

Linking small farmers to supermarkets and other modern chains - SUPERCHAIN- IFAD/MALICA

Presented by: Nguyen Thi Tan Loc

Implemented by:

CIRAD CASRAD FAVRI RUDEC N.U. Laos

Research question



- What was the research question addressed by this piece of work?
- The criteria for selection suppliers?
- Consumers expect which types of product quality?
- What was the expected impact on development?
- How many small farmers have the ability to supply products to the distributors with high value?
- How many consumers in the big cities can find quality products ?

Approach or method used



- Approach the commodity chain.
- Identify the organizational structure of the value chain,
- Analysis of consumer demand.
- Organizing conference of the stakeholders in the chain to quality assessment.



CHƯƠNG TRÌNH GIỚI THIỆU VÀ THỬ NẾM THỊT BÒ MÔNG CAO BẰNG Big C Thăng Long – 25/4/2009

Ngày 25/04 siêu thị Bìg C. Tháng Long phối hợp với dự án IFAD/MALICA tổ chức hội thảo giới thiệu và nêm thủ sản phẩm chặt bố Mông Lao tlàng lần đầu tiên có mặt tại thị trường Hã Nội cũng như trên có nước, Chương trình rhằm mục đích giới thiệu cho người tiêu đùng Hã nội về chất lượng thịt bó đặc sản Cao Bằng, giúp liền kết nông dân nghèo nông thôn với siệu thị và các kiệnh phản phối chất lượng cao, nàng cao đời sông người dân nưới bở, tìn nhiệm siệu thị và chất lượng bốa ản của người tiêu dùng.

Các hở nông đản người dân tộc Nùng, Tây, HThông thưm gia vào dự án này đã được các chuyên gia trong mước và quốc tế hưởng đản, đảo tạo kỳ thuật và giám sát từ kháu chế biến thức an đến khâu chăm sốc, giết mố, bảo quân và vận chuyện. Vì vậy sản phẩm thịt bố tạo ra trong khuôn khổ dự an hoàn toàn không có tổn dụ chất kháng sinh, không có hộc môn sinh trưởng, miềm, thăm ngan và đảm bảo vệ sinh dịch bậnh.





Market analysis and consumer research

Products	Samples	Institute	Note
Vegetable	 - 10 supermarkets (27). - 10 shops (53) - 05 canteens. 	FAVRI	Used the results from survey of 800 consumersin Hanoi and Hai Phong (2005)
H'Mông beef	 12 slaughter-houses. 3 supermarkets + 2 shops 17 restaurants. 300 consumers. 	RUDEC CASRAD	Randomly selected in the districts have different socio- economic characteristics
			Conference of stakeholders to quality assessment: 50 farmers + retail restaurants + consumers.
Sticky rice	- 300 consumers in Hanoi	RUDEC	Randomly selected in the districts have different socio- economic characteristics.

Strengths

- Jointed by professional institutes.
 - All of us in Malica consortium.

Weaknesses

Access to supermarkets and restaurants difficulty.
The small number of supermarkets distribution sticky rice in Hanoi.

Opportunities

- Retailers and consumers are interesting the quality products

Threats