



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



LAS Goričko 2020
LOKALNA AKCIJSKA SKUPINA

Operacijo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj

PRIROČNIK ZA VZPOSTAVITEV KRATKE DOBAVNE VERIGE

Avtorji:

SKUPINA VRTOVI PANONSKI z. o. o.

Plese 9 a

9000 Murska Sobota

CZR Murska Sobota

Ulica arhitekta Novaka 2b

9000 Murska Sobota

Murska Sobota, oktober, 2018



CENTER ZA ZDRAVJE IN RAZVOJ
CENTRE FOR HEALTH AND DEVELOPMENT
MURSKA SOBOTA



Zelenatočka
DISTRIBUCIJSKI CENTER
veleprodaja in maloprodaja

KAZALO

| | |
|--|----|
| UVOD | 3 |
| 1. IDENTIFIKACIJA SKUPINE PONUDNIKOV IN ODJEMALCEV | 5 |
| 2. MREŽA PARTNERJEV | 5 |
| 2.1. Osnova za inovativno partnerstvo..... | 6 |
| 3. ANALIZA PONUDBE IN POTREB NA OBMOČJU | 7 |
| 4. SPLETNI PORTAL | 8 |
| 5. IZOBRAŽEVANJE, OZAVEŠČANJE IN PROMOCIJA..... | 9 |
| 6. TESTNA IZVEDBA DOBAV | 14 |
| ZAKLJUČKI..... | 15 |
| | |
| Slika 1: Partnerska mreža | 7 |
| Slika 2: Primer spletnega portala..... | 8 |
| Slika 3: Delo na vrtu z učenci | 10 |
| Slika 4: Pobiranje jabolok v sadovnjaku..... | 10 |
| Slika 5: Predavanja o lokalni hrani..... | 11 |
| Slika 6: Priprava bolj zdravih prigrizkov..... | 11 |
| Slika 7: Otrok z lokalno hrano v roki..... | 11 |
| Slika 8: Prigrizki iz lokalno pridelane hrane | 12 |
| Slika 9: Igrica SPOMIN na spletnem portalu..... | 12 |
| Slika 10: Otroci se seznanijo s pridelki na vrtu | 13 |



UVOD

Pričujoč priročnik za vzpostavitev kratke dobavne verige v okolju je nastal kot rezultat projekta z naslovom POT DO LOKALNE HRANE, ki so ga v letu 2018 izvajali partnerji Skupina vrtovi panonski z. o. o. (nosilec), Osnovna šola Puconci in Center za zdravje in razvoj Murska Sobota in je bil sofinanciran s strani Evropskega sklada za regionalni razvoj in Republike Slovenije.

Partnerji so se v okviru projekta povezali v inovativno partnerstvo, ki lahko v okolju doprinese k učinkovitejšemu prenosu informacij med ponudniki lokalne hrane in odjemalci (predvsem javnimi zavodi in tudi drugimi organizacijami) ter s tem omogoči učinkovitejšo oskrbo lokalnega prebivalstva z lokalno hrano.

Pri vzpostavitvi oskrbe lokalnih potrošnikov s hrano iz lokalnega okolja so bile na območju zaznane številne pomanjkljivosti, pri tem je bil zaznan še posebej pereč problem na področju oskrbe javnih zavodov in drugih organizacij (turistični ponudniki, terme, podjetja ipd.). Problem pa izhaja predvsem iz dejstva, da domača pridelava ni primerno organizirana in je kot taka razdrobljena ter manjših obsegov in za organizatorje prehrane v javnih zavodih in drugih inštitucijah nezanimiva, saj njena nabava zahteva preveč časa za zbiranje ponudb in iskanje ter dogovarjanje z malimi in razdrobljenimi ponudniki na podeželju. Omenjeni manjkajoči člen v okolju pa danes s pridom izkoriščajo trgovski posredniki, ki pa v večini ne zagotavljajo lokalne hrane visoke kakovosti, ampak je pri tem pomembna predvsem čim nižja cena. Tako vrzel masovno zapolnjuje uvožena hrana, ki je dalj časa v postopkih manipulacije in s tem izgublja hranilno vrednost in svežino. Po drugi strani se zaradi tega v lokalnem okolju tudi zamujajo številne priložnosti, ki bi lahko omogočale ustvarjanje dodatnih virov dohodkov za podhranjeno podeželje, ki obupno rabi razvojne priložnosti. Veliko mladih odhaja na delo čez mejo, kmetije se opuščajo in v njihov razvoj se ne investira, saj je premalo znanja med ponudniki za uspešen tržni nastop.

Za uspešno vpeljevanje lokalne hrane na jedilnike šol, vrtcev in drugih javnih inštitucij ter drugih organizacij, je tako manjkal v okolju povezovalni člen med ponudbo in povpraševanjem, ki bi omogočal prenos informacij med inštitucijami, ki povprašujejo po hrani ter med proizvajalci/ponudniki lokalne hrane. Nujno potrebno je bilo razviti orodje in sistem, ki omogoča plasiranje kakovostne lokalne hrane do omenjenih inštitucij ter povečati prenos informacij z angažiranjem vseh partnerjev.

Namen tega priročnika je tudi drugim akterjem na drugih območjih po vsej Sloveniji, glede na to, da so razmere na širšem območju zelo podobne, omogočiti, da se na podoben način, ob upoštevanju





REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



LAS Goričko 2020
LOKALNA AKCIJSKA SKUPINA

Operacijo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj

svojih specifik, lažje povežejo v podobna partnerstva in omogočijo učinkovitejšo prodajo lokalnih proizvodov.

Partnerji so se v projektu lotili vzpostavitve širšega partnerstva po navedenih korakih, ki so v nadaljevanju tega priročnika tudi podrobneje opisani:

1. Identifikacija skupine ponudnikov in odjemalcev
2. Vzpostavitev mreže partnerstva
3. Analiza ponudbe in potreb na območju
4. Vzpostavitev spletnega portala
5. Izvedba izobraževanj, ozaveščanja in promocije
6. Testna izvedba nove dobavne verige

Osrednji rezultat je spletni portal, ki omogoča izmenjavo vedno aktualnih informacij o stanju na področju povpraševanja in ponudbe ter realizacijo naročil.



CENTER ZA ZDRAVJE IN RAZVOJ
CENTRE FOR HEALTH AND DEVELOPMENT
MURSKA SOBOTA



zelenatočka
DISTRIBUCIJSKI CENTER
veleprodaja in maloprodaja



1. IDENTIFIKACIJA SKUPINE PONUDNIKOV IN ODJEMALCEV

Najboljša opcija za ponudnike določenega območja je, da se povežejo v skupno prodajo, saj edino na ta način lahko postanejo resnejši partner odjemalcev, prav tako s tem lahko zagotovijo obsežnejši nabor artiklov, večje količine in ugodnejše prodajne cene. Posamezniki se na trgu namreč težko pogajajo z odjemalci individualno in pri tem vsekakor izposlujejo pre nizke prodajne cene, torej nižje kot če bi se pogajali združeni. Da bi se pa hitro vzpostavila partnerska kratka dobavna veriga, je vsekakor smiselno, da se tega loti že vzpostavljena skupina proizvajalcev, ki je na trgu že aktivna in preko katere že tržijo svoje proizvode lokalni in drugi ponudniki. Tako je smiselno in dosti bolj učinkovito, da se z vzpostavitvijo kratke verige nadgrajujejo dosedanja sodelovanja ter obstoječi prodajni kanali. Povezava individualnih ponudnikov, ki na trgu nastopajo samostojno, bi namreč bila soočena s prevelikimi riziki in bi zahtevala dosti daljšo pot, tudi, če bi se vsi riziki premostili.

Obstoječe kmetijske zadruge in drugi organizirani ponudniki, na posameznih območjih po Sloveniji, predstavljajo dobro podlago, da se hitro povežejo z odjemalci (predvsem javnimi zavodi, ...), saj imajo že utečeno skupno prodajo, odjemalci pa jim bodo tudi prej zaupali.

Tako je smiselno, da pride pobuda za sodelovanje od organizirane skupine proizvajalcev, ki na terenu pogleda potencialne odjemalce in se z njimi poveže, ter prične na njeno pobudo z izvajanjem aktivnostmi, ki lahko pripeljejo do rezultatov, to je vzpostavljeno širše sodelovanje preko partnerstva v kratki verigi ter s tem učinkovitejše prodaje lokalnih proizvodov. Po izkušnjah avtorjev tega dokumenta, si vsi odjemalci želijo tovrstnega sodelovanja, z namenom učinkovitejše in konkurenčne oskrbe z lokalnimi proizvodi. Namreč, vedno ko smo potrkali na vrata odjemalcev, smo vedno naleteli na posluš in odobravanje, seveda je pa potem na koncu vedno bila ključna cena.

2. MREŽA PARTNERJEV

Kratka veriga pomeni, da hrana od njive do krožnika potuje najkrajši možen čas, poleg tega pa pri prodaji tudi niso prisotni številni posredniki (trgovci), kar bi povzročalo drobljenje učinkov in s tem slabši izplen za ponudnike. Pomembno je pa tudi, da je zaradi kratkih poti in krajših časov manipulacije (prevozi, skladiščenja) hrani zagotovljena svežost ter višja hranilna vrednost, zaradi česa ima hrana višjo dodano vrednost. Vzpostavitev t.i. »kratkim verig« med pridelovalcem in potrošnikom, ki je tudi ena od prioritetenih nalog naše države, tako pozitivno vpliva na domačo proizvodnjo ter





združevanje ponudbe, kar prispeva k povečanemu obsegu ponudbe raznolikih lokalnih proizvodov ter s tem posledično tudi na znižanje cen in večjo potrošnjo lokalnih proizvodov.

Vzpostavljen manjkajoči člen v okolju, ki temelji na partnerstvu organizacij iz različnih sektorjev in na kratki dobavni verigi, omogoča prenos informacij od lokalnih ponudnikov hrane v okolju, do javnih zavodov ter drugih organizacij in obratno ter omogoča plasiranje lokalne hrane do omenjenih inštitucij. Nova storitev na območju omogoča informiranje javnih zavodov in drugih organizacij, tudi končnim potrošnikom, ki so zainteresirani za nabavo lokalne hrane ter realizacijo nabav. Vključene organizacije iz več občin na določenem območju, lahko prispevajo k učinkovitejši oskrbi z lokalno hrano, ki je bolj varna in spodbuja zdrav življenjski slog. S tem bo javnim zavodom in drugim organizacijam in tudi širše v okolju, omogočena osnova za intenziviranje oskrbe s kakovostnejšo in bolj nadzorovano lokalno hrano.

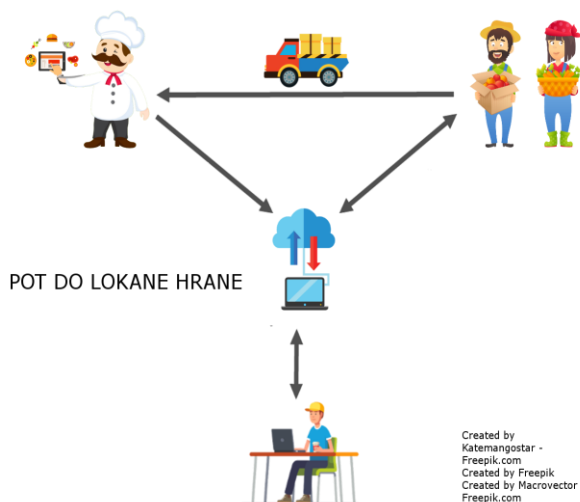
Partnerstvo organizacij v kratki verigi bo prispevalo k izobraževanju in ozaveščanju potencialnih odjemalcev lokalne hrane ter drugih različnih ciljnih skupin glede pomena lokalne hrane ter proizvajalcev glede pomena varovanja okolja in trženja. Kratka veriga bo tudi omogočala dvig konkurenčnosti ponudnikov ter večjo prepoznavnost njihovih proizvodov. Predvsem naj bodo pa javni zavodi vezni člen do drugih javnih zavodov, kar bo omogočalo učinkovitejšo širitev inovativnega partnerstva ter učinkovitejšo delovanje kratke verige.

2.1. Osnova za inovativno partnerstvo

Osnovo za inovativno partnerstvo v kratki verigi predstavljajo parterji iz različnih sektorjev (ponudniki in zasebni odjemalci – gospodarstvo, javni zavodi – javni sektor, institucije zdravstva – socialni sektor), ki lahko skupaj omogočijo, da lahko kratka veriga zaživi in se trajno razvija dalje, na način, da:

- Skupaj vzpostavijo in vzdržujejo kratko verigo, preko katere bo trajno potekala izmenjava informacij glede ponudbe in povpraševanja v lokalnem okolju in bodo s tem trajno omogočeni pogoji za lokalno oskrbo;
- Na portalu aktivno objavljajo različne aktualne vsebine (pravilna prehrana, pomen lokalne hrane, primeri jedilnikov, različne ozaveščevalne-zabavne aktivnosti, ...);
- Se trudijo, da v partnerstvu in k aktivni vlogi v kratki verigi, v prihodnje povabijo tudi druge organizacije, vsak iz svojega sektorja;
- Se skupaj vključujejo v druge iniciative, z namenom nadaljnjega razvoja in promocije lokalne oskrbe.





Slika 1: Partnerska mreža

3. ANALIZA PONUDBE IN POTREB NA OBMOČJU

Izdelava analize ponudbe in potreb naj vključuje analizo ponudbe hrane na lokalnem trgu, z identificiranimi proizvodi posebne kakovosti iz regije (ekološka in integrirana pridelava, geografska označba in poreklo idr.) ter identificirane potrebe različnih organizacij na nekem območju po hrani. Med te organizacije spadajo javni zavodi, zdravilišča in morebitni drugi subjekti, ki sami pripravljajo hrano za svoje zaposlene.

Podlaga za izdelavo analize so naj pridobljene in zbrane informacije s strani partnerjev ter drugih zbranih podatkov, ostale informacije pa se zbirajo tudi s pomočjo poglobljenih osebnih intervjujev. Na podlagi tega se naj izdelajo tudi poročila o intervjujih. Intervjuji se opravijo s predstavniki različnih, zgoraj omenjenih organizacij, ki so iskalci lokalne hrane. Za identifikacijo izzivov, s katerimi se javni zavodi in druge organizacije srečujejo, ko nabavljajo lokalno hrano, se s predstavniki omenjenih organizacij lahko izvedejo delavnice za strokovne delavce na šolah in v vrtcih (organizatorji prehrane, vodje kuhinj, ravnateljci) ter posvet z okroglo mizo npr. na temo »Kako do lokalne hrane«. Na nekaj šolah oziroma vrtcih iz različnih občin se na obravnavanem območju lahko izvede tudi anketiranje staršev otrok. Na ta način se pridobijo informacije o njihovem videnju lokalne prehrane v šolah in vrtcih. Izvedejo se naj spletne ankete, s pomočjo katerih se pridobi mnenja širše javnosti in njihove nakupne navade v zvezi z lokalno hrano. Na podlagi tega se naj izdelata analiza želja in nakupnih navad potrošnikov.



Omenjene aktivnosti so podlaga za Analizo ponudbe in potreb ter Tržna strategija za skupen nastop ponudnikov na trgu.

Z identifikacijo lokalnih ponudnikov varne in kakovostne hrane se vzpostavi baza obstoječe ponudbe celotnega območja, ki je na razpolago za koriščenje s strani javnih zavodov in organizacij. Na ta način se zavodom, ki nabavljajo preko javnih naročil, pomaga pri izvedbi prve faze – analiza ponudbe na trgu.

4. SPLETNI PORTAL

Spletni portal se naj vzpostavi, kot nadgradnja že uveljavljenih prodajnih kanalov določene skupine proizvajalcev. Vzpostavitev spletnega portala omogoča izmenjavo informacij med ponudbo lokalnih proizvodov različnih ponudnikov in povpraševanjem. Spletni portal prav tako omogoča ponudnikom, da ponudijo svoje lokalne proizvode oz. da se jih vključi v skupno ponudbo. Spletni portal lahko vsebuje tudi specializirane nutricionistične vsebine, kot so jedilniki za otroke različnih starosti, za starostnike in družine, hranilne vrednosti za različna živila in koristne informacije za organizatorje prehrane ter druge potrošnike pri načrtovanju potrebnih količin in vrst hrane. Portal lahko vključuje tudi e-aplikacijo za interaktivno oceno pravilne prehrane za različne ciljne skupine. S pomočjo aplikacije, ki naj bo vedno dostopna, lahko zainteresirani ocenijo pravilnost obrokov. Portal bo osnova za vzpostavitev kratke dobavne verige. Po vzpostavitvi se spletni portal na individualnih delavnicah predstavi odjemalcem oziroma javnim zavodom in drugim organizacijam. Smiselna je izvedba individualnih delavnic o uporabi portala za ponudnike.



Slika 2: Primer spletnega portala



5. IZOBRAŽEVANJE, OZAVEŠČANJE IN PROMOCIJA

a. Individualno izobraževanje ponudnikov:

Organizacija in izvedba predstavitve spletnega portala ponudnikom ter usposabljanje ponudnikov za uporabo portala se izvede na individualnih delavnicah. Te naj omogočajo, da se zainteresirani direktno seznanijo z uporabo ter možnostmi izvajanja naročil (javni zavodi in druge organizacije) in oblikovanjem ponudbe ter vključevanjem le-te na portal (proizvajalci in organizatorji proizvodnje, pridelovalci). Po izvedbi individualnega izobraževanja lahko ponudniki oblikujejo svoje ponudbe, ki se jih vključil v skupno ponudbo.

b. Individualno izobraževanje odjemalcev

Prav tako je potrebna predstavitev spletnega portala s prikazom uporabe portala predstavnikom javnih zavodov in drugih organizacij na individualnih delavnicah za odjemalce. Po izvedenih delavnicah se odjemalci naučijo kako lahko na portalu hitro poiščejo vse informacije in na enostaven ter hiter način izvedejo oz. oddajo naročilo, ponudniki pa po drugi strani lahko hitro oblikujejo svoje ponudbe oziroma se odločijo za vključitev v skupno ponudbo.

c. Izobraževanje, ozaveščanje in promocija

Aktivnosti izobraževanja zajemajo različne aktivnosti za različne ciljne skupine (organizatorji prehrane, kuharji, otroci, starši, starejši občani, vodstveno osebje, ...).

Za namene ozaveščanja organizatorjev prehrane in kuharjev v javnih zavodih in drugih organizacijah ter drugih potrošnikov in širše javnosti, glede pomena lokalne prehrane in kot podpora razvoju kratkih dobavnih verig se naj izvedejo različne dejavnosti ozaveščanja in promocije ter izobraževanja. Na primer:

- nagradna igra z oceno pravilne prehrane za različne ciljne skupine, in sicer za javne zavode, za širšo javnost in za otroke; za namen nagradne igre se lahko izdelata tudi letak; nagradna igra se objavi na spletnem portalu, promovira pa se lahko tudi na delavnicah, naravnoslovnih dnevih in na drugih dogodkih;





Operacijo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj



Slika 3: Delo na vrtu z učenci



Slika 4: Pobiranje jabolk v sadovnjaku

- predavanja strokovnjaka o zdravi prehrani za različne ciljne skupine, kjer se lahko distribuira tudi promocijsko gradivo, hkrati se zberejo kontakti za obveščanje;



Slika 5: Predavanja o lokalni hrani

- izvedba kulinarčnih delavnic za širšo javnost, na kateri se ozavešča o pomenu prehrane za zdravje otrok, družin in starejših. S praktičnimi primeri se prikaže lokalna hrana in njena priprava na najboljši možen način, da se čim bolj približa sezonski hrani in ohrani hranilna vrednosti lokalnih živil;



Slika 6: Priprava bolj zdravih prigrizkov

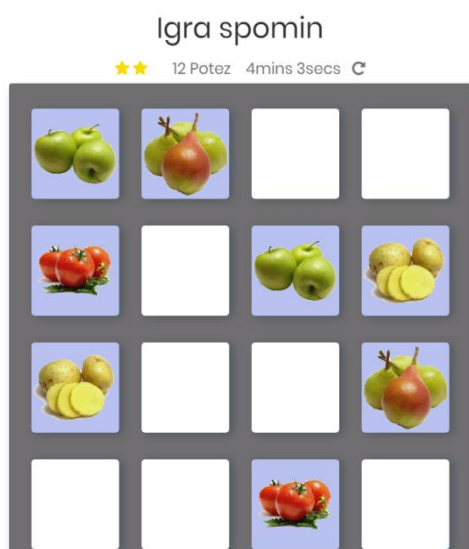


Slika 7: Otrok z lokalno hrano v roki



Slika 8: Prigrizki iz lokalno pridelane hrane

- različne interaktivne igrice za otroke, ki so naj dosegljive na spletnih straneh, s pomočjo katerih se spodbuja tudi viralni marketing – otroci dandanes preživijo veliko časa pred računalnikom, kar je seveda po tej plati dobra priložnost za poučno izobraževanje in osveščanje, saj je splet komunikacijski kanal, ki je otrokom blizu.



Slika 9: Igrica SPOMIN na spletnem portalu

Praktični prikaz zdravih obrokov iz lokalnih sestavin pripravljenih na najbolj primeren način, da se čim bolj ohrani hranilna vrednost lokalnih živil.

Za namene širše promocije lokalne hrane naj se izdelajo brošure, v katerih se predstavijo prednosti uživanja lokalne hrane in koraki, kako z uporabo spletnega portala lažje in hitreje do lokalne hrane.



Za šole po posameznih triadah in vrtce se lahko pripravi izvedba naravoslovnega dne ali drugih podobnih aktivnosti, ki se povezujejo in nadgrajuje bodisi z obveznim kurikulumom ali pa z razširjenim programom, ki ga šole že izvajajo, tak primer je Popestrimo šolo. Vključi se lahko ogled okoliških kmetij, tudi zelenjavni kviz, ustvarjalne delavnice, vsekakor pa izobraževalna predavanja na temo lokalne hrane. Na ta način se bo pomen lokalne hrane na praktičen in zanimiv način približal otrokom že v mlajših letih. Za uspešno izvedbo naravoslovnih dni se izdelata tudi učno gradivo, prilagojeno posamezni triadi otrok oziroma vrtčevskim otrokom ter temu primerna powerpoint prezentacija.



Slika 10: Otroci se seznanijo s pridelki na vrtu

Predlog tem:

- Kako do lokalne hrane?
- Zakaj uživati lokalno pridelano hrano?
- Prednosti lokalno pridelane hrane
- Hrana iz domačega vrta.

d. Izobraževanje MSP: izvedba dveh sklopov delavnic

Delavnice oziroma izobraževanja se naj izvajajo za kmetije, kmetije z dopolnilno dejavnostjo, za družbe z omejeno odgovornostjo, za samostojne podjetnike in podobno. Namen delavnic je namreč povečati podjetniško znanje in znanje o socialnem podjetništvu, hkrati pa tudi širiti mrežo ponudnikov in spodbujati večanje količin ter izdelkov z višjo dodano vrednostjo v ponudbi. Izvedeta se naj dva sklopa delavnic, in sicer:



- Sklop 1: v tem sklopu naj se predstavijo prednosti lokalne pridelave in kratkih verig ter pomen povezovanja in skupnega tržnega nastopa. Vključi naj se tudi predstavitev spletnega portala z vključenim izobraževanjem za vnos lastnih ponudb MSP-jev na spletnem portalu.
- Sklop 2: v tem sklopu naj se predstavita socialno podjetništvo in lokalna pridelava (socialno varstveni programi in storitve na podeželju, predstavitev primerov dobrih praks, podporni programi spodbujanja socialnega podjetništva ipd.).

6. TESTNA IZVEDBA DOBAV

Testno se izvedejo dobave na način, da se skupina dogovori z določenimi odjemalci, ki testno v določenem obdobju naročijo lokalno hrano, z namenom, da se kratka veriga testira in se preveri pravilno delovanje spletnega portala ter pravilnost vseh informacij, kot so npr.: aktualna ponudba lokalnih proizvodov na portalu, povpraševanje odjemalcev po lokalnih proizvodih, pravilni izračuni cen, ... Za pilotno izvedbo se izdelajo plani distribucije lokalno pridelane hrane v izbranem obdobju, izvedejo se dostave in s tem se kratka veriga testira ter se predlagajo morebitne izboljšave.





ZAKLJUČKI

Za uspešno vzpostavitev kratke prodajne verige je potrebno, da:

- se identificira skupina proizvajalcev, ki že aktivno organizirano trži svoje proizvode;
- skupina proizvajalcev v prostoru poišče zainteresirane odjemalce (javne zavode) ter druge akterje (na področju zdravstva ...), s katerimi se aktivno pristopi k vzpostavitvi partnerstva;
- se vzpostavi spletni portal kot nadgradnja že uveljavljenih prodajnih kanalov omenjene skupine proizvajalcev, ki bo omogočal izmenjavo informacij med ponudbo lokalnih proizvodov različnih ponudnikov in povpraševanjem ter izvedbo naročil;
- se vzporedno izvaja izobraževanje ponudnikov na način, da se jim predstavijo možnosti in načini vključitve v skupno prodajo ter možnosti uporabe spletnega portala;
- se izvaja izobraževanje odjemalcev na način, da se jim predstavi uporaba spletnega portala ter načini vključitve v kratko verigo, kar predstavlja v prostoru tudi zelo intenzivne promocijske učinke, saj se skupina s tem, ko se pojavlja pri odjemalcih, učinkovito promovira;
- se za namen dviga ozaveščenosti, izvajajo izobraževanja ter promocija za različne ciljne skupine (organizatorji prehrane, kuharji, otroci, starši, starejši občani, vodstveno osebje), kot npr.: predavanje o zdravi prehrani, različne kulinarčne delavnice s praktičnimi primeri, izdelajo se različne interaktivne igrice za otroke, ki naj bodo dosegljive na spletni strani, izdelajo se nagradna igra z oceno pravilne prehrane ipd.;
- se izvede izobraževanje MSP-jev (kmetije, kmetije z dopolnilno dejavnostjo, d.o.o.-ji, s.p.-ji, ...) na takšen način, da se jim predstavijo prednosti lokalne pridelave, kratke verige ter pomen povezovanja in skupnega tržnega nastopa;
- se izvede test izvedbe dostav, ki bo omogočal testiranje vzpostavljenе kratke verige in spletnega portala, ob tem se izdelajo plani distribucije lokalno pridelane hrane v izbranem obdobju ter se izvedejo dostave in s tem se kratka veriga testira, predlagajo se morebitne izboljšave.

