

Academiejaar 2019-2020

UNIVERSITEIT ANTWERPEN

FACULTEIT BEDRIJFSWETENSCHAPPEN EN ECONOMIE

EINDRAPPORT - BUSINESSPLAN VZW FAIRFOX

Célestine De Herdt 20140987

Anse Mertens 20141463

Ruben Reudink 20143200

Inhoudsopgave

Lijst met tabellen	3
Lijst met afbeeldingen	3
1. Introductie Fairfax.....	4
2. Probleemschets	5
3. Gewenste doelstellingen	5
4. Scope	5
5. Methodologie.....	6
5.1 Afbakening onderzoek	6
5.2 Afweging mogelijkheden	6
5.3 Praktijkgericht onderzoek	7
5.4 Opstellen businessplan.....	7
6. Resultaten Businessplan o.b.v. kosten- en opbrengstenanalyse.....	8
6.1 Producten.....	8
6.2 Leveranciers	9
6.2.1 Grondstoffen	9
6.2.2 Verpakking.....	12
6.3 Dagcentra	17
6.3.1 Kostprijs productie.....	18
6.4 Verkooppunten	20
6.5 Bepaling verkoopprijs.....	21
7. Aanbevelingen en conclusies	24
8. Bijlagen	25
8.1 Bijlage 1 - Voorbeeld van een zelfgemaakte verpakking	25
8.2 Bijlage 2 - Voorbeeld van een aan te kopen verpakking	26
8.3 Bijlage 3 - Voorbeeld van een eenvoudige verpakking	26
8.4 Bijlage 4 - Potentiële partner-dagcentra eerste en volgende fase(n)	27
8.5 Bijlage 5 - Potentiële partner-verkooppunten eerste en volgende fase(n).....	27
8.6 Bijlage 6 - Folder (opstart samenwerking met dagcentra)	28
8.7 Bijlage 7 - Folder (opstart samenwerking verkooppunten).....	30
8.8 Bijlage 8 – Projectfiche.....	32
8.9 Bijlage 9 – Minutes of Meeting	37
8.9.1 Minutes of Meeting 1 (06/12/2019).....	37
8.9.2 Minutes of Meeting 2 (28/02/2020).....	39

8.10	<i>Bijlage 10 – Logboek</i>	41
8.11	<i>Bijlage 11 – Abstract</i>	42
8.12	<i>Bijlage 12 – Poster</i>	44

Lijst met tabellen

Tabel 1 - Vergelijking van verschillende leveranciers voor grondstoffen	12
Tabel 2 - Vergelijking van verschillende verpakkingsvormen	16
Tabel 3 - Overzicht van verschillende formules voor dagcentra	18
Tabel 4 - Overzicht kosten per verpakkingsgrootte en -wijze	22
Tabel 5 - Overzicht winsten per verpakkingsgrootte	23

Lijst met afbeeldingen

Afbeelding 1 - Voorbeeld van het eindresultaat van de testworkshop	25
Afbeelding 2 - 'Two Piece Product Box' van Packhelp	26
Afbeelding 3 - 'Zakje Papier Kraft 20 cm x 12 cm' van AVA	26
Afbeelding 4 - Grafische voorstelling van potentiële partner-dagcentra	27
Afbeelding 5 - Grafische voorstelling van potentiële partner-verkooppunten	27

1. Introductie Fairfox

Fairfox is een vereniging zonder winstoogmerk, opgericht in 2017 door Inès Formesyn. De organisatie is ontstaan vanuit de leeronderneming Foxbox aan de Reynaertsschool voor Buitengewoon Secundair Onderwijs, waar Inès eveneens lesgeeft. Zij merkte dat er een creatieve bezigheid ontbrak bij haar studenten. Ook als moeder met kinderen in het gewoon onderwijs vond zij het creatieve aanbod eerder beperkt. Met Fairfox wil ze mensen met een (verstandelijke) beperking zinvol en creatief werk aanbieden aan de hand van workshops. Zo kunnen zij streven naar een grotere zichtbaarheid en een volwaardig burgerschap.

Sinds 2017 maakt Fairfox, in samenwerking met Foxbox aan de Reynaertsschool, seizoensgebonden decoratiestukken die verkocht en/of verhuurd worden. Bij het vervaardigen van deze creaties wordt bijzondere aandacht geschonken aan milieu en circulaire economie, alsook het creëren van een positief zelfbeeld en werkhouding voor de studenten.

Daarnaast organiseert Fairfox workshops en kampjes waarbij onder andere aam (seizoensgebonden) decoratiestukken gewerkt wordt. Onder professionele begeleiding kunnen kinderen met een beperking zich op een originele en creatieve manier uitleven.

Fairfox werkt al enkele jaren erg goed, voornamelijk in eigen omgeving. Inès zou echter graag met de organisatie verder willen groeien. Het doel van de organisatie blijft de voorwaardige ontplooiing van de individuen uit de doelgroep, en hun vaardigheden ondersteunen en versterken met respect voor eenieders eigenheid, talenten en capaciteiten. Inès zet zich momenteel voornamelijk in voor kinderen vanaf 7 jaar. In de toekomst zou zij met Fairfox bruggen willen bouwen tussen de sociale en reguliere economie. Ze wil met Fairfox activiteiten organiseren en/of ondersteunen die leiden tot een positief zelfbeeld en werkhouding van de deelnemers.

Bovendien zou Inès graag willen inspelen op de online marketing en het creëren van meer zichtbaarheid binnen de maatschappij voor zowel de doelgroep als hun creaties. Dit probeert ze na te streven op sociale media zoals Facebook en Instagram.

Het ultieme doel van Fairfox is het organiseren van crea-workshops in verschillende dagcentra, alsook de gemaakte producten verkopen in de verkooppunten van partners. Dit alles rekening houdend met de participanten, hun talenten en capaciteiten.

Om dit doel te bereiken dient nagegaan te worden welke materialen en grondstoffen er nodig zijn voor de organisatie van dergelijke workshops. Daarnaast wordt er verwacht een voorstel van mogelijke dagcentra alsook verkooppunten te maken.

2. Probleemschets

Fairfox is een VZW, opgericht door Inès Formesyn, een leerkracht in het bijzonder onderwijs. In de bestaande vorm, organiseert Fairfox workshops en kampjes voor kinderen met een mentale beperking. Momenteel beperkt Fairfox zich enkel tot de doelgroep van minderjarigen. Echter, Een veel voorkomend probleem bij meerderjarigen met een mentale beperking is het feit dat ze zich uitgesloten voelen uit de maatschappij. Wanneer deze kinderen afstuderen van het secundair onderwijs, komen zij doorgaans in dagcentra terecht. Hier houdt men zich bezig en leert men dingen bij, maar veel latente functies die arbeid kan bieden, blijven uit. Het doel is om steeds meer mensen met een beperking een 'echte job' te geven, waarbij ze niet enkel een financiële bijdrage verdienen maar waarin ze zich ook nuttig en zinvol voelen. Een job geeft betekenis en structuur, iets wat vandaag de dag nog vaak gemist wordt bij dergelijke jongeren. VZW Fairfox wil hier verandering in brengen door een specifiek concept uit te werken waar dat deze mensen te werk kunnen gaan en hiervoor financiële vergoeding krijgen.

3. Gewenste doelstellingen

De beoogde realisatie van Fairfox is om de vzw uit te breiden naar een concept waar ze een aantal producten verkopen in lokale verkooppunten die gemaakt worden door mensen met een mentale beperking in verschillende dagcentra. Hiervoor krijgen ze dan een vaste financiële bijdrage zodat deze personen kunnen groeien en meewerken aan de uitbouw van een organisatie die steeds meer mensen met een mentale beperking wil betrekken.

Het is dus aan ons om een concreet voorstel te geven voor zulk een realiseerbaar lange termijn- project waarbij we een businessplan opstellen met de mogelijkheden en financiële gegevens.

Het businessplan werd ontwikkeld in nauwe samenwerking met Inès Formesyn. De bedoeling is om hiermee een concreet, realistisch voorstel te geven dat een eerste aanzet biedt ter realisatie van een project dat zich uitstrekt op veel langere en bredere termijn. Het uiteindelijke doel van de vzw Fairfox bestaat erin mensen met een beperking, uit verschillende dagcentra, te werk te stellen. De bedoeling is dat in de dagcentra, de jongeren zelf producten (van Fairfox) maken. Dit kan gebeuren op een creatieve en persoonlijke manier, maar onder begeleiding en met de nodige hulp. De producten zullen vervolgens verkocht worden op verschillende locaties.

In dit businessplan werken we dus een zeer concreet en gedetailleerd concept uit, met als hoofddoel het feit dat Fairfox aan de slag kan als kleine start-up. We trachten hieronder zowel financiële en andere gegevens, evenals praktijkervaring in rekening te brengen. We maken abstracties en beperken ons tot het maken van één specifiek product, omdat dit businessplan louter als aanzet fungeert. Vanuit de bestaande manier van werken zouden uitbreidingen vlot mogelijk zijn. Dit proberen we ook aan te halen, om deze zoveel mogelijk te faciliteren.

4. Scope

De scope van het onderzoek beperkt zich in de beginfase tot een redelijk lokaal niveau. Door de beperkte mogelijkheden van VZW Fairfox en het feit dat de opstart mogelijk dient te zijn, beperken we ons tot het onderzoeken van de mogelijkheden in de regio Gent/Oostakker. Hierbij dienen we dus meer specifiek in detail te werk te gaan in plaats van een businessplan voor een ganse Belgische markt uit te schrijven.

5. Methodologie

5.1 Afbakening onderzoek

De eerste fase bestaat erin na te gaan wat we gaan onderzoeken en hoe verregaand dit dient te zijn. Dit is nodig om eerst goed te kunnen inschatten wat verwacht wordt om op het einde mogelijke teleurstellingen te vermijden. Hiervoor zijn we uitvoerig in gesprek gegaan met Inès Formesyn en proberen te achterhalen wat zij effectief van het project verwacht. De minutes of meeting hiervan zijn terug te vinden in 8.9 Bijlage 9 – Minutes of Meeting. Hierbij werd na verloop van tijd steeds duidelijker dat ze het project veel beperkter en “lokaler” zag. Dit aangezien ze in het verleden reeds vele theoretische projectvoorstellen had gekregen die te grootschalig waren en dus uiteindelijk absoluut niet realiseerbaar in de praktijk. Ons onderzoek beperkt ons dus tot de woonregio van mevrouw Formesyn, namelijk Gent/Oostakker. Het is dus de bedoeling het onderzoek specifiek op deze locatie uit te voeren en bijvoorbeeld niet over heel Vlaanderen of België.

5.2 Afweging mogelijkheden

Vervolgens dienen we te bepalen wat de mogelijkheden zijn. Ten eerste dienen we te bepalen welk business model mogelijk en haalbaar is voor deze specifieke situatie. Hiervoor hebben we weer beroep gedaan op gesprekken met mevrouw Formesyn die steeds duidelijker maakten wat haar vereisten en mogelijkheden waren. Hieruit bleek dat ze een gelijkaardig concept als de vzw “Mooi door mij” uit Nederland wou oprichten. Deze organisatie laat tal van uiteenlopende producten maken door mensen met een mentale beperking uit verschillende dagcentra die dan vervolgens online en op vele verkooppunten in Nederland en België (beperkt) verkocht worden. Uit de gesprekken zijn wij, en evenals mevrouw Formesyn, tot de conclusie gekomen dat een exacte overname en het meteen opstarten van zulk groot project niet mogelijk is. Echter is het beter om te starten met 1 type product, en 1 dagcentrum, dat dan wel op verschillende locaties verkocht kan worden. Dit wel zoals voorheen aangehaald allemaal binnen de beperkte omgeving van Gent/Oostakker.

Hierna dienen we te bepalen welk specifiek product we zullen verkopen. Opnieuw na gezamenlijk overleg zijn we gekomen tot handgemaakte **zeepjes** als beginproduct. Dit om volgende redenen:

- Eenvoudig te maken
- Vereist een beperkt aantal handelingen
- Hebben eenvoudig de mogelijk een persoonlijke touch aan te geven
- Elk zeepje is uniek
- Handgemaakt en biologisch
- Relatief goedkoop product
- Relatief goedkope grondstoffen
- Voldoende grote marge

De zeepjes zullen dus gemaakt worden in 1 dagcentrum waarvoor we alle mogelijke benodigdheden aanleveren.

5.3 *Praktijkgericht onderzoek*

Omdat we tot die tijd enkel over theoretische kennis beschikten hebben we besloten meer praktijkgericht te werk te gaan. Dit omdat de praktijk bij mensen met een mentale beperking vaak zeer verschillend is van de theorie en we hier geen duidelijk beeld van hadden. Om deze redenen hebben we een effectieve workshop “zeepjes maken” georganiseerd op de school van mevrouw Formesyn. Hierbij hebben we een dag samen met de deze kinderen met een mentale beperking zeepjes gemaakt en verpakt. Hier hebben we dan ook zeer veel praktische kennis opgedaan over wat de mogelijkheden zijn van deze kinderen evenals de benodigdheden en hoeveelheden. Ook hebben we (na toestemming) vele foto's genomen van heel het proces met als doel deze te gebruiken voor het maken van flyers. We maken hierbij 2 soorten flyers, één voor de dagcentra en één voor de verkooppunten. De bedoeling hiervan is deze mee te geven/sturen wanneer we deze personen contacteren en vragen om samen te werken. Dit geeft meteen een veel duidelijker beeld van het concept en idee van Fairfax.

5.4 *Opstellen businessplan*

Het uiteindelijke doel van ons onderzoek bestaat er in een duidelijk en haalbaar businessplan op te stellen voor vzw Fairfax. Hierbij werken we het gehele concept uit zoals voorheen besproken en nemen we alle voorgaande info mee. Bovenop het concrete plan gaan we wel dieper in detail op zoek naar alle mogelijke kosten. We doen met name een kostprijsanalyse van de zeepjes door verschillende leveranciers en mogelijke verpakkingen met elkaar te vergelijken. Zo krijgen wij (en vzw Fairfax) een duidelijker beeld of dit project financieel haalbaar is. Evenals kijken we naar verschillende “concurrenten” om een gemiddelde marktprijs te achterhalen van zulke zeepjes. We stellen dit zo op dat vzw Fairfax meteen met dit haalbaar plan aan de slag kan gaan.

6. Resultaten

Businessplan o.b.v. kosten- en opbrengstenanalyse

In wat volgt wordt een businessplan uitgewerkt op basis van een kosten- en opbrengstenanalyse., rekening houdend met de verschillende stakeholders. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen de leveranciers van grondstoffen en verpakkingen, alsook de dagcentra die de helpen bij het maken van de producten en mogelijke partners waar het eindproduct verkocht kan worden.

6.1 Producten

Zoals eerder vermeld, werd er na onderzoek en gezamenlijk overleg besloten om het project te starten met handgemaakte zeepjes als product. Enkele andere producten werden besproken, zoals bijvoorbeeld kaarsen en bruisballen.

In deze sectie worden de verschillende benodigdheden voor de productie besproken. Om een beter idee te hebben van de nodige materialen en grondstoffen, alsook de haalbaarheid en limieten van het makingsproces, werd in samenwerking met Fairfax en Inès een testworkshop georganiseerd op de Reynaertsschool voor Bijzonder Onderwijs.

De zeepjes worden gemaakt vertrekkend vanuit blokken glycerinezeep die gesmolten worden (au bain-marie) en waar vervolgens diverse geuren en kleurstoffen aan toegevoegd kunnen worden. Nadat deze voldoende vloeibaar is kan men deze in vormpjes gieten en laten stollen.

Aangezien er vele verschillende mogelijke combinaties van geuren en kleuren bestaan, is het aangewezen te kiezen voor een aantal vaste combinaties. Dit werd besloten nadat er tijdens de testworkshop speciale combinaties (bijvoorbeeld blauw met sinaasappelgeur) werden gemaakt. Om een verzorgd, kwalitatief eindproduct te garanderen aan de klanten is het wenselijk om te werken met vaste combinaties. Enkele voorbeelden zijn:

- Wit – Sinaasappelgeur
- Blauw – Lavendelgeur
- Groen – Muntgeur
- ...

Hiermee kan men een vast productgamma creëren dat in de winkel aangeboden kan worden. Na deze te maken dienen de zeepjes ook nog verpakt te worden. Hiervoor heeft men een aantal opties:

- Zelfgemaakte verpakking
- Aangekochte verpakking
- Eenvoudige verpakking (praktisch, niet esthetisch)

Deze opties en hun implicaties worden hieronder verder in detail besproken. In de volgende sectie worden voor de hierboven besproken benodigdheden telkens een aantal mogelijkheden, betreffende leveranciers, gegeven. We trachten voor deze verscheidene alternatieven een zo correct mogelijke kostenraming te maken.

6.2 Leveranciers

De benodigdheden voor het maken van de zeepjes kunnen opgedeeld worden in twee grote groepen. Allereerst zijn er de materialen die specifiek dienen om de zeep te maken, hieronder beschreven onder de noemer '**Grondstoffen**'. Daarnaast dienen de gemaakte zeepjes na afloop verpakt te worden, zodanig dat ze niet beschadigd raken wanneer klanten hun zeepje(s) vanuit het verkooppunt meenemen naar huis. Dit kan zowel op een persoonlijke en esthetische manier die eerder aanleunt bij een cadeauverpakking, als op een volledig praktische manier waarbij de verpakking uitsluitend dient om de zeepjes te beschermen. Deze tweede grote groep benodigdheden en de verschillende mogelijke alternatieven wordt besproken onder de noemer '**Verpakking**'.

6.2.1 Grondstoffen

Hieronder bespreken we enkele mogelijke leveranciers voor het vooropgezette project en hun prijzen. Uiteraard is Fairfox vrij om te werken met eenieder welke leverancier. De gegeven lijst dient louter om een indicatie en een eerste aanzet te geven. Zo is er de mogelijkheid om de verschillende prijzen en het aanbod te vergelijken, alsook de gemakkelijker waarmee de grondstoffen voorzien kunnen worden. We bespreken de vaste benodigdheden om zeep te maken: geurstof, kleurstof en gietzeep (glycerinezeep). We beperken ons dus tot de standaard en laten de mogelijkheid om met extra's zoals glitter, rozenblaadjes en andere accenten in de zeep te werken open voor in de toekomst.

Verder is het vanzelfsprekend dat er voor het maken van zeepjes, ook nog andere (vaste) benodigdheden zijn. Dit gaat bijvoorbeeld over kookvuren, potten en andere hulpmiddelen (om de glycerinezeep te smelten). Eveneens gietvormpjes, om de gesmolten zeep in uit te gieten en te laten stollen, alsook eventuele koelinstallaties zijn nodig. Er werd door Inès aangegeven dat bij de start van het project slechts met één dagcentrum gewerkt zal worden. De meeste dagcentra hebben deze ruwe infrastructuur aanwezig (vuren, potten, koelinstallatie).

Andere benodigdheden, zoals bijvoorbeeld de vormpjes, worden bij elke workshop door Fairfox voorzien. Op deze manier kan een vast product (zeepjes steeds in een aantal vaste vormen) verkocht worden. Fairfox is momenteel voorzien van een basis aan benodigdheden, zoals bijvoorbeeld enkele gietvormen. Deze werden eveneens gebruikt tijdens de testworkshop en leverde een verzorgd, kwalitatief resultaat op. Daarom worden de vormpjes in onderstaande kostenschatting niet mee opgenomen. In de toekomst zou de hoeveelheid vormpjes uitgebreid kunnen worden of zou er gewerkt kunnen worden met een eigen ontwerp. Deze investering wordt echter niet mee gerekend in de productiekost van de zeepjes, maar wordt gezien als een investeringskost op langere termijn.

In een volgende fase zou er samengewerkt kunnen worden met andere dagcentra. Aangezien sommige dagcentra mogelijk niet beschikken over de vereiste benodigdheden of verwachten dat Fairfox al het nodige materiaal voorziet, is het de bedoeling dat Fairfox met de opbrengsten gaat investeren in infrastructuur. Het uiteindelijke doel is dat wanneer het project bij het ene dagcentrum afgelopen is en er verkopen worden gerealiseerd, Fairfox met de winst gaat investeren in infrastructuur voor het volgende project.

We raden Fairfox echter aan om voor de eerste projecten nog niet te investeren in deze benodigdheden. Uit de testworkshop bleek dat de organisatie over voldoende materiaal beschikt voor een eerste *start up* fase. Er moet daarentegen wel geïnvesteerd worden in grondstoffen zoals geuren en aroma's, alsook kleuren. Bij de testworkshop werd gebruik gemaakt van nog overgebleven grondstoffen in het bezit van Fairfox. Op basis van deze restanten kon er een gedetailleerd onderzoek uitgevoerd worden naar de grondstoffen. We maken onderscheid tussen:

➤ **Geuren en aroma's**

Zoals eerder vermeld, zal er tijdens de workshops gewerkt worden met bepaalde vaste combinaties van aroma's en kleuren. Om de kwaliteit van het eindproduct te garanderen, werd er specifiek gezocht naar zeepgeurstof. Deze geurstoffen werden eveneens tijdens de testworkshop gebruikt, en leverden een uitstekend resultaat op.

➤ **Kleuren**

Bij het maken van de zeepjes moet rekening gehouden worden met hygiëne en veiligheidsvoorschriften. Bovendien moet er rekening gehouden worden met de soort kleurstof die toegevoegd wordt. Het eindproduct mag namelijk geen kleur afgeven op de huid van de klant bij het gebruiken van de zeep. Daarom werd er specifiek gezocht naar zeepkleurstof, of vergelijkbare alternatieven. Tijdens de testworkshop werd er gewerkt met kleurstof voor voeding, wat eveneens een kwalitatief product opleverde.

➤ **Zeep**

Zoals eerder vermeld wordt er gewerkt met glycerinezeep. Verder kan er gekozen worden tussen transparante of witte zeep. Tijdens de testworkshop werd er gewerkt met witte zeep, wat in combinatie met de kleurstoffen een mooi resultaat opleverde. Er werd niet getest met de transparante zeep, iets wat in de toekomst eventueel nog gedaan zou kunnen worden.

In wat volgt zullen verschillende leveranciers besproken worden, alsook de kost die zij aanrekenen voor de bovenstaande grondstoffen. Zoals eerder werd aangehaald dienen de gegevens in deze lijst louter als indicatie. Fairfox is vrij om te werken met eenieder welke leverancier.

6.2.1.1 *Herbacos*

➤ **Geuren en aroma's**

Bij Herbacos zijn er zowel geuren van het eigen huismerk, als van andere merken te verkrijgen. Het huismerk is echter het goedkoopst en in het verleden heeft Fairfox reeds met Herbacos gewerkt. Voor een flesje van 10 milliliter betaal je, afhankelijk van de geur, tussen €2,14 en €6,58. De geuren die gebruikt zullen worden voor de vastgelegde combinaties, zijn echter de goedkopere geuren. Prijzen zullen hiervoor liggen tussen €2,14 en €4,20.

➤ **Kleuren**

Om zeep te kleuren kan men werken met vloeibare of poeder pigmenten. Herbacos werkt enkel met pigment in de vorm van poeder. Voor een zakje (10 gram) van een standaardkleur betaal je tussen €1,66 en €4,65. Herbacos verkoopt eveneens parelmoer pigmenten, zoals goud, aan een prijs tussen €2,93 en €5,23 voor 10 gram. Aangezien de hierop volgende leveranciers enkel standaardkleuren verkopen, beperken we ons in de prijsvergelijking louter tot deze soort. Fairfox heeft nog niet gewerkt met poeder om zeep te kleuren, dus weet niet in hoeverre deze kleurstof voldoet aan de vereisten voor het eindproduct. Daarom raden wij aan om kleurstoffen niet bij Herbacos te bestellen, of om zeker het product te testen alvorens het op grote schaal te gebruiken en aan te kopen.

➤ **Zeep**

Bij Herbacos betaal je €7,04 voor 500 gram glycerine gietzeep, zowel wit als transparant.

6.2.1.2 AVA

➤ **Geuren en aroma's**

Bij AVA betaal je €4,85 voor 10 milliliter zeepgeurstof. Voor elke geur wordt dezelfde prijs gevraagd.

➤ **Kleuren**

Voor 10 milliliter vloeibare zeepkleurstof betaal je bij AVA €3,99. Deze prijs is opnieuw voor elke kleur dezelfde. Deze kleurstof is specifiek voor zeep en zal dus sowieso niet afgeven op de huid.

➤ **Zeep**

Zowel voor 600 gram witte zeep, als voor 600 gram transparante zeep betaal je bij AVA €12,95.

➤ **Vormen**

Eerder werd de mogelijkheid voor het uitbreiden van de gietvormen besproken. Hoewel het aanbod eerder beperkt is, zou Fairfax deze bij AVA kunnen kopen. Een vorm met 8 hartjes bijvoorbeeld kost hier gemiddeld €16,99.

6.2.1.3 Gietzeep.eu

➤ **Geuren en aroma's:**

Op de website van Gietzeep.eu betaal je tussen €2,50 en €2,95 voor 15 milliliter geurolie.

➤ **Kleuren:**

Bij Gietzeep.eu betaal je voor een set van vier basiskleuren (waarmee je alle kleuren kan maken) €11,95. Dit betreft vier vloeibare kleurstoffen van 10 milliliter. Deze kleurstof is getest en goedgekeurd voor gebruik in zeep of andere cosmetica.

➤ **Zeep:**

Voor zweetvrije glycerine gietzeep betaal je bij Gietzeep.eu €16,75 voor 2,5 kilogram (of ook, €6,70 per kilogram) en €72,50 voor 11,5 kilogram (€6,30 per kilogram). Aangezien, zeker in de startfase, Fairfax nog geen bulk aankopen zal doen, rekenen we in deze vergelijking met €6,70 per kilogram. Deze prijzen zijn opnieuw hetzelfde voor witte en transparante zeep.

➤ **Vormen**

Gietzeep.eu biedt een zeer groot aanbod aan gietvormen aan. Enkele van de vormen die Fairfax momenteel gebruikt, zoals bijvoorbeeld de "100 % handmade" vormen, werden op deze website aangekocht. De prijs is gemiddeld €3,25 per vorm (1 zeepje). Dit wordt zoals reeds vermeld gezien als een investering voor de toekomst, maar we geven aan dat Fairfax deze dus onder andere zou kunnen kopen bij Gietzeep.eu.

6.2.1.4 Overzicht grondstoffen

De volgende schattingen met betrekking tot de hoeveelheden en verhoudingen voor één batch zeep, werden gemaakt op basis van de gegevens uit de testworkshop. Wanneer gewerkt wordt met batches van 500 gram gietzeep, wordt gewoonlijk 5 milliliter geurstof en 1 milliliter kleurstof in vloeibare vorm (of 2 gram kleurstof in poedervorm) toegevoegd. Dit wil zeggen dat er per rotatie 500 gram glycerinezeep gesmolten wordt, waarna kleur en aroma wordt toegevoegd. Vervolgens wordt het gehele mengsel verdeeld over de gekozen gietvormen. Hieronder wordt een indicatie gegeven van de prijzen voor dergelijke hoeveelheden, zodoende de kosten te kunnen ramen. Omdat er gewerkt wordt met zeer kleine hoeveelheden, wordt aangeraden de kleuren en geuren op gevoel te gebruiken en dit te koppelen aan het gewenste eindresultaat.

In onderstaande tabel wordt de gemiddelde prijs voor één batch zeep van 500 gram berekend.

	Geuren & aroma's (prijs per 5 ml)	Kleuren (prijs per 2 g of 1 ml)	Zeep (prijs per 500 g)
Herbacos	Tussen €1,07 en €2,10	Tussen de €0,33 en €0,93	€7,04
AVA	€2,43	€0,40	€10,79
Gietzeep.eu	Tussen de €0,83 en €0,98	€0,30	€3,35
Gemiddelde	€1,84	€0,44	€7,06
			€9,34

Tabel 1 - Vergelijking van verschillende leveranciers voor grondstoffen

Tijdens de testworkshop werd er gewerkt met verschillende gietvormen. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen twee verschillende groottes, namelijk een 'standaard' zeepje dat ongeveer 75 gram weegt en een 'klein' zeepje dat ongeveer 25 gram weegt. Zoals eerder vermeld zal Fairfax bij opstart gebruik maken van de gietvormen die ze reeds bezit. Daarom zullen dit de twee formaten zijn die bij de opstart van Fairfax geproduceerd worden. Als er gewerkt wordt met een batch van 500 gram, kunnen hieruit ofwel ongeveer zeven 'standaard' zeepjes gemaakt worden, ofwel ongeveer twintig 'kleine' zeepjes. De 'standaard' zeepjes kunnen per één stuk verkocht worden, terwijl de 'kleine' zeepjes met meerdere samen verpakt zullen worden.

In bovenstaande tabel staan de prijzen per leverancier voor de benodigde grondstoffen. De hoeveelheden die hier gebruikt worden zijn voor een batch van 500 gram. Er werd eveneens een gemiddelde prijs berekend. Dit wil zeggen dat de gemiddelde kost voor Fairfax voor een dergelijke batch van 500 gram, €9,34 bedraagt. Op basis van bovenstaande redenering kan geconcludeerd worden dat de gemiddelde kost voor een 'standaard' zeepje €1,33 bedraagt en €0,47 voor een 'klein' zeepje.

6.2.2 Verpakking

Tijdens de testworkshop werden de gemaakte zeepjes door de leerlingen verpakt. De zeepjes moeten immers gedurende lange tijd afkoelen en stollen. Bij het afkoelen van de eerste batch, kon verder gewerkt worden aan de tweede. Wanneer alle zeepjes in de koelkast stonden, konden de leerlingen zich bezighouden met het maken van de verpakkingen. Op deze manier konden zij de verpakkingen personaliseren, zodat de koper weet wie het unieke product heeft gemaakt, wat het geheel nog persoonlijker maakt.

In wat volgt worden de verschillende verpakkingsmogelijkheden besproken. Tijdens de testworkshop werd er gewerkt met een zelfgemaakte verpakking op basis van karton en transparant cellofaanpapier. Hoewel dit een verrassend mooi resultaat opleverde, wordt aangeraden om ook eens andere mogelijkheden te overwegen. Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen volgende drie mogelijkheden: een zelfgemaakte, aangekochte of eenvoudige verpakking.

6.2.2.1 Zelfgemaakte verpakking

De eerste mogelijkheid betreft een eigen gemaakte verpakking, zoals dit tijdens de testworkshop ook werd gedaan. Dit is eveneens wat Fairfox gewoonlijk doet bij het organiseren van een workshop. De zeepjes worden in een open kartonnen doosje gelegd en vervolgens ingepakt in transparant cellofaanpapier, en daarna vastgebonden met lint of raffia. Hierbij is het zeepje eenvoudig maar toch professioneel verpakt. Op deze pakketjes werd vervolgens een sticker met het logo van Fairfox gekleefd. Zoals eerder vermeld werden deze verpakkingen tijdens de testworkshop gepersonaliseerd door de leerlingen die de zeepjes gemaakt hadden. De personalisatie van deze verpakking werd op een bescheiden wijze uitgevoerd, namelijk simpelweg door toevoeging van een naamkaartje (hiervoor verwijzen we ter verduidelijking naar bijlage 1).

Voor deze zelfgemaakte verpakking gebruikt Fairfox dus transparante folie, karton, raffia en/of lint, stickers met logo en een (zelfgemaakt) naamkaartje. Tijdens de testworkshop werd er gebruik gemaakt van het resterende materiaal van vorige workshops, dat nog in het bezit was van Fairfox.

Naamkaartje

We raden Fairfox aan om ook in de toekomst met naamkaartjes te werken, ongeacht de keuze verpakking. Op deze manier krijgt het product een persoonlijke toets en is het eenvoudig het doel van de organisatie aan de koper over te brengen. Tijdens de testworkshop werd gebruik gemaakt van zelfgemaakte kaartjes, waardoor de kost buiten beschouwing valt. We raden Fairfox echter aan om in de toekomst te werken met voorgedrukte kaartjes, om een professionelere afwerking te garanderen. Inès bestelde eerder al marketingmateriaal voor Fairfox via de online website van Vistaprint. Vergelijkbare kaartjes (vaandel-vorm, 5 cm x 9 cm) kunnen op deze website aangekocht worden aan €58,36 (incl. BTW) per 300 stuks, of ook €0,19 per stuk. Deze prijs is voor de drie verschillende mogelijkheden van toepassing.

Sticker

Fairfox bezit reeds voldoende stickers voor de uitvoering van een eerste workshop. Er moeten dan ook bij opstart geen nieuwe stickers met logo aangekocht worden. In de toekomst zou dit wel moeten gebeuren. De stickers werden eerder besteld via de online webshop van Vistaprint, en dit leverde een mooi resultaat op. Indien Inès opnieuw via deze website bestelt, dan zou een rol van 250 stickers €131,04 (incl. BTW) kosten. Dit zorgt voor een gemiddelde kost van €0,52 per sticker. Opnieuw geldt deze kost voor de verschillende verpakkingsmogelijkheden. In wat volgt zal vooral een vergelijking tussen de verschillende alternatieven gemaakt worden. Omwille daarvan worden de kosten voor de naamkaartjes en stickers niet opnieuw besproken bij de andere opties.

Karton

Zoals eerder vermeld werd er tijdens de testworkshop gewerkt met zeepjes van verschillende groottes, nl. 'standaard' zeepjes en 'kleine' zeepjes. Er kan daarom een onderscheid gemaakt worden tussen drie verschillende verpakkingswijzen: kleine, middelgrote of grote pakketjes. Een klein pakketje (75g) bevat ofwel een 'standaard' zeepje, ofwel drie 'kleine' zeepjes en heeft een grondvlak van ongeveer 10 cm x 5 cm. Een middelgroot pakketje (100 g) bevat een 'standaard' zeepje en één 'klein' zeepje en heeft een grondvlak van ongeveer 15 cm x 5 cm. Een groot pakketje (150 g) bevat twee 'standaard' zeepjes en 6 'kleine' zeepjes en heeft een grondvlak van ongeveer 10 cm x 10 cm. Er kunnen altijd grotere pakketjes gemaakt worden, waarbij er eventueel met een rieten mandje of vergelijkbare mogelijkheden gewerkt wordt. Aangezien deze mandjes aangekocht dienen te worden en dit de kost zal veranderen, beperkt Fairfox zich in de eerste fase best tot bovengenoemde kleine, middelgrote en grote verpakkingen.

Voor het maken van deze grondvlakken, werd tijdens de testworkshop karton gebruikt. Dit zou opnieuw aangekocht moeten worden voor de opstartfase, aangezien er geen restanten zijn. Bij AVA is de prijs voor één kartonnen vel (70 cm x 100 cm x 0,8 mm) €1,09. Uit één vel kunnen ongeveer, rekening houdend met enige verspilling en onnauwkeurigheden, 130 kleine grondvlakken, 80 middelgrote grondvlakken of 65 grote grondvlakken gemaakt worden. De kost voor één grondvlak ligt bij alle drie de mogelijkheden lager dan 2 eurocent per grondvlak.

Transparant cellofaanpapier

Transparant cellofaanpapier kan zowel in grote als in kleine hoeveelheden aangekocht worden. Bij Chirowinkel De Banier betaal je bijvoorbeeld €2,50 voor een kleine rol van 5 m x 70 cm. Bij de onlinewebshop bol.com kan een grote rol van 200 m x 70 cm gekocht worden aan €37,47. De prijzen bij andere leveranciers zijn vergelijkbaar met deze van bovenstaande verkooppunten. We raden aan om cellofaanpapier in bulk aan te kopen, aangezien het verschil per meter aanzienlijk groot is (€0,50 bij De Banier in vergelijking met €0,19 bij bol.com).

De nodige hoeveelheid cellofaanpapier is afhankelijk van de grootte van het pakketje. Tijdens de testworkshop worden de pakketjes volgens de 'snoepjes' wijze ingepakt, zoals getoond in bijlage 1. In dit geval wordt voor een klein pakketje (met een grondvlak van 10 cm x 5 cm) een gemiddelde van 20 cm x 14 cm cellofaanpapier geschat. Dezelfde redenering volgend, wordt er voor een middelgroot pakketje (grondvlak 15 cm x 5 cm) ongeveer 25 cm x 14 cm folie geschat. Als laatste zou er voor een groot pakketje (grondvlak 10 cm x 10 cm) gemiddeld 20 cm x 20 cm cellofaanfolie nodig zijn.

Met een grote rol cellofaanpapier (200 m x 70 cm) zouden, opnieuw rekening houdend met verspilling en onnauwkeurigheden, ongeveer 5000 kleine, 4000 middelgrote of 3500 grote pakketjes gemaakt kunnen worden. De gemiddelde kost voor cellofaanfolie bedraagt €0,01 per verpakking.

Raffia en/of lint

De verpakking wordt verder afgewerkt met raffia en/of lint. Opnieuw raden wij Fairfax aan om dit materiaal in grote hoeveelheden aan te kopen. De gemiddelde prijs van raffia, respectievelijk lint bedraagt €5 per 90 meter (of €0,06 per meter) en €2 per 25 meter (€0,08 per meter). Voor de verschillende pakketjes wordt de nodige hoeveelheid lint of raffia geraamd op ongeveer 50 cm. Indien er met raffia gewerkt zou worden, kunnen er met een rol van 90 meter zo'n 180 pakketjes gemaakt worden. De gemiddelde kost voor raffia bedraagt dan €0,03 per pakketje. Analoog kunnen er met een rol van 25 meter lint ongeveer 50 pakketjes gemaakt worden, waardoor de gemiddelde kost voor lint bij één zelfgemaakte verpakking ongeveer €0,04 bedraagt.

6.2.2.2 Aangekochte verpakking

Een andere mogelijkheid is de zeepjes verpakken in een aangekochte verpakking. Hiervoor zijn veel verschillende mogelijkheden, niet alleen betreffende leveranciers maar ook betreffende formaat, kleur en stijl. Een mogelijke leverancier van dergelijke verpakkingen is Packhelp. Indien voor deze verpakkingsoptie gekozen wordt, raden wij aan om met hen samen te werken. De prijs-kwaliteit verhoudingen en de mogelijkheid om gepersonaliseerde en ecologische verpakkingen aan te kopen maakt van hen een goede leverancier. Fairfax probeert in zo groot mogelijke mate te werken met lokale en duurzame producten. Echter, andere leveranciers zoals AVA (reeds een aantal keer aangehaald in het voorgaande) zijn uiteraard ook steeds mogelijk. Er dient wel met de nodige voorzichtigheid gekeken te worden naar hobby- en particuliere winkels, aangezien deze doorgaans duurder zijn en personalisatie niet altijd mogelijk is.

Wanneer de verpakkingen aangekocht worden bij een leverancier, zijn de kosten gewoonlijk hoger. Er moet anderzijds wel in rekening gebracht worden dat het inpakken van de zeepjes behoorlijk wat tijd in beslag neemt, zeker voor mensen met een beperking. Wanneer de verpakking dus niet meer zelf gemaakt dienen te worden, blijft er meer tijd over om de zeepjes te maken. Echter, door verpakkingen aan te kopen vervalt een groot deel van het persoonlijk aspect dat Fairfox wil aanbieden. Dit kan opgelost worden door opnieuw met naamkaartjes of met een compleet gepersonaliseerde aangekochte verpakking te werken. Wij raden Fairfox aan, indien men voor deze verpakkingswijze kiest, om een gestandaardiseerde verpakking te bestellen en af te werken met sticker met logo en naamkaartje. Deze twee laatstgenoemde factoren alsook hun kosten werden eerder besproken.

Bij bovenvermelde leverancier werd er gekeken naar mogelijke opties voor een dergelijke gestandaardiseerde verpakking. Een zeep pakketje zou in een 'Two Piece Product Box' passen, zoals weergegeven in bijlage 2. Dit is een standaard doosje dat gepersonaliseerd kan worden met het logo van Fairfox. Voor een klein pakketje zou er gewerkt kunnen worden met een doosje van 8 cm x 8 cm x 2,9 cm. De afmetingen voor een middelgroot of groot pakketje bedragen 11,5 cm x 11,5 cm x 4,8 cm.

30 doosjes van het kleine formaat kosten €99, terwijl je voor 2000 kleine dozen €1000 zou betalen. Er is dus sprake van een fikse hoeveelheidskorting. Opnieuw raden wij aan, indien er met deze verpakkingswijze gewerkt wordt, om in grote hoeveelheden aan te kopen. Zo zou de gemiddelde prijs voor de verpakking van een klein, respectievelijk middelgroot of groot zeep pakketje €0,45 of €0,84 bedragen.

6.2.2.3 Eenvoudige verpakking

De laatste mogelijkheid is de meest eenvoudige, namelijk een uitsluitend praktische verpakking. In de opstartfase van Fairfox is het de bedoeling om de gemaakte producten te verkopen in lokale verkooppunten. In plaats van te werken met een verzorgde verpakking (die doet denken aan een cadeauverpakking), zou het product gewoonweg in zijn pure vorm gepresenteerd kunnen worden. Zeepbarretjes zouden in de winkel mooi gepresenteerd kunnen worden in een mand of gewoonweg gestapeld op een schap, waarbij klanten zelf kunnen kiezen welke zeepjes ze graag zouden aankopen.

Er moet echter wel een verpakking voorzien worden voor het beschermen van de zeepjes gedurende de weg die onze klanten afleggen van het verkooppunt naar huis. Het verpakken zal in de verkooppunten zelf gebeuren, door bijvoorbeeld stevige papieren zakjes te gebruiken. Er werd opnieuw gekeken naar leverancier AVA als optie om zakjes deze zakjes aan te kopen. Een papieren zakje gemaakt van Kraft, zoals weergegeven in bijlage 3, kost bij deze leverancier €4,10 per 100 stuks (of dus €0,04 per stuk).

Door op deze manier te werken, wordt er opnieuw tijd gewonnen bij de workshop. De zeepjes moeten namelijk niet meer verpakt worden door de deelnemers, waardoor er meer tijd over blijft om zeepjes te maken. Hoewel bij deze methode de kosten voor verpakking verwaarloosbaar zijn, raden wij toch aan om niet voor deze mogelijkheid te kiezen (in de startfase van Fairfox). De persoonlijke toets die verkregen wordt door het gebruik van naamkaartjes, en hierdoor een heel stuk marketing, zal immers verloren geraken.

6.2.2.4 Overzicht verpakkingswijzen

In onderstaande tabel wordt een vergelijking gemaakt van de kosten van de drie verschillende verpakkingsmogelijkheden. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende groottes (klein – 75g, middelgroot – 100g, groot – 150 g) aangezien er steeds aangeraden wordt om te werken met bulk aankopen. In dit geval is het verschil tussen de prijzen bij de verschillende verpakkingsgroottes verwaarloosbaar.

	Zelfgemaakte verpakking	Aangekochte verpakking	Eenvoudige verpakking
Cellofaanfolie	€0,01	-	-
Karton	€0,02	-	-
Lint/Raffia	€0,04	-	-
Aangekochte verpakking	-	€0,45 of €0,84 afhankelijk v.d. grootte	€0,04
Naamkaartje	€0,19	€0,19	-
Sticker (met logo)	€0,52	€0,52	€0,52
	€0,79	€1,16 of €1,55 afhankelijk v.d. grootte	€0,56

Tabel 2 - Vergelijking van verschillende verpakkingsvormen

Op basis van bovenstaande kostenraming raden we aan om in de opstartfase uitsluitend te werken met zelfgemaakte verpakkingen. Hoewel de eenvoudige verpakking het goedkoopst is, willen we hierbij opmerken dat de persoonlijke toets en daarmee het grootste verkoop voordeel verloren gaat. De zelfgemaakte verpakkingen zijn slechts €0,23 duurder, maar hebben meer toegevoegde waarde door de personalisatie.

Verder willen we opmerken dat wanneer de organisatie uitbreidt met bijvoorbeeld een online webshop, een aangekochte verpakking plots zeer interessant wordt. Bij e-commerce moet een verpakking niet alleen conform zijn met een aantal regels, maar moet er eveneens rekening gehouden worden met een behoorlijke verplaatsing die een standaard zelfgemaakte verpakking waarschijnlijk niet overleeft. In de startfase raden we deze verpakkingswijze echter nog af, omwille van de hoge kost en het gebrek aan voordeel. Ook de eenvoudige verpakking wordt initieel afgeraden, maar ook hier zou Fairfax op kunnen terugkomen wanneer bij een verdere uitbreiding hun verhaal en hoger doel alom bekend is.

6.3 Dagcentra

Het maken van bovenstaande producten is natuurlijk niet mogelijk zonder de hulp van de mensen met een beperking die deelnemen aan de workshops. Hoewel Fairfax in het verleden voornamelijk workshops heeft georganiseerd voor minderjarigen of leerlingen van de Reynaertsschool, heeft Inès aangegeven dat ze graag verder wil uitbreiden naar samenwerkingen met meerderjarigen in dagcentra.

In de startfase raden we Fairfax aan zich te beperken tot een partnership met slechts één dagcentrum (DC). Zo zou er bijvoorbeeld samengewerkt kunnen worden met DC De Mozaïek. Het dagcentrum helpt personen met een beperking bij het ontplooiën van de eigen mogelijkheden en krachten, rekening houdend met persoonlijke beperkingen en grenzen. Ze ontwikkelen creatieve zorg op maat, om een zo hoog mogelijke kwaliteit van leven te realiseren. Niet alleen de mooie visie van het dagcentrum, maar eveneens de relatie met oprichtster Inès Formesyn maken dat DC De Mozaïek een uitstekende partner kan zijn. Omwille van deze persoonlijke relatie en onze louter adviserende (en dus niet uitvoerende) rol, werd er door ons nog geen contact opgenomen met het dagcentrum.

Nadien zou er samengewerkt kunnen worden met meerdere dagcentra. We raden aan om in een eerste fase, dagcentra in de provincie Oost-Vlaanderen te contacteren. Op die manier kan er een soort druppel effect ontstaan rond het imago en naamsbekendheid van Fairfax. In een volgende fase kan er verder uitgebreid worden naar andere provincies.

Zoals eerder werd aangehaald, gaf Inès aan dat ze voornamelijk zou willen samenwerken met meerderjarigen in dagcentra. Een lijst van de verschillende dagcentra werd opgesteld op basis van gegevens van het Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap. In bijlage 4 hebben we een kaart toegevoegd waarop de verschillende organisaties die in aanmerking komen voor de volgende fase aangeduid werden. Hiervoor werd gezocht naar organisaties die ondersteuning bieden in dagbesteding (begeleiding en permanentie in groep gedurende de dag). Verder werd er gekeken naar organisaties binnen een straal van 20 km van het maatschappelijk adres van Fairfax (Beekstraatdries 14, 9030 - Mariakerke (Gent)), alsook naar organisaties binnen een straal van 10 km van DC De Mozaïek (Wolfputstraat 106, 9041 Gent). Volgende dagcentra komen in aanmerking:

- | | |
|--|--|
| ➤ OBRA BAKEN vzw
<i>Groot Begijnhof 10, 9040 Gent</i> | ➤ Dienstverleningscentrum Heilig Hart
<i>Leernsesteenweg 53, 9800 Deinze</i> |
| ➤ Den Dries
<i>Kramershoek 39, 9940 Evergem</i> | ➤ Zonnehoeve vzw
<i>Zonnestraat 15, 9810 Nazareth</i> |
| ➤ Vzw Kompas
<i>Botestraat 131/133, 9032 Gent</i> | ➤ Huize Kattebeek Veilige thuis vzw
<i>Nieuwgoedlaan 15, 9800 Deinze</i> |
| ➤ De Triangel vzw
<i>Molendreef 16/C, 9920 Lievegem</i> | ➤ Mok vzw
<i>Beervelde-dorp, 9080 Lochristi</i> |
| ➤ Brake-out Gent
<i>Koning Boudewijnstraat 51, 9000 Gent</i> | ➤ Vzw De Bolster
<i>Kasteeldreef 2, 9630 Zwalm</i> |
| ➤ Vzw De Vierklaver
<i>A, Haarkenstraat 32, 9850 Nevele</i> | ➤ Ondersteuningscentrum Omega
<i>Gentsesteenweg 155, 9230 Wetteren</i> |
| ➤ Vzw A. Verburght
<i>Landegemdorp 28, 9850 Nevele</i> | ➤ De Kangoeroe
<i>Kasterstraat, 9230 Wetteren</i> |
| ➤ OC Broeder Ebergiste
<i>Leenstraat 31, 9890 Gavere</i> | ➤ Sint-Lodewijk
<i>Kwatrechtsteenweg 168, 9230 Wetteren</i> |
| ➤ Humival vzw
<i>Nijverheidsstraat 9, 9950 Lievegem</i> | |

De bovenvermelde dagcentra werden opnieuw niet gecontacteerd, aangezien dit slechts voor een volgende fase van toepassing is.

Voor een samenwerking met DC De Mozaïek kan teruggevallen worden op de bestaande relatie en eerdere samenwerking met Fairfax. Het contacteren van andere dagcentra zal echter moeizamer verlopen. Om dit proces te vereenvoudigen werd een folder gemaakt waarin uitgelegd wordt wie Fairfax is en wat ze juist doen tijdens de workshops. Bovendien worden in deze brochure (toegevoegd in bijlage 6) drie verschillende formules voorgesteld. Uit deze opties kunnen dagcentra kiezen indien zij willen dat Fairfax een workshop bij hen organiseert. In onderstaande tabel worden de verschillende formules weergegeven.

Bij deze verschillende formules wordt er een onderscheid gemaakt tussen het aantal deelnemers, alsook de tijdsduur en gemaakte hoeveelheid zeepjes. Er wordt echter wel verwacht dat naast professionele begeleiding van Fairfax, het dagcentrum zelf enkele begeleiders voorziet. Voor elke workshop voorziet Fairfax telkens het nodige materiaal.

	WELP	VOS	FAMILIE
# deelnemers	5 personen	10 personen	15 personen
# eigen begeleiders	1 persoon	2 personen	3 personen
# Fairfax begeleiders	1 persoon	1 persoon	1 persoon
# tijd (in dagen)	0,5 dag	1 dag	1 dag
# zeep (in kg)	1 kg	1,5 kg	2 kg

Tabel 3 - Overzicht van verschillende formules voor dagcentra

6.3.1 Kostprijs productie

Omdat de mensen in deze dagcentra de zeepjes zullen maken vragen zij ook een standaard vergoeding hiervoor. Deze bedraagt gewoonlijk 0,01 euro per uit te voeren handeling. Het is dan ook belangrijk dat we deze kost meerekenen in het bepalen van de verkoopprijs. Voor het maken van de zeepjes zijn namelijk volgende handelingen vereist:

1. Zeep in blokken snijden
2. Zeep wegen
3. Zeep smelten
4. Geur en kleur toevoegen
5. Zeep gieten
6. Zeep uit vormpjes halen
7. Verpakking maken
8. Zeepjes verpakken

Het zijn dus gemiddeld 8 handelingen per productiebatch die gemaakt worden. Logischerwijs zijn de handelingen 1 tot 6 voor een batch en handelingen 7 en 8 specifiek per zeepje toe te wijzen. Uit ervaring van de workshop kwamen we tot de conclusie dat we gemiddeld per batch 6 zeepjes van 75g

konden maken. We kunnen dus voor de handelingen 1 tot en met 6 een gemiddelde kostprijs van 0,01 euro toewijzen. Voor de handelingen met betrekking tot de verpakking is dit iets uitgebreider. Hierbij maken we een onderscheid tussen de 3 beschouwde types verpakkingen

1. Eigengemaakte verpakking

Bij dit type verpakking hebben we uiteraard meer handelingen die we toewijzen aan 1 zeepje. Deze bestaan uit:

- Cellofaanpapier knippen
- Karton uitsnijden
- Karton plooien
- Lint knippen
- Naamkaartje schrijven
- Inpakken
- Sticker plakken

Deze 7 handelingen zijn dan ook steeds specifiek toe te wijzen aan 1 verpakking of 1 groot zeepje (75g). Dit komt dus overeen met een kost van 0,07 euro voor de productie van de verpakking voor 1 groot zeepje. Zo komen we dus tot een totale kost van productie van 0,08 euro.

2. Aangekochte verpakking

De specifieke handelingen die hierbij voorkomen zijn:

- Doosje vouwen
- Naamkaartje schrijven
- Sticker plakken

Hierbij zijn opnieuw deze 3 handelingen exact toe te wijzen aan 1 zeepje wat dus overeenkomt met een kost van 0,03 euro. Dit brengt de totale kost van productie van deze methode dus op 0,04 euro.

3. Eenvoudige verpakking

Bij deze verpakking zijn er geen specifieke extra handelingen toe te wijzen. De zeepjes worden namelijk gewoonweg in een mand gelegd en zo in de verkooppunten gepresenteerd.

6.4 Verkooppunten

Finaal is het de bedoeling om het afgewerkte product te verkopen. Opnieuw raden wij aan om dit proces in verschillende fasen op te splitsen. In de startfase raden we aan op te werken met lokale verkooppunten, namelijk winkels in Oostakker zelf. Dit omdat het product en de organisatie buiten de gemeente nog niet zeer gekend zijn. Inwoners van Oostakker kennen daarentegen DC De Mozaïek en de organisatie Fairfox, verantwoordelijk voor het maken van de producten. Op die manier wordt het dus het makkelijkst om affiniteit te creëren met de producten, wat een zeer belangrijke factor is. Enkele winkels die in aanmerking komen voor deze eerste fase zijn

- **Cassis** – Dameskleding (keten)
Antwerpsesteenweg 999/001, 9041 Gent
- **Fotocenter Oostakker**
Gentstraat 427, 9041 Gent
- **Krantenwinkel Marc Van der Cruyssen** – Krantenwinkel met een assortiment aan geschenken
Groenstraat, 9041 Gent

Daarnaast raden we aan om steeds een kleine hoeveelheid producten te verkopen in het dagcentrum zelf. Op deze manier kunnen vrienden en familie de zeepjes, gemaakt door hun geliefden, aankopen.

Wanneer Fairfox de samenwerking met andere dagcentra aangaat, raden we aan de verkoop uit te breiden naar de stad Gent. Ook voor deze volgende fase hebben we opnieuw reeds enkele verkooppunten gezocht, waar de zeepjes eventueel verkocht zouden kunnen worden. Volgende verkooppunten komen hiervoor in aanmerking

- **Axeswar Design**
Sint-Pietersnieuwstraat 12, 9000 Gent
- **Omanthe** – “Gifts & souvenirs with an attitude”
Steendam 39, 9000 Gent
- **Burigat Decoratie**
Coupure Rechts 300, 9000 Gent
- **David en Goliath** – “Kwaliteitsvolle materialen ontworpen of vervaardigd in Europa”
Dok-Noord 7, 9000 Gent
- **Interieur Decoseat**
Nederkouter 43, 9000 Gent
- **Depot09** – “Vintage design shop”
Nieuwevaart 118, 9000 Gent

Opnieuw raden we aan om steeds een kleine hoeveelheid zeepjes te verkopen in het dagcentrum waar deze gemaakt werden.

Geen van bovenstaande zaken werden reeds door ons gecontacteerd, dit om dezelfde redenen vermeld in de paragraaf over dagcentra. Er werd opnieuw een grafische voorstelling gemaakt op een kaart (hiervoor verwijzen we naar bijlage 5) van de potentiële verkooppunten.

Voor een samenwerking met de lokale verkooppunten, kan teruggevallen worden op de reputatie van DC De Mozaïek en de Reynaertsschool in Oostakker. Het contacteren van winkels in Gent zal echter moeizamer verlopen. Daarom werd opnieuw een folder uitgewerkt (terug te vinden in bijlage 7) die Fairfox zou kunnen gebruiken bij het benaderen van deze verkooppunten. In deze brochure wordt de werking van Fairfox alsook van de workshops uitgelegd. Daarnaast werden er enkele foto's van gerealiseerde creaties en de nodige contactgegevens toegevoegd.

Naast een verkoop in fysieke verkooppunten, raden wij Fairfox aan om (op termijn) te werken met een online platform. Dit hoeft zich in de startfase nog niet meteen te vertalen in een online webshop. Desalniettemin raden we Fairfox aan om actief gebruik te maken van sociale media, om zowel de producten als de organisatie in de kijker te zetten. Op die manier kunnen ze ook meer zichtbaarheid creëren voor zowel de doelgroep als hun creaties. Het maatschappelijke aspect van vzw Fairfox is een niet te missen meerwaarde in dit businessplan. Men zou zo bijvoorbeeld kunnen werken met een bestel-via-mail systeem of met afhalingen. Op deze manier wordt het bereik vergroot, zonder dat er grote kosten gemaakt moeten worden.

6.5 *Bepaling verkoopprijs*

De allerlaatste stap in deze analyse is de bepaling van de uiteindelijke verkoopprijs, op basis van de kosten die gemaakt zullen moeten worden en de marktwaarde van ons product. Uiteraard blijft deze keuze iets waarin Fairfox volledig vrij is. We trachten hier slechts een indicatie te geven, onderbouwd met de belangrijkste argumenten teneinde de startfase van dit project te vergemakkelijken.

Ter inspiratie werd ook gekeken naar de organisatie 'Mooi Door Mij' uit Nederland, waarbij jongeren met het syndroom van Down tewerkgesteld worden. Buiten deze organisatie echter, werden door ons geen soortgelijke initiatieven in België gevonden. Daaruit volgt dat Fairfox pionier is op deze markt, en hierdoor redelijk vrij is in de prijsbepaling.

In België kan wel een vergelijking gemaakt worden met ondernemingen die eveneens zelfgemaakte zeep aanbieden, op een duurzame en bewuste manier. Er werd gezocht naar ambachtelijke organisaties die niet in bulk produceren. Na een analyse van deze eventuele concurrenten hebben we ondervonden dat een 'standaard' zeepje (75 g) gemiddeld verkocht wordt aan €2 per stuk, terwijl dat voor een 'klein' zeepje (25 g) ongeveer tussen €0,75 en €1 ligt. Hieruit volgt dat de prijs voor een klein pakketje (75 g) rond €2,50 zal liggen, voor een middelgroot pakketje (100 g) rond €3 en een groot pakketje (150 g) rond €4. Gezien deze zeepjes ingepakt zijn in een cadeauverpakking kan er namelijk een meerprijs gevraagd worden. De prijzen zullen (zeker in de verdere fasen van het project) uiteraard verschillen per zeepje, afhankelijk van de specifiek gekozen geur, kleur en afwerking.

In bovengenoemde prijzen werd nog geen rekening gehouden met het maatschappelijke aspect van Fairfox. Echter, wij raden aan om (zeker in de eerste fase van het project) niet te ver boven deze marktprijs te treden. Om het concept van Fairfox over te brengen, om de kwaliteit van de producten duidelijk te communiceren en om uiteindelijk een ware affiniteit te creëren met het merk Fairfox, is het cruciaal dat het product aangekocht, getest en goedgekeurd wordt. Men toont namelijk veeleer geen interesse in iets, waar men zichzelf niet mee associeert. In de eerste fase is het dus uitermate belangrijk om de drempel laag te houden, zodanig dat de naam Fairfox bekend in de oren start te klinken.

Hierboven werden eerder de kosten voor de verschillende formaten berekend. Zo werd de kost voor een 'standaard' zeepje (75 g) op €1,33 geschat en die voor een 'klein' zeepje (25 g) op €0,44. Er werden eveneens drie verschillende verpakkingsgroottes voorgesteld, waar volgende totale kosten aan gepaard werden:

➤ Klein pakketje (75 g)	€ 1,33	1 'standaard' of 3 'kleine' zeepjes
➤ Middelgroot pakketje (100 g)	€ 1,77	1 'standaard' én 1 'klein' zeepjes
➤ Groot pakketje (150 g)	€ 2,66	2 'standaard' of 6 'kleine' zeepjes

Bij bovenvermelde kosten gaat het enkel over de kosten voor grondstoffen. Hier komen de kosten voor verpakking nog bovenop. Deze kosten zijn afhankelijk van het type verpakking. We krijgen volgende opties

- Zelfgemaakte verpakking € 0,79
- Aangekochte verpakking € 1,16 of € 1,55 afhankelijk van de grootte
- Eenvoudige verpakking € 0,56

Evenals dienen we de kost van productie nog in rekening te brengen. Deze kosten zijn evenals afhankelijk van het type verpakking en de hoeveelheid zeep.

- Zelfgemaakte verpakking & klein pakketje €0,08
- Zelfgemaakte verpakking & middelgroot pakketje €0,10
- Zelfgemaakte verpakking & groot pakketje €0,16
- Aangekochte verpakking & klein pakketje €0,04
- Aangekochte verpakking & middelgroot pakketje €0,06
- Aangekochte verpakking & groot pakketje €0,08
- Eenvoudige verpakking & klein pakketje €0,01
- Eenvoudige verpakking & middelgroot pakketje €0,01
- Eenvoudige verpakking & groot pakketje €0,01

Indien we al deze gegevens samen nemen krijgen we volgende totale kostprijzen

	Klein pakketje (75 g)	Middelgroot pakketje (100 g)	Groot pakketje (150 g)
Zelfgemaakte verpakking	€ 2,2	€ 2,66	€ 3,61
Aangekochte verpakking	€ 2,53	€ 3,38	€ 4,29
Eenvoudige verpakking	€ 1,90	€ 2,34	€ 3,23

Tabel 4 - Overzicht kosten per verpakkingsgrootte en -wijze

Er zijn nog andere kosten die hier buiten beschouwing werden gelaten, wegens het onvermogen om ze te kunnen berekenen en/of voorspellen, zoals de kosten die de samenwerkingen met dagcentra en verkooppunten met zich mee brengen. Dit betreft zowel expliciet vermelde als impliciete kosten, die niet altijd eenduidig voorspeld kunnen worden.

Rekening houdend met bovenvermelde kosten, alsook de vermelde marktprijzen en het competitief voordeel van Fairfax, raden wij volgende prijzen aan om een haalbaar verdienmodel te garanderen:

- Klein pakketje (75 g) € 3,00
- Middelgroot pakketje (100 g) € 5,00
- Groot pakketje (150 g) € 6,50

Indien er gekozen wordt voor de zelfgemaakte verpakking, zoals door ons aangeraden in het voorgaande, zullen per pakket volgende winsten gegenereerd worden

	Klein pakketje	Middelgroot pakketje	Groot pakketje
--	----------------	----------------------	----------------

	(75 g)	(100 g)	(150 g)
Kosten	€ 2,20	€ 2,66	€ 3,61
Opbrengsten	€ 3,00	€ 5,00	€ 6,50
Winst	€ 0,80	€ 2,34	€ 2,89

Tabel 5 - Overzicht winsten per verpakkingsgrootte

Bijgevolg kunnen we concluderen dat een haalbaar en realistisch verdienmodel, binnen de mate van het mogelijke ligt voor Fairfax.

7. Aanbevelingen en conclusies

In dit business plan werd een uiteenzetting gemaakt voor de organisatie 'Fairfox vzw', een organisatie die mensen met een (verstandelijke) beperking zinvol en creatief werk tracht aan te bieden. Dit gebeurt aan de hand van workshops die aangeboden kunnen worden bij dagcentra, aan volwassen jongeren die een creatieve bezigheid lijken te missen in hun leven. Zo kunnen zij streven naar een grotere zichtbaarheid en een volwaardig burgerschap. Het doel van deze bewijsvorming bestond er allereerst in te onderzoeken of het al dan niet mogelijk was voor Fairfox, om een haalbaar verdienmodel op te zetten met betrekking op de verkoop van zeep. We hebben met groot genoegen kunnen concluderen dat dit effectief mogelijk zal zijn.

Het tweede (en grootste) luik van deze paper betreft het volledig uitgewerkte plan van aanpak. Niet alleen hebben we getracht te onderzoeken of een verdienmodel mogelijk zou zijn, we zijn ook zo ver mogelijk in detail getreden bij het geven van aanbevelingen aan Fairfox, zowel voor nu als voor de toekomst. Er werd een concreet business plan opgesteld voor een onderneming in zijn opstartfase, alsook werden uitbreidingen toegevoegd voor op middellange en lange termijn. Er werden ook verscheidene afwegingen gemaakt, zoals keuzes betreffende verschillende leveranciers en verpakkingswijzen. Hiervoor werden eerst steeds voldoende alternatieven aangeboden en besproken, waarna we ook onze persoonlijke mening, argumenten en uiteindelijk aanbeveling hebben gegeven.

Om de kosten zo beperkt mogelijk te houden, maar om de marketing en verkoop voordelen ook maximaal te blijven benutten, werd aangeraden om in de startfase enkel zeep in pakketten te verkopen. Deze pakketten worden bovendien gemaakt met behulp van een zelfgemaakte, zeer persoonlijke verpakking (voorzien van naamkaartje en Fairfox sticker met logo). Voor de grondstoffen van de zeepjes en het materiaal om de zelfgemaakte verpakkingen te vervaardigen, dient Fairfox zelf nog een leverancier te selecteren en contacteren. Er werden wel reeds enkele mogelijk leveranciers aangereikt en besproken. Verder werd ervan uit gegaan dat er in DC De Mozaïek, het DC waarmee Fairfox in de startfase uitsluitend zal samenwerken, zelf beschikt over de ruwe infrastructuur om de zeep te smelten en te laten stollen. Ook beschikt Fairfox voor de startfase over voldoende gietvormen, maar zowel gietvormen als ruwe infrastructuur zullen investeringen zijn op lange termijn.

We hebben in het voorgaande een aantal mogelijke dagcentra en verkooppunten aangehaald waarmee een samenwerking mogelijk zou kunnen zijn, zowel voor de eerste als de volgende fase(n). Deze werden om verschillende redenen echter nog niet gecontacteerd, waardoor de kosten die hiermee geassocieerd kunnen worden buiten de scope van dit business plan vallen. Deze kunnen immers niet zomaar voorspeld worden. Hieruit volgt dat de schattingen die gemaakt werden betreffende de winst, met een korrel zout genomen dienen te worden. Uit die waarden konden we concluderen dat de zeepverkoop via Fairfox een realistisch verdienmodel kan bieden. Echter, we kunnen niet exact voorspellen wanneer er effectief winst gemaakt zal worden. In de startfase voorspellen we eerder dat Fairfox rond een break-even punt zal zweven. Waarschijnlijk pas wanneer samenwerkingen met meerdere dagcentra en verkooppunten voor schaalvoordelen kunnen zorgen (bijvoorbeeld door aankopen in bulk), zal de transitie naar het maken van winst plaatsvinden.

Verder geven wij graag als laatste nog mee, dat de kracht van sociale media niet onderschat mag worden bij initiatieven zoals Fairfox. We raden dan ook aan hiervan actief gebruik te maken, om zowel de producten als de organisatie in de kijker te zetten. Via sociale media kan men immers zijn bereik vergroten, zonder al te grote kosten te moeten maken. Op die manier kan Fairfox meer zichtbaarheid creëren voor zowel de doelgroep als hun creaties. Het maatschappelijk aspect dekt bijna de volledige identiteit van Fairfox, en daardoor een niet te missen factor in dit businessplan.

8. Bijlagen

8.1 Bijlage 1 - Voorbeeld van een zelfgemaakte verpakking



Afbeelding 1 - Voorbeeld van het eindresultaat van de testworkshop

8.2 Bijlage 2 - Voorbeeld van een aan te kopen verpakking



Afbeelding 2 - 'Two Piece Product Box' van Packhelp

8.3 Bijlage 3 - Voorbeeld van een eenvoudige verpakking



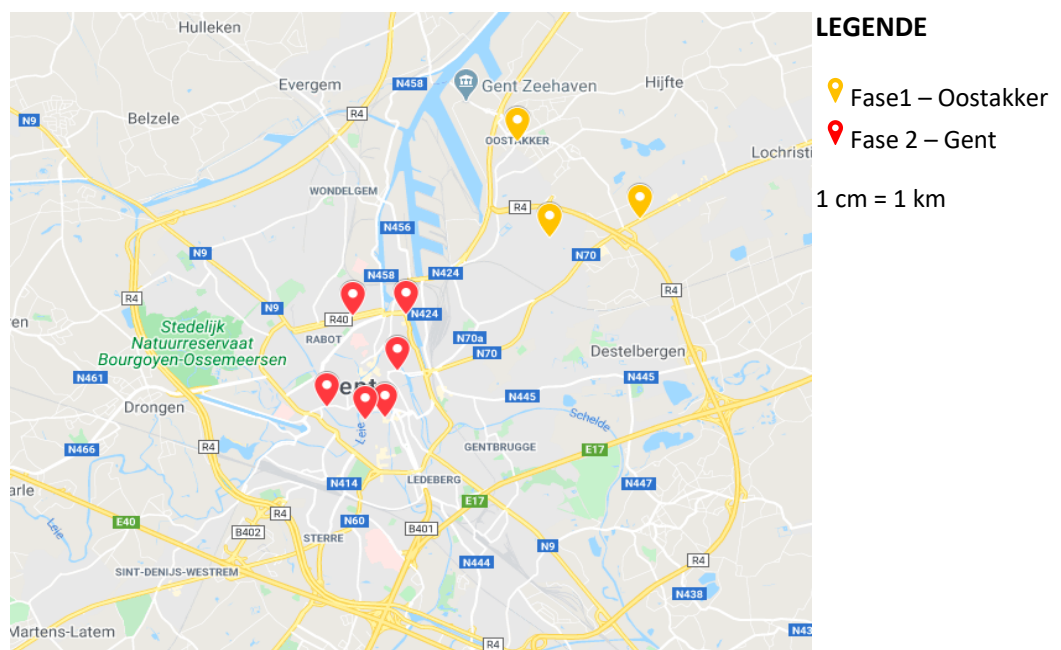
Afbeelding 3 - 'Zakje Papier Kraft 20 cm x 12 cm' van AVA

8.4 Bijlage 4 - Potentiële partner-dagcentra eerste en volgende fase(n)



Afbeelding 4 - Grafische voorstelling van potentiële partner-dagcentra

8.5 Bijlage 5 - Potentiële partner-verkooppunten eerste en volgende fase(n)



Afbeelding 5 - Grafische voorstelling van potentiële partner-verkooppunten

8.6 Bijlage 6 - Folder (opstart samenwerking met dagcentra)



WORKSHOPS BY FAIRFOX
samen creatiever



FAIRFOX VZW

(+32) 485 92 41 74
FAIRFOX.KIS@GMAIL.COM
WWW.FAIRFOX.BE

WORKSHOPS BY FAIRFOX

samen creatiever

Wie zijn wij?

Fairfox is opgericht door creatieve dames die les geven in het bijzonder onderwijs. Daar merkten ze het gemis aan een zinvolle creatieve vrijetijdsbesteding voor deze doelgroep. Daarom organiseert Fairfox crea-workshops onder professionele begeleiding, voornamelijk tijdens schoolvakantie of tijdens het weekend.

Wil jij creatief zijn op je eigen tempo en je talenten ontdekken? Aarzel dan niet om ons te contacteren!

Workshops

Wat doen wij juist tijdens de workshops?

We organiseren workshops op locatie waarbij wij samen met de deelnemers zeepjes maken. Ze krijgen tijdens de workshop de vrijheid om hun eigen creaties te maken, in verschillende vormen, geuren en maten. Bovendien kunnen ze de zeepjes personaliseren, zodat de koper weet wie de maker is van dit uniek product. De zeepjes worden verkocht bij onze partners aan voordelige prijzen om de werking van de vzw te steunen.

Voor elke workshop voorziet Fairfox het nodige materiaal. Fairfox werkt uitsluitend met duurzame producten en verpakkingen, rekening houdend met het milieu.

FORMULE	WELP	VOS	FAMILIE
# deelnemers	5 personen	10 personen	15 personen
# eigen begeleiders	1 persoon	2 personen	3 personen
# Fairfox begeleiders	1 persoon	1 persoon	1 persoon
# uren	3,5 uur 0,5 dag	7 uur 1 dag	7 uur 1 dag
# zeep	1 kg	1,5 kg	2 kg



FAIRFOX VZW

(+32) 485 92 41 74
FAIRFOX.KIS@GMAIL.COM
WWW.FAIRFOX.BE

8.7 Bijlage 7 - Folder (opstart samenwerking verkooppunten)



PRODUCTS BY FAIRFOX

samen creatiever



FAIRFOX VZW

(+32) 485 92 41 74
FAIRFOX.KIS@GMAIL.COM
WWW.FAIRFOX.BE

PRODUCTS BY FAIRFOX

samen creatiever

Wie zijn wij?

Fairfox is opgericht door creatieve dames die les geven in het bijzonder onderwijs. Daar merkten ze het gemis aan een zinvolle creatieve vrijetijdsbesteding voor deze doelgroep. Daarom organiseert Fairfox crea-workshops onder professionele begeleiding, voor zowel meerder- als minderjarigen met een (mentale) beperking.

Workshops

Wat doen wij juist tijdens de workshops?

We organiseren workshops op locatie waarbij wij samen met de deelnemers zeepjes maken. Ze krijgen tijdens de workshop de vrijheid om hun eigen creaties te maken, in verschillende vormen, geuren en maten. Bovendien kunnen ze de zeepjes personaliseren, zodat de koper weet wie de maker is van dit uniek product. De medewerkers van Fairfox waken over de uitvoering van de workshop en garanderen een professioneel afgewerkt product.

Partners

Wilt u graag dit unieke product verkopen?

Om de werking van vzw Fairfox te garanderen, zijn wij op zoek naar verkooppunten in de omgeving van de dagcentra. Zij zijn namelijk verantwoordelijk voor het maken van deze producten. Bij de productie van de zeepjes wordt er rekening gehouden met hygiëne en veiligheidsvoorschriften. Bovendien werkt Fairfox uitsluitend met duurzame producten en verpakkingen, rekening houdend met het milieu, kwaliteit en design.

Wilt u graag dit unieke product in uw zaak verkopen? Aarzel dan niet om ons te contacteren!

Liefs,
Fairfox 



FAIRFOX VZW

(+32) 485 92 41 74
FAIRFOX.KIS@GMAIL.COM
WWW.FAIRFOX.BE

PROJECT MVO

PROJECTFICHE

Fairfox: Nederlandse concept 'Mooi door mij' vertalen naar België

Fairfox

Beekstraatdries14

9030 Mariakerke

0485 92 41 74

Inès Formesyn

fairfox.kis@gmail.com

0485 92 41 74

We trachten enerzijds te achterhalen of het mogelijk is om het Nederlandse concept 'Mooi door mij' te vertalen naar een haalbaar verdienmodel in België, anderzijds onderzoeken we hoe we dit dan best zouden aanpakken.

Het doel is om mensen met een mentale beperking de mogelijkheid te geven om hun talenten verder te ontwikkelen en ze tewerk te stellen tegen een zekere vergoeding. In het gangbare werkmilieu krijgen deze mensen immers niet dezelfde kansen, waardoor zo veel talent onbenut blijft. De meeste jongeren met een beperking komen in België na school terecht in een dagcentra, de bedoeling is om de dagcentra te verbinden met een externe onderneming om de jongeren zo tewerk te stellen, zonder ze extra druk op te leggen.

De organisatie zal instaan voor verkoop, marketing en alle andere ondersteunende diensten. De jongeren zelf blijven in het dagcentra. Hier werken ze nu echter écht aan producten ter verkoop. Welke producten en hoe deze geproduceerd worden, wordt eveneens geregeld door de organisatie.

Doelstelling van het project

Wat zijn de doelstellingen van dit project?

- Het opstarten van een productlijn van zeepjes en bruisballen die eenvoudig te maken zijn door mensen met een mentale beperking. Hierbij hoort een onderzoek naar de mogelijke leveranciers die de grondstoffen kunnen aanleveren om deze producten te maken.
- Bepalen wat de totale productiekost is, voor hoeveel dergelijk product op de markt gebracht kan worden en hoeveel de winstmarge zou zijn.
- Ontdekken welke dagcentra interesse zouden hebben in een samenwerking om deze producten te maken.
- Mogelijke verkooppunten voor de producten zoeken.
- Foto's nemen van de werksetting, de producten en eventueel de mensen met een beperking in actie. Deze foto's zullen dienst doen om (eventueel later) een website op te zetten om de producten te verkopen en als promotiemateriaal. Het ontwerpen van de website zelf valt buiten de scope van het project.
- Bepalen hoeveel producten er ongeveer verkocht kunnen worden en wat dus het budget is dat opnieuw geïnvesteerd kan worden.

Scope van het project

Wat zal onderzocht worden (en wat niet) gegeven tijd en middelen?

- Een eerste focus zal liggen op de verkoop van badproducten, met name zeepjes en bruisballen, om na te gaan of de verkoop en productie kan leiden tot een effectief verdienmodel (is het doel mogelijk?)
- Om verder uit te kunnen breiden naar een organisatie met als hoofddoel het te werk stellen van mensen met een mentale beperking, zal het productgamma uitgebreid moeten worden. Om dit te kunnen realiseren, zullen er bijkomend productontwikkelings-bedrijven gecontacteerd moeten worden om het mogelijke, bovenop de geteste badproducten te achterhalen. Hiertoe geven we de aanzet, maar dit wordt niet verder onderzocht. Een mogelijk bedrijf dat reeds interesse getoond had: mystery of makers (Gent)
- In een later stadium zal er een nieuwe organisatie opgericht worden (indien aangetoond dat dit raamwerk kan werken). Fairfax is namelijk een vzw die zich focust op workshops. Puur om het raamwerk te testen, realiseren we de ontwikkeling en verkoop nu via de bestaande organisatie Fairfax (de winst zal in de vzw blijven).

Projectmedewerkers

Lijst je teamgenoten op, inclusief contactgegevens. Duid aan wie de teamleider is.

- Teamleider: Ruben Reudink (ruben.reudink@student.uantwerpen.be – 0494 83 26 65)
- Anse Mertens (anse.mertens@student.uantwerpen.be – 0495 82 80 51)
- Célestine De herdt (celestine.deherdt@student.uantwerpen.be – 0473 26 85 57)

Interne Begeleider Universiteit Antwerpen

Naam: Lissa Melis

Telefoonnummer: 03 365 42 05

Emailadres: lissa.melis@uantwerpen.be

Definitie van succes

Wat moet er opgeleverd worden opdat iedereen tevreden is?

- Voor de organisatie

Een duidelijk beeld over welke dagcentra willen samenwerken voor het maken van zeepjes en bruisballen en wat daartoe betaald zou moeten worden, alsook een beeld over de mogelijks geïnteresseerde verdelers. Evenals een nieuwe website opmaken die een duidelijk beeld geeft van het concept.

- Voor de Universiteit Antwerpen

Dat de externe organisatie tevreden is met het behaalde eindresultaat. Alsook dient er een gebundeld document afgeleverd te worden waar elk werkpakket in besproken is: methodologie, resultaten, etc.

- Voor de studenten

Achterhalen of de producten (zeepjes en bruisballen) op een winstgevende manier verkocht zouden kunnen worden, waar in de markt deze ergens gepositioneerd zouden zijn en wat de mogelijke prijs voor dergelijke producten is.

Communicatie met de organisatie

Minstens maandelijks zal er gecommuniceerd worden via mail met de organisatie. Er wordt geen beperking op de communicatie gelegd waardoor er zeer nauw samengewerkt kan worden. Wanneer er een moment van impasse of veel vragen wordt bereikt, kan er altijd vergaderd worden, hetzij via een *videocall*, hetzij via een fysieke bijeenkomst.

Projectmanagement

Mijlpalen:

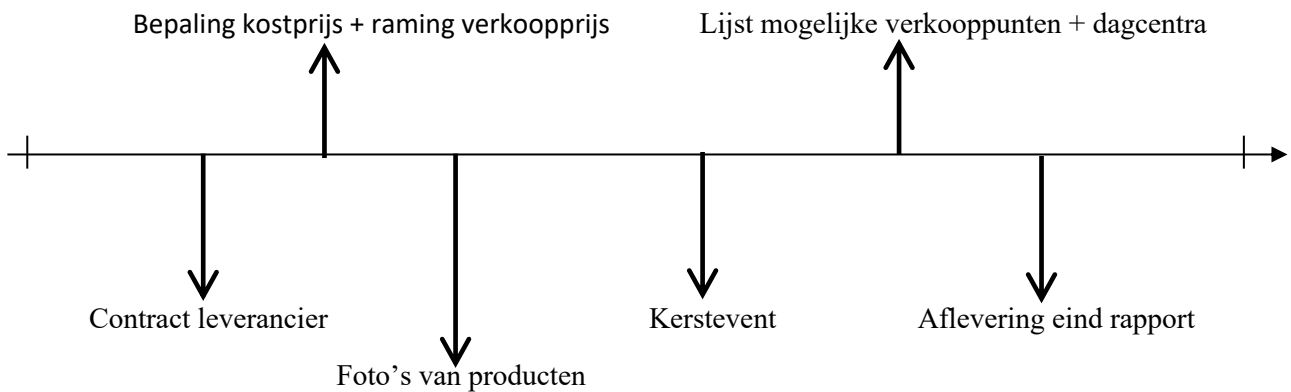
- Een eerste (kleinschalige) verkoop & bekendmaking van het project (met duidelijke missie en visie) aan de buitenwereld (via een mediakanaal) op een kerstactiviteit van de school voor jongeren met een verstandelijke beperking waar Inès (organisatie) werkzaam is.
- Contacteren potentiële afnemers en overeenkomst sluiten tot het in hun winkel leggen van de producten.
- Contact leggen met verschillende potentieel geïnteresseerde dagcentra en het sluiten van overeenkomsten betreffende betaling en de opstart van de officiële organisatie.
- Een eerste aanzet voor een nieuwe website (of om de website van Fairfax te updaten) geden door middel van foto's van de producten en eventueel de makers, die (later) ook een mogelijkheid tot online dient te bieden. Het maken/updaten van de website valt buiten de scope van dit project, de eerste aanzet door middel van foto's en promotie zal wel gegeven worden.

Work breakdown

Deel het project op in relevante werkpakketten en lijst deze op in de tabel. Identificeer voor elk werkpakket een eindverantwoordelijke, een tastbaar resultaat en een deadline. Zorg ervoor dat de tabel professioneel en overzichtelijk de verschillende stappen van het project weergeeft.

Werkpakket	Verantwoordelijke	Deliverable	Timing
Leveranciers voor grondstoffen van de bruisballen en zeepjes zoeken	Ruben Reudink	Een contract met een leverancier waarmee een samenwerking zal zijn gedurende de scope van het project en waarmee eventueel verder samengewerkt kan worden in de toekomst	17/11
Promotie materiaal	Ruben Reudink	Foto's van de aangeboden producten en de werksetting	3 weken voor het kerstevent Datum: ?
Marketing project	Célestine De Herdt	Het trachten contact op te nemen met een mediakanaal om te komen filmen/kijken/... op het kerstevent van de school, waar de eerste verkoop en promotie van de producten gelanceerd zal worden.	1 week voor het kerstevent Datum: ?
Financiële kant van de productie uitspitten	Anse Mertens	Een bepaling van de kostprijs om een zeepje/bruisbal te maken, alsook onderzoek voor hoeveel deze verkocht kunnen worden op de markt en wat dus de winstmarge bedraagt.	Bepaling kostprijs en eerste raming verkoopprijs 28/11 Finale verkoopprijs 05/04
Dagcentra	Célestine De Herdt	Een lijst met dagcentra die geïnteresseerd zouden zijn in een samenwerking om zeepjes/bruisballen en meer te maken. Dit betreft dagcentra waarmee samengewerkt wordt buiten de scope (na afloop van dit project)	Finale lijst 05/04
Verkoop	Anse Mertens	Contracten met verkooppunten sluiten die de producten aanbieden in hun winkel Terugkoppelen- Hoeveel producten zijn er verkocht en wat is een schatting van verkoop in de toekomst?	Finale lijst 05/04 29/03
Organiseren kerstevent	Ruben Reudink	Het organiseren van een kerstevent op de school als testproject voor de producten. Hierbij laten we de kinderen de zeepjes maken die dan verkocht kunnen worden op het event.	Datum kerstevent nader te bepalen.

Tijdslijn:



Wordt er een bijdrage geleverd aan de eventuele onkosten voor de studenten (transportkosten, drukwerk)?

☒ ja ☐ nee

Zo ja, welke: eventuele onkosten zoals bijvoorbeeld drukwerk van promomateriaal kunnen vergoed worden, mits vooraf akkoord.

Mits vooraf akkoord zal er bijvoorbeeld vergoed worden voor eventueel drukwerk ed. die rechtstreeks bij het project horen.

Gaat de organisatie ermee akkoord dat de resultaten gepubliceerd worden en zo openbaar worden voor derden? *

☐ ja ☒ nee

* de organisatie gaat wel akkoord met de resultaten die de projectmedewerkers zelf openbaar publiceren voor derden

8.9 Bijlage 9 – Minutes of Meeting

8.9.1 Minutes of Meeting 1 (06/12/2019)

Fac: Business and Economics	Vak: Integratieproject HI	Dossier: Fairfax – Mooi door mij	Groep: 20
20/11/2019	14u00 – 14u30	Skype meeting	
06/12/2019	09u00 – 15u00	Reynaertschool buitengewoon onderwijs, Oostakker	
Business plan		Voorbereiding J ☒ N ☐	Agenda J ☒ N ☐

1. Aanwezigen Naam	Nota
Ruben Reudink	Universiteit Antwerpen
Anse Mertens	Universiteit Antwerpen
Célestine De Herdt	Universiteit Antwerpen
Inès Formesyn	Fairfox vzw

2. Meeting notes

- **Final goal:** opstellen van een business plan voor een haalbaar verdienmodel in België, betreffende de verkoop van badproducten, vervaardigd door mensen met een beperking. Analooq aan het bedrijf “Mooi door mij” in Nederland. Hiervoor dient samengewerkt te worden met dagcentra (om in contact te komen met mogelijke werknemers) en met leveranciers van grondstoffen voor badproducten.
- Bespreking opzoekwerk en contacten: Ruben verzorgt contact met leverancier, mogelijkheden zijn: Herbacos (wordt nu mee gewerkt), online winkels etc.– Célestine verzorgt contact met mogelijke dagcentra, om een eerste interesse op te wekken – Anse verzorgt contacten met mogelijke afnemers. Om deze marketing te verzorgen zal een brochure gemaakt worden met foto's (genomen 06/12) en info, waarvoor Anse de eindverantwoordelijke is.
- Verloop productieproces zeepjes (idealiter per dag lopende bandproces van maken)
 1. Voorbereidend inpakken: kartonnen doosjes vouwen en nieten, zwart papiertje als onderlegger knippen en bestempelen, namen op naamkaartjes schrijven
 2. Glycerine zeep verdelen in batches die gesmolten kunnen worden
 3. Smelten van de zeepblokjes, eens gesmolten kunnen geur- en kleurstoffen toegevoegd worden
 4. Klarleggen van de zeepvormen op een rooster of plateau (zodanig deze makkelijker verplaatst kunnen worden om te drogen), eventueel met extra versiering (bloemblaadjes, lavendel, glitter...) en met bedrukt logo en/of bedrijfsnaam onderaan in de vorm.
 5. Zeep in de koelkast om te drogen, indien droog bestempelen met initialen maker en inpakken (met naamkaartje aan lint, sticker bedrijf op verpakking)

3. Acties/wat	door wie	tegen	Commentaar
Brochure maken	Anse Mertens	TBD	

4. Next Meeting

Datum	Uur	Locatie	Doelstellinggen
TBD	TBD	TBD	Doel: verdere opvolging bespreken

8.9.2 Minutes of Meeting 2 (28/02/2020)

Fac: Bedrijfskunde	Vak: Integratieproject HI	Dossier: Fairfox- Mooi door mij	Groep: 20
Datum: 28/02/2020	Uur: 10:00	Plaats: Gate 15	20
Doel: Bespreking verder verloop		Voorbereiding J ☒ N ☐	Agenda J ☐ N ☒

1. Aanwezigen Naam	Nota
Ruben Reudink	Universiteit Antwerpen
Anse Mertens	Universiteit Antwerpen
Lissa Melis	Universiteit Antwerpen
Inès Formesyn	Fairfox vzw

2. Meeting notes
- Reeds een goede verloop van het project.
- We dienen verder een businessplan te maken. Dit moet haalbaar, gedetailleerd, en specifiek zijn voor de situatie van VZW Fairfox
- In het verleden heeft ze steeds te “abstracte” plannen gekregen waar ze eigenlijk niets mee is.
- We dienen een aantal opties uit te werken voor de verpakking van de zeepjes.
- We dienen maar 1 dagcentra te contacteren namenlijk: VZW Mozaiek in Oostakker.
- We dienen op zoek te gaan naar mogelijke verkooppunten in Oostakker.

3. Acties/wat	door wie	tegen	Commentaar
Opstellen businessplan	Anse Mertens, Ruben Reudink & Célestine De Herdt	20/4/2020	Dit is de finale opdracht die afgeleverd dient te worden.

4. Next Meeting			
Datum	Uur	Locatie	Doelstellingen
n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	Indien er nog vragen zijn mogen we Mevrouw Formesyn telefonisch contacteren en zo verder overleggen.

8.10 Bijlage 10 – Logboek

Datum	Activiteit	Door wie?
05/10/2019	Bevestiging toewijzing project “Mooi Door Mij”	Universiteit Antwerpen <i>Interne verantwoordelijke: Lissa Melis</i> <i>Externe verantwoordelijke: Inès Formesyn</i>
07/10/2019	Start mailing en planning startvergadering	Ruben Reudink (verzorgt alle communicatie via mail)
16/10/2019	Startvergadering	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink, Inès Formesyn
19/10/2019	Eerste draft projectfiche opgesteld	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink
24/10/2019	Feedback eerste draft ontvangen	Inès Formesyn, Lissa Melis
29/10/2019	Laatste versie projectfiche doorgestuurd (<i>met goedkeuring van Inès Formesyn</i>)	Ruben Reudink
06/11/2019	Eerste mailing omtrent planning opvolgvergadering	Ruben Reudink
11/11/2019	Vergadering omtrent organisatie kersteventement, veranderd naar een gewone workshop op de Reynaertschool (waar Inès werkt) in Oostakker	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink, Inès Formesyn
03/12/2019	Vergadering omtrent het plannen van de workshop en de benodigheden	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink
06/12/2019	Workshop in de Reynaertschool te Oostakker bijgewoond en mee geleid, info om correct businessplan op te stellen verzameld	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink, Inès Formesyn
28/02/2020	Follow-up vergadering project, afstemmen wat er als resultaat uit de bus dient te komen	Anse Mertens, Ruben Reudink, Inès Formesyn, Lissa Melis
05/03/2020	Vergadering – taken business plan verdelen	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink
06/03/2020 – 30/04/2020	Business plan ontwikkelen, taken verdeeld maar op geregelde tijdstippen skype meeting om elkaar van feedback te voorzien	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink
24/03/2020	Vergadering – taken eindrapport verdelen	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink
25/03/2020 – 15/04/2020	Eindrapport (eigen taken) afwerken, tussentijds geregeld feedback aan elkaar gegeven	Célestine De Herdt, Anse Mertens, Ruben Reudink

8.11 Bijlage 11 – Abstract

Organisatie:	VZW FAIRFOX
Projectnaam:	Mooi door mij
Projectnummer:	20
Teamleden:	Ruben Reudink, Célestine De Herdt, Anse Mertens
Begeleider(s) organisatie:	Inès Formesyn
Contactgegevens:	<u>Fairfox.kis@gmail.com</u> 04 85 92 41 74
Interne begeleider UA:	Lissa Melis
Voorstelling organisatie:	Fairfox is een organisatie opgericht door Inès Formesyn die zich inzet voor studenten met een mentale beperking uit het secundair onderwijs. Hierbij organiseren ze workshops en maken decoratiemateriaal samen met de kinderen om ze een creatieve bezigheid te geven.
Kernwoorden:	(verstandelijke) beperking, handgemaakte zeep, business plan
Probleemschets:	Een veel voorkomend probleem bij meerderjarigen met een mentale beperking is het feit dat ze zich uitgesloten voelen uit de maatschappij. Wanneer zij afstuderen van het secundair onderwijs, komen zij doorgaans in dagcentra terecht. Hier houdt men zich bezig en leert men dingen bij, maar veel latente functies die arbeid kan bieden, blijven uit. Het doel is om steeds meer mensen met een beperking een 'echte job' te geven, waarbij ze niet enkel een financiële bijdrage verdienen maar waarin ze zich ook nuttig en zinvol voelen. Een job geeft betekenis en structuur, iets wat vandaag de dag nog vaak gemist wordt bij dergelijke jongeren. Fairfox vraagt dus specifiek aan ons om hiervoor een concreet haalbaar businessplan op te stellen waarmee we steeds meer mensen kunnen bereiken.
Methodologie:	Aan de hand van uitgebreide interviews hebben we getracht eerst duidelijk de wensen van Fairfox te achterhalen. Na hier een duidelijk beeld van te hebben gekregen hebben we dit afgewogen met de mogelijkheden en beperkingen. Na hierover online onderzoek te doen hebben we een workshop georganiseerd om praktische kennis op te doen. Met al deze geobserveerde data hebben we dan vervolgens het business plan opgesteld.

Resultaten:	Uit de boven beschreven methodologie zijn we gekomen tot het maken van zeepjes als product. Hiervoor hebben we dan ook de workshop georganiseerd waar we samen met de kinderen met een mentale beperking deze hebben gemaakt. Het business plan dat werd opgesteld heeft dan ook uitgewezen dat het beoogde model haalbaar is.
Aanbevelingen/ andere opmerkingen	In het business plan hebben we evenals een aantal aanbevelingen gegeven voor de start en het toekomstige verloop van het project. In de startfase en ons model gaan we er steeds van uit te beginnen met 1 dagcentrum en verschillende verkooppunten (die ook zijn aangegeven). Dit vereenvoudigt de opstart en kan men op deze manier eenvoudiger groeien.

Vzw Fairfax

Wetenschapswinkel – Mooi door mij

Externe begeleider(s)

Inès Formesyn

Interne begeleider(s)

Lissa Melis

Groepsleden

Célestine De Herdt
Anse Mertens
Ruben Reudink

Probleem

Geen creatieve bezigheid voor mensen met een beperking

Onvoldoende grote arbeidsmarkt voor jongvolwassenen met een beperking

Grote nood aan betekeniszin voor jongvolwassenen met een beperking

WORKSHOPS BY FAIRFOX



samen creatieëren

Gegevens werden verzameld o.b.v. een testworkshop



Missie & visie

Crea-workshops voor mensen met een beperking...

...in samenwerking met dagcentra, waarbij de makers van de producten vergoed worden.

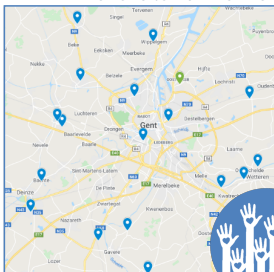
Wie maakt de producten?

Waar worden de gemaakte producten verkocht?

Dagcentra

Fase 1 DC De Mozaïek

Fase 2 20km van maatschappelijk adres Fairfax en/of 10km van De Mozaïek



Creatieve daginvulling voor mensen met een beperking



Rekening houdend met milieu en kwaliteit

Verpakking

Zelfgemaakte
Aangekochte
Eenvoudige

Grondstoffen

Zeep
Geurstoffen
Kleurstoffen

Producten

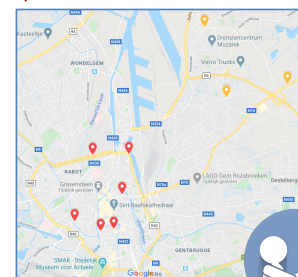
Zelfgemaakte zeepjes in verschillende
• Vormen
• Geuren
• Kleuren

Kosten

Verkooppunten

Fase 1 Oostakker

Fase 2 Gent



Een mooi eindproduct voor een gelukkige klant

verdienmodel

	Klein pakketje (75 g)	Middelgroot pakketje (100 g)	Groot pakketje (150 g)
Kosten	€ 2,20	€ 2,66	€ 3,61
Opbrengsten	€ 3,00	€ 5,00	€ 6,50
Winst	€ 0,80	€ 2,34	€ 2,89



Met dank aan de Reynaertschool voor Bijzonder Onderwijs