

Smart bagare i smart bageri



Föreläsare: **Sébastien Boudet**

Sébastien Boudet gick ut hårt med att förklara att i Frankrike ansågs bagare vara ett yrke för idioter. Ett synsätt som har ändrat sig väldigt mycket de senare åren. Hans målsättning med att välja bagaryrket var att förändra denna attityd. ”Med bröd når man alla, bröd är ett universellt språk”.

Sébastien kom till Sverige 2002. Hans första egna bageri i Sverige var en källarlokal där han producerade bröd till kockar och restauranger i Stockholm. Till slut ledsnade han på att inte få möta sina kunder och på att det var kockarna och restaurangerna som var frontfigurerna för hans bröd. Det bästa som finns med bageryrket, enligt Sébastien, är när bagaren får stå i butik och på plats få erkännande för sitt bröd, beröm och konstruktiv kritik och kanske även en kram.

Från att ha jobbat som de flesta bagare gör, det vill säga med tidiga mornar och enbart jobb i bageriet, har han ändrat sitt arbetssätt till att börja 05.00 istället för 01.00, samt att han hinner öppna butiken runt klockan 07.00. Sébastien har byggt bageriet så att han kan jobba långsamt men effektivt. Eftersom hans degar jäser 35-45 timmar är det inte samma tidsstress. Detta har han uppnått genom att ha kylar som

är både lite kallare och lite varmare, beroende på om han vill skynda på degen eller bromsa den. På den elektriska ugnen finns en timer som gör det möjligt att ha ugnen varm när han kommer till bageriet. Det gör även att han kan använda ugnsvärmen till att hjälpa degen om så behövs.

Ytterligare en sak som Sébastien lyfter fram i bageryrket är relationen mellan brödet och råvarorna. Det är viktigt att förstå vilken funktion som råvarorna har. Vad gör sockret? Vilken funktion har äggen? Varför ska jag välja dessa ägg istället för de här äggen? Vilken råvara passar bäst till den produkt jag vill skapa? Hur ska produkten smaka, kännas, lukta? Hur når jag dit? Hur ska jag behandla råvarorna för att kunna nå dit? Det är av yttersta vikt att förstå råvarornas inflytande på den slutgiltiga produkten och vikten av att välja rätt råvaror till rätt slutprodukt.

Kan denna kunskap och förståelse föras över till konsumenterna skapar detta ett intimt förtroende mellan bagare och kunden och därigenom kan bagaren även försvara en merkostnad för sitt hantverk samt även ge kunden insyn i verksamheten.

SEMINARIUM

TEXT: Daniel Hedin

CROWD FUNDING OCH ALTERNATIVA MARKNADSSTRATEGIER

Föreläsare: **Kristoffer Franzén** och **Jörgen Andersson**

Crowd funding, eller folkfinansiering är ett sätt att via allmänhetens eller bygdens intresse finansiera affärsidéer. Idag kan det vara svårt att få banklån för att pröva en ny affärsidé utan startkapital. Crowd funding kan vara vägen till ett startkapital som öppnar upp för ytterligare finansiering via banklån.

Kristoffer Franzén som driver Franzéns Charkuterier har finansierat delar av sin charkproduktionslokal via Crowd funding. Han tycker att crowd funding inte bara handlar om finansiering, det handlar också om att få veta vilka som är intresserade av din affärsidé. Det ger möjlighet knyta kontakter med viktiga kunder och intressenter som kan hjälpa dig med sådant du själv inte är så duktig på.

Kristoffers affärsidé genomsyras av genomskinlighet. Hela produktionen från djurhållning till färdig produkt ska vara öppen för insyn. För den intresserade är det också lätt att följa företaget via sociala media. När Kristoffer gick ut med sitt erbjudande om att vara med på finansiering av charkproduktionslokalen valde han att skicka ut ett pressmeddelande via webbtjänsten Mynewsdesk. Det gav bra gensvar och plockades upp av lokala media. Kristoffer har även använt sig av en crowdfunding-plattformen FundedByMe Han ser sina välgörare som investerare eftersom han utlovar att återgålda gåvorna med som han

skriver på sin webbplats ”allt från gris-kel till korb, smakprover och charkuterikorgar”.

Den här typen av folkfinansiering är ett relativt nytt fenomen och det finns inga tydliga regler hur investerarnas bidrag ska redovisas. Enligt plattformen FundedByMe är det upp till företagaren att reda ut hur intäkterna ska redovisas.

INVESTERA I LOKALKAPITALBOLAG

Jörgen Andersson, ordförande för Åre lokalkapitalbolag, presenterar andra modeller för crowd funding. Där Kristoffer valt att kalla dem investerare skulle man i stället kunna välja att göra dem till delägare. Ett exempel på en sådan lösning är Fjällbete i Åredalen Ekonomisk Förening. Den delägarlösning som Fjällbete valt passar inte alla företag och affärsidéer, men då finns en helt ny modell av crowd funding som utgår från ett lokalkapitalbolag. Lokalkapitalbolaget är uppbyggt så att intressenter kan välja att finansiera ett företag genom att investera i lokalkapitalbolaget som i sin tur investerar pengarna i valt företag. Med ett lokalkapitalbolag som finansiell mellanhand får ett företag en delägare trots många investerare. Modellen med lokalkapitalbolag är ny och mer information finns på webbplatsen för Nordic Lokalkapital

SEMINARIUM

TEXT: Magnus Lanner

Läs mer om Crowd Funding på:
franzenscharkuterier.se
nordiclokalkapital.se
fundedbyme.com
kickstarter.com
fjallbete.se