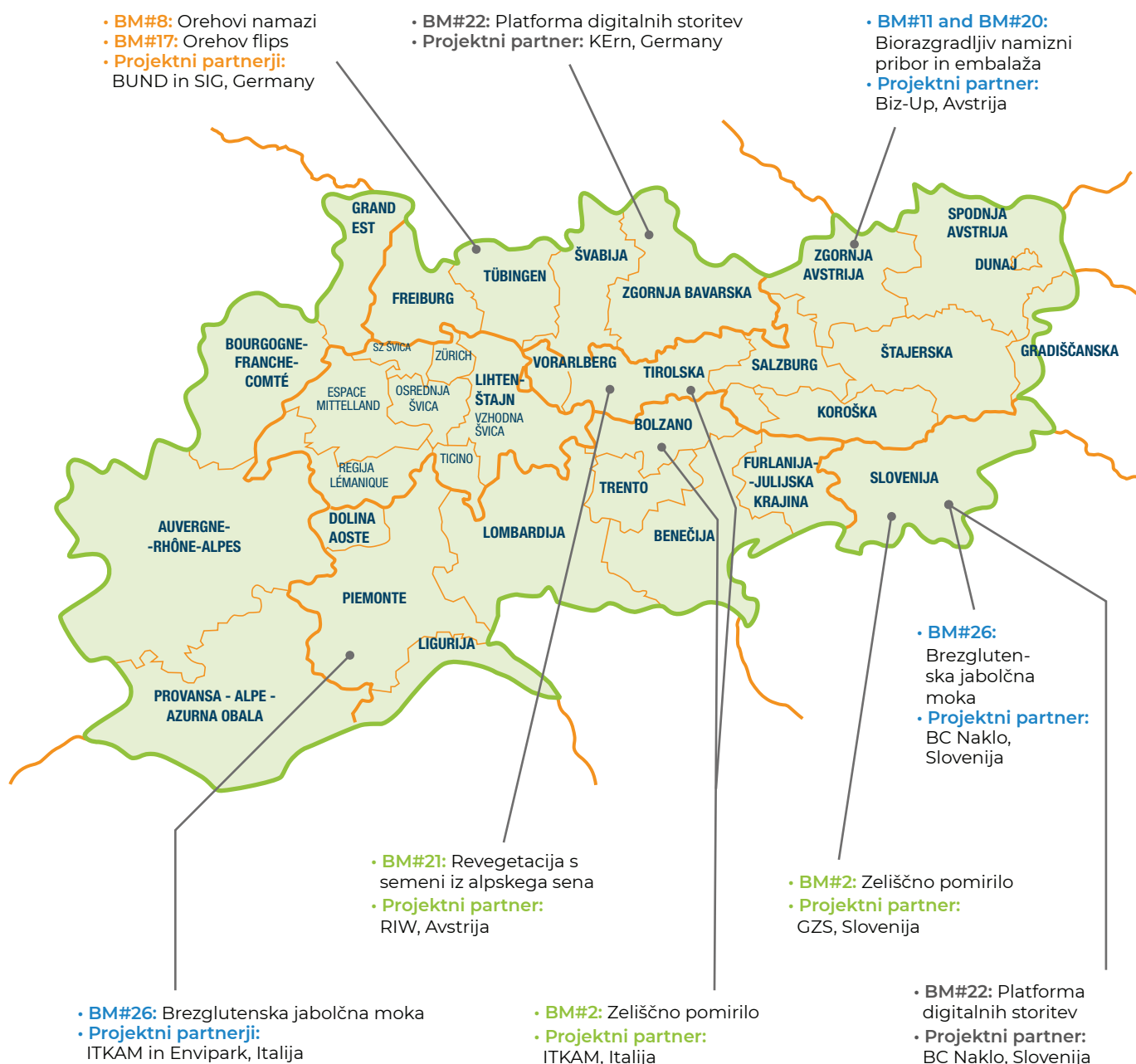
Avgusta 2020 se je začel četrti in zadnji delovni paket pod vodstvom poslovne agencije avstrijske zvezne dežele Zgornja Avstrija (Business Upper Austria). V tem delovnem paketu skupina AlpBioEco rezultate preteklega dela prenaša v seznanje s politikami. To bo doseženo z ustanovitvijo do 12 regionalnih svetovalnih odborov, ki bodo podpirali projektne partnerje AlpBioEco pri razvoju smernic regionalne politike. Te smernice za izvajanje regionalne politike bodo na voljo konec leta 2020 za vse regije AlpBioEco, katerih namen je spodbujati izvajanje izbranih poslovnih modelov v opredeljenih regijah.



3. PILOTNI UKREPI NA PODROČJU EKOLOŠKO INOVATIVNIH POSLOVNIH MODELOV

V tem poglavju predstavljamo glavne rezultate našega dela tretjega delovnega paketa in izpostavimo najboljše prakse. V zadnjih sedmih mesecih so projektni partnerji AlpBioEco sodelovali z lokalnimi podjetji in raziskovalnimi institucijami za nadaljnji razvoj in potrditev sedmih izbranih poslovnih modelov. Povzeli smo najpomembnejše informacije, vključno z informacijami o izdelku, poslovnimi in trženjskimi možnostmi, ovirami pri izvajanju in tudi predlaganimi nadaljnjimi koraki za vseh sedem izbranih poslovnih modelov.

Spodnji zemljevid prikazuje regijo in projektne partnerje za vsak razvit poslovni model.



Prijatelji zemlje Nemčija, regionalno združenje Bodensee Zgornja Švabska/ Friends of the Earth Germany, Regional Association Bodensee-Oberschwaben / Bund für Umwelt und Naturschutz, Regionalverband Bodensee-Oberschwaben = BUND; mesto Sigmaringen = SIG; Kompetenčni center za prehrano Bavarska / Competence Center for Nutrition Bavaria / Kompetenzzentrum für Ernährung Bayern = KERN; Poslovna agencija zgornja Avstrija / Business Upper Austria = Biz-Up; Italijanska gospodarska zbornica za Nemčijo / Italian Chamber of Commerce for Germany = ITKAM; Regio Im Walgau = RIW; Gospodarska zbornica Slovenije - Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij / Chamber of Commerce and Industry of Slovenia - Chamber of Agricultural and Food Enterprises (CCIS - CAFE) = GZS; Biotehniški Center Naklo = BC Naklo



3.

Poslovni
model
Jabolka

BM #26: BREZGLUTENSKA JABOLČNA MOKA

OPIS IZDELKA

Jabolčna moka je brez glutena in se lahko uporablja za prehrano ljudi ali za naravno kozmetiko. V bistvu obstajata dva načina pridobivanja jabolčne moke: Eden od načinov je predelava jabolk neposredno v jabolčno moko, drugi pa obdelava drobno zmletih, posušenih jabolčnih tropin. Jabolčne tropine so stranski proizvod pri pripravi jabolčnega soka in vsebujejo ostanke jabolčne kaše, lupin in semen. Jabolčne tropine pogosto štejejo za odpadke, vendar vsebujejo veliko količino hranil, zaradi česar so jabolčne tropine zanimive in dragocene za človeško prehrano in nego kože.



Vzorec kruha iz jabolčne moke, poslovni obisk v mestu Barge v Italiji.

ITALIJA



V projektu so jabolčno moko pridelali z uporabo jabolčnih tropin, ki izvirajo iz starodavnih bioloških sort italijanskih jabolk. Te starodavne sorte so bolj odporne na zajedavce in prispevajo k lokalni biotski raznovrstnosti. V nobeni fazi proizvodnega procesa niso bile uporabljene nobene kemične snovi. Proizvedena jabolčna moka še vedno vsebuje velike količine sladkorjev, vlaknin, pektina in različnih antioksidantov, ki delujejo proti prostim radikalom. Glede na te značilnosti je mogoče z rehidracijo in homogenizacijo moke izdelati jabolčno pasto, s čimer dobimo v vodi topen izdelek. V projektu je bila jabolčna moka uporabljena v različnih pekovskih izdelkih (biskvit, kruh, krhki piškoti in žitne ploščice). Poleg tega je jabolčna pasta služila kot funkcionalna sestavina za izdelavo treh kozmetičnih izdelkov: kreme za obraz, micelarne vode in gela za prhanje. Kozmetična linija je 100-odstotno ekološka, bogata z naravnimi antioksidanti in trajnostna.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

V regiji Piemont letno več kot 4 tisoč podjetij pridelava 230.000 ton jabolk; celotna italijanska proizvodnja jabolk za nadaljnjo predelavo znaša 2,2 milijona ton na leto. Od te količine je približno 2,3 do 2,5 % (50.600–55.000 ton) stranskih tokov – ostankov iz primarne in sekundarne proizvodnje, predvsem jabolčnih tropin. Možnosti uporabe in nadaljnje predelave teh količin jabolčnih tropin bi lahko z diverzifikacijo dohodka povečale donosnost podjetij. Še posebej zanimiva je nadaljnja predelava v sestavine za živilsko industrijo, zlasti za sektor brez glutena. Poleg tega bi lahko jabolčno moko uporabljali tudi za proizvodnjo funkcionalnih in nutricevtskih živil. Kemične lastnosti jabolčne moke so zanimive za uporabo v kozmetičnem sektorju zaradi visoke vsebnosti različnih vrst antioksidantov. Služi celo kot glavna sestavina za različne vrste kozmetičnih formul.

V obeh primerih uporabe bi moral biti prodor jabolčne moke na trg strogo povezan s konceptom teritorialnosti in trajnosti z uporabo učinkovitega pristopa pripovedovanja zgodb.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Za uspešno proizvodnjo je treba vzpostaviti poseben logistični postopek, da se za jabolčne tropine v nadaljnji obdelavi v jabolčno moko takoj po proizvodnji zagotovi ustrezno skladiščenje v hladilniku. To je še posebej pomembno, saj živilska in kozmetična podjetja zahtevajo izdelke z visoko stopnjo standardizacije tako glede kemijskih lastnosti kot tudi okusa, teksture itd. Tako mora celoten proizvodni postopek te zahteve upoštevati z vseh vidikov (logistično, zagotavljanje kakovosti itd.), kar je težko zaradi različnega izvora jabolčnih tropin in različnih sort jabolk, vključenih v jabolčne tropine.

Ker jabolčna moka ni topna v vodi, je njena uporaba v kozmetičnem sektorju težavna. Kot drugo možnost lahko uporabimo jabolčno pasto. Je topna v vodi in primerna za vse kozmetične kategorije, vendar se proizvaja z višjimi stroški. Proizvodnja jabolčne paste zahteva več predelave in uporabo več tehnologij.



PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Naslednji koraki za uvedbo poslovnega modela jabolčne moke so povezani z različnimi tržnimi priložnostmi. V primeru živilskega sektorja je treba pripravo živil dopolniti z nadaljnjim razvojem receptov ter laboratorijskimi analizami in senzoričnimi študijami. Poleg tega je treba opraviti podrobnejšo analizo tržnih trendov in priložnosti za vstop v tržne niše (na primer ekološke in brez glutena).

V primeru kozmetičnega sektorja sta potrebna tudi nadaljnji razvoj izdelkov in upravljanje kakovosti. Upoštevati je treba tudi zahteve politike: najprej je treba jabolčno pasto registrirati pri Mednarodnem odboru za nomenklaturu kozmetičnih sestavin (INCI), ki daje sistematično ime za

identifikacijo kozmetične sestavine. Nato mora jabolčna pasta prejeti izjavo o varnosti in odobritev uporabe v skladu z ustreznimi direktivami. Poleg tega je potrebna popolna zasnova formule za kozmetično linijo, vzporedno z razvojem trdne strategije blagovne znamke kozmetike.



Nasadna razglednica AlpBioEco in jabolčna pasta

POSTOPEK IN MEJNIKI

NOVEMBER 2019	JANUAR 2020	FEBRUAR 2020	MAREC 2020	APRIL 2020	JUNIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> • razvoj poslovnega modela • stik z Aziendo Agricola Magnarosa, ki se zanima za izvedbo 	<ul style="list-style-type: none"> • sodelovanje s projektnimi partnerji, ki delajo na poslovnem modelu • Izvajanje predhodnih raziskav za delavnico ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> • delavnica tehnične ciljne skupine za uporabo jabolčne moke 	<ul style="list-style-type: none"> • razvoj in proizvodnja prototipov jabolčne moke • analiza jabolčne moke 	<ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja živilskih izdelkov z jabolčno moko 	<ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja kozmetičnih izdelkov z jabolčno moko

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Poiščite dodatne informacije o poslovnem modelu jabolčne moke brez glutena → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco iz Italije:

- Envipark, Barbara La Licata:
barbara.lalicata@envipark.com | www.envipark.com
- Italijanska gospodarska zbornica za Nemčijo, ITKAM, Sonia Barani:
SBarani@itkam.org | www.itkam.org

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjim podjetjem iz Italije:

- Azienda Agricola Magnarosa:
info@magnarosa.com | www.magnarosa.com



SLOVENIJA



V Sloveniji je jabolčna moka na trgu razmeroma nova, vendar velja za izdelek z velikim potencialom, saj se lahko uporablja v proizvodnji brezglutenske hrane. O proizvodnji in uporabi so na delavnici ciljne skupine razpravljali s strokovnjaki iz Slovenije. Pozneje so jabolčno moko preizkusili v proizvodnji brezglutenske peciva in ocenili njegove parametre.



Brezglutensko pecivo iz jabolčne moke v BC Naklo, Slovenija

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

O poslovnih in trženjskih možnostih so razpravljali glede na segmente kupcev, kot so končni potrošniki in uporabniki, ki uporabljajo jabolčno moko kot dodatek končnemu izdelku. V primeru končnih potrošnikov morata biti material in oblika embalaže takšna, da je kupec obveščen, da gre za naravni izdelek in da ta izdelek predstavlja zgoraj omenjeno posebno vrednost. Med peki, slaščičarji, gostilničarji in direktorji restavracij je treba najti tiste, ki imajo podobne vrednote, kot jih

predstavlja izdelek. V kuhinjah javnih zavodov, ki so vezane na javna naročila, je potreben drugačen pristop v smislu zelenih javnih naročil. Potrošniški trg je pokazal več zanimanja za nič odpadkov in proizvodnjo hrane s krožnim gospodarstvom. Izdelek, kot je jabolčna moka, ki temelji predvsem na ostankih materiala in ponuja brezglutensko drugo možnost tradicionalni moki, je odlična možnost za uspešno tržno pozicioniranje.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Še vedno ni jasno, kako velik je trg jabolčne moke v Sloveniji, zato je težko oceniti stroške in koristi. Po brezglutenskih izdelkih je na trgu sicer vse večje povpraševanje, a proizvajalci jabolk brezglutensko jabolčno moko vidijo kot nišni izdelek, z močno konkurenco. Poleg tega ima proizvodnja jabolčne moke iz jabolčnih tropin številne tehnične in naložbene ovire. Za obdelavo jabolčnih tropin so potrebni posebni stroji. Ker veliko podjetij še nima takšnih strojev, bi bile potrebne naložbe v opremo. Tudi logistika jabolčne moke je ponavadi zahtevna glede pogojev skladiščenja in embalaže.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Povezava pridelovalcev jabolk s podjetji za živilsko predelavo ter razvoj in testiranje izdelkov sta dva pomembna naslednja koraka, vključno z vidiki kakovosti, okusa in standardizacije. Poleg tega so za izvajanje poslovnega modela ključnega pomena ozaveščanje potrošnikov, njihovo spodbujanje in izobraževanje o živilskih proizvodih na biološki osnovi, razvoj in izvajanje tržnih dejavnosti ter pridobivanje podpore in financiranja s strani državnih institucij.

V Sloveniji so pogoji za množično proizvodnjo brezglutenske jabolčne moke in mednarodno trženje trenutno omejeni zaradi pomanjkanja ustrezne tehnične opreme v živilski industriji za proizvodnjo takšnih izdelkov. Zato je treba razviti izdelek, ki je namenjen določenim skupinam kupcev in potrošnikom, ki bodo to sprejeli in cenili posebne prednosti izdelka, kot so trajnost, regionalnost in krožnost.



POSTOPEK IN MEJNIKI

MAREC 2020	APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020	JULIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> • sodelovanje s projektnimi partnerji, ki delajo na poslovnem modelu • izvajanje predhodnih raziskav za delavnico ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtovanje delavnice ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> • delavnica ciljne skupine s strokovnjaki iz Slovenije na temo pridelava jabolk in predelave hrane 	<ul style="list-style-type: none"> • spletni obisk proizvajalca jabolk 	<ul style="list-style-type: none"> • delavnica ciljne skupine za preizkušanje brezglutenskih receptov za pecivo in njegovo ocenjevanje

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Poiščite dodatne informacije o poslovnem modelu jabolčne moke brez glutena → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco iz Slovenije:

→ Biotehniški Center Naklo, | www.bc-naklo.si

Mihela Špelko (koordinatorica projekta, strokovnjakinja za živilsko tehnologijo in prehrano):
mihela.spelko@bc-naklo.si

Nuša Levičnik (vodja projektne pisarne):
nusa.levicnik@bc-naklo.si



BM #11/20: BIORAZGRADLJIV NAMIZNI PRIBOR IN EMBALAŽA

OPIS IZDELKA

Biološko razgradljiva embalaža na osnovi jabolčnih tropin je zelo obetavna druga možnost za obstoječe običajne izdelke iz plastike, s katerimi bi zmanjšali onesnaževanje okolja, ki ga povzročajo plastični odpadki. Njen pomen bo še večji, ko bodo do leta 2021 zaradi zakonodaje EU prepovedani izdelki iz plastike za enkratno uporabo. Namizni pribor za enkratno uporabo in biološko razgradljivo embalažo iz jabolčnih tropin bodo potrošniki verjetno sprejeli zaradi večje ozaveščenosti o tej temi in vse večje potrebe po boljših alternativah običajni plastiki.



Biorazgradljive slamice iz jabolčnih tropin.

AVSTRIJA



Pri projektu smo sodelovali z raziskovalnim centrom za znanstveno analizo jabolčnih tropin. Cilj je bil pridobiti globlje znanje o surovini, na primer o tem, ali in kako različne sorte jabolčnih tropin zahtevajo različne proizvodne parametre in katera surovina je bolj ali manj obetavna za nadaljnje raziskave na tem področju uporabe. Analizirani so bili štiri različni vzorci. Za primerjavo različnih vzorcev so bili vsi izpostavljeni enakemu postopku. Za ekstrakcijo smo uporabili ista topila, temperaturo in trajanje. Rezultati analize kažejo, da postopek sušenja jabolčnih tropin vpliva na sestavo sestavin in hranil. To je pomemben vidik, ker jabolčnih tropin, ki vsebujejo veliko količino pomembnih hranilnih snovi, ne bi smeli uporabljati za embalažo. Namesto tega bi jih bilo mogoče uporabiti za nadaljnjo predelavo v izdelke za prehrano ljudi ali živalsko krmo, saj je visoka vsebnost na primer sladkorja in beljakovine, koristna tudi za živali.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Trenutno se za prehrano živali uporablja velika količina jabolčnih tropin. Za proizvajalce jabolčnega soka bi bila prodaja jabolčnih tropin embalažnim podjetjem (ki proizvajajo in/ali prodajajo posodo za enkratno uporabo in biološko razgradljivo embalažo) privlačna priložnost za povečanje vrednosti njihovih stranskih proizvodov. Prva izbira za trženje namiznega pribora in izdelkov za enkratno uporabo bi bilo med podjetji – »B2B«. Standardizirane izdelke in pribor za enkratno uporabo bi bilo mogoče na primer prodajati in distribuirati preko gastronomskih dobaviteljev in preko trgovcev na debelo. Druga obetavna priložnost bi bilo trženje B2B preko sodelovanja s podjetji za proizvodnjo živil, ki potrebujejo trajnostne, alternativne embalažne materiale. Odlična priložnost je na primer zamenjava običajnih plastičnih lončkov za jogurt. Na splošno za biorazgradljivo embalažo velja, da je to možnost za izstopanja od konkurence, saj ponuja enkratno prodajno točko na trgu, kar lahko pozitivno vpliva na podjetja.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Ker so embalaža in namizni pribor iz jabolčnih tropin novi izdelki, obstaja še veliko negotovosti, ki jih je treba pojasniti. Prvič, količina embalaže, ki jo je mogoče proizvesti iz regionalnih surovin, je omejena, odvisna od razpoložljivosti surovin v regiji, ki se lahko od sezone do sezone razlikuje. Uvoz potrebnih količin surovin ni zaželen, ker bi to pomenilo izgubo gospodarskih učinkov na regijo. Drugič, razvoj izdelka, ki bo izpolnjeval vse zahteve glede higiene in živilske tehnologije (npr. rok uporabnosti živila, nobenih ostankov v embalaži, kot so pesticidi), predstavlja novo oviro. Največji izziv je, da se jabolčne



tropine običajno ne pridobijo iz ene same sorte jabolk, temveč iz neznane mešanice. Posledično obstaja širok razpon ravni kakovosti in lastnosti materialov, kar bo verjetno povzročilo različno kakovost končne embalaže/namiznega pribora. Poleg tega lahko različni postopki, na primer je sušenje surovin, otežujejo izdelavo embalaže z enakimi higienskimi lastnostmi in lastnostmi živilske tehnologije. Tretjič, pomembno je razlikovati med različnimi vrstami surovin, da se zagotovi trajnost: nekatere surovine še vedno vsebujejo veliko visokokakovostnih hranil. V tem primeru je treba vzpostaviti predelavo, ki bo zagotovila, da jabolčne tropine, bogate s hranili, ostanejo uporabne za prehrano ljudi ali kot živalska krma. Druga tehnična ovira pri izvedbi je združljivost z obstoječimi stroji: ali so novi embalažni materiali združljivi z obstoječimi stroji? Proizvajalci bodo zaprosili za zagotovilo, da bo nadomestni material skladen z njihovo opremo. V nasprotnem primeru bi morala podjetja razviti ali kupiti nove in drage stroje, kar bi bila velika ovira za izvedbo. Poleg tega mora biološko razgradljiva embalaža vzdržati konvencionalne rešitve z ekonomskega vidika. Če ne bo nudila podobnih marž in značilnosti, bodo podjetja težko navdušila nad izdelkom.



Vzorci jabolčnih tropin, Avstrija

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Kot prvi korak je potrebna tržna raziskava o razpoložljivosti surovin, da bi ugotovili, koliko surovin je na voljo in koliko embalaže/namiznega pribora bi lahko proizvedli iz te surovine. Kot drugi korak je treba identificirati in povezati več zainteresiranih podjetij: podjetja, ki dobavljajo surovine, raziskovalno središče ali raziskovalno podjetje z ustreznim strokovnim znanjem, embalažno podjetje, ki želi delati na razvoju izdelka, in proizvajalca strojev, če je potrebno. Poleg tega je potrebna nadaljnja laboratorijska analiza surovine (npr. higiensko preizkušanje embalažnega materiala, preizkusi strojev, rok uporabnosti živilskih izdelkov, pakiranih v biološko razgradljivo embalažo), pa tudi celovit razvoj izdelka, da se poišče najprimernejša surovina. Na podlagi rezultatov je treba natančno izračunati finančne vire, vključno s ceno surovine, stroški certificiranja in stroški logistike/trženja. Poleg tega bi bilo dobro poiskati vlagatelje in sponzorje za razvoj biorazgradljive embalaže.

POSTOPEK IN MEJNIKI

MAREC 2020	APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020	JULIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> izvajanje predhodnih raziskav za sodelovanje in delavnice ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> delavnica v ciljni skupini z nemško govorečimi strokovnjaki 	<ul style="list-style-type: none"> začetek analize surovine dvostranske izmenjave s strokovnjaki 	<ul style="list-style-type: none"> izvedba več poslovnih obiskov analize surovine 	<ul style="list-style-type: none"> predstavitve rezultatov analize surovin

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu namiznega pribora za enkratno uporabo in bioraz-gradljive embalaže lahko najdete → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših s tem povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednjega projektne partnerja AlpBioEco iz Avstrije:

→ Poslovna agencija Zgornja Avstrija, Heidrun Hochreiter:
heidrun.hochreiter@biz-up.at | www.biz-up.at | www.lebensmittel-cluster.at

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjo organizacijo iz Avstrije:

→ Univerza za uporabne znanosti Zgornja Avstrija,
 DIⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Bettina Schwarzinger:
research@fh-ooe.at | forschung.fh-ooe.at/en/





3.2

Poslovni
modeli
orehi

BM #17: OREHOVI NAMAZI

OPIS IZDELKA

Orehov namaz je visokokakovosten vegetarijanski namaz z zdravimi in regionalnimi sestavinami. Namaz je narejen iz orehove pogače (ostanki proizvodnje orehovega olja) iz regionalnih oljarn, ki predelujejo regionalne orehe. Zato izdelek prispeva h gojenju orehov v regiji in regionalni porabi. Orehov namaz je odličen s kruhom, dobro pa se poda tudi k zelenjavi ali testeninam in zelenjavi z žara. Okus se lahko razlikuje in sega vse od sladkega do slanega.



Orehovi namazi, delavnica ciljne skupina v Bodneggu v Nemčiji.

NEMČIJA



V projektu smo izdelali več orehovit namazov z do 20-odstotnim deležem orehove pogače. Okusi so oreh s paradižnikom, oreh s papriko, oreh z meto in oreh s čokolado in cimetom z različnim rokom trajanja. Nekateri namazi so bili proizvedeni kot sveži izdelki s primerljivo kratkim rokom uporabnosti do največ 2 tedna, nekaj namazov je bilo konzerviranih s pasterizacijo.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Proizvodnja in prodaja regionalnih orehovit namazov je zanimiva priložnost za oljarne, saj bodo z regionalno proizvodnjo orehove oljarne donosnejše. Poleg tega je proizvodnja in prodaja orehovit namazov zanimiva tudi za gostinske storitve ali proizvajalce namazov/pesta, pa tudi za pridelovalce orehov (samo glede prodaje). Na nemškem trgu je že na voljo veliko rastlinskih, pogosto vegetarijanskih namazov. Ker ta trg še naprej raste, orehovi namazi ponujajo obetaven tržni potencial. Zaradi značilnega orehovega okusa in, kar je najpomembnejše, vsebnosti alergenov, orehovit namaz ni primeren za vsakogar. Za dajanje izdelka na trg je treba upoštevati vidik regionalnosti: na območju Ravensburg - Zgornja Švabska je tržna študija leta 2018 štela 93 lastnikov nasadov s 355 drevesi, ki dajo 20 ton svežih orehov, ki so na voljo regionalnemu trženju. Po sušenju ostane 10 ton posušenih orehov in nato le 5 ton po trenju. Od teh 5 ton lahko skupno proizvedemo 2,5

do 3 tone olja. To pomeni, da je na voljo 2 do 2,5 tone orehove pogače za nadaljnjo predelavo, npr. za namaze. Če nekdo proizvaja 300-gramske kozarce namaza, pri čemer vsak vsebuje približno 20 % orehove pogače, bi to bi znašalo 4166 kozarcev orehovega namaza. Regionalna prodaja orehovit namazov na običajnem maloprodajnem trgu s hrano (npr. REWE, EDEKA) bi bila problematična zaradi majhnega obsega proizvodnje. Prav tako bi težko vstopil v portfelj izdelkov kot »novinec« z enim samim izdelkom. Tako se neposredna prodaja npr. v majhnih trgovinah ali neposredno v gostinskih podjetjih zdi primernejša. Za trženje namazov je potreben učinkovit pristop »pripovedovanja zgodbe«, ki poudarja regionalne, krožne in zdravstvene vidike ter vidik ohranjanja regionalnih orehovit dreves. Povezava z alpskim območjem bi lahko bila tudi ideja za trženje izdelka, zlasti za turiste.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Izvajanje poslovnega modela je oteženo zaradi več tehničnih, logističnih in pravnih vidikov. Prvič, predelava orehov je draga zaradi pomanjkanja ustreznih strojev za sortiranje. Najpogostejše orehe po trenju sortiramo ročno. Zaradi tega so regionalni orehovi izdelki delovno intenzivni in dragi. Poleg tega obstaja tudi tveganje, da so v razpokanih orehih še vedno deli lesene lupine. Drugič, v južni Nemčiji številne oljarne pogosto stiskajo olje pogodbeno za zasebnike. Za izdelavo olja dobijo že strte orehe, dovoljeno pa jim je, da obdržijo orehovo pogačo. Orehova pogača je sestavljena iz številnih različnih sort orehov z različnimi okusi. Poleg tega so orehi tudi skladiščeno drugače. To ima dve glavni posledici: otežuje delo samo z enim standardnim receptom za namaz, saj se okus orehovega namaza lahko spreminja od serije do serije.

Drugič, to povečuje tudi potrebo po sistemu vodenja kakovosti za dober okus in varnost hrane, npr. da se zmanjša tveganje za obdelavo žarke ali plesnive orehove pogače, ki ni bila pravilno shranjena. Če ne vemo, kako so bili orehi shranjeni pred predelavo, obstaja tveganje za nadaljnji postopek. Tretjič, količina razpoložljivih orehov se od sezone do sezone razlikuje. Zaradi vseh naštetih razlogov je skoraj nemogoče pridobiti enega od zelenih certifikatov ekološkega proizvoda. Manjša podjetja poleg teh ovir težko izpolnjujejo tudi stroge zakone o deklariranju živil, ki jih je treba upoštevati. Za podjetja, ki še nimajo strojev za predelavo orehove pogače v orehovo moko in nato v namaze, so investicijski stroški lahko velika ovira pri izvedbi.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Treba je odpreti obstoječe mreže pridelovalcev orehov ali lastnikov orehovitih dreves. Potrebne so nadaljnje tržne raziskave o razpoložljivosti, sortah orehov in sezonski razpoložljivosti regionalnih orehov in orehovitih stiskalnic. To je potrebno, če želimo poznati razpoložljivost kapacitet in materialne stroške za proizvodnjo. Na podlagi tega je treba raziskati možnosti za orehove zadrage. Potreben bo popoln izračun stroškov, vključno s stroški za vse procese in dejavnosti, logistiko, administracijo in trženjem. To bi lahko naredilo zainteresirano podjetje, ki bi upoštevalo specifikacije nosilca: to bi lahko bila na primer oljarna ali pa ponudnik storitev, ponudnik gostinskih storitev ali zadruga. Prav tako je treba preučiti možnost certificiranja orehov kot organske orehe z različnih kmetij. Nazadnje je potreben nadaljnji razvoj receptov in proizvodnje, da se ustvarijo namazi z dovolj dolgim rokom trajanja, dobrim okusom in visoko kakovostjo. Za to so potrebne laboratorijske analize. Če se uporabljajo stiskalnice različnih udeležencev, je treba razviti in vzpostaviti dober protokol za upravljanje kakovosti, ki bo zagotovil pravilno shranjevanje orehov pred predelavo.

POSTOPEK IN MEJNIKI

JANUAR 2020	FEBRUAR 2020	APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> • predstavitev projektne ideje na dnevih ohranjanja narave na Bodenskem jezeru • sodelovanje s projektnimi partnerji, ki delajo na poslovnem modelu 	<ul style="list-style-type: none"> • delavnica ciljne skupine z nemško govorečimi strokovnjaki • predstavitev ideje poslovnega modela na mednarodnem sejmu »Fruchtwelt Bodensee« 	<ul style="list-style-type: none"> • izdelava zemljevida oljarn • poslovni poskusi z orehovo pogačo • poslovni obiski preko telefonskih klicev • izdelava prototipov izdelkov 	<ul style="list-style-type: none"> • dvostranska izmenjava s podjetji • poslovni obiski preko telefonskih klicev • poslovni poskusi z orehovo pogačo 	<ul style="list-style-type: none"> • poslovni obisk • poslovni poskusi z orehovo pogačo



i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Poiščite dodatne informacije o poslovnem modelu orehovega namaza → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših s tem povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco iz Nemčije:

- Prijatelji Zemlje Nemčija, Regionalno združenje Bodensee-Oberschwaben, BUND, Ulfried Miller:
ulfried.miller@bund.net | www.bund-bodensee-oberschwaben.net
- Mesto Sigmaringen, Anna Bäuerle: alpbioeco@sigmaringen.de | www.sigmaringen.de

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjimi podjetji iz Nemčije:

- Feines aus dem Hegau Delikat essen, Markus Bruderhofer:
info@feines-aus-dem-hegau.de | www.feines-aus-dem-hegau.de
- Fruchtbares von lebendigen Böden, Angela Abler-Heilig:
info@fruchtbares.de | www.fruchtbares.de
- Inntalnuss, Korbinian Heiß:
info@inntalnuss.de | www.inntalnuss.de



BM# 08: Orehov flips

OPIS IZDELKA

Orehov flips so napihnjeni prigrizki, ki se lahko uporabljajo tudi kot dodatek k žitom ali energijskim ploščicam. Izdelani so večinoma iz škroba, npr. krompirja, pšenice ali koruze in orehove pogače. Flips se lahko razlikuje po velikosti in obliki: v velikosti majhnih peletov so lahko dodani žitom za zajtrk. Večji flips, ki je podoben vsem dobro znanemu arašidovemu smokiju, bi lahko bil prigrizek, ki ga postrežemo z aperitivom, na poslovnih dogodkih ali doma kot bolj zdravo in regionalno alternativo krompirjevemu čipsu.

Orehov flips lahko izdelamo na dva načina. Ena od možnosti je uporaba že pripravljenih škrobnih ekstrudatov, ki so nato premazani z oljem, začimbami in orehovo pogačo. Druga možnost je, da se orehova pogača vključi v ekstrudirano maso in se nato maso predela v napihnjene ekstrudate, tako da škrobov ekstrudat vsebuje tudi orehovo pogačo. Za manjša podjetja se zdi prva možnost privlačnejša, saj zahteva manj razvoja izdelkov, manj tehnološkega znanja in manjše naložb v proizvodne obrate. Naslednje poslovne in tržne priložnosti se torej nanašajo samo na različico, ki je prevlečena z orehovo pogačo.



Prototipi orehovitv flipsov, degustacija v Ravensburgu v Nemčiji.

NEMČIJA



V projektu smo izdelali več vrst orehovega flipsa z različnimi škrobi, olji in okusi: Kot osnovo smo uporabili ekstrudate iz ovsu (peleti in blazinice) in prosa. Ekstrudate smo prevlekli z različnimi začimbami, oljem in orehovo pogačo ter v dveh fazah pridelali več kot dvanajst vrst z okusom oreh čili, oreh paprika, oreh zelišča ali tudi oreh vanilja in cimet. Najljubši slani flips je bil pripravljen z orehovim oljem, orehovo pogačo, papriko in soljo. Najljubša sladka različica je bila pripravljena z orehovim oljem, orehovo pogačo, sladkorjem in cimetom in je bila odlična kot dodatek k misliju.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Regionalni trgovci, pridelovalci orehov in lastniki oljarn se zelo zanimajo za poslovni model, ker gre za inovativen izdelek, ki še ni na voljo na trgu in bi lahko ustvarjal dodatno vrednost pri proizvodnji orehovega olja. Oljarnam ponuja možnost predelave orehove pogače, ki se pogosto uporablja kot živalsko krmo ali se celo zavrže. Zdi se, da je za trgovce na drobno izdelek zanimiv, ker je regionalen in bolj zdrav nadomestek običajnega arašidovega flipsa. Kljub temu pa poslovne in tržne priložnosti za orehov flips še vedno zahtevajo nekaj raziskav, saj podrobna tržna študija še ni bila izvedena. Flips bi lahko proizvajale in prodajale neposredno oljarne. Poleg tega bi lahko bila proizvodnja in prodaja orehovega flipsa zanimiva tudi za obstoječe proizvajalce prigrizkov ali žit – imajo ustrezno znanje in potrebno tehnološko opremo – ali pa za ponudnika storitev. Če se je mogoče izogniti alergenom (npr. uporaba krompirjevega škroba namesto pšenice, da je izdelek brezglutenski), bi bil ob upoštevanju regionalnih in zdravstvenih vidikov flips zanimiv za ljudi, ki skrbijo za zdravo prehrano in kupujejo regionalne izdelke. Vendar pa vidik regionalnosti tako za orehov namaz kot za flips



oteži proizvodnjo, dajanje na trg in razvoj ustrezne tržne strategije. Regionalna prodaja orehovega flipsa na običajnem maloprodajnem trgu s hrano (npr. REWE, EDEKA) bi bila zaradi majhnega obsega proizvodnje, odprtih vprašanj o certificiranju in zaradi sezonskih vidikov otežena. Zdi se, da je neposredna prodaja najprimernejša možnost. Uspešna marketinška strategija potrebuje dobro »pripovedovanje zgodbe«, da se poudarijo regionalni izvor, zdravstvene značilnosti in ekološki vidik ohranjanja stare kulturne dediščine regionalnih orehov. Ena od strateških možnosti za doseg tega bi lahko bile regionalne zadruga pridelovalcev orehov. Surovine, potrebne za oblogo, so olje in stranski proizvodi pridobivanja olja, zaradi česar je prigrizek bolj trajnosten od obstoječih primerljivih izdelkov. Poleg tega naj bi se vzpostavili poslovni odnosi, ki bodo v večjem obsegu omogočili približanje orehovega flipsa končnemu potrošniku. To bi bilo izvedljivo na orehovitih kmetijah, v orehovitih trgovinah, na kmečkih tržnicah, preko regionalnih trgovcev, supermarketov, lekarn, kinodvoran, šol, univerz, kavarn ali gostinskih storitev in podobnih podjetij.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Pomanjkanje podrobne tržne študije je prva ovira. Do danes ni jasno, ali in v kakšnih okoliščinah bi bil ta izdelek uspešen na trgu. Poleg tega so za uvedbo tega poslovnega modela potrebne naložbe v razvoj izdelkov, strokovno znanje in opremo. Prav tako je treba prototipe izdelkov še izboljšati glede oblike živil. Za izdelavo orehovega flipsa je potreben mlin ali rezalnik za mletje orehove pogače. Poleg tega sta potrebna še stroj za premaz in pakirni stroj. Kot pri drugih naravnih surovinah tudi tukaj razlike v kakovosti predelane pogače predstavljajo še en izziv. Številne oljarne predelujejo orehe različnih pridelovalcev, ne da bi vedele, kakšna je sorta ali predhodna obdelava orehov. To povečuje potrebo po dobrem upravljanju kakovosti in fleksibilnosti v proizvodnji. Glede na to, da se lahko okus in sestava pogače močno razlikujeta v različnih serijah, je upravljanje kakovosti in proizvodnja izdelka z enakim okusom težavna. Poleg tega je izdelek lahko občutljiv v smislu distribucije in roka uporabnosti zaradi maščob, ki jih po proizvodnji še vedno vsebuje.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Kot prvi korak je potrebna temeljita tržna raziskava surovin, konkurence in povpraševanja na trgu, da bi ugotovili, kateri izdelek iz orehove pogače se zdi bolj obetaven: žitni peleti ali flips (kot nadomestek svežega in zdravega prigrizek). Hkrati so potrebne nadaljnje raziskave izdelka in njegovega razvoja, da se zagotovi dober okus in daljši rok uporabnosti. Vsekakor imajo tukaj oljarne osrednjo vlogo. Na podlagi teh informacij bi lahko izvedli analizo stroškov in koristi, da bi preverili gospodarske koristi za orehove oljarne.

POSTOPEK IN MEJNIKI

JANUAR 2020	FEBRUAR 2020	APRIL 2020	MAJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> • predstavitev projektne ideje na dnevih ohranjanja narave na Bodenskem jezeru • sodelovanje s projektnimi partnerji, ki delajo na poslovnem modelu • izvajanje predhodnih raziskav za delavnico za ciljno skupino 	<ul style="list-style-type: none"> • delavnica ciljne skupine z izbranimi deležniki in strokovnjaki • predstavitev ideje poslovnega modela na mednarodnem sejmu "Fruchtwelt Bodensee" 	<ul style="list-style-type: none"> • izdelava prototipov izdelkov s strani podjetja Sinne & Sensorik, Cornelia Ptach • degustacija 12 različnih premazov • dvostranska izmenjava s podjetji za premaze o možnostih za proizvodnjo ekstrudatov 	<ul style="list-style-type: none"> • dvostranska izmenjava s podjetji glede izdelka • dvostranska izmenjava z raziskovalnimi institucijami o možnostih za proizvodnjo ekstrudatov

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu orehovega flipsa najdete → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših s tem povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco iz Nemčije:

→ Prijatelji Zemlje Nemčija, Regionalno združenje Bodensee-Oberschwaben / Bund für Umwelt und Naturschutz, Regionalverband Bodensee-Oberschwaben, BUND, Ulfried Miller:

ulfried.miller@bund.net | www.bund-bodensee-oberschwaben.net

→ Mesto Sigmaringen, Anna Bäuerle:

alpbioeco@sigmaringen.de | www.sigmaringen.de

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjim podjetjem iz Nemčije:

→ Sinne & Sensorik, Cornelia Ptach:

cornelia@ptach.de | www.ptach.de





3.5

Poslovni
modeli
zelišča

BM #02: ZELIŠČNO POMIRJEVALNO SREDSTVO

OPIS IZDELKA

Pri izvedbi tega poslovnega modela gre za proizvodnjo zeliščnih dud iz ekološkega kavčuka. Duda ima vsebnik z alpskimi zeliščnimi tekočinami in se lahko uporablja za blaženje najpogostejših težav v zgodnjem otroštvu (zobobol, kolike, nespečnost, kožne bolezni itd.). Zeliščno dudo lahko sestavljata dva ločena izdelka, ki ju kupimo skupaj ali vsakega posebej: dudo iz naravnih in ekološko trajnostnih materialov ter vsebnik z zeliščnimi tekočinami. Po končani terapiji je vsebnike mogoče vrniti na prodajno mesto z vračljivim vakuumskim sistemom, ki ga je navdihnil sistem za recikliranje »Pfand«, navzoč v nemško govorečih državah.



Zeliščna duda lahko številnim otrokom pomaga pri odpravljanju bolečine.

ITALIJA



Med fazo potrjevanja in izvajanja smo sodelovali s Christophom Kirchlerjem, strokovnjakom v alpski zeliščni vrednostni verigi, ki ga zanima razvoj inovativnih izdelkov za spodbujanje majhnih lokalnih gospodarstev. Ker se zeliščna duda lahko uporablja za zdravljenje različnih težav, smo najprej morali izbrati zdravstveno trditev, na katero se osredotočamo v pilotnem projektu. Da bi ocenil zanimanje

ciljne skupine za izdelek in ugotovil, katere bolezni je v zgodnjem otroštvu najtežje zdraviti, je ITKAM izvedel tržno analizo, v kateri so sodelovali tako starši kot strokovnjaki, ki spremljajo starše v otrokovem najzgodnejšem obdobju: pediatri, babice in farmacevti. Rezultati so na voljo na spletni strani projekta.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Zeliščna duda se lahko uporablja za zdravljenje različnih bolezni v zgodnjem otroštvu, vključno z nespečnostjo, zobobolom, kolikami, kašljem itd. Potencialne stranke so starši, ki izdelek kupijo za svoje dojenčke. Značilen potrošnik so predvsem starši s srednje do visokim dohodkom, ki so okoljsko ozaveščeni in vajeni kupovati ekološke ter naravne izdelke. Pomembno vlogo imajo tudi pediatri in babice, ki staršem pogosto svetujejo glede nakupa izdelkov za otroke v zgodnjem otroštvu.

Zeliščna duda je popolnoma inovativen izdelek: tradicionalno je duda udobna priprava za dojenčke, a v tem primeru se uporablja za blaženje bolečin na povsem naraven način z uporabo zelišč. Izdelek je regionalno primerljiv in omogoča spodbujanje majhnega gospodarstva: za dude, ki se prodajajo na Južnem Tirolskem, se lahko uporabljajo alpska zelišča, za dude, ki se prodajajo v Franciji, provansalska zelišča in podobno velja za druge regije. Zeliščna duda se lahko prodaja kot botanični izdelek v ekoloških trgovinah in supermarketih, lekarnah in zeliščnih trgovinah tako na spletu kot kot v trgovini.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Izvedba tega izdelka je deležna nekaterih kritik s tehničnega vidika, ki jih je treba še obravnavati. Prva kritična točka zadeva obliko, v kateri se bodo zelišča dajala otroku: med še vedno obravnavanimi možnostmi so hidrolati in arome. Ko je izdelek namenjen dojenčkom, bo treba po izdelavi prototipa zvesti ustrezno toksikološko analizo. Druga kritična točka se nanaša na okus tekočin, ki se dajejo dojenčku: ker imajo



zelišča naravno grenak okus, obstaja nevarnost, da bo otrok pomirilo zavrnil. To težavo je mogoče rešiti z uporabo naravnih sladil, kot sta ciklodekstrini ali med manuka. Poleg tega, ker na južnem Tirolskem ni kakovostnega protokola za gojenje alpskih zelišč, teh zelišč ni mogoče prodati v lekarnah kot zdravilnih zelišč. Izdelek bo spadal v kategorijo rastlinskih izdelkov in ne medicinskih pripomočkov. Ker gre za inovativen izdelek, ni mogoče vnaprej določiti zanimanja ciljne skupine (staršev) za izdelek.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Ko bodo na voljo rezultati tržne analize, je treba izbrati zelišča, ki bodo uporabljena v poskusnem receptu. Prav tako bo treba opraviti prve preizkuse, da se določi najprimernejša oblika, v kateri sev bodo zelišča dajala. Izvesti bo treba tudi ustrezne toksikološke raziskave. Nekaj južnotirolskih alpskih pridelovalcev zelišč je izrazilo zanimanje za sodelovanje pri izvedbi poslovnega modela. Na tej točki je treba vzpostaviti partnerstvo z lokalnim proizvajalcem ekološkega kavčuka. Ta material bo uporabljen za izdelavo dud. Nato je treba za izračun optimalne cene izdelka narediti analizo stroškov in koristi. Za vzpostavitev vračljivega vakuumskega sistema za ponovno uporabo je potrebno tudi partnerstvo z lokalnimi prodajnimi mesti. Na koncu bo zaradi zelo inovativnega značaja izdelka potrebna marketinška kampa-nja, ki bo vzbudila zanimanje ciljne skupine za izdelek.

POSTOPEK IN MEJNIKI

JANUAR 2020	FEBRUAR 2020	MAREC– APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ– JULIJ 2020	AVGUST 2020
<ul style="list-style-type: none"> • sodelovanje s projektnimi partnerji, ki delajo na poslovnem modelu • Izvajanje predhodnih raziskav za delavnico ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> • stik s podjetjem Ecopassion, ki je zainteresirano za izvedbo poslovnega modela 	<ul style="list-style-type: none"> • organizacija delavnic ciljnih skupin z izbranimi strokovnjaki 	<ul style="list-style-type: none"> • spletni poslovni obisk pri podjetju Ecopassion 	<ul style="list-style-type: none"> • raziskava trga 	<ul style="list-style-type: none"> • konec tržne raziskave • predstavitev in razprava o rezultatih tržnih raziskav

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu zeliščne dude najdete → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednjega projektnega partnerja AlpBioEco iz Italije:

→ Italijanska gospodarska zbornica za Nemčijo, ITKAM, Sonia Barani:
sbarani@itkam.org | www.itkam.org

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjim podjetjem iz Italije:

→ Azienda Ecopassion:
www.ecopassion.com



SLOVENIJA



Alternativna medicina za zdravljenje kožnih bolezni je v središču pozornosti zeliščnih pomiril v Sloveniji. Zaradi težav s kliničnimi preizkušanji in potrebnimi raziskavami zeliščnih dud za dajanje zeliščnih pripravkov je bil v Sloveniji poudarek na izbiri in razvoju tekočih izdelkov, kot so zeliščna eterična olja in hidrolati. Eterična olja in hidrolati so narejeni iz lokalno pridelanih in avtohtonih zdravilnih rastlin, in sicer laškega smilja, imenovanega tudi nesmrtnica (lat. *Helichrysum italicum*), in melise (lat. *Melissa officinalis*). Hidrolati so še posebej dobrodošli za odpravljanje težav s kožo, saj delujejo na vezivno tkivo kože, hkrati pa so razkužilo in blag antiseptik. S proizvodnjo se ohranja značilna kulturna krajina slovenske Istre, hkrati pa se ustvarjajo nove možnosti za zaposlitev na tem območju.



Destilacija laškega smilja (lat. *Helichrysum italicum*), poslovni obisk v Krkvčah, Slovenija.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Zeliščna eterična olja in hidrolati iz lokalno pridelanih avtohtonih zelišč imajo odlične poslovne in tržne možnosti tako na lokalni kot tudi na nacionalni ravni v Sloveniji, saj je regionalnost pomemben vidik za kupce. Trenutno se zeliščna eterična olja in hidrolati že prodajajo na supermarketih, specializiranih prodajalnah in po spletu, poleg tega pa bi jih lahko prodajale lekarne in lokalne trgovine. Dolgoročno bi lahko bila mednarodna distribucija teh izdelkov tudi zanimiva poslovna priložnost. Poleg proizvodnje in prodaje zeliščnih tekočin je tu mogoče videti kot odlično poslovno priložnost tudi namestitev majhnega destilacijskega centra z laboratorijskimi in izobraževalnimi vsebinami v manjšem obsegu, kot so demonstracijske enote, predavanja in praktične delavnice, vse v zvezi s pridelavo in predelavo zelišč. Sčasoma lahko svež rastlinski material po destilaciji uporabimo kot kompost ali kot surovino za proizvodnjo peletov za ogrevanje. To je izjemno dober primer trajnostne, krožne uporabe izdelkov s stranskim tokom v zeliščno predelovalni industriji.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Največja ovira pri izvajanju je klinično preizkušanje izdelka, zlasti če se šteje za zdravilo. Običajno so klinična preizkušanja zelo draga, dolgotrajna in vključujejo veliko število ljudi, zato jih MSP težko financirajo. Poleg tega dobro razvito trženje izdelka velja za oviro. Izdelek je treba skrbno izdelati, saj nagovarja različne vrste potrošnikov, predvsem matere in otroke. Ena od ovir, povezanih z zeliščnimi dudami ter tudi z eteričnimi olji in hidrolati, je tudi financiranje. Iskanje ustreznih regionalnih ali nacionalnih shem financiranja za to vrsto podjetij je glavni dejavnik uspeha.



PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Za izvajanje poslovnega modela je treba še bolj poudarjati in spodbujati ozaveščenost potrošnikov. Model bo mogoče uspešneje izvajati v sodelovanju z univerzami in raziskovalnimi inštituti, ki lahko pomagajo valorizirati izdelek glede na zdravstvene učinke. Za uradno klinično preizkušanje izdelka je treba zagotoviti financiranje in izbrati ustrezne ustanove, ki bodo klinično preizkušanje izvedle ustrezno.

Potrebne so tudi nadaljnje raziskave glede preizkušanja različnih sort zelišč in njihovih zdravilnih snovi za zdravljenje različnih otroških bolezni. V primeru velikega tržnega povpraševanja po eteričnih oljih in hidrolatih v prihodnosti je treba povečati kmetijska zemljišča, kjer rastejo zelišča, ali spodbujati nabiranje sveže rezanih zelišč drugih lokalnih kmetov.

POSTOPEK IN MEJNIKI

FEBRUAR 2020	MAREC 2020	APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> • izbira deležnikov za izbrane poslovne modele v vrednostni verigi zelišč • srečanje z direktorjem Slovenskega inovacijskega stičišča Evropskega gospodarskega združenja in koordinatorjem SRIP Zdravje – Medicina 	<ul style="list-style-type: none"> • predstavitev ideje poslovnega modela na zaključnem dogodku EU projekta Green-cycle v Mariboru 	<ul style="list-style-type: none"> • povabilo izbranih zainteresiranih strani na regionalno delavnico ciljnih skupin • predstavitev dveh izbranih poslovnih modelov zelišč zainteresiranim stranem na delavnici regionalne ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> • poglobljeni spletni in telefonski intervjuji s podjetjem Bonistra 	<ul style="list-style-type: none"> • poslovni obisk v podjetju Bonistra • nabiranje in destilacija nesmrtnice

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu zeliščne dude najdete → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco iz Slovenije:

→ Gospodarska zbornica Slovenije – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij (CCIS – CAFE), Dr.^{ing} Vesna Miličič:
vesna.milicic@gzs.si | www.gzs.si/zbornica_kmetijskih_in_zivilskih_podjetij/

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjim podjetjem iz Slovenije:

→ Bonistra d. o.o., Jana Bergant:
jana@bonistra.si | www.histriabotanica.si



BM #21: SEMENA ALPSKEGA SENA

OPIS IZDELKA

Na alpskem območju je visokogorske travnike travnike (pašnike) mogoče uporabiti za pridelavo semenskega materiala. Vsaka tri leta se cvetje alpskih travnikov nabere s posebnim strojem, pri čemer se odreže samo zgornje dele rastlin s cvetovi, da na travnikih še vedno ostane dovolj trave, ki jo kmetje pokosijo kot običajno za seno za krmljenje živali. Nato se posušeni cvetovi posušijo, shranijo in zapakirajo v velike vreče ter prodajo za namene ponovne vegetacije. Za dopolnitev ponudbe je mogoče storitev ponovne vegetacije naročiti vnaprej, saj je za uspešno sajenje semena iz cvetov alpskega sena potrebno nekaj znanja. Regionalni semenski material je še posebej zanimiv za obnovo vegetacije gradbišč, gradbišč cest, nasipov, streh ali drugih projektov renaturacije. Poleg tega se nabrani material lahko uporablja tudi za kozmetično industrijo in služi kot osnova za proizvodnjo destilatov in esenc cvetja sena. Pridelani semenski material lahko uporabljamo približno tri leta, preden izgubi svojo kalivost.



Pobiranje alpskega semenskega materiala za ponovno uporabo v Avstriji.

AVSTRIJA



Za projekt smo sodelovali z majhnim hortikulturnim podjetjem, ki že v preizkusni fazi proizvaja alpski semenski material, pridelan na regionalnih senožetih v lasti kmetov proti plačilu.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Izkušnje kažejo, da v Vorarlbergu v Avstriji obstaja majhno, a naraščajoče povpraševanje po lokalnem semenskem materialu. Glavne ciljne skupine izdelkov in z njimi povezanih storitev so arhitekti, razvijalci nepremičnin, javne ustanove in tudi zasebniki. Trenutno ni veliko podjetij, ki bi pridelovala regionalni semenski material z alpskih senožeti. Čeprav imajo številni kmetje travnike s senom, pogosto pridelujejo izključno krmo za živali. Kmetje bi proti plačilu ponudili podjetju, da vsake tri leta pokosi travnike. Podjetje bi pridelalo in prodalo seme alpskega sena, kmetje pa bi s svojih travnikov dobili večjo ekonomsko vrednost. Košnja cvetov teh travnikov vsaka tri leta za proizvodnjo semen alpskega sena ne vpliva negativno na produktivnost ali biotsko raznovrstnost travnikov. Kmetje lahko še vedno kosijo travnike za pridelavo krme. Ta koncept je ekonomsko zanimiv za lokalne kmete in za proizvajalca alpskih semen za tiste, ki nimajo lastnih travnikov, da bi dobili potrebno surovino. Poleg tega poslovni model prispeva k večji vrednosti alpskih senožeti, kmetov in kmetovanja. Ta poslovni model je zanimiv za vrtnarska podjetja, saj lahko z regionalnim semenskim materialom zadovoljijo specifično povpraševanje. Ker se zavedanje o pomenu biotske raznovrstnosti in regionalnih ekosistemov povečuje, pričakujemo, da se bo povečalo tudi povpraševanje. Poleg tega je košnja cvetov za alpsko seno zanimiva tudi za podjetja iz kozmetičnega sektorja: lahko uporabljajo svež ali tudi »starejši« semenski material oziroma seneni drobir, ki ni več primeren za sajenje in je morda cenejši od svežega materiala. In ne nazadnje, kadar je material prestar za sejanje ali uporabo v kozmetični industriji, se lahko še vedno uporablja kot krma za živali.



PREPREKE PRI IZVAJANJU

Za uspešno izvajanje poslovnega modela je treba o prednostih regionalnega semenskega materiala informirati potencialne potrošnike in ciljne skupine. Trenutno se potrošniki le malo zavedajo njegove pomembnosti in koristi. Poleg tega je vidik časa izvedbena ovira. Pridelavo regionalnih semen iz sena je treba načrtovati vnaprej, saj se cvetovi kosijo samo enkrat na leto, nato pa je treba seno za semena še posušiti. Javne ustanove pogosto ne načrtujejo tako daleč vnaprej, kdaj in koliko semen potrebujejo za revegetacijo. Pogosto tudi ni posebne zahteve glede značilnosti semen, ko je v razpisnih besedilih določena potreba po regionalnem semenskem materialu.

Na začetku sezone ni mogoče oceniti, koliko semen se lahko proda ob koncu leta. Ocena potrebnega obsega proizvodnje je težka in lahko zlahka povzroči prekomerno ali premajhno proizvodnjo. Poleg tega je košnja naravno odvisna od vremenskih razmer in razpoložljivosti travnikov ter pripravljenosti kmetov za sodelovanje. Iskanje zadostnega števila travnikov je še ena ovira, ki bi verjetno zahtevala sodelovanje s kmeti po regijah. Končno se zdi, da je tudi logistika težavna. Za pridelavo semen so potrebni ustrezni stroji, ustrezen prostor za shranjevanje in potrebna delovna sila za ročno obdelavo.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Kot prvi korak je pomembno razširiti mrežo ustreznih akterjev za ta poslovni model. Kmetje, vrtnarska podjetja, arhitekti, okoljske organizacije, ki spodbujajo biotsko raznovrstnost, in podjetja iz kozmetične industrije morajo biti za izvedbo tega poslovnega modela povezani. Ustanovitev in rast mreže za regionalno proizvodnjo semen iz senenega drobirja je lahko koristna, saj izboljša prepoznavnost izdelka in vpletenih, olajša komunikacijo med sodelujočimi podjetji in okrepi sodelovanje. Poleg tega poveča identifikacijo z izdelkom in regijo. V tem kontekstu so bistvenega pomena trženje mreže in posebne koristi za njene člane. Nadalje je potrebno lobiranje in ozaveščanje o izdelku in njegovih koristih za biotsko raznovrstnost ter ustvarjanje regionalne vrednosti.

POSTOPEK IN MEJNIKI

FEBRUAR 2020	MAREC 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020	JULIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> sodelovanje s projektnimi partnerji na poslovnem modelu Izvajanje predhodnih raziskav za delavnico ciljne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> delavnica ciljne skupine s kmeti, biologi, MSP in lokalnimi javnimi organi splošne informacije in viharjenje možganov 	<ul style="list-style-type: none"> poslovni obiski (po telefonu) v podjetjih HELFE GmbH & Co KG in Daniel Gartenbau spletna delavnica ciljnih skupin s poudarkom na tem, kako pridobiti visokogorske pašnike za košnjo 	<ul style="list-style-type: none"> video konferenca z usmerjevalno skupino s poudarkom na trženju in notranji organizaciji začetek košnje in pridobivanje semen alpskega sena obveščanje kmetov v regiji o projektu 	<ul style="list-style-type: none"> košnja in pridobivanje semen alpskega sena predstavitve projekta na srečanju delegatov Regio Im Walgau



i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu pridobivanja semen iz alpskega sena lahko najdete → [tukaj](#).

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco:

- Regio Im Walgau (Avstrija), Marina Fischer:
marina.fischer@imwalgau.at | www.walgau-wunder.at
- Mesto Sigmaringen (Nemčija), Anna Bäude:
alpbioeco@sigmaringen.de | www.sigmaringen.de

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjimi podjetji iz Avstrije:

- Daniel Gartenbau, Daniel Meusburger:
info@daniel-gartenbau.com | www.daniel-gartenbau.com
- HELFE GmbH & Co KG, Alexander Heller:
office@helfe.com | www.helfe.com



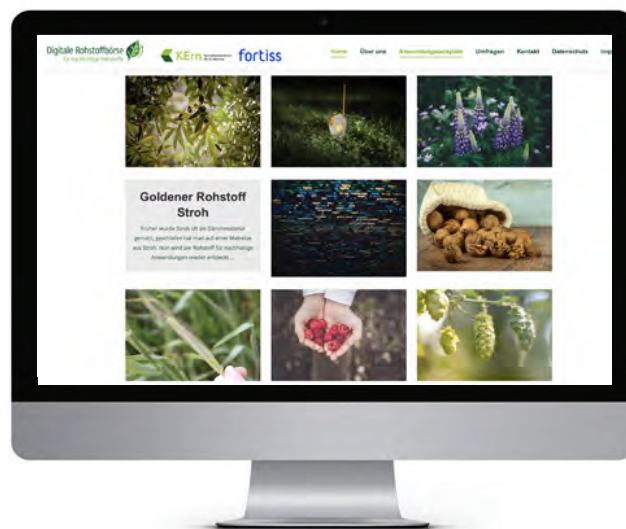


Celovit poslovni
model za **jabolka,**
orehe in zelišča

BM#03: Platforma digitalnih storitev

OPIS IZDELKA

Platforma digitalnih storitev naj bi ustvarila virtualni digitalni trg za vse vrste izdelkov na biološki osnovi: surovine, proizvedene izdelke in biološki »odpadni« material. Platforma izboljšuje trgovanje z materiali z bioekonomskimi potenciali. Hkrati služi kot virtualno mesto za izmenjavo in izmenjavo informacij in idej o teh materialih. Majhna podjetja, kmetje in zasebniki lahko tukaj ponujajo svoje izdelke in iščejo izdelke za nakup. Takšna platforma digitalnih storitev združuje vprašanja digitalizacije, trajnosti, zmanjšanja izgube hrane, izboljšanja vrednostne verige in prihodnjih živilskih izdelkov. Dobavitelj in kupec imata od te ponudbe oba korist. Takšna digitalna platforma ni omejena samo na orehe, jabolka ali zelišča, temveč ponuja široko paleto izdelkov in sestavin. Digitalna platforma je digitalni izdelek, ki ponuja prodajo stranskih proizvodov na spletu, ki so veljali za »odpadne« materiale. Od te ponudbe imata korist tako ponudnik kot kupec.



„Digitale Rohstoffbörse“ – digitalna tržnica za prodajo in nakup surovin in predelanih materialov, ki ustvarja gospodarske cikle na biološki osnovi, zagotavlja kratke razdalje in spodbuja regionalno trgovino na Bavarskem v Nemčiji.

NEMČIJA IN SLOVENIJA



Trenutno v Nemčiji takšnega trga ni, razen prototipa, razvitega v drugem raziskovalnem projektu: »Digitale Rohstoffbörse«. »Digital Rohstoffbörse« ponuja podobne storitve s podobnimi cilji. Zato smo raziskali in preizkusili platformo, ki temelji na tej obstoječi platformi.

POSLOVNE IN TRŽNE MOŽNOSTI

Večina trženjske in prodajne strategije se osredotoča na spletno poslovanje. Večjo ozaveščenost o platformi lahko dosežemo s širjenjem informacije o tem od do ust, tako da se čim več uporabnikov in udeležencev registrira na platformi, ali s pomočjo spletnih družbenih omrežij. Ciljna skupina vključuje ljudi z različnih področij: od te storitve imajo korist zagonska podjetja, kmetje, zasebniki in tudi industrijski akterji. Ena od trženjskih strategij za spodbujanje uporabe digitalne platforme so lahko promocije in kuponi preko naročnine. Pomembno je, da se še naprej podpira vprašanje regionalnosti in ta ostaja v ospredju. Ustvariti bi bilo treba nove gospodarske cikle in narediti velik korak k trajnosti s ponovno uporabo izdelkov. Posebej zanimive so možnosti za izboljšanje dobave in razpoložljivosti surovin, ki vplivajo na trajnostni razvoj in mreženje (npr. v alpski regiji). Zanimivo je tudi, kako lahko digitalizacija prispeva k večji trajnosti v vrednostni verigi in kako je mogoče izvajati preglednost. Z vidika projektnih partnerjev je »Digitalna izmenjava surovin za trajnostne surovine« zelo primerna kot inovativni portal za izboljšanje medregionalnega povezovanja in preglednosti trga glede surovin in ostankov tudi v prihodnosti.

PREPREKE PRI IZVAJANJU

Glavna ovira pri izvajanju se kaže v iskanju dejavnika razlikovanja platforme od obstoječe konkurence na trgu. Druga izvedbena ovira je iskanje partnerja ali obstoječe platforme in povezovanje poslovne ideje z njihovo platformo. Za nadaljnji razvoj te platforme, njeno prilagajanje potrebam, vzdrževanje zbirk podatkov, pridobivanje registracij in nenehno gradnjo omrežja je potreben dolgoročni partner s tehničnim in finančnim znanjem. Le tako je mogoče zagotoviti uspeh platforme.

Treba je poiskati dejavnik razlikovanja za ta izdelek (npr. kaj nas naredi boljše od konkurence) od obstoječe konkurence na trgu. Ena od ovir pri uvažanju je tudi iskanje partnerja ali obstoječe platforme in povezovanje poslovne ideje z njihovo obstoječo platformo.



Digitalna platforma za izdelke na biološki osnovi bi lahko izboljšala izmenjavo materialov z bioekonomskim potencialom in pospešila prenos informacij.

PREDLOGI ZA NASLEDNJE KORAKE

Potrebni sta podrobnejša analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (SWOT analiza) ter analiza trga. Poleg tega je treba raziskati potencialne distribucijske kanale. Za nadaljnji razvoj platforme je ključnega pomena tudi iskanje odgovorne osebe, ki lahko vloži čas in energijo v redno vzdrževanje platforme. Za dolgoročno optimalno uporabo platforme so še posebej pomembni prvi uporabniki v začetni fazi, ki lahko dajo zagotovijo povratne informacije. Ustvarjanje mobilne aplikacije za platformo bi lahko bilo koristno, saj bi to lahko olajšalo spontano uporabo platforme ali vodilo k pogostejšemu iskanju.

POSTOPEK IN MEJNIKI

MAREC 2020	APRIL 2020	MAJ 2020	JUNIJ 2020	JULIJ 2020
<ul style="list-style-type: none"> seznanitev z BM in obstoječim »Digital Rohstoffbörse« sodelovanje s partnerji na platformi 	<ul style="list-style-type: none"> načrtovanje in razvoj delavnice na podlagi obstoječe platforme 	<ul style="list-style-type: none"> izvedba delavnice za ciljno skupino z nemško govorečimi strokovnjaki iz živilske industrije inš področja znanosti, tehnologije, raziskav 	<ul style="list-style-type: none"> nadaljnje delo in dejavnosti v zvezi z odnosi z javnostmi vrednotenje »Digital Rohstoffbörse« glede integracije vidikov BM 	<ul style="list-style-type: none"> razprave in razmišljanja o dolgoročni prihodnosti platforme

i

DODATNE INFORMACIJE IN KONTAKTI

Dodatne informacije o poslovnem modelu digitalne storitvene platforme lahko najdete → **tukaj**.

Če želite dobiti več informacij o tem poslovnem modelu ali o naših povezanih raziskovalnih dejavnostih, se lahko obrnete na naslednje projektne partnerje AlpBioEco:

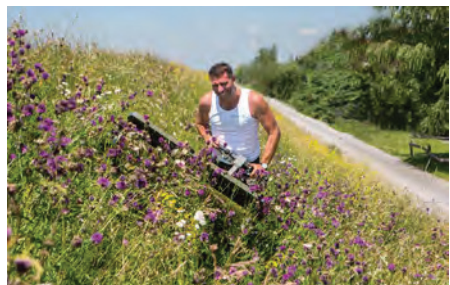
- Kompetenčni center za prehrano Bavarska KERN (Nemčija), Robin Ehrhardt:
robin.ehrhardt@kern.bayern.de | www.kern.bayern.de
- Mesto Sigmaringen (Nemčija), Anna Bäuerle:
alpbioeco@sigmaringen.de | www.sigmaringen.de
- Biotehniški Center Naklo (Slovenija), Mihela Ferlinc:
mihela.ferlinc@bc-naklo.si | www.bc-naklo.si

Za razvoj tega poslovnega modela smo sodelovali z naslednjimi organizacijami:

- Kompetenčni center za prehrano Bavarska KERN (Nemčija), Silvia Hrouda:
silvia.hrouda@kern.bayern.de | www.digitale-rohstoffboerse.de
- Raziskovalni inštitut svobodne države Bavarske, povezan s Tehnično univerzo v Münchnu (Nemčija), Rainer Diesch:
diesch@fortiss.org | www.fortiss.org



7. ZAKLJUČEK



Skupaj z
nami naj raste
tudi biogospo-
darstvo!

Alpsko biogospodarstvo ima velik potencial za ekološke inovacije in zeleno rast. Odkrivanje teh potencialov je treba obravnavati kot ključno področje 21. stoletja. Širjenje biogospodarstva, zlasti na podeželju, predstavlja velik razvojni potencial, zlasti v smislu ustvarjanja delovnih mest in trajnostne gospodarske rasti.

Brošura, ki je pred vami, je rezultat skupnega dela projektnih partnerjev AlpBioEco. Predstavlja rezultate preizkušanja in dokazovanja konceptov poslovnega modela, ki so bili razviti med projektom za spodbujanje ekoloških inovacij in izkoriščanje potencialov biogospodarstva v alpskih regijah.

Z izbiro vrednostnih verig jabolk, orehov in zelišč se AlpBioEco osredotoča na pomembne regionalne vrednostne verige v alpskih regijah svojih projektnih partnerjev in se zavzema za razvoj lokalnega biogospodarstva v sozvočju s teritoriji. Med projektom je bilo potrjenih in v poslovni praksi preizkušenih sedem ekološko inovativnih načrtov poslovnih modelov iz treh vrednostnih verig (jabolka, orehi in zelišča). Pomembno je omeniti, da poslovni modeli niso na enaki ravni zrelosti trga. Nekateri so še v fazi raziskav in razvoja, drugi pa so že razvili izdelek, ki je pripravljen za dajanje na trg. Različna stopnja razvoja je odvisna od vrste po-

slovnega modela in predvsem od tehnologije, ki je na voljo za ustvarjanje izdelka, ter tržnih priložnosti za prodajo izdelka.

Skupina AlpBioEco je izvedla 17 delavnic ciljnih skupin v 9 različnih regijah. Poleg tega je skupina AlpBioEco obiskala več podjetij, da bi preverila možnosti in priložnosti za izvedbo ter preizkusila poslovni model na kraju samem v izbranih podjetjih. Skupno je bilo opravljenih 16 poslovnih obiskov v 6 različnih regijah. Zaradi situacije COVID-19, ki se je začela sredi marca, so delavnice AlpBioEco in druge dejavnosti potekale v spletni obliki.

Rezultati tega poročila tvorijo osnovo za prihajajoči končni delovni paket, ki je namenjen razvoju smernic politike za podporo prihodnjemu uvažanju ekološko inovativnih poslovnih modelov in njihovemu prenosu v druge regije ali projekte alpskega prostora.



Kontaktne osebe

Anna Bäuerle

Koordinatorica projekta »AlpBioEco«
Mesto Sigmaringen

Naslov: InnoCamp Sigmaringen
Marie-Curie-Str. 20 · D-72488 Sigmaringen

Tel: +49 75 71 / 9 27 92 72

Mobilni tel.: +49 174 / 3 47 03 38

E-pošta: alpbioeco@sigmaringen.de



To poročilo je nastalo v okviru projekta AlpBioEco, ki ga preko programa Interreg alpski prostor sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj.

OMEJITEV ODGOVORNOSTI

Niti Evropska komisija niti katera koli oseba, ki deluje v njenem imenu, niti regije projektnih partnerjev niso odgovorne za način uporabe naslednjih informacij. Za mnenja, izražena v tej publikaciji, so izključno odgovorni avtorji in ne odražajo nujno mnenj Evropske komisije. Razmnoževanje je dovoljeno, če je naveden vir, razen če ni drugače določeno. Za uporabo/reprodukcijo dokumentov tretjih oseb, ki so navedene kot take, je treba pridobiti dovoljenje imetnika avtorskih pravic. © AlpBioEco, 2020

KOLOFON

Izdal: AlpBioEco project
InnoCamp Sigmaringen
Marie-Curie-Str. 20 · D-72488 Sigmaringen
www.alpine-space.eu/projects/alpbioeco

Datum: September, 2020

Oblikovanje: Rainer Görsch | visual communication

Viri fotografij:

Projektni partnerji AlpBioEco v Avignonu © Terralia
Delavnica o poslovnih modelih orehov na InnoCampu v Sigmaringenu v Nemčiji © AlpBioEco
Nabiranje zelišč, poslovni obisk v Krkavčah, Slovenija @ DEMO studio
Jabolko © planet_w lee n kim
Kruh iz jabolčne moke © Barbara La Licata
Nasadna razglednica AlpBioEco in jabolčna pasta © Barbara La Licata
Brezglutensko pecivo iz jabolčne moke © BC Naklo
Rdeča jabolka, zadaj belo ozadje © Iurii Kachkovskyi
Biorazgradljive slamice iz jabolčnih tropin © Miličić
Vzorci jabolčnih tropin, Avstrija © Michaela Feichtinger
roter Apfel mit einer Hälfte einzeln auf weißem Hintergrund mit Beschneidungspfad und voller Feldtiefe. Draufsicht. Flat lay. Set oder Kollektion © Nataly Studio
Sezona nabiranja orehov orehove veje orehov so odprle lupino, zbrani orehi pa se hranijo v razsutem stanju in zlomljenem orehu, ki je sestava na mizi. © allamimages
Orehovi namazi © Ulfried Miller
Orehi z listi na beli podlagi © irin-k
Prototipi orehovega flipsa © Ulfried Miller
Satz köstlicher Walnüsse einzeln auf weißem Hintergrund © Yeti studio

Nahaufnahme eines frischen Kräuterbuches
© marcin jucha

Kleinkinderkind in einem blauen Kleid mit einem Pazifik, der eine Blume gießt. Das Konzept des Spiels, das das Kind an die Arbeit gewöhnt. © Evgeniia Ozerkina

Destilacija laškega smilja (lat. *Helichrysum italicum*) © DEMO studio

Košnja alpskega semenskega materiala za ponovno uporabo v Avstriji © Conrad Amber, www.conradamber.at

Kollektion von frischen Kräutern einzeln auf weißem Hintergrund © Elena Schweitzer

Digitale Rohstoffbörse <https://www.digitale-rohstoffboerse.de/>, status 28. 7. 2020

Computerbildschirm einzeln auf weißem Hintergrund © popular business

Kmečka ženska s kmetijsko tehnologijo ob pomoči podatkov računalniške analize na plantaži čaja © tingsriton chairat

Tablet-Computer einzeln auf weißem Hintergrund. Baum © vovan

Mlada rastlina daje novo življenje, zelena sadika © Denphumi



O NAS

Želite izvedeti več podrobnosti o našem projektu?



Podrobnejše dokumente najdete na naši domači strani:
www.alpine-space.eu/alpbioeco



Vas zanimajo najnovejše novice?
Naročite se na glasilo na naši spletni strani.

Sledite nas:



AlpBioEco
#AlpBioEco



AlpBioEco



YouTube AlpBioEco

KONTAKT

Anna Bäuerle ||| Projektna koordinacija ||| EU Interreg Project AlpBioEco ||| alpbioeco@sigmaringen.de

Prosimo,
kontaktirajte nas,
z veseljem
vam bomo
svetovali!

PROJEKTNI PARTNERJI



FINANCIRANJE PROJEKTOV



EUROPEAN UNION

Ta projekt sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR) preko programa Interreg Alpski prostor.

Podpora Evropske unije:
1.820.666 €



Federal Ministry
of the Interior, Building
and Community

Ta projekt financira
»Zvezni program
transnacionalnega
sodelovanja« nemškega
zveznega ministrstva za
notranje zadeve,
gradbeništvo in skupnost

