



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



Lanțurile scurte de aprovizionare și piețele locale

Acțiuni de cooperare transnațională pentru promovarea sistemelor agroalimentare durabile prin încurajarea formării de lanțuri scurte și piețe locale la nivelul teritoriilor participante și sporirea vizibilității segmentului de "Produse în GAL" – SM.19.3B

Într-o lume tot mai conectată, dar marcată de provocări majore în privința sustenabilității, lanțurile scurte de aprovizionare și piețele locale devin soluții esențiale pentru dezvoltarea economică durabilă a comunităților. Aceste modele aduc produsele locale mai aproape de consumatori, susțin producătorii locali și contribuie la reducerea impactului ecologic al transportului și depozitării pe termen lung.

Broșura de față își propune să fie un ghid practic pentru toți cei interesați să susțină și să dezvolte lanțuri scurte de aprovizionare și piețe locale. Prin intermediul acesteia, vei descoperi pașii necesari pentru a iniția și menține parteneriate locale de succes, vei afla cum să valorifici tehnologiile digitale pentru accesarea de noi piețe și cum să asiguri viabilitatea pe termen lung a acestor lanțuri de distribuție. În paginile care urmează, vom explora împreună exemple de inițiative de succes, bune practici și soluții care sprijină sistemele agroalimentare durabile.

Indiferent că ești producător, distribuitor, consumator sau un susținător al produselor locale, te invităm să parcurgi acest ghid și să descoperi cum putem contribui împreună la o economie locală mai puternică și la un mediu sănătos.

Asociația Grupul de Acțiune Locală „Arcul Târgoviștei”

Asociația Grupul De Acțiune Locală „Valea Ialomiței”

Asociația Grupul de Acțiune Locală „Bucegi-Leaota”

Asociación para el Desarrollo Rural Integrado (ADRI) de los Municipios de la Vega del Segura

1. Ce sunt lanțurile scurte de aprovizionare și piețele locale?

- Lanțurile scurte de aprovizionare, piețele locale și principalele diferențe
- Principalele beneficii ale lanțurilor scurte de aprovizionare
- Exemplu de bune practici din Uniunea Europeană

2. Crearea de parteneriate locale

- Pașii necesari creării unui lanț de aprovizionare scurt
- Menținerea și dezvoltarea lanțurilor scurte și a piețelor locale pe termen lung
- Strategii de promovare a produselor locale și accesarea de noi piețe
- Studiu de caz: Murcia, Spania

3. Digitalizarea accesului la piețele locale

- Avantajele digitalizării în contextul lanțurilor scurte și piețelor locale
- Resurse online pentru dezvoltarea lanțuri scurte de aprovizionare
- Utilizarea aplicațiilor mobile

4. Sprijinirea sistemelor agroalimentare durabile

- Percepția cu privire la sistemele agroalimentare durabile în România

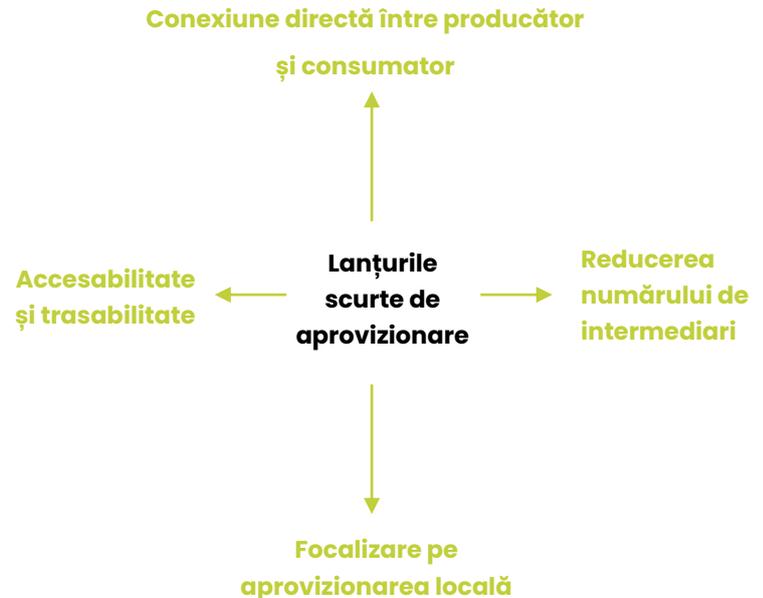
1. CE SUNT LANȚURILE SCURTE ȘI PIEȚELE LOCALE?

Lanțurile scurte de aprovizionare

Lanțurile scurte de aprovizionare sunt sisteme de distribuție prin care produsele alimentare sau non-alimentare ajung de la producător la consumator printr-un număr minim de intermediari, uneori chiar fără intermediari.

Aceste lanțuri prioritizează aprovizionarea locală, limitând distanțele de transport și timpul necesar pentru ca produsele să ajungă la consumatorul final.

Prin reducerea intermediarilor, lanțurile scurte contribuie la creșterea transparenței în ceea ce privește originea produselor și la menținerea



unui preț corect, atât pentru producători, cât și pentru consumatori.

Așa cum este definit în legislația Uniunii Europene, un lanț scurt de aprovizionare cu alimente implică un număr limitat de operatori economici care se angajează să coopereze, să dezvolte economia locală și să mențină relații geografice și sociale strânse între producătorii, procesatorii și consumatorii de alimente.

Piețele locale

Reprezintă spațiile fizice sau virtuale unde producătorii locali își pot vinde direct produsele către consumatori, în cadrul aceleiași regiuni sau zone geografice. Aceste piețe includ târguri, piețe agroalimentare, cooperative și platforme online, toate având rolul de a susține economia locală și

de a facilita accesul comunității la produse proaspete, de calitate și de sezon. Piețele locale contribuie la consolidarea comunităților, oferind consumatorilor posibilitatea de a cunoaște producătorii, de a se informa despre metodele de producție și de a încuraja producția sustenabilă.

Principalele diferențe

Deși adesea interconectate, lanțurile scurte de aprovizionare și piețele locale nu sunt sinonime:

- Lanțurile scurte sunt mai degrabă mecanisme de livrare și distribuție, caracterizate prin reducerea intermediarilor și prin transparență.
- Piețele locale sunt spațiile sau platformele care facilitează comercializarea produselor locale și susțin relația dintre producători și consumatori.

Beneficiile lanțurilor scurte de aprovizionare și a piețelor locale

Suport pentru
economia locală

Lanțurile scurte și piețele locale oferă oportunități directe de vânzare pentru micii producători, fără a fi nevoiți să concureze cu marile lanțuri de retail sau să plătească taxe mari de distribuție. Aceste sisteme contribuie la dezvoltarea afacerilor locale și, implicit, la crearea de noi locuri de muncă în comunitate.

Sustenabilitate
ecologică

Prin limitarea distanțelor de transport, lanțurile scurte reduc emisiile de carbon și impactul asupra mediului înconjurător, contribuind la reducerea poluării. Mai mult decât atât, menținând aprovizionarea la nivel local, este nevoie de mai puține resurse energetice pentru transport, depozitare și ambalare.

Prospețimea și
calitatea produselor

Lanțurile scurte permit consumatorilor să achiziționeze produse de sezon, adesea culese sau preparate cu puțin timp înainte de a ajunge pe piață. De asemenea, de cele mai multe ori produsele locale sunt crescute sau preparate cu standarde mai înalte de calitate, fără a fi nevoie de conservanți sau tratamente intensive, ceea ce contribuie la menținerea proprietăților nutritive și gustative.

Exemplu de bune practici în Uniunea Europeană: Modelul REKO din Finlanda

Modelul REKO („Rejäl konsumtion” sau *consum corect*) din Finlanda oferă o abordare inovatoare pentru conectarea directă a producătorilor locali cu consumatorii.

Modelul REKO a fost inițiat în 2013 de către fermierul organic Thomas Snellman în orașul Pietarsaari, Finlanda. Acesta a dorit să creeze o platformă care să elimine intermediarii și să faciliteze vânzarea directă de produse locale către consumatori. Astfel, REKO a devenit un model de distribuție care promovează consumul responsabil și sustenabil.

REKO operează prin intermediul grupurilor închise de pe Facebook, denumite "cercuri REKO", unde producătorii și consumatorii locali se conectează direct.

Procesul funcționează astfel:

- **Producătorii** postează ofertele de produse disponibile, specificând detalii precum prețul, cantitatea și data livrării.
- **Consumatorii** plasează comenzile prin comentarii sau mesaje directe către producători.
- Livrarea are loc la intervale regulate, de obicei săptămânal sau bi-lunar, într-un loc stabilit în prealabil, cum ar fi o parcare sau un spațiu public.



Acest sistem asigură transparență totală, deoarece consumatorii cunosc exact sursa produselor și metodele de producție. În plus, eliminarea intermediarilor permite producătorilor să obțină un preț corect pentru produsele lor, iar consumatorilor să beneficieze de produse proaspete la prețuri competitive.

De la înființare, REKO a cunoscut o creștere semnificativă. Până în 2015, existau deja 39 de cercuri REKO în Finlanda, cu peste 19.000 de membri activi. De altfel, modelul REKO a fost adoptat și în alte țări nordice, precum Suedia și Norvegia, adaptându-se la specificul fiecărei regiuni. Această adaptabilitate subliniază potențialul REKO de a fi implementat în diverse contexte culturale și economice.



Avantaje pentru producători	<ul style="list-style-type: none">• Acces direct la consumatori, venituri mai mari și feedback valoros.
Avantaje pentru consumatori	<ul style="list-style-type: none">• Produse proaspete, trasabilitate și sprijin pentru economia locală
Avantaje pentru comunitate	<ul style="list-style-type: none">• Consolidarea relațiilor locale, reducerea amprentei de carbon și promovarea sustenabilității.

Modele de lanțuri scurte

Există mai multe modele prin care lanțurile scurte de comercializare pot fi organizate, fiecare având caracteristici proprii.

Piețele de fermieri

Reprezintă un model clasic de lanț scurt de comercializare. Aici, fermierii vând direct produsele lor consumatorilor, fără intermediari. Aceste piețe sunt de obicei organizate în piețele urbane sau în zonele rezidențiale din orașe și sunt frecvent deschise în weekenduri. Pe lângă faptul că le oferă fermierilor o piață locală pentru produsele lor, piețele de fermieri sunt și un loc unde consumatorii pot învăța mai multe despre producția locală și pot discuta cu fermierii despre metodele de cultivare, procesare sau de obținere a produselor.

Un exemplu relevant al pieței de fermieri este Piața de fermieri din Barcelona, care a devenit un punct de atracție nu doar pentru localnici, dar și pentru turiști. Aceste piețe sunt locuri de întâlnire între fermieri și consumatori și oferă produse variate, de la legume și fructe proaspete până la brânzeturi și produse din carne. În aceste piețe, consumatorii pot obține informații direct de la producători despre proveniența produselor și despre metodele de cultivare utilizate, ceea ce încurajează o relație mai apropiată și mai transparentă între aceștia.

Agricultură susținută de comunitate

Un alt model eficient de lanț scurt de comercializare presupune ca un grup de consumatori să plătească fermierului pentru o „abonament” anual sau semestrial, iar în schimb,

aceștia primesc produsele de sezon pe parcursul anului. Acest model asigură o stabilitate financiară pentru fermieri, care pot planifica mai bine producția lor, știind că au un grup de consumatori deja angajat. De asemenea, consumatorii beneficiază de produse proaspete și locale și sunt susținători ai unei agriculturi sustenabile și ecologice.

Un astfel de exemplu de succes provine din Franța, unde numeroase ferme au adoptat acest tip de sistem. Acesta nu doar că asigură o legătură strânsă între fermieri și consumatori, dar ajută și la reducerea riscurilor financiare pentru fermieri, care pot conta pe un venit constant pe durata sezonului de recoltă.

Platforme online pentru produse locale

În era digitală, din ce în ce mai multe platforme online sunt dedicate promovării produselor locale. Aceste platforme permit fermierilor să-și vândă produsele direct consumatorilor, fără intermediari, folosind internetul ca principal canal de vânzare. Astfel, fermierii pot ajunge la un public mai larg, iar consumatorii pot comanda produse locale, proaspete, direct de la producători.

Un exemplu notabil este platforma „La Ruche Qui Dit Oui” din Franța, care oferă o varietate de produse alimentare de la fermieri locali, inclusiv legume, fructe, brânzeturi și carne. Consumatorii pot comanda produsele online și le pot ridica direct de la punctele de distribuție sau le pot primi acasă, ceea ce le permite să sprijine agricultorii locali în mod convenabil.

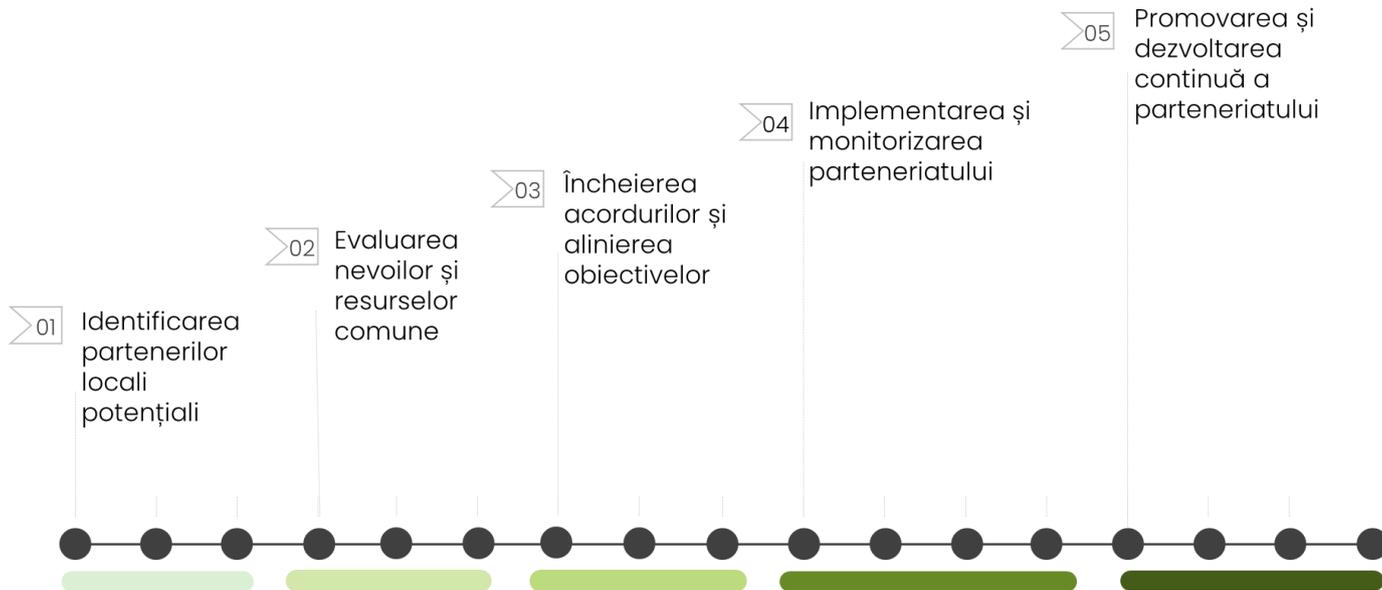
2. CREAREA DE PARTENERIATE LOCALE

Pașii creării unor lanțuri scurte de aprovizionare

Pentru a construi un lanț scurt de aprovizionare de succes și pentru a susține piețele locale, este esențială crearea unor parteneriate solide între producători, distribuitori și punctele de desfacere locale.

Astfel de parteneriate locale aduc beneficii tuturor părților implicate, reducând costurile, crescând vizibilitatea produselor, susținând economia locală și contribuind semnificativ la satisfacerea nevoilor consumatorilor în mod eficient și responsabil.

În cele ce urmează vom prezenta un proces de creare a unor astfel de parteneriate, bazate pe colaborare și încredere, și care sunt fundamentale pentru crearea și menținerea pe termen lung a unor lanțuri scurte și piețe locale eficiente și sustenabile. Iată pașii esențiali pentru dezvoltarea de parteneriate locale eficiente și durabile.



1. Identificarea partenerilor locali

Primul pas pentru stabilirea unui lanț scurt de aprovizionare este identificarea partenerilor potriviți din comunitate. Acestea pot include:

- Producători locali: fermieri, producători artizanali sau mici întreprinzători care furnizează produse alimentare sau non-alimentare.
- Distribuitori: intermediari sau firme locale care se ocupă de transportul și depozitarea produselor, facilitând distribuția pe piețele locale.
- Puncte de desfacere: piețe, magazine de proximitate, restaurante și alte locații care pot vinde sau folosi produse locale.

2. Evaluarea nevoilor și resurselor comune

După identificarea potențialilor parteneri, este esențială o evaluare comună a nevoilor și resurselor. Această evaluare va clarifica cum pot contribui fiecare parte la parteneriat și care sunt așteptările fiecăruia, astfel:

- Identificarea resurselor disponibile: spații de depozitare, echipamente și orice alte resurse pe care partenerii le pot împărtăși pentru a eficientiza activitatea.
- Evaluarea nevoilor: determinarea necesităților specifice ale fiecărui partener, precum volumele de producție, perioadele de livrare, capacitatea de desfacere și orice alte aspecte logistice.

3. Încheierea acordurilor și alinierea obiectivelor

Odată clarificate resursele și nevoile, partenerii pot încheia acorduri clare care să definească relația de colaborare. Este important ca aceste acorduri să fie formalizate, pentru a asigura transparența și a evita eventualele neînțelegeri.

- Stabilirea obiectivelor comune: Acordurile ar trebui să includă obiective clare, precum volumul de vânzări dorit, termenii de livrare și contribuția fiecărui partener.
- Roluri și responsabilități: Fiecare partener ar trebui să aibă un rol definit, de la producție și transport până la promovarea produselor. Asta ajută la clarificarea așteptărilor și responsabilităților fiecărui partener.

4. Implementarea și monitorizarea parteneriatului

După ce parteneriatul este stabilit, este esențială implementarea practică a acordurilor și monitorizarea progresului pentru a asigura că obiectivele sunt atinse.

- Monitorizare continuă: Evaluarea periodică a rezultatelor, cum ar fi volumul de vânzări, feedback-ul consumatorilor și eficiența lanțului de aprovizionare.
- Adaptarea la schimbări: Flexibilitatea în ajustarea parteneriatului în funcție de cerințele pieței, de schimbările sezoniere sau de nevoile partenerilor.

5. Promovarea și dezvoltarea continuă a parteneriatului

Un parteneriat de succes necesită promovare constantă și adaptare la nevoile în schimbare ale pieței și ale consumatorilor. Aceasta poate include:

- Promovarea produselor locale prin intermediul rețelelor sociale și al evenimentelor comunitare pentru a crește vizibilitatea.
- Colectarea constantă a feedback-ului de la clienți și adaptarea produselor sau serviciilor pentru a răspunde cerințelor acestora.
- Implicarea activă a partenerilor în strategii de marketing, pentru a promova împreună produsele locale și a crește vizibilitatea brandurilor locale.



Acest proces, bazat pe colaborare și încredere, este esențial pentru crearea și menținerea unor lanțuri scurte și piețe locale eficiente și sustenabile.

Odată bine stabilite, parteneriatele locale contribuie la prosperitatea comunităților, la o economie mai sustenabilă și la satisfacerea nevoilor consumatorilor în mod eficient și responsabil.

Menținerea și dezvoltarea lanțurilor scurte și a piețelor locale pe termen lung

Odată create, lanțurile scurte și piețele locale sunt fundamentale pentru susținerea economiei locale, pentru promovarea produselor sustenabile și pentru reducerea impactului asupra mediului.

Dar pentru ca aceste structuri să fie viabile pe termen lung, ele necesită o strategie bine definită de menținere și dezvoltare continuă. În acest scop, este esențial ca partenerii să se concentreze pe câteva direcții cheie:



1. FIDELIZAREA CLIENȚILOR ȘI CONSOLIDAREA COMUNITĂȚII

Feedback-ul clienților ar trebui să fie o resursă prețioasă, iar răspunsurile rapide și adaptarea la nevoile lor contribuie la consolidarea unei baze stabile de consumatori.

Organizarea de evenimente locale, degustări, vizite la ferme și târguri contribuie la crearea unui sentiment de apartenență și la menținerea unei legături strânse între producători și consumatori. Aceste inițiative nu doar că aduc beneficii directe, dar consolidează și susținerea lanțurilor scurte la nivel local.

2. DIVERSIFICAREA OFERTEI ȘI ADAPTAREA CERINȚELOR PIEȚEI

Oferind produse diverse și **adaptate sezonului**, producătorii pot să-și mențină clienții interesați și să reducă dependența de un număr restrâns de produse.

De asemenea, prin **adăugarea de noi produse sau prin lansarea de servicii** (cum ar fi abonamentele pentru livrări periodice, opțiunile de personalizare sau pachetele cadou), producătorii pot menține interesul clienților și își pot crește competitivitatea.

3. CREAREA UNEI STRATEGII DE MARKETING CONSTANTĂ

Pentru ca lanțurile scurte și piețele locale să rămână vizibile, este necesară o **strategie de promovare constantă**. Campaniile de marketing digital, parteneriatele cu influenceri locali și utilizarea platformelor online pot asigura o prezență constantă a produselor și o vizibilitate crescută.

Informarea publicului despre beneficiile lanțurilor scurte și despre impactul pozitiv asupra mediului este o componentă esențială a marketingului pe termen lung.

4. COLABORAREA DINTRE PRODUCĂTORI	5. ADAPTAREA LA SCHIMBĂRILE PIEȚEI	6. SUSȚINEREA ȘI ATRAGEREA FINANȚĂRII
<p>Parteneriatele între producătorii locali și distribuitori pot asigura o rezistență mai mare pe piață și un suport reciproc în momentele dificile. De asemenea, colaborarea între producători permite crearea de pachete speciale.</p> <p>Crearea de cooperative pot oferi un suport suplimentar pentru producători și pot contribui la reprezentarea intereselor comune. Cooperativele au avantajul de a putea atrage finanțări și sprijin din partea autorităților, facilitând astfel dezvoltarea și consolidarea pe termen lung a piețelor locale.</p>	<p>Adoptarea tehnologiilor digitale: Platformele online și soluțiile digitale pot ajuta producătorii să-și extindă accesul la piețe și să optimizeze operațiunile.</p> <p>De exemplu, soluțiile de e-commerce, aplicațiile mobile și instrumentele de gestionare a stocurilor pot face afacerea mai eficientă și mai adaptabilă la nevoile actuale ale pieței.</p>	<p>Lanțurile scurte și piețele locale pot beneficia de finanțări sau subvenții semnificative. Aceste fonduri pot fi folosite pentru extinderea afacerii, pentru modernizare și pentru adaptarea la noile cerințe de piață.</p> <p>Este important ca producătorii locali să se implice și să colaboreze cu autoritățile pentru a crea un mediu legislativ care să sprijine lanțurile scurte și piețele locale. De exemplu, simplificarea reglementărilor și facilitarea accesului la piețele locale pot contribui la dezvoltarea pe termen lung a acestor inițiative.</p>

Strategii de promovare a produselor locale și accesarea de noi piețe

Promovarea produselor locale și accesarea de noi piețe reprezintă o provocare esențială pentru micii producători și distribuitori. Într-o lume globalizată, în care concurența cu marile lanțuri de retail este acerbă, identificarea unor metode inovatoare și eficiente pentru a ajunge la consumatori devine crucială. În acest context, utilizarea tehnologiilor moderne, colaborarea cu parteneri locali și construirea unei imagini autentice sunt elemente cheie care pot asigura succesul pe termen lung.



Un prim pas important în procesul de promovare îl reprezintă **integrarea platformelor digitale și utilizarea soluțiilor de e-commerce**. Platformele online oferă micilor producători posibilitatea de a-și extinde vizibilitatea, listându-și produsele pe marketplace-uri locale și naționale. Aceste instrumente permit accesul la un public mai larg, inclusiv consumatori din afara regiunii de producție. În paralel, **construirea unui website propriu** reprezintă o investiție valoroasă, oferind producătorilor un spațiu personalizat unde își pot prezenta produsele și valorile, facilitând astfel comunicarea directă cu clienții. De asemenea, rețelele sociale precum Facebook, Instagram sau TikTok se dovedesc a fi instrumente puternice pentru promovare. Prin utilizarea imaginilor atractive și a poveștilor autentice, producătorii pot atrage un public diversificat și pot consolida o comunitate loială în jurul produselor lor.

Pe lângă promovarea digitală, **implicarea în evenimente și târguri locale rămâne o strategie tradițională, dar extrem de eficientă**. Târgurile agricole și piețele locale sunt oportunități excelente de a prezenta produsele direct consumatorilor, oferindu-le acestora șansa de a interacționa cu producătorii. Aceste evenimente nu doar că sporesc vizibilitatea produselor, dar întăresc și relațiile directe dintre producători și consumatori, bazate pe încredere. În plus, organizarea de evenimente proprii, precum „Ziua Porților Deschise” la fermă sau demonstrațiile de producție, oferă publicului o experiență autentică și contribuie la fidelizarea clienților.

O altă strategie esențială pentru accesarea de noi piețe este **colaborarea cu restaurante și magazine locale**. Parteneriatele cu restaurante care susțin utilizarea produselor locale permit producătorilor să aducă produsele lor în fața unui public nou, interesat de mâncăruri pregătite din

ingrediente proaspete și de calitate. De asemenea, distribuția prin magazinele de proximitate sau prin cele specializate în produse locale reprezintă o modalitate excelentă de a ajunge la consumatorii care apreciază produsele autohtone. Aceste colaborări consolidează lanțurile scurte de aprovizionare și contribuie la întărirea economiei locale.

Nu mai puțin importantă este **construirea unui brand autentic și transparent**. Consumatorii moderni sunt tot mai atrași de poveștile autentice din spatele produselor pe care le achiziționează. Iar comunicarea valorilor și prezentarea procesului de producție într-un mod sincer și accesibil îi ajută pe producători să creeze o legătură emoțională cu publicul lor. Totodată, obținerea de certificări, cum ar fi cele ecologice sau pentru produse tradiționale, poate crește credibilitatea și atractivitatea produselor pe piață.

5 pași în construirea unui brand:

1. Cunoașterea publicului țintă.
2. Dezvoltarea unei **imaginii de brand**: creează un nume de ținut minte, un logo și un slogan care să te diferențieze.
3. **Obținerea certificărilor relevante pentru produsele tale** (Bio, Eco, DOP sau alte standarde)
4. **Personalizează ambalajele** produselor pe care le comercializezi
5. Construirea unei **prezențe online**: website profesional, rețele sociale, fotografii și conținut de calitate.

Implicarea comunității în promovarea produselor locale este, de asemenea, o componentă importantă a succesului. Marketingul prin recomandare este o metodă eficientă și accesibilă pentru a atrage noi consumatori. Clienții fideli care împărtășesc experiențele lor pozitive cu produsele contribuie la extinderea notorietății brandului în rândul prietenilor și familiei.

În final, **campaniile de marketing educaționale** reprezintă un mijloc prin care consumatorii pot fi informați despre beneficiile consumului local și despre impactul pozitiv al acestuia asupra mediului și comunității. Crearea de conținut educativ, cum ar fi articole sau video-uri despre sezonabilitate și sustenabilitate, contribuie la conștientizarea publicului. Totodată, organizarea de workshop-uri și demonstrații culinare cu produse locale ajută consumatorii să înțeleagă valoarea nutritivă și versatilitatea acestora.

Prin implementarea acestor strategii integrate, producătorii locali pot să își crească vizibilitatea, să își diversifice baza de clienți și să contribuie la dezvoltarea sustenabilă a economiei locale.

Este esențial ca aceștia să rămână deschiși la inovație, să construiască relații autentice cu consumatorii și să își adapteze constant metodele la tendințele pieței. Numai astfel, produsele locale pot continua să prospere într-un mediu competitiv și în continuă schimbare.



Modele de succes din Spania în promovarea produselor locale

Spania reprezintă un exemplu de succes în promovarea produselor agricole și agroalimentare. Multe dintre regiunile spaniole au implementat strategii eficiente pentru protejarea și promovarea produselor locale, iar aceste modele pot fi aplicate și în România.

Unul dintre cele mai importante instrumente de protecție și promovare a produselor locale în Spania este **sistemul de certificare prin DOP** (Denominación de Origen Protegida) și **IGP** (Indicación Geográfica Protegida). Aceste etichete garantează autenticitatea produsului și legătura sa cu o anumită regiune sau metodă de producție tradițională.

Un exemplu în acest sens reprezintă *Jamón Ibérico*. Acest tip de jambon, produs din porci de rasă iberică în regiunile sud-vestice ale Spaniei, beneficiază de protecție DOP, ceea ce înseamnă că doar jambonul produs în anumite zone și cu respectarea unor norme riguroase poate fi etichetat astfel. Acesta este

recunoscut internațional și este un simbol al gastronomiei spaniole.

Spania a înțeles de asemenea **importanța turismului gastronomic** ca sursă de venit și a promovat numeroase rute care leagă produsele tradiționale de experiențe turistice. Aceste rute includ vizite la ferme, crame, fabrici de brânzeturi și alte locuri unde se produc alimente tradiționale. De exemplu, în La Rioja, regiunea vinicolă de renume mondial, tururile vinicole sunt o atracție majoră. Turiiștii pot vizita cramele, învăța despre procesul de producție al vinului și participa la degustări. Acesta este un exemplu de integrare între promovarea produselor locale și dezvoltarea turismului.

Un alt exemplu de succes este organizarea de festivaluri și târguri care celebrează produsele locale. Aceste evenimente sunt esențiale pentru promovarea produselor agricole și agroalimentare tradiționale, creând oportunități pentru producători de a interacționa direct cu consumatorii. *Feria de la Primavera din Extremadura*, Spania, este un festival dedicat promovării produselor locale, cum ar fi uleiul de măsline, vinul și produsele din carne.

Studiu de caz privind strategiile de promovare a produselor locale din Regiunea Murcia, Spania

Murcia este situată în sud-estul Spaniei, având o climă mediteraneană tipică, cu veri extrem de calde și ierni blânde. Această climă favorizează agricultura intensivă și diverse culturi, făcând din Murcia un important centru agricol al Spaniei.

Murcia este cunoscută pentru diversitatea și calitatea produselor sale agricole, iar unele dintre acestea sunt recunoscute și protejate prin diferite etichete de origine, cum ar fi DOP (Denominación de Origen Protegida) și IGP (Indicación Geográfica Protegida). Printre produsele de bază ale regiunii se numără fructele, legumele, uleiul de măsline și vinurile.

Una dintre cele mai importante culturi este cartoful Murciano, dar și roșiile, ardeii și pepenele verde. Clima favorabilă și solul fertil permit regiunii să producă legume și fructe de calitate superioară, care sunt disponibile pe piață în orice sezon.

Promovarea produselor agricole și agroalimentare din Murcia a fost întotdeauna o prioritate pentru autoritățile regionale și pentru producători. În acest sens, s-au implementat diverse strategii și inițiative care au avut un impact semnificativ asupra creșterii vizibilității acestor produse pe piețele interne și externe.

Una dintre cele mai importante strategii de promovare a produselor din Murcia este utilizarea etichetelor DOP și IGP. Aceste certificări garantează calitatea și proveniența produselor, iar consumatorii din întreaga lume recunosc și apreciază produsele din această regiune pentru autenticitatea lor.

Turismul agroalimentar este un alt element important al promovării produselor din Murcia. Vizitele la fermele de măsline, la cramele de vin și la fermele de legume sunt activități populare în această regiune. Producătorii locali sunt încurajați să deschidă ușile fermelor pentru vizitatori, care pot învăța despre procesele de producție și pot degusta produsele locale.

Produsele din Murcia sunt promovate activ pe piețele internaționale prin participarea la târguri și expoziții internaționale, precum Târgul Alimentaria din Barcelona sau SIAL din Paris.

3. DIGITALIZAREA ACCESULUI LA PIEȚELE LOCALE

În era digitală, tehnologia joacă un rol esențial în facilitarea accesului la piețele locale și în eficientizarea lanțurilor scurte de aprovizionare.

Digitalizarea oferă producătorilor și distribuitorilor locali instrumentele necesare pentru a-și extinde vizibilitatea și pentru a ajunge mai ușor la consumatori, chiar și în afara limitelor geografice tradiționale.

Utilizarea platformelor digitale, precum marketplace-urile online, aplicațiile de vânzare directă și soluțiile de e-commerce, contribuie la transformarea piețelor locale într-un mediu mai accesibil și dinamic, oferind beneficii atât producătorilor, cât și consumatorilor.



Accesul la consumatori

Comunicare directă cu
consumatorii

Optimizarea distribuției
și a stocurilor

Reducerea costurilor de
distribuție

Trasabilitatea
produselor locale

Reducerea impactului
asupra mediului

Avantajele digitalizării în contextul lanțurilor scurte și piețelor locale

1. Extinderea accesului la consumatori

Prin intermediul platformelor digitale, producătorii locali pot ajunge la un număr mai mare de consumatori, nu doar din comunitatea lor, ci și din alte regiuni. Aceasta ajută la promovarea produselor locale și la extinderea pieței disponibile, fără a compromite valoarea lanțurilor scurte.

2. Eficiența comunicării directe

Digitalizarea permite o comunicare mai rapidă și eficientă între producători și consumatori. Aplicațiile de chat, site-urile de vânzare directă și rețelele sociale facilitează interacțiunea în timp real, contribuind la crearea unei legături de încredere și la furnizarea de informații despre produse.

3. Reducerea costurilor de distribuție și marketing

Platformele online reduc nevoia de intermediere, astfel că producătorii pot beneficia de costuri mai mici pentru distribuție și marketing. În plus, strategiile de marketing digital, cum ar fi publicitatea țintită și campaniile pe rețele sociale, pot ajuta producătorii să atragă clienți interesați de produsele lor specifice.

4. Optimizarea stocurilor și a distribuției

Soluțiile digitale permit o mai bună gestionare a stocurilor și a lanțurilor de aprovizionare, deoarece producătorii pot monitoriza cererea în timp real. Aceasta duce la o mai bună planificare a producției și la o reducere a pierderilor, contribuind la sustenabilitate.

5. Creșterea transparenței și trasabilității

Platformele digitale facilitează trasabilitatea produselor, oferind consumatorilor informații detaliate despre proveniența și calitatea produselor. Acest lucru sporește încrederea consumatorilor și sprijină deciziile de achiziție informate.

6. Inovație și adaptabilitate

Digitalizarea permite producătorilor locali să inoveze continuu și să se adapteze rapid la nevoile consumatorilor și la schimbările pieței. De exemplu, platformele online permit crearea de abonamente pentru produse proaspete, servicii de livrare la domiciliu dar și actualizarea rapidă a ofertelor.

7. Reducerea impactului asupra mediului

Prin eficientizarea aprovizionării și distribuției, digitalizarea contribuie și la reducerea impactului asupra mediului. Producătorii locali își pot optimiza rutele de livrare și își pot gestiona stocurile mai eficient, ceea ce contribuie la reducerea emisiilor de carbon și a risipei de resurse.

Digitalizarea nu este doar un instrument de marketing și vânzare, ci și o punte care leagă mai bine producătorii locali de consumatorii finali, creând o rețea bazată pe încredere, transparență și sustenabilitate.

Într-o lume din ce în ce mai orientată spre tehnologie, adoptarea soluțiilor digitale devine un **pas esențial** pentru ca producătorii locali să fie competitivi și pentru ca lanțurile scurte să rămână relevante și accesibile.



Resurse online pentru dezvoltarea lanțuri scurte de aprovizionare

Accesul la resurse online de încredere este esențial pentru producătorii și distribuitorii locali care doresc să-și optimizeze activitatea, să învețe metode de promovare și să își dezvolte afacerea. Iată câteva resurse care pot fi utile:

1. **Rețele sociale:** Facebook și Instagram sunt instrumente puternice pentru a crea o comunitate în jurul produselor locale. Grupurile și paginile de Facebook dedicate sunt locuri ideale pentru a promova produsele și pentru a interacționa cu publicul țintă.

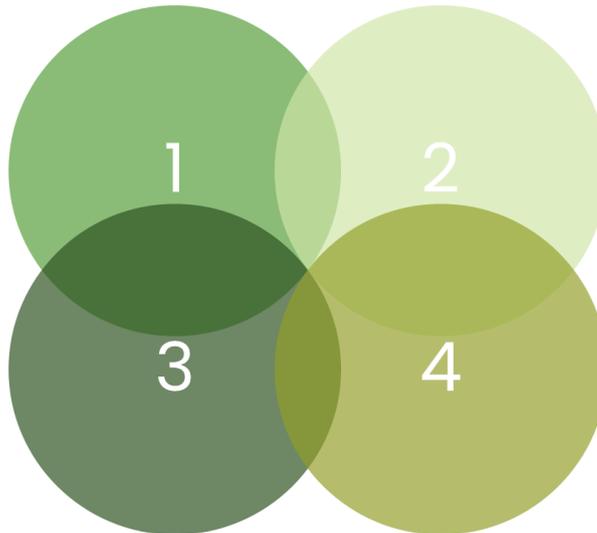
2. **Marketplace-uri:** Reprezintă platformă digitală care facilitează interacțiunea dintre vânzători și cumpărători, oferind un spațiu centralizat unde diverse produse sau servicii pot fi listate, promovate și tranzacționate. Acesta funcționează ca un intermediar care conectează cererea și oferta la nivel național, permițând utilizatorilor să găsească rapid ceea ce au nevoie și oferind vânzătorilor acces la o piață extinsă.
3. **LinkedIn** poate fi folosit pentru a construi rețele profesionale și pentru a identifica parteneri locali sau distribuitori interesați de produse sustenabile.
4. **Platforme dedicate producătorilor locali.** Un exemplu în acest sens reprezintă *FoodHubs.ro*, o platformă dedicată producătorilor agricoli români.

Rețele sociale

Facebook, Instagram sau TikTok sunt principalele rețele utilizate în România

Marketplace-uri

eMAG.ro, Altex, OLX, CEL.ro, Facebook Marketplace și multe alte platforme similare de tip e-commerce sunt disponibile la nivel național



LinkedIn

Platforma reprezintă un instrument valoros pentru creșterea vizibilității afacerii și extinderea acesteia.

Platforme dedicate

Platforme precum FoodHubs.ro susțin furnizorii locali, fiind singurul intermediar dintre producători și consumatori.

Utilizarea aplicațiilor mobile

Într-o lume în care proximitatea, autenticitatea și calitatea sunt din ce în ce mai apreciate, aplicațiile mobile dedicate producătorilor locali devin o punte ideală între micii producători și consumatorii din comunitate. Aceasta este mai mult decât o simplă platformă – este o soluție modernă care aduce economia locală direct în buzunarul tău.

Aplicațiile mobile reunesc producătorii locali din diverse sectoare – agricultură, artizanat, produse tradiționale – într-un singur spațiu digital, oferind consumatorilor acces rapid și ușor la produse proaspete, autentice și de calitate.

Fie că este vorba despre fructe și legume de sezon, miere, lactate, produse din carne sau obiecte artizanale, aplicația transformă modul în care interacționăm cu economia locală.

De ce să folosești aplicații dacă ești consumator?



Ai **acces direct** la produse autentice, proaspete și fără intermediari.

Suștii economia locală! Fiecare achiziție sprijină micii producători din comunitatea ta și contribuie la o economie mai echitabilă.

Simplifici achizițiile. Cu doar câteva clicuri, comanzi produse de calitate direct de la sursă.

De ce să folosești aplicații dacă ești producător?



Vizibilitate extinsă: Intră în contact cu consumatori care apreciază produsele locale.

Acces la o comunitate loială: Creează relații directe și stabile cu clienții.

Instrumente moderne de promovare: Gestionează comenzile, adaugă oferte speciale și comunică în timp real cu consumatorii.

Participă la târguri și campanii promovate direct prin aplicație.

Aplicația „Produs în GAL”

Unul dintre principalele obiective ale proiectului de cooperare dintre Grupurile de Acțiune Locală partenere a presupus dezvoltarea unei aplicații informatice comune și realizarea unei inventarieri a resurselor existente în teritoriile GAL. În continuare veți regăsi răspunsurile la principalele întrebări legate de aplicație.

Cui i se adresează aplicația?

Aplicația se adresează atât producătorilor din teritoriile GAL partenere cât și autorităților publice locale, ONG-urilor locale, unităților școlare, sanitare, de agrement, de alimentație publică, altor tipuri de întreprinderi locale, de exemplu cu activitate de procesare, distribuție, comercializare, turism, precum și consumatorilor în general.

Care sunt obiectivele și funcțiile acesteia?

Scopul acestei aplicații este de a scurta și de a eficientiza procesul de vânzare de produse din agricultura locală, oferind producătorilor acces direct la cumpărători interesați și creând premisele pentru încheierea și consolidarea unor parteneriate locale. Pe de altă parte, cumpărătorii ar avea posibilitatea să achiziționeze produse direct de la producător, la un preț corect și o calitate mai bună.

Aplicație informatică, ca tehnologie digitală, reprezintă un mijloc de a face cunoscute resursele teritoriilor GAL partenere către populația din teritoriile GAL, dar și către publicul larg, sporind vizibilitatea teritoriilor GAL dincolo de limitele fizice ale acestora sau față de persoanele care tranzitează teritoriul.

Ce conține aplicația?

Aplicația cuprinde informații din toate cele patru teritorii GAL, precum descrieri și imagini ale produselor locale, date de contact ale producătorilor locali dar și ale altor entități cu care se pot încheia parteneriate, localizarea pe hartă a târgurilor și piețelor locale existente, secțiune distinctă privind tipologia schemelor de calitate europene și naționale. De asemenea, în cadrul acesteia pot fi consultate date generale despre acțiunile de cooperare și despre proiect.

Unde găsim aplicația și cum o utilizăm?

Aplicația poate fi descărcată online și utilizată offline de către orice persoană care dispune de dispozitive mobile (smartphone, tabletă) și dispozitive fixe (calculator, laptop).

Aplicația este disponibilă atât pe App Store (pentru terminalele mobile Apple), dar și pe Android Market, pentru telefoanele ce utilizează sistemul de operare Android. Scanează codurile QR de mai jos și instalează aplicația!



De asemenea, aplicația poate fi găsită online cu ajutorul motoarelor de căutare, a rețelelor sociale sau oricărui altor platforme la adresa www.produsingal.org

4. SPRIJINIREA SISTEMELOR AGROALIMENTARE DURABILE

Într-o lume afectată de schimbările climatice și de presiunea constantă asupra resurselor naturale, sprijinirea sistemelor agroalimentare durabile devine o necesitate esențială pentru asigurarea unui viitor sigur și echitabil. Aceste sisteme reprezintă o soluție pentru a răspunde nevoilor de hrană ale generațiilor prezente fără a compromite capacitatea celor viitoare de a beneficia de resursele necesare vieții. Ele integrează metode care protejează mediul, sprijină economia locală și oferă beneficii semnificative consumatorilor.

Una dintre principalele contribuții ale sistemelor agroalimentare durabile constă în protejarea mediului înconjurător și a resurselor naturale.

Practicile agricole durabile sunt concepute pentru a reduce impactul asupra solului și apei, prin utilizarea unor metode care minimizează eroziunea, optimizează utilizarea resurselor de apă și reduc dependența de substanțe chimice.

Aceste metode contribuie, de asemenea, la conservarea biodiversității, încurajând cultivarea soiurilor locale și protejând ecosistemele fragile. Totodată, sistemele agroalimentare durabile promovează reducerea amprenteii de carbon prin scurtarea lanțurilor de aprovizionare și utilizarea resurselor regenerabile, diminuând astfel efectele nocive ale agriculturii convenționale asupra climei.

Pe lângă impactul ecologic pozitiv, aceste sisteme asigură accesul la o alimentație sănătoasă și de calitate. Produsele locale și de sezon oferite prin sistemele durabile sunt proaspete, sigure și conțin mai puține substanțe chimice comparativ cu alimentele procesate sau importate. Diversitatea produselor favorizează o dietă echilibrată și nutritivă, contribuind la prevenirea bolilor cronice și la îmbunătățirea calității vieții. În plus, trasabilitatea alimentelor devine o caracteristică centrală a acestor sisteme, oferind consumatorilor transparență în ceea ce privește originea și procesul de producție al produselor.

Din punct de vedere economic, sistemele agroalimentare durabile joacă un rol important în sprijinirea micilor producători și în dezvoltarea economiei locale. Prin intermediul lanțurilor scurte de aprovizionare, fermierii locali au acces direct la consumatori, ceea ce le asigură venituri stabile și echitabile.

În plus, aceste practici contribuie la reducerea dependenței de importuri, consolidând autonomia comunităților și creând locuri de muncă în sectorul agricol și de distribuție.



O altă dimensiune importantă a acestor sisteme este reducerea risipei alimentare. Producția adaptată cererii locale permite minimizarea pierderilor, iar practicile durabile încurajează valorificarea întregului lanț alimentar, inclusiv prin utilizarea subproduselor, cum ar fi compostarea resturilor organice. Educația joacă un rol esențial în acest proces, deoarece consumatorii sunt încurajați să cumpere în cantități rezonabile, să gătească acasă și să evite risipa, contribuind astfel la un consum mai responsabil.

În fața provocărilor generate de schimbările climatice și de crizele economice sau logistice globale, sistemele agroalimentare durabile demonstrează o adaptabilitate și o reziliență remarcabile. Prin implementarea unor metode de cultivare rezistente, cum ar fi rotația culturilor sau utilizarea plantelor adaptate la condițiile locale, fermierii pot face față mai bine impactului schimbărilor climatice. De asemenea, lanțurile scurte sunt mai puțin expuse riscurilor asociate

transportului internațional sau fluctuațiilor economice globale, oferind comunităților o stabilitate mai mare.

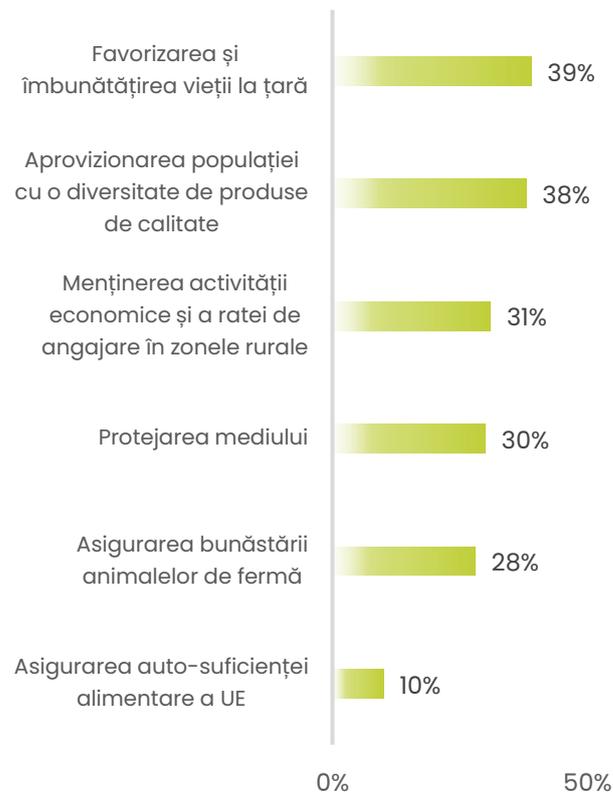
Nu în ultimul rând, aceste sisteme contribuie semnificativ la educația și conștientizarea consumatorilor. Evenimentele comunitare, piețele locale și campaniile de informare îi ajută pe consumatori să înțeleagă impactul pozitiv al alegerilor lor asupra sănătății, mediului și economiei locale. Totodată, susținerea produselor locale întărește legăturile sociale și culturale, promovând valori autentice și sustenabile.

În esență, promovarea și sprijinirea sistemelor agroalimentare durabile reprezintă un model de dezvoltare care integrează protecția mediului, sănătatea oamenilor și prosperitatea economică. Prin alegeri responsabile și prin susținerea agriculturii durabile, contribuim la construirea unui viitor mai sigur, mai sănătos și mai echitabil pentru toți.

Percepția cu privire la sistemele agroalimentare durabile în România

Uniunea Europeană a efectuat un sondaj cu privire la Politica Agricolă Comună și zonele rurale europene. La întrebarea „Care considerați că ar trebui să fie cele mai importante responsabilități ale agriculturilor din societatea noastră”, cele mai multe răspunsuri din partea respondenților români au fost: *Favorizarea și îmbunătățirea vieții la țară* (39% dintre răspunsuri), *aprovizionarea populației cu o diversitate de produse de calitate* (38% dintre răspunsuri), respectiv *menținerea activității economice și a ratei de angajare în zonele rurale* (31% dintre răspunsuri).

Aceste rezultate sugerează că, pentru respondenții români, prioritățile legate de agricultură sunt strâns legate de dezvoltarea socială și economică a comunităților rurale.



Sursa: Eurobarometru special nr. 440

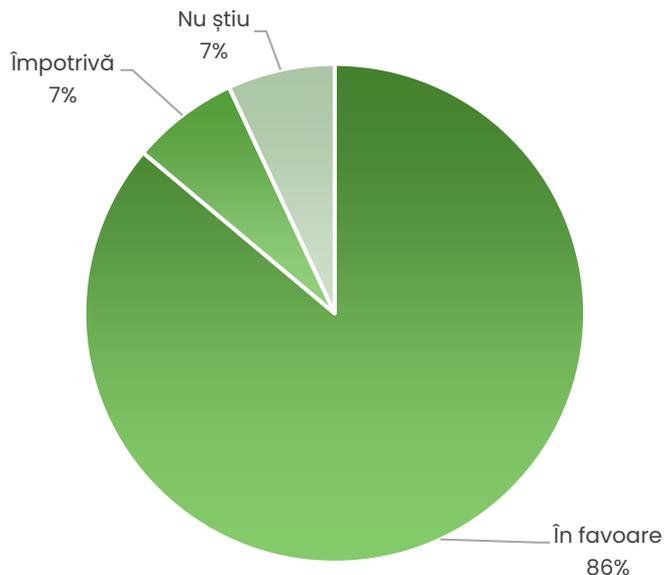
Accentul pus pe îmbunătățirea vieții la țară și menținerea locurilor de muncă reflectă realitățile socio-economice din România, unde agricultura joacă un rol esențial în asigurarea stabilității și a bunăstării în mediul rural.

De asemenea, importanța acordată diversității și calității produselor alimentare indică o preocupare crescândă pentru satisfacerea nevoilor consumatorilor, dar și o recunoaștere a rolului agricultorilor în garantarea unui acces constant la produse proaspete și sigure.

Mai mult decât atât, la întrebarea „În prezent, UE acordă plăți către fermieri pentru implementarea practicilor agricole benefice climei și mediului, cum ar fi diversificarea culturilor și menținerea unei pajiști. Sunteți în favoarea sau în defavoarea continuării acestui lucru de către UE?”, 90% dintre respondenții români au fost *total în favoare*.

Acest lucru semnifică un sprijin larg pentru politicile care promovează sustenabilitatea și protecția mediului în agricultură.

Răspunsul reflectă o conștientizare tot mai mare a importanței practicilor agricole responsabile, dar și o apreciere față de sprijinul financiar oferit de Uniunea Europeană fermierilor.



Sursa: Eurobarometru special nr. 440

Dorim să mulțumim tuturor celor care contribuie zilnic la dezvoltarea și susținerea lanțurilor scurte de aprovizionare și a piețelor locale. Datorită eforturilor fermierilor, producătorilor, distribuitorilor, micilor antreprenori, precum și tuturor partenerilor din comunitate, aceste inițiative devin o forță motrice pentru o economie locală prosperă și un mediu mai sănătos.

Apreciem sprijinul și implicarea fiecărui consumator care alege produse locale, care înțelege importanța unei alimentații sănătoase și care susține comunitatea din care face parte. Fără acest angajament colectiv, lanțurile scurte nu ar putea prospera și aduce beneficiile pe care le vedem astăzi în fiecare colț al regiunilor noastre.

Te invităm să continui să sprijini aceste inițiative locale și să fii parte din schimbare. Prin alegerile pe care le facem împreună, putem construi o lume mai echitabilă, mai sănătoasă și mai durabilă. Fie că alegi să cumperi produse locale, să recomanzi producători din comunitatea ta sau să participi la inițiative de sustenabilitate, fiecare acțiune contează.

Îți mulțumim că alegi să faci parte din această schimbare. Împreună, putem susține lanțurile scurte și piețele locale pentru o lume mai bună!

