



## “Cnoi cil” gyda #TechTyfu “Food for thought” – Reaching the Market

### English Version below:

Mae tyfu gan ddefnyddio fferm fertigol yn gymharol syml. Rydym yn gwybod bod cynhyrchu cynydau o safon yn gyson yn bosibl. Mae'n fater o ddysgu, ac mewn rhai achosion dyfalbarhau a meddwl yn greadigol.

Gwerthu'ch cynnyrch i farchnad mewn modd cynaliadwy ac er elw yw'r her gyda ffermio fertigol. Dyma ganolbwynt y prosiect Tech Tyfu i raddau helaeth ac wrth i ni weld tyfwyr yn dechrau dysgu eu crefft gyda gwahanol ddyluniadau ffermio fertigol, byddwn yn gynyddol yn symud ein ffocws i ddatblygu'r cadwyni cyflenwi lleol.

O ystyried hyn, dyma 5 syniad allweddol y mae'n rhaid i ni eu cofio wrth geisio datgloi potensial ffermio fertigol yng Ngwynedd ac Ynys Môn.

#### **1) Ymchwilio**

Bydd ymchwilio yn gam hanfodol i unrhyw ffermwr fertigol sydd am sefydlu busnes llwyddiannus. Bydd cynnal ymchwil marchnad drylwyr i nodi bylchau yn y farchnad yn gadael i chi benderfynu i ba gyfeiriad y dylech ddatblygu eich fferm fertigol, pwy yw eich cwsmeriaid a beth yw eu anghenion? Gall ffyrdd o wneud hyn gynnwys ymgysylltu â busnesau profiadol yn y gadwyn gyflenwi a gwrandio arnynt, darllen yn drwyadl am y fasnach cynnyrch ffres, arsylwi tueddiadau, cynnal arolygon, cadw meddylfryd agored a pharhau i chwilio am gyfleoedd i “ailadrodd a dyblygu” syniadau a welwyd yn gweithio mewn manau eraill, neu hyd yn oed wledydd eraill.

#### **2) Deall yr hyn y mae'r farchnad ei eisiau a'i dyfu.**

Mae'n ddealladwy bod llawer o dyfwyr yn cael eu temtio i dyfu'r cynnyrch maen nhw'n ei hoffi neu wedi cael llwyddiant ag ef, p'run ai yw'r farchnad yn ei hoffi ai peidio. Mae'n natur ddynol. Os yw bwyty eisiau cêl unffurf wedi ei docio a'i lanhau, mae'n annhebygol y byddai ganddyn nhw ddiddordeb mewn cyflenwad o gêl gyda coesau llawn. Efallai y bydd cogydd eisiau ei egin pys rhwng 2.5” a 3” o hyd, heb fod yn fyrrach, nac yn hwy. Mae deall yr hyn y mae'r farchnad ei eisiau ac yn barod i dalu amdano yn wybodaeth hanfodol. Mae angen i ni fod yn barod i ymateb i anghenion y farchnad ac mae hyn yn gofyn am ddisgyblaeth - os na allwch ei werthu, peidiwch â'i dyfu.

#### **3) Adeiladu perthnasoedd tymor hir.**

Bydd adnabod eich cynulleidfa darged yn allweddol wrth fynd ati i gyrraedd y farchnad. Bydd gwybod pwy yw eich cwsmeriaid yn eich helpu i dyfu cynnyrch priodol i ddiwallu eu hanghenion. Nid tyfu'n unig sy'n gwneud ffermio fertigol yn llwyddiannus. Rhaid i chi fod yn barod i dreulio amser yn adeiladu perthnasoedd cadarnhaol o fewn y gadwyn gyflenwi. Mae bwytai, gwestai, siopau, dosbarthwyr, cyflenwyr a chyd-dyfwyr i gyd yn bartneriaid allweddol ar gyfer fferm fertigol. Mae cydweithredu â'r busnesau hyn yn ffordd wych o gyrraedd y farchnad a hefyd i ddatblygu'ch brand trwy bartneriaethau tymor hir cynaliadwy.



#### 4) Datrys logisteg.

Yn ogystal â thyfu'r cynnyrch y mae'r farchnad ei eisiau, dolen arall yr un mor bwysig yn y gadwyn yw gwybod sut y byddwch chi'n danfon eich nwyddau i'r cwsmer. Bydd nodi pwy yw eich cwsmeriaid a beth yw eu gofynion cyflenwi yn eich helpu i greu eich cynllun dosbarthu. Os ydych chi'n gwerthu'n uniongyrchol i fwytai a gwestai, yn ddelfrydol rydych chi am gael eich lleoli gerllaw i arbed amser teithio. Fel arall, a allech chi ddosbarthu'ch nwyddau trwy gyfanwerthwr neu asiant dosbarthu, a thrwy wneud hynny eich galluogi i dyfu mwy a dod yn fwy effeithlon? Mae manteision ac anfanteision i'r holl opsiynau, a gorau po gyntaf y bydd yr agwedd hon yn cael ei hystyried. Diffyg llunio dull cynaliadwy o gyflenwi fu maen tramgwydd llawer o ymdrechion tebyg yn y gorffennol.

#### 5) Cyfathrebu

Heb gyfathrebu clir a chryno, mae cyrraedd y farchnad yn fwy heriol. Mae cyfathrebu rheolaidd rhwng cyflenwyr, dosbarthwyr a chwsmeriaid yn hanfodol fel bo pawb yn deall beth sy'n digwydd. Mae hyn yn amhrisiadwy pan fyddwch yn wynebu problem, ac efallai yn methu a bodloni gofynion archeb. Trwy gyfathrebu'n rheolaidd ac agored gyda chwsmeriaid, byddant yn deall ac yn addasu yn unol â hynny. Yn aml, mae hyn yn cryfhau'r berthynas rhwng y tyfwr a chwsmeriaid.

Gallem barhau i restru ystyriaethau, ac rydym yn siŵr bod llawer o wahanol farnau ar yr hyn ddylai fod yn y "5 uchaf". Fodd bynnag, y brif neges yw er mwyn sicrhau bod ffermio fertigol yn gweithio yng Ngwynedd ac Ynys Môn, mae angen i ni ymdrîn â'r gadwyn gyflenwi gyfan, nid dim ond y tyfu.

### English

Growing in a vertical farm is relatively straight forward. We know that producing quality crops consistently is possible and it's a matter of learning and in some cases perseverance and creative thinking.

Selling your produce to a market place sustainably and for a profit is the challenge with vertical farming. This is very much the focus of the #TechTyfu project and as we see growers starting to learn their trade with various vertical farming designs, we will increasingly be shifting our focus to developing the local supply chains.

With this in mind, here are 5 key thoughts we need to bear in mind whilst trying to unlock the potential of vertical farming in Gwynedd and Anglesey.

#### 1) Doing our research

This is going to be an essential step for any vertical farmer who wants to establish a successful business. Conducting thorough market research to identify gaps in the market will let you know the direction your vertical farm should go in, who your customers are and what their needs are? Ways of doing this can include engaging with and listening to experienced operators in the supply chain, reading exhaustively about the fresh produce trade, observing trends, conducting surveys, maintaining an open mindset and keep looking for opportunities



to “replicate and duplicate” smart ideas seen working in other places or even other countries.

**2) Understand what the market wants and growing it.**

Many growers are understandably tempted to grow the produce they like or have had success with, regardless of whether the market likes it or not. It’s human nature. If a restaurant wants uniformed, trimmed and cleaned kale then it is unlikely they will be interested in a supply of full kale stems. A chef may want his/her pea shoots between 2.5” and 3” long, not shorter, nor longer. Understanding what the market wants and is prepared to pay for is vital intelligence. We need to be ready to respond to market needs and this requires discipline - if you can’t sell it, don’t grow it.

**3) Building long-term relationships.**

Identifying your target audience will be key in your approach to reaching the market. Knowing who your customers are will help you match products to meet their needs. Successful vertical farming is not just about growing. You must be prepared to spend time building positive relationships within the supply chain. Restaurants, hotels, shops, distributors, suppliers and fellow growers are all key partners for a vertical farm. Collaborating with these businesses is a brilliant way of not only reaching the market but developing your brand through sustainable long-term partnerships.

**4) Solving logistics.**

In addition to growing the produce the market demands, an equally important link in the chain is to know how you will deliver your goods to the customer. Identifying who your customers are and what their delivery requirements are will help to create your distribution plan. If you’re selling direct to restaurants and hotels then you ideally want to be located nearby to save travelling time. Alternatively, could you distribute your goods through a wholesaler or a distribution agent, and by doing so gaining volume and efficiency? There are pros and cons to all options, and the sooner this aspect is considered the better. Failing to come up with a sustainable method of delivering has been the downfall of many similar efforts in the past.

**5) Communication**

Without clear and concise communication in place, reaching the market becomes more challenging. Regular communication between suppliers, distributors and customers is essential so that everyone understands what is going on. This is invaluable when you may encounter a problem and may not be able to satisfy an order. Communicate regularly and openly with customers and they will understand and adapt accordingly. Oftentimes this strengthens the relationship between the grower and customers.

We could carry on listing considerations, and we’re sure there are many different opinions out there on what the “top 5” should be. However, the main message is that to make vertical farming work in Gwynedd and Anglesey, we need to crack the whole supply chain, not just the growing.