







Ons verhaal

- Plukboerderij
- Overschot
- Eigen frustratie - gezond eten
- Groot draagvlak – iedereen mee
- Gat in de markt



Eerste oefening

Conclusie: minimaal 1.000 maaltijden per dag produceren

Onze ambitie

- Gamechanger
- Een lekker, gezond en haalbaar alternatief bieden voor traditionele thuis catering voor gezinnen met tijdsgebrek
- De voedselketen verduurzamen
- Voedselverspilling tegengaan
- Een werkplaats creëren voor de kwetsbaren op de arbeidsmarkt
- Werkbaar werk







Grondstoffen

- Bioboeren & CSA-boeren.
Lokaal waar mogelijk, Fair trade indien van verder en altijd bio
- Seizoensgebonden
- Met een verhaal én gezicht
- Partnerships rond gebruik overschotten en optimale planning

Productie

- Met partner Sense
- Team met afstand tot de arbeidsmarkt
- Inhoudelijk betrekken bij recepten

- Eerst bij partner (gebruik onbenutte capaciteit)
- Later op eigen lokatie



Ons aanbod



Ons product

- Dagverse maaltijden op 3 dagen van het veld op je bord
- 2 opties: kindvriendelijk & gewaagd
- Telkens één vegetarische optie
- In samenwerking met de 'crowd' en gekende chefs
- +/- 50% seizoensgebonden groenten
- Ruime porties voor kind, volwassene, koppel of gezin
- Soep

Wat schaft de pot?

Kindvriendelijk

- Lasagne (veggie/vlees)
- Balletjes in tomatensaus met pasta
- Gebakken rijst met tofu en groenten
- ...

Gewaagd:

- Groene curry met groenten en kip
- Kikkererwtstiffado
- Pompoen en zonnebloempit risotto
- Rundsrendang
- Parelgort met kip en paprika en look
- ...

Seizoenssoep (broccoli, courgette, tomaten, pompoen...)





Bestelling

- Online via bestelplatform of app
- In lidmaatschapsformule voor vaste dagen
- Planning wel wijzigbaar
- Ruim op tijd maaltijdkeuze doorgeven (ivm oogst)
- Betaling bij bestelling of domiciliëring

Prijs

- 9,5 euro voor een volwassene portie (550 gr)
- 7,5 euro voor een kinderportie (350 gr)
- Gezinsporties aan nog voordeligere prijs
- 4 euro per liter voor soep



Levering

- Op kantoor: gratis bij voldoende leveringen in een keer
- In afhaalpunt (per wijk): gratis
- Thuis: mits bijbetaling
- Duurzame levering bij voorkeur via Bubble Post
- Zonder omweg of extra verplaatsing voor de klant
- Regio Antwerpen in fase 1, en dan zo snel als mogelijk stad per stad uitrollen over heel Vlaanderen





Consumptie & verpakking

- Duurzame verpakking indien mogelijk
- Compact geleverd
- Kant-en-klaar: dus enkel opwarmen



De planning

De planning



Wanneer	Wat	Wat	Wat
Oktober 2016	Marktonderzoek	Investeerders zoeken	Bedrijfsklanten zoeken
November – 16 december 2016	Crowdfundingsactie reward based	Investeerders zoeken	Bedrijfsklanten zoeken
15 december 2016	Beslissing oprichting CVBA en statuten		
1 januari 2017	Oprichting CVBA Dagvers		
Jan – feb – maa 2017	Opzetten bedrijfsorganisatie Dagvers – financiële crowdfunding		
April - mei	Soft launch naar klanten via crowdfundingactie reward based & testen en debuggen customer journey		
Mei – juni 2017	Launch naar groot publiek		



Marktonderzoek 1

- Literatuurstudie
- Gesprekken met consumenten
- Studie concurrenten of alternatieven
- Testing concurrenten

+ afgetoetst bij kinderen

Marktonderzoek 1

Conclusie:

- Mensen zijn bezig met gezond eten (in theorie of praktijk)
- De consument heeft geleerd eten online en op voorhand te bestellen.
- Betalen voor levering is niet ongewoon meer.
- Er zijn wel wat aanbieders op de markt, maar niemand richt zich specifiek tot kinderen en ze zijn allemaal high-end en te duur voor gezinnen.
- Het gebruiksgemak van het online platform en de back-end en customer service is een 'maker' of 'breaker'.



On-line bevraging

Scoop

- 400 respondenten (en on going)
- Vooral vrouwen (72 %)
- Hoger opgeleid
- Grootste groep tussen 35 en 50 jaar (gemiddelde leeftijd 42)
- Gemiddeld 2 schoolgaande kinderen



On-line bevraging

Scoop

- Organisch bereik via social media
- 67% uit Provincie Antwerpen, 12 % Leuven en Limburg, 11% Oost-Vlaanderen
- Via Monkey Survey



On-line bevraging: conclusies

- 28 % heeft 3 keer in de week problemen met een gezonde maaltijd op tafel te krijgen, 23 % 2 keer en 15 % 4 keer. samen is dit 66 % die tussen de 2 à 4 keer in de week problemen heeft met iets gezonds op tafel te toveren. 5, 6 en 7 keer per week is zelfs voor 13 % een uitdaging!
- 26% van de respondenten heeft iemand in het gezin met een voedselallergie of intolerantie
- 88 % eet af en toe tot regelmatig duurzaam (lokaal, bio, fairtrade seizoensgebonden)



On-line bevraging: conclusies

- 57 % van de respondenten eet 1 tot 3 keer per week take out of aan huis geleverd eten.
- 27 % eet een of meerdere keren (max 3) per week een kant-en-klaar maaltijd uit de supermarkt
- 7,5 % eet 1 tot 4 keer per week een maaltijdbox
- 29% kookt 5 keer in de week zelf
- 60% eet altijd samen, 32 % meestal en 8 % nooit.



On-line bevraging: conclusies

- Bij tijdnood is staat gezondheid voorop, dan snelheid en dan dat het lekker is.
- Favoriete gerecht van de meeste kinderen is pasta en pizza. Kip met appelmoes en traditionele gerechten met witte saus doen het ook goed. En frietjes.
- Spruiten en witloof staan dan weer helemaal niet bovenaan het lekker lijstje.
- Een biolabel is voor 37 % belangrijk, voor 56 % moet het gewoon gezond zijn, en bijna 6 % is daar niet mee bezig.
- Meer dan 50% heeft nog nooit gehoord van het feit dat er gassen worden gebruikt om voeding langer te laten bewaren.
- 60% wil extra betalen om thuis geleverd te krijgen



Crowdfunding reward based

Crowdfunding

- Financiële bijdrage tussen 5 en 1200 euro
- In ruil voor rewards
- Platform: Ulule
www.ulule.com/dagvers
- Nog tot 16 december
- Reeds 46 % of 4645 euro opgehaald van het minimale doelbedrag
- Geen limiet op op te halen bedrag



Waar gebruiken we het geld voor?

1.  Ontwikkeling van een gebruiksvriendelijk online bestelplatform.
2.  Aankoop van frigo's, zodat je als klant de maaltijden gekoeld kunt ophalen in onze afhaalpunten.
3.  Ontwikkeling en het testen van recepten.
4.  opstart van de productie, zodat je de eerste.

Rewards

<p>Onze eeuwige dank in de vorm van een leuke postkaart</p> 	<p>Vermelding op onze wall-of-fame</p> 
<p>Een aandenken in de vorm van een papieren servet 'Dagvers-style'</p> 	<p>Een gepersonaliseerde soepkom</p> 
<p>Een of meerdere proefmaaltijden voor jezelf, je gezin of je bedrijf</p> 	<p>Een of meerder uitnodigingen op lanceringsfeest /BBQ</p> 



Dagvers is te vinden op 

- www.dagvers.org
- <https://www.facebook.com/dagvers/>
- <https://www.facebook.com/events/1026677094127779/>
- https://twitter.com/Dagvers_Org
- <https://www.linkedin.com/company/dagvers>
- <https://www.youtube.com/channel/UCRSbWZKs5hrlqAockE4Xudg>

Crowdfunding op:
www.ulule.com/dagvers

Enquête nog in te vullen op:
<https://nl.surveymonkey.com/r/5RW52K6>



Bedankt voor uw aandacht

Dagvers
www.dagvers.org
inge@dagvers.org
+32 476 83 87 88

Met de steun van  **STAD ANTWERPEN**
