

Kraftfondet - Masfjorden kommune

År: 2019

Støtteordning: *Kraftfondet i Masfjorden kommune*

Søknadsbeløp: 40 000,-

1. Prosjektnavn

Midler til fysiske investeringer i etableringen av lokalkurven.no

2. Kort beskrivelse

Lokalkurven.no vil drive med hjemmelevering av lokalprodusert mat, hovedsakelig i Nordhordland. Vi skal selv kultivere en del egenprodusert grønt i hydroponisk grønnsakdyrking ved hjelp av bla. kompostoppvarming/grønn energi.

For at vi skal kunne gjennomføre etableringsfasen til lokalkurven.no søker vi på midler fra kraftfondet til de fysiske investeringene som bedriften skal gjøre i denne fasen.

3. Prosjektbeskrivelse

Dette er et hjemleveringskonsept hvor man ønsker at bærekraftig matproduksjon og mathandel skal være hovedfokus. Samtidig som Lokalkurven.no har en rekke samarbeid med lokalmatprodusenter fra Nordhordland på listen, så vil vi selv produsere grønnsaker som salat, tomat, agurk og paprika i vårt resirkulerende, hydroponiske system som nå er i startgroppen av utprøvingsfasen. I dette systemet vil vekstmediet isoleres, slik at det holder bedre på varmen. Man kan dermed ha en mer bærekraftig produksjon som kan holdes i gang i større deler av året, i motsetning til sesong og landbasert drift.

Lokalkurven selges som en nettbasert abonnementsordning, der kunden velger blant flere sorter matkurver. Kunden får sin kurv levert på døren ved faste leveringer, en til to ganger i måneden, alt etter hva man selv ønsker. Innhold i kurven vil variere etter sesong og varebeholdning, samt at kunden, til en viss grad, selv kan velge på vår hjemmeside hvilke produkter han vil ha i sin levering.

Forretningside/ mål og innhold med prosjektet:

Mange matproduksjonskilder som benyttes i dag vil trolig ikke være tilstrekkelig bærekraftig over tid. Vi tenker da både på produksjonsmetoder og det faktum at vi henter mat fra produsenter «på andre siden av kloden».

Vårt mål er at et samarbeid med lokale produsenter, og en videreutvikling av vårt eget hydroponisystem, vil kunne være en motvekt til dette, og gjøre slik at de, som av ulike grunner ikke får tilgang til f.eks. bondens marked eller andre lokale markeder hvor man kan få kjøpt kortreist mat, likevel kan få tilgang på slike varer. Med dette ønsker vi også å spre en bedre bevissthet rundt bærekraftig matproduksjon og mathandel.

Lokalkurven vil inneholde disse råvarene: Eplemost, Ost, Honning, Syltetøy, Brød, Potet, Gulrot, Løk, salat, tomat, agurk og paprika.

Prisen på lokalmat i butikken er forholdsvis dyrt, vi tror av den grunn at Lokalkurven.no kan være konkurransedyktig på både pris og kunderelasjon, slik at dette kan være et positivt tilskudd til samfunnet. Vi har også tro på at vi, på sikt, kan bidra til å lage flere arbeidsplasser i Masfjorden kommune.

4. Søker/prosjekteier:

Navn: Glen Marius Bakken

Organisasjonsnummer: 822629032

Adresse: Austfjordvegen 2706, 5981 Masfjordnes

Mail: adm@Lokalkurven.no

Mobil: 922 61 688

5. Bakgrunn

Bakgrunnen for å starte egen bedrift er å utvikle en egen arbeidsplass i Masfjorden kommune som vi flyttet til for 2 år siden. En viktig forutsetning er at man i sin egen bedrift kan få holde på med det en har best interesse for, og som en brenner for. I dette prosjektet er dette:

- Produksjon av egne grønnsaker
- Lokalmat
- Bærekraftig matproduksjon

Disse interessefeltene har resultert i den forretningsideen som har fått navnet Lokalkurven.no.
Se forretningside.

6. Prosjektmål

- a. Fysiske investeringer (Maskiner, distribusjonsutstyr og emballasje)
- d. Nå et større marked.
- e. Møte kunden der den er (heimelevering)
- f. Samle tilbudene for kunden på en plass (En matkasse)
- g. Markedsføre produktene våre ovenfor eksisterende nettverk.
- h. Skape nye arbeidsplasser i distriktet.

7. Delmål

I denne søknaden er det delmål a) vi søker støtte til; fysiske investeringer.

a) Fysiske investeringer

- Innkjøp av kjøll, tilhenger og kasser. Dette er alle investering som skal brukes til lagring og distribusjon av matkurvene
- Lage kasser som grønnsakene og produktene skal leveres i
- Maskiner til emballasjeutforming av kasser

b) Kunde - og markedsundersøking

- Kartlegge behov til kunden

c) Strategi og planlegging

- Legge strategi for videre drift
- Strategi for å oppnå mål og delmål
- Spisse konseptet
- Kartlegge mulig nettverk
- Lage markedsføringsmateriell:
 - o Hjemmeside
 - o Facebook
 - o Annonser
 - o Informasjonsskriv

- Drive aktivt salgsarbeid

8. Forankring

Bedriften er forankret i at man har et ønske om å være en bidragsyter til bærekraftig landbruk og dermed være en ressurs i lokalsamfunnet. Jeg har i denne prosessen også rådført meg med bank og Gulen og Masfjorden Næringshage, hvor jeg har fått hjelp til å utvikle bedriften i denne startfasen.

9. Prosjektorganisering

Prosjektet organiseres ved at det bestilles varer man trenger gjennom lokale produsenter. Disse oppbevares ved behov på kjøøl og fraktes til pakkerom på leveringsdag. Produktene vi kultiverer selv hentes fra produksjonslokaliteter ved behov. Lokalkurven.no blir vår salgskanal gjennom dørlevering. Distribusjonen av varer vil skje ved bruk av bil.

Antall tilsette pr.

Kjønn	Heiltid	Deltid
Kvinne		1 (frivillig)
Menn	1	1 (frivillig)
Totalt	1	2

10. Samarbeidspartnere

Det er opprettet kontakt med en rekke samarbeidspartnere fra det lokale landsbruksmiljøet, noen av de man med sikkerhet kommer til å ha et samarbeid med er:

- Mikrogrønt As
- Haugane Permakultur
- Egen families produksjon av egg/honning (Gamlebanken Egg og Honning)
- Tveita Bær og Gardsprodukt (skifter navn til Bringebærfruen i disse dager)
- Grimenbrødrene
- Ulvik Fukt og Cideri
- Finnegården
- Myrdal Ostegård

11. Viktige kundegrupper:

- Småbarnsfamilier
- "Samfunnsaktive" og fremtidsorienterte mennesker
- Hyttefolk som er på besøk i Masfjorden og Gulen

Ønskelig på sikt: Å få engasjert også de som gjerne ikke tenker over bærekraftighet i sin hverdag som forbruker.

Hvorfor er disse viktige:

Det er selvsagt en fordel om at en i etablererfasen og i den markedsføringen man gjør, møter individer som er orientert rundt de proaktive resultater det vil ha for vårt miljø med søkelys på hovedområder som bevissthet rundt emballasje og frakt og produksjonsvilkår til maten vi spiser. Det vil være naturlig at en slik kundegruppe vil være mer mottakelig for vårt produkt og budskap, men som nevnt er det også viktig for oss å få med den gruppen som kanskje er «mindre opplyst» rundt disse temaene.

12. Hva er ditt geografiske hovedmarked:

Nordhordland, på sikt Bergen og omegn.

13. Resultat

a) Fysiske investeringer

- Kjøpt inn kjøll, tilhenger og materiell til kasser. Dette er alle investeringer som skal brukes til lagring og distribusjon av matkurvene.
- Har fått laget alle kassene som grønnsakene og produktene skal leveres i.
- Maskiner til emballasjeutforming av kasser er kjøpt inn.

a) Kunde - og markedsundersøking

- Avklaring på kundesegment og behov.

b) Strategi og planlegging

- Utvikle en ferdig forretningsplan og strategi for selskapet

- Fastsetting av konsept
- Handlingsplan og budsjett for videre drift
- Inngå samarbeid med aktuelle samarbeidspartnere
- Utvikle markedsføringskanaler og materiell en kan distribuere i disse kanalane
- Få flere kunder

14. Effekter

Effekter av prosjektet vil for selskapet være:

Vi ønsker at Lokalkurven.no skal være et positivt tilskudd til det lokale samfunnet, samtidig som den forhåpentligvis kan bidra til positive «sideeffekter» på «global basis» (jfr. vårt samtidig opplysningsarbeid). Videre ønsker vi å bidra til utvikling av bærekraftig landbruk, gjerne spesielt i vårt vestlandsklima, som ikke nødvendigvis er egnet om en kun tenker ordinært landbruk og profitt.

Effekter for marked og kunde vil være:

Hvis vi skal få oppfylt vårt ønske om å bidra til et mer opplyst lokalsamfunn og et bedre miljø trenger vi mer lokal produksjon av matvarer og helst til en konkurransedyktig pris. Et tiltak som Lokalkurven.no, med sin framtidsrettede produksjon i hydroponi, vil kunne endre både kjøperes kultur rundt hvilke produkter en velger og gi tilgang på produkter av betraktelig høyere kvalitet. Med sitt fokus på miljømessige fordeler rundt handel av lokalprodusert mat vil Lokalkurven.no kunne gi lokale produsenter et fortrinn i markedet i Bergensregionen.

15. Opplysninger om mottatt offentlig støtte

Bedriften har ikke mottatt støtte før.

16. Tidsplan

Arbeider rundt etableringsfasen tre i kraft juni 2019, og vil bli jobba med ut 2019 og i begynnelsen av 2020.

17. Kostnadsoverslag

Tittel	SUM
Kjølerom	25.000.-
Bil/henger til leveringer	60.000.-
Kasser til oppbevaring av potet og gulrot om vinteren.	10.000.-
Flasker til eplemost (200 stk. x40)	8000.-
Brennjern/Emner til svijern	Brennjern 3350.- Emne 1490.-
Utgifter til kurvbygging (3,3m per stk. x 14kr/m 200 kurver)	9240.-
Personalkostnader (250.- x 50 t)	12 500.-
Totalt	129 580.-

18. Finansieringsplan

Tittel	SUM
Tilskudd fra Kraftfondet	40 000.-
Egenkapital	77 080.-
Eget arbeid (250.- x 50t)	12 500.-
Totalt	129 580.-

19. Vedlegg

* Vi påpeker at dette er et nyoppstartet selskap som ble registrert 11.04.19 så vi har ikke mulighet til å legge ved årsregnskap, årsmelding eller revisjonsmelding.

Vedlegg 1

Vedlegg 1: Driftsbudsjett