

TopBlueberries



Ενδεικτικό Business Plan
Μάρτιος 2013

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή
2. Business Summary
3. Η επιχειρηματική ιδέα
4. Σύντομη περιγραφή της Εταιρείας
5. Το όραμα της εταιρείας
6. Λίγα λόγια για τα μύρτιλλα
7. Η Παγκόσμια και η Ελληνική αγορά
8. SWOT Analysis
9. Κύρια θέματα και απορρέουσες στρατηγικές κατευθύνσεις
10. Στόχοι Μάρκετινγκ
11. Στρατηγική Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας
12. Πλάνο Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας
13. Τα 4P του μίγματος marketing
14. Product (Προϊόν)
15. Place (Διανομή)
16. Price (Τιμή)
17. Promotion (Προώθηση)
 - Στρατηγική προσέγγιση
 - Γενική Στρατηγική επικοινωνίας
 - Βασική Τοποθέτηση (positioning)
 - Επιθυμητή αντίδραση του κοινού
 - Ποια Μέσα και τεχνικές Επικοινωνίας θα χρησιμοποιήσουμε
 - Ο ρόλος του Internet
 - Ο Ρόλος της συμβατικής Διαφήμισης και Προώθησης
 - Ενδεικτικό ετήσιο πρόγραμμα μέσων
18. Η προοπτική εξαγωγών
19. Γευστική Δοκιμή ποικιλιών Blueberries
20. Προωθητικές ενέργειες στα Super Market
21. Η σημασία της σωστής παραγωγικής διαδικασίας
22. Οι προδιαγραφές συνεργασίας με αλυσίδα S/M
23. Προδιαγραφές λειτουργίας U-Pick Farming
24. Ιδέες για παράλληλα έσοδα της TopBlueberries
25. Οικονομικά

1. Εισαγωγή

Το σύγχρονο μοντέλο αγροτικής ανάπτυξης, απαιτεί ποιοτικό πρωτογενές προϊόν (που έχουμε το κλίμα και έδαφος και τις γνώσεις για να το παράγουμε στην Ελλάδα), σύγχρονα συστήματα διανομής (από direct internet sales, μέχρι “PYO” - Pick Your Own- στο χωράφι), σωστή σχέση ποιότητας και τιμής (την βλέπουμε ήδη σε κάποια προϊόντα όπως τα «επώνυμα» κεράσια και μήλα»), και βέβαια αποτελεσματικές σύγχρονες μεθόδους προώθησης.

Με άλλα λόγια χρειάζεται αποτελεσματικό marketing και σωστή διαχείριση των νέων ευκαιριών, που άλλες είναι ήδη εδώ, και άλλες πρόκειται να έλθουν και στην χώρα μας. Ευκαιρίες που εμφανίζονται κυρίως λόγω αλλαγής διατροφικών συνηθειών (όπως η επιστροφή στην υγιεινή μεσογειακή διατροφή), ή επιστημονικών ανακαλύψεων σχετικά με τις ευεργετικές ιδιότητες διαφόρων καλλιεργούμενων φυτών, την χρήση τους στην φαρμακευτική βιομηχανία και στην βιομηχανία καλλυντικών.

Μια τέτοια ευκαιρία πιστεύουμε πως είναι η έγκαιρη καλλιέργεια και προώθηση στην αγορά των μύρτιλλων ή blueberries που συνδυάζουν γεύση με ευεργετικές ιδιότητες, και έχουν ήδη έχουν «απογειωθεί» ανά τον κόσμο.

Πρωτεργάτης στην προσπάθεια είναι η Αμερική η οποία με στρατηγική και σύγχρονες μεθόδους μάρκετινγκ και την υποστήριξη επιστημονικών ερευνών για τις εκπληκτικές ευεργετικές του ιδιότητες, αύξησε την κατά κεφαλή κατανάλωσή του, από 0.26 pounds το 2000, σε 1.3 pounds το 2011.

Στην Ελλάδα, η παραγωγή και διάθεση είναι ουσιαστικά ανύπαρκτη, αν και η «ευκαιρία» έρχεται, δεδομένου ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες προηγούνται της Ευρώπης σε καταναλωτικές τάσεις.

Να λοιπόν μια πιθανή ευκαιρία για δυνητικούς επιχειρηματίες.

2. Business Summary

Τα μύρτιλλα ή blueberries, αποτελούν μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία για την Ευρωπαϊκή και – υπό προϋποθέσεις – την Ελληνική αγορά.

Λίγη εμβάθυνση στο αντικείμενο, μια περιήγηση στο Internet, μια μικρή βόλτα στην Ελληνική αγορά και μια μικρή έρευνα σε φίλους και γνωστούς που έχουν δοκιμάσει blueberries εντός και εκτός Ελλάδος, αρκούν για να αναδείξουν τα σημαντικά προβλήματα και τις ευκαιρίες.

Τα κύρια ευρήματα αναφέρονται στην εκπληκτική ανάπτυξη της παγκόσμιας παραγωγής και κατανάλωσης των blueberries, τον ρόλο της συλλογικής προσπάθειας (Πανεπιστήμια, Εθνικοί Οργανισμοί, Συνεταιρισμοί κ.λπ.), που στηρίζουν και κατευθύνουν την περαιτέρω διεύρυνση και ανάπτυξη, το μεγάλο ποσοστό της κατανάλωσης σε νωπά και κατεψυγμένα blueberries, την χρήση υποδεέστερων ποικιλιών (σε μέγεθος, γεύση και υφή) και των αυτοφυών wild blueberries, στην αγορά της μεταποίησης, (χυμό, μαρμελάδες, πίτες, κέικ, αποξηραμένα κ.λπ.), την ηγετική θέση της Βόρειας Αμερικής με 85% της παραγωγής, την σταδιακή διεύρυνση της εποχικότητας των νωπών blueberries σε 12 μήνες τον χρόνο με την έλευση πρώιμων και όψιμων ποικιλιών κυρίως από την Χιλή, Μεξικό και Αργεντινή, την συνεχή αύξηση της παραγωγής στην Ευρώπη με μεγαλύτερο μερίδιο παραγωγής από την Πολωνία, και την ουσιαστικά αποχή της Ελλάδας από τα τεκτονόμενα, παρά το γεγονός ότι με το κλίμα και το έδαφος της θα μπορούσε να τροφοδοτήσει την Ευρωπαϊκή αγορά με καλοπληρωμένες πρώιμες ποικιλίες.

Αναφέρθηκε το «υπό προϋποθέσεις» στο ξεκίνημα του executive Summary, γιατί ακόμα και σήμερα, ο αγροτικός τομέας δεν έχει κατανοήσει την σημασία του μάρκετινγκ και της πελατοκεντρικής προσέγγισης, σε σημείο που αμφιβάλουμε σοβαρά, αν κάποιος από τους

λίγους παραγωγούς καλλιεργητές που ασχολούνται με την καλλιέργεια των blueberries στην Ελλάδα, σκέφθηκε ποτέ να κάνει κάποιες μορφές Taste Tests, προκειμένου να αξιολογήσει τις ποικιλίες που αρέσουν και προτιμώνται από τους δυνητικούς πελάτες του.

Η TopBlueberries φιλοδοξεί να μετατρέψει το πρόβλημα (που ήδη αντιμετωπίζουν κάποιοι καλλιεργητές των οποίων το «ελληνικό» προϊόν φαίνεται να μην αρέσει σε καταναλωτές σε αντίθεση με κάποια εισαγόμενα από Ισπανία, Χιλή κ.λπ.), σε επιχειρηματική ευκαιρία.

Οι καινοτομίες που σκοπεύει να φέρει στην αγορά, είναι μάλλον αυτονόητες για τους γνώστες του πελατοκεντρικού μάρκετινγκ, και συνίστανται στις εξής βασικές κατευθύνσεις:

- Διεξαγωγή blind taste tests για την σωστή επιλογή ποικιλιών.
- Δημιουργία προϋποθέσεων για σωστές καλλιεργητικές πρακτικές και διαδικασίες.
- Πρωτοποριακές παραγωγικές διαδικασίες με σύγχρονες τεχνικές ψύξεως – διαλογής – ταξινόμησης – συσκευασίας – μεταφοράς – και διάθεσης νωπού προϊόντος
- Συμφωνίες ολοκληρωμένων συνεργασιών αμοιβαίου οφέλους, που θα εγγυάται σωστές μεθόδους και πρακτικές. μεταφοράς, αποθήκευσης, παρουσίασης, διαφήμισης στα σημεία πώλησης και προώθησης πωλήσεων.
- Διάθεση νωπού προϊόντος κατευθείαν από τον αγρό με την μέθοδο “pick it yourself”..
- Παραγωγή, κατάψυξη και διάθεση ποιοτικού κατεψυγμένου προϊόντος για τους μήνες που δεν θα διατίθεται νωπό προϊόν.
- Ανάλυση ενεργού ρόλου για συλλογική προσπάθεια ανάπτυξης και υποστήριξης του κλάδου στην χώρα μας.
- Συνεχή διοχέτευση πληροφοριών στα μέσα και τους opinion leaders στους χώρους της μαγειρικής, ζαχαροπλαστικής, υγιεινής διατροφής, διαιτολόγους κ.λπ., σχετικά με την τα λεγόμενα power fruits και την ηγετική θέση των blueberries.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το επιχειρηματικό πλάνο που ακολουθεί, αναφέρεται αποκλειστικά στα blueberries, αλλά με κάποιες μικρές αλλαγές θα μπορούσε να αφορά και άλλες καινοτόμες καλλιέργειες όπως τα blackberries, cranberries κ.λπ.

3. Η επιχειρηματική ιδέα

Η καλλιέργεια, συσκευασία και προώθηση blueberries, σε νωπή ή κατεψυγμένη μορφή, μέσω επιλεγμένων καναλιών διανομής, ή και απευθείας σε καταναλωτές.

Η έγκαιρη καλλιέργεια και διάθεση υψηλής ποιότητας blueberries αρχικά στην Ελληνική αγορά και στην συνέχεια, και στην Δυτική Ευρώπη, πιστεύεται πως θα προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε όλους τους εμπλεκόμενους στην παραγωγή και διάθεση, και θα ωφελήσει την χώρα μας, υποκαθιστώντας και εισαγωγές, που ήδη δειλά-δειλά τροφοδοτούν την ελληνική αγορά.

Τα blueberries έχουν ήδη κερδίσει παγκόσμια προτίμηση και δημοσιότητα λόγω των ευεργετικών ιδιοτήτων τους, που παρεμπιπτόντως, ήταν γνωστές και στην Αρχαία Ελλάδα όπου χρησιμοποιείτο για πλήθος νοσημάτων, και το αναφέρουν σε περίοπτη θέση στα συγγράμματα τους ο Ιπποκράτης, ο Διοσκουρίδης και ο Πλίνιος.

4. Σύντομη περιγραφή της Εταιρείας

Η εταιρεία υπό την επωνυμία TopBlueberries ΑΕ, φιλοδοξεί να υλοποιήσει ένα ολοκληρωμένο πλάνο καλλιέργειας και προώθησης ελληνικών blueberries, που θα βασιστεί

σε σύγχρονες μεθόδους μάρκετινγκ και επικοινωνίας, με προσυμφωνημένες συνεργασίες και networking με σημαντικούς «παίκτες» στο χώρο της διάθεσης και της μεταποίησης, Κύριοι μέτοχοι της εταιρείας θα είναι ένα ζευγάρι φίλων από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο, και ο αδελφός της κοπέλας που είναι απόφοιτος του Γεωπονικού Πανεπιστημίου.

Και οι 3 αποφοίτησαν πρόσφατα, δεν ήταν ικανοποιημένοι από τις προοπτικές εξεύρεσης εργασίας στους αντίστοιχους τομείς, και πιστεύουν πως η λύση στην οικονομική κρίση της χώρας μας, θα πρέπει να ξεκινήσει από τον εγκαταλελειμμένο πρωτογενή αγροτικό τομέα. Πιστεύουν επίσης πως καινοτόμες καλλιέργειες, με σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και προώθησης, μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο επιλογής ενός νέου μοντέλου αγροτικής ζωής από τους νέους.

Θα προσφέρουν λοιπόν, γευστικά ελληνικά blueberries από ποικιλίες high bush (δενδρώδους μύρτιλλου), κατάλληλες για τις εδαφικές και κλιματολογικές συνθήκες στην περιοχή των Σπάτων, κοντά στο Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος, όπου θα καλλιεργηθούν σε έκταση 20 στρεμμάτων.

Η επιλογή των ποικιλιών θα της επιτρέψει την μέγιστη εποχική κάλυψη της αγοράς με προϊόν ιδανικό για βρώση, υψηλών προδιαγραφών σε σχέση με το μέγεθος του καρπού, το χρώμα και την γεύση.

Ειδικά στο ξεκίνημα η εταιρεία θα επιδιώξει την συνεργασία με εταιρείες που διαθέτουν εμπειρία στην διακίνηση και προώθηση νωπών και κατεψυγμένων φρούτων, προκειμένου να αποφευχθεί η κακή «πρώτη επαφή» με τους καταναλωτές, και οι κοστοβόρες επιστροφές προϊόντος.

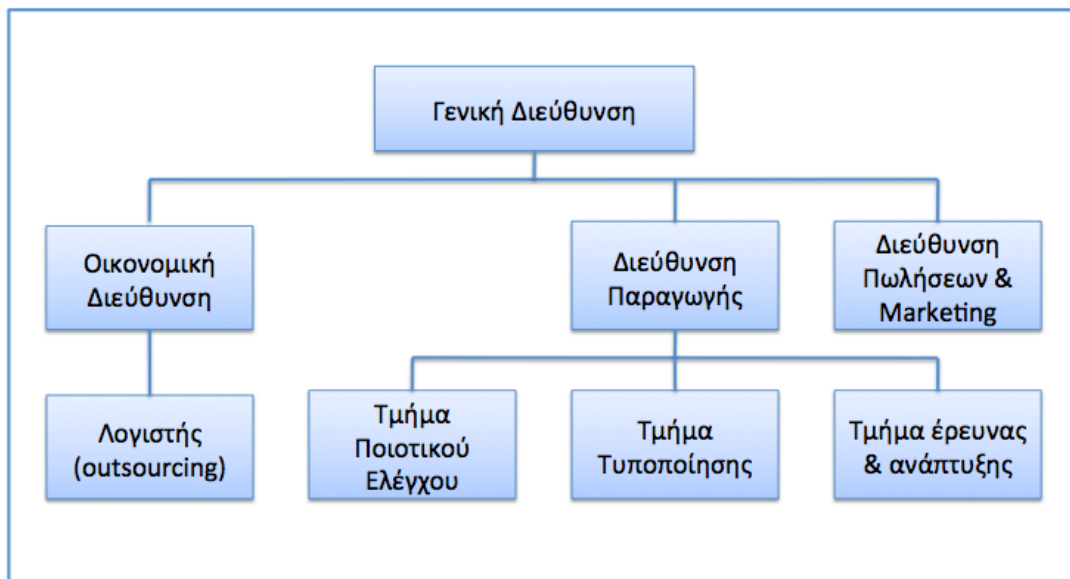
5. Το όραμα της εταιρείας

Η δημιουργία μιας πρωτοποριακής, κερδοφόρας εταιρείας, στον καινοτόμο πρωτογενή γεωργικό τομέα, που φιλοδοξεί να αποτελέσει υπόδειγμα αποτελεσματικού συνδυασμού ποιοτικής καλλιεργητικής προσπάθειας και δημιουργικού πελατοκεντρικού μάρκετινγκ. Μια εταιρεία που θα ανοίξει νέους δρόμους στη συλλογική συνεργασία, σε όλο το φάσμα επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, από την καλλιέργεια στην παραγωγή, συσκευασία, τυποποίηση, προώθηση και πώληση.

Κεφαλαιακή δομή και οργανόγραμμα της Εταιρείας

Οι τρεις συνιδρυτές της εταιρείας θα αναλάβουν εξ ίσου το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας το οποίο θα ανέλθει σε 150.000 ευρώ (50.000 ευρώ έκαστος) και θα αποτελέσουν την διευθυντική ομάδα που θα αναλάβει να υλοποιήσει το όραμα της .

Η κατανομή των ρόλων είναι ευθέως συνδεδεμένη με τις δεξιότητες του κάθε μέλους της ομάδας και το οργανόγραμμα της εταιρείας έχει όπως πιο κάτω.



6. Λίγα λόγια για τα μύρτιλλα ή blueberries

Οικογένεια: Ericaceae

Επιστημονικό όνομα: *Vaccinium corymbosum*

Κοινό όνομα: Μύρτιλλο

Γενικά

Κατά τη διάρκεια εκατοντάδων χρόνων οι άνθρωποι απολάμβαναν τη γεύση, το χρώμα και το άρωμα των μπλε καρπών χωρίς να γνωρίζουν για τις ευεργετικές τους ιδιότητες. Η φυσική κατάσταση και το όριο ηλικίας αυτών των ανθρώπων προσέελκυσε το ενδιαφέρον των επιστημόνων και έτσι ξεκίνησαν οι πρώτες έρευνες για τα θρεπτικά συστατικά και τις πολυποίκιλες ιδιότητές του. Τα αποτελέσματα που ελήφθησαν το 1998 μετά από έρευνες πάνω στους καρπούς του μύρτιλλου στο Ιατρικό κέντρο της Βοστώνης στις ΗΠΑ, ξεπέρασαν κάθε προσδοκία και σήμερα διαφημίζονται ως πηγή αιώνιας νιότης. Το φυτό χαρακτηρίζεται ως υψηλός θάμνος και το ύψος του κυμαίνεται μεταξύ 1,5-2,0 μέτρα.

Απαιτήσεις σε κλίμα-έδαφος

Αναπτύσσεται καλά σε περιοχές με υγρασία και ήλιο και απαιτεί χαμηλές θερμοκρασίες κατά τη διάρκεια του χειμώνα. (800 ώρες χαμηλών θερμοκρασιών κάτω των 7 °C). Τα ιδανικά εδάφη για το μύρτιλλο είναι ελαφρά αμμώδη ή χαλικώδη και χαρακτηρίζονται από υψηλή περιεκτικότητα σε οργανική ουσία και χαμηλό pH (4,8-5,2). Το έδαφος πρέπει να στραγγίζει καλά.

Μερικά είδη εδαφών, λόγω του ότι το pH τους είναι σχετικά υψηλό, απαιτούν μία διαδικασία όξυνσης και μείωσης του pH τους πριν από το φύτεμα των δενδρυλλίων.

Η καλλιέργεια του μύρτιλλου απαιτεί την καλή κατεργασία του εδάφους πριν από το φύτευση και την εγκατάσταση της καλλιέργειας.

Προτιμά περιοχές με μεγάλη ηλιοφάνεια, αλλά μπορεί να ανεχθεί και τη μερική σκίαση. Από τον Μάρτιο μέχρι και τον Οκτώβριο είναι απαραίτητη η ηλιοφάνεια για τα φύλλα, όχι όμως και για τη ρίζα. Για το λόγο αυτό ακολουθείται η εξής τεχνική: ρίχνουν αρκετό νερό και μονώνουν τις ρίζες με πριονίδι από καθαρό ξύλο για να μην αφήνει τη ζέστη να περάσει. Το μύρτιλλο φύτεται σε μία μεγάλη ποικιλία κλίματος. Το φυτό αυτό είναι ανθεκτικό πολύ στο ψύχος, μπορεί να επιζήσει σε θερμοκρασίες -28°C ή και χαμηλότερες ακόμη.

Το κλίμα της Ελλάδας είναι κατάλληλο για την καλλιέργεια του μύρτιλλου. Προσοχή χρειάζεται μόνο στην επιλογή της κατάλληλης ποικιλίας που πρέπει να καλλιεργηθεί. Στη Βόρεια Ελλάδα μπορούν να καλλιεργηθούν ποικιλίες που απαιτούν μεγαλύτερα ποσά χειμερινού ψύχους για να αρθεί ο λήθαργος των οφθαλμών τους, ενώ στη Νότια Ελλάδα ποικιλίες που απαιτούν μικρότερα ποσά χειμερινού ψύχους.

Ποικιλίες με μεγάλες απαιτήσεις σε ψύχος : Berkley, Blueray, Bluetta, Collins, Coville, Darrow, Jersey, Lateblue

Ποικιλίες με μικρές απαιτήσεις σε χαμηλές θερμοκρασίες : Aliceblue, Beckyblue, Briteblue, Centurion, Climax, Delite, Flodablue, Poewrblue, Premier, Sharpblue, Southland, Tifblue, Woodard

Για να επιλέξει κανείς ποια ποικιλία θα εγκαταστήσει, πρέπει να λάβει υπόψη του πολλούς παράγοντες, μεταξύ αυτών ο σημαντικότερος είναι η προσαρμοστικότητα της ποικιλίας στις ιδιότητες του εδάφους και στο κλίμα της περιοχής.

Πολλαπλασιασμός

Ο πολλαπλασιασμός γίνεται αγενώς με μοσχεύματα σκληρού ξύλου, μοσχεύματα μαλακού ξύλου ή ιστοκαλλιέργεια.

- Μοσχεύματα σκληρού ξύλου: Είναι βλαστοί παρελθόντος έτους μήκους 10-15 εκ. Φυτεύονται σε ειδικές κατασκευές (λεκάνες) γεμάτες με μίγμα που αποτελείται 50% από άμμο και 50% από όξινη τύρφη. Τα μοσχεύματα τοποθετούνται κατακόρυφα και δεν χρησιμοποιούνται ορμόνες ριζοβολίας. Η φύτευση γίνεται στα μέσα Απριλίου. Στα μέσα Μαΐου αρχίζει η βλάστηση και η ριζοβολία παρατηρείται αργότερα τον Ιούνιο. Απαιτούν συνεχή άρδευση. Τα ριζοβολημένα μοσχεύματα είναι έτοιμα για μεταφύτευση την επόμενη άνοιξη.
- Μοσχεύματα μαλακού ξύλου: τα φυλλοφόρα μοσχεύματα, μήκους 10εκ. με 2-3 φύλλα, κόβονται όταν σταματήσει το πρώτο κύμα βλάστησης. Το μίγμα ριζοβολίας που χρησιμοποιείται στην υδρονέφωση είναι 50% περλίτης και 50% όξινη τύρφη. Συνήθως η χρήση ορμόνης ριζοβολίας αυξάνει το ποσοστό ριζοβολίας. Η ριζοβολία επιτυγχάνεται μετά από 4-6 εβδομάδες και κατόπιν τα φυτά μεταφυτεύονται σε γλαστράκια.
- Ιστοκαλλιέργεια: ο πολλαπλασιασμός με καλλιέργεια κορυφών υπό ασηπτικές συνθήκες έχει επιτευχθεί τελευταία και χρησιμοποιείται ήδη στην πράξη. Οι βλαστοί, υπό ασηπτικές συνθήκες, εμβαπτίζονται σε ορμόνη ριζοβολίας, ριζοβολούν στη συνέχεια σε υδρονέφωση και έτσι παράγονται πολλά φυτά αγενώς.

Λίπανση

Εάν το έδαφος δεν είναι αρκούντως όξινο τότε πριν τη φύτευση προστίθεται στο έδαφος θειάφι 0,36-1,09 κιλά ανά τετραγωνικό μέτρο, ανάλογα με τη σύσταση του εδάφους, αν είναι αμμώδες ή πηλώδες αντίστοιχα. Σε εδάφη με pH υψηλότερο από 5,2 πρέπει να προστίθεται sequestren Fe (30-40 γραμμάρια ανά φυτό).

Για τις ανάγκες της φυτείας συνιστάται κάθε χρόνο να προστίθεται 60 κιλά ανά στρέμμα σύνθετο λίπασμα 10-10-10.

Εγκατάσταση φυτείας

Η φύτευση του μύρτιλλου γίνεται κατά προτίμηση στα τέλη του χειμώνα-άνοιξη. Σε περιοχές όμως της κεντρικής, νότιας και νησιωτικής Ελλάδος μπορεί να φυτευτεί την περίοδο Οκτωβρίου-Μαρτίου.

Οι αποστάσεις φυτεύσεως ποικίλλουν από 2,0 – 3,0 μ. μεταξύ των γραμμών και 1,2-1,5 μ. επί της γραμμής, ανάλογα με τη ζωηρότητα της ποικιλίας και τις εδαφικές συνθήκες.

Κλάδεμα

Τα πρώτα τέσσερα χρόνια μετά το φύτεμα γίνεται ένα ελαφρό κλάδεμα που συνίσταται κυρίως στο «άνοιγμα» του φυτού.

Το κλάδεμα που εφαρμόζεται κάθε χρόνο είναι μέτριο, ούτε αυστηρό ούτε ελαφρύ, και έχει ως σκοπό την παραγωγή ικανοποιητικού αριθμού ζωηρών βλαστών, διότι έτσι επιτυγχάνεται καλό μέγεθος καρπών. Αυστηρό κλάδεμα έχει ως αποτέλεσμα τον σχηματισμό πολλών μικρών καρπών.

Ζιζανιοκτονία

Συνήθως καταπολεμούνται με τοποθέτηση φυτικών υπολειμμάτων επί της γραμμής ή εφαρμόζεται ζιζανιοκτονία επί της γραμμής και καλλιέργεια του εδάφους μεταξύ των γραμμών.

Εχθροί και ασθένειες - Καταπολέμηση

Η καλλιέργεια προσβάλλεται από μύκητες (μονίλια, καρκίνο των βλαστών, βοτρυτίς και άλλα), από έντομα (σκουλήκι των μυρτιδίων, σκουλήκι των κερασιών, σκαραβαίος των δαμάσκημων και άλλα) και από πολλές ιώσεις.

Για την καταπολέμηση των εχθρών και ασθενειών πρέπει να εφαρμόζεται πρόγραμμα ψεκασμών.

Επίσης τα πουλιά συχνά προξενούν τεράστιες ζημιές.

Επικονίαση

Για μια ικανοποιητική καρποφορία πρέπει να επιτευχθεί καρπόδεση της τάξης του 80%. Παρόλο που τα φυτά είναι αυτογόνιμα, η σταυρεπικονίαση (με έντομα και μέλισσες) βελτιώνει το μέγεθος των καρπών.

Συγκομιδή

Η συγκομιδή των καρπών που προορίζονται για νωπή κατανάλωση γίνεται με το χέρι, ενώ όταν πρόκειται να οδηγηθούν στη μεταποίηση ή να καταψυχθούν συγκομίζονται με μηχανές.

Αποδόσεις

Σε πλήρη καρποφορία τα φυτά εισέρχονται στο πέμπτο έτος, παράγουν επί 15-20 έτη. Όσον αφορά τα οικονομικά στοιχεία της καλλιέργειας του μύρτιλλου, η οικονομική ανάλυση λαμβάνει υπόψη της τα εξής στοιχεία:

- Μέση απόδοση καρπών: 1.000 κιλά ανά στρέμμα.
- Τιμή πωλήσεως καρπών: 4-5 ευρώ το κιλό
- Διάρκεια ωριμάνσεως: 3-6 εβδομάδες, ανάλογα με την ποικιλία.
- Περίοδος συγκομιδής: Ιούλιος-Σεπτέμβριος.
- Αριθμός των φυτών που φυτεύονται ανά στρέμμα: 200.

Διάφορα κόστη και άλλα

- Κόστος συγκομιδής καρπών με τα χέρια: 700- 1000 €/στρέμμα
- Το κόστος εγκατάστασης ενός στρέμματος μύρτιλλου υπολογίζεται σε 1.000-1.200 ευρώ.
- Το ετήσιο κόστος καλλιέργειας, συντήρησης και συγκομιδής των καρπών ενός στρέμματος σε πλήρη ανάπτυξη ανέρχεται περίπου σε 2.000-2.200 ευρώ ανά στρέμμα, λαμβάνοντας δε υπόψη ότι τα έσοδα που μπορεί να έχει κανείς από αυτή την καλλιέργεια είναι περίπου 4.000- 5.000 ευρώ ανά στρέμμα, το καθαρό οικονομικό αποτέλεσμα μπορεί να φθάνει μέχρι 2.000-2.800 ευρώ ανά στρέμμα.

Όσον αφορά την εξέλιξη της πορείας των τιμών παραγωγού, αυτές έχουν μία διαρκή αύξηση, πράγμα που αποτελεί σημαντικό κίνητρο για την επέκταση της καλλιέργειας του μύρτιλλου στις χώρες που καλλιεργείται, αλλά και σε εκείνες που σκοπεύουν στην ανάπτυξη της καλλιέργειάς του.

Το μύρτιλλο ή "μπλούμπερι" όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στο εξωτερικό, αποτελεί -σύμφωνα με τους ειδικούς- μία πολύ καλή εναλλακτική καλλιέργεια που μπορεί να καλλιεργηθεί σε όλα τα σημεία της χώρας μας από την Κρήτη μέχρι τον Έβρο λόγω του ότι περιλαμβάνει ποικιλίες που έχουν μεγάλη προσαρμοστικότητα στο κλίμα και κυρίως υπάρχουν ποικιλίες που έχουν ανάγκη από περισσότερο ή λιγότερο χειμερινό ψύχος για να αναπτυχθούν και να δώσουν ικανοποιητική παραγωγή. Το μύρτιλλο λόγω της μεγάλης του προσαρμοστικότητας στο ελληνικό περιβάλλον, αλλά και λόγω του πολύ υψηλού εισοδήματος που μπορεί να αποδώσει, αποτελεί μία σοβαρή πρόταση για τους Έλληνες παραγωγούς και όχι μόνο.

Το μύρτιλλο σήμερα στην Ελλάδα είναι μια νέα καλλιέργεια, που άρχισε να καλλιεργείται συστηματικά κυρίως τα δύο τελευταία χρόνια. Το μύρτιλλο άρχισε να καλλιεργείται σε πολλά μέρη της χώρας μας (Ηπειρο, Μακεδονία, Στερεά Ελλάδα κ.α.), τα δε πρώτα αποτελέσματα είναι πολύ ενθαρρυντικά.

Τα προϊόντα του μύρτιλλου (καρποί, φύλλα) αποτελούν την πρώτη ύλη σε πολλές βιομηχανίες τροφίμων (χυμοί, μαρμελάδες, αρτοσκευάσματα, εσάνς κ.λπ.), φαρμακοβιομηχανίες, βιομηχανίες καλλυντικών, βιομηχανίες λειτουργικών τροφίμων κ.λπ.

Το μύρτιλλο διακρίνεται για τους καρπούς του τόσο από γευστικής απόψεως όσο και λόγω της μεγάλης τους περιεκτικότητας σε πολύτιμες ουσίες για την υγεία του ανθρώπου, όπως είναι οι αντιοξειδωτικές ουσίες, οι βιταμίνες, τα ανόργανα άλατα κ.λπ. Οι καρποί του μύρτιλλου έχουν ένα πολύ χαρακτηριστικό μπλε χρώμα, καταναλώνονται δε ως νωποί αλλά και ως κατεψυγμένοι ή και μεταποιημένοι.

Ευεργετικές ιδιότητες

Ο καρπός του διακρίνεται για την μικρή του περιεκτικότητα σε σάκχαρα και θερμίδες, ενώ είναι πλούσιος σε φυτικές ίνες και αντιοξειδωτικά, είναι δε χαρακτηριστικές οι διουρητικές του ιδιότητες.

Οι καρποί του είναι πλούσιοι σε υδροδιαλυτές βιταμίνες, σε κιτρικό και μηλικό οξύ, αλκαλοειδή, ανθοκυανوسίνες, σε πεντοζιδινικές βάσεις και τανίνες. Οι ουσίες αυτές έχουν αντισηπτικές, αντι-διαρροϊκές και με αντι-αιμορραγικές ιδιότητες.

Είναι καρποί οι οποίοι διακρίνονται για τις πλούσιες αντιοξειδωτικές τους ουσίες, με όποια μέθοδο και αν τις μετρήσουμε. Μεταξύ 38 διαφορετικών φρούτων και λαχανικών που αναλύθηκαν, το μπλούμπερι έχει πολύ μεγάλη αντιοξειδωτική δράση, κατέχει τη 2η θέση μετά το ιπποφάες.

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

http://www.minagric.gr/greek/data/aromatika_fyta/rodia_damaskhnia_myrtilo_batomou_ro.pdf

Βιβλιογραφία

Βασιλακάκης Μ., 1997. Μικρά σπρωφοφάρα

http://kpe-melit.flo.sch.gr/Hmerides/etos2011/kenotomes_kaliergies/gatsios.pdf

<http://www.ecotimes.gr>

http://efizissi.blogspot.com/2011/10/blog-post_1900.html

Πρόσθετες πληροφορίες για τα blueberries ή μπλε μούρα, μπορείτε να βρείτε στο <http://www.ecoblueberries.com/wiki/el/kalliergeia-blueberry-myrtillo-mple-mouro> που δημιούργησε και έχει αναρτήσει ο καλλιεργητής/παραγωγός Πέτρος Καρυπίδης.

7. Η Παγκόσμια και η Ελληνική αγορά

Τα superfoods ή «υπερτροφές» είναι ένας όρος που περιγράφει τροφές πλούσιες σε ευεργετικές ιδιότητες, βιταμίνες και αντιοξειδωτικά! Συνήθως ως superfoods αναφέρονται νέα είδη τροφών που μπαίνουν στη διατροφική μας συνήθεια, είτε για τη γεύση τους είτε για την ιδιότητά τους να θωρακίζουν τον οργανισμό μας

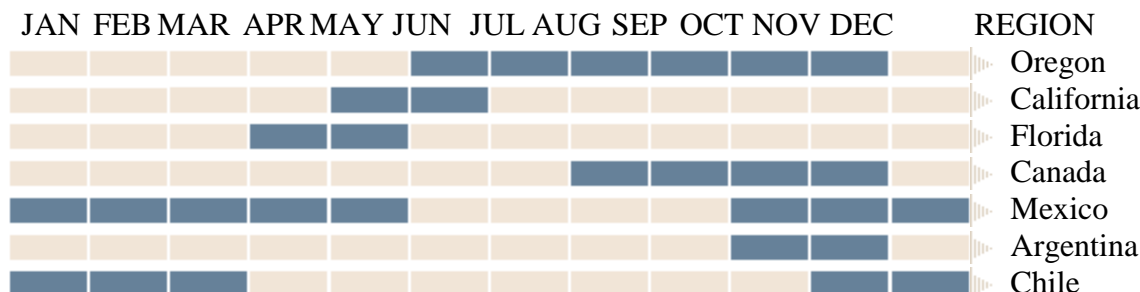
Πρωταγωνιστής στα Superfoods, είναι αναμφισβήτητα τα blueberries ή μύρτιλλα, που συνδυάζουν γεύση και ευεργετικές ιδιότητες.

Σύμφωνα με στοιχεία του US Blueberry Council, η παγκόσμια παραγωγή ανήλθε το 2010 σε 425,85 εκατομμύρια kg, από τα οποία τα 242.6 ή 57% ήταν φρέσκα για βρώση και το 43% για μεταποίηση.

Η Βόρεια Αμερική είχε το 85% της παραγωγής του δενδρώδους (highbush) blueberry, και το 47% του θαμνώδους (lowbush).

Την συνεχώς αυξανόμενη κατανάλωση στην Βόρεια Αμερική τροφοδοτεί με όψιμες ποικιλίες η Λατινική Αμερική και κυρίως η Χιλή της οποίας το προϊόν μπορεί κάποιος να βρει ακόμη και στην χώρα μας.

Ο πίνακας που ακολουθεί, είναι ενδεικτικός της συνεισφοράς διαφόρων περιοχών της Αμερικής, στην διάθεση νωπών blueberries για κατανάλωση στις Ηνωμένες Πολιτείες.



Η Ευρώπη είναι υπεύθυνη για το 7% του δενδρώδους, και το 3.1% του θαμνώδους Blueberry με βάση τα στοιχεία του 2010.

Η Ευρωπαϊκή παραγωγή, αν και δεν πλησιάζει σε ποσότητα την παραγωγή της Βόρειας και Νότιας Αμερικής, είχε αξιόλογη αύξηση την 15ετία μεταξύ 1995 και 2010, όπου οι

καλλιεργούμενες εκτάσεις του δενδρώδους blueberry, πενταπλασιάστηκαν από 16.000 στρέμματα το 1995 σε 84.000 στρέμματα το 2010.

Εξετάζοντας την ευρωπαϊκή παραγωγή κατά περιοχή, βλέπουμε ότι στην Δυτική και Νότια Ευρώπη, πρώτη σε καλλιεργούμενες εκτάσεις είναι η Ισπανία με 10.400 στρέμματα, ακολουθεί η Γαλλία με 3.560, και η Πορτογαλία με 1.926.

Στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη, πρώτη είναι η Γερμανία με 21.200 στρέμματα, ακολουθεί η Ολλανδία με 4.720, η Ιταλία με 2.720, το Ηνωμένο Βασίλειο με 2.680 στρέμματα, ενώ η Αυστρία, Σουηδία, Δανία και Ελβετία καλλιεργούν πολύ μικρότερες εκτάσεις.

Στην Ανατολική Ευρώπη κυριαρχεί η Πολωνία με 31.200 στρέμματα καλλιεργήσιμης γης που αντιστοιχούσε το 2010 σε 90,5% της παραγωγής της Ανατολικής Ευρώπης και στο 38% του συνόλου της Ευρώπης.

Η Ελλάδα δεν αναφέρεται στις διεθνείς στατιστικές για καλλιεργήσιμα ή αυτοφυή, άγρια μύρτιλλα. Υπάρχουν κάποιοι καλλιεργητές, αλλά δεν υπάρχει συγκροτημένη αλυσίδα παραγωγής – διαλογής – ποιοτικού ελέγχου - μεταποίησης – συσκευασίας – προώθησης – λιανικής – χονδρικής – μάρκετινγκ - εξαγωγών κ.λπ. Το θέμα «Ελληνικά μύρτιλλα ή blueberries» φαίνεται να το χειρίζονται και διαχειρίζονται οι ίδιοι οι παραγωγοί-καλλιεργητές που καλλιεργούν μερικές δεκάδες στρέμματα, κάποιοι γεωπόνοι που συμβουλεύουν και παράλληλα πωλούν διάφορες ποικιλίες, και τα Γεωπονικά Πανεπιστήμια που παρέχουν θεωρητικές κυρίως γνώσεις σε θέματα καλλιέργειας. Δεν υπάρχουν με άλλα λόγια φορείς που να ασχολούνται μεθοδικά με θέματα υποστήριξης, συντονισμού, μάρκετινγκ και επικοινωνίας.

Η πιο οργανωμένη προσπάθεια στην Ελλάδα φαίνεται να είναι στην Δράμα από την Συνεταιριστική εταιρεία ΒΙΟΔΡΑΜΑ, η οποία καλλιεργεί ποικιλίες από την Σιβηρία (από όπου ισχυρίζεται ότι προέρχονται τα blueberries), έχει αρκετά δυναμική παρουσία στο Internet για direct selling και εξαγωγές, και προσφέρει εκτός από νωπά, και μεταποιημένα προϊόντα blueberries όπως χυμούς, μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού, λικέρ, τσάι από τα φύλλα του κ.λπ.

Οι καταναλωτές που γνωρίζουν και αναζητούν τα blueberries, είτε διότι είναι ξένοι ή Έλληνες που έζησαν στο εξωτερικό, είτε διότι έτυχε να μάθουν από το internet ή από φίλους για την γεύση και τις ευεργετικές τους ιδιότητες, μπορούν να τα αγοράσουν, κυρίως εισαγόμενα μέσω Ολλανδίας, νωπά, κατεψυγμένα ή αποξηραμένα.

Τα νωπά blueberries, σε αντίθεση με τα Ελληνικά που προσφέρονται και μέσω Internet τους καλοκαιρινούς μήνες μόνο, προέρχονται από Ισπανία μέχρι Χιλή και Μεξικό, σε συσκευασίες από 125 μέχρι 160 gr., και σε τιμή γύρω στα 4 Ευρώ.

Η τιμή αγοράς στο ΜΑΚΡΟ που απευθύνεται και σε καταστηματάρχες, είναι 3,5 Ευρώ σε χάρτινη συσκευασία τύπου σκαφάκι των 150 gr, με προέλευση την Ολλανδία.

Τα αποξηραμένα είναι συνήθως σε συσκευασία 200 gr, περιέχουν ζάχαρη, σιρόπι γλυκόζης, χυμό λεμονιού και φυτικά έλαια, προέρχονται συνήθως από τις ΗΠΑ, και κοστίζουν γύρω στα 7,5 Ευρώ.

Υπάρχουν επίσης και κατεψυγμένα από ΗΠΑ και Καναδά μέχρι την Πολωνία και πωλούνται σε συσκευασία φακέλου 150 gr, και πωλούνται γύρω στα 6 Ευρώ.

Η φθηνότερη συσκευασία ήταν άγριων κατεψυγμένων μύρτιλλων από την Λιθουανία προς 5 Ευρώ τα 450 gr.

Βρίσκονται επίσης, μαζί άλλα berries (κυρίως raspberries και cranberries) και σε βιολογικά καταστήματα. με αντίστοιχες τιμές

8. SWOT Analysis

Η ανάλυση SWOT αναφέρεται περισσότερο στην επιχειρηματική ιδέα της καλλιέργειας blueberries στην Ελλάδα, μια και δεν υπάρχει ακόμη ουσιαστικός ανταγωνισμός, και τα όποια δυνατά σημεία και πλεονεκτήματα της TopBlueberries, θα προκύψουν από την επιχειρηματική στρατηγική που προτείνεται στην συνέχεια.

Με την ανάλυση SWOT θα μελετηθούν τα δυνατά (strengths) και τα αδύνατα (weaknesses) σημεία του κλάδου, καθώς και οι ευκαιρίες (opportunities) και απειλές (threats).

Συγκεκριμένη, απλή, σύντομη και ρεαλιστική παράθεση των στοιχείων SWOT, θα αποτελέσει την βάση για την αξιολόγηση και ιεράρχηση των κύριων θεμάτων και των στρατηγικών κατευθύνσεων marketing που θα προταθούν στη συνέχεια.

Η συνδυαστική ανάλυση ευρημάτων SWOT, θα υποστηρίξει και θα τεκμηριώσει τις στρατηγικές κατευθύνσεις.

Δυνατά σημεία

1. Μεγάλη προσαρμοστικότητα στο κλίμα.
2. Μπορεί να καλλιεργηθεί σε όλα τα σημεία της Ελλάδας
3. Μπορεί να καλλιεργηθεί ακόμα και σε χαμηλής γονιμότητας εδάφη και δεν απαιτούνται μεγάλες λιπάνσεις
4. Ίδανικό και για βιολογική καλλιέργεια
5. Ύπαρξη μεγάλης διεθνούς εμπειρίας στην καλλιέργεια και προώθηση των blueberries, καταγεγραμμένη στο Internet.
6. Δυνατότητα μακράς καρποφορίας με συνδυασμό ποικιλιών
7. Γευστικό και ελκυστικό φρούτο, με μοναδικές θεραπευτικές ιδιότητες
8. Πολλαπλές δυνατότητες μεταποίησης
9. Συνεχής αύξηση της παραγωγής και της κατανάλωσης διεθνώς
10. Διαρκής αυξητική τάση των τιμών παραγωγού ανά τον κόσμο
11. Συγκριτικά, χαμηλό κόστος μεταποίησης (αποξηραμένο ή καταψυγμένο προϊόν)
12. Θετική προδιάθεση των Ελλήνων απέναντι στο μπλε χρώμα και την αρχαιοελληνική καταγωγή των blueberries.

Αδύνατα σημεία

1. Χαμηλή αναγνωρισιμότητα του προϊόντος στην Ελλάδα
2. Έναρξη καρποφορίας μετά από 2 χρόνια
3. Ελάχιστη ζήτηση από Έλληνες καταναλωτές
4. Άγνοια δικτύων διανομής για την σωστή διαχείριση και προώθηση του προϊόντος
5. Ανυπαρξία κλαδικής εκπροσώπησης και υποστήριξης
6. Αδυναμία επένδυσης στο άνοιγμα της αγοράς από μεμονωμένες εταιρείες
7. Εποχικότητα νωπού προϊόντος
8. Έλλειψη συστηματικής έρευνας και εμπειρίας καλλιέργειας πολλών ποικιλιών
9. Συγκριτικά υψηλή τιμή σε σχέση με άλλα φρούτα που καταναλώνονται στην ελληνική αγορά.
10. Έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού
11. Συγκομιδή καρπών μετά τα πρώτα 2 χρόνια καλλιέργειας.

Ευκαιρίες

1. Τάση αναζήτησης νέων προϊόντων, που θα συμπληρώνουν γευστικά τις νέες συνήθειες υγιεινής διατροφής (cereal, γιαούρτι κ.λπ.).
2. Διεθνώς το Blueberry από niche product, εξελίσσεται σε must have commodity.
3. Συνεχής «ανανέωση» νέων ιδεών/χρήσεων/συνταγών μέσω internet.
4. Αυξανόμενη ζήτηση και για βιολογικά blueberries.
5. Ύπαρξη μεγάλων «εγκαταλελειμμένων» περιοχών ανά την Ελλάδα, κατάλληλων για καλλιέργεια blueberries.
6. Δυνατότητα συνεργασίας με αλυσίδες Super Market για την ολοκληρωμένη επικοινωνία και προώθηση των blueberries.
7. Υποστήριξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων μέσω ΕΣΠΑ και άλλων προγραμμάτων.

Απειλές

1. Αλλαγή του κλίματος και ακραία καιρικά φαινόμενα (χαλάζι, πυρκαγιές, πλημμύρες).
2. Ανταγωνισμός από χώρες χαμηλού κόστους παραγωγής, ιδιαίτερα μετά την ένταξη τους στην ΕΕ.
3. Έλλειψη κουλτούρας συλλογικών επιχειρηματικών συμμαχιών
4. Περαιτέρω μείωση διαθέσιμου εισοδήματος.
5. Καλλιέργεια και προώθηση στην αγορά, ποιοτικά υποδεέστερων ποικιλιών, ειδικά στην πρώτη φάση γνωριμίας του κοινού με τα blueberries.
6. Υπερπροσφορά λόγω υπερπαραγωγής στο εξωτερικό, και υιοθέτηση πρακτικών dumping στην νεοδημιουργηθείσα ελληνική αγορά.
7. Περαιτέρω επιδείνωση του οικονομικού και κοινωνικοπολιτικού περιβάλλοντος.

9. Κύρια θέματα και απορρέουσες στρατηγικές κατευθύνσεις

Κύρια θέματα

Η ανάλυση SWOT καταδεικνύει πως η TopBlueberries, πρέπει να αντιμετωπίσει σημαντικά πρωταρχικά θέματα, των οποίων η σωστή αντιμετώπιση θα κρίνει την πορεία της.

Τα ίδια αυτά κύρια θέματα θα πρέπει να αντιμετωπίσει και οποιαδήποτε άλλη εταιρεία αποφασίσει να ασχοληθεί με την καλλιέργεια των Blueberries, στην παρούσα φάση της αγοράς.

Και βεβαίως τα κύρια προβλήματα (και ευκαιρίες) που θα αντιμετωπίσει η εταιρεία αφορούν στο χώρο του μάρκετινγκ. Η στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνίας θα πρέπει να απαντήσει πειστικά και κυρίως δημιουργικά σε βασικές ερωτήσεις όπως:

- Με τι χρήματα και ποια στρατηγική θα αντιμετωπιστεί η έλλειψη αναγνωρισιμότητας και χρήσης του προϊόντος ;
- Σε ποιο κοινό θα απευθυνθούμε πρωταρχικά, και πως θα το πείσουμε να δοκιμάσει το προϊόν μας;
- Πως θα προβλέψουμε σωστά τις μελλοντικές πωλήσεις μας ώστε να κάνουμε σωστό οικονομικό προγραμματισμό;

- Σε τι τιμή, με ποιες συσκευασίες και με ποιους όρους πληρωμής θα πρέπει να βγούμε στην αγορά;
- Πως θα «χρηματοδοτηθεί» μια generic καμπάνια ανοίγματος αγοράς και από ποιόν;
- Αν το κοινό μας δοκιμάσει το φρέσκο νωπό blueberry, του αρέσει και το εντάξει στην διατροφή του, πως θα καλύψουμε τις ανάγκες του μέχρι την επόμενη περίοδο;
- Όταν θα έχουμε δημιουργήσει μια σταδιακά αυξανόμενη αγορά, πως θα διαφυλάξουμε την πιστότητα των πελατών μας;
- Πώς θα φέρουμε πρόσθετα έσοδα ειδικά τα 4 πρώτα χρόνια με μηδενική έως ελάχιστη παραγωγή;

Όσον αφορά στο τεχνικό μέρος της παραγωγής, θα πρέπει η TopBlueberries να επιλέξει τις κατάλληλες ποικιλίες που θα ταιριάζουν στα εδαφικά και κλιματικά δεδομένα της περιοχής, που θα της επιτρέψουν να παράγει ένα ελκυστικό προϊόν υψηλής γευστικής αποδοχής, και με τον κατάλληλο συνδυασμό ποικιλιών και την σωστή φύτευση και διαχείριση, να μεγιστοποιήσει τον χρόνο καρποφορίας, ώστε να προσφέρει σωστό νωπό προϊόν για το μεγαλύτερο δυνατό χρονικό διάστημα.

Στο πρόβλημα της έλλειψης εμπειρίας και τεχνογνωσίας στην Ελληνική αγορά, αντιπαρατίθεται σε μεγάλο ποσοστό η ύπαρξη τεχνογνωσίας και η πληθώρα τεκμηριωμένης συμβουλευτικής πληροφόρησης και best practices στο Internet, που ασφαλώς θα βοηθήσει στην επίλυση πιθανών προβλημάτων σχετιζόμενων με την καλλιέργεια, όπως το κλάδεμα, η καταπολέμηση ασθενειών κ.λπ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην συμβουλευτική υποστήριξη των καλλιεργητών στις Ηνωμένες Πολιτείες, συμμετέχουν και πολλά Πανεπιστήμια με απόλυτα επεξηγηματικό διδακτικό υλικό προσβάσιμο μέσω Internet, όπως π.χ. οδηγίες για το σωστό κλάδεμα των Highbush Blueberries από το Oregon State University (λέξεις κλειδιά: Highbush Blueberries pruning Oregon State University), στην διεύθυνση (http://media.oregonstate.edu/index.php/show/blueberrypruneenglish_ver2010.mp4?id=0_05v1qew6)

Στρατηγικές κατευθύνσεις

Η εταιρεία μη έχοντας το μέγεθος και τα χρήματα να καλύψει την όποια αγοραστική ζήτηση θα έχει δημιουργηθεί πανελλαδικά κατά τον τρίτο χρόνο λειτουργίας της, όταν θα έχει παραγωγή, θα επιδιώξει **αποκλειστικές συνεργασίες** που θα προσφέρουν **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τμήμα της αγοράς που δραστηριοποιούνται.

Επειδή οποιαδήποτε προσπάθεια ανοίγματος μιας αγοράς, θα πρέπει εκ των πραγμάτων να αποτελεί επένδυση για όποιον την «χρηματοδοτεί», η στρατηγική branding θα πρέπει να διασφαλίσει ότι **θα ταυτιστεί το TopBlueberries με την κατηγορία**, και η στρατηγική επικοινωνίας να αναφέρεται κυρίως **σε λογικές , προϊόντικές αξίες**.

Από πλευράς διανομής και προώθησης, θα πρέπει να επιδιώξουμε και να εστιάσουμε στην **συνεργασία με ένα κανάλι**, κατά το δυνατόν **προσυμφωνημένης διανομής**.

Θα πρέπει επίσης το κανάλι που θα επιλέξουμε, να είναι διατεθειμένο να υποστηρίξει **ενεργά** την προσχεδιασμένη διαφήμιση και προώθηση του προϊόντος.

Θα πρέπει επίσης να διασφαλίσουμε ότι θα προσφέρουμε στον καταναλωτή και πελάτη του συνεργάτη μας, **άψογο ποιοτικά προϊόν, όλο τον χρόνο**, ώστε να έχουμε **υψηλά ποσοστά δοκιμής, αποδοχής και επαναληπτικής αγοράς**, και τέλος ...

Η συνολική προσπάθεια μάρκετινγκ, θα πρέπει να είναι **εστιασμένη, πελατοκεντρική**, μετρούμενα αποτελεσματική, με χρήση μεθόδων **pre-testing**, και προγραμματισμένη **βήμα προς βήμα**.

10. Στόχοι Μάρκετινγκ

Οι κύριοι στόχοι μάρκετινγκ συνοψίζονται στους εξής:

- Επίτευξη τζίρου ύψους 410.000 Ευρώ για τα έτη λειτουργίας 1 – 5 και πλήρως καθετοποιημένη παραγωγή.
- Επίτευξη τζίρου ύψους 220.000 Ευρώ για κάθε έτος λειτουργίας, πλήρους παραγωγικού δυναμικού.
- Δημιουργία και εδραίωση πελατοκεντρικής υποδομής και εικόνας.
- Δημιουργία νέων, πρωτοποριακών καναλιών και μηχανισμών για αρχικές και επαναληπτικές πωλήσεις.
- Δημιουργία μηχανισμών συνεργασίας και πιστότητας στο B2B.
- Ηγετική θέση της TopBlueberries με συλλογική προσπάθεια εξέλιξης και συνεισφοράς του κλάδου στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

11. Στρατηγική Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

Γνωρίζοντας πλέον, και έχοντας τεκμηριώσει την επιχειρηματική ευκαιρία (business opportunity), και τα κοινά/στόχος που έχουν αναδειχθεί από τα προηγούμενα στάδια ανάλυσης, μελέτης και αξιολόγησης, ακολουθεί η στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνίας, που υπακούει στις κατευθύνσεις που προαναφέρθηκαν, και τεκμηριώνει τις όποιες διαφοροποιήσεις προτείνονται ή επιδιώκονται σε θέματα προϊόντος, τιμής/τιμολογιακής πολιτικής, και διάθεσης, που θα αποτελεί το άθροισμα επί μέρους προγραμμάτων Προώθησης τα οποία βασίζονται στις «καλές πρακτικές» της επικοινωνιακής εξειδίκευσης που θα ταιριάζει σε κάθε περίπτωση.

Θα πρέπει να σημειώσουμε την σημασία ενός πέμπτου P στο μίγμα μάρκετινγκ, το P του Partnership, που θα παίζει σημαντικό ρόλο στην προώθηση των TopBlueberries.

Η στρατηγική επικοινωνίας, χρησιμοποιεί κυρίως εργαλεία και τεχνικές άμεσου μάρκετινγκ και προώθησης πωλήσεων, δεδομένου ότι τα κοινά/στόχος θα είναι, όπως θα δούμε στην συνέχεια, πελάτες συγκεκριμένου συνεργάτη, ή με διαπροσωπική πώληση απευθείας από την TopBlueberries

Σε όλες τις περιπτώσεις επιδιώκεται η επίτευξη της επιθυμητής δράσης του κοινού/στόχου μέσα από τα στάδια της:

- Γνωριμίας με το προϊόν
- Δημιουργίας ενδιαφέροντος
- Αναγνώρισης οφέλους σε λογικό και συναισθηματικό επίπεδο
- Θετικής θέσης και στάσης απέναντι στην εταιρεία
- Δημιουργίας δεσμών αμοιβαίου οφέλους κυρίως στο B2B
- Αρχικής και επαναληπτικής αγοράς του προϊόντος
- Ένταξης του προϊόντος στις διατροφικές συνήθειες του κοινού/στόχου

Παράλληλα η TopBlueberries φιλοδοξεί να αποτελέσει υπόδειγμα εταιρείας που εφαρμόζει καινοτόμες προσεγγίσεις σε όλα τα στάδια, από την καλλιέργεια μέχρι την προώθηση και τις εξαγωγές.

Οι προτεινόμενοι στόχοι και στρατηγική θα επιτευχθούν μέσα από επιχειρηματικές δράσεις σύμφωνα με το πλάνο μάρκετινγκ, που περιγράφεται περιληπτικά στην συνέχεια

12. Πλάνο Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

Αγορές και καταναλωτές.

Αγορές

Αρχικά προτείνεται η προσέγγιση πελατών της συγκεκριμένης αλυσίδας Σούπερ Μάρκετ με την οποία θα έλθουμε σε συμφωνία για συνεργασία.

Παράλληλα θα πουλάμε φρέσκο προϊόν κατά την διάρκεια της συγκομιδής, κατευθείαν από το κτήμα μας στα Σπάτα, κάτι που θα μας δώσει και αναγκαία δημοσιότητα από τα τοπικά και ευρύτερα μέσα επικοινωνίας.

Εναλλακτικά θα αξιολογήσουμε και την πώληση μέσω λαϊκών αγορών σε περιοχές με κατοίκους υψηλών εισοδημάτων, όπως και σε αντίστοιχα καταστήματα μαναβικής όπου πωλείται το προϊόν σήμερα.

Παράλληλα η ανάγκη των καταστηματαρχών να πουλήσουν προϊόντα που θα αποφέρουν πρόσθετους τζίρους, θα μπορούσε να μας οδηγήσει σε εναλλακτικά κανάλια διάθεσης, όπως επιλεγμένους φούρνους ή franchises τύπου Βενέτη, πράγμα που θα μπορούσε να συνδυάσει την ύπαρξη φρέσκων ή καταψυγμένων μύρτιλλων με προϊόντα στα οποία χρησιμοποιείται όπως blueberry pies και cup cakes.

Θα μπορεί επίσης το προϊόν να διατίθεται με παραγγελία μέσω του site μας.

Στο ξεκίνημα, δεν θεωρούμε πως wholesalers θα μπορούσαν να μας προσφέρουν σημαντική διείσδυση στην αγορά, μια και ελάχιστοι από τους επαγγελματίες/πελάτες του γνωρίζουν τα μύρτιλλα.

Καταναλωτές

Ειδικά στο ξεκίνημα, οι πρωταρχικοί καταναλωτές θα είναι ξένοι που ζούνε στην Ελλάδα, και Έλληνες που έχουν ζήσει στο εξωτερικό και γνωρίζουν το μύρτιλλο και τις θεραπευτικές του ιδιότητες.

Στη συνέχεια προβλέπεται να ακολουθήσουν άτομα που προσέχουν την διατροφή τους, και γονείς που θα εκτιμήσουν τις ευεργετικές ιδιότητες του blueberry για τα παιδιά τους.

Θα πρέπει να αναφέρουμε την ανάγκη εντοπισμού των επί μέρους κοινών/στόχων, δεδομένου ότι συγκεκριμένες υποομάδες όπως οι Health Conscious, έχουν διαφορετικό οικονομικό, δημογραφικό, και ψυχογραφικό προφίλ, διαφορετικές αγοραστικές συνήθειες (ψωνίζουν κυρίως από health food shops), διαφορετικές αναγνωστικές συνήθειες (διαβάζουν Health Magazines) και τρόπο ζωής.

13. Τα 4P του μίγματος marketing

Όπως θα δούμε στην συνέχεια το μίγμα μάρκετινγκ βασίζεται στο τετράπτυχο ποιοτικά άψογο προϊόν, συσκευασία με περισσότερο προϊόν στην τρέχουσα τιμή της αγοράς, επιλογή συνεργάτη που θα καλύψει και τις ανάγκες διαφήμισης και προώθησης και επίσης, ουσιαστικό όφελος για όλους τους εμπλεκόμενους (καταναλωτή, συνεργάτες, εταιρεία, οικονομία).

14. Product (Προϊόν)

Η διασφάλιση της γευστικής και εμφανισιακής υπεροχής των TopBlueberries θα επιτευχθεί αφενός από την επιλογή των ποικιλιών βάσει έρευνας καταναλωτικής προτίμησης σε σχέση με τον – έστω ελάχιστο – ελληνικό ανταγωνισμό, και αφετέρου από το σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης παραγωγής.

Η Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παραγωγής είναι ένα σύστημα καλλιέργειας που στηρίζεται στην ορθολογιστική και συνδυασμένη χρήση όλων των διαθέσιμων μέσων και εισροών με σκοπό να επιτυγχάνεται το καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα σε μια γεωργική εκμετάλλευση, αλλά, ταυτόχρονα, να διασφαλίζεται η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων, η υγεία του παραγωγού και του καταναλωτή, χωρίς να διαταράσσεται σημαντικά το περιβάλλον. Η φιλοσοφία του συστήματος αυτού, όπως

εφαρμόζεται σε διάφορες καλλιέργειες, στηρίζεται στη συνεχή επαγρύπνιση και τη στενή παρακολούθηση της καλλιέργειας, έτσι ώστε οποιοδήποτε πρόβλημα εντοπιστεί έγκαιρα, να αξιολογηθεί σωστά και να αντιμετωπιστεί με τον πιο κατάλληλο τρόπο. Η Ολοκληρωμένη Διαχείριση εφαρμόζεται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, από τις καλλιεργητικές φροντίδες στο χωράφι, τη συγκομιδή, τη συσκευασία, την τυποποίηση και την αποθήκευση των παραγόμενων προϊόντων. Βασική απαίτηση του συστήματος είναι να υπάρχει ένας γραπτός τρόπος ανίχνευσης, έτσι ώστε να μπορεί εύκολα να εντοπιστεί η εκμετάλλευση, ακόμα και το αγροτεμάχιο απ' όπου έχουν παραχθεί τα συγκεκριμένα προϊόντα. Αυτό προϋποθέτει ότι ο παραγωγός θα τηρεί αρχείο που θα περιλαμβάνει τόσο τα νομικά έγγραφα που αφορούν τη φυτεία όσο και στοιχεία που αναφέρονται στο ιστορικό της φυτείας από την εγκατάστασή της, τις καλλιεργητικές φροντίδες που εφαρμόζει σε όλη τη διάρκεια του χρόνου, τη συγκομιδή και την αποθήκευση των προϊόντων που παράγει

Στην έρευνα που προαναφέρθηκε, θα αξιολογηθεί σε συνθήκες blind test η εμφάνιση, το μέγεθος, η υφή, η αποδοχή, η πρόθεση αγοράς, το ποσόν που θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν, η γνώση σχετικά με τις ευεργετικές ιδιότητες των blueberries, η επιρροή τους στην πρόθεση αγοράς και κατανάλωσης κ.λ.π.

Το προϊόν θα καλλιεργηθεί και θα παραχθεί με την υποστήριξη του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών και θα έχει όλες τις απαραίτητες πιστοποιήσεις όπως το HACCP κ.λπ..

15. Place (Διανομή)

Για την προσέγγιση των πελατών και την διανομή θα είναι υπεύθυνος ο Μάρκετινγκ μάντζερ και συνιδιοκτήτης της TopBlueberries, τουλάχιστον για τα πρώτα χρόνια όπου η προσωπική σχέση με τους πελάτες, θα είναι ιδιαίτερα σημαντική για την διείσδυση στην αγορά.

Θα χρησιμοποιείται ένα κλειστό αυτοκίνητο Van πολλαπλών χρήσεων της εταιρείας, κατάλληλα διακοσμημένο με τα εικαστικά στοιχεία και το χαρακτηριστικό λογότυπο της TopBlueberries.

Θα χρειαστεί επίσης και ένα αυτοκίνητο ψυγείο, με οδηγό και βοηθό κατά την καλοκαιρινή περίοδο, για την μεταφορά του προϊόντος στις κεντρικές αποθήκες της συνεργαζόμενης αλυσίδα.

Η όποια παρέκκλιση από την επιθυμητή προσέγγιση μάρκετινγκ και προώθησης των TopBlueberries, θα αντιμετωπιστεί ανάλογα με τον αριθμό των καταστημάτων, εγγύτητα, συχνότητα επισκέψεων κ.λ.π.

Γεωγραφικά θα καλύπτεται η περιοχή της Αττικής, ενώ οποιαδήποτε επέκταση του δικτύου θα εξετάζεται με γνώμονα τις πρόσθετες πωλήσεις και το διαφορικό κέρδος που θα προκύψει, τόσο βραχυπρόθεσμα, όσο και μακροπρόθεσμα.

16. Price (Τιμή)

Με βάση την λιανική τιμή των νωπών blueberries, που σήμερα κυμαίνεται γύρω στα 4-5 Ευρώ για μια συσκευασία 125 – 150 gr., η προτεινόμενη τελική τιμή των TopBlueberries, θα διαμορφωθεί στα 3 – 3,5 Ευρώ για συσκευασία των 175 gr., με την χονδρική τιμή γύρω στα 2,5 Euro, ώστε να υπάρχει ικανοποιητικό περιθώριο κέρδους για τα καταστήματα.

Τα «φρέσκα» καταψυγμένα θα προσφέρονται επίσης σε συσκευασία 175 gr, προς 3-3,5 Ευρώ., με χονδρική τιμή γύρω στα 2,5 Ευρώ, προκειμένου οι καταναλωτές των TopBlueberries να μην αλλάξουν τις συνήθειες χρήσης (π.χ. μια συσκευασία ισούται με 10 χρήσεις με γάλα ή γιαούρτι).

Λογικά, θα έπρεπε οι Έλληνες παραγωγοί να προσπαθήσουν να «εκπαιδεύσουν» την αγορά σε ορισμένες συσκευασίες, ακόμη και εικαστικά “generic” στοιχεία, μια και η προσπάθεια θα πρέπει να είναι συλλογική.

17. Promotion (Προώθηση)

Στρατηγική προσέγγιση

Το συνολικό πρόγραμμα προώθησης αναπτύσσεται σε 3 διαδοχικές φάσεις που βασίζονται στην λογική της «δημιουργίας» μιας ολοκληρωμένης περιχαρακωμένης αγοράς με βάση το δίκτυο καταστημάτων που θα επιλέξουμε, στην οποία θα «προκαλέσουμε» συνθήκες δημιουργίας ζήτησης για κατανάλωση, και παράλληλα θα κατευθύνουμε την ζήτηση στα συνεργαζόμενα σημεία πώλησης, προσφέροντας τους έτσι, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. λόγω διαφήμισης και πρόσθετων πωλήσεων.

Όπως ήδη προαναφέραμε, ένα τέτοιο δίκτυο πωλήσεων θα ήταν μια αλυσίδα Super Market, η οποία θα εκμεταλλευτεί την διεθνή αυξητική τάση κατανάλωσης, προκειμένου να προσφέρει ποιοτικά ελληνικά μύρτιλλα στους πελάτες της.

Φάση 1

Δημιουργία ολοκληρωμένης παρουσίασης, που θα παρουσιάζει την δυναμική πορεία των blueberries ανά τον κόσμο, την ευκαιρία που παρουσιάζεται στην ελληνική αγορά, τα λάθη που έχουν γίνει μέχρι σήμερα, την πρόταση συνεργασίας, ένα swot analysis που θα χρησιμοποιεί και τα αποτελέσματα καταναλωτικών ερευνών στην Ελλάδα, θα παρουσιάζει την προτεινόμενη στρατηγική marketing, όπως και τα αναμενόμενα οικονομικά αποτελέσματα, break even ανάλυση, επόμενα βήματα κ.λπ.

Δημιουργία και της αρχικής ιστοσελίδας της TopBlueberries.

Φάση 2

Συνεργασία με τον φορέα που τελικά θα επιλεγεί, προκειμένου να δημιουργήσουμε από κοινού ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα επικοινωνίας, που θα ξεκινάει με ένα teasing campaign προς τους πελάτες του φορέα, και θα συνεχίζει με πληροφόρηση και generic διαφήμιση on και off- line, όπως επίσης Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ. Generic διαφήμιση είναι αυτή που αναφέρεται σε ιδιότητες και πλεονεκτήματα που προσφέρει το είδος του προϊόντος γενικά, προκειμένου να παρακινήσει και να εκπαιδεύσει το κοινό/στόχος στην χρήση, αλλαγή συνήθειας, πιστότητα κ.λ.π.

Στην περίπτωση μας, η generic διαφήμιση θα συνδέει τα blueberries με την TopBlueberries ώστε να γίνουν συνώνυμα με τα ποιοτικά blueberries.

Στην φάση 2 προβλέπεται επίσης η δημιουργία επικοινωνιακού και προωθητικού υλικού B2B και B2C, η περαιτέρω ανάπτυξη ιστοσελίδας, και το pre-testing διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών,

Φάση 3

Λανσάρισμα, τοποθέτηση σε σημεία πώλησης, επικοινωνία προς δυνητικούς καταναλωτές, παρακολούθηση προγράμματος, αξιολόγηση, προσαρμογή.

Παράλληλη δημιουργία επικοινωνιακού υλικού και λανσάρισμα του προγράμματος “Pick your own TopBlueberries”.

Γενική Στρατηγική επικοινωνίας

Σε ποιο κοινό απευθυνόμαστε

Κατοίκους αστικών κυρίως περιοχών, μέσης και ανώτερης κοινωνικοοικονομικής τάξης και μορφωτικού επιπέδου, κοινωνικούς, εξωστρεφείς που ενδιαφέρονται για την σωστή διατροφή τους, και τους αρέσει να εντυπωσιάζουν τον κοινωνικό τους περίγυρο με τις επιλογές τους.

Ποιο είναι το κύριο μήνυμα που θέλουμε να επικοινωνήσουμε

Βασική Τοποθέτηση (positioning)

Η εταιρεία TopBlueberries, προσφέρει τώρα την απόλυτη απόλαυση, για αυτούς που επιλέγουν εκλεκτά φρούτα υψηλής διατροφικής αξίας.

Προσφέρει ποιοτικά ασυναγώνιστα blueberries, μεγαλωμένα στην μοναδική ελληνική γη, κάτω από τον γαλανό ελληνικό ουρανό.

Δοκιμάστε τα, απολαύστε τα και χαρίστε στον εαυτό σας και τους αγαπημένους σας, υγεία γεύση και ευεξία.

Υποστήριξη

- Πιστοποιημένη καλλιέργεια
- Πιστοποιημένη παραγωγική διαδικασία
- Επιλογή ποικιλιών μετά από taste tests σε Έλληνες καταναλωτές
- Διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση στην Ευρώπη
- Το αγαπημένο προϊόν των επώνυμων
- Αποδεδειγμένες ευεργετικές και θεραπευτικές ιδιότητες
- Γνωστό από την αρχαιότητα

Επιθυμητή αντίδραση του κοινού (B2C)

Τι θέλουμε να σκεφθούν

Ενδιαφέρουσα διατροφική πρόταση τα blueberries... και τα μισά από όσα λένε αν είναι αλήθεια, αξίζει να τα δοκιμάσω.

Τι θέλουμε να αισθανθούν

Γευσιγνώστες, διαμορφωτές τάσεων, που τους αρέσει να εκπλήσσουν και να εντυπωσιάζουν με τις επιλογές τους.

Τι θέλουμε να πράξουν

Να τα αναζητήσουν, να τα δοκιμάσουν, να εντάξουν τα TopBlueberries στην καθημερινή διατροφή τους και να τα προτείνουν σε γνωστούς και φίλους

Επιθυμητή αντίδραση του κοινού (B2B)

Τι θέλουμε να σκεφθούν

Η TopBlueberries είναι μια πρωτοποριακή εταιρεία, που πραγματικά ενδιαφέρεται για τους πελάτες της, και τους προσφέρει και ποιοτικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να αυξήσουν την πελατεία και τις πωλήσεις τους

Τι θέλουμε να αισθανθούν

Δυναμικοί, πρωτοπόροι στις επιλογές τους, που γνωρίζουν να επιλέγουν και να προσφέρουν ότι καλύτερο στους πελάτες τους

Τι θέλουμε να πράξουν

Να εντάξουν τα TopBlueberries στις προσφερόμενες επιλογές τους, και να τα προτείνουν στους πελάτες τους.

Ποια Μέσα και τεχνικές Επικοινωνίας θα χρησιμοποιήσουμε

Ο ρόλος του Internet

Η ιστοσελίδα της TopBlueberries θα αποτελέσει την κινητήρια δύναμη του προωθητικού προγράμματος.

Θα εξασφαλίζει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση, καθώς και παροχή όλων των πληροφοριών που θα αναζητήσει ο χρήστης με δυνατότητα εύκολης επικαιροποίησης, ώστε να σχηματίζεται άμεσα μια πρώτη θετική εντύπωση, και στη συνέχεια να έχει ο χρήστης τη δυνατότητα να εξειδικεύσει τις ζητούμενες πληροφορίες ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του με φιλικό, και διαδραστικό τρόπο.

Η ιστοσελίδα θα διαθέτει πρωτοποριακά εργαλεία και εφαρμογές με σκοπό την ανάδειξη των θετικών στοιχείων της κατανάλωσης μύρτιλλων γενικότερα, και της κατανάλωση TopBlueberries ειδικότερα. Τα εργαλεία και οι εφαρμογές θα εξασφαλίζουν:

- Την αναφορά όλων των συνεργατών B2B
- Οδηγίες για το πρόγραμμα «Pick Your Own»
- Ανάδειξη των τρόπων πρόσβασης στην καλλιέργεια
- Αναφορά στα πλεονεκτήματα της ένταξης blueberries στην διατροφή
- Διαφοροποιημένες σελίδες για τους ξένους τουρίστες και μόνιμους κατοίκους
- Διασύνδεση με sites και blogs εξωραϊστικών συλλόγων και άλλων συναφών οργανώσεων της Ανατολικής Αττικής
- Προωθητικές ενέργειες όπως εκπτώτικα κουπόνια, πρόσκληση σε ειδικές εκδηλώσεις, προσφορές σε σημεία κατανάλωσης κ.λπ.
- Διασύνδεση με sites και blogs που σχετίζονται με υγεία και διατροφή.
- Παρουσία με συνταγές σε sites σχετικά με μαγειρική και ζαχαροπλαστική

Παράλληλα, ο κύριος τρόπος επικοινωνίας με το κοινό θα είναι με e-mail campaigns σε πελάτες στους οποίους θα έχουμε πρόσβαση, και με χρήση των social media.

Ο Ρόλος της συμβατικής Διαφήμισης και Προώθησης

Δεδομένης της έλλειψης εσόδων στην πρώτη υπερδωδεκάμηνη χρήση, του υψηλού κόστους της συμβατικής διαφήμισης στα μέσα, αλλά και της χαμηλής διείσδυσης των blueberries στην αγορά, η πληρωμένη διαφήμιση και η προώθηση θα περιοριστούν στα απολύτως αναγκαία όπως:

- Μικρά πολυσέλιδα εντυπία «φυσαρμόνικα», με πληροφορίες και συνταγές που θα εμπεριέχονται στις συσκευασίες
- Καρτολίνες καταστημάτων με κάποιο προτρεπτικό μήνυμα για την αγορά των TopBlueberries
- Διαφημιστικά έντυπα A3 πολλαπλών χρήσεων, όπως σε take one stands για τα καταστήματα, ένθεση σε λογαριασμούς καρτών των πελατών
- Διαφήμιση σε περιοδικά προσφορών instore και bonus points κ.λπ.
- Αυτοκόλλητα πολλαπλής χρήσης.

Από τα Μαζικά Μέσα, θα χρησιμοποιηθούν κυρίως εξειδικευμένα περιοδικά Health, Style και Diet, όπως ένθετα σε Κυριακάτικες εκδόσεις τύπου Γαστρονόμος (Καθημερινή) και gourmet (Βήμα).

Αναφερόμαστε σε πληρωμένη διαφήμιση γιατί θα γίνει προσπάθεια να υπάρξει και διαφήμιση χωρίς (ή με ελάχιστο) κόστος από τα ίδια μέσα του φορέα με τον οποίο θα επιδιώξουμε να συνεργαστούμε .όπως:

- Εξειδικευμένο υλικό για προωθητικές ενέργειες όπως δείκτες για τα ράφια, stands,, διαφημιστικά για τα καροτσάκια των S/M,
- Καταχωρίσεις ή έθετα στο υλικό που συχνά αποστέλλει στους πελάτες του ο φορέας
- Διαφήμιση στις οικολογικές τσάντες, περιστρεφόμενες μπάρες εισόδου στα S/M κ.λπ.

Ενδεικτικό Ετήσιο Πρόγραμμα Μέσων

Ακολουθεί ενδεικτικό Ετήσιο Πρόγραμμα Μέσων με βάση την λογική που προαναφέρθηκε, και το οποίο βασίστηκε σε αναλυτική επιλογή περιοδικών βάσει του κοινού/στόχου, κυκλοφορίας και κόστους ανά κατηγορία περιοδικών, και στατιστικά στοιχεία αναγνωσιμότητας με εκτιμώμενα ποσοστά κάλυψης του κοινού/στόχου.

Αντίστοιχα στο Internet επελέγησαν websites κατά ενότητα, εκτιμώμενο αριθμό επαφών, κόστος και στοιχεία page views και unique visitors.

MASTER PLAN
ΠΕΛΑΤΗΣ: TOPBLUEBERRIES

		ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΠΛΑΝΟ																																			
ΜΕΣΟ	ΚΥΡΙΑΚΕΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ					ΙΟΥΛΙΟΣ					ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ					ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ					ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ					ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ				ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ					ΕΜΦΑΝΙΣ ΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ
		2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29					
<i>ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ (ελαστέλιδη άτυ)</i>																																					
BHMAGOURMET (BHMA Κυρ.)							0													0													2	3.300			
VITA			0												0																		2	2.200			
SHAPE				0																0													2	2.860			
MEN'S HEALTH				0											0																		2	3.080			
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΝΕΛΕΝΤΥΠΩΝ																															8	11.440					
<i>INTERNET (various adv. Formats)</i>																															<i>EKTIM. IMPRESSIONS</i>						
NEWSBEAST.GR																																	400.000	1.658			
VITA.GR																																	300.000	1.619			
SHAPE.GR																																	300.000	1.319			
CLICKATLIFE.GR																																	485.000	986			
ΣΥΝΟΛΟ																															1.485.000	5.582					
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΣΩΝ																																17.022					

Στο ενδεικτικό Πρόγραμμα Διαφημιστικής υποστήριξης, προτείνεται η επιλογή ενός εντύπου μαγειρικής/gourmet ευρείας αναγνωσιμότητας.

Επιλογή των 2 πρώτων σε κυκλοφορία εντύπων health- fitness.

Προσθήκη ενός αντρικού εντύπου fitness έτσι ώστε να προσεγγίσουμε το ενδιαφερόμενο/υποψιασμένο αντρικό κοινό.

Στο internet επιλέγουμε ένα site ειδησεογραφικό/γενικού ενδιαφέροντος και δύο ειδικά.

Το ιδιαίτερο στο internet είναι ότι επιλέγουμε, μεταξύ άλλων, έναν ιδιαίτερα αποτελεσματικό τρόπο προβολής: το ντύσιμο της ενότητας (skin).

Το skin είναι ο πιο αποδοτικός τρόπος για να «τραβήξεις» κοινό στο site και προτιμάται διότι έχει τα περισσότερα clicks

Σκοπός μας δηλαδή είναι να προκαλέσουμε το ενδιαφέρον του επισκέπτη να κάνει click πάνω στο skin το οποίο θα τον οδηγήσει στο site.

Προτείνουμε επίσης, την παρουσία μας σε επιλεγμένους επαρχιακούς Τηλεοπτικούς σταθμούς.

Το συνολικό κόστος, για τα Περιοδικά, το Internet, και των επιλεγμένων Επαρχιακών Σταθμών, συμπεριλαμβανομένου του κόστους παραγωγής θα είναι γύρω στα 20.000 Ευρώ.

18. Η προοπτική εξαγωγών

Η TopBlueberries σχεδιάζει να στραφεί και προς την αγορά του εξωτερικού, μετά από δύο ή τρία χρόνια παραγωγικής λειτουργίας, όταν θα έχει σταθεροποιηθεί η παραγωγή, θα έχει «αποσαφηνιστεί» το επίπεδο και η τάση διείσδυσης στην ελληνική αγορά, και θα υπάρχει χρόνος να ασχοληθεί η διοίκηση με το πολύπλοκο μάρκετινγκ εξαγωγών.

Κυρίως όμως θα έχουν δοκιμαστεί στην Ελλάδα αρκετές ποικιλίες και θα έχουν εξαχθεί συμπεράσματα για την συμπεριφορά τους στο ελληνικό κλίμα και περιβαλλοντικές συνθήκες, που να τους προσδίδουν τέτοια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ώστε να μπορούν να ανταγωνιστούν επιτυχώς τον διεθνή ανταγωνισμό.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στα 4 P του συμβατικού μίγματος μάρκετινγκ (product, place, price, promotion) που αφορούν τον εξαγωγέα, μεταφράζονται σε 4 C, διαφορετικά για κάθε εισαγωγέα και χώρα ως εξής:

Product = Customer solution

Price = Customer cost

Place = Convenience

Promotion = Communication

Είναι μια σχέση Business to Business (B2B), όπου ο εξαγωγέας στοχεύει στην πώληση του προϊόντος του στον εισαγωγέα, ενώ ο εισαγωγέας έχει σαν στόχο να παράσχει λύση στο πρόβλημα των δικών του πελατών. Για να επιτευχθεί λοιπόν ο κοινός στόχος, πρέπει και οι δύο, να λάβουν υπ' όψη το συνολικό κόστος των μεταφορικών, ασφάλειας, τελωνειακών δασμών, φόρων, φορτοεκφορτωτών, διανομής, και βέβαια το δικό τους εταιρικό κόστος.

Θέλει επίσης ο εισαγωγέας την ευκολότερη δυνατή διαδικασία αποστολής και διανομής, παράλληλα με την άψογη πληροφόρηση και διαχείριση για την έγκαιρη διαθεσιμότητα, χρόνους transit, λύση πιθανών προβλημάτων, packaging, branding, υποστήριξη μάρκετινγκ κ.λπ.

Θα απαιτηθεί και η δημιουργία μιας λειτουργικής, καθαρά εξαγωγικής εκδοχής του website της TopBlueberries, με διεθνή B2B προσανατολισμό, που θα «προσκαλεί» σε συνεργασία και θα αποπνέει κύρος, ποιότητα, εμπειρία και εμπιστοσύνη.

Ένας «χρυσός κανόνας» για επιτυχημένες εξαγωγές, είναι η επικέντρωση στις αγορές μία προς μία, και πέρασμα στην επόμενη, αφού επιτύχει στην προηγούμενη.

Με αυτή την λογική, η TopBlueberries στοχεύει πρώτα στο άνοιγμα και την ανάπτυξη της ελληνικής αγοράς, και στην συνέχεια στην επέκταση σε αγορές του εξωτερικού.

Βέβαια, σε περίπτωση «εύκολων» εξαγωγών, ίσως μέσω networking με άλλους εξαγωγείς ελληνικών φρούτων και λαχανικών, θα διερευνηθεί και η δυνατότητα τέτοιων συνεργασιών.

19. Γευστική Δοκιμή ποικιλιών blueberries

Ο στόχος της έρευνας είναι να εντοπίσουμε τις ποικιλίες που θα αρέσουν στους Έλληνες καταναλωτές.

Θα επιλέξουμε ανάμεσα σε 5-6 ποικιλίες από τις δεκάδες που υπάρχουν, και εκ των πραγμάτων θα τις προμηθευτούμε από την αγορά, όπου πωλούνται κυρίως εισαγόμενες, σε νωπή μορφή (π.χ. στο Makro, σκαφάκι 150 gr στα 3,50 Ευρώ).

Μια γρήγορη έρευνα σε φυτώρια που διαθέτουν μύρτιλλα, θα μας κατευθύνει για ένα πρώτο short list των ποικιλιών.

Τα θέματα που θα διερευνήσουμε είναι, αρχικά κατά πόσον γνωρίζει, έχει δοκιμάσει, ή αγοράζει, και σε ποια μορφή (νωπά, κατεψυγμένα ή αποξηραμένα) τα μύρτιλλα. Στην συνέχεια (πριν την δοκιμή), αν το χρώμα, μέγεθος και εμφάνιση προδιαθέτουν για την αγορά τους, και μετά την δοκιμή να μας βαθμολογήσουν σε κλίμακα την κάθε ποικιλία ως

προς την υφή οξύτητα, γλυκύτητα, και γεύση, και να μας υποδείξουν ποια ποικιλία τους άρεσε περισσότερο.

Σχετικά με την διαδικασία, 3-4 καρποί από κάθε ποικιλία, θα προσφερθούν σε ένα πλαστικό λευκό κυπελάκι, όπου θα αναγράφεται ο κωδικός της ποικιλίας, και θα δοκιμαστούν διαδοχικά. ενώ μετά από κάθε δοκιμή θα απαντά ο ερωτώμενος στις ίδιες ερωτήσεις. Στην συνέχεια, και αφού τους ενημερώσουμε για τις ιδιότητες των blueberries (με ένα πληροφοριακό διαφημιστικό έντυπο), μπορούμε να μετρήσουμε και την πρόθεση αγοράς.

Η παραπάνω διαδικασία, θα μπορούσε να γίνει αρχικά σε κάποιο Shopping Mall, και στην συνέχεια, αφού εντοπίσουμε την προτιμώμενη ποικιλία, να την «προωθήσουμε» στους πελάτες κάποιου Supermarket, με μια ενέργεια γευστικής δοκιμής και παροχής κινήτρου αγοράς.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, και μετά από συμφωνία με κάποιο Super Market που να απευθύνεται στο δυνητικό κοινό μας, τοποθετούμε το προϊόν στο τμήμα μαναβικής, και μετά την γευστική δοκιμή και την ενημέρωση σχετικά με τα blueberries, τις μοναδικές ευεργετικές τους ιδιότητες, και την παγκόσμια αποδοχή και ένταξή τους στην καθημερινή διατροφή όσων ενδιαφέρονται για την υγεία τους, τους προσφέρουμε και ένα κίνητρο αγοράς (π.χ. εκπαιδευτικό κουπόνι ή κάποιο δώρο), προκειμένου να αγοράσουν τα blueberries για το σπίτι.

Ζητάμε επίσης την συγκατάθεση τους για μια τηλεφωνική επαφή μετά από μία εβδομάδα, προκειμένου να διερευνήσουμε την δοκιμή, χρήση και αποδοχή από άλλα μέλη της οικογένειας, όπως και την επαναληπτική αγορά.

Με αυτόν τον τρόπο θα αποκομίσουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα της προβλεπόμενης πορείας του προϊόντος, και της έμφασης που θα πρέπει να δοθεί στην Ελληνική αγορά. Το συνολικό κόστος της βασικής έρευνας δεν θα πρέπει να υπερβεί τα 2.000 Ευρώ, ενώ η προωθητική ενέργεια στο S/M θα εξαρτηθεί κατά κύριο λόγο από την συμφωνία με την συγκεκριμένη αλυσίδα.

20. Προωθητικές ενέργειες στα Super Market

Κύριοι στόχοι ενεργειών

- Ολοκλήρωση συνθηκών γνωριμίας, και δοκιμής, προκειμένου να επιτύχουμε αγορά και αποδοχή του προϊόντος μας.
- Αξιολόγηση διαφορετικών προωθητικών ενεργειών, προκειμένου να επιλέξουμε τις πλέον αποτελεσματικές για μελλοντική χρήση.
- Υποστήριξη της Βασικής Τοποθέτησης και προσπάθεια καθιέρωσης των TopBlueberries ως συνώνυμο των Blueberries ή Μύρτιλλων

Βασική προωθητική διαδικασία

Η προωθητική διαδικασία συνίσταται στα εξής:

- Επιλογή σημείων πώλησης της συνεργαζόμενης αλυσίδας S/M, σε επιλεγμένες κοινωνικοοικονομικά περιοχές.
- Δημιουργία εναλλακτικών προωθητικών προτάσεων σε επίπεδο ιδέας, μηχανισμού, κινήτρου αγοράς, που όλες θα «υπακούουν» σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές προδιαγραφές.
- Επιλογή εταιρείας Προώθησης Πωλήσεων για την εφαρμογή του προγράμματος.
- Τελική διαμόρφωση των προτάσεων με την εταιρία Προώθησης Πωλήσεων.
- Παρουσίαση στην συνεργαζόμενη αλυσίδα S/M και τελική επιλογή.

- Παραγωγή υλικού προώθησης (εκθετήρια, διαφημιστικό υλικό, στολές, έντυπα κ.λπ.)
- Εφαρμογή και αξιολόγηση του προγράμματος.

Προδιαγραφές ενεργειών

Οι προωθητικές ενέργειες θα πρέπει:

- Να είναι πρωτότυπες και εύκολα κατανοητές.
- Να βασίζονται σε απλούς, αποδεκτούς από τα Super Market μηχανισμούς.
- Να επικοινωνούν αποτελεσματικά τις λογικές και συναισθηματικές αξίες των TopBlueberries
- Να προσφέρουν κίνητρα αρχικής δοκιμής και αγοράς
- Να μην είναι «επιθετική» αλλά να ταιριάζει με το ύφος και το στυλ που θα αποπνέει η συσκευασία και η επικοινωνία.
- Να καλύπτουν διαφορετικές κατηγορίες προωθητικών ενεργειών για αρχική αξιολόγηση.
- Στην συσκευασία να υπάρχει αναλυτικό έντυπο με ιδέες για χρήσεις και πλεονεκτήματα κατανάλωσης blueberries
- Να γίνει προσπάθεια για συμμετοχική διοργάνωση με εταιρείες παραγωγής προϊόντων που ταιριάζουν με τα blueberries όπως γάλα, γιαούρτι cereals κ.λπ.

Κόστος ενεργειών Προώθησης Πωλήσεων

Μια βασική προωθητική ενέργεια σε Super Market όπου μια προωθήτρια δίπλα στο χώρο πωλήσεων των TopBlueberries, έχοντας τοποθετήσει καρπούς blueberry σε ένα πλαστικό ποτηράκι, το προσφέρει στους διερχόμενους πελάτες, προτρέποντας τους σε γνωριμία και εκπωτική αγορά με κουπόνι, θα στοίχιζε για ένα τριήμερο σε ένα S/M ως εξής:

Κόστος 3ημέρου

Προωθήτρια: 60 Ευρώ X 3ημ. = 180 Ευρώ

Επόπτης: 1/3 X 60 Ευρώ X 3ημ. = 60 Ευρώ

Ενοικίαση van, , βενζίνες κ.λπ.(1/3), 120 Ευρώ

Κυπελάκια, έντυπα, προϊόν, εκπωτικά κουπόνια, απρόβλεπτα 40 Ευρώ

Σύνολο 3ημέρου (Πέμ/Παρ/Σαβ.) 400 Ευρώ

(Σημ. Ένας επόπτης/οδηγός για 3 S/M)

Σταθερό κόστος

Κόστος ενός επιδαπέδιου banner 100 Ευρώ

Κόστος προωθητικού stand 300 Ευρώ

Artwork/ εκτυπώσεις stand 100 Ευρώ

Σύνολο 500 Ευρώ για κάθε S/M

Σύνολο σταθερά για υλικά σε τρία S/M

1.500 Ευρώ

Το συνολικό κόστος για 25 τριήμερα σε 25 S/M υπολογίζεται σε 500 X3= 1500 Ευρώ σταθερά, για υλικά για τρία S/M ανά εβδομάδα, σύν 400 ΕυρώX25=10.000 Ευρώ κόστος προώθησης,

Σύνολο 11.500 Ευρώ.

Υπολογίζουμε τον τέταρτο χρόνο λειτουργίας να πάμε σε 25 S/M, τον πέμπτο σε 50 και από τον έκτο και μετά σε 75

21. Η σημασία της σωστής παραγωγικής διαδικασίας μετά την συγκομιδή

Η Ελλάδα, λόγω νότιας γεωγραφικής θέσης στην Ευρώπη, θα μπορούσε να εξάγει νωπά blueberries στην Δυτική Ευρώπη αρκετές εβδομάδες περισσότερες από ότι η Πολωνία, και να κερδίσει έτσι σημαντικές πωλήσεις σε υψηλές τιμές.

Αυτό προϋποθέτει, όπως ήδη αναφέρθηκε, κατάλληλες ποικιλίες, σωστή καλλιέργεια, προσεκτική συγκομιδή, και βέβαια άψογη διαδικασία παραγωγής από το χωράφι μέχρι τον τελικό αποδέκτη.

Τα στάδια αυτής της διαδικασίας, που θα πρέπει να ακολουθήσουμε για να έχουμε γευστικό, ποιοτικό νωπό προϊόν, για το μεγαλύτερο δυνατό χρονικό διάστημα στο ράφι, θα περιγράψουμε στην συνέχεια.

Η διαδικασία ξεκινάει με την ψύξη του προϊόντος, αμέσως μετά την συγκομιδή, που γίνεται σε ένα καλά αεριζόμενο ψυκτικό θάλαμο, όπου το ρεύμα αέρος «αφαιρεί» την θερμότητα από τους καρπούς και την κατεβάζει στους 9 °C .

Η διαδικασία αυτή ονομάζεται pre-cooling, και μπορεί να προσθέσει 7-10 ημέρες ζωής στο ράφι.

Μετά την πρόψυξη τα blueberries τοποθετούνται στην κυλιόμενη ταινία της γραμμής παραγωγής, που τα μεταφέρει και διέρχονται από ένα “airblast cleaner” όπου δυνατά ρεύματα αέρος ανασηκώνουν και διαχωρίζουν οτιδήποτε είναι ελαφρύτερο από τον ώριμο καρπό.

Έτσι αφαιρούνται φύλλα, σκόνη, κοτσάνια, έντομα, ακόμη και μικροί πράσινοι καρποί.

Από τον Airblast Cleaner οι καρποί οδηγούνται στον Tilt belt sorter, που είναι μια επικλινή επιφάνεια, όπου κατακυλώντας, αφήνουν πίσω τους ένα μεγάλο ποσοστό μαλακών ή λιωμένων καρπών, όπως επίσης κολλημένους καρπούς και σκουπίδια που μπορεί να διέφυγαν από τον air cleaner.

Στην συνέχεια οι καρποί ωθούνται με τον ιμάντα μεταφοράς στο σημείο οπτικού ελέγχου, όπου το προσωπικό διαλογής, κάτω από ειδικό φωτισμό, αφαιρούν οτιδήποτε δεν θα πρέπει να συσκευαστεί, όπως π.χ. άγουρους καρπούς.

Εκεί υπάρχει και η δυνατότητα του τελευταίου στην σειρά (επιθεωρητή), να σταματήσει τον ιμάντα αν χρειαστεί πρόσθετος χρόνος διαλογής.

Οι καρποί συνεχίζουν την πορεία τους προς το μηχάνημα δοσομετρικού γεμίσματος, τον Clamshell Filler, όπου γίνεται αυτόματα το γέμισμα σε συσκευασίες «σκαφάκια» που έρχονται από μια παράλληλη γραμμή διαχωρισμού και διαδοχικής τοποθέτησης των συσκευασιών στο σημείο πλήρωσης.

Οι συσκευασίες είναι συνήθως 125 gr (με δυνατότητα έως 2 kg.), γεμίζονται δοσομετρικά και προωθούνται στο σημείο όπου αυτόματα κλείνονται.

Οι ετικέτες μπορούν να επικολληθούν αυτόματα από ετικετέζα ή να έχουν ήδη προετοιμαστεί πριν την συγκομιδή.

Οι συσκευασίες οδηγούνται στην συνέχεια σε μία κυκλική επιφάνεια συλλογής, από όπου τοποθετούνται συνήθως σε παλέτες, και μεταφέρονται σε ψυκτικό θάλαμο σε θερμοκρασία 0 °C και υγρασία 95% που καθυστερεί την απώλεια υγρασίας των καρπών.

Το κόστος των βασικών μηχανημάτων που αναφέρθηκαν, απαιτούν χώρο γύρω στα 100 m², και ψυκτικό θάλαμο γύρω στα 30 m². με κόστος γύρω στα 12.500 Ευρώ.

Υπάρχουν βέβαια και οικονομικότερες λύσεις με μεταχειρισμένα μηχανήματα που μπορεί κάποιος να βρει και να παραγγείλει και μέσω Internet.

22. Οι προδιαγραφές συνεργασίας με αλυσίδα S/M

Σε πρώτη φάση θα επικεντρώσουμε την προσπάθεια μας στην τοποθέτηση και προώθηση νωπών και αργότερα καταψυγμένων συσκευασμένων TopBlueberries, από κάποια επώνυμη αλυσίδα S/M.

Οι βασικές προδιαγραφές που θα επιδιώξουμε να πληροί έχουν ως εξής:

- Να είναι διατεθειμένη η Διοίκηση να υποστηρίξει την νεανική καινοτόμο επιχειρηματικότητα.
- Να χρησιμοποιεί μεθόδους CRM (Customer Relationship Marketing) όπως bonus cards, Direct Mail, membership cards, ανάλυση RFM, data mining, e-mail marketing κ.λπ.
- Να παρέχει δυνατότητα διαφήμισης στα σημεία πώλησης προκειμένου να διευκολυνθεί η ολοκληρωμένη επικοινωνία με τους πελάτες με τους οποίους θα υποστηρίξει προωθητικές ενέργειες.
- Να διαθέτει καταστήματα σε όλη την επικράτεια, ώστε να εντοπιστούν και να αξιολογηθούν πιθανές δημογραφικές και κοινωνικοοικονομικές διαφοροποιήσεις.
- Να έχει πολυεθνικές διασυνδέσεις ώστε ανάλογα με την εξέλιξη της συνεργασίας, να εξεταστεί και η δυνατότητα πραγματοποίησης εξαγωγών μέσω του δικτύου της.
- Να δίνει έμφαση στην προώθηση ελληνικών προϊόντων, ιδιαίτερα στον Γεωργικό τομέα.
- Να ταιριάζει το πελατολόγιο της στο προφίλ των καταναλωτών blueberries.
- Να έχει σωστή αντίληψη και πρακτικές προώθησης οπωροκηπευτικών, και τέλος
- Να έχει ενθουσιασμό και διάθεση υποστήριξης του «εγχειρήματος» από τα ανώτατα διοικητικά στελέχη.

23. Προδιαγραφές λειτουργίας U-Pick Farming

- Οι τιμές του προϊόντος πρέπει να είναι σημαντικά χαμηλότερη από τις τιμές καταστημάτων, λαϊκών αγορών ή και υπαίθριων περιπτέρων.
- Να υπάρχει άνετο πάρκινγκ μέσα ή κοντά στην φάρμα.
- Να είναι όλα τα κτίρια και οι τουαλέτες καθαρές και το προσωπικό φιλικό και εξυπηρετικό.
- Να υπάρχει ένα σημείο που να λειτουργεί για πληροφορίες, ζύγισμα και πληρωμή.
- Να ζυγίζονται κατά την είσοδο τα δοχεία που κάποιος θα φέρουν μαζί τους, και να καταγράφεται το βάρος τους, ώστε να μετράται το καθαρό βάρος των φρούτων, στην έξοδο.
- Να υπάρχει επαρκής σήμανση με χάρτες, διαδρομές στα σημεία συγκομιδής, πάρκινγκ κ.λπ.
- Να υπάρχει κάποιας μορφής παιδική χαρά, ίσως ένα μπάρ με αναψυκτικά, σκιερά σημεία με τραπέζια και πάγκους.
- Να υπάρχουν και προσυσκευασμένα blueberries (σε υψηλότερη τιμή), για όσους δεν έχουν την υπομονή ή διάθεση να μαζέψουν τους καρπούς.
- Να υπάρχουν απλές γραπτές οδηγίες για το πώς συλλέγονται προσεκτικά οι ώριμοι καρποί.
- Να υπάρχει προσωπικό (ανάλογα με τον αριθμό των επισκεπτών), πρόθυμο να λύσει απορίες και πιθανά προβλήματα.
- Να καταγράφονται τα στοιχεία των επισκεπτών για υπενθύμιση την επόμενη περίοδο συγκομιδής, και για την δημιουργία διαπροσωπικής σχέσης.
- Καλό είναι να χρησιμοποιούνται μαθητές ή φοιτητές (π.χ. του Γεωπονικού Πανεπιστημίου), και να έχουν κάποια διακριτικά για να ξεχωρίζουν, και τέλος
- Η όλη εμπειρία να είναι ευχάριστη και διαπροσωπική, ώστε να προτρέπει τους πελάτες να ξαναέλθουν και να μας συστήσουν σε φίλους και γνωστούς.

24. Ιδέες για παράλληλα έσοδα της TopBlueberries

Με δεδομένο ότι τα πρώτα χρόνια η TopBlueberries θα έχει από μηδενικά έως ελάχιστα έσοδα, προτείνονται στην συνέχεια κάποιοι δυνητικοί τρόποι προσπορισμού εσόδων όπως:

- Δημιουργία ενός TopBlueberry e-shop, με προϊόντα και παράγωγα blueberry από όλο τον κόσμο, παράλληλα με την προώθηση πρωτοποριακών ιδεών και συνταγών, κυρίως μέσα από links με διάφορους οργανισμούς όπως ο US Highbush Blueberry Council.
- Τοποθέτηση μελισσιών στο κτήμα, για την σωστή επικονίαση και παράλληλα την παραγωγή και πώληση ... Blueberry Honey. Η μελισσοκομία απαιτεί σχετικά λίγο χρόνο και θα είχε σημαντική συνεισφορά στα έσοδα. Κάθε κυψέλη παράγει κατά μέσο όρο 15 kg. μέλι, το οποίο πωλούμενο στην λιανική προς 12 Ευρώ το kg, θα μας αποφέρει μικτά έσοδα 180 Ευρώ, και καθαρά γύρω στα 90 Ευρώ.
- Διερεύνηση της δυνατότητας παραγωγής και συσκευασίας και προώθησης blueberry tea από τα φύλλα των θάμνων.

Η οικονομική επίπτωση των πιο πάνω ιδεών δεν έχει συμπεριληφθεί στις οικονομικές καταστάσεις που επισυνάπτονται.

25. Οικονομικά

Λεπτομερείς παραδοχές για τα δύο βασικά σενάρια στα οποία βασίζονται τα οικονομικά αποτελέσματα, οι ταμειακές ροές και οι χρηματοοικονομικοί δείκτες για την καλλιέργεια 20 στρεμμάτων blueberries αναφέρονται στην συνέχεια..

1. Βασικό Σενάριο (#1#)

Πλήρως καθετοποιημένη παραγωγή μέχρι το τελικό προϊόν να παραδοθεί στον πελάτη.

Η έκταση των 20 στρεμμάτων στην οποία θα εγκατασταθεί η φυτεία των blueberries, έχει ενοικιασθεί για 20 χρόνια με δικαίωμα ανανέωσης για άλλα 20 χρόνια. Το μίσθωμα, προς 6.000 ευρώ ετησίως, είναι σταθερό για όλη την περίοδο, καταβαλλόμενο στην αρχή κάθε χρόνου. Έχει παροχή ηλεκτρικού ρεύματος. Δεν έχει παροχή νερού, αλλά έχει την δυνατότητα γεώτρησης, που συνήθως στην περιοχή έχει καλά αποτελέσματα. Η μίσθωση τελεί υπό την αίρεση να βρεθεί νερό κατά την γεώτρηση που θα γίνει πριν από κάθε άλλη εργασία. Μετά την λήξη της μίσθωσης (αρχικής η ανανεωμένης), όλες οι εγκαταστάσεις περνούν στην κυριότητα του εκμισθωτή.

Η αγορά των μηχανημάτων παραγωγής (Τρακτέρ, Ρυμούλκα, Φρέζες, Mulcher, Λιπαντήρας, Ψεκαστικά, κ.λπ.) πραγματοποιείται στον δεύτερο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης αντί 30.000 ευρώ, με το 50% πληρωμή με μετρητά και το υπόλοιπο 50% σε τρεις ετήσιες ισόποσες δόσεις των 5.000 ευρώ. Για την αγορά των μηχανημάτων παραγωγής, λαμβάνεται δάνειο από την Τράπεζα Πειραιώς-Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος ύψους 15.000 ευρώ, επιτόκιο 10% 5ετούς διάρκειας, εξοφλούμενο σε 5 ισόποσες ετήσιες δόσεις των 3.000 ευρώ, αρχίζοντας από τον επόμενο χρόνο.

Δεν πραγματοποιείται περίφραξη του αγροτεμαχίου, καθώς προς το παρόν δεν υπάρχει παραγωγή. Θα επανεκτιμηθεί αυτή η απόφαση εφόσον υπάρξει ανάγκη.

Η γεώτρηση που πραγματοποιήθηκε σε βάθος 120μ, βρήκε αρκετό νερό που υπερεπαρκεί για τις ανάγκες της καλλιέργειας. Συνολικό κόστος (μαζί με την αντλία και τις σωληνώσεις) 9.000 ευρώ.

Το κτίριο (100μ²), ο ψυκτικός θάλαμος (35μ²) και τα μηχανήματα διαλογής και συσκευασίας, κτίζονται και αγοράζονται τον τρίτο χρόνο λειτουργίας της φυτείας που αρχίζει κάποια εμπορεύσιμη παραγωγή. Το συνολικό κόστος ανέρχεται σε 102.500 ευρώ. Λαμβάνεται νέο δάνειο από την Τράπεζα Πειραιώς-Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος, ύψους 100.000 ευρώ. Το δάνειο είναι 10ετές, με επιτόκιο 10% και η εξόφληση του κεφαλαίου θα γίνει σε 10 ετήσιες ισόποσες δόσεις των 10.000 ευρώ, αρχίζοντας από τον επόμενο χρόνο.

Μετά την φύτευση των blueberries εγκαθίσταται σύστημα στάγδην άρδευσης με κόστος 4.000 ευρώ.

Όλες οι αποσβέσεις έχουν ορίζοντα την λήξη της μίσθωσης (20 χρόνια).

Η φυτεία θα φυτευτεί σε σειρές που απέχουν μεταξύ τους 3μ και οι αποστάσεις μεταξύ των φυτών θα είναι 1,20μ. Το σύνολο των φυτών στα 20 στρέμματα θα είναι 5.600 ήτοι 280 φυτά ανά στρέμμα. Το κόστος ανά φυτό (2,5 χρόνων) είναι 3 ευρώ. Σε κάθε γούβα φύτευσης θα ρίχνονται 5 λίτρα τύρφης για εμπλουτισμό του εδάφους, αξίας 0,22 ευρώ.

Η απόσβεση των: μηχανημάτων παραγωγής θα γίνει σε 19 χρόνια, των κτιρίων, ψυκτικού θαλάμου και μηχανημάτων διαλογής και συσκευασίας σε 17 χρόνια, της γεώτρησης και της εγκατάστασης στάγδην άρδευσης σε 20 χρόνια και τα έξοδα πρώτης εγκατάστασης δηλαδή τα έξοδα των 3 πρώτων χρόνων της φυτείας σε 17 χρόνια.

Για την συγκομιδή υπολογίζεται ότι ο κάθε εργάτης σε οκτάωρη απασχόληση κοστίζει 30 ευρώ και μπορεί να συλλέξει 50 κιλά καρπών.

Για την διαλογή, συσκευασία, ψυκτικά, μεταφορικά, ψυκτικών θαλάμων, μηχανημάτων, κλειστού Van, μικρού φορτηγού/ψυγείου συνολικής αξίας 142.500, υπολογίζεται επιπλέον και το κόστος ενός οδηγού με βοηθό για τους καλοκαιρινούς μήνες, με ετήσιο κόστος 18.000 ευρώ /χρόνο καθώς και εργατικά 50 ημερομίσθια/χρόνο προς 30 ευρώ το ημερομίσθιο. Το σύνολο των παραπάνω ($142.500+18.000 \times 15+50 \times 30 \times 17$) ήτοι 437.500, διαιρούμενο με το σύνολο της παραγωγής της φυτείας ($5.000+10.000+22.000+330.000=367.000$ κιλά) δίνει κόστος για αυτήν την κατηγορία εξόδων 1,2 ευρώ/κιλό.

Το δίκτυ προστασίας των καρπών από τα πουλιά ,κοστίζει 0,30 ευρώ το μ². Θα απαιτηθούν 10.000 μ² δηλαδή κόστος 3.000 ευρώ. Μπορούν να έχουν ζωή 4 χρόνια.

Οι τρεις ιδιοκτήτες της εταιρείας θα απασχοληθούν αποκλειστικά σε αυτήν και θα αμείβονται με 500 ευρώ τον μήνα. Από τον 5ο χρόνο που θα υπάρχει πλήρης παραγωγή η αμοιβή τους διπλασιάζεται.

Η παραγωγή της φυτείας είναι : 1ος χρόνος=0, 2ος χρόνος=0, 3ος χρόνος =250 κιλά/στρέμμα, 4ος χρόνος =500 κιλά/στρέμμα και από τον 5ο χρόνο έχουμε πλήρη παραγωγή που είναι 4 κιλά ανά φυτό η 1.100 κιλά/στρέμμα.

Η χονδρική τιμή πώλησης ορίζεται ως εξής:

- Νωπό προϊόν σε συσκευασία «σκαφάκι» των 175 γραμμ. 2,50 ευρώ ή 14 ευρώ/κιλό
- Καταψυγμένο προϊόν σε συσκευασία «σκαφάκι» των 175 γραμμ. επίσης 2,50 ή 14 ευρώ/κιλό
- Νωπό προϊόν σε συσκευασία «σκαφάκι» των 175 γραμμ. 2,65 ευρώ η 15 ευρώ /κιλό, στους εμπόρους λαϊκών αγορών
- “Pick your own” στο χωράφι 10 ευρώ/κιλό

Η κατανομή των πωλήσεων ορίζεται ως εξής:

- Νωπό προϊόν συσκευασμένο 3ος χρόνος 65%, 4ος χρόνος 70%, 5ος χρόνος και επόμενοι 75%.
- Καταψυγμένο προϊόν συσκευασμένο, 3ος χρόνος 35%, 4ος χρόνος 30%, 5ος χρόνος και επόμενοι 21%
- Νωπό συσκευασμένο προϊόν σε εμπόρους λαϊκών αγορών από τον 5ο χρόνο και επόμενους 2%
- “Pick your own” στο χωράφι από τον 5ο χρόνο και επόμενους 2%.

Οι απώλειες διαλογής και συσκευασίας ορίζονται σε 5% (Pack out rate 95%).

Όλοι οι χρηματοοικονομικοί δείκτες, επιβεβαιώνουν ότι πρόκειται για μια καλή επένδυση, εφόσον επαληθευτούν οι βασικές παραδοχές. Η επένδυση χρειάζεται σημαντικά κεφάλαια μέχρι να φτάσει σε πλήρη παραγωγή στον 5ο χρόνο. Τα απαιτούμενα κεφάλαια μπορούν να μειωθούν κατά ένα ποσό, εάν:

- Το αγροτεμάχιο έχει νερό
- Το αγροτεμάχιο είναι ιδιόκτητο
- Τα μηχανήματα παραγωγής, τα μηχανήματα διαλογής και συσκευασίας και τα μεταφορικά μέσα (όλα η μέρος), αγοραστούν μεταχειρισμένα.

Όλοι οι παραγωγοί, δημιουργήσουν συνεταιρισμό και μέσω αυτού κάνουν τις αναγκαίες επενδύσεις τις οποίες και μοιράζονται.

Απαιτούμενη χρηματοδότηση της επένδυσης 265.000 ευρώ

2. Σενάριο #2#

Χωρίς πάγιες εγκαταστάσεις

Η έκταση των 20 στρεμμάτων στην οποία θα εγκατασταθεί η φυτεία των blueberries, έχει ενοικιασθεί για 20 χρόνια με δικαίωμα ανανέωσης για άλλα 20 χρόνια. Το μίσθωμα, 6.000 ευρώ ετησίως, είναι σταθερό για όλη την περίοδο, καταβαλλόμενο στην αρχή κάθε χρόνου. Έχει παροχή ηλεκτρικού ρεύματος και νερού. Μετά την λήξη της μίσθωσης (αρχικής η ανανεωμένης), όλες οι εγκαταστάσεις περνούν στην κυριότητα του εκμισθωτή.

Δεν θα αγοραστούν μηχανήματα παραγωγής (Τρακτέρ, Ρυμούλκα, Φρέζες, Mulcher, Λιπαντήρας, Ψεκαστικά, κλπ.) και όλες οι εργασίες που απαιτούν την χρήση των μηχανημάτων αυτών, θα ανατεθούν σε εξωτερικούς συνεργάτες με υπολογιζόμενο ετήσιο κόστος 2.850 ευρώ.

Δεν πραγματοποιείται περίφραξη του αγροτεμαχίου, καθώς προς το παρόν δεν υπάρχει παραγωγή. Θα επανεκτιμηθεί αυτή η απόφαση εφόσον υπάρξει ανάγκη.

Μετά την φύτευση των blueberries εγκαθίσταται σύστημα στάγδην άρδευσης με κόστος 4.000 ευρώ.

Κατά τον 5ο χρόνο, όταν και θα υπάρξει πλήρης παραγωγή, θα αγοραστούν: ένα κλειστό van μεταχειρισμένο με κόστος 6.500 ευρώ και ένα μικρό μεταχειρισμένο φορτηγό ψυγείο 3 τόνων με κόστος 13.500 ευρώ.

Όλες οι αποσβέσεις έχουν ορίζοντα την λήξη της μίσθωσης (20 χρόνια).

Η φυτεία θα φυτευτεί σε σειρές που απέχουν μεταξύ τους 3μ και οι αποστάσεις μεταξύ των φυτών θα είναι 1,20μ. Το σύνολο των φυτών στα 20 στρέμματα θα είναι 5.600 ήτοι 280 φυτά ανά στρέμμα. Το κόστος ανά φυτό (2,5 χρόνων) είναι 3 ευρώ. Σε κάθε γούβα φύτευσης θα ρίχνονται 5 λίτρα τύρφης για εμπλουτισμό του εδάφους, αξίας 0,22 ευρώ.

Η απόσβεση της εγκατάστασης στάγδην άρδευσης θα γίνει σε 20 χρόνια και των εξόδων πρώτης εγκατάστασης δηλαδή τα έξοδα των 3 πρώτων χρόνων της φυτείας σε 17 χρόνια.

Για την συγκομιδή υπολογίζεται ότι ο κάθε εργάτης σε οκτάωρη απασχόληση κοστίζει 30 ευρώ και μπορεί να συλλέξει 50 κιλά καρπών.

Η διαλογή, συσκευασία, ψύξη, των νωπών blueberries, θα γίνεται σε εξωτερικές εγκαταστάσεις που υπάρχουν στην περιοχή, και έχουν την φήμη ότι κάνουν πολύ καλή δουλειά. Η μεταφορά των νωπών καρπών από το κτήμα στο συσκευαστήριο και στα ψυγεία θα γίνεται με το δικό μας αυτοκίνητο/ψυγείο. Το συνολικό κόστος για την διαλογή, την συσκευασία, τα ψυκτικά και μεταφορικά υπολογίζεται σε 2 ευρώ/ κιλό.

Το δίκτυ προστασίας των καρπών από τα πουλιά, κοστίζει 0,30 ευρώ το μ2. Θα απαιτηθούν 10.000 μ2 δηλαδή κόστος 3.000 ευρώ. Μπορούν να έχουν ζωή 4 χρόνια.

Οι τρεις ιδιοκτήτες της εταιρείας θα απασχοληθούν αποκλειστικά σε αυτήν και θα αμείβονται με 500 ευρώ τον μήνα. Από τον 5ο χρόνο που θα υπάρχει πλήρης παραγωγή η αμοιβή τους διπλασιάζεται.

Η παραγωγή της φυτείας είναι : 1ος χρόνος=0, 2ος χρόνος=0, 3ος χρόνος =250 κιλά/στρέμμα, 4ος χρόνος =500 κιλά/στρέμμα και από τον 5ο χρόνο έχουμε πλήρη παραγωγή που είναι 4 κιλά ανά φυτό η 1.100 κιλά/στρέμμα.

Η χονδρική τιμή πώλησης ορίζεται ως εξής:

- Νωπό προϊόν σε συσκευασία «σκαφάκι» των 175 γραμμ. 2,50 ευρώ η 14 ευρώ/κιλό
- Καταψυγμένο προϊόν σε συσκευασία «σκαφάκι» των 175 γραμμ. επίσης 2.50 ή 14 ευρώ/κιλό
- “Pick your own” στο χωράφι από τον 5ο χρόνο και επόμενους 2%.

Οι απώλειες διαλογής και συσκευασίας ορίζονται σε 5% (Pack out rate 95%).

Όλοι οι χρηματοοικονομικοί δείκτες, επιβεβαιώνουν ότι πρόκειται για μια καλή επένδυση, εφόσον επαληθευτούν οι βασικές παραδοχές.

Απαιτούμενη χρηματοδότηση 135.000 ευρώ.

3. Σενάριο #3#.

Απλός καλλιεργητής, Πουλάει μόνον χονδρικώς

Απαιτούμενη χρηματοδότηση 100.000 ευρώ.

4. Σενάριο #4#.

Απλός καλλιεργητής, χωρίς αμοιβές ιδιοκτητών και με πωλήσεις 90% χονδρικώς και 10% λιανικώς.

Απαιτούμενη χρηματοδότηση 50.000 ευρώ.

Οι συνιδρυτές της TopBlueberries A.E. πιστεύουν απολύτως στις προοπτικές της καθετοποιημένης εκμετάλλευσης και έχοντας την δυνατότητα χρηματοδότησης της επέλεξαν να προχωρήσουν σύμφωνα με τις προϋποθέσεις του πρώτου σεναρίου.

Η οικονομική απεικόνιση των πιο πάνω σεναρίων (Αποτελέσματα Χρήσεων Ταμειακές Ροές και Χρηματοοικονομικοί Δείκτες) έχουν όπως τα **συνημμένα αρχεία**

Ανάλυση και εκτίμηση κινδύνου

Η καλλιέργεια των blueberries στην Ελλάδα, είναι μια νέα καλλιέργεια και η εσωτερική αγορά είναι προς το παρόν εξαιρετικά περιορισμένη. Για αυτόν τον λόγο οι πιθανοί κίνδυνοι πρέπει να διερευνηθούν διεξοδικά και να εκτιμηθούν σωστά και στο μέτρο του δυνατού να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για την αντιμετώπιση τους.

Η TopBlueberries A.E σκοπεύει να ακολουθήσει βέλτιστες καλλιεργητικές πρακτικές, να ασφαλίσει την παραγωγή αλλά και την φυτεία έναντι κινδύνων που προέχονται από φυσικές καταστροφές (χαλάζι, πυρκαγιές, κ.λπ.) και να δημιουργήσει με κατάλληλες ενέργειες marketing, τις βέλτιστες συνθήκες για την κερδοφόρα διάθεση των προϊόντων της στην ελληνική και ευρωπαϊκή αγορά.

Επισυνάπτονται Οικονομικές Αναλύσεις για καθένα από τα τέσσερα σενάρια.

TopBlueberries A.E Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων #1#

	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη # 6-20
ΠΛΗΡΩΣ ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ						
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΔΑΦΟΥΣ	2.460					
Καθάρισμα/όργωμα/φρεζάρισμα/σβάρνισμα	1.200					
Βελτίωση εδάφους/Λίπανση	860					
Αυλάκωμα/Διάδρομοι	400					
ΦΥΤΕΥΣΗ	18.760	650				
Φυτά	16.800	585				
Ανοιγμα γουβιών/Εδαφοκάλυψη/Φύτεμα	1.960	65				
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.860	6.300	7.650	7.350	7.050	85.600
Λίπανση	760	800	800	800	800	12.000
Καταπολ.ζιζανίων/Φυτοφάρμακα	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	18.000
Κλάδεμα κλπ	0	1.500	1.500	1.500	1.500	22.500
Άρδευση	900	900	900	900	900	13.500
Κόστος μηχαν παραγωγής (αποσβέσεις και έξοδα λειτουργίας)		1.900	1.900	1.900	1.900	19.000
Τόκοι εξυπηρέτησης δανείων μηχανημάτων παραγωγής			1.350	1.050	750	600
ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	24.080	6.950	7.650	7.350	7.050	85.600
ΕΞΟΔΑ ΣΥΓΚΟΜΙΔΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ	2.000		43.500	69.500	101.600	1.440.500
Παραγωγή σε Kgs	#0#	#0#	# 5000 #	#10000#	#22000#	#330000#
Συγκομιδή			3.000	6.000	13.200	198.000
Διαλογή/Συσκευασία/Ψυκτικά/Μεταφορικά			6.000	12.000	26.400	396.000
Διαφήμιση			20.000	20.000	20.000	300.000
Πρώθηση πωλήσεων			11.500	22.000	33.500	502.500
Blind taste test για επιλογή ποικιλιών	2.000					
Δίχτυ προστασίας παραγωγής			3.000			12.000
Τόκοι Εξυπηρέτησης δανείων κτιρίων και μηχ.συσκ.&διαλογής				9.500	8.500	32.000
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	30.000	30.000	30.000	30.000	48.000	720.000
Γενικά Έξοδα	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
Ενοίκιο Γής	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
Αμοιβές ιδιοκτητών	18.000	18.000	18.000	18.000	36.000	540.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	56.080	36.950	81.150	106.850	156.650	2.246.100
ΑΠΟΣΒΕΣΗ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	0	0	0	7.215	7.215	108.213
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	0	0	66.505	133.000	291.350	4.370.200
Πωλήσεις χονδρικής νωπών συσκευασμένων (175gr)	0	0	43.225	93.100	219.450	3.291.750
Πωλήσεις συσκευασμένων καταψυγμένων (175gr)	0	0	23.280	39.900	61.450	921.700
Πωλήσεις νωπών συσκευασμένων στη Λαϊκή (2% της παρ.)	0	0	0	0	6.270	94.050
Πωλήσεις " Pick your own" στο χωράφι (2% της παραγωγής)	0	0	0	0	4.180	62.700
ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ /(ΕΞΟΔΑ) ΦΥΤΕΙΑΣ	-56.080	-36.950	-14.645	18.935	127.485	2.015.887
ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (20%)					25.497	403.177
ΣΩΡΕΥΤΙΚΑ ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΦΥΤΕΙΑΣ	-56.080	-93.030	-107.675	-88.740	13.248	1.625.958

TopBlueberries A.E Ταμειακές Ροές #1#						
ΠΛΗΡΩΣ ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ						
	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη# 6-20
Διαθέσιμα στην αρχή της περιόδου		81.545	46.800	23.880	52.465	137.400
Μετοχικό Κεφάλαιο	150.000					
Μακροπρόθεσμο δάνειο για πάγιες εγκαταστάσεις & αγορά μηχανημάτων		15.000	100.000			
Αποσβέσεις	625	2.205	2.205	15.450	15.450	272.208
Αποσβέσεις γεώτρησης & Εγκατ.στάθην άρδευσης	625	625	625	625	625	9.875
Αποσβέσεις εξόδων εγκατάστασης			0	7.215	7.215	108.213
Αποσβέσεις μηχανημάτων παραγωγής		1.580	1.580	1.580	1.580	23.680
Αποσβέσεις κτιρίων,ψυκτ.θαλάμου & μηχ.διαλ.& συσκ.				6.030	6.030	90.440
Αποσβέσεις Van & μικρου φορτηγού/ψυγείου						40.000
Σύνολο εισροών	150.625	98.750	149.005	39.330	67.915	409.608
Πάγιες εγκαταστάσεις	13.000	15.000	110.500	5.000	58.000	86.000
Γεώτρηση	9.000					
Στάθην άρδευση	4.000					
Κτίριο διαλογής και συσκευασίας			40.000			
Ψυκτικός θάλαμος			11.500			
Μηχανήματα διαλογής και συσκευασίας			51.000			
Μηχανήματα παραγωγής		15.000	5.000	5.000	5.000	
Κλειστό Van και μικρό φορτηγό/ψυγείο (3ων τόννων)					40.000	
Χρεωλύσια εξυπηρ.δανείων Κτιρίων,μηχαν.,εγκαταστ.			3.000	13.000	13.000	86.000
Καθαρά έξοδα/(έσοδα) Φυτείας	56.080	36.950	14.625	-18.135	-127.485	-2.015.887
Φόροι εισοδήματος					-25.497	-403.677
Σύνολο εκροών	69.080	51.950	125.125	-13.135	-69.485	-2.333.564
Υπόλοιπο στο τέλος της περιόδου	81.545	46.800	23.880	52.465	137.400	2.743.172

TopBlueberries A.E

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ #1#

5ο Έτος
Λειτουργίας

Περιθώριο Μικτού Κέρδους (Κέρδος προ φόρων και τόκων/Σύνολο πωλήσεων)	46,70%
Καθαρό κέρδος προ φόρων	38,80%
Καθαρό κέρδος μετά από φόρους	35,00%
Απόδοση επένδυσης (Κέρδη προ τόκων και φόρων/Σύνολο ενεργητικού)	54,40%
Απόδοση κεφαλαίου (Καθαρο κέρδος μετά από τόκους και φόρους/σύνολο ιδίων κεφαλαίων)	68,00%

TopBlueberries Α.Ε Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων #2#

ΧΩΡΙΣ ΠΑΓΙΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη # 6-20
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΔΑΦΟΥΣ	2.460					
Καθάρισμα/όργωμα/φρεζάρισμα/σβάρνισμα	1.200					
Βελτίωση εδάφους/Λίπανση	860					
Αυλάκωμα/Διάδρομοι	400					
ΦΥΤΕΥΣΗ	18.760	650				
Φυτά	16.800	585				
Ανοιγμα γουβιών/Εδαφοκάλυψη/Φύτεμα	1.960	65				
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.435	6.825	6.825	6.825	6.825	102.375
Λίπανση	760	800	800	800	800	12.000
Καταπολεμηση ζιζανίων/Φυτοφάρμακα κλπ	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	18.000
Κλάδεμα κλπ	0	1.500	1.500	1.500	1.500	22.500
Άρδευση	475	475	475	475	475	7.125
Ψεκασμοί/Καλλιεργία διαδρόμων κλπ με ανάθεση		2.850	2.850	2.850	2.850	42.750
ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	23.655	7.475	6.825	6.825	6.825	102.375
ΕΞΟΔΑ ΣΥΓΚΟΜΙΔΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ	2.000		47.500	68.000	110.700	1.672.500
Παραγωγή σε Kgs	#0#	#0#	# 5000 #	#10000#	#22000#	#330000#
Συγκομιδή			3.000	6.000	13.200	198.000
Διαλογή/Συσκευασία/Ψυκτικά/Μεταφορικά			10.000	20.000	44.000	660.000
Διαφήμιση			20.000	20.000	20.000	300.000
Πρώθηση πωλήσεων			11.500	22.000	33.500	502.500
Blind taste test για επιλογή ποικιλιών	2.000					
Δίχτυ προστασίας παραγωγής			3.000			12.000
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	30.000	30.000	30.000	30.000	48.000	720.000
Γενικά Έξοδα	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
Ενοίκιο Γής	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
Αμοιβές ιδιοκτητών	18.000	18.000	18.000	18.000	36.000	540.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	55.655	37.475	84.325	104.825	165.525	2.494.875
ΑΠΟΣΒΕΣΗ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	0	0	0	7.407	7.407	111.104
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	0	0	66.505	133.000	291.350	4.370.200
Πωλήσεις χονδρικής νωπών συσκευασμένων (175gr)	0	0	43.225	93.100	219.450	3.291.750
Πωλήσεις συσκευασμένων καταψυγμένων (175gr)	0	0	23.280	39.900	61.450	921.700
Πωλήσεις νωπών συσκευασμένων στη Λαϊκή (2% της παρ.)	0	0	0	0	6.270	94.050
Πωλήσεις " Pick your own" στο χωράφι (2% της παραγωγής)	0	0	0	0	4.180	62.700
ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ /(ΕΞΟΔΑ) ΦΥΤΕΙΑΣ	-55.655	-37.475	-17.820	20.768	118.418	1.764.221
ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (20%)					23.684	352.844
ΣΩΡΕΥΤΙΚΑ ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΦΥΤΕΙΑΣ	-55.655	-93.130	-110.950	-90.182	4.552	1.415.929

TopBlueberries A.E Ταμειακές Ροές #2#

ΧΩΡΙΣ ΠΑΓΙΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη# 6-20
Διαθέσιμα στην αρχή της περιόδου		90.545	53.270	35.650	63.833	169.666
Μετοχικό Κεφάλαιο	150.000					
Αποσβέσεις	200	200	200	7.415	7.415	131.213
Αποσβέσεις στάγδην άρδευσης	200	200	200	200	200	3.000
Αποσβέσεις εξόδων εγκατάστασης			0	7.215	7.215	108.213
Αποσβέσεις Van & μικρου φορτηγού/ψυγείου						20.000
Σύνολο εισροών	150.200	90.745	53.470	43.065	71.248	300.879
Πάγιες εγκαταστάσεις	4.000				20.000	
Στάγδην άρδευση	4.000					
Κλειστό Van, μεταχειρισμένο					6.500	
Μικρό Φορτηγό ψυγείο 3 τίνων μεταχειρισμένο					13.500	
Καθαρά έξοδα/(έσοδα) Φυτείας	55.655	37.475	17.820	-20.768	-118.418	-1.764.221
Φόροι εισοδήματος (20)						376.528
Σύνολο εκροών	59.655	37.475	17.820	-20.768	-98.418	-1.387.693
Υπόλοιπο στο τέλος της περιόδου	90.545	53.270	35.650	63.833	169.666	1.688.572

TopBlueberries A.E

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ #2#

5ο Έτος
Λειτουργίας

Περιθώριο Μικτού Κέρδους (Κέρδος προ φόρων και τόκων/Σύνολο πωλήσεων)	40,65%
Καθαρό κέρδος προ φόρων	40,65%
Καθαρό κέρδος μετά από φόρους	32,52%
Απόδοση επένδυσης (Κέρδη προ τόκων και φόρων/Σύνολο ενεργητικού)	87,70%
Απόδοση κεφαλαίου (Καθαρο κέρδος μετά από τόκους και φόρους/σύνολο ιδίων κεφαλαίων)	62,90%

TopBlueberries A.E Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων #3#

	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος # 5	Ετη # 6-20
Απλός Καλλιεργ.χωρίς αμοιβή ιδιοκτητών (Χονδρ.90%,λ10%)						
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΔΑΦΟΥΣ	2.460					
Καθάρισμα/όργωμα/φρεζάρισμα/σβάρνισμα	1.200					
Βελτίωση εδάφους/Λίπανση	860					
Αυλάκωμα/Διάδρομοι	400					
ΦΥΤΕΥΣΗ	18.760	650				
Φυτά	16.800	585				
Ανοιγμα γουβιών/Εδαφοκάλυψη/Φύτεμα	1.960	65				
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.860	4.400	4.400	4.400	4.400	66.000
Λίπανση	760	800	800	800	800	12.000
Καταπολ.ζιζανίων/Φυτοφάρμακα	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	18.000
Κλάδεμα κλπ	0	1.500	1.500	1.500	1.500	22.500
Άρδευση	900	900	900	900	900	13.500
ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	24.080	5.050	4.400	4.400	4.400	66.000
ΕΞΟΔΑ ΣΥΓΚΟΜΙΔΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ	0	0	7.000	6.000	13.200	210.000
Παραγωγή σε Kgs	#0#	#0#	# 6000 #	#10000#	#22000#	#330000#
Συγκομιδή			3.000	6.000	13.200	198.000
Δίχτυ προστασίας παραγωγής			4.000			12.000
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	9.000	9.000	9.000	9.000	12.000	180.000
Γενικά Έξοδα	3.000	3.000	3.000	3.000	6.000	90.000
Ενοίκιο Γής	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	33.080	14.050	20.400	19.400	29.600	456.000
ΑΠΟΣΒΕΣΗ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ				2.225	2.225	33.380
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ			29.700	49.500	108.900	1.366.200
Πωλήσεις χονδρικής νωπών προϊόντων			24.300	40.500	89.100	1.336.500
Λιανικές πωλήσεις νωπών προϊόντων			5.400	9.000	19.800	29.700
ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ /(ΕΞΟΔΑ) ΦΥΤΕΙΑΣ	-33.080	-14.050	9.300	27.875	77.075	876.820
ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (20%)					15.415	175.364
ΣΩΡΕΥΤΙΚΑ ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΦΥΤΕΙΑΣ	-33.080	-47.130	-37.830	-9.955	51.705	753.161

TopBlueberries A.E. Ταμειακές Ροές #3#

Απλός καλλιεργ.(χωρίς αμοιβές ιδιοκτητών με πώληση 90% χονδρική και 10% λιανική)

	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη# 6-20
Διαθέσιμα στην αρχή της περιόδου		16.920	2.870	12.170	45.605	128.240
Μετοχικό Κεφάλαιο	50.000					
Αποσβέσεις				5.560	5.560	83.410
Σύνολο εισροών	50.000	16.920	2.870	17.730	51.165	211.650
Καθαρά έξοδα/(έσοδα) Φυτείας	33.080	14.050	-9.300	-27.875	-77.075	-876.820
Φόροι εισοδήματος						175.364
Σύνολο εκροών	33.080	14.050	-9.300	-27.875	-77.075	-701.456
Υπόλοιπο στο τέλος της περιόδου	16.920	2.870	12.170	45.605	128.240	913.106

TopBlueberries A.E

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ #3#

5ο Έτος
Λειτουργίας

Περιθώριο Μικτού Κέρδους (Κέρδος προ φόρων και τόκων/Σύνολο πωλήσεων)	70,71%
Καθαρό κέρδος προ φόρων	70,71%
Καθαρό κέρδος μετά από φόρους	56,57%
Απόδοση επένδυσης (Κέρδη προ τόκων και φόρων/Σύνολο ενεργητικού)	154,15%
Απόδοση κεφαλαίου (Καθαρο κέρδος μετά από τόκους και φόρους/σύνολο ιδίων κεφαλαίων)	123,32%

TopBlueberries Α.Ε Λογαριασμός Αποτελεσμάτων #4#

	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος # 5	Ετη # 6-20
ΑΠΛΟΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΗΣ (Πώληση μόνον Χονδρική)						
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΔΑΦΟΥΣ	2.460					
Καθάρισμα/όργωμα/φρεζάρισμα/σβάρνισμα	1.200					
Βελτίωση εδάφους/Λίπανση	860					
Αυλάκωμα/Διάδρομοι	400					
ΦΥΤΕΥΣΗ	18.760	650				
Φυτά	16.800	585				
Ανοιγμα γουβιών/Εδαφοκάλυψη/Φύτεμα	1.960	65				
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.860	4.400	4.400	4.400	4.400	66.000
Λίπανση	760	800	800	800	800	12.000
Καταπολ.ζιζανίων/Φυτοφάρμακα	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	18.000
Κλάδεμα κλπ	0	1.500	1.500	1.500	1.500	22.500
Άρδευση	900	900	900	900	900	13.500
ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	24.080	5.050	4.400	4.400	4.400	66.000
ΕΞΟΔΑ ΣΥΓΚΟΜΙΔΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ	0	0	7.000	6.000	13.200	210.000
Παραγωγή σε Kgs	#0#	#0#	# 6000 #	#10000#	#22000#	#330000#
Συγκομιδή			3.000	6.000	13.200	198.000
Δίχτυ προστασίας παραγωγής			4.000			12.000
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	27.000	27.000	27.000	27.000	30.000	720.000
Γενικά Έξοδα	3.000	3.000	3.000	3.000	6.000	90.000
Ενοίκιο Γής	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	90.000
Αμοιβές ιδιοκτητών	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	540.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	51.080	32.050	38.400	37.400	47.600	996.000
ΑΠΟΣΒΕΣΗ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ				5.560	5.560	83.410
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ			27.000	45.000	99.000	1.485.000
Πωλήσεις χονδρικής νωπών προϊόντων			27.000	45.000	99.000	1.485.000
Λοιπές πωλήσεις						
ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ /(ΕΞΟΔΑ) ΦΥΤΕΙΑΣ	-51.080	-32.050	-11.400	2.040	45.840	405.590
ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (20%)						81.118
ΣΩΡΕΥΤΙΚΑ ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΦΥΤΕΙΑΣ	-51.080	-83.130	-94.530	-92.490	-46.650	277.822

TopBlueberries A.E Ταμειακές Ροές #4#						
Απλός καλλιεργητής (Πώληση μόνον Χονδρική)						
	Έτος #1	Έτος #2	Έτος #3	Έτος #4	Έτος #5	Έτη# 6-20
Διαθέσιμα στην αρχή της περιόδου		48.920	16.870	5.470	13.070	64.470
Μετοχικό Κεφάλαιο	100.000					
Αποσβέσεις				5.560	5.560	83.410
Σύνολο εισροών	100.000	48.920	16.870	11.030	18.630	147.880
Καθαρά έξοδα/(έσοδα) Φυτείας	51.080	32.050	11.400	-2.040	-45.840	-405.590
Φόροι εισοδήματος						81.118
Σύνολο εκροών	51.080	32.050	11.400	-2.040	-45.840	-324.472
Υπόλοιπο στο τέλος της περιόδου	48.920	16.870	5.470	13.070	64.470	472.352

TopBlueberries A.E

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ #4#

5ο Έτος
Λειτουργίας

Περιθώριο Μικτού Κέρδους (Κέρδος προ φόρων και τόκων/Σύνολο πωλήσεων)	46,30%
Καθαρό κέρδος προ φόρων	46,30%
Καθαρό κέρδος μετά από φόρους	37,04%
Απόδοση επένδυσης (Κέρδη προ τόκων και φόρων/Σύνολο ενεργητικού)	45,84%
Απόδοση κεφαλαίου (Καθαρο κέρδος μετά από τόκους και φόρους/σύνολο ιδίων κεφαλαίων)	36,67%

ΑΠΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΘΥΝΗΣ

« Το ως άνω δείγμα Επιχειρηματικού Σχεδίου, συνιστά μια ενδεικτική, επιχειρηματική προσέγγιση, στα πλαίσια της αφλοκερδούς και εθελοντικής υποστήριξης από το ΚΕΜΕΛ εν δυνάμει και νέων επιχειρηματιών και σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί παρακίνηση ή υποκίνηση ή προτροπή στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης βασισμένης σ' αυτό. Σε καμμία περίπτωση οποιαδήποτε πληροφορία\πρόταση που εμπεριέχεται σε αυτό δεν θα πρέπει να εκληφθεί, σαν μέσο επίτευξης συγκεκριμένων επιχειρηματικών ή επενδυτικών στόχων ή κάλυψης οποιωνδήποτε άλλων αναγκών του παραλήπτη. Κάθε υποψήφιος επιχειρηματίας ή επενδυτής θα πρέπει να προβεί στην ατομική, δική του αξιολόγηση οποιασδήποτε πληροφορίας\πρότασης παρέχεται στην παρούσα επικοινωνία και δεν θα πρέπει να βασίζεται σε οποιαδήποτε τέτοια πληροφορία. Ειδικότερα δε, κάθε επιχειρηματίας ή επενδυτής θα πρέπει να προβεί στην ατομική, δική του αξιολόγηση του ρίσκου που εμπεριέχει η συγκεκριμένη επένδυση που αναλαμβάνει και δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένη η κερδοφορία ή οι αποδόσεις του ως άνω επιχειρηματικού σχεδίου. Οι πληροφορίες που εκτίθενται στο παρόν βασίζονται σε πηγές που διατίθενται στο κοινό. Το ΚΕΜΕΛ και τα μέλη του ατομικά δεν φέρουν οποιαδήποτε ευθύνη ως προς την ακρίβεια ή πληρότητα των πληροφοριών\προτάσεων αυτών. Οι απόψεις και εκτιμήσεις που εκτίθενται στο παρόν αφορούν πληροφορίες και γνώσεις που αποκτήθηκαν μέχρι την αναγραφόμενη ημερομηνία και μπορεί να υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς ειδοποίηση. Το ΚΕΜΕΛ ως σωματείο και τα μέλη του ατομικά ουδεμίαν ευθύνη φέρουν έναντι οποιουδήποτε αποδέκτη ή και τρίτων για την εκ μέρους τους, ανεξαρτήτως τρόπου και μεθόδου, υλοποίηση του συγκεκριμένου δείγματος Επιχειρηματικού Σχεδίου. Σε καμμία περίπτωση οι πληροφορίες και τυχόν συμβουλές που παρέχονται σε αυτό το δείγμα Επιχειρηματικού Σχεδίου, υποκαθιστούν αντίστοιχες υπηρεσίες και πληροφορίες που παρέχονται από επαγγελματίες συμβούλους, ή άλλα φυσικά, νομικά πρόσωπα και οργανισμούς, δημόσιους και μη, ημεδαπούς ή και αλλοδαπούς. Δεν επιτρέπεται η καθ' οιονδήποτε τρόπο αναπαραγωγή ή διανομή από οποιονδήποτε του συγκεκριμένου δείγματος Επιχειρηματικού Σχεδίου που δεν περιλαμβάνει και το κείμενο της παρούσας δήλωσης αποποίησης ευθύνης.»