



BELEIDSPLAN 2022-2025

Stichting MANS The Smiling Cook
Moelnaerstraat 9
3371HW Hardinxveld-Giessendam
www.mansa.eu
RSIN 863716489
KVK 85715476

Inhoud

Inleiding.....	3
1. Missie/visie.....	4
1.2 Doelstelling.....	5
1.3 Strategie.....	5
2. Huidige situatie en toekomst.....	6
2.1 Huidige activiteiten van de organisatie.....	6
2.2 Toekomstige activiteiten.....	6
3. Organisatie.....	7
3.1 Oprichting.....	7
3.2 Bestuur.....	7
3.3 Werknemers.....	7
4. Financiën.....	8
Bijlage 1 - Strategie.....	8
Bijlage 2 - Risico-analyse.....	13

Inleiding

“Je moet de relatie tussen vrouwen en het vuur begrijpen om het probleem van koken op open vuur op te lossen”

Het gebrek aan toegang tot schone kooktoestellen blijft één van ‘s werelds meest ernstige sociale, economische en milieu vraagstuk. Met drie miljard mensen zonder toegang tot schone kookoplossingen en ongeveer vier miljoen voortijdige overlijdens per jaar, waarvan een kwart in Sub Sahara Afrika, staan we voor een enorme uitdaging.

Met deze kennis kun je stil blijven zitten, of in actie komen! Paul Engelsman, voorzitter Stichting Yepafrica is daarom een project gestart om een schoon kooktoestel te ontwikkelen voor de onderste laag van de samenlevingspiramide. Het team, bestaande uit 4 master studenten van de Technische Universiteit in Delft, Nederland, twee jonge ondernemers van Yepafrica Gambia en lokale Gambiaanse vrouwen. Het resultaat, een MANSA stoof met houtskool of biomassa als brandstof die:

- Twee keer zo snel kookt ten opzichte van koken op open vuur;
- Tot 50% van de brandstof bespaart en daarmee een reductie van 1 ton CO2 uitstoot realiseert in vergelijking tot koken op open vuur;
- Luchtvervuiling binnenshuis met 90% verminderd;
- Een drastische vermindering van brandwonden onder kinderen; en
- Het gebruik en de verkoop van de stoof creëert bovendien banen voor jongeren in Afrika.

Inmiddels is Mansa lid van de Clean Cooking Alliance en koken 500 gezinnen in Gambia op de MANSA stoof. Daaruit blijkt dat de MANSA stoof één van de beste stoofs in Sub Sahara Afrika is omdat het concept hiervan is gebaseerd op een goed begrip van de relatie van Afrikaanse vrouwen en hun vuur. Op deze wijze respecteert de MANSA stoof de traditionele wijze van koken en willen de vrouwen er ook graag mee koken.



Met de productie van 100.000 MANSA stoofs per jaar willen wij serieus bijdragen aan een wereld zonder koken op open vuur en hiermee het leven van ruim 1 miljoen mensen in Sub Sahara Afrika per jaar beïnvloeden en de CO2 uitstoot met 100.000 ton verminderen per jaar.

Termijn van een beleidsplan

Dit beleidsplan omvat de periode 2022 tot en met 2025 en is door het bestuur vastgesteld in juni 2022. De realisatie van het beleidsplan wordt jaarlijks door het bestuur beoordeeld, evenals de noodzaak om het beleidsplan te actualiseren op basis van de meest recente ontwikkelingen en verwachtingen.

1. Missie/visie

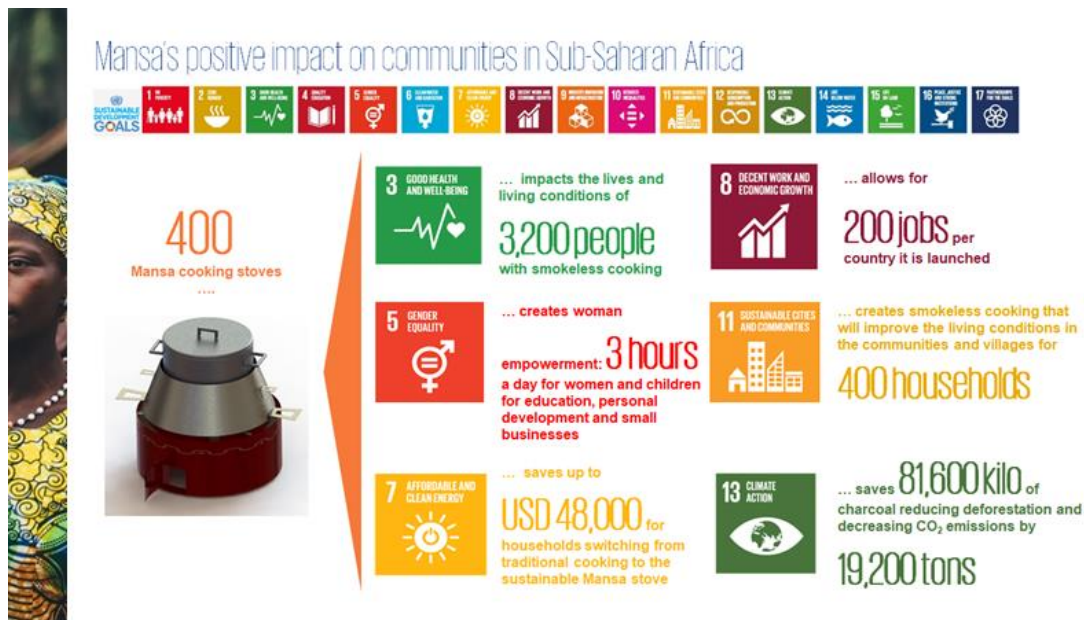
Onze **missie** is een wereld waar niet meer gekookt wordt op open vuur.

Drie miljard mensen in de wereld koken op open vuur hetgeen zorgt voor ernstige luchtvervuiling en gezondheid problemen. Als gevolg hiervan sterven meer dan vier miljoen mensen vroegtijdig per jaar, veelal vrouwen en kinderen en zorgt de ontbossing voor een niet te overziene klimaatcrisis.

Social Impact

MANSA heeft zich ten doel gesteld om het aantal voortijdige overlijdensgevallen en de CO2 uitstoot terug te dringen met behulp van een betaalbare, schoon kooktoestel (stoof). De stoof is ontwikkeld door Gambiaanse vrouwen en Master studenten van de Technische Universiteit in Delft, Nederland.

De voordelen van de MANSA stoof zijn terug te zien in onderstaande figuur. De stoof is het eerste onderdeel van het Smiling Cook programma van producten waarmee we schoon koken willen bevorderen.



Wij zien het als onze taak om bij te dragen aan een wereld waar niet meer gekookt wordt op open vuur door schoon en veilig koken in sub Sahara Afrika te bevorderen met betaalbare, milieuvriendelijke producten te distribueren uit het Smiling Cook programma.

Het is onze **visie** om de grootste distributeur te worden van schone kooktoestellen in sub Sahara Afrika. Wij richten ons allereerst op de bottom of the pyramid in Gambia, Senegal, Ghana en Nigeria.

1.2 Doelstelling

De stichting heeft ten doel het stimuleren van schoon koken in ontwikkelingslanden om de uitstoot van schadelijke stoffen als gevolg van koken op open vuur te reduceren en hiermee het aantal slachtoffers als gevolg van koken op open vuur terug te dringen.

Op korte termijn (1-3 jaar) richten we ons op het werven van fondsen voor de productie (via leverancier in China), het transport naar en verkoop ter plaatse van 5000 stoofs per jaar in Gambia, Senegal, Ghana en Nigeria. Bij de fondsenwerving richten we ons op particulieren en zakelijke gevers.

Op langere termijn (3-8 jaar) is het doel om te groeien naar een productie en distributie van 100.000 stoofs per jaar. We beogen hierbij ook om de productie van halffabricaten in Nederland te organiseren. Vanuit kwaliteitsoogpunt en beheersbaarheid van (stabiele) kosten (met name transport) verdient dit de voorkeur boven productie in China. De assemblage van halffabricaten en verkoop vindt plaats in de doelgroep landen in Sub Sahara-Afrika. De financiering vindt alsdan voor circa 80% plaats vanuit verkoop van CO2-compensatierechten en (lokale) verkoop van stoofs.

Om ons doel te bereiken zoeken wij samenwerking met andere Not for Profit instellingen/organisaties (zoals Stichting Yepafrika). Tevens zullen we de samenwerking zoeken met lokale franchisenemers voor de productie en distributie van Mansa stoofs.

1.3 Strategie

De strategie is nader uitgewerkt in Bijlage 1 van dit beleidsplan. In bijlage 2 is een risicoanalyse opgenomen.

2. Huidige situatie en toekomst

Initieel is het initiatief van de ontwikkeling van de MANSA stoof ondergebracht in Mansa B.V. met als oogmerk te komen tot een zgn. social enterprise. Gezien de voordelen op dit moment van een stichtingsvorm (waaronder de mogelijkheid tot het verkrijgen van de fiscale ANBI status), is de ontwikkeling van het initiatief vanaf 2022 ondergebracht in Stichting MANSA The Smiling Cook (MANSA). MANSA is opgericht op 7 maart 2022.

2.1 Huidige activiteiten van de organisatie

De activiteiten voor 2022 zijn er concreet op gericht om:

- De randvoorwaarden voor de stichting(organisatie) te realiseren waaronder:
 - Het opstellen van het beleidsplan;
 - Het openen bankrekening;
 - De overdracht van het intellectueel eigendom van de Mansa Stoof, lopende franchise overeenkomsten met lokale verkopers in Sub Sahara Afrika en de domeinnaam/website van Mansa B.V. (mansa.eu) naar MANSA;
 - Verder uitwerken van het financieel meerjarenplan.
- Opzetten van activiteiten voor het verkrijgen van financiële middelen (fondsenwerving)
- Organiseren van de productie en het logistieke proces alsmede het transport en de (lokale) verkoop van MANSA stoofs (organiseren van lokale franchisenemers).
- Bouwen aan een professionele organisatie

Tevens beogen we in 2022 concreet de eerste leveringen van stoofs aan Sub Sahara Afrika te realiseren.

2.2 Toekomstige activiteiten

Voor 2022-2025 verwachten we de fondsen werving te intensiveren en verwachten we, op basis hiervan, diverse nieuwe stoofs te kunnen leveren.

Komend jaar (2022-2023) zullen we onderzoek doen (en indien reeds mogelijk uitwerking geven aan) financiering van onze activiteiten middels verkoop van CO2 compensatierechten. In hoofdstuk 4 gaan we hier nader op in.

Wij hebben een risico-analyse gemaakt van de bedreigingen voor de realisatie van onze doelen. Deze risico-analyse is opgenomen in Bijlage 2 bij dit beleidsplan.

3. Organisatie

3.1 Oprichting

MANSA is opgericht op 7 maart 2022 en ingeschreven bij de KVK onder nummer 85715476. Het RSIN nummer van de stichting is 863716489. In de loop van 2022 vraagt MANSA de ANBI-status aan.

Het correspondentieadres van de Stichting is:

Stichting MANSA The Smiling Cook
Moelnaerstraat 9
3371HW Hardinxveld-Giessendam

Op internet kan de Stichting worden bereikt via www.mansa.eu.

3.2 Bestuur

Het bestuur wordt voor onbepaalde tijd benoemd en bestaat bij de oprichting uit de volgende personen:

Voorzitter:	Wout van der Wal
Penningmeester:	Paul Engelsman
Secretaris:	Jacco van Kleef

Om voldoende slagkracht bij oprichting van de stichting te realiseren beoogt het bestuur een uitbreiding naar vijf leden.

Het bestuur is onbezoldigd en ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden. Bestuurders hebben recht op een vergoeding van de door hen in de uitoefening van hun functie gemaakte kosten.

3.3 Werknemers

Er zijn geen werknemers in dienst. Voor het ontwikkelen van de financiële opzet en de logistieke organisatie van het produceren, vervoeren en verkopen van de stoofs werkt de Stichting samen met andere organisaties en onbezoldigde vrijwilligers.

4. Financiën

4.1 Beheer en besteding van het vermogen

Bij oprichting van de Stichting beschikt deze (nog) niet over eigen vermogen. De Stichting heeft geen winstoogmerk.

Om onvoorziene financiële tegenvallers op te kunnen vangen zal komende jaren uit de inkomsten een weerstandsvermogen worden opgebouwd.

4.2 Het werven van gelden

De middelen van de Stichting worden bijeengebracht middels:

- Verkoop van MANSA stoofs
- Donaties, sponsering en andere bijdragen

Op termijn beogen we via verkoop van CO2 compensatierechten (Carbon Credits) in de financiering van stoofs te kunnen voorzien. Dit betekent dat we de CO2 reductie die met een MANSA stoof wordt gerealiseerd zullen laten certificeren. Deze certificaten kunnen door (veelal commerciële) organisaties worden gekocht om hun eigen CO2 uitstoot te compenseren.

4.2 Besteding van middelen

Behalve overheadkosten (rente- en bankkosten, KvK) en wervingskosten voor middelen bestaan de kosten van MANSA voornamelijk uit de kosten gerelateerd aan productie, transport en verkoop van de MANSA stoof. Dit houdt in dat ten minste 90% van de geworven gelden wordt aangewend in het belang van het doel van de Stichting.

De kostprijs per stoof bedraagt circa EUR 60-80. De stoofs worden (in principe) in containers (20 of 40 ft) besteld en verzonden. Dit houdt in dat per container een financiering uit werving van gelden nodig is van EUR 15.000-25.000. Uitgangspunt is dat een bestelling eerst wordt geplaatst zodra (met redelijke mate van zekerheid) de Stichting beschikt over de benodigde middelen hiervoor. Hiermee beogen we het financieel risico te beperken.

Bijlage 1 – Strategie



1. Strategy, mission & vision

Our approach tackles multiple challenges simultaneously

What

There are many programs that promote clean cooking in Sub-Saharan Africa. These programs focus on specific technologies rather than considering a combination of solutions (e.g. community, collaboration, technology). Moreover, the efforts are fragmented and lack alignment of resources and competencies of the various actors.

Mansa offers a differentiator through close cross-collaboration with an established global partner, Yepafrika.

As youth unemployment is the main cause of distressing poverty and illegal migration, Mansa and Yepafrika examine the root cause of unemployment and irregular migration. In order to solve this, Mansa and Yepafrika create a learning environment through learning centers. They encourage independence and provide a safe environment in which people act on their own initiative. They become a movement of role models and change agents for their fellow youth and their communities.

Yepafrika will play an important role in the distribution of Mansa stoves. Through the cross collaboration with Yepafrika, Mansa is allowed to make use of their established network and simultaneously contributing to their entrepreneurship goals, by providing fair employment opportunities in distributing countries.

How

Significant improvements with respect to entrepreneurship are made by setting up a sales network through Mansa stoves. Moreover, this is enforced through the product itself. A new form of clean cooking can be achieved, when switching to improved or advanced biomass cooking stoves. Through collaboration with the TU Delft University and the local Sub-Saharan women, Mansa has created a unique product, allowing for a cleaner, safer and more efficient way of cooking.

In order to finance the value chain during the first five years of shipment Mansa is in need of a financial investment. This allows for achievement of multiple goals described in the following sections.



Why

Mansa aims to tackle the deep rooted inequality and poverty problems in Sub-Saharan Africa. Due to the lack of a solid economic base, the sustainability goals are currently being omitted.

The importance of sustainable energy access was first recognized in the Sustainable Development Goals (SDG).

The SDG target aims for 'universal access to affordable, reliable and modern energy services' by 2030, including clean cooking fuels and technologies. Given the negative side effects of cooking on traditional biomass stoves for human health and the direct environment, a transition towards clean cooking is needed. So far, efforts to improve the use of clean cooking solutions in development countries have been outpaced by population growth. In a recent outlook, the IEA has estimated that by 2030, still 2.2 billion people globally will lack access to clean cooking methods and technologies.

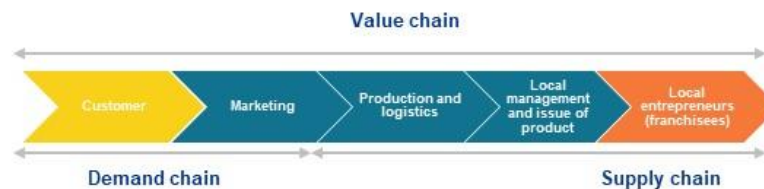
Today, there are little more than 10 years left to increase efforts and achieve the Sustainable Development target. Mansa's clear objective is to contribute to this Sustainable Development target, by distributing a clean and save cooking product. Simultaneously, entrepreneurship is promoted by establishing a sales network for Mansa stoves.

1. Strategy, mission & vision

Deliver products for customers' needs with social impact

The main goal of Mansa is to create and sell products that have environmental and health benefits in countries in Sub-Saharan Africa. We distribute the Mansa stove by working together with local franchisees, which are operating as the sole distributor of Mansa stoves/products in their country, supported by Mansa and Yepafrica.

We elaborate more on the value adding process steps from demand to supply, using the value chain as shown below. Following these steps, we give an overview and deeper insights in our business model and important value adding actors in the process.



Customer

To determine the target group for the purpose of our business objectives, we classified the sales market into two main groups: Households and Commercial Set-ups/Institutions. This classification helps with defining the strategic approach to market entry, steering marketing efforts and strengthening the demand chain.

Households define the family-unit of the population that has further been analyzed based on the probable cooking fuel, adopted with respect to the average per capita daily income earnable or assessable to them.

The other target group consists of commercial set-ups or institutions with accommodation facilities which thereby require the routine feeding of occupants. These include boarding schools, colleges and universities, hospitals, holding camps, correctional facilities, social and welfare homes etc.

In concrete terms, this means that the stoves shall be targeted to individual buyers, social organizations and NGOs and government institutions.

Marketing

After a good understanding of the sales market and associated target groups, the branding and marketing position of Mansa becomes important. Mansa is a brand, which means that we have a global marketing philosophy that should be implemented by all our franchisees. Mansa will therefore provide the franchisees with all the global marketing outings including a global website (www.mansa.eu) and Facebook page. Together with the franchisee an advertising fund will be set up for local marketing campaigns, i.e. usage of the brand video of Mansa.

The local marketing is done by Yepafrica, through training and education programs, or by the franchisees themselves. There are multiple ways to focus on their target group, which ranges from partnerships with non-governmental humanitarian organizations or corporate entities, strategic marketing of segmented rural-urban households and commercial institutions to enactment programs with support through governmental policies. Mansa provides them with ideas, global marketing outings and a starting fund for local campaigns, where the operation lies with the local entrepreneurs.



Global website Mansa.eu

Besides local marketing outings, Mansa developed initiatives for sales in the European market as well. People can buy a stove for families in Africa, or via a 'Buy one, Give one' principle. This results in a larger demand market for Mansa, stimulates growth of the organization and contributes to achieving our organizational goals even faster.



1. Strategy, mission & vision

The flow of goods within the value chain

Production & logistics

Considering the production and logistics, there are two scenarios available. Currently, the Chinese manufacturer is the main manufacturer of the production of the Mansa stoves. Mansa already set up a production line in China, which can rapidly and efficiently produce high quality stoves for shipment on order.

This collaboration is based on contracts and trustworthy bonds between Mansa and the Chinese manufacturer, where the use of sustainable materials is guaranteed. However, costs are increasing. Because of political uncertainty, boycotts and corresponding raising transport costs, the cost per Mansa stove is volatile.

In order to be able to maintain independence and to guarantee a continuous price level for the Mansa stoves, Mansa has strengthened their bond with a Dutch (partner) manufacturer as alternative to the Chinese manufacturer. Collaborating with this second manufacturer has a couple of advantages. The material is good, the manufacturer provides more certainty in terms of political stability and more stable laws and regulations.

Besides, the manufactory features process automation and the use of robots, which might eventually lower cost prices for the Mansa stoves. Transport costs to Africa will currently be much lower when shipping from the Netherlands instead of China.



The choice of manufacturer depends on the most viable option when there is demand for a new batch of stoves. Where the Chinese cost price tends to be lower, the Dutch provides more stability in terms of prices on the long term. Both manufacturers deliver the goods towards the shore in the local countries. An additional factor in this decision making process is to check the current import duties that are applicable. We aim for a Wave, which means lower import duties, because of the import of a socially responsible product.

All in all, the idea of working with both scenarios will be developed more in the coming period.

Local management and issue of goods

The local management takes care of the warehouse for storage of goods after shipment and is also responsible for the issue of goods to the franchisees.

Local managements are either Yepafrika learning centers or local partners that take responsibility for this step in the process. This scenario depends on the country of the roll-out. Yepafrika will primary take on this role in the countries where they are active and in 'new' countries we need to develop our own networks.

This means that the Yepafrika learning centers will play a large role in the distribution of stoves and towards communities by providing opportunities for connecting, teaching and marketing towards communities and community meetings. Yepafrika stimulates awareness, provides demonstrations and altogether is an important factor in local sales.



1. Strategy, mission & vision

Strong local collaboration ties round up the value chain

Local entrepreneurs (franchisees)

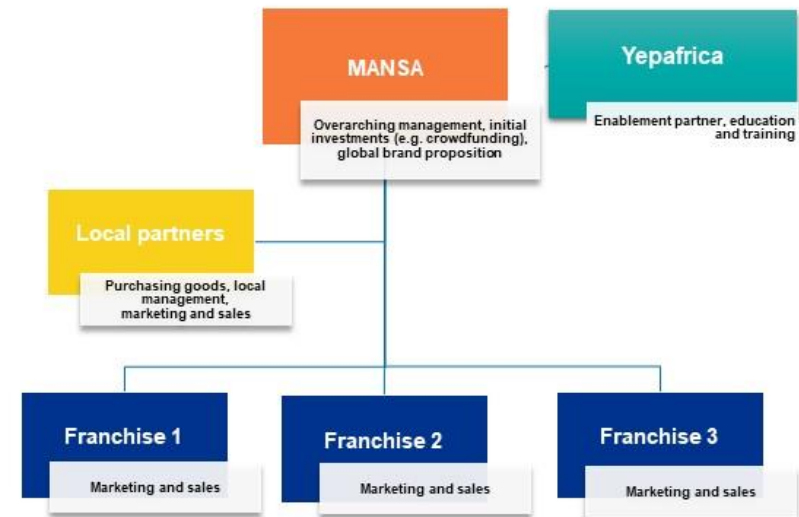
We work together with local franchisees for the operational aspects within the value chain. The franchisee should be a social entrepreneur with a proven business record in the local country with available capital to invest in building his local Mansa organization. The franchisee orders the stoves for a fixed price including transportation to the local harbour.

In order to secure this process, Mansa holds agreements with the local franchisees through franchise contacts. This contract contains the rights and obligations between the two parties. Mansa is responsible for the overarching management, initial investments (crowdfunding) and provides the franchisees with marketing materials through their global brand proposition. The franchisees in return, take care of the local marketing and sales. Besides, a part of their profits should be returned back to Mansa, which is used to support critical processes as franchise holder and the surplus will serve as donation to support and expand the role of Yepafrica.

The role of Yepafrica

All in all, the role of Yepafrica is vital for the Mansa organization. It allows collaboration on multiple fronts:

1. As an enablement partner for the kick-off of the project.
2. Mansa's local partners will be educated at Yepafrica academies.
3. Yepafrica provides training with the Mansa stoves for women, to get to know the product and create awareness around the advantages.
4. Yepafrica locals will be provided with extra employment opportunities through the collaboration with Mansa.
5. A part of the profit of Mansa will be returned to Yepafrica.



Bijlage 2 – Risico-analyse

2. Risk Analysis

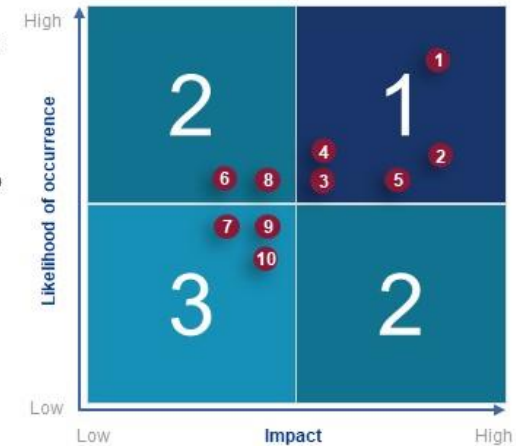
We are actively identifying and managing risks to achieve our goals

In the table on the right the ten main risks for Mansa are plotted on management's assessment of the likelihood of occurrence and the impact a risk may have on Mansa. Details on the risk analysis have been included in Appendix 3.

The 10 main risks identified are:

1. Manufacturing and transport prices are highly dependent on market prices and may fluctuate as changes to retail prices want to be prevented; this impacts Mansa and local entrepreneur (limited) margins.
2. Country circumstances e.g. war or legislative limitations to import prevent Mansa to deliver stoves.
3. Dependency on both (two) suppliers and local entrepreneurs.
4. Manufacturing prices are mainly in EUR whereas sales to local entrepreneurs is in USD or local currency, which creates a currency risk.
5. A growing number of stoves to sell means initial financing of such growth, the funding should be present.
6. Local entrepreneur is unable to meet the sales targets, growth is not achieved.
7. Local entrepreneurs are not able to fulfil their payment obligations.
8. The environment in which Mansa operates in Africa has an increased risk on theft, bribery and corruption.
9. Stoves may be lost or damaged during transport / storage.
10. Innovations may cause the Mansa stove to become obsolete.

For each of the aforementioned risks Mansa will, as much as possible, try to address the risks by either implementing measures to prevent risks to occur or implement measures to limit the impact of the risk.



1 Reference for details on identified risk

The risks are have the following rating:

1. High risk – mitigating and managing these risks have a high priority.
2. Medium risk – these risks have a higher risk of occurring or higher impact. These risks are mitigated as much as possible and monitored closely.
3. Low risk – risks are estimated with a low likelihood of occurrence and low impact. The risks are mainly monitored.