Warianty franczyzy w RDLP dla sklepów Dobre z Lasu

Marzec 2021
przygotował Zespół Marketingu i Rozwoju
w Centrum Informacyjnym Lasów Państwowych

DOBRE Z LASU

Warianty franczyzy Dobre z Lasu

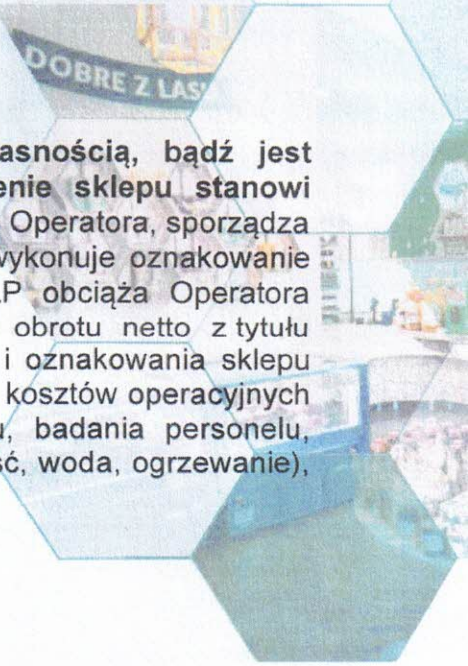
We wszystkich wariantach założono, że sklep Dobre z Lasu zarządzany jest przez niezależnego Operatora, prowadzącego działalność gospodarczą na swój koszt i ryzyko, na podstawie umowy zawartej pomiędzy Operatorem i RDLP. Operatora wyłania RDLP w drodze konkursu. Wszystkie działania promocyjne i marketingowe, bez względu na wybór wariantu nadzorowane są przez Centrum Informacyjne Lasów Państwowych.

Wariant 1.

Lokal przeznaczony na sklep Dobre z Lasu i wyposażenie jest własnością RDLP. RDLP wynajmuje sklep wraz z wyposażeniem Operatorowi za wynegocjowaną kwotę. Szacunkowy koszt przedstawiony w załączniku 1. zawiera wyposażenie sklepu Dobre z Lasu w Warszawie, zajmujący powierzchnię całkowitą 85 m2. W zależności od wielkości lokalu koszt wyposażenia ulega zmianie, precyzyjnie można go określić po powstaniu projektu architektonicznego i technologicznego. Koszty oznakowania zewnętrznego i wewnętrznego sklepu również zależą od jego wielkości (warszawski sklep ma dwie duże witryny). Sklep w Warszawie pracuje częściowo w trybie samoobsługowym a częściowo „przez ladę" (wędliny i przetwory mięsne).

Całość kosztów operacyjnych związanych z prowadzeniem sklepu ponosi Operator: zakup produktów, zatrudnienie personelu, badania personelu, opłata za czynsz najmu i wyposażenie, środki czystości, media (elektryczność, woda, ogrzewanie), wywóz śmieci itp.

Produkty wprowadzane do obrotu w sklepie DzL muszą być zaakceptowane przez CILP i zgodne z ofertą Dobre z Lasu na stronie internetowej www.dobrezlasu.pl. Operator ma prawo dokonywać zakupów wyłącznie u producentów zaakceptowanych przez CILP. Osoba nadzorująca funkcjonowanie sklepu musi mieć wgląd w raporty sprzedaży sklepu celem weryfikacji obrotu i odpisu procentowego.



Wariant 2.

Lokal przeznaczony na sklep Dobre z Lasu jest własnością, bądź jest zarządzany przez niezależnego Operatora a wyposażenie sklepu stanowi własność RDLP. W wariancie 2. RDLP wybiera niezależnego Operatora, sporządza projekt architektoniczny i technologiczny, wyposaża sklep, wykonuje oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne. Za wynajem wyposażenia RDLP obciąża Operatora miesięczną opłatą. Operator płaci miesięczny procent od obrotu netto z tytułu wykorzystywania marki Dobre z Lasu. Koszty wyposażenia i oznakowania sklepu zależą od jego wielkości. Podobnie jak w wariancie 1. całość kosztów operacyjnych ponosi Operator (zakup produktów, zatrudnienie personelu, badania personelu, opłata za czynsz najmu, środki czystości, media (elektryczność, woda, ogrzewanie),

wywóz śmieci itp.) W wariancie 2. należy wyłonić Operatora z lokalem w możliwie najlepszym punkcie handlowym, charakteryzującym się dużym ruchem pieszych i z możliwością zaparkowania samochodu.

Produkty wprowadzane do obrotu w sklepie DzL muszą być zaakceptowane przez CILP i zgodne z ofertą Dobre z Lasu na stronie internetowej www.dobrezlasu.pl. Operator ma prawo dokonywać zakupów wyłącznie u producentów zaakceptowanych przez CILP. Osoba nadzorująca funkcjonowanie sklepu musi mieć wgląd w raporty sprzedaży sklepu celem weryfikacji obrotu i odpisu procentowego.

Wariant 3.

Lokal i wyposażenie sklepu Dobre z Lasu jest własnością lub jest zarządzane przez Operatora.

RDLP dokonuje wyboru Operatora i lokalizacji sklepu. Podobnie jak w wariancie 2., należy znaleźć Operatora z lokalem w możliwie najlepszym punkcie handlowym, charakteryzującym się dużym ruchem pieszych i z możliwością zaparkowania samochodu. RDLP wykonuje oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne i nadzoruje funkcjonowanie sklepu. Operator odprowadza miesięczną opłatę za używanie znaku towarowego Dobre z Lasu (% od obrotu netto).

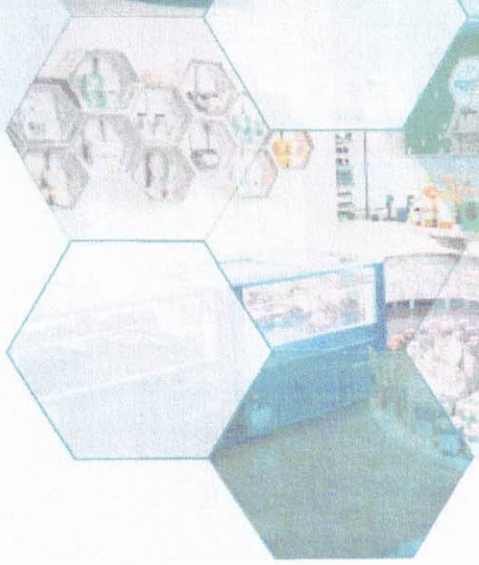
Produkty wprowadzane do obrotu w sklepie DzL muszą być zaakceptowane przez CILP i zgodne z ofertą Dobre z Lasu na stronie internetowej www.dobrezlasu.pl. Operator ma prawo dokonywać zakupów wyłącznie u producentów zaakceptowanych przez CILP. Osoba nadzorująca funkcjonowanie sklepu musi mieć wgląd w raporty sprzedaży sklepu, celem weryfikacji obrotu i odpisu procentowego.

Wariant 4.

Uruchomienie Punktu Promocyjnego Dobre z Lasu

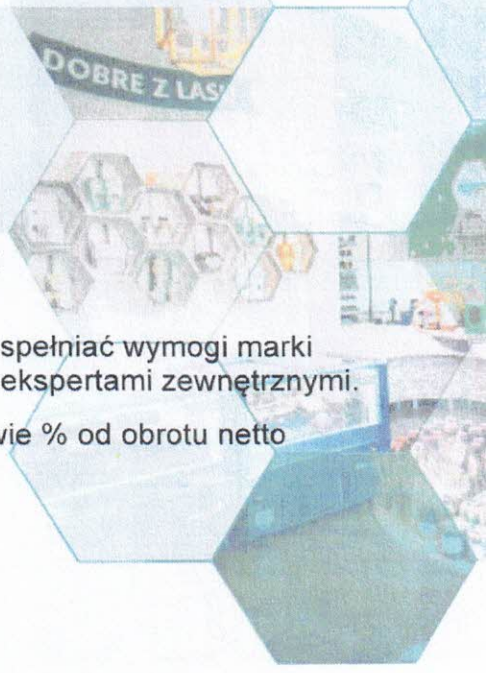
Wariant ten stwarza możliwość utworzenia sekcji Dobre z Lasu w funkcjonującym punkcie handlowym lub gastronomicznym na terenie RDLP. RDLP wykonuje oznakowanie zewnętrznej i wewnętrznej części sklepu oraz zapewnia wyposażenie sekcji Dobre z Lasu w regały i lodówkę.

Właściciel sklepu jest zobowiązany do zakupu produktów pochodzenia leśnego wyłącznie w sklepie Dobre z Lasu lub poprzez www.dobrezlasu.pl lub w innym funkcjonującym już sklepie Dobre z Lasu.



Wsparcie franczyzodawcy (RDLP)

1. Oddanie przez RDLP do użytku wyposażonego sklepu Dobre z Lasu zgodnie z HACCP.
2. Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne sklepu.
3. Architektoniczny projekt aranżacji sklepu.
4. Projekt technologiczny.
5. Wsparcie marketingowe obejmujące:
    a) Wsparcie promocyjne przy uruchomieniu sklepu (samplingi, lokalne radio),
    b) materiały promocyjne,
    c) materiały edukacyjne,
    d) ulotki,
    e) konkursy dla klientów,
    f) zakładka na stronie www.dobrezlasu.pl ,
    g) Facebook, Instagram,
    h) udostępnienie sklepu internetowego (przekierowanie do rejonu RDLP),
    i) realizacja zamówień dla Jednostek RDLP.
6. Okresowe szkolenia pracowników.
7. Specjalne ceny zakupu u producentów zakwalifikowanych jako Dobre z Lasu.

Wymagania franczyzodawcy:

1. Dysponowanie przez franczyzobiorcę lokalem handlowym o powierzchni 55 - 100 m2
2. Parking lub miejsca parkingowe, w tym dla osób niepełnosprawnych
3. Min. 12 miesięczne doświadczenie w prowadzeniu stacjonarnego sklepu spożywczego
4. Prowadzenie sprzedaży następujących grup towarowych:
    j) Wędliny z dziczyzny (świeże i pakowane);
    k) Mięso z dziczyzny;
    l) Przetwory mięsne;
    m) Przetwory inne;
    n) Miody;
    o) Soki;
    p) Grzyby (suszone i marynowane);
    q) Herbaty;
    r) Zioła;
    s) Owoce runa leśnego;
    t) Produkty uzupełniające pochodzenia leśnego;
    u) Ryby.
5. Wszystkie produkty wprowadzone do sprzedaży muszą spełniać wymogi marki Dobre z Lasu opracowane przez CILP we współpracy z ekspertami zewnętrznymi.
6. Franczyzobiorca wpłaca miesięcznie określony w umowie % od obrotu netto przeznaczony na fundusz marketingowy.