

Creare consapevolezza attraverso i tour aziendali

Tipo di Allevamento: Riproduzione /Ingrasso

Paese di origine: Olanda



L'obiettivo dell'azienda è che l'utente finale acquisti direttamente dal produttore un pezzo di carne gustoso che soddisfi e addirittura superi le sue aspettative. I gestori di questa attività hanno costruito il loro marchio in quest'ottica.



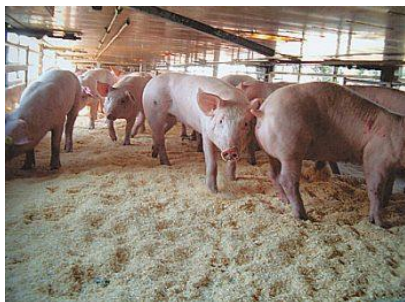
Questo viene promosso attraverso l'organizzazione di open day e tour a piedi e in bicicletta. Ciò permette ai consumatori di vedere e capire che gli allevatori si prendono cura dei loro animali con passione ed esperienza in modo onesto e affidabile.

La soluzione – La migliore Pratica

A tal fine, l'azienda Berkhout ha investito in: sviluppo di un marchio riconoscibile sul packaging e nel marketing, creando punti vendita in azienda e nei dintorni, sale riunioni e punti per l'osservazione dei suini (sky boxes) che permettono di visitare l'azienda mantenendo la biosicurezza. I costi complessivi sono stati di oltre 350.000 euro negli ultimi 6 anni. L'obiettivo finale era proprio quello di rendere i consumatori curiosi per il settore suinicolo e, soprattutto, per il suino Berkhout. La collaborazione con Puur Brabant assicura che la carne di Berkhout abbia una storia unica e sia in vendita nei negozi locali. C'è molta ignoranza sul settore della carne suina e quindi molte persone si formano una propria opinione in merito. Le visite alle fattorie e un approccio più aperto offrono un'enorme opportunità per promuovere positivamente il settore con la sua storia. Gli allevatori Berkhout sono orgogliosi di ciò che fanno e sono felici di mostrarlo ai consumatori!

Punti da considerare ed informazioni aggiuntive

Le varie fasi delle visite aziendali sono state studiate attentamente per garantire un'adeguata biosicurezza per gli animali, il personale ed i visitatori. Ciò include le caratteristiche di progettazione dei tour a piedi e in bicicletta, nonché l'uso di sky box per la visione dei suini senza contatto con il pubblico. La compensazione dei costi avviene attraverso l'aumento delle vendite e del valore percepito del prodotto da parte dei consumatori, ma anche con la diversificazione dell'offerta di tour a pagamento (es. a piedi, in bicicletta) per fornire un reddito che copra il costo delle infrastrutture e della manodopera necessarie. Il vantaggio evidente di questa miglior pratica è che l'industria suinicola può comunicare la propria storia invece che gli elementi negativi spesso percepiti dalla società.



Analisi Costi/Benefici

Costi:

Costo di attuazione delle modifiche:

Circa 60.000 euro all'anno

Spesa totale: 350.000 euro in 6 anni

Vantaggi:

Reddito da tour:

- Open day: ingresso gratuito
- Tour aziendale: 15 €/adulto o 7,5 €/bambino fino a 14 anni
- Escursione a piedi 7,50 €/adulto o 5 €/bambino fino a 14 anni
- Giro in bicicletta 27,5 €/adulto o 15 €/bambino fino a 14 anni

Nuovi punti vendita a prezzi più alti

Aumento dei ricavi previsto: 15%
Fatturato annuo dovuto alla vendita di carne suina extra: quasi 70.000 €

Ulteriori ricerche e collegamenti ai progetti
<https://eupig.eu/>
Link per il report tecnico
[Video Open Weekend 2019](#)
Contatto RPIG (Netherlands):
Jos Peerlings

