

Revija

Br. 12
HR

Travanj 2013.

ruralnog razvoja Europske unije

Publikacija Europske mreže za ruralni razvoj



Lokalni prehrambeni
proizvodi i kratki
lanci opskrbe

Funded by the



Glavni urednik: Rob Peters, voditelj odjela – Europska mreža i nadzor politike ruralnog razvoja, Opća uprava za poljoprivredu i ruralni razvoj, Europska komisija.

Autori i suradnici: Agata Markuszewska, Alastair Prior, Angelo Strano, Balázs Bálint, Brigitte Midoux, Carla Bros, Chrissoula Koutsaftaki, Christian Jochum, Christophe Buff et, Derek McGlynn, Fabio del Bravo, Heidi Valtari, Jan Czaja, Päivi Saalasto, Päivi Töyli, Reet Kokovkin, Mark Redman, Sabria Regragui Mazili, Sander Silm, Sarah Watson, Stefano Leporati, Tiiu Marran, Tim Hudson.

Autorska prava na fotografije: Albert Kiss, Cathy Yeulet –123rf, Christophe Buff et, Communauté de Communes Pays de Lunel, Denis and Yulia Pogostins–123rf, Dmitriy Shironosov–123rf, European Union, Giulio Cardini, Graham Oliver–123rf, Heidi Valtari, Inna Felker–123rf, Jean-Marie Guyon–123rf, Joerg Hackermann–123rf, Joo Lee–123rf, Josu Abasolo, Kheng Guan Toh–123rf, Kzenon–123rf, LAG Ostelbien, Mara Klein, Martina Ortner, Nataliya Korolevskaya–123rf, Patricia Hofmeester–123rf, Patrick Mahu, Paul Vasarhelyi–123rf, Piti Tanttaweevongs–123rf, Sabria Regragui Mazili, Scottish Government, Tatiana Genicq–123rf, Tim Hudson, Toomas Kokovkin, Tyler Olson–123rf, Valery Voenny–123rf, Vasilis Papous, Xalanx–123rf

Fotografije na koricama: European Union i Karin Lau–123rf

Pozivamo vas da se pretplatite na publikacije Europske mreže za ruralni razvoj (EM RR) na:

<http://enrd.ec.europa.eu>

Također možete besplatno naručiti tiskani primjerak u internetskoj knjižari EU-a:

<http://bookshop.europa.eu>

Sadržaj *Revije ruralnog razvoja EU-a* nije nužno odraz mišljenja institucija Europske unije.

Revija ruralnog razvoja EU-a izlazi na 6 službenih jezika EU-a. i dostupna je u elektronskom formatu na internetskoj stranici EMRR-a. Rukopis je završen u srpnju 2012. godine. Originalna publikacija izdana je na engleskom jeziku.

Opća uprava za poljoprivredu i ruralni razvoj (DG AGRI) i Europska mreža za ruralni razvoj (ENRD) ne odgovaraju za kvalitetu hrvatskog prijevoda *Revije ruralnog razvoja EU-a*.

Izvornik na engleskom jeziku pod nazivom

EU Rural Review n°12 – Local food and short supply chains

objavio je Directorate-General Agriculture and Rural Development

© European Union, 2012



Prijevod *Revije ruralnog razvoja EU-a* na hrvatski jezik:

© UNDP Hrvatska, 2012.

Radnička cesta 41/8. kat

HR-10 000 Zagreb

www.undp.hr

Odgovornost za prijevod *Revije ruralnog razvoja EU-a* leži u cijelosti na UNDP Hrvatska.

Prijevod s engleskoga: Ivona Filipović-Grčić

Lektura: Mirjana Pajić-Jurinić

Urednici: Ivana Laginja i Nikola Žunić

DTP: Krešimir Kraljević

Tisak: Grafing

Naklada: 300 primjeraka

Za sve dodatne informacije o Europskoj uniji posjetite: <http://europa.eu>.

Tiskano na recikliranom papiru.

Ova publikacija služi isključivo za informiranje i nije pravno obvezujuća.

PREDGOVOR.....	2
----------------	---

UVOD

- ODREĐIVANJE LOKALNIH SUSTAVA PREHRAMBENE PROIZVODNJE I KRATKIH LANACA OPSKRBE..... 4
- PRIKAZ RAZNOLIKOSTI 10

ODREĐIVANJE KORISTI

- ŠTO SU KORISTI? 14

PREVLADAVANJE IZAZOVA

- KLJUČNI IZAZOVI ZA LOKALNE SUSTAVE PROIZVODNJE HRANE I KRATKE LANCE OPSKRBE 18
- ZNANJE, EDUCIRANJE I VJEŠTINE 20
- ZAKONSKE KONTROLE 24
- PRISTUP ZEMLJIŠTU I KAPITALU 28
- UPRAVLJANJE I SURADNJA 30

KUPCI I LOKALNA HRANA

- ULOGA KUPACA 32
- LOKALNI I REGIONALNI ZNAKOVI KVALITETE 36

STVARANJE PARTNERSTVA I STRATEGIJA

- STRATEŠKA POTPORA SEKTORU LOKALNIH PREHRAMBENIH PROIZVODA 40
- POTPORA LOKALNIM PREHRAMBENIM SEKTORIMA UZ POMOĆ LEADER-a 48

FRANCUSKA ISKUSTVA

- LOKALNI SUSTAVI PROIZVODNJE HRANE, KRATKI LANCI OPSKRBE I RURALNI RAZVOJ U FRANCUSKOJ 56

BUDUĆNOST

- KAKVO JE TRENUTAČNO STANJE NA RAZINI EUROPSKE UNIJE? 62

Predgovor



U ruralnim se područjima Europske unije oduvijek proizvodi hrana, no tek posljednjih nekoliko godina ta proizvodnja doživljava procvat. Potražnja kupaca za „lokalnim“ proizvodima provjerenog podrijetla te želja za dodavanjem vrijednosti proizvodima kao i poboljšanje njihovog plasmana potaknule su proizvođače na razvoj različitih lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe – seljačkih tržnica, organiziranja izravne prodaje na gospodarstvima, sustava narudžbi i dostava košarica ili kutija s hranom, pokretnih trgovina i sl. Svaka od tih inicijativa nastaje i razvija se ovisno o posebnostima mjesta proizvodnje, proizvoda koji se plasiraju te zahtjeva i udaljenosti kupaca.

Sektor lokalne prehrambene proizvodnje iznimno je važan zato što razvoj donosi brojne gospodarske, okolišne i društvene koristi – osigurava poljoprivrednicima veći udio dodane vrijednosti u cijeni njihovih proizvoda, osnažuje lokalno gospodarstvo, smanjuje emisiju stakleničkih plinova nastalu prijevozom hrane, razvija sustav sigurnosti prehrambenih proizvoda proizvedenih na seoskim domaćinstvima, stanovnicima s nižim primanjima osigurava pristup kvalitetnoj i zdravoj prehrani, pomaže održivosti malih poduzeća i gospodarstava itd.

Potencijal je dakle vrlo velik! No sektor lokalne prehrambene proizvodnje, i s njim povezani kratki lanci opskrbe, još uvijek nailaze na mnogobrojne prepreke, protuslovlja, pa čak i predrasude.

Prema nedavno provedenom istraživanju Eurobarometra¹, 9 od 10 ispitanika složilo se da se lokalne proizvode isplati kupovati te da bi Europska unija trebala poticati njihovu promociju i plasman – istodobno, gotovo polovica ispitanika izjavila je da je lokalne prehrambene proizvode teško pronaći i razlikovati od ostalih prehrambenih artikala.

Potražnja za lokalnim proizvodima očito postoji. No da bi se taj potencijal dobro iskoristio te da bi se osmislile i zaživjele održive alternative dobro uhodanim dužim lancima opskrbe karakterističnim za modernu proizvodnju i distribuciju prehrambenih proizvoda, potrebno je uložiti velik trud. Ne iznenađuje stoga što je taj sektor pun inovativnih rješenja. Postoje brojni primjeri iz prakse koji pokazuju kako su poduzetnici, ili mreže dionika, nadilazili različite izazove s kojima su se susretali. Na različite načine pokušavalo se olakšati pristup zemljištu, zakone prilagoditi malim proizvođačima orijentiranim na lokalna tržišta, širiti znanje, stvoriti nove strukture, privući potrošače – sve u cilju pokretanja sektora. I u tome se uspjelo – Europa je puna inovativnih i uspješnih primjera najbolje prakse.

Srećom, u Europskoj se uniji sve više prepoznaje strateška važnost potpore lokalnim prehrambenim proizvodima i kratkim lancima opskrbe, kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini. Primjerice, u Komisijinim prijedlozima za provedbu politike ruralnog razvoja nakon 2013. kratki lanci opskrbe određeni

su kao jedan od „posebnih slučajeva“ za koje države članice mogu razviti potprograme i ponuditi više iznose potpore kako bi potaknule i potpomogle njihov razvoj. Uz pomoć takve ciljane potpore kratki lanci opskrbe, lokalna prehrambena proizvodnja i kupnja hrane mogli bi od aktivnost s margine prerasti u glavni oblik poljoprivredne proizvodnje i kupnje hrane u EU-27.

Tijekom 11. susreta nacionalnih mreža za ruralni razvoj u travnju 2011. godine Europska mreža za ruralni razvoj osnovala je Radnu skupinu za kratke opskrbne lance. Na čelu joj je Nacionalna mreža za ruralni razvoj Francuske, a u nju je uključeno 13 nacionalnih mreža i neke europske organizacije. Jedna od prvih predviđenih aktivnosti je priprema publikacije o lokalnoj prehrambenoj proizvodnji i kratkim lancima opskrbe koja bi poslužila kao ishodišna točka suradnje i razmjene iskustava u radnoj skupini, te širenja akumuliranog znanja među zainteresiranim i prema široj javnosti.

Ovaj broj Revije ruralnog razvoja EU-a rezultat je zajedničkog rada članova Radne skupine. Ukupno 10 nacionalnih mreža za ruralni razvoj dalo je svoj prilog. Ovo je prvi put da se neki broj Revije priprema na taj način, i doista se nadamo da ćete u njemu uživati.

(1) Europska komisija (2011.). *Zajednička poljoprivredna politika. Posebno izvješće Eurobarometra (rujan, 2011.)*; istraživanje je koordinirala Opća uprava za komunikacije – dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_368_en.pdf



Određivanje lokalnih sustava prehrambene proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe

Ne postoji jasna i jednostavna definicija „lokalnih prehrambenih proizvoda“ ili „kratkim lanaca opskrbe“ koja bi se mogla primijeniti na raznovrsne sustave proizvodnje, obradu, plasman i distribuciju povezanu s lokalnim sustavima prehrambene proizvodnje u državama članicama EU-27. No važnije od jedinstvene definicije, važno je da se ti pojmovi tumače u skladu s područjem i kontekstom u kojima se razvijaju.



Lokalno“ je najmanja jedinica za opisivanje podrijetla nekog prehrambenog proizvoda, a obično podrazumijeva izravnu vezu između kupca i proizvođača – ili barem to da kupac osobno poznaje mjesto gdje se hrana proizvodi. Pojam „lokalno“ najčešće se određuje udaljenošću mjesta proizvodnje od mjesta prodaje, no ta udaljenost može varirati i uvelike ovisi o pojedinom području. Primjerice, u krugu od 30 kilometara od poljoprivrednog gospodarstva u gusto naseljenim prigradskim područjima obično živi dovoljno potencijalnih kupaca za plasman lokalnih proizvoda. S druge strane, u slabo naseljenim područjima u istih se 30 kilometara često nalazi tek nekoliko susjednih gospodarstava!

Opisujući podrijetlo hrane, kupci u većini slučajeva razlikuju pojmove „lokalno“ i „regionalno“ – potonji se češće koristi za promociju prehrambenih proizvoda kupcima iz drugih područja ili posjetiteljima i turistima koji u tom području borave. No izraz „lokalno“, posebice u manjim državama članicama, često se odnosi na bilo koji prehrambeni proizvod proizveden u određenoj državi.

Razvoj lokalnih i regionalnih mreža u proteklom desetljeću potaknuo je redefiniranje pojmova lokalno i regionalno. Stoga oni danas podrazumijevaju i mnoge elemente koji tek nastaju – od izravne prodaje na gospodarstvima, seljačkih tržnica i dućana na poljoprivrednim gospodarstvima do internetske kupovine, zajedničke pripreme i dostave hrane za različita događanja i distribucije proizvoda u supermarketima – u zadnjem slučaju mnogi se više ne oslanjaju na izravni kontakt proizvođača i kupaca.

U tom smislu, pri definiranju lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe više se ne vodi računa samo o udaljenosti između mjesta proizvodnje i prodaje proizvoda nego i o broju posrednika u lancu opskrbe, koji se nastoji svesti na najmanji

mogući broj – najkraća mogućnost je izravna kupnja od proizvođača.

Drugim riječima, kratki lanac opskrbe znači smanjenje broja posrednika potrebnih da bi se krajnjem kupcu isporučio konačni proizvod. Što je lanac opskrbe kraći, lakše je zadržati i istaknuti autentičnost i izvornost prehrambenih proizvoda u pogledu njihove kulturne prepoznatljivosti, tradicionalnih načina proizvodnje i podrijetla sastojaka.

Unatoč takvom širokom razumijevanju lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe, ne postoji njihovo jedinstveno određenje primjenjivo u svim državama članicama. To je dijelom rezultat raznolikosti europskih regija i kratkih lanaca opskrbe koji su se u njima razvili. Neke su ih države međutim uspjele formalno definirati. U Francuskoj su to primjerice sustavi s jednim ili manjim brojem posrednika. S druge strane, talijanskim zakonima definirana je i uređena „izravna prodaja“.

Iako se kratki lanci opskrbe određuju prema višestrukim kriterijima, osnovna načela koja moraju zadovoljiti su ista: 1) što kraća udaljenost između proizvođača i potrošača; 2) što manje posrednika; i 3) što intenzivnija komunikacija između proizvođača i potrošača, jer „priča“ vezana uz pojedini proizvod dodaje vrijednost kupljenoj robi te razvija dugoročnu sklonost kupnji upravo tog proizvoda.

Kakvi tipovi lokalnih prehrambenih sustava i kratkih lanaca opskrbe postoje?

Već je dosta učinjeno na klasifikaciji lokalnih prehrambenih sustava i kratkih opskrbenih lanaca. Da nabrojimo samo neke od aktivnosti spomenut ćemo projekt pod nazivom „Stvaranje alternativnih mreža poljoprivredno-prehrambenih proizvoda“,² financiran sredstvima Sedmog okvirnog programa za istraživanje (FP7), preglednik različitih inicijativa

- Što je opskrbeni lanac kraći, lakše je zadržati i isticati autentičnost i izvornost prehrambenih proizvoda.
- Unatoč širokom razumijevanju lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe, ne postoji njihovo jedinstveno određenje primjenjivo u svim državama članicama.

povezanih s lokalnim prehrambenim proizvodima koji je, za potrebe izrade dokumenta „Mišljenje o sustavima lokalne proizvodnje hrane“ iz 2011. godine, prikupio Odbor regija³ te studiju koju je izradio Zajednički istraživački centar Instituta za istraživanje tehnologija budućnosti (*Institute for Prospective Technological Studies, IPTS*), u kojoj se uspoređuju i analiziraju društveno-gospodarski učinci kratkih lanaca opskrbe hrane u Europskoj uniji.

Prema podacima navedenih istraživanja, lokalni prehrambeni sustavi mogu se podijeliti na tri vrste:⁴

- Izravnu prodaju koju obavljaju pojedinci
- Zajedničku izravnu prodaju
- Partnerstva.

Ova jednostavna klasifikacija omogućuje sustavniju analizu različitih oblika lokalnih prehrambenih sustava i kratkih lanaca opskrbe.

Izravna prodaja koju obavljaju pojedinci najjednostavniji je oblik kratkih opskrbenih lanaca koji uključuje izravni odnos između poljoprivrednika i kupca. Brojni su primjeri tog jednostavnog (ali učinkovitog) načina plasmana proizvoda. Seljaci mogu na svom gospodarstvu otvoriti trgovinu ili neki drugi oblik prodajnog mjesta i tako privući kupce. Izravna prodaja moguća je i izvan poljoprivrednog gospodarstva – primjerice na seljačkoj tržnici – a seljaci mogu, da bi uspješili prodaju svojih proizvoda, u ponudu uključiti i proizvode drugih proizvođača. Učinkovit način izravne prodaje, posebice u prigradskim i gradskim područjima, jest i dostava u kuće (sistem naručenih košarica ili kutija) u sklopu koje seljak dogovorenu količinu odabranih proizvoda dostavlja u domove kupaca.

(2) Kamer, S. et al. (2010). *Local food systems in Europe: Case studies from 5 countries and what they imply for policy and practice (Sustavi lokalne prehrambene proizvodnje u Europi, op.ur.)*, IFZ, Graz. Studija je nastala u sklopu projekta 'FAAN - Facilitating Alternative Agro-Food Networks: Stakeholder Perspectives on Research Needs' financiranog sredstvima Sedmog okvirnog programa – dostupno na: http://www.faanweb.eu/sites/faanweb.eu/files/FAAN_Booklet_PRINT.pdf

(3) Odbor regija (2011.). *Mišljenje Odbora regija o 'sustavima lokalne proizvodnje hrane'*, Službeni glasnik Europske unije C 104/01 (2.4.2011) – dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:104:0001:0006:EN:PDF>

(4) Objavljivanje izvještaja Zajedničkog istraživačkog centra IPTS-a očekuje se do kraja 2012. godine.

Prednost izravne prodaje jest mogućnost izravnog kontakta poljoprivrednika i kupca. Iz tog se kontakta vrlo često razvija specifični odnos, pa seljak ima mogućnost davati informacije o izvornosti proizvoda koji prodaje, njegovim kulturnim i kulturnim vrijednostima. Kupac pak može upoznati poljoprivredno gospodarstvo, kulturni identitet proizvoda te načine uzgoja koje primjenjuje. Uz to, naravno, može naučiti nešto i o sezonskom karakteru proizvodnje određenih namirnica!

Drugi oblici izravne prodaje, poput internetske kupnje, mogu doprijeti do većeg broja potrošača, no isključuju izravni odnos proizvođača i kupca. Kako bi se očuvao barem dio te posebne veze, proizvođači bi na prodajnom mjestu (internetskoj stranici) trebali ponuditi informacije o proizvodima. Trebaju se potruditi i oko dizajna internetskih stranica, opremiti ih kvalitetnim fotografijama i videosnimkama proizvoda iz svoje ponude kako bi kupcima bili privlačniji.

Čak i najjednostavniji oblici izravne prodaje mogu donijeti koristi određenom području, potaknuti inicijative i zblížiti ljude.



© ALBERT KISS

Primjer iz prakse: Izravna prodaja – „Okusi i povjerenje“, Pays de la Loire, Francuska

Proizvođači, Isabelle Annonier i Roland Jamin već su imali razvijen kratki lanac opskrbe mesom i povrćem iz vlastite proizvodnje, a prodaju su obavljali izravno na svojim gospodarstvima. Da bi zadovoljili povećanu potražnju, i proizvodili više, trebali su pronaći odgovarajuće postrojenje za preradu.

Mesar iz okolice baš je u to vrijeme odlučio prodati svoju tvrtku i Isabelle i Roland su je odlučili kupiti. Nakon nekoliko sastanaka došli su do zaključka da bi im svima bilo isplativije udružiti se i pokrenuti zajednički posao. Sad se njihovi proizvodi prerađuju i prodaju u dućanu, kao i na nekoliko drugih gospodarstava i tržnicama.

Budući da su se uključeni u projekt otprije poznavali i imali povjerenja jedni u druge, nije im bilo teško pokrenuti kratki opskrbeni lanac. Odlukom da se upuste u zajednički posao udružili su svoje vještine, resurse i kapital. Nisu trebali ulagati u nove alate niti

posebno učiti o preradi proizvoda, a mesar je našao nov način da osigura rentabilnost svoje trgovine.

Sinergija ostvarena na lokalnoj razini doprinosi razvoju svijesti kupaca o podrijetlu proizvoda koje kupuju, a takva mjesta prodaje mogu proširiti njihove spoznaje o prehrani općenito i promicati kvalitetne i zdrave proizvode.

Spomenuta suradnja osporava uvriježeno mišljenje o tradicionalno lošoj suradnji između mesara i poljoprivrednika te dokazala da u lokalnim područjima postoji izrazita potreba za stvaranjem sinergija na obostranu korist svih sudionika. Takve su poslovne strukture, koje uključuju nekoliko različitih zanimanja, i dalje rijetke, no koristi koje donose više su nego očite.

Postoje i brojni primjeri formalne i neformalne suradnje s ciljem zajedničke izravne prodaje. Obično je riječ o skupinama kupaca koji proizvode kupuju izravno na poljoprivrednim gospodarstvima ili na zajedničkim prodajnim točkama više gospodarstava ili zadruga proizvođača. Sve više proizvođača plasira svoje proizvode i preko zajedničkih internetskih stranica koje nude hranu s određenih geografskih područja.

Sajmovi su dobar način za upoznavanje i kušanje proizvoda te njihovu zajedničku prodaju. Na sajmovima se obično predstavljaju različiti aspekti određenog područja, i dobra su prilika za bolju

integraciju sektora lokalne prehrambene proizvodnje s ostalim sektorima, primjerice ruralnim turizmom.

Domaća se hrana može također prodavati i preko posrednika. Dobar je primjer zajednička priprema i dostava hrane za javni sektor – proces u kojem posrednici, primjerice zadruge u vlasništvu proizvođača, organiziraju nabavu robe različitih proizvođača da bi se zadovoljile potrebe velikih potrošača iz javnog sektora poput škola i bolnica.

U sve više supermarketa postoje izdvojena prodajna mjesta, tzv. „kutići“ za domaće proizvode. Zadruge u vlasništvu proizvođača i ostali posrednici, osiguravaju proizvode širokog kruga proizvođača, a podrijetlo tih proizvoda jasno je sljedljivo i označeno.

Zajednička internetska stranica proizvođača dopire do većeg broja ljudi uz manje napora jer su informacije cijelo vrijeme dostupne, i to u različitim kontekstima.

© TIM HUDSON





Primjer iz prakse: Zajednička izravna prodaja — internetska stranica aitojamakuja.fi, Finska

Aitojamakuja.fi - projekt „Stvarni okusi“ – nacionalna je finska internetska stranica na kojoj se može pronaći popis malih i srednjih proizvođača hrane prema područjima u kojima posluju, čime se olakšava kupnja hrane od lokalnih poljoprivrednika. Na stranici je trenutno predstavljeno oko 1 500 poduzeća – može ih se pretražiti prema proizvodima ili uslugama koje nude te regijama iz koje dolaze – a njihov se broj stalno povećava. U Finskoj je 2011. godine postojalo 2 889 tvrtki za proizvodnju hrane, od kojih se većina nalazila u ruralnim područjima.

Cilj te usluge jest povezati ljude koji proizvode domaću hranu i one koji takvu hranu žele kupiti. Na aitojamakuja.fi zainteresirani mogu pronaći informacije o trgovinama, prodajnim mjestima i internetskim trgovinama te poveznice na internetske stranice udruženja i ostalih organizacija s popisima mjesta koja prodaju domaću hranu.

Aitojamakuja.fi izvrstan je marketinški kanal za podizanje svijesti o domaćim proizvodima među potrošačima jer korištenjem općih internetskih pretraživača u potrazi za domaćom hranom, zainteresirani kupci teže dolaze do podataka s obzirom da se moraju probijati kroz more pojedinačnih internetskih stranica različitih proizvođača. Stoga je nacionalna stranica izvrsno rješenje koje će dobro doći i običnim i kupcima na veliko, ali i medijima. „Stvarni okusi“ imaju svoju stranicu i na društvenoj mreži Facebook, na kojoj se mogu podijeliti iskustva i ljubav prema domaćoj i svježoj hrani, a ona olakšava i pronalaženje mrežne stranice aitojamakuja.fi. U Finskoj, Facebook koristi gotovo dva milijuna ljudi, stoga je prisutnost na toj društvenoj mreži vrlo važna.

Neki su proizvođači prvi put predstavili svoje proizvode na internetu upravo preko stranice aitojamakuja.fi. No i ona poduzeća koja imaju vlastitu internetsku stranicu svjedoče o povećanju broja posjetitelja njihovih stranica otkad su se priključili projektu. Svojim



kupcima mogu ponuditi više informacija o poljoprivrednom gospodarstvu, proizvodima, sastojcima i proizvodnji sirovina. Potrošače zanimaju i povijest tvrtke, vrijednosti koje promiče i proizvodi koje nudi. Zanimanje kupaca privlače i fotografije proizvođača te priča koja stoji iza pojedinog proizvoda.

Pomoću zajedničke internetske stranice lakše je doprijeti do većeg broja kupaca uz manje truda jer su informacije dostupne u cijeloj Finskoj i u različitim kontekstima. Primjerice, dok pretražuju stranicu kupci se ne ograničavaju nužno na proizvode koji su dostupni samo u njihovoj regiji – ponekad recimo žele znati i što mogu kupiti u mjestima u kojima su odlučili provesti odmor.

Koordinator projekta „Stvarni okusi“ je Brahea Centre for Training and Development Sveučilišta u Turkuu, a provode ga 17 regionalnih nositelja razvoja koji su razvili projekt u svojim regijama i pokazali se ključnima za njegov uspjeh.

Potrošači imaju ključnu ulogu i u proizvodnji, ne samo u kupnji.

Osim toga, sve češće se stvaraju partnerstva kupaca i proizvođača koja omogućuju aktivniju ulogu kupaca u stvaranju i oblikovanju lokalnih sustava prehrambene proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe u njihovim zajednicama. Recimo, kupci mogu podijeliti rizike i koristi od proizvodnje s proizvođačem temeljem ugovora koji regulira uvjete izravne prodaje zajednički proizvedenih poljoprivrednih dobara. Najčešći primjer je takozvana „poljoprivreda koju podupire zajednica“, koncept

u kojem kupci pokrivaju dio troškova proizvodnje, a zauzvrat dobivaju dogovorenu količinu proizvoda.

U nekim su se područjima takvi oblici partnerstva dodatno razvili i uključuju i druge dionike. Suradnja većeg broja proizvođača, kupaca, javnog sektora i organizacija za potporu otvara lokalnim proizvođačima niz mogućnosti. To pak potiče stvaranje strateškog pristupa i donosi mnogobrojne koristi cijelome području.



© ALBERT KISS



Primjer iz prakse: Partnerstva — Sustav prehrambene proizvodnje 'Szekszárd és vidéke', Szekszárd, Mađarska

Partnerstvo koje okuplja lokalne proizvođače hrane i ključne dionike područja oko grada Szekszárda počelo je raditi na pokretanju sustava prehrambene proizvodnje koji bi zadovoljio potrebe gradskih potrošača. Održano je nekoliko sastanaka kojima su prisustvovali svi dionici, a zajednička inicijativa usmjerila se na povezivanje poljoprivrednog sektora, turističkog sektora i sektora opskrbe hranom. Prema podacima istraživanja o lokalnim prehrambenim proizvodima, najveći je problem njihova nedostupnost. Stoga su u sklopu prve faze projekta organizirane kampanje za podizanje razine svijesti lokalnih kupaca i širenje informacija o podrijetlu proizvoda, koje su naglašavale koristi koje donosi kupnja domaće hrane poput uštede troškova transporta i smanjenja emisije ugljika. Kao rezultat navedenih aktivnosti, lokalni kupci sad kupuju i jedu više lokalnih poljoprivrednih proizvoda.

Lokalni proizvođači i kupci trenutačno rade na sastavljanju popisa lokalnih proizvođača domaće hrane i tradicionalnih recepata te pokušavaju osmisliti gastronomsku ponudu. Osim toga, smišlja se zaštitni znak za hranu tipičnu za to područje, a otvorena je i trgovina s lokalnim prehrambenim proizvodima. Promičući domaću hranu visoke kvalitete, trgovina podiže svijest kupaca o problemima povezanim s domaćim proizvodima i pomaže ponovnom povezivanju ljudi s hranom koju konzumiraju.

www.szekszarditermek.hu



Prikaz raznolikosti

Lokalni sustavi proizvodnje hrane i kratki lanci opskrbe kontinuirano se i bez previše pompe u Europskoj uniji razvijaju već dugi niz godina – većina se pokreće lokalno, kao rezultat neposredne potrebe pojedinog poljoprivrednog gospodarstva, mjesta ili zajednice. To je rezultiralo njihovom velikom raznolikošću te nedostatkom informacija o njihovim dosezima i točnim lokacijama.

© VALERY VOENNY-123RF



Radna skupina o kratkim lancima opskrbe Europske mreže za ruralni razvoj tijekom 2011. godine provela je istraživanje među nacionalnim mrežama za ruralni razvoj s ciljem prikupljanja informacija o prehrambenom sektoru u državama članicama. Podaci o kratkim lancima opskrbe dobiveni su iz Mađarske, Belgije (Flandrije), Finske, Švedske, Danske, Italije, Španjolske, Portugala, Estonije i Francuske.

U osnovi, tipovi lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe slični su u svim ispitanim državama. U Estoniji se primjerice organiziraju sajmovi, prodaja na poljoprivrednim gospodarstvima, prodaja na tržnicama, razvijen je sustav narudžbe košarica, internetska prodaja, lokalni proizvodi se prodaju restoranima, postoje prodajna mjesta domaće hrane u supermarketima te se pokreću inicijative u zajednici. U Mađarskoj pak postoje mnogobrojne aktivnosti povezane sa zajednicom, poput poljoprivrede koju podupire zajednica. Prikupljene podatke teško je uspoređivati, no svakako daju presjek sve veće raznolikosti sektora domaće hrane u EU-27.

U svim je državama zabilježen veći angažman poljoprivrednog sektora u razvoju lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe, a poljoprivrednici su postali glavna pokretačka snaga mnogih područja. U Italiji, na primjer, nekoliko poljoprivrednih saveza aktivno podupire izravnu prodaju tako što svojim članovima osiguravaju novčane i zakonske olakšice. Dva su najveća talijanska poljoprivredna saveza osmislila i zajednički zaštitni znak kako bi se maloprodajni punktovi njihovih članova lakše raspoznavali. Flandrijski je poljoprivredni sektor pak odigrao važnu ulogu u razvoju i početku provedbe Strateškog plana za kratke opskrbe lance.

Rezultati istraživanja govore i o sve većim zahtjevima kupaca. U državama u kojima je istraživanje provedeno na nacionalnoj razini uočeno je da sve više kupaca pridaje važnost podrijetlu hrane, njenim učincima na okoliš

i nutricionističkim vrijednostima. Taj se trend očituje i u pojavi mnogih kratkih opskrbnih lanaca te sve višim zahtjevima potencijalnih trgovačkih posrednika poput restorana i supermarketa.

Sve nacionalne mreže za ruralni razvoj prepoznale su brojne prepreke i izazove u razvoju i širenju sektora, od kojih najveću opasnost predstavljaju pretjerano iskorištavanje obradivih površina, starenje aktivnih poljoprivrednika kao i pad broja gospodarstava u ruralnim i prigradskim područjima. Mnogi proizvođači koji su htjeli sudjelovati u kratkom lancu opskrbe imali su problema zbog nedostatka

- Otprilike 4 posto flandrijskih proizvođača radi u kratkim lancima opskrbe.
- Oko 1 posto svih prehrambenih proizvoda u Finskoj plasira se kroz kratke lance opskrbe.
- 2005. godine više od 16 posto francuskih seljaka obavljalo je izravnu prodaju svojih proizvoda.
- Gotovo 3 posto proizvođača u Danskoj – više od 1 200 osoba – bavi se izravnom prodajom.



potrebnih znanja i vještina za postizanje dodane vrijednosti svojih proizvoda i njihov plasman, no usprkos tome smatraju takav način prodaje najučinkovitijim načinom koji pomaže održivosti njihovog poslovanja. Osim toga, problem je pomanjkanje informacija – proizvođači nisu potpuno upoznati s pravnim i zakonodavnim okvirom; kao ni potencijalom za razvoj poslovanja koji leži u novim sustavima te tehničkim i financijskim mehanizmima koji su im na raspolaganju.

Informiranje, usavršavanje, ciljana financijska pomoć, promicanje učinkovite suradnje proizvođača te pružanje neizravne potpore drugim sektorima poput agroturizma – aktivnosti su koje nacionalne mreže za ruralni razvoj smatraju načinima za ostvarenje gospodarskih učinaka, poput stvaranja novih radnih mjesta. Velik izazov međutim predstavlja razvoj strateškog pristupa koji bi doveo do željenih rezultata, iako postoje primjeri dobre prakse njegove uspješne provedbe. Nažalost, u mnogim slučajevima nedostatak informacija – poput onih o broju i tipu proizvođača, zahtjevima kupaca i raspoloživim kanalima opskrbe – dodatno

- Oko 46 000 ili trećina ukupnog broja austrijskih gospodarstava, bavi se izravnom prodajom. Njih 11 000 od izravne prodaje upriliči više od polovice godišnjeg prihoda. Kratkim lancima opskrbe najčešće se služe proizvođači voća, vina, svinjskog mesa i jaja. Manje se koriste za plasman i distribuciju mlijeka i mesnih proizvoda s mliječnih i stočnih gospodarstava.
- 5 posto novca koji se u Španjolskoj izdvaja za hranu potrošeno je na proizvode iz kratkih lanaca opskrbe.
- U Italiji postoji sve više kratkih lanaca opskrbe. Godine 2009. u njih je bilo uključeno 63 000 proizvođača, što je porast od 4,7 posto u odnosu na 2008., s ukupnom vrijednošću od 3 milijarde eura, što predstavlja porast od 11 posto. Od toga se 40 posto odnosi na sektor proizvodnje vina, a 20 posto na voće i povrće.

otežavaju razvoj strateškog pristupa na regionalnoj ili lokalnoj razini.

Postoje prepreke i u pokretanju kratkih lanaca opskrbe (u prvom redu početni troškovi za pokretanje posla i plasman proizvoda) i osiguravanju neophodne logistike za njihovo uspješno djelovanje. Stanje dodatno pogoršava i nedostatak poduzetničkog duha potrebnog za pokretanje posla zbog nezavisne situacije u poljoprivrednom sektoru, posebice kad se uzme u obzir činjenica da su aktivni poljoprivrednici sve starije životne dobi.

Nekoliko nacionalnih mreža za ruralni razvoj sugeriralo je da je kratke lance opskrbe nužno integrirati u teritorijalne strategije i šire, u sektor gospodarstva, da bi se mogli učinkovito razviti i otvoriti daljnje razvojne mogućnosti. Takav dalekosežni cilj međutim poduzetnici koji ih pokreću rijetko kad imaju na umu.

S druge strane, sve nacionalne mreže za ruralni razvoj pozitivno gledaju na budućnost lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe te njihov potencijal za pozitivni učinak



na gradska i prigradska područja. Na temelju svojih zapažanja i iskustava identificirali su ključne elemente bez kojih sektor domaće hrane ne može ostvariti svoj potencijal:

- Lokalni sustavi prehrambene proizvodnje i kratki lanci opskrbe moraju se uskladiti s načinom života kupaca.
- Zakonodavni okvir i nacionalne institucije koje provode zakone trebali bi voditi računa o potrebama i ograničenjima malih posjeda.
- Politike moraju pružiti pomoć i osigurati potporu obrazovanju, ulaganjima, infrastrukturi i plasmanu.
- Nikad se ne smije podcijeniti važnost čvrste veze između kupaca i proizvođača.
- Dobavljači trebaju biti motivirani i moraju posjedovati vještine, znanje i samouvjerenost poduzetnika

Iz rezultata ankete jasno je da lokalni sustavi proizvodnje hrane i kratki lanci opskrbe imaju sve veću važnost u državama članicama. No očito je i to da se još mnogo treba učiniti na osiguranju održivosti i širenju sektora. U konačnici, predanost

postizanju zacrtanih ciljeva u velikoj mjeri ovisi o spoznaji da snažan sektor domaće hrane može donijeti brojne koristi ruralnim zajednicama.



Što su koristi?

Lokalni sustavi proizvodnje hrane donose višestruke i dalekosežne gospodarske i okolišne koristi te potiču razvoj zajednica. Kao takvi, oni su glasnici novoga doba održivih sustava proizvodnje hrane koji pomažu daljnjem razvoju ruralnih područja.



© TIM HUDSON

Lokalni sustavi proizvodnje hrane diverzificiraju ruralno gospodarstvo čineći ga otpornijim i prilagodljivijim na promjene. Osnažujući kulturni identitet povezan s lokalnim proizvodima, jak prehrambeni sektor može potaknuti razvoj turističke ponude.

U svakom konvencionalnom lancu proizvodnje hrane veliki udio tržišne vrijednosti nekog proizvoda otpada na proizvođače, prerađivače i maloprodajne trgovce. Seljaci prodaju svoje proizvode po niskim cijenama, dok drugi ostvaraju prihod dodavajući vrijednost kupljenim proizvodima. Svođenje broja posrednika između proizvođača i kupaca na minimum osigurava da poljoprivrednici dobiju veći postotak od ukupnog iznosa koji lokalni potrošači potroše na domaću hranu što je jasan poticaj za izravnu prodaju!

No, postoje istraživanja koja pokazuju da kratki lanci opskrbe donose i dalekosežniju gospodarsku korist. Sustav lokalne proizvodnje hrane potiče vertikalnu i horizontalnu suradnju u opskrbenom lancu. Suradnja pomaže izgradnju povjerenja među suradnicima u lancu, a to nadalje potiče osmišljavanje i ostvarivanje inovativnih poslovnih pothvata. Dokazano je da ovakvi lokalni sustavi proizvodnje hrane stvaraju više radnih mjesta i zadržavaju novac u području s obzirom da se troškovi višestruko „recikliraju“ u okviru lokalnog gospodarstva.

Istraživanje provedeno u Velikoj Britaniji pokazalo je da lokalni sustavi proizvodnje

hrane imaju velik potencijal za stvaranje novih radnih mjesta. Godine 2001. lokalni prehrambeni sektor u okrugu Devonu činilo je 550 prehrambenih tvrtki (uključujući prerađivače, veletrgovce, maloprodajne trgovce i ugostitelje). Uz potporu lokalne organizacije koja djeluje na razini okruga te su tvrtke pokrenule 15 poljoprivrednih tržnica, 18 sustava dostave naručenih košarica, povezale su se s 19 lokalnih dućana, prenamijenile su 150 hektara poljoprivrednih zemljišta u obradive površine za ekološki uzgoj, a rezultat je bilo otvaranje 113 novih radnih mjesta. Također se povećao i opseg posla na lokalnim gospodarstvima. Proizvođači uključeni u prehrambeni sektor zapošljavali su u prosjeku 3,4 EPRV-a (ekvivalent punog radnog vremena, predstavlja vrijeme koje je zaposleni radio kao udio punog radnog vremena), za razliku od prosjeka regije koji je iznosio 2,34 EPRV-a po gospodarstvu.⁵

Drugo istraživanje, provedeno na istom području, pokazalo je da je svakih 10 funti utrošenih na naručenu košaricu domaće ekološke hrane donijelo lokalnom gospodarstvu (u radijusu od 24 kilometra od gospodarstva) 25 funti, za razliku od 14 funti koliko mu pripadne za isti iznos potrošen u

supermarketu. Istraživanje navodi da kada bi svaka osoba, turist i tvrtka preusmjerila samo 1 posto svoje trenutne potrošnje na lokalna dobra i usluge, 53 milijuna funti (otprilike 65 milijuna eura) godišnje slilo bi se u lokalno gospodarstvo.

Lokalni sustavi proizvodnje hrane i kratki lanci opskrbe smanjuju emisije ugljika i ublažavaju negativne učinke klimatskih promjena i troše manje energije. Budući da su konvencionalni poljoprivredno-prehrambeni sustavi sve više centralizirani, hrana danas prelazi sve veće udaljenosti od mjesta proizvodnje do mjesta na kojima se prerađuje i pakira, te distribuira i prodaje. U kratkim lancima opskrbe nema potrebe za transportom i zamrzavanjem proizvoda, pa oni stoga smanjuju emisiju stakleničkih plinova. Smanjena potrošnja ograničenih zaliha fosilnih goriva usporava dostizanje „vrhunca iskorištavanja naftnih izvora“ ili „naftnog vrhunca“ – izraza koji se koristi za opisivanje situacije u kojoj se sva tehnologija za crpljenje nafte na svijetu koristi maksimalnim kapacitetom, a ritam isporuke zadovoljava potrebe, nakon čega slijedi opadanje jer potrebe rastu brže od kapaciteta tehnologije za crpljenje nafte. Upravo je ideja o

(5) Pretty, J. (2001). Some Benefits and Drawbacks of Local Food Systems. Briefing Note for TVU/Sustain AgriFood Network, November 2nd 2001 – dostupno na: http://www.sustainweb.org/pdf/afn_m1_p2.pdf

Proizvođači uključeni u lokalne sustave proizvodnje hrane češće uzgajaju tradicionalne pasmine i sorte, čime podupiru biološku raznolikost i tradiciju.

vrhuncu iskorištavanja naftnih izvora jedan od ključnih razloga sve većeg zanimanja za jačanje „otpornosti“ i osiguravanje samoodrživosti ruralnih zajednica.⁶

Mnogi poljoprivrednici koji proizvode domaću hranu promiču korištenje sezonskih prehrambenih proizvoda, što je vrlo često povezano s očuvanjem i/ili ponovnim uvođenjem tradicionalnih sorti poljoprivrednih kultura. To može biti povezano sa željom proizvođača da proizvode domaće sorte ili pak s činjenicom da su tradicionalne vrste bolje prilagođene lokalnim okolišnim uvjetima – no sve u svemu pomaže održanju i poboljšanju agro-biološke raznolikosti.

U osnovi kratkih opskrbenih lanaca leži izgradnja odnosa s potrošačima, odnosa koji stvaraju vrijednost i pridaju značenje nekom proizvodu i njegovom podrijetlu.

U osnovi kratkih opskrbenih lanaca leži izgradnja odnosa s potrošačima, odnosa koji stvaraju vrijednost i pridaju značenje nekom proizvodu i njegovom podrijetlu.

Ta vrijednost i značenje i sami donose višestruke koristi. Mogu razviti osjećaj ponosa zbog pripadnosti određenom području, osnažiti društvenu povezanost i potaknuti održivi razvoj zajednice. Sektor proizvodnje hrane je vitalan i u njemu leže mnoge poslovne prilike, a to može biti poticaj mladima da ne napuštaju seoska područja. Osim toga, može pomoći obnovi odnosa između ruralnih i urbanih područja, a gradskim zajednicama osigurati svježiu sezonsku hranu i mogućnost da doznaju više o proizvodima kojima se hrane i načinima njihove proizvodnje.

Kratki lanci opskrbe većinom se temelje na tradicionalnom znanju i običajima. Oni promiču očuvanje kulturnog naslijeđa, obavezuju zajednicu na korištenje tog naslijeđa i na njegovo uključivanje u život proizvođača i njihovih proizvoda.

U zaključku nedavno provedenog projekta „Stvaranje alternativnih mreža poljoprivredno-prehrambenih proizvoda“, financiranog u sklopu Sedmog okvirnog programa za istraživanje, stoji da lokalni

sustavi prehrambene proizvodnje „donose višestruke koristi društvu – poput ekološki održivih metoda uzgoja, svježie hrane visoke kvalitete, angažmana zajednice, obnove veza između ruralnih i urbanih područja, lokalnog gospodarskog razvoja. Povezujući se s proizvođačima, kupci postaju svjesni tih koristi, stječu nova znanja i grade povjerenje, što postaje temelj i njihova gospodarskog međuo-dnosa. Te su prednosti dijelom lokalnih sustava prehrambene proizvodnje.“⁷

Dakle, stvaranjem lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe lokalne zajednice pokreću dugoročne pozitivne promjene u ruralnim područjima, neophodne za očuvanje lokalnih resursa i stvaranje održivih i otpornih ruralnih zajednica.



© KZENON-123RF

“ [Lokalni sustavi proizvodnje hrane] donose višestruke koristi društvu – poput ekološki održivih metoda uzgoja, svježie hrane visoke kvalitete, angažmana zajednice, obnove veza između ruralnih i urbanih područja, lokalnog gospodarskog razvoja. . Povezujući se s proizvođačima, kupci postaju svjesni tih koristi, stječu nova znanja i grade povjerenje, što postaje temelj i njihova gospodarskog međuo-dnosa. Te su prednosti dijelom lokalnih sustava prehrambene proizvodnje “

Karner, S. et al. (2010). *Local food systems in Europe*

(6) Primjerice, Ruralna mreža Sjeverne Irske objavila je priručnik pod nazivom „Osigurajte svoje selo – vodič za održivi život lokalne zajednice“, u kojem su pokriveni svi aspekti samodostatnosti zajednice, npr. obradiva zemljišta, energija, hrana, planiranje smještaja, gospodarske aktivnosti i zajednički rad - dostupno na: http://www.ruralnetworkni.org.uk/download/files/pub_futureproof%281%29.pdf

(7) Karner, S. et al. (2010). *Local food systems in Europe: Case studies from 5 countries and what they imply for policy and practice*, IFZ, Graz. Studija je nastala u sklopu projekta 'FAAN - Facilitating Alternative Agro-Food Networks: Stakeholder Perspectives on Research Needs' financiranog sredstvima Sedmog okvirnog programa – dostupno na: http://www.faanweb.eu/sites/faanweb.eu/files/FAAN_Booklet_PRINT.pdf



© CHRISTOPHE BUFFET



Slučaj iz prakse: Korist za regiju – mreža NEBUS, Flandrija, Belgija

Članovi mreže NEBUS – mnogobrojne lokalne grupe te velik broj proizvođača i trgovaca na malo iz središnje i zapadne Flandrije – razvili su regionalnu distribucijsku mrežu i osmislili promidžbenu kampanju čije koristi uživa cijela regija.

Projekt je počeo pokretanjem internetske trgovine, gdje su zaprimane tjedne narudžbe koje su potom proslijeđivane umreženim proizvođačima.

Prodaja i prihodi lokalnih proizvođača, trgovaca i ostalih uključenih poduzeća su se povećali, popravila se slika regije, osnažio lokalni identitet i razvili odnosi među domaćim stanovništvom. Osim toga, krenulo se u korištenje turističkog potencijala visoravni Tielta, što je lokalnom stanovništvu pomoglo zadržati prihode i

radna mjesta – čime se poboljšala kvaliteta njihovih života, ali i života posjetitelja tog područja.

Svaka ruralna zajednica posjeduje sebi svojstvene kvalitete i prednosti, a njihovo inovativno spajanje pridonosi razvoju ruralnih područja u budućnosti. Prepoznavanje lokalnih proizvoda i usluga za koje postoji tržišna niša znatno je pomoglo uspjehu mreže – te potpomognuto željom ljudi da domaće proizvode kupuju u trgovinama mješovitom robom, pridonijelo održivosti mnogih lokalnih poduzeća.

Ključni izazovi za lokalne sustave proizvodnje hrane i kratke lance opskrbe

Unatoč povećanoj potražnji za domaćim proizvodima i nedvojbenim koristima od kratkih lanaca opskrbe, i dalje postoji nekoliko ključnih izazova razvoju i širenju sektora.



Mnogi mali proizvođači cijeli život proizvode hranu visoke kakvoće koju isporučuju prerađivačima ili veletrgovcima koji ju zatim plasiraju na udaljenom tržištu nepoznatim kupcima. Pristupanje tržištu lokalne proizvodnje hrane zahtjeva poduzetnički duh i razvoj mnogih novih vještina. Poljoprivrednici su sve stariji i često im

je teško pronaći motivaciju za takvu veliku promjenu u poslovanju, posebice ako se uzme u obzir znatna materijalna sredstva i rizici koji prate takve aktivnosti.

Istodobno, mlađi proizvođači hrane možda imaju potreban poduzetnički duh i spremniji su za stjecanje potrebnih vještina, no imaju problem

pri nabavi zemljišta jer njegove cijene u mnogim europskim državama i dalje neproporcionalno rastu. Obično je riječ o poljoprivrednim površinama u blizini velikog broja potrošača, zbog čega su najprikladnije za proizvodnju hrane, ali i najizloženije drugim utjecajima (primjerice urbanizaciji).

Najuspješniji primjeri kratkih lanaca opskrbe jesu oni koji imaju novi oblik upravljanja i mreže koje ih podržavaju. No proizvođači hrane se teško odlučuju na suradnju. Naime, stjecanje povjerenja u druge proizvođače, koje su donedavno smatrali konkurencijom, i izgradnja odnosa s javnim sektorom i organizacijama u zajednici koji je izuzetno važan, zahtijevaju mnogo vremena i truda.

S druge strane, i javni je sektor suočen s brojnim izazovima – ne samo što mora pronaći odgovarajuće načine za poticanje razvoja prehrambenog sektora nego i od provoditelja zakona mora postati onaj čimbenik koji zakone prilagođava stanju na terenu. Proaktivna prilagodba postojećeg zakonodavstva malim proizvođačima i prerađivačima novost je za mnoge državne službenike, i ne može se provesti bez potpore cijelog sektora.

Nadalje, i pred kupcima stoje brojni izazovi. Moderni lanci opskrbe više nisu samo kanali kojima kupci opskrbljuju hranom. Oni danas služe i za prijenos informacija koje kupce potiču na kupnju. Osmišljavanje promidžbenih pristupa koje potrošačima pružaju pouzdane podatke o proizvodima nije nimalo lako. No s druge strane, na tržištu pretrpanom

robnim markama, deklaracijama i ovlaštenim dobavljačima, potrebno je uložiti mnogo truda i vremena za osiguravanje prepoznatljivosti lokalnih proizvoda među konkurentskim artiklima.

Prevladavanje tih prepreka i osnaživanje sektora lokalnih proizvoda ipak je moguće što pokazuju brojni primjeri u 27 zemalja članica EU-a.

Neki projekti predstavljeni u ovoj publikaciji ističu potrebu stjecanja znanja o lokalnoj proizvodnji hrane. Sastavljanje popisa lokalnih proizvoda i proizvođača ili analiza lanaca opskrbe na pojedinom području (s naglaskom na važnost kratkih lanaca u lancima opskrbe općenito) prve su aktivnosti koje treba poduzeti u bilo kojoj lokalnoj strategiji proizvodnje hrane.

Raznolikost sektora podrazumijeva i različite razvojne potrebe – postoje međutim i brojni primjeri njihova uspješnog rješavanja.



Znanje, obrazovanje i vještine

Proizvođači koji razmišljaju o pristupanju sektoru često su obeshrabreni zbog širokog spektra znanja i vještina potrebnih za razvoj i pokretanje kratkih lanaca opskrbe i izravnu prodaju kupcima. Prelazak od proizvođača hrane do prerađivača, distributera, oglašivača i voditelja odnosa s kupcima često je nemoguć bez odgovarajuće potpore i obrazovanja.

Obrazovni programi koji pružaju priliku za stjecanje novih vještina, temeljni su pokretač za razvoj sektora. Takvi programi moraju biti prilagođeni potrebama proizvođača kako bi im pomogli da lakše preuzmu rizik koji je uvijek prisutan pri diverzifikaciji poslovanja.

Pojedinačni programi obrazovanja sami po sebi nisu dovoljni. Da bi mogli uspješno prodavati svoje proizvode, proizvođači trebaju usvojiti puno novih znanja. Na primjer: mnogi proizvođači koji su prodavali svoje proizvode izravno na tržište, prije nisu morali voditi računa o potrošačkim trendovima ili kupovnim navikama. Na nacionalnoj ili regionalnoj razini postoji velik broj raspoloživih informacija o ovoj temi, no one rijetko dopiru do proizvođača.

Međutim valja naglasiti da su znanje, obrazovanje i vještine potrebne svim sudionicima opskrbnog lanca, a ne samo proizvođačima. Distributeri hrane i vlasnici objekata koji posluju s hranom trebaju se bolje upoznati s načinom na koji djeluju mali proizvođači te koja su njihova ograničenja u pogledu količine proizvoda koje mogu isporučiti ili vremena narudžbe.

Nadalje, i kupce treba podučiti u pitanjima domaće hrane kako bi bili informiraniji pri odabiru namirnica, sigurniji pri pripremi hrane te kako bi mogli uživati u kulturnom identitetu prehrambenih proizvoda koje konzumiraju.

Znanje, usavršavanje i vještine potiču proizvođače da stupe u lokalni prehrambeni sektor, ali i produbljuju razumijevanje svih sudionika opskrbnog lanca te tako pripremaju plodno tlo za stvaranje snažnih i održivih mreža.

U području razvoja poslovanja i proizvoda potrebni su znanje, obrazovanje i vještine, kako postojećim tako i novim inicijativama. U cijelom sektoru potrebno je razviti kulturu stjecanja novih znanja.



© TOOMAS KOKKIN

Primjer iz prakse: Obrazovanje proizvođača za razvoj lokalnih prehrambenih proizvoda – Zaklada Põlvamaa Development Centre, Estonija

Kako bi potaknula poljoprivrednike da rade na razvoju dodane vrijednosti svojih proizvoda, Zaklada Põlvamaa Development Centre iz zapadne Estonije organizirala je niz radionica za razmjenu dobre prakse koja je proizvođačima pružila mogućnost stjecanja praktičnog iskustva.

Prvi niz radionica, koje je financirala lokalna akcijska grupa Põlvamaa, započeo je 2007. godine, a obuhvaćao je tečajeve „Stvaranje i razvoj prirodnih proizvoda“, „Aktivno selo“ „Poduzetno selo“ te „Osmišljavanje i razvoj ruralnog turizma“.

Godine 2009. uslijedila je aktivnija faza. U sklopu prekograničnog projekta suradnje organizirano je studijsko putovanje u Latviju s ciljem povezivanja proizvođača i razmjene najboljih praksi. Iste je godine održana osmodnevna radionica pod nazivom „Diverzifikacija i ruralno poduzetništvo“ o planiranju strategija, ekološkim proizvodima, marketingu, određivanju cijena i higijeni hrane.

Aktivnosti su se nastavile i tijekom 2010. i 2011. godine seminarima o „Zajedničkoj promidžbi i prodaji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda“, a radionica o „Prilagodbi HACCP-a⁸ vašem poslovanju“ planirana je za 2012. godinu.

Zaklada Põlvama Development Centre organizirala je i različita studijska putovanja u Austriju te na otoke zapadne Estonije na kojima su se poduzetnici družili i razmjenjivali iskustva o aktivnostima i mrežama malih poduzetnika koje postoje u njihovim područjima.

Radionice su podigle ekonomičnost mikro i malih poduzeća te potaknule komunikaciju među njima. Međutim, pokazalo se da mikro i mali poduzetnici nemaju vremena ni sredstava za individualno obrazovanje. Zbog toga bi takve programe obrazovanja trebale osmišljavati i provoditi regionalne razvojne agencije.

(8) Analiza opasnosti i upravljanje kritičnim kontrolnim točkama (HACCP) najčešće je korišten pristup samokontrole za osiguranje zdravstvene ispravnosti hrane koji se temelji na procjeni potencijalnih opasnosti, a ne na kontroli konačnog proizvoda.



Primjer iz prakse: Potpora i tečaj poslovnog upravljanja – Ecomart, Španjolska

Andaluzija i Castilla-La Mancha regije su južne i središnje Španjolske. Zajedno tvore golemo, rijetko naseljeno ruralno područje. Glavni cilj CAAE-a (Andaluzijskog odbora za ekološku poljoprivredu) jest razvoj i promicanje certificirane ekološke proizvodnje te poticanje konkurentnosti tog sektora. Ostali ciljevi uključuju zaštitu okoliša i ruralni razvoj. Odbor osigurava kvalitetu i promidžbu proizvoda, a ima i službu za certificiranje – podružnicu koja vrši certifikaciju ekoloških proizvoda.

Uvidjevši slabosti sektora ekološke hrane u smislu poduzetništva te razvoja poslovanja i niske razine potrošnje, a s obzirom na to da se većina ekoloških proizvoda izvozila, Odbor je, uz pomoć sredstava španjolskog Ministarstva zaštite okoliša, pomorstva i ruralnog razvoja, odlučio pokrenuti projekt koji bi trebao malim poduzetnicima pomoći nadvladati spomenute poteškoće.

Projekt EcoMart sastojao se od niza aktivnosti koje su okupljale različite dionike – od stručnjaka do proizvođača i poduzetnika. Osnovana je skupina za istraživanje kupovnih navika i razloga zbog kojih se ljudi (ne)odlučuju za kupnju ekoloških proizvoda.

Nakon toga provedena je procjena poslovanja sektora i izvještaj o uspješnim primjerima te je organiziran seminar sa stručnjacima u poljoprivrednoj proizvodnji i promidžbi, trgovcima na malo, udrugama potrošača i javnim agencijama. Cilj seminara bio je potaknuti raspravu i prepoznati prepreke boljem plasmanu ekoloških proizvoda u Španjolskoj te opisati dobru praksu koju bi političari i zakonodavci trebali imati na umu prigodom osmišljavanja programa koji promiču poduzetništvo i inovacije u sektoru.

Još jedna važna aktivnost projekta bila je osmišljavanje raznih oblika pomoći proizvođačima. Prikupljena su iskustva i spoznaje iz prošlih aktivnosti i napravljen vodič te internetski sustav za samoprocjenu uz pomoć kojeg proizvođači mogu vrednovati svoje vještine, poslovne strategije i operativne planove.



© JOSU ABASOLO



© TOOMAS KOKKIN

Primjer iz prakse: Seminar o lancu opskrbe – Pametne škole obrazuju zajednicu, Hiiumaa, Estonija

„Domaća hrana je skupa“ i „Jednostavnije je kupovati hranu u trgovini“, bile su najčešće reakcije školskih kuhara na početku seminara kojem je cilj bio utvrditi razloge zbog kojih se vrlo malo domaćih proizvoda koristi u školama. Odmah se kristalizirala jedna važna činjenica – lokalni proizvođači nisu mogli ići u korak s politikom cijena koju provode korporacije. Trebalo je stoga pronaći pametniji pristup! Ideja je bila da se kroz rad s kuharima potakne škole da poduče i usmjere učenike, koji bi zatim educirali svoje roditelje.

Prema istraživanju provedenom 2011. godine na otoku Hiiumaaji, 30 posto obrazovnih ustanova imalo je ugovore s veleprodajnim trgovinama; 12 posto školske hrane pripremale su i isporučivale kuhinje izvan škola; 22 posto škola kupovalo je proizvode na tržnicama; samo 12 posto njih hranu je nabavljalo izravno s gospodarstava, a tek 3 posto iz privatnog sektora.

Tijekom posljednjih nekoliko godina sve se više promovira domaća, zdrava i ekološki uzgojena hrana te hrana koja ne sadrži pesticide. Međutim, bez odgovarajuće dodatne izobrazbe, teško je promijeniti stavove ljudi.

Godine 2011. tri su lokalne akcijske grupe iz zapadne Estonije – The Hiiumaa Cooperation Network, The West-Estonian Islands Partnership i Kodukant Läänemaa – pokrenule projekt prekogranične suradnje s Finskom pod nazivom „Lokalna hrana na stolu lokalne zajednice“. Jedan od ciljeva projekta bilo je naći načine kako promijeniti stav zajednice i potaknuti je na korištenje domaće hrane. Započelo se s izobrazbom kuhara u školama i vrtićima o tome

što doista znači „zdrava“ i „domaća“ hrana te kako takve proizvode uvrstiti u jelovnike odgojnih ustanova. Seminare su vodili stručnjaci iz različitih područja, a kuhari i ravnatelji škola dobili su priliku s njima razgovarati o prednostima domaće hrane. Teme razgovora sa stručnjacima iz sektora uglavnom su bile higijena hrane, zdravlje djece i različiti načini korištenja lokalnih proizvoda.

Dva najčešće postavljena pitanja bila su: i) kako pronaći lokalne proizvođače hrane; ii) kako skladištiti voće i povrće. Odgovor je bio – suradnjom i stvaranjem mreža plasmana lokalnih proizvoda. Postojeće mreže usmjerene su na opskrbu većih gradova, stoga je bilo neophodno pokrenuti nove. Budući da većina škola nema odgovarajućih prostorija za skladištenje hrane, voditelji školskih kuhinja dogovorili su se da će unajmiti posebne prostore za tu namjenu, a trošak podijeliti. Razvojem takve mreže školskih kuhinja poboljšala se prehrana djece, a lokalni proizvođači dodali su vrijednost svojim proizvodima i sada svoje povrće prodaju lokalnim školama i vrtićima, čime su skratili lanac opskrbe.

Kuhari koji već dugo rade u obrazovnim ustanovama bili su spremni iskoristiti školske praznike za dodatno obrazovanje. U projekt suradnje tako su uspješno uključeni i kuhari, i to na način koji nije smetao obavljanju njihova posla.



Zakonske kontrole



© DMITRIY SHIRONOSOV-123RF

Mikro, mala i srednja poduzeća te proizvodnja na gospodarstvima često igraju ključnu ulogu u radu i razvoju kratkih lanaca opskrbe te mogu ubrzati proces promicanja okolišno održivih potrošačkih shema koje doprinose razvoju lokalnog gospodarstva. Europska unija je s vremenom donijela veći broj zakona vezanih uz javnu nabavu i sigurnost hrane.

Tijekom ponovne procjene europskog zakonskog okvira o higijeni hrane odredbe su prilagođene malim proizvodnim jedinicama dok je maloprodaja isključena iz tog dijela zakonskog okvira. Držalo se da je to pitanje, zbog njegovog lokalnog karaktera, bolje definirati na nacionalnoj razini.

Sigurnost hrane cilj je svih proizvođača, bez obzira na njihovu veličinu, no postizanje tog cilja ovisi o specifičnim vrstama rizika. Mikro, mala i srednja poduzeća te veliki proizvođači hrane suočeni su s različitim rizicima. Jedan od njih su mikroorganizmi štetni za zdravlje ljudi, poput

listerije, salmonele, campylobacteria, različitih tipova E. Coli ili mikrobnih toksina iz bakterija poput Clostridium botulinum. Zbog toga je neophodno poštovati mikrobiološke kriterije. Nadalje, treba što više smanjiti rizik od kemijskih tvari poput pesticida, ostataka farmaceutskih pripravaka, dioksina ili nametnika, ovisno o oblicima proizvodnje, sirovinama koje se koriste ili stupnju onečišćenja okoliša.

Lokalnu proizvodnju i sustave izravne prodaje karakteriziraju kratki lanci opskrbe. U njima se primjenjuju jednostavnije metode rada kako bi se izbjegli ili umanjili rizici povezani s higijenom hrane i

osigurala njena sigurnost – primjerice, kontrola temperature hrane i pH-vrijednost proizvoda, čista i redovita opskrba sirovinama, čišćenje i dezinfekcija poslovnih prostorija, uređaja i alata.

U velikim tvornicama s velikim brojem ljudi uključenih u duge lance opskrbe neophodno je primijeniti analizu opasnosti i upravljanja kritičnim kontrolnim točkama (HACCP). Međutim, mali proizvođači i lokalne trgovine mogu za osiguravanje sigurnosti hrane provesti i jednostavnije pristupe koristeći smjernice za dobru praksu, kako je propisano europskim zakonskim okvirom o higijeni hrane.



Primjer iz prakse: Prilagodba zakonskog okvira za kontrolu hrane u malim i srednjim poduzećima, Austrija

Problemi s kojim su se suočila austrijska mikro, mala i srednja poduzeća u provedbi higijenskih standarda nagnali su nacionalne vlasti na izradu provedbenih smjernica s posebnim naglaskom na specifične potrebe malih proizvođača i prerađivača hrane. Stalno povjerenstvo za higijenu hrane Ministarstva zdravstva (koje čine predstavnici nekoliko ministarstava, strukovnih udruženja, poput Poljoprivredne komore i Zajednice mesara, te potrošača) istražilo je postojeći zakonski okvir i zaključilo da se jednostavniji pristupi, kakve predviđa europski zakon, mogu primijeniti u Austriji, a da se sigurnost hrane ne ugrozi.

Ne temelju tog odobrenja razvijene su nacionalne smjernice za proizvodnju mesa i mesnih prerađevina, male prerađivače mlijeka, preradu voća, proizvodnju jaja i uzgoj ribe. Smjernice slijede europski zakonski okvir o higijeni hrane i načelo smanjenja neophodne dokumentacije i pojednostavljenih načina kontrole proizvodnog procesa. Primjerice, temperaturu je sada

moguće kontrolirati bez uređaja za stalno bilježenje temperature. Način provjere kvalitete proizvoda ovisi o veličini proizvodnje i prirodi proizvoda te stoga manji proizvodni pogoni podliježu jednostavnijim laboratorijskim ispitivanjima. Poljoprivredna je komora, u suradnji s lokalnim vlastima, pokrenula obrazovni projekt obrazovanja voditelja u koji je bilo uključeno tridesetak savjetnika. Pojednostavljene smjernice zatim su putem Interneta predstavljene korisnicima.

Nakon pet godina aktivne provedbe smjernica, u kontrolnom izvješću austrijskog Ministarstva zdravstva iz 2010. godine navedeno je kako su mala i srednja poduzeća ostvarila zadovoljavajuće rezultate prigodom godišnjih inspekcija hrane i veterinarskih kontrola. To je pokazalo da i mali proizvođači, uz potrebne prilagodbe i učinkovitu savjetodavnu službu, mogu provoditi europski zakon o higijeni hrane.

© MARTINA ORTNER





Primjer iz prakse: Lokalni prehrambeni proizvodi i javna nabava, Italija

Javni sektor je važno tržište za proizvođače lokalnih prehrambenih proizvoda u EU-27. Odbor regija navodi da „na javnu nabavu otpada do 16 posto bruto domaćeg proizvoda Europske unije“, a „velike potrebe javnog sektora mogu poslužiti kao poluga za razvoj lokalnih sustava proizvodnje hrane“.⁹

Lokalne su vlasti u nekim područjima Italije pokušale uvođenjem detaljnih specifikacija „zelenih“ proizvoda i kriterija za nabavu proizvoda i usluga u školama, bolnicama, staračkim domovima i drugim javnim ustanovama iskoristiti sustav javne nabave za promicanje okolišno održivih proizvodnih praksi.

Primjerice rimska gradska vlast odredila je da između berbe voća ili povrća i njihove konzumacije u školama ne smije proći više od tri dana. Uvjet je to koji dnevno zadovoljava 144 000 školskih obroka. Lokalne vlasti u Argelatu zahtijevaju da proizvodi budu 100 posto ekološki, a dodana im je vrijednost ukoliko su „izvorno lokalnog podrijetla“, pri čemu je „lokalno“ određeno administrativnim granicama. CELVA (Konzorcij lokalnih vlasti regije Valle D'Aoste) odredio je kriterije za javnu nabavu prema kojima 70 posto poljoprivrednih proizvoda mora biti lokalnog podrijetla. Pri definiranju lokalnog proizvoda uzimani su u obzir mjesto podrijetla, tradicionalne uzgojne prakse i vrste te sljedivost. To je

dovelo do uvođenja tradicionalnih recepata u pripremu hrane u školama. Smjernice za javnu nabavu koje je izdala Uprava za zdravstvo Mantove naglašavaju koristi od kratkih lanaca opskrbe – svježinu hrane i kraći transport – naravno, pod uvjetom da se provodila dobra praksa pri branju, skladištenju i transportu te tako očuvale nutritivne vrijednosti hrane. Svi navedeni primjeri pokazali su se ekonomski povoljnijima u odnosu na uobičajene sustave nabave i pripreme hrane u javnim institucijama.

I dok je „zelene“ dobrobiti od kratkih opskrbenih lanaca nabave hrane za javni sektor u teoriji lako definirati, nešto je teže odrediti objektivne i mjerljive kriterije „lokalnoga“ i „kratkoga“ koji bi se mogli primijeniti na različite poljoprivredne i teritorijalne okolnosti u različitim regijama Europske unije. Stoga je 2011. godine Odbor regija od Europske komisije zatražio definiranje pojmova „lokalnog poljoprivrednog proizvoda“ i „lokalnog sustava proizvodnje hrane“ te izmjene i dopune članka 26 Smjernica 2004/18/EC o usklađivanju postupaka za ugovaranje javne nabave s ciljem uvrštavanja odrednice „lokalni proizvod“ kao selekcijskog kriterija u natječajima za nabavu hrane za škole, staračke domove i druge javne ustanove.

(9) Odbor regija (2011.). *Mišljenje Odbora regija o 'sustavima lokalne proizvodnje hrane'*, Službeni glasnik Europske unije C 104/01 (2.4.2011), dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:104:0001:0006:EN:PDF>



Pristup zemljištu i kapitalu

U posljednjih su nekoliko godina cijene zemljišta u Europi drastično porasle, pa je pristup zemljištu postao ozbiljna prepreka uvođenju novih poljoprivrednih praksi. Međutim, otkup i „posudba“ zemlje koje su lokalnim proizvođačima hrane ponudili javni sektor i neprofitne organizacije potaknuli su nove poduzetnike na pokretanje poslovanja kako bi se zadovoljile potrebe tržišta.

Cijene zemljišta u Francuskoj narasle su od 1997. do 2008. godine 66 posto. Prema nedavnom istraživanju tržišta poljoprivrednog zemljišta, samo u prvom tromjesečju 2011. cijene zemljišta u Velikoj Britaniji porasle su za 14 posto. Pritisak gradskog ili industrijskog razvoja na poljoprivredne površine, posebice u prigradskim područjima, odražava se na cijene poljoprivrednog zemljišta, pa je osobama koje namjeravaju pokrenuti novi kratki lanac opskrbe vrlo teško doći do obradivih površina.

Osim toga, mnoge banke nerado posuđuju sredstva poljoprivrednim poduzećima koja ne posjeduju vlastitu zemlju kojom bi osigurala povrat posuđenog kapitala. S obzirom na to da je sektor kratkih opskrbnih lanaca relativno mlad, projekti moraju od početka biti inovativni, „eksperimentirati“ sa sustavima lokalne prehrambene proizvodnje i prilagoditi ih potrebama lokalnog tržišta. Takve inovativne ideje zajmodavci često

tumače kao visokorizična ulaganja, što poljoprivrednim poduzećima može dodatno otežati dobivanje financijske pomoći.

Međutim, postoji nekoliko društveno odgovornih kreditnih zaklada pokrenutih upravo za ulaganja u projekte vezane uz lokalnu proizvodnju hrane ili društvena poduzeća koja donose korist zajednici. Jedna od takvih organizacija je Crèdal, zajednička zaklada za društveno odgovorno financiranje koja je već 25 godina važan čimbenik socijalnog gospodarstva belgijske regije Walloona. Cilj Crèdala je uštedevinama financirati projekte koji imaju društvenu dodanu vrijednost te poticati, strukturirati, a ponekad i pokretati projekte vezane uz socijalno gospodarstvo.

Prema riječima Crèdalovog savjetnika Jérômea Rassarta, zajednička zaklada svoje usluge sve češće nudi poljoprivrednom sektoru. „Aktivno podupiremo diverzificirane lokalne poljoprivredne djelatnosti

i obiteljska gospodarstva. Poljoprivredna proizvodnja trebala bi postati atraktivna djelatnost s ustaljenim prihodima. To podrazumijeva jamstvo održivosti kratkih lanaca opskrbe. Stoga bi financijske institucije trebale biti otvorene prema poljoprivrednicima i ne bi se smjele ograničavati na poljoprivredno-industrijska poduzeća.“

Prevladavanje izazova povezanih s pronalaskom zemljišta i kapitala neophodnih za razvoj sustava lokalne proizvodnje hrane i kratkih opskrbnih lanaca je moguće, no ono zahtijeva predanost i uključenost lokalnih sudionika, organizacija i dužnosnika. Jedan od prioriteta jest i podizanje svijesti javnosti o tim temama. Za takvo financiranje potrebno je više ulagača, a zemljoposjednike se mora poticati da svoju zemlju prodaju ili daju u zakup onima koji žele pokrenuti lokalnu proizvodnju hrane i kratke opskrbe lance.



Primjer iz prakse: 'Terres de lien', Francuska i Belgija



Organizacija „Terres de lien“ osigurava potporu francuskim i belgijskim seljacima koji žele pokrenuti kratke lance opskrbe. Njen glavni cilj jest pomoći poljoprivrednicima da dođu do zemlje, no promiče i lokalnu proizvodnju te održivo upravljanje zemljištem. „Terres de lien“ sastoji se od tri dijela: fonda za upravljanje zemljištem, zaklade i same organizacije.

Fond za upravljanje zemljištem je posebno osmišljen financijski instrument organizacije – zainteresirani pojedinci kupuju dionice, a prikupljeni kapital ulaže se u kupnju zemljišta. Zemlja ili novac mogu se i donirati zakladi. I fondom i zakladom upravlja organizacija koja je zadužena za podizanje svijesti među lokalnim nositeljima razvoja, seljacima i predstavnicima vlasti o problemima vezanim uz dostupnost zemljišta, provedbu komunikacijskih kampanja i održavanje redovnih javnih sastanaka. Organizacija pronalazi raspoloživa zemljišta, ali i tumači zajednici svrhu projekta, jer je dokazano da se kratki lanci opskrbe bolje i brže razvijaju ako ih podupiru ostali nositelji razvoja u zajednice spremni na promicanje lokalne proizvodnje.

Kad je zemljište kupljeno, „Terres de lien“ stavlja ga na raspolaganje seljacima s kojima potpisuje ugovor o zakupu zemlje u kojem su strogo definirani dopušteni, ekološki prihvatljivi načini upravljanja

zemljištem. Na taj je način već kupljeno oko 1900 hektara obradivih površina diljem Francuske. Prosječna je veličina pojedinog zakupljenog posjeda oko 25 hektara, a većina seljaka proizvodi za kratke opskrbe lance. Iako kupnja zemlje u sklopu ovog programa potiče aktivnost kratkih lanaca opskrbe, potrebno je jače mobilizirati više lokalnih nositelja razvoja te dodatno raditi na razvoju duž cijelog opskrbnog lanca.

Upravo zahvaljujući potpori „Terres de lien“a Janick Peillon je osnovao vlastitu farmu blizu Cardeta u francuskoj regiji Languedoc-Roussillon. Iako se nikada prije nije bavio poljoprivredom, Janick je želio je pokrenuti farmu za uzgoj kokoši. Međutim, nije bilo lako pronaći zemlju ni dobiti potrebna sredstva jer banke nisu bile spremne kreditirati poljoprivrednika bez iskustva. Janick nije zadovoljavao ni uvjete za dobivanje državne potpore jer nije ulazio u kategoriju „mladih poljoprivrednika“. Stoga je odlučio kontaktirati „Terres de Lien“ i zatražiti njihovu pomoć. Organizacija je potom pronašla zemljište i dala mu ga u zakup. Uz pomoć organizacije i potpore lokalne zajednice Janick danas proizvodi jaja i prodaje ih kroz kratki lanac opskrbe. Jaja sa svoje farme prodaje i na zajedničkim prodajnim mjestima te u sklopu poljoprivredne inicijative koju podupire zajednica kojom se opskrbljuju škole.



Upravljanje i suradnja

Sheme namijenjene pokretanju, održavanju i rastu lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe ključne su za njihov uspjeh. Postoje različiti modeli suradnje na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini važni za lokalne sustave proizvodnje hrane i kratke lance opskrbe.

Unatoč tome što se lokalni konteksti uvelike razlikuju, neki se modeli upravljanja i suradnje mogu primijeniti na mnogim područjima. Ti primjeri dobre prakse mogu pomoći novim inicijativama da pronađu najbolji način rada, a dionicima na svim razinama pomažu da se uspješnije uključe u aktivnosti sektora.

Ovdje se ne možemo osvrnuti na sve postojeće modele, ali je RURURBAL – europski projekt prekogranične suradnje (završen krajem 2011.), razvijen u sklopu prekograničnog programa „Suradnja na Euro-Mediteranu“ financiranog u sklopu Europskog fonda za regionalni razvoj – ponudio jedan zanimljiv pristup. U projekt je bilo uključeno šest prigradskih područja četiriju država članica s Mediterana (Španjolske, Italije, Francuske i Grčke), a cilj projekta bilo je osmišljavanje „zajedničke strategije upravljanja“ za održiv i

uravnotežen lokalni razvoj prigradskih područja utemeljen na „uvažavanju, promicanju i korištenju lokalne hrane i ostalih poljoprivrednih proizvoda“.¹⁰

Projekt RURURBAL temeljio se na jednostavnom načelu – odabirom proizvoda koje kupuju, potrošači snažno utječu na razvoj lokalnih područja na kojima žive. To se posebice ističe u prigradskim područjima jer u neposrednoj blizini obradivih površina na kojima se uzgaja hrana živi velik broj gradskih potrošača. To je gradsko stanovništvo (posebice na Mediteranu) kulturno i prehrambenim navikama tradicionalno vezano uz lokalne i sezonske namirnice sa susjednih poljoprivrednih područja. No takav je model „lokalnog tržišta“ danas u velikoj mjeri zamijenjen modelom „globalnog tržišta“ – isti gradski potrošači sada kupuju hranu proizvedenu i prerađenu mnogo dalje, što ima mnoge negativne okolišne,

društvene i gospodarske učinke na razvoj lokalnog gospodarstva.

Cilj projekta RURURBAL bilo je pokretanje raznih inovativnih aktivnosti (koje bi se poslije mogle reproducirati na europskoj razini) za ponovno povezivanje lokalnih potrošača s lokalnim prehrambenim proizvodima, kao i ponovno povezivanje lokalnog stanovništva s upravljanjem područjima na kojima žive. Projekt se sastojao od tri ključna koraka.

Prvi je bio osmišljavanje i predstavljanje povelja o lokalnoj samoupravi u svakom od šest pilot-područja. Tim se dokumentima nije htjelo samo izraziti dobre namjere, već su oni predstavljali stvarne ugovore među sudionicima koji su se posvetili proizvodnji hrane specifične za određeno područje. Te su povelje omogućile isprobavanje raznih inovativnih aktivnosti na lokalnoj razini.

Primjerice, povelja o lokalnoj samoupravi za pilot-područje Soluna temeljila se na prepoznavanju dva važna pitanja za to područje : a) da se svijest o hrani i razumijevanje koncepta zdrave ishrane može postići samo postupnim uvođenjem obrazovanja o prehrani od djetinjstva do adolescencije, i b) da žene imaju važnu ulogu u gospodarskim aktivnostima koje dodaju vrijednost lokalnim proizvodima. Na temelju tog shvaćanja poduzete su brojne specifične probne aktivnosti poput kazališne predstave namijenjene izvođenju u školama, pod nazivom „Formula za život“; uključivanja lokalnih restorana u pretvaranje lokalnih prehrambenih proizvoda u gurmanske delicije ; sudjelovanja na lokalnim festivalima hrane; te nekoliko organiziranih kušanja hrane u središtu Soluna. Sve te probne aktivnosti imale su ohrabrujuće rezultate: dobar odaziv lokalnih dionika koji inače nisu međusobno surađivali; sudjelovanje organizacija javnog i privatnog sektora; te stvaranje novih veza između poljoprivrednika i kupaca u području – ljudi svih dobi i društvenih skupina.

U drugom je koraku šest Povelja o lokalnoj samoupravi poslužilo kao temelj za sastavljanje Zajedničke povelje o prekograničnom upravljanju područjem u kojoj su prikazane vrijednosti i glavne potrebe upravljanja područjem te predstavljanje sustava lokalne proizvodnje hrane i

kratkim opskrbnih lanaca u svih šest prigradskih područja.

I konačno, stvorena je prekogranična mreža za razmjenu Zajedničke povelje te primjera dobre prakse upravljanja područjem za poticanje lanaca prehrambene proizvodnje i kratkih opskrbnih lanaca, ostvarenih kroz projekt. Osim toga, mreža je poslužila za prikupljanje i razmjenu znanja sudionika o područjima iz kojih dolaze.



© PITI TANTTAWEEVONGS-123RF



© VASILIS PAPOUS



Primjer iz prakse: Pilot-aktivnost projekta RURURBAL - Zadruga žena, Solun, Grčka

Na solunskom području postoje dvije ženske zadruge. Iako Zadruga žena u poljoprivredi iz Aigos Antoniosa ima čajanu, kafić i pekarnicu te obavlja uslugu dostave hrane za mnoga događanja, njena je osnovna djelatnost proizvodnja tradicionalne tjestenine. Zadruga nastoji što više namirnica kupovati izravno od lokalnih proizvođača, a ono što ne uspije, kupuje na tržnicama. Ti proizvodi ne sadrže aditive ni konzervanse, a žene su i same osmislile razne vlastite ekološke proizvode. Poljoprivredna zadruga žena iz Kalamota nudi istu vrstu lokalnih proizvoda.

Obje su zadruge doprinijele projektu RURURBAL tako što su poradile na dvije stvari. Kao prvo, bile su u poziciji dodati vrijednost lokalnim proizvodima oživljavanjem „tradicionalnih“ proizvoda bez aditiva i konzervansa te „tradicionalnih“ recepata. Odrednica „tradicionalno“ vrlo je važna u Grčkoj i za domaće kupce predstavlja jamstvo kvalitete. Drugo, budući da su članice zadruge obično dio obitelji poljoprivrednika, stvorile su vezu između potrošača i kupaca. Položaj ženskih zadruga omogućuje im osnaživanje gospodarske i društvene važnosti žena zaposlenih na poljoprivrednim domaćinstvima.

KUPCI I LOKALNA HRANA



Uloga kupaca



Hrana danas zauzima središnje mjesto u velikoj tržišnoj areni i o njoj raspravljaju brojni dionici ruralnog razvoja. U proteklih nekoliko godina znatno je poraslo zanimanje za lokalne prehrambene proizvode i mikropoduzeća, koji se smatraju izvrsnom poslovnom prilikom.

Današnji kupci sve više razmišljaju o tome što jedu i kakve proizvode žele na svojim stolovima, što je potaknulo rast sektora lokalne hrane u državama članicama. Zbog različitih zdravstvenih i okolišnih problema tijekom proteklih nekoliko desetljeća sve više kupaca želi znati odakle dolazi hrana koju konzumiraju. Uz to, istraživanja tržišta pokazala su da se čak 25 posto ukupnog stanovništva pridržava životnog stila koji je usmjeren na vlastito zdravlje i održivost okoliša¹¹ i zbog toga traži zdravije proizvode dobivene održivim načinom proizvodnje.

Kupce zanima podrijetlo hrane i željeli bi znati više o autentičnosti, kulturnom naslijeđu, načinima proizvodnje i kontrole sigurnosti proizvoda koje kupuju. Jedna od prednosti kratkih opskrbenih lanaca jest to što kupci mogu izravno komunicirati s proizvođačima. Istodobno, mogu im dati povratnu informaciju i predložiti nove ideje, što proizvođačima pomaže u razvoju proizvoda.

Istražujući što sve utječe na prehrambenu industriju u Velikoj Britaniji, u nedavnom Mintelovom izvješću¹² stoji kako prigradom odabira prehrambenih proizvoda ljudi najviše vode računa o podrijetlu, dobrobiti životinja, izvornosti, čistoći i pravednoj trgovini – što je i dokazano sve većom potražnjom za lokalno i regionalno proizvedenom hranom u posljednjih

nekoliko godina. Percepcija domaće hrane među ispitanicima bila je izrazito visoka – 41 posto njih povezano je podrijetlo hrane sa specifičnim okusom, a njih 39 posto s vrhunskom kakvoćom.

Takve konkretne pozitivne asocijacije nisu međutim dostatan poticaj za kupnju domaće hrane. Gospodarska kriza dodatno je opteretila prodaju lokalnih proizvoda – prihodi kupaca su se smanjili, a cijene hrane porasle. Budući da su kupci srezali troškove za hranu, počeli su više voditi računa o deklaracijama na proizvodima kako bi odlučili odgovoriti na njegova vrijednost uloženom novcu u smislu raznih okolišnih i socijalnih pitanja, te održivih načina proizvodnje. To su ključna pitanja koje kod mnogih kupaca utječu na odluku o kupnji i na koje valja obratiti pozornost u smislu analize koristi i troškova. Bez obzira na općeprihvaćene koristi od kupnje lokalnih prehrambenih proizvoda, nekoliko je čimbenika koji sprečavaju potrošače da kupuju lokalno. Oni prvenstveno ovise o „činiteljima koristi“, a to su cijena, dostupnost, praktičnost i svjesnost. Uz to, još postoji i zbrka među kupcima o tome što zapravo znači kad je neka hrana lokalno proizvedena.

Kako bi se potrošače uvjerilo da kupe lokalno proizvedenu hranu potrebno ih je uputiti u izvornost proizvoda i naglasiti njegove šire društvene i okolišne koristi. Podizanje razine svijesti o podrijetlu

hrane i važnosti prehrambene proizvodnje, u kombinaciji s društvenim aspektima – poput zajedničkog pripremanja hrane, doživljaja objeda kao druženja s prijateljima i obitelji, demonstriranja uzgojnih praksi ili pomoći pri uzgoju vlastitog povrća – stavlja hranu u središte lokalne kulture i na taj način dodatno pojačava zanimanje potrošača za lokalne proizvode i njihovu kupnju.

Istraživanje¹³ je pokazalo kako u razvijenim državama nema poveznice između sastava stanovništva i kupnje domaće hrane. Korisnici lokalno proizvedene hrane su zapravo posebne skupine ljudi, odnosno zajednice, čiji članovi imaju slične vrijednosti, načine života ili slike o sebi samima. Ljudi koji kupuju domaću hranu dolaze iz različitih sredina, a njihove kupovne navike pokreće niz različitih uočenih prednosti i asocijacija koje vežu uz pojam „lokalno“.

Potrošačima koji kupuju lokalne prehrambene proizvode potrebno je osigurati informaciju o dodanoj vrijednosti proizvoda – njegovom podrijetlu, identitetu i kulturnom integritetu.

(11) *Stilom života usmjerenim na zdravlje i održivost okoliša, engleski „Lifestyles of Health and Sustainability“ (LOHAS) kojim se definira obrazovana populacija potrošača čija je kupovna moć orijentirana na proizvode i usluge povezane s održivim načinom života i „zelenim“ ekološkom inicijativama.*

(12) *Mintel (2012). Provenance in Food and Drink (Važnost podrijetla kod hrane i pića). Mintel Market Intelligence, London.*

(13) *Ward, A. (1997). Consumption, Food and Taste: culinary antinomies and commodity culture (Potrošnja, hrana i okus: kulinarski paradoksi i kultura ugodnosti). Sage, London.*



Primjer iz prakse: Stvaranje puta od lokalne hrane do kupca, Finska

Kao i u mnogim državama članicama finski sektor maloprodaje prehrambenih proizvoda vrlo je koncentriran, tako da dva najveća trgovca pokrivaju 80 posto tržišta. Potrošače, s druge strane, sve više zanimaju kratki lanci opskrbe i lokalni proizvodi prepoznatljivog podrijetla, stoga glavni maloprodajni trgovci moraju pronaći način da odgovore na takve potrebe tržišta. Istodobno, lokalni proizvođači hrane pokušavaju doprijeti do većeg broja potrošača.

Godine 2009. *Loimaa Sub Region Development Centre* (Centar za razvoj regije Loimaa Sub, op.ur.) je, u suradnji sa 2000 primarnih proizvođača i 60 prerađivača hrane, počeo razmišljati o konkretnim mjerama koje bi na lokalnoj razini mogle doprinijeti korištenju lokalnih proizvoda u javnim institucijama te o njihovoj ponudi u trgovinama.

Za početak su organizirani posjeti proizvođačima da bi se razgovaralo o projektu, pregledani su njihovi poslovni prostori, razgovaralo se o distribuciji proizvoda te mjestima na kojima su potrošači do tada mogli kupiti njihovu robu. Na taj su način prikupljene informacije o dovoljnom broju proizvoda koji su se mogli ponuditi maloprodajnom tržištu. Potom su organizirani sastanci na kojima se raspravljalo o suradnji, daljnjim aktivnostima i tekućim pitanjima vezanima uz projekt.

Prema iskustvima stečenim na drugim projektima povezanim s lokalnom prehrambenim proizvodima bilo je jasno da će biti teško steći odgovarajuću financijsku korist budu li trgovine nabavljale proizvode lokalnih proizvođača na uobičajeni način i budu li ih same distribuirale. Zaključeno je da bi najbolji način formalne suradnje s trgovinama bio da jedan od proizvođača iz

mreže preuzme ulogu „središnjeg dobavljača“ preko kojega će ostali zajednički nuditi svoje proizvode. Trgovine sklapaju ugovor sa „središnjim dobavljačem“ koji onda sklapa ugovore s ostalim proizvođačima iz mreže. Prema tom modelu, proizvođači bi dostavljali proizvode u zajedničko skladište, a središnji dobavljač njima opskrbljivao trgovine, vodio računa o zalihama, dopunjavao ih ili uklanjao proizvode kojima je istekao rok trajanja. Trgovine zatim plaćaju središnjem dobavljaču, a on prihod dalje dijeli ostalim proizvođačima.

Danas taj sustav glatko funkcionira. Sada bi se trebalo usmjeriti na njegov razvoj – proizvodi moraju biti dopremljeni u trgovine prema dogovorenom rasporedu, u projekt bi trebalo uključiti više trgovina, proširiti ponudu i unaprijediti komunikaciju između proizvođača i središnjeg dobavljača.

To će iziskivati više rada i povećati troškove proizvođača koji je preuzeo ulogu središnjeg dobavljača. Te činjenice treba uzeti u obzir pri određivanju cijena. S druge strane, veća ponuda proizvoda smanjit će pojedinačne troškove proizvođača. Veći broj trgovina znači veću potražnju za proizvodima, što komplicira upravljanje skladištem i zalihama jer se proizvode treba skladištiti u skladu s potražnjom, slijedeći načelo „točno na vrijeme“. Trenutačno središnji dobavljač i ostali proizvođači o stanju na skladištu i drugim temama komuniciraju putem društvene mreže Facebook, no ima još mjesta za napredak u praćenju prodaje i komunikaciji. Jedna od ideja jest razviti i uvesti sustav narudžbi putem kojega bi trgovine mogle izravno naručivati potrebne proizvode.



Primjer iz prakse: Suradnja proizvođača i kupaca— ‘Le goût d’ici’, Bretanja, Francuska

Pays de Maure prilično je izolirano ruralno područje na sjeverozapadu Francuske čije se stanovništvo uglavnom bavi poljoprivredom. No sve donedavno stanovnici nisu mogli doći do proizvoda lokalnih poljoprivrednika jer nisu postojali kratki lanci opskrbe. Uz to, znatno se smanjio broj trgovina na tom području unatoč njihovoj važnosti kako u gospodarskom, tako i u društvenom smislu.

Prije četiri godine skupina lokalnih proizvođača, vlasnika malih trgovina i kupaca odlučila je zajednički organizirati proizvodnju i plasman proizvoda na lokalnoj razini te su 2009. pokrenuli udrugu „Le goût d’ici“ radi jačanja veza između lokalnih proizvođača, lokalnih kupaca i lokalnih trgovina.

Sazvan je javni sastanak s ciljem predstavljanja projekta i organiziranja okupljanja grupe proizvođača. Udruga je zatim radila na izradi povelje koja uključuje ciljeve projekta i kriterije koje proizvodi u ponudi moraju zadovoljavati. Uz pomoć jednog studenta, dovršen je popis svih proizvoda regije.

Prvi korak udruge bilo je organiziranje sustava prodaje prema modelu „naručenih košarica“ – kupci bi internetom ili telefonom naručili željene proizvode i po njih došli izravno na farmu. Prodaja po tom sistemu počela je u lipnju 2010. godine. Proizvođači su na dan zaprimali 10 do 12 narudžbi, a njihov se broj svakim danom povećavao.

Sustav „naručenih košarica“ potaknuo je stvaranje izravnih veza između proizvođača i kupaca. Međutim, pojavili su se i određeni problemi, i to zbog: a) velike količine potrebnih informacija o

proizvodima koje zahtijeva trgovina putem interneta da bi se privuklo kupce i tako povećala prodaja; te b) učestalosti narudžbi, jer kupci naručuju svoje košarice za samo tjedan dana unaprijed, pa proizvođači ne mogu sa sigurnošću utvrditi konačne potrebne količine.

Zaključeno je da se moraju naći novi načini plasmana ponuđenih proizvoda, tako da mreža sada radi na stvaranju novih mreža kako bi se iste lokalne proizvode u budućnosti moglo kupiti i u lokalnim trgovinama.



© TIM HUDSON



Lokalni i regionalni znakovi kvalitete

Mnogi kupci danas traže prehrambene proizvode proizvedene i prodane kroz lokalne sustave i kratke lance opskrbe. No na sve konkurentnijem tržištu, domaćim je proizvodima sve teže boriti se protiv konkurencije.

Najuspješniji znakovi kvalitete lokalnih prehrambenih proizvoda nastali su unutar prepoznatljivih zemljopisnih granica, koje kupci shvaćaju i s kojima se mogu povezati.

Potražnja za lokalnim prehrambenim proizvodima sve više raste i u mnogim državama članicama domaća se hrana sve češće može, osim na uobičajenim prodajnim mjestima poput tržnica, kupiti i na mjestima koja su kupcima možda i pristupačnija. Tako lokalne proizvode danas možete pronaći na policama mnogih trgovina. Pod uvjetom da su zadovoljena načela blizine mjesta proizvodnje i/ili smanjenog broja posrednika u opskrbnom lancu, ova se činjenica može smatrati velikim uspjehom u razvoju lokalnog prehrambenog sektora. Međutim, postoje i određeni rizici. Prvo, nedostatak izravnog kontakta između proizvođača i kupca povećava važnost pružanja jasnih informacija o podrijetlu i kulturnom identitetu autentičnih lokalnih proizvoda. Drugo, pojmovi „lokalno“ i „ruralno“ koriste se u promidžbi sve većeg broja proizvoda široke potrošnje,

čime se gubi njihovo pravo značenje i ujedno zbunjuje kupce.

Zbog toga je vrlo važno da lokalni proizvođači hrane i kratki opskrbeni lanci porade na ponovnom označavanju kvalitete lokalnih i regionalnih proizvoda. Došlo se do zaključka da na uspješan razvoj kratkog lanca opskrbe danas manje utječe broj posrednika u prodaji ili udaljenost od mjesta proizvodnje, a puno više količina informacija koje dolaze uz sam proizvod i na njegovoj ambalaži, odnosno u izravnoj komunikaciji na mjestu prodaje.¹⁴

Odbor regija¹⁵ otišao je i korak dalje te je Europskoj komisiji predložio usvajanje odrednica „lokalnog prehrambenog proizvoda“ i „lokalnog sustava prehrambene proizvodnje“ te predstavljanje novog logotipa u sklopu Paketa mjera

za osiguranje kvalitete poljoprivrednih proizvoda Europske unije iz 2010.¹⁶

Naravno, različite proizvode potrebno je različito označiti. Lokalni znakovi kvalitete obično su namijenjeni podregionalnim razinama i manjem lokalnom tržištu. Prodavati proizvod kupcima koji su već upoznati s kulturnim i okolišnim identitetom područja prilično je jednostavno. Mnogi lokalni prehrambeni proizvodi također su dio i turističke ponude nekog područja sa razvojnom strategijom temeljenom na osobitosti područja, stoga nije potrebno previše dodatnih informacija da bi ih se predstavilo posjetiteljima. Pokazalo se da su pozitivna iskustva stečena tijekom duljeg ili kraćeg boravka u nekoj regiji iznimno važna za stvaranje odanosti lokalnim oznakama kvalitete.

(14) Marsden, T. et al. (2000). *Food Supply Chain Approaches: Exploring their role in rural development (Prilazi stvaranju lanaca opskrbe hranom, op. ur.)*, Sociologia Ruralis 40 (4), 424-438

(15) Odbor regija (2011.). *Mišljenje Odbora regija o 'sustavima lokalne proizvodnje hrane'*, Službeni glasnik Europske unije C 104/01 (2.4.2011), dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:104:0001:0006:EN:PDF>

(16) Više informacija dostupno na: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/quality-package-2010/index_en.htm

Regionalno označavanje obično se koristi za ulazak na tržište drugih područja i pruža općenitije podatke koji se lokalnim kupcima mogu činiti nedovoljnima, budući da njih zanima podrijetlo proizvoda na najnižoj lokalnoj razini. Odnos između jednog ili nekoliko lokalnih i regionalnog znaka često je vrlo složen, no ako mu se strateški pristupi, može pomoći lokalnom proizvođaču u postizanju većeg tržišnog udjela.

U zemljopisno jasno određenim područjima stvoreni su mnogi uspješni i

prepoznatljivi znakovi kvalitete. Pritom zemljopisno područje može biti pojedini grad ili može biti neka druga administrativna cjelina. Mnogi su regionalni znakovi kvalitete povezani s krajolikom ili specifičnim karakteristikama okoliša toga kraja poput zaštićenih područja, nacionalnih parkova, područja izvanredne ljepote ili zaštićenih parkova prirode.

Lokalne zajednice koje dijele iste vrijednosti i vjerovanja i imaju prepoznatljiv kulturni identitet također mogu doprinijeti

razvoju i širenju nekog lokalnog znaka kvalitete predstavljajući njegova identiteta kao dijela šireg sklopa kulturnih vrijednosti. Također, neka slavna osoba koja živi na području iz kojeg proizvod dolazi može doprinijeti razvoju prepoznatljivog proizvoda, jer se kupci više „vežu“ za osobe koje stoje iza pojedinih znakova kvalitete nego za same proizvode.



© EUROPEAN UNION



Primjer iz prakse: Stvaranje znaka kvalitete za hranu proizvedenu na području Natura 2000, Španjolska

Zaštićeno područje često se smatra hendikepom i preprekom za bavljenje poljoprivredom i poljoprivrednom proizvodnjom. Zahvaljujući projektu namijenjenom stvaranju prepoznatljivog znaka kvalitete „NaturAgro“, koji provodi Zajednica malih poljoprivrednih proizvođača (UPA), u šest je španjolskih područja NATURA 2000 ta barijera pretvorena u poslovnu priliku.

Zajednica je osnovana 1986. i surađuje s malim poljoprivrednicima iz čitave Španjolske. Ima po jedno sjedište u svakoj španjolskoj regiji te ured u Bruxellesu iz kojeg radi na lobiranju i širenju aktivnosti.

Godine 2009. Zajednica je, u suradnji s organizacijama za zaštitu okoliša, posebice sa SEO/BirdLife Spain, pokrenula trogodišnji projekt namijenjen pokretanju novog sustava obilježavanja i certifikacije proizvoda koji dolaze iz područja NATURA 2000 i drugih zaštićenih područja. Projektom je predviđen i način plasmana proizvoda iz zaštićenih područja kojima bi se dodala vrijednost i smanjio broj posrednika uključenih u njihovu prodaju. Projektne aktivnosti bile su posebice usmjerene na mala obiteljska

gospodarstva koja upravljaju zemljištem tih iznimno vrijednih poljoprivrednih staništa.

Svi partneri projekta željeli su pronaći način kako očuvati veliku vrijednost prirodnih područja, a istodobno potaknuti profitabilnost poljoprivrede i poljoprivrednih zajednica, te zaštititi i označiti kvalitetu i izvornost njihovih proizvoda. Da bi se stvorio novi znak kvalitete izradili su se i usvojili specifikacija proizvoda, pravilnik o zaštiti kvalitete i zaštitni znak. Osim toga, bilo je potrebno osmisliti postupak potvrđivanja novih članova i svu potrebnu dokumentaciju.

Trenutačno je na internetskoj stranici www.webnaturagro.org dostupno više od 70 proizvoda 28 proizvođača, od kojih je 80 posto označeno znakom „NaturAgro“. Projekt će tijekom 2012. nastaviti s promicanjem znaka kvalitete i povećati broj uključenih proizvođača, istražiti mogućnost diverzifikacije aktivnosti te izraditi priručnik za prenošenje dobre prakse čiji su primjeri sakupljeni širom Španjolske.



© GIULIO CARDINI



Primjer iz prakse: oznaka kvalitete ekološke govedine uzgojene u regiji – Južni Tiro, Italija

Suočena s propašću tržišta mlijeka u Val di Nonu, poljoprivredna zadruga talijanske pokrajine Bolzana aktivirala se i stvorila znak kvalitete „Laugenrind“, liniju ekoloških mesnih prerađevina – kobasica, gulaša i bolonjeze umaka.

Godine 2003. osam je poljoprivrednika razvilo program u cilju održavanja uzgoja tradicionalnih alpskih sivih goveda. Nakon propasti tržišta mlijeka zadruga je odlučila dodatno raditi na programu očuvanja kvalitete ostalih dijelova proizvodnog lanca, posebice prerade mesa, te početi proizvoditi ekološke proizvode. U toj ih je nakani podržala lokalna akcijska grupa Alta Val di Non.

U svjetlu prilagodbe promjenjivim okolnostima na tržištu mlijeka, cilj projekta bio je poljoprivrednicima, ali i čitavoj zajednici, osigurati nov, održiv izvor prihoda proizvodnjom domaćih ekoloških mesnih proizvoda visoke kvalitete. Projekt je poticao prelazak na ekološku proizvodnju, postavio stroga pravila za uzgoj i klanje životinja, te promovao stvaranje novog lokalnog znaka kvalitete „Laugenrind“.

Od početnih osam proizvođača 2003. godine, danas je u projekt uključeno njih 30, a zadruga i dalje razvija znak kvalitete mesa „Laugenrind“ te oznaku ekološke proizvodnje mesa i mlijeka i njihovih prerađevina. Poljoprivrednici su povećali prodaju i podigli cijene za 30 posto. Projekt je pridonio i očuvanju tradicionalnih pasmina te dobiti životinja.

Potpore lokalne akcijske grupe Alta Val di Non i njezino uključivanje u stvaranje znaka kvalitete potaknuli su osjećaj vlasništva te osnažili suradnju među samim poljoprivrednicima, ali i suradnju poljoprivrednika s ostalim lokalnim dionicima. Pokretanje lokalnog opskrbnog lanca pozitivno se odrazilo na prihode poljoprivrednika. Preuzimanje kontrole nad tim korisnim procesima dodavanja vrijednosti stimuliralo je i gospodarsku aktivnost u čitavoj lokalnoj zajednici.



Primjer iz prakse: Oznaka kvalitete za lokalne prehrambene proizvode jedne države – Trgovine Campagna Amica, Italija

Mnogi talijanski poljoprivrednici smatraju da iz „proizvođača poljoprivrednih sirovina“ prerastaju u „dobavljače hrane“, te da poljoprivrednom proizvodnjom imaju obavezu prenositi vrijednosti i tradiciju područja na kojem žive i rade. Tu ideju promiče Coldiretti, Talijanski nacionalni savez poljoprivrednika, kroz projekt „poljoprivredno-prehrambenog lanca na razini cijele Italije koji nosi pečat talijanskih poljoprivrednika“.

Polazna točka njihovog projekta bila je posebnost Italije. Italija je jedna od najpoznatijih europskih turističkih destinacija s bogatom gastro-enološkom ponudom, a oznaka „Proizvedeno u Italiji“ ima veliku vrijednost i prednost u tržišnom natjecanju. S najvećim brojem zaštićenih oznaka izvornosti (OI) te oznaka zemljopisnog podrijetla (OZP) među EU-27, Italija je prema broju proizvoda visoke kakvoće vodeća. Tome se mogu pridodati i dvije oznake tradicionalnog ugleda (OTU) – za pizzu Napoletanu i sir Mozzarellu – te 4 606 tradicionalnih receptata registriranih na regionalnoj razini.

Uspjeh oznake „Proizvedeno u Italiji“ leži u kvaliteti, autentičnosti i upotrebljivosti proizvoda, karakteristikama važnim za tržišnu borbu protiv krivotvorenih prehrambenih proizvoda i činjenice da sve manji udjel ukupne potrošnje za hranu završava u džepovima proizvođača – od svakog eura koji potroše talijanski kupci, samo 17 centa odlazi poljoprivredniku, 23 poljoprivredno-prehrambeno industriji, a 60 trgovcima.

Coldiretti je odlučio razviti vlastite mjere potpore izravnoj prodaji i poljoprivrednim tržnicama utemeljene na želji proizvođača da preuzmu važniju ulogu u prehrambenom lancu i zanimanju

kupaca za domaću hranu. Istraživanje koje su proveli pokazalo je da svaki treći Talijan redovito kupuje proizvode s oznakama izvornosti, njih 14 posto kupuje ekološke proizvode, a 15 posto kupuje izravno od proizvođača. Unatoč gospodarskoj krizi, kupci i dalje žele zdrave proizvode, namirnice proizvedene uz poštivanje kriterija očuvanja okoliša, te one čija vrijednost leži u njihovom zemljopisnom podrijetlu. Izravna prodaja u Italiji danas je dosegla godišnju vrijednost od 3 milijarde dolara.

Kako bi što bolje odgovorio na zahtjeve kupaca, Coldirettijev projekt uveo je i jednu inovaciju – otvaranje dućana „Campagna Amica“ s bogatom ponudom poljoprivrednih proizvoda s farmi i zadruga iz različitih regija. Tako se primjerice sicilijanske naranče prodaju u trgovini Campagna Amica u samom središtu Milana. U tom slučaju proizvođač nije osobno prisutan pri prodaji, kao na tržnici, no trgovina i prihod ostvaruju se po načelu izravne prodaje. Za prikupljanje i isporuku proizvoda u trgovine Campagna Amica, osnovano je Poljoprivredno društvo Italije.

Od Pijemonta, Lombardije, Marke i Toskane do Kalabrije i Apulije formira se nov prehrambeni lanac. On uključuje veleprodajne trgovine, supermarkete, trgovine mješovitom robom, minimarkete, izravnu prodaju u vinarijama i na poljoprivrednim gospodarstvima te gotovo tisuću poljoprivrednih tržnica i trgovina Campagna Amica diljem države. Razmišlja se o otvaranju trgovina Campagna Amica i izvan granica Italije.

© GIULIO CARDINI



Strateška potpora sektoru lokalnih prehrambenih proizvoda

U ovom broju *Revije ruralnog razvoja Europske unije* jasno su istaknute različite prednosti lokalne proizvodnje hrane. Ove koristi zaokupile su zanimanje različitih dionika čije vještine, znanja i resursi mogu koristiti za razvoj i upravljanje strateškim pristupom kratkim lancima opskbe na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

Brojni primjeri iz prakse predstavljani na prethodnim stranicama pokazuju koliko je važno graditi partnerstvo među ključnim dionicima, te koliko je važan integriran, cjeloviti pristup za razvoj sektora te resursi potrebni za provedbu aktivnosti. Ti su osnovni dijelovi neophodni su za razvoj sektora.

Takav strateški pristup najbolje koristi raspoložive resurse sektora u cilju organizacije i jačanja niza poslovnih aktivnosti i aktivnosti u zajednici koje, kad se provedu, zajedno doprinose dugoročnom održivom razvoju ruralnih područja. U okviru izrade strategije dionici definiraju potrebe i mogućnosti sektora, dogovaraju koje akcije valja poduzeti, raspoređuju sredstva za te aktivnosti te prate njihov napredak.

Sudionike sektora nije obeshrabrio nedostatak zajedničkog pristupa, no u različitim državama članicama sektor se razvijao različitom brzinom. U razvoju kratkih opskrbnih lanaca postoji tek nekoliko primjera

primjene strateškog pristupa na nacionalnoj i regionalnoj razini. Ondje gdje mu se strateški pristupilo, sektor je doživio pozitivan rast. Pozitivno političko i zakonodavno okruženje potaknulo je proizvođače da pristupe sektoru, što su bili dobri primjeri koji su potakli i ostale na uključivanje.

Tko su ključni dionici?

Razvoj lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe zahtijeva dugoročni pristup i partnerstva među brojnim organizacijama privatnog, javnog i civilnog sektora. Poticaj za pokretanje takvih partnerstava ponekad može biti razvoj pojedinih projekta. No češće je za izgradnju dugoročnih odnosa lokalnih dionika, koji čine temelj uspješnog sektora, potreban cjeloviti pristup koji vodi računa o svim potrebama lokalnog prehrambenog sektora određenog područja.

Organizacije, sudionici i mreže koje je potrebno uključiti u takva partnerstva



razlikuju se u ovisnosti o području koje pokriva strategija. Dionici koji najviše mogu utjecati na razvoj sektora prikazani su na slici 1.

Ovisno o konkretnoj situaciji, neka područja možda neće morati, ili trebati, uključiti sve spomenute dionike. Za početak se mogu usmjeriti na manje grupe organizacija koje će kasnije privući druge grupe, kada i ako za to dođe vrijeme. Stoga treba imati na umu da je u proces planiranja važno uključiti ključne dionike koji je važan barem onoliko koliko i planski dokumenti. Stoga je važno voditi računa da u

Tablica 1: Dijelovi lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe u Europi (izvor: Balázs, Bálint: Razvoj lokalnih prehrambenih mreža u Mađarskoj. Predstavljeno na „Poljoprivreda u društvu koje se urbanizira“, međunarodnoj konferenciji o višenamjenskoj poljoprivredi i urbano-ruralnim odnosima, Nizozemska, 1.-4. travnja 2012.)



proces planiranja bude uključeno široko i djelotvorno partnerstvo ključnih dionika.

Uloga svakog dionika bit će različita i ovisit će o njihovoj prirodi, mrežama kojih su dio te mogućem utjecaju na izazove koje se partnerstvom želi nadići. U mnogim će slučajevima ključni dionik biti javni sektor.

Nacionalna, regionalna i lokalna vlast pokretač je razvoja seoskih i gradskih zajednica, stoga se ne smije podcijeniti njezina važnost u pružanju potpore i provedbi politika. Ona može općenito pomoći stvaranju poticajne klime za rast sektora ili pak imati aktivniju ulogu, primjerice razviti neku konkretniju inicijativu ili upravljati njome.

Javni sektor često služi kao glavni izvor informacija malim proizvođačima koji se žele uključiti u razvoj lokalnih sustava prehrambene proizvodnje ili kratkih lanaca opskrbe. Osigurati da prava informacija prođe kroz odgovarajuće mehanizme u pristupačnom

obliku od presudne je važnosti za upoznavanje s raspoloživim mogućnostima i poticanje poduzetničke klime, posebice u ruralnim područjima, gdje su tvrtke izolirane, te zbog toga rjeđe uključene u neformalne mreže za razmjenu informacija.

O važnosti prilagodbe zakonodavnog okvira (primjerice pravila o higijeni hrane) manjim tvrtkama za proizvodnju hrane, već je bilo govora u ovom broju Revije ruralnog razvoja. Njihovom prilagodbom nacionalne institucije mogu značajno doprinijeti razvoju manjih poduzetničkih inicijativa. Primjeri dobre prakse već postoje u nekoliko država članica, i oni pokazuju kako na nacionalnoj razini uspješno provesti prilagodbe zakonodavstva. Postoje također brojni primjeri inicijativa lokalnih vlasti koje su iskoristile svoju poziciju da bi zainteresiranima osigurale zemljište, potaknule razvoj mreža i stvorile uvjete za upotrebu lokalnih proizvoda u nabavi hrane za javni sektor.

Primjeri strategija povezanih s lokalnim prehrambenim proizvodima

Od 2007. škotska vlada u Ujedinjenom Kraljevstvu ističe da se mnogi društveni, gospodarski i okolišni izazovi s kojima se država suočava mogu potpuno prevladati samo prehrambenim lancima nabave – od-seoskog domaćinstva-do-vilice i od-politike-do-prakse – pristupom koji zahtijeva aktivan angažman vlasti na nacionalnih i lokalnoj razini, što podrazumijeva i pridavanje više pozornosti lokalnim sustavima proizvodnje hrane i kratkim lancima opskrbe.

Godine 2009. škotska je vlada predstavila Škotsku nacionalnu politiku o hrani i piću – rezultat dvogodišnjih rasprava koje su vođene diljem države. U njoj se navodi kako partneri, uz potporu javnog sektora,

Javni sektor je često najbolji predvodnik partnerstva povezanih s lokalnim prehrambenim proizvodima jer već surađuje s proizvođačima sa svojih područja – prvi korak jest stvaranje snažnih veza.



© SCOTTISH GOVERNMENT



© MARA KLEIN



Primjer iz prakse: Lokalna vlast pokreće partnerstvo povezano s lokalnim prehrambenim proizvodima – Languedoc-Roussillon, Francuska

Pokrajina Pays de Lunel smještena je na pola puta između dvaju najvećih gradova južne Francuske. Na njenom području ima 13 gradova, a posljednjih nekoliko godina doživjela je snažan demografski rast. No, da bi se zadovoljile potrebe povećanog broja stanovnika od 1990. do 2000. godine urbanizirano je 344 hektara poljoprivrednog zemljišta. Stoga su lokalne vlasti odlučile da je došlo vrijeme za: a) promociju lokalne poljoprivrede koja još uvijek zauzima 55 posto iskoristivog zemljišta u toj pokrajini; i b) bolje korištenje kratkih opskrbnih lanaca radi potpore održivosti lokalnih poljoprivrednih praksi. Uz pomoć Centra za promociju poljoprivrede u ruralnim područjima (CIVAM) lokalne vlasti počele su provoditi niz akcija sa specifičnim ciljem očuvanja postojećih i stvaranja novih poljoprivrednih aktivnosti na svom području te promicati kvalitetu proizvoda.

Da bi povezale lokalne proizvođače i kupce, lokalne su vlasti provele istraživanje među svim registriranim proizvođačima i otkrile da njih 30 posto ima problema s plasmanom svojih proizvoda, a 62 posto misli da kratki opskrbni lanci imaju snažan razvojni potencijal. Istodobno, anketa je odaslana i svim stanovnicima tog područja, a rezultati su pokazali da su lokalni kupci zainteresirani za lokalne proizvođače i njihove proizvode te da bi voljeli da su im takvi proizvodi dostupniji.

Tijekom 2008. objavljen je letak o politici promicanja lokalnih prehrambenih proizvoda da bi se lokalne vlasti upozorilo na razvojni potencijal domaće hrane, a potom je izdan proglas kojim se pozivalo nove proizvođače u regiji. Pozivu se odazvalo 30 poljoprivrednika.

Da bi se poljoprivrednicima osiguralo neophodno zemljište, 2009. pokrenut je sustav „praćenja zemljišta“. Međutim, raspoložive površine nisu odgovarale njihovim potrebama. Izabranim predstavnicima u lokalnoj vlasti bilo je stoga teško odlučiti kako to zemljište raspodijeliti – dodijeliti ga malim proizvođačima bez iskustva ili pak onim većima i iskusnijima. Lokalne su se vlasti na kraju odlučile pribaviti onoliko obradivih površina koliko je bilo potrebno za uspješan nastavak projekta.

Kroz projekt je organizirana zadružna skupina koju čine proizvođači, kupci, izabrani predstavnici te lokalni službenici koji su zajedno pokrenuli više novih kratkih lanaca opskrbe, između ostalog nekoliko sustava naručenih košarica te tržnica s lokalnim proizvodima. Osim toga, osmišljeno je i nekoliko novih projekata, poput društvene trgovine mješovitom robom. Sada se namjerava prijeći i na upotrebu lokalno proizvedenih proizvoda za zajedničku opskrbu javnog sektora.

moгу maksimalno iskoristiti mogućnosti povezane s hranom i pićem i riješiti probleme vezane uz kvalitetu, zdravlje, održivost okoliša te isplativost. Politika posebno ističe akcije koje valja poduzeti da bi se: osnažio sektor hrane i pića; stvorila slika Škotske kao „države hrane i pića“; pomoglo potrošačima u zdravom i održivom odabiru namirnica; Škotska postala primjer održive nabave hrane; zalihe hrane učinilo sigurnima i otpornima; hranu učinilo dostupnom svima po pristupačnoj cijeni; te općenito bolje upoznalo ljude s hranom koju konzumiraju.

U smislu održivog rasta, važnost javnog sektora je u aktivnoj potpori unaprjeđenju suradnje. Tako je primjerice javni sektor potpomogao osnivanje „Škotske hrane i pića“, grupe za strateško upravljanje sektorom i koordinaciju potpora širom sektora. Zahvaljujući zajedničkom nastojanju, u Škotskoj danas postoji mreža regionalnih prehrambenih proizvoda, a škotska vlada pomaže pri savjetovanju o kratkim opskrbnim lancima – primjerice o promidžbi hrane, poljoprivrednim tržnicama, izravnoj prodaji i mrežama lokalnih prehrambenih proizvoda.

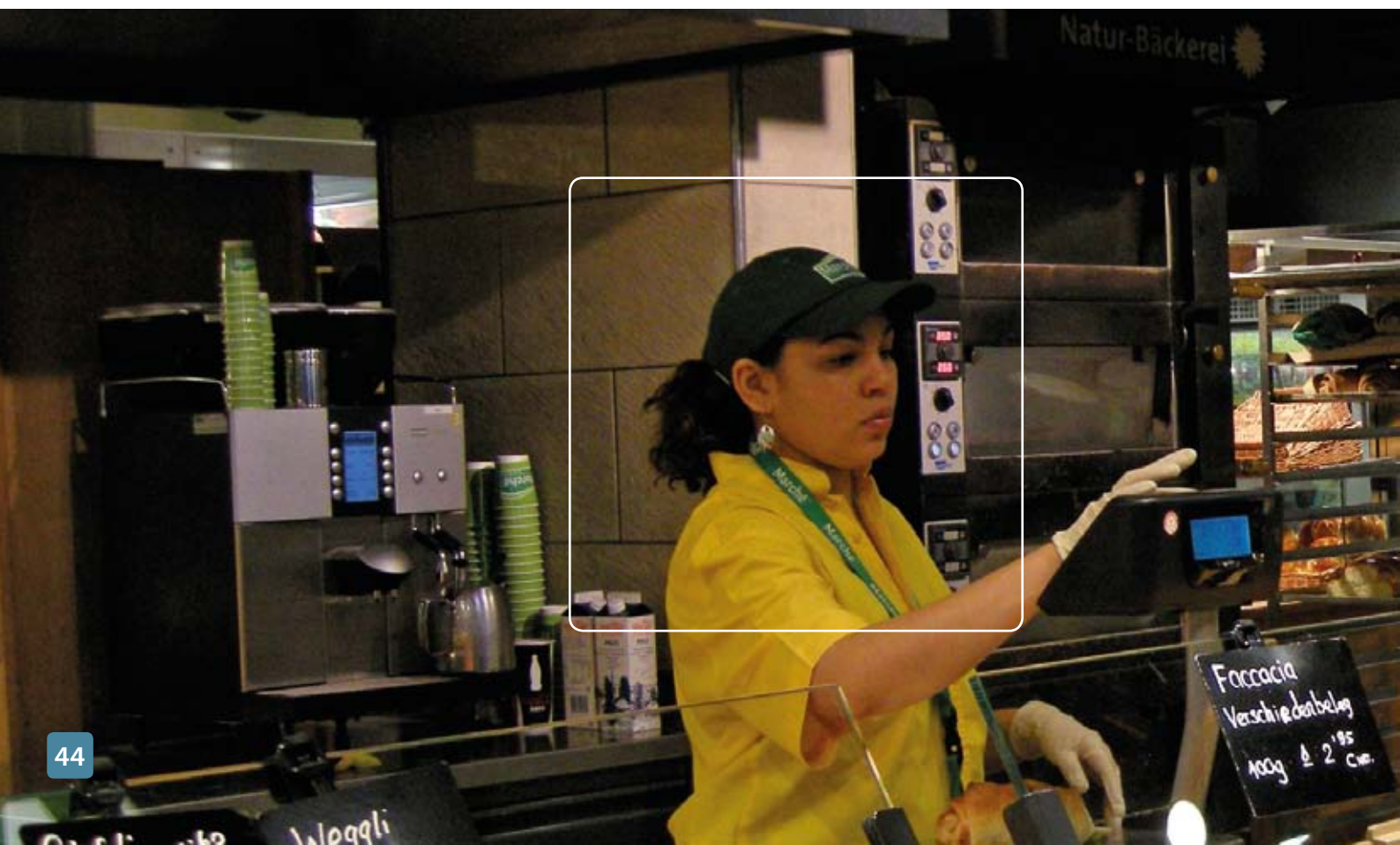
Mađarska je vlada nedavno objavila važan strateški dokument – Novu strategiju poljoprivrednog i ruralnog razvoja do 2020. – u kojem su određeni poticaji kratkim opskrbnim lancima na nacionalnoj razini. Strategija je napredni dokument namijenjen unaprjeđenju poljoprivredno-prehrambenog sektora, ruralnog razvoja i zaštite okoliša. Cilj joj je osigurati očuvanost krajolika, ljudskih resursa, kvalitete i sigurnosti hrane te održivo upravljanje prirodnim resursima. Ona potiče razvoj sustava lokalne proizvodnje hrane osiguravanjem većih sredstava za kratke lance opskrbe kako bi osnažila lokalnu proizvodnju hrane, a sve to s ciljem promicanja bolje sigurnosti hrane na nacionalnoj razini.

Godine 2009. francusko je ministarstvo poljoprivrede i ribarstva pripremlilo Akcijski plan za potporu kratkih lanaca opskrbe nakon kojeg je predstavljen i Nacionalni plan za hranu i prehrambenu proizvodnju. To je, zajedno s nedavnim izmjenama zakona, kojima se potaknuo razvoj kratkih lanaca opskrbe, stimuliralo razvoj sektora i ohrabrilо proizvođače na diverzifikaciju poslovanja u tom sektoru.

Ministarstvo poljoprivrede i ribarstva flamanske vlade objavilo je u listopadu 2011. Strateški plan za kratke lance opskrbe u kojem su ocijenjene prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje sektoru, te predstavljena vizija njegova budućeg razvoja te niz ciljeva i akcija za njegovo ostvarivanje. Osam ciljeva Strateškog plana namijenjeno je:

- Proširivanju znanja proizvođača
- Podizanju svijesti kupaca
- Pružanju profesionalne pomoći proizvođačima pri organiziranju radionica i pokretanju mreža, te poticanju inovativnih ideja
- Rješavanju zakonskih „uskih grla“
- Optimizaciji logističkog i distribucijskog lanca

- Javni sektor može pomoći razvoju suradnje.
- Da bi neka strategija bila učinkovita, svim dionicima mora biti pružena prilika da daju svoj doprinos, da se s njom slože i da imaju osjećaj „vlasništva“ nad onim što se njome želi postići.



- Usklađivanju postojećih politika radi stvaranja usklađenog pristupa
- Poticanju održivosti proizvodnje i distribucije.

Plan se namjerava provesti kroz nekoliko novih struktura. Na razini Vlade bit će osnovana kontaktna služba za koordinaciju provedbe strategije i iz nje proizašlog akcijskog plana. Pokrenut će se platforma za praćenje i procjenu sektora – koja će ujedno poslužiti za procjenu učinaka strategije na sektor. I, konačno, razvit će se mreža za prijenos znanja koja će služiti za prikupljanje informacija i njihovo širenje svim dionicima uključenim u inicijative povezane s kratkim opskrbnim lancima.

Druge države, poput Estonije, koriste strategije razvijene za daleko manja područja, pa su lokalne strategije razvoja velikog broja estonskih lokalnih akcijskih grupa namijenjene stvaranju i potpori kratkih lanaca opskrbe i mreža lokalnih prehrambenih proizvoda. Takva lokalna strategija i sredstva koja su kroz LEADER pristup osigurana za njezinu provedbu, savršeno su prilagođena specifičnoj prirodi sustava lokalnih prehrambenih proizvoda. Korištenjem takvog ciljanog

financiranja lokalne akcijske grupe oživjele su sektor u cjelini.

Partnerstva i suradnja i dalje će biti ključ uspješnog razvoja lokalnih sustava prehrambene proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe. U mnogim je slučajevima javni sektor savjetovao, utjecao i pomagao razvoj i provedbu takvih inicijativa jer one mogu pozitivno djelovati na kvalitetu života zajednica diljem ruralne Europe.

- U nekim se ruralnim područjima teško dolazi do novih znanja.
- Lokalna strategija, provedena kroz LEADER-ov pristup, potpuno je prilagođena specifičnoj prirodi sustava lokalnih prehrambenih proizvoda.





© CHRISTOPHE BUFFET



Primjer iz prakse: Olakšavanje pristupa zemljištu – Lokalna akcijska grupa Pays des Condruses, Valonija, Belgija

Lokalna akcijska grupa Pays de Condruses, u suradnji s neprofitnom organizacijom Créa-Job, provodi program kojim se osigurava zemljište povrtlarima koji se žele priključiti tržištu lokalnih prehrambenih proizvoda. Svrha te inicijative jest očuvanje lokalne i održive poljoprivrede.

Projekt je pokrenut s namjerom stvaranja organizacije za ekološki uzgoj povrća koja bi imala oblik društvene zadruge. Ta se ideja pokazala previše složenom, pa su umjesto zadruge pokrenuta dva odvojena ali komplementarna projekta – povrtlarski „inkubator“ koji zainteresiranima osigurava zemljište; te organizacija za grupnu kupnju kroz koju proizvođači prodaju svoje proizvode lokalnoj zajednici.

U stvaranju povrtlarskog inkubatora lokalna akcijska grupa surađivala je s udrugom za socijalnu i profesionalnu integraciju pod nazivom Devenirs, koja obučava svoje članove uzgoju povrća. Koordinator lokalne akcijske grupe Jean-François Pêcheur objašnjava kako se „nakon završene obuke, osobe mogu same sebe zaposliti, no često imaju problema s upravljanjem i financijama, a veliku prepreku predstavlja im i činjenica da teško dolaze do zemljišta“. Upravo radi eliminiranja takvih poteškoća, lokalna akcijska grupa je projekt i započela u partnerstvu s udrugom Créa-Job koja ima iskustva s pružanjem pomoći u poslovnoj inkubaciji.

Lokalna akcijska grupa ima poljoprivredno zemljište od otprilike 6 hektara koje se daje na korištenje zainteresiranim dionicima. Nekoć zapuštena polja podijeljena su u parcele za zakup na kojima potencijalni povrtlari pokreću posao. „Mi smo osigurali zemljište, a Créa-Job upravlja administrativnim dijelom“, dodaje Jean-François Pêcheur. „Novi povrtlari mogu zadržati status nezaposlene osobe osamnaest mjeseci, a ovaj program radi procjenu ekonomske održivosti njihovog posla.“

Dio programa uključuje i zajedničke investicije, poput izgradnje rezervoara za kišnicu kapaciteta 400 m³, a u planu je podizanje zajedničkog plastenika te spremište za alate.

„U našem radu ne dijelimo uzgoj na organski i ne-organski“, pojašnjava Benoît Noël, projektni menadžer za poljoprivredu lokalne akcijske grupe. „Naš glavni cilj je pronaći tržište za proizvode koji su prije svega lokalni. Mi razmišljamo drugačije. Riječ je o pomaganju i pružanju savjeta o modelu poljoprivrede utemeljenom na proizvodnji koja uvažava tlo. Koncept održivosti je najvažniji“, zaključuje.



Primjer iz prakse: Razvoj fizičkih resursa – Tržnice, Poljska

Razvoj i poboljšanje infrastrukture za trženje na lokalnoj razini, poput tržnica koje potiču izravnu prodaju poljoprivrednih proizvoda i ostalih lokalnih dobara, od presudne je važnosti za ruralni razvoj. Tržnice igraju vrlo važnu ulogu u smanjenju broja posrednika u opskrbnom lancu, promicanju posebnosti lokalnih proizvoda te njihovom približavanju kupcima.

Uzevši u obzir potencijalne prednosti za proizvođače i kupce, te činjenicu da troškovi osuvremenjivanja ili izgradnje prelaze okvire proračuna većine općina, svi su se složili da bi taj projekt trebalo financirati sredstvima Europske unije.

U srpnju 2011. prihvaćeni su amandmani na Program ruralnog razvoja 2007.–2013., kojima je u okviru mjere 321 – pružanje osnovnih usluga za gospodarstvo i stanovništvu ruralnih područja – uključen razvoj tržnica, bilo da je riječ o poboljšanju postojeće infrastrukture, posebice ondje gdje se to odnosilo na pružanje sigurnosnih uvjeta za odvijanje trgovine, ili izgradnju i opremanje novih tržnica.

Općine i njihovi partneri mogu zatražiti financijsku pomoć prigodom izgradnje novih ili modernizacije postojećih tržnica. Potpora će se odobriti za tržnice u mjestima koja nemaju više od 50 000 stanovnika i koja se nalaze u blizini lokalnih poljoprivrednika i proizvođača hrane. Najviši iznos financijske pomoći provedbi takvih projekata u jednoj općini za vrijeme trajanja projekta ne smije prijeći 1 milijun poljskih zlota.

Očekuje se da će na taj način biti izgrađeno 80 novih tržnica i modernizirano 200 postojećih. Standardi i uvjeti koje svaka tržnica treba zadovoljiti specificirani su uredbom – tržnice moraju imati čvrste i trajne površine, osvjjetljenje koje jamči sigurnost trgovaca, a pola prostora mora biti natkriveno. U planu je i podjela tržnica u odjeljke s različitim vrstama proizvoda kako bi kupci mogli što jednostavnije pronaći traženu robu. Svaka tržnica imat će vlastito ime i znak *Mój rynek* (Moja tržnica).





Potpoma lokalnim prehrambenim sektorima uz pomoć LEADER-a

Od svojih početaka, LEADER-ov pristup je, između ostalog, korišten za razvoj sektora lokalne proizvodnje hrane u mnogim ruralnim područjima. Mogućnosti koje ruralnom razvoju pruža sektor lokalne proizvodnje hrane često su dovele do toga da je upravo taj sektor postao kamen temeljac lokalnih razvojnih strategija.

Koristi od lokalnih prehrambenih sustava i kratkih lanaca opskrbe su doista brojne, a LEADER-ov pristup koji promiče razvoj područja odlično je prilagođen njihovom optimalnom korištenju i pretvaranju u dugoročne dobiti za lokalne zajednice.

Postoji cijeli niz mogućnosti u razvoju sustava lokalne proizvodnje, a lokalne

akcijske grupe s obzirom na svoju strukturu mogu pozitivno odgovoriti toj širini mogućnosti – posebice u slučajevima kada je u pitanju inovativnost. Mnogi drugi pružatelji financijskih potpora takvu bi raznolikost i inovativnost mogli procijeniti previše rizičnima za ulaganja, no LEADER potiče lokalne akcijske grupe na korištenje lokalnog znanja i promicanje inovacija, nastojeći umanjiti bilo koji od predviđenih rizika.

U svim je državama članicama pokrenuto jako puno malih lokalnih sustava proizvodnje hrane, pa se pružaju brojne prilike za razmjenu znanja kroz međunarodnu suradnju. A budući da različita područja proizvode različite, prepoznatljive proizvode, otvara se i mogućnost za razvoj međunarodnih kratkih lanaca za prodaju lokalnih proizvoda diljem područja djelovanja lokalnih akcijskih grupa, koju tek treba istražiti.

Estonsko iskustvo s LEADER-om i lokalnim prehrambenim proizvodima na više je načina tipično za vezu između zajedničkog stjecanja znanja i zajedničkog trženja u mnogim LAG-ovima.

Zbog sve većeg interesa za domaću hranu, u posljednjih nekoliko godina svjedoci smo renesanse malih kuhinja diljem Estonije, a na tržištu se pojavio mnogo zanimljivih lokalnih proizvoda. Doprinos LEADER-ova pristupa u porastu broja projekata povezanih s lokalnom hranom u Estoniji je neupitna – dvije trećine estonskih lokalnih akcijskih grupa u svom djelokrugu rada ima projekte povezane sa lokalnim sustavima proizvodnje hrane i kratkim lancima opskrbe.

Ly Kaasik s gospodarstva Põhjaka iz okruga Põlve s juga Estonije već godinama uzgaja ljekovito bilje i priprema različite vrste kolača. Većinu kolača prodaje na odjelu domaćih proizvoda jednog od najvećih supermarketa na jugu Estonije, a njenu je djelatnost financijski pomogao LEADER. No, čini se da će se gospođa Kaasik uskoro proširiti posao. „Planiram početi proizvoditi smrznute kolače koji bi se mogli peći u kafićima i gostima poslužiti topli i svježi“, izjavila je gđa Kaasik nakon što joj je lokalna akcijska grupa Põlva County Partnership Board dodijelila 3 500 eura potpore za kupnju posebnog hladnjaka i stroja za miješenje tijesta.

Proizvodi Ly Kaasik dio su sustava za kontrolu kvalitete hrane „Zelena oznaka“, kojim upravlja zaklada *Põlva Development Centre*. Oznaka se dodjeljuje proizvodima koji se proizvode od lokalnih sirovina ili onima koje su proizveli lokalni poduzetnici.

Oznaka je uvedena 2009. Godine kako bi proizvode lokalnih poduzetnika bilo lakše povezati s prirodnim okolišem po kojem je okrug prepoznatljiv. Članovi sustava sudjeluju na različitim sajmovima i mogu koristiti zajednički bar-kod, preduvjet za ulazak na mnoga tržišta.

Većinu seminara i ostalih oblika obrazovanja koje je provodio „Zeleni znak“ financirala je lokalna akcijska grupa koja je i sama dobila potporu za razvoj mreže za zajedničku promidžbu i promicanje oznake.

Ly Kaasik smatra da je utjecaj LEADER-ova pristupa na lokalni sustav opskrbe hranom golem. LEADER ne zahtijeva puno papirologije, a to znači da potporu iz programa mogu dobiti mnogi poduzetnici. LEADER pomaže i onim poduzetnicima koji zbog malog opsega proizvodnje ne zadovoljavaju kriterije za potporu drugih programa. „LEADER je stvarno pomogao oživljavanju moje tvrtke“, dodaje.

Oznakom „Zeleni znak“ označavaju se proizvodi iz okruga Põlva, a susjedni

okrug Võru, uveo je 2010. poseban zaštitni znak za lokalnu hranu, UMA MEKK (Vlastiti okus). Aktivnosti povezane s UMA MEKK-om financira lokalna akcijska grupa Partnersko vijeće Võrumaa (*Võrumaa Partnership Assembly*). Projektna menadžerica Ave Tamra navodi da je od uvođenja znaka poduzet velik broj aktivnosti – organizirane su radionice sušenja mesa, sira i kruha te zajedničko sudjelovanje na velikom broju sajмова. Ave Tamra zaključuje kako je ključni faktor za sve male proizvođače hrane zajednička promidžba jer je razvoj pojedinačnih marketinških kanala izrazito skup.

Dobar primjer zajedničke promidžbe su aktivnosti nevladine organizacije Slasna južna Estonija (*Delicious South Estonia*) koju je pokrenulo pet lokalnih akcijskih grupa južne Estonije, a koja je 2010. Godine otvorila poljoprivrednu tržnicu u najvećem trgovačkom centru u regiji. Otvorenje te tržnice od iznimne je važnosti s obzirom da se posljednjih deset godina estonsko tržište okrenulo veleprodaji, jer su mnoge male trgovine mješovitom robom zamijenili super i hipermarketi. Osim toga, kupci koji su običavali kupovati svoju hranu na tržnicama, počeli su preferirati velike trgovačke centre.

Prema riječima Tiita Niiloa, člana upravnog odbora organizacije Slasna južna

Estonija, prigodom rada na pokretanju poljoprivredne tržnice iskristalizirale su se koristi korištenja LEADER-ova pristupa u suradnji izvan granica djelovanja jedne lokalne akcijske grupe. „Dobar primjer dolazi iz sektora turizma, gdje dvije lokalne grupe upošljavaju istog turističkog djelatnika. Nešto slično trebalo bi postojati i u prehrambenom sektoru.“

Projekt otvaranja poljoprivredne tržnice potaknuo je mnoge poduzetnike na još tješnju suradnju, pa su neki proizvođači pokrenuli udrugu za zajedničku promidžbu svojih proizvoda. „Mali proizvođači nemaju drugog izbora – moraju surađivati“, slaže se gospodin Niilo.

Godine 2001. zaklada Razvojni centar Põlva (*Põlva Development Centre*) iskoristila je sredstva dobivena od LEADER-a za provedbu istraživanja među malim proizvođačima hrane. Pokazalo se da je jedan od najvećih izazova pronalaženje

ideja za stvaranje dodane vrijednosti lokalnih proizvoda na lokalnoj razini. Poljoprivrednici su spremni razvijati svoje djelatnosti u smjeru prerade hrane, no mnogi koji krenu u tom smjeru nemaju dovoljno financijskih sredstava za sva potrebna ulaganja.

Dobar primjer kako LEADER-ov pristup može pomoći dodavanju vrijednosti proizvodima malih lokalnih proizvođača dolazi s otoka Hiiumaa. Razvoj ovčarstva na drugom po veličini otoku u Estoniji ograničen je činjenicom da ako proizvođač s otoka želi zaklati ovcu, mora je prevesti u klaonice u središnjoj Estoniji, a zatim se, nakon nekoliko dana, vratiti po meso. Ta složena procedura toliko podiže cijenu ovčetine, da si ovčje meso gotovo nitko ne može priuštiti.

Lokalna akcijska grupa *Hiiumaa cooperation Network* dodijelila je potporu projektu pokretanja klaonice i centra za inovaciju

proizvoda na otoku, što znači da će se lokalna ovčarina uskoro naći na stolovima škola i vrtića u zapadnoj Estoniji. Tu ideju promiče i nacionalni projekt suradnje „Stavimo lokalnu hranu na stolove lokalne zajednice“ koji su 2010. godine pokrenule tri lokalne akcijske grupe: *Hiiumaa Cooperation Network*, *West Estonia Island Partnership* i *Kodukant Läänemaa*.

Sasvim je izvjesno da je LEADER-ov pristup znatno pomogao razvoju sektora lokalne hrane u Estoniji. Estonski poduzetnici su većinom poljoprivrednici kojima ne trebaju velika ulaganja, već manji iznosi za potporu inovativnih ideja. Posljedično, estonski su proizvođači imali puno koristi od prilagodljivosti LEADER-ovog pristupa.

LEADER-ov pristup je i u Škotskoj snažno potaknuo aktivnosti vezane uz kratke opskrbe lance. Primjerice, Poljoprivredni forum u području Argyll i Bute zaposlio je



© DENIS AND YULIA POGOSTINS—123RF



razvojnog menadžera za provedbu aktivnosti definiranih u Lokalnoj strategiji za poljoprivredu te pokrenuo niz obrazovnih radionica, istraživanja i regionalnih inicijativa za lobiranje. Forum je izradio studiju kako bi se pronašli najbolji načini da se kupcima pokažu veze između kvalitete hrane i pića s očuvanjem okoliša u kojem se proizvode. U studiji se nalaze i informacije i savjeti za proizvođače o različitim uspješnim pristupima promidžbi bioraznolikosti te smjernice za kvalitetu hrane i pića. Temeljem preporuka nastala je Inicijativa Uživaj u okusu (Savour the flavour) koju su pokrenule tvrtke za proizvodnju hrane i pića u namjeri da pomognu proizvođačima i trgovcima iz Dumfriesa i Gallowaya u razvijanju i širenju poslovanja. Potonje namjeravaju postići poticanjem šefova kuhinja, i općenito uslužnog sektora, na korištenje lokalnih proizvoda, promocijom proizvoda iz Dumfriesa i Gallowaya među lokalnim stanovništvom i posjetiteljima te upoznavanjem djece s poljoprivrednim proizvodima iz regije. Cilj inovativnog

i uspješnog projekta Ceanglaichean Croitearachd jest naučiti mlade održivim poljoprivrednim praksama i iznova ih povezati s tradicijom uzgoja na malim posjedima¹⁷. Projekt financijski podupiru brojni partneri i nekoliko lokalnih akcijskih grupa. Djecu školskog uzrasta uči se praktičnim vještinama uzgoja, pa tako i uzgoja hrane za vlastite potrebe, pripremanju tradicionalne hrane, pojašnjava im se važnost proizvodnje hrane na malim posjedima te veze s keltskim kulturnim naslijeđem. Kroz ovakve aktivnosti djeca postaju svjesnija povezanosti hrane, zdravlja i okoliša.

Može li transnacionalna i internacionalna suradnja pomoći sektoru?

Kada se govori o lokalnim prehrambenim proizvodima često se upotrebljava pojam kratki lanac opskrbe. Taj pojam više se odnosi na način na koji se proizvodi plasiraju, a manje na izravni odnos

proizvođača i kupaca, koji se temelji na blizini mjesta proizvodnje i prodaje. No, upravo on omogućuje daljnji razvoj sektora jer se proizvođači moraju povezati i s kupcima koji žive daleko od njihovih gospodarstava te koristiti mnoge druge marketinške kanale.

Potreba da se broj posrednika svede na najmanji mogući broj, što u nekim slučajevima znači ne više od jednog, što potiče proizvođače da ispituju različite oblike zajedničkog sustava proizvodnje hrane. To se posebice odnosi na zajednički izlazak na tržište, kada je potrebna veća količina proizvoda, poput javne nabave prehrambenih proizvoda, ali se može koristiti i u drugim prilikama.

Prilika za razmjenu dobre prakse te za zajednički razvoj i djelovanje lokalnih sustava prehrambene proizvodnje i razvoja kratkih lanaca opskrbe ima doista mnogo. Suradnja na temama od zajedničkog značaja, razmjena savjeta te učenje iz vlastitih i tuđih pogrešaka i uspjeha

(17) Misli se na tradicionalan oblik zakupa općinske zemlje za proizvodnju hrane specifičan za škotsko gorje i otoke (engl. crafting).

sasvim sigurno će dodatno potaknuti rast i razvoj sektora.

Najveća prilika za kratke lance opskrbe međutim leži u stvaranju platforme za međuregionalnu i međunarodnu trgovinu proizvodima lokalnog podrijetla. Budući da su mnogi lokalni proizvodi i metode koje se koriste za dodavanje vrijednosti specifični za područje ili regiju u kojima se proizvode, ti su proizvodi neraskidivo vezani za područje svog podrijetla. Primjerice, suhomesnati proizvodi iz Italije razlikuju se od onih proizvedenih u Litvi ili Ujedinjenom Kraljevstvu. Šira ponuda proizvoda lokalnog podrijetla neće stvoriti konkurenciju u sektoru; naprotiv, dodatno će osnažiti tržište domaćih proizvoda, kako na lokalnoj tako i na regionalnog, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

No pritom je iznimno važno da kupci budu svjesni i žele voditi računa o kulturnom identitetu proizvoda. Što je mjesto proizvodnje određenog proizvoda udaljenije od mjesta na kojem se prodaje, to je mogućnost što jednostavnijeg pristupa informacijama o proizvođaču, procesu proizvodnje, podrijetlu i kakvoći proizvoda važnija.

Međunarodnom trgovinom lokalnim proizvodima prožimaju se karakteristike različitih područja, pa ona može pomoći upoznavanju kulturnih raznolikosti Europske unije i potaknuti razumijevanje i uvažavanje međusobnih različitosti među europskim stanovništvom. Na taj način regije povezuje osnovni element njihove ruralne kulture: proizvodnja domaće hrane.





Primjer iz prakse: Korištenje sredstava lokalne akcijske grupe za razvoj sektora – Javna nabava prehrambenih proizvoda, Francuska

Pays de la Loire regija je na zapadu Francuske. Poznata je po vrhunskim prehrambenim proizvodima poput umaka Beurre Blanc, namaza od svinjetine Le Mans i sira Port Salut.

Kad je lokalna akcijska grupa Mayenne uvidjela da institucije javnog sektora poput bolnica, staračkih domova i škola u svojim ugostiteljskim objektima gotovo i ne koriste domaće proizvode, odlučila je pokrenuti kratki lanac opskrbe za opskrbu javnog sektora. Ukupni troškovi projekta iznosili su 23 340 eura, od čega je 40 posto financirala lokalna akcijska grupa.

Na početku provedbe projekta popisani su svi lokalni prehrambeni proizvodi iz regije te određeni koraci koje proizvođači trebaju poduzeti žele li proizvoditi za kratki lanac opskrbe. Obavljena je i procjena potreba ugostiteljskih objekata javnog sektora te stanje postojećih prehrambenih mreža u regiji. Projektom se željelo potaknuti javnu nabavu da počne koristiti 20 posto ekološki uzgojene hrane koju bi nabavljali od lokalnog stanovništva. Uz

to, pomoglo bi se i ugostiteljima da domaću i ekološki uzgojenu hranu uvrste na menije.

Nadovezujući se na prethodne manje inicijative, cilj je projekta bio potaknuti redovitu opskrbu lokalnih prehrambenih proizvoda, a proizvodnju na lokalnim gospodarstvima prilagoditi potrebama javnog sektora. U projekt su bili uključeni svi dionici povezani s prehrambenom proizvodnjom, a mnogi od njih su tada prvi put stupili u međusobni kontakt. Kao rezultat navedenog, povećala se održiva proizvodnja lokalnih prehrambenih proizvoda, podigla razina svijesti u području te stvorila nova radna mjesta.

Lokalna akcijska grupa i dalje organizira susrete uključenih partnera, a trenutno radi i na povelji koja će potaknuti nove partnere da se priključe projektu. Taj će dokument pomoći unaprijeđenju poslovanja i proizvođača i korisnika. Uskoro će biti ponuđena i tehnička pomoć svima koji se žele uključiti u projekt.



© GRAHAM OLIVER-123RF



Primjer iz prakse: Korištenje sredstava lokalne akcijske grupe za razvoj sektora – Odrolnika.pl, Poljska

Projekt Odrolnika.pl ima za cilj promociju područja djelovanja lokalne akcijske grupe Dunajec-Biała iz Pogórzea na jugu Poljske kao mjesta na kojem se proizvodi hrana visoke kvalitete. Projekt je 2010. dobio financijsku potporu lokalne akcijske grupe za pokretanje internetske stranice Odrolnika.pl i otvaranje internetske trgovine te izradu dodatnih promidžbenih materijala. Inicijativa se vrlo brzo razvila te ubrzo postala popularna i izvan granica područja djelovanja lokalne akcijske grupe. U udruhu kupaca i proizvođača Odrolnika grouphas uključeno je 20 lokalnih proizvođača iz četiri općine. Udruga je stvorila oznaku kvalitete te pokrenula mrežu za izravnu prodaju ekološki proizvedenih proizvoda iz Pogórzea.

Poljoprivrednici uključeni u projekt proizvode različite vrste prehrambenih proizvoda, od mesa do mliječnih proizvoda, voća, povrća, pa čak i cvijeća. Narudžbe zaprimaju putem elektroničke pošte i prodaju u obliku „paketa od poljoprivrednika“. Udruga je odgovorna za razvoj projekta i promidžbu. Pakiranje naručenih dobara obavlja se na gospodarstvima, a svaki paket označen je oznakom poljoprivrednog gospodarstva s kojeg dolazi, tako da se ne gubi odnos proizvođač – kupac. Proizvodi članova udruge, s oznakom odrolnika.pl, počeli su se prodavati i u nekoliko prodavaonica ekološke hrane u regiji. Skupina poljoprivrednika iz Udruge Odrolnika osmislila je i turistički paket za ljude koje zanima domaća hrana i izravna prodaja. To je povećalo profitabilnost njihovih gospodarstava te otvorilo novo tržište za njihove proizvode.

Zahvaljujući projektu, poljoprivrednici sada svoje proizvode prodaju po višim cijenama, a kupci mogu doći do svježe hrane poznatog podrijetla po nižim cijenama. Projektu je 2011. godine dodijeljena nagrada Laur Gospodarnosti u kategoriji nadahnjujućih projekata provedenih kroz LEADER-ov pristup.

Skupina se trenutačno priprema za pokretanje malog pogona za preradu u kojem bi se proizvodili džemovi, sokovi, kolači i drugi proizvodi, što bi trebalo nadomjestiti nedostatak pojedinih namirnica izvan sezone i zadržati zanimanje kupaca za stranicu i

proizvode tijekom cijele godine. To će također povećati dodanu vrijednost proizvoda, stvoriti nova radna mjesta u uključenim općinama, te omogućiti upravljanje viškom zaliha.

Godine 2012. udruga planira zaposliti dvije osobe koje će biti zadužene za logistiku – zaprimat će narudžbe kupaca i dostavljati pakete. Predloženo je i stvaranje novog oblika trgovina – putujućih poljoprivrednih tržnica u obliku drvenih kućica u kojima bi, posebice tijekom tjedna, poljoprivrednici prodavali svoje proizvode po regiji Dunajec-Biała. Lokalna akcijska grupa planira slične aktivnosti i u velikim gradovima poput Krakówa i Chórzowa. Osim toga, prijavili su se na natječaj za dodjelu sredstava za izgradnju Centra za lokalne proizvode u kojem bi se održavale obrazovne radionice vezane uz lokalne proizvode, zdravu hranu, tradicionalne pasmine itd.



Primjer iz prakse: Suradnja među područjima na razvoju sektora proizvodnje jestive morske trave, Danska

U taj projekt suradnje uključene su dvije ribarske lokalne akcijske grupe, jedna s otoka Bornholma i druga koja pokriva manje otoke. Projekt je namijenjen istraživanju komercijalnog potencijala jestive morske trave, zanemarenog resursa danskog podmorja. Promičući održivi uzgoj, berbu i preradu morske trave, projektom se potiče diverzifikacija lokalnog gospodarstva na otoku, što će doprinijeti održanju različitosti lokalnog stanovništva i živosti zajednica.

Iako u Danskoj ne postoji tradicija uzgoja, berbe niti korištenja morske trave, zbog sve veće popularnosti sušija i razvoja nove nordijske kuhinje, morska trava postaje sve traženija roba. Mnogi od 27 danskih otoka, zajedno s Bornholmom, poznati su po proizvodnji hrane. Međutim, ne ulaže se dovoljno u razvoj novih proizvoda koji bi bili konkurentni na tržištu. Kao rezultat toga, mnogi proizvođači hrane samo pola radnog vremena proizvode hranu, a prihod nadopunjuju drugim povremenim poslovima.

Cilj projekta je uzgoj triju vrsta morskih trava visoke kvalitete u količinama dovoljnim da se zadovolje zahtjevi lokalnih tvrtki za preradu hrane, kupaca i restorana u velikim gradovima. Osim toga, želi se uzgojiti i niz biljaka visoke gastronomske vrijednosti otpornih na sol; načiniti promidžbene materijale te pokrenuti kampanja o kulinarskoj vrijednosti morske trave i njenim povoljnim učincima na zdravlje; te istražiti turistički potencijal nove tvrtke za uzgoj morske trave.

Ideja projekta razvila se 2009. godina kao rezultat niza neformalnih sastanaka i spontanih rasprava neovisnih proizvođača i stručnjaka za proizvodnju i razvoj proizvoda.

Prvi konkretni korak bio je pokretanje pred-projekta, financiranog kroz poseban fond danskog Ministarstva prehrane, poljoprivrede

i ribarstva, za analizu svjetskog tržišta morske trave i tehničkih aspekata njezinog uzgoja, ubiranja i prerade. U sklopu pred-projekta posjetilo se potencijalne partnere i s njima razgovaralo o proizvodnji morske trave kako bi se razjasnile sve postojeće mogućnosti.

Projektna dokumentacija i prijava predane su ribarskim lokalnim akcijskim grupama u svibnju 2010., a s uzgojem na maloj površini počelo se u prosincu iste godine. Tijekom 2011. stručnjaci s danskih sveučilišta i iz istraživačkih institucija održali su niz radionica kako bi se riješili praktični problemi povezani s uzgojem i preradom morske trave.

Sljedećih pet radionica za sve partnere projekta koji se žele usmjeriti na razvoj proizvoda održat će poznati kuhar koji ima iskustva u upotrebi morske trave u pripremi jela. Tu se pružaju brojne mogućnosti – od raznih vrsta čipseva i salata do vina i sladoleda. Konzultant s iskustvom u razvoju proizvoda redovito posjećuje sve koji na tome rade, prati i usmjerava njihov napredak.

U projektu sudjeluje šesnaest proizvođača, bilo da samo uzgajaju morskou travu ili je i uzgajaju i rade na razvoju proizvoda. Očekivani ishod je stvaranje male jezgre danskih proizvođača i prerađivača morske trave koji će imati dovoljno znanja da počnu uzgajati i nove vrste te razvijati nove proizvode u skladu s potrebama nordijske kuhinje. To će pomoći diverzifikaciji sektora proizvodnje hrane na otocima i učiniti ga manje osjetljivim na promjene na tržištu.

Lokalni sustavi
proizvodnje hrane, kratki
lanci opskrbe i ruralni
razvoj u Francuskoj



Sve veće zanimanje za kratke lance opskrbe u Francuskoj stimuliraju različiti gospodarski i društveni izazovi s kojima su u posljednjih nekoliko desetljeća suočena ruralna područja te sve veća potražnja kupaca za proizvodima visoke kvalitete. Podrijetlo i praćenje podrijetla proizvoda mnogim su kupcima danas najvažniji.

Kratki lanci opskrbe u Francuskoj postoje već niz godina, no aktivnosti usmjerene na nešto više od puke ekonomske koristi od domaće hrane iznjedrile su njihove nove i različite oblike. Pritom se posebice misli na to da bi kratki lanci opskrbe mogli učinkovito dopuniti dulje sustave plasmana proizvoda koji već postoje u Francuskoj.

Prema podacima iz analize poljoprivrede iz 2010., 21 posto francuskih poljoprivrednika prodavalo je sve ili dio svojih proizvoda kroz kratke opskrbe lance. Kratki opskrbni lanci pokretani su uglavnom za prodaju voća i povrća, ali i određenih mesnih proizvoda (peradi) te mliječnih i drugih prerađevina (med). Popisom je također ustanovljeno da je većina gospodarstava koje koriste kratke poljoprivredne lance manja od prosjeka, da na njima

rade mlađi poljoprivrednici, te da sve više koriste ekološke tehnike uzgoja.

Kratki lanci opskrbe u Francuskoj određeni su kao sustavi za prodaju proizvoda u kojima postoji maksimalno jedan posrednik između proizvođača i kupca, koji prodaje proizvode na lokalnom području. Posrednik može biti primjerice zadruga ili supermarket u kojima se mogu kupiti domaći proizvodi.

Iako se pri opisivanju sektora više koristi termin kratki lanac opskrbe, svaki se dan pojavljuju i novi pojmovi. Njih najviše koriste aktivisti koji promiču alternativne načine proizvodnje i konzumacije hrane. Primjer su tzv. Lokalnojedi (engl. localvores) – u doslovnom prijevodu „ljudi koji jedu lokalnu hranu“ ili „kako jesti 100 posto lokalno proizvedenu hranu“.

Taj pokret temelji se na jednostavnom sustavu smanjenja udaljenosti između mjesta na kojem se hrana proizvodi i onoga gdje se konzumira. Pokret je nastao u Americi, a mnogo pristalica ima i u francuskoj regiji Île-de-France. Njegovi pristalice konzumiraju samo proizvode proizvedene u krugu manjem od 160 kilometara od svojeg mjesta prebivanja i promiču lokalnu poljoprivredu utemeljenu na vrijednostima kao što su svježina hrana, slobodan odabir i poštena cijena.

Pojava tog i sličnih novih pokreta otkriva svu raznolikost sektora već na nacionalnoj razini i potrebu za priznavanjem različitih razloga iz kojih se proizvođači i kupci u njega uključuju.



Kakvi oblici lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe postoje u Francuskoj?

Na lokalnoj razini postoji mnogo načina na koje se kupce pokušava približiti proizvođačima – tržnice poljoprivrednika, tržnice na otvorenom, općinske trgovine, izravna prodaja, javna nabava prehrambenih proizvoda i lokalne trgovine. Razvoj veza između kupaca i proizvođača nije tek prolazan trend; on je odraz onoga što proizvođači i kupci dugoročno očekuju – zdravije i kvalitetnije proizvode.

Tržnice i izravna prodaja na poljoprivrednim gospodarstvima najčešći su oblici kratkih lanaca opskrbe, no mnogi

su poljoprivrednici razvili i druge inovativne sustave. Sve je popularniji sustav naručenih košarica i internetska prodaja, te korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija za promicanje proizvoda i širenje informacija, koje stvaraju izravan odnos između kupca i proizvođača. Jedan od modela u nastajanju je i poljoprivreda koju podupire zajednica – kada se grupe kupaca na određeno razdoblje obvezuju kupiti sve što se na gospodarstvu proizvede.

Da bi doprli do što više kupaca, lokalni su proizvođači u Île-de-Franceu, području na kojem se nalazi i Pariz, zbog čega postoji i važna urbana mreža, odlučili prodavati voće i povrće na željezničkim postajama. Trenutačno prodaju više od 20 000 kilograma tjedno, čime

prehranjuju ukupno 2 500 obitelji. Uspjeh inicijative potaknuo je željeznicu da isti pristup primijeni i u drugim područjima Francuske. Trenutačno rade na stvaranju partnerstva s lokalnim institucijama i Poljoprivrednom komorom kako bi pronašli seljake zainteresirane za sudjelovanje u projektu.

Prodaja proizvoda na zajedničkim prodajnim mjestima donosi koristi i proizvođačima i kupcima, stvara među njima tješnje veze, promiče regionalne proizvode, širi djelatnost proizvođača, smanjuje troškove prodaje, poput troškova transporta te zahtijeva manje posrednika. Broj zajedničkih prodajnih mjesta diljem Francuske je u porastu, kako u urbanim tako i u ruralnim područjima. U pokrajini Languedoc Roussillonu stvorena je



© KHENG GUAN TOH-123RF

mreža „poljoprivrednih dućana“ u koju je uključeno više od 10 trgovina – neke su smještene u gradovima, druge u ruralnim područjima ili u blizini glavnih prometnica ili poznatih turističkih odredišta. Mnogi seljaci koji su dio mreže rade na malim gospodarstvima te izravnu prodaju koriste kao marketinšku strategiju kojom dodaju vrijednost svojim proizvodima.

Uključivanje u inicijative vezane uz kratke lance opskrbe pomaže održivosti poljoprivredne prakse mnogih proizvođača, posebice onih čija se gospodarstva nalaze u prigradskim područjima. Međutim, kratki lanci opskrbe nisu jedini načini opskrbe hranom, stoga uvijek valja imati u vidu njihov odnos s tradicionalnijim ili duljim opskrbnim lancima. Zbog toga je od presudne važnosti kombinirati različite

načine plasmana proizvoda. Prodajna mjesta u supermarketima potvrđuju da neki kupci žele kupovati domaće proizvode iz sustava kratkih opskrbnih lanaca, no zbog različitih razloga mnogi od njih i dalje nastavljaju kupovati u supermarketima.

I doista, francuski supermarketi sve su češće uključeni u izravnu prodaju. Tvrtka Metro, veletrgovac za restorane, i organizacija Légumes de France, specijalizirana za prodaju francuskog povrća, potpisale su ugovor o promicanju lokalne proizvodnje. Obvezale su se da će svježim proizvodima proizvedenima u krugu od 80 kilometara od veleprodajnog skladišta opskrbljivati supermarkete u Parizu, Toursu, gradu južno od Pariza, te Colmaru na istoku Francuske.

Mnogi proizvođači danas poduzimaju zajedničke akcije za razvijanje onih sustava za koje drže da će im osigurati nova tržišta na lokalnoj razini. Tako su se 2006. proizvođači udružili i razvili projekt pod nazivom Okusi našeg kraja (*Les Saveurs du coin*), čiji je cilj bilo otvaranje specijaliziranih prodajnih mjesta za lokalne prehrambene proizvode. Do sada su otvorili trgovinu sa sezonskim proizvodima, a s lokalnim supermarketima su dogovorili prodaju u izdvojenim dijelovima supermarketa nazvanima „trgovina lokalnih proizvođača“. Inicijativa je proizvođačima osigurala potpunu kontrolu nad svojim proizvodima – točno znaju gdje i koje količine prodaju. Proizvođači su se kroz projekt približili kupcima i počeli razmišljati o proizvodnim kanalima i kanalima plasmana svojih poljoprivrednih



proizvoda. Razvili su i komunikacijsku strategiju za promociju svojih dućana, a 2009. godine su pokrenuli i sustav naručivanja i dostave proizvoda preko web stranice - www.saveursducoin.fr. Tako su još više diverzificirali plasman svoje robe jer naručene košarice dostavljaju izravno kupcima.

Širenje kratkih opskrbenih lanaca pobudilo je zanimanje lokalnih vlasti i mnoge su institucije odlučile početi naručivati lokalne proizvode. U većini slučajeva lokalna proizvodnja mogla je zadovoljiti potražnju lokalnih vlasti, no neki su se proizvođači trebali prilagoditi i početi surađivati s drugim proizvođačima da bi proizveli potrebne količine. Tako primjerice zadruga proizvođača *Terroirs Ariège Pyrénées* prikuplja sve lokalne proizvode s tog područja za zajednička mjesta opskrbe u susjednim gradovima. Da bi inicijativa uspješno djelovala, odabran je specifičan model upravljanja prema kojem svi proizvođači i dobavljači koji su u izravnom kontaktu s lokalnim vlastima imaju udjel u zadrugi. Sustav prikuplja različite proizvode koje zatim pakira, skladišti i distribuira. Uspjeh modela ovisi o komunikacijskim sposobnostima uključenih sudionika i njihovoj predanosti.

Kako su uspjeli u pokretanju kratkih lanaca opskrbe u Francuskoj?

Usprkos postojećim preprekama, poput teško dostupnog zemljišta za uzgoj, nedostatne informiranosti kako kupaca tako i proizvođača te problema u razvoju odgovarajućih sustava opskrbe, broj kratkih opskrbenih lanaca u Francuskoj je u porastu.

Mnoga gospodarstva nastoje proširiti svoje poslovanje, no sve brži razvoj urbanih područja smanjuje broj raspoloživih površina za poljoprivrednu proizvodnju. Međutim, problemi povezani s nedostatkom zemljišta nisu karakteristični samo za kratke lance opskrbe. Lokalne vlasti mogu odigrati glavnu ulogu u prevladavanju tih prepreka ako su u stanju primijeniti inovativne pristupe sektoru. Mogu odigrati važnu ulogu i u financiranju kupnje zemlje te u praćenju broja raspoloživih zemljišta. Grad Locmariaquer u Bretagni, regiji na zapadu Francuske, kupuje rascjepkana poljoprivredna zemljišta kako bi ih okrupnio u površine dovoljno velike za bavljenje poljoprivredom. Grad potom zemlju iznajmljuje proizvođačima koji se obvežu da će svoje proizvode prodavati kroz kratki lanac opskrbe. Takav sustav potiče lokalno stanovništvo i turiste na kupnju lokalnih proizvoda.

Vlastima stoje na raspolaganju i pravna sredstva za zaštitu poljoprivrednih područja, iako mnogi drže da je teško postići ravnotežu između prihvaćanja novog stanovništva i novih gospodarskih aktivnosti sve dok postoji potreba za očuvanjem poljoprivredne djelatnosti i zaštite zemljišta. Da bi zaštitili i pospješili stvaranje takvih zona, stvaraju posebno zaštićena poljoprivredna područja, i kao takva su uključena u urbanističke planove.

Ključni čimbenik uspješne provedbe inicijativa povezanih s kratkim lancima opskrbe jesu usklađene lokalne strategije koje provode lokalne vlasti. Za njihov razvoj prijeko su pak potrebni koordinacija lokalnih sudionika, odgovarajuće mjere potpore te financijska pomoć. Najuspješniji primjeri su oni gdje je upravljanje lokalno, odnosno kada su svi dionici spremni zajednički raditi na otklanjanju prepreka povezanih s pokretanjem održivih kratkih lanaca opskrbe.

Uspjeh kratkih lanaca opskrbe uvelike ovisi o volji i spremnosti lokalnih sudionika na zajedničko djelovanje. Da bi se lokalnu poljoprivredu uspješno povezalos tržištem prehrambenih proizvoda, potrebno je povezati gospodarstva koja koriste kratke lance opskrbe i postojeće dućane.

Ključno je uskladiti razvoj lokalnih prehrambenih proizvoda – povezivanjem sustava proizvodnje, plasmana i potrošnje. Uloga uključenih posrednika mora biti jasno definirana, a važnost hrane u kratkim lancima opskrbe naglašena. Činjenica je da postoje neslaganja oko relativnih mjerila i učinkovitosti kratkih lanaca opskrbe, i dobro je da postoje, no često je sudionike jednostavnije okupiti ako se koncept kratkih opskrbenih lanaca predstavi kao „sustav proizvodnje hrane“ nego kao običan način proizvodnje i plasmana.

Promicanjem specifičnih metoda proizvodnje i plasmana proizvoda lokalne politike mogu utjecati na upravljanje prehrambenim proizvodima. Nacionalne

politike mogu potaknuti provedbu lokalnih sustava, posebice ako zakone prilagode malim proizvođačima i trgovcima.

Godine 2009. francusko je Ministarstvo poljoprivrede i ribarstva predstavilo Akcijski plan za potporu kratkih lanaca opskrbe, nakon kojeg je predstavljen i Nacionalni plan za hranu i prehranu. Nekoliko nedavno predloženih zakona također je usmjereno na razvoj kratkih lanaca opskrbe. Akcijski plan usmjeren je na proizvođače, a Nacionalni plan više je usmjeren na ponašanje potrošača. Planom se potiču konkretne aktivnosti za promociju hrane visoke kvalitete razvijanjem opskrbe lokalne hrane i naglašavanjem njezina nacionalnog podrijetla.

Sve mjere navedene u Akcijskom planu planirane su na razini čitave Francuske.

Većina ostalih nacionalnih i lokalnih politika povezanih sa osiguravanjem hrane i razvojem kratkih lanaca usklađene su s ovim planovima. To se odnosi na Agendu 21 – ruralni centri izvrsnosti koji se koji usmjeravaju svoja istraživanja na specifične ruralne teme; CASDAR – poseban fond za potporu inovativnih projekata, koji se financira od poreza u poljoprivredi; te projekti suradnje lokalnih akcijskih grupa.

Nacionalni planovi i lokalne aktivnosti pokazuju da u Francuskoj postoji pozitivna klima za razvoj kratkih lanaca opskrbe. Studije koje je provela Mreža za ruralni

razvoj Francuske pokazale su da postoji mnogo različitih inovativnih projekata, ali i svu složenost procesa. Za poboljšanje potražnje i opskrbe ključan je lokalni proces uklobljen u zajednicu, a potrebno je istodobno poduzeti više akcija. Sve dosad poduzete aktivnosti navode na zaključak da razvoj kratkih lanaca opskrbe ne uključuje samo načine proizvodnje i plasmana nego i upravljanje prehrambenim proizvodima te, kao važan rezultat, socijalnu koheziju.



BUDUĆNOST

Kakvo je trenutačno stanje
na razini Europske unije?



© TIM HUDSON

U travnju 2012. godine Europska komisija organizirala je konferenciju¹⁸ o „Lokalnoj poljoprivredi i kratkim lancima opskrbe“ kako bi istražila načine i sredstva za bolju mobilizaciju gospodarskih, društvenih i okolišnih potencijala lokalne poljoprivrede kroz izravnu prodaju i male poljoprivredne prakse. Zaključci konferencije ugrađeni su u reformu Zajedničke poljoprivredne politike nakon 2013. godine.

Političari i zakonodavci svjesni su da građani Europske unije mogu imati brojne gospodarske, društvene i okolišne koristi od lokalne poljoprivredne proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe. Međutim, sama Zajednička poljoprivredna politika može utjecati na to da se takvi lanci pokrenu na malim poljoprivrednim gospodarstvima. Ostale europske politike, posebice uredbe o sigurnosti hrane, mogu odigrati ključnu ulogu u osiguravanju spomenutih koristi. Upravo je zbog toga u travnju 2012. organizirana konferencija na najvišoj razini na kojoj se okupilo više stotina predstavnika svih skupina dionika povezanih s tom sve važnijom temom ruralnog razvoja. Konferenciju su zajednički organizirali

Dacian Cioloș, povjerenik Komisije za poljoprivredu i ruralni razvoj i John Dalli, povjerenik Komisije za zdravstvo i potrošačku politiku.

U pozdravnim govorima oba su povjerenika istaknula važnost međusobne suradnje i nalaženja zajedničkih rješenja. Dacian Cioloș naglasio je da vjeruje kako „usluge opskrbe lokalnom hranom imaju izvanredno velik potencijal“ te je objasnio kako one, po njegovu mišljenju, „predstavljaju moderni odnos prema hrani kao i jedan oblik gospodarske konkurentnosti poljoprivrede i učinkovite zaštite okoliša. Ne samo što umanjuju potrebu za prijevozom na velike udaljenosti, nego i stimuliraju lokalna gospodarstva i potiču

kupce da preuzmu aktivnu ulogu u gospodarskom razvoju regija u kojima žive“.

Povjerenik Dalli istaknuo je da su uredbe „higijenskog paketa“ (kojim se uređuju mjere sigurne proizvodnje prehrambenih proizvoda)¹⁹ dogovorene radi zaštite građana Unije. Naglasio je da su mjere higijenskog paketa prilagodljive kako bi države članice mogle provoditi kontrolu sigurnosti hrane u skladu sa specifičnim sustavima proizvodnje hrane koji postoje u njihovim državama.

Konferencija je bila usmjerena na provedbu instrumenata politike, olakšavanje pristupa tržištima i ponovno stvaranje veza između poljoprivrednika i kupaca, te poboljšavanje

(18) Videomaterijali o zaključcima, plenarnim sjednicama i radionicama dostupni su na internetskoj stranici Komisije: http://ec.europa.eu/agriculture/events/small-farmers-conference-2012_en.htm.

(19) http://europa.eu/legislation_summaries/food_safety/veterinary_checks_and_food_hygiene/index_en.htm

provedbe uredbi o higijeni hrane u kratkim opskrbnim lancima. Održane su tri uspooredne radionice posvećene navedenim temama, uključujući i onu o „Pomoći lokalnim poljoprivrednicima pri ulasku na tržište“.

Sudionici radionica analizirali su i raspravljali o kratkim opskrbnim lancima u različitim državama članicama, glavnim postignućima i izazovima poljoprivrednika vezanim uz lokalne prehrambene proizvode te različitim načinima olakšavanja ulaska na tržište. Poljoprivrednici, kupci i istraživači ne dijele jedinstveno gledište o tim temama, što naglašava složenost

sektora lokalnih prehrambenih proizvoda i kratkih lanaca opskrbe, no sudionici su zauzeli jedinstveni stav oko njihove važnosti te gospodarskih i društvenih učinka.

Njihovi su najvažniji zaključci:

- **Ne postoji jednoznačna definicija kratkih lanaca opskrbe** - taj koncept pokriva aspekte poput kvalitete, mreža, zaštite okoliša, zapošljavanja, etičnosti i kulture. Ključne su odrednice kratkih lanaca opskrbe: veza s lokalnim područjem, međusobno povjerenje kupaca i proizvođača; praćenje podrijetla te

aktivna uključenost lokalnih posrednika i ostalih dionika. Međusobno povjerenje povezano je s razmjenom informacija i umrežavanjem – veći stupanj povjerenja stvara se ukoliko kupac ima priliku komunicirati s proizvođačem. K tome, moderne tehnologije imaju sve važniju ulogu u djelovanju kratkih opskrbnih lanaca, stoga se Internet i kupnja putem interneta moraju prihvatiti kao važna sredstva i platforme lokalne prodaje.

- **Potražnja za domaćim proizvodima raste** - jer kupci zahtijevaju sve veću transparentnost, mora se razmišljati o označavanju proizvoda. Pritom se mora



uzeti u obzir da uvođenje postupka označivanja proizvoda seljacima povećava troškove. Stoga je nužno pronaći ravnotežu između očekivanja kupaca i stvaranja bilo kakvih dodatnih financijskih opterećenja za proizvođače.

- **Što se tiče gospodarskih aspekata, priznata je važnost procesa dodavanja vrijednosti** - iz tog razloga treba promicati tehnike plasmana i infrastrukturu koja bi poticala seljake na izravnu prodaju i prodaju putem kratkih opskrbnih lanaca. Iskustva država članica pokazuju da u tome mogu pomoći obrazovni i savjetodavni seminari za

proizvođače i kupce, koji se mogu organizirati uz pomoć programa ruralnog razvoja. Istodobno, ne smiju se podcjenjivati okolišni i socijalni aspekti kratkih opskrbnih lanaca.

- **Proces javne nabave** koji bi bolničke i školske kuhinje opskrbljivao lokalnim proizvodima mogao bi u budućnosti lokalnim proizvođačima olakšati pristup lokalnom tržištu. Nadalje, **kada je riječ o lokalnoj vlasti**, trebalo bi potaknuti uključivanje dionika u proces donošenja odluka. Sve regulativne odluke na razini Europske unije trebale bi uzeti u obzir regionalne razlike.

Izgleđi za budućnost

Europska komisija nastavit će tražiti rješenja vezana uz probleme poljoprivrede, ruralnog razvoja i sigurnosti hrane, u smislu stvaranja provedivih strategija za stimuliranje i potporu kratkih lanaca opskrbe, posebice na malim gospodarstvima.

U tom su kontekstu iznimno važne brojne predložene mjere Zajedničke poljoprivredne politike nakon 2013. Novi prioriteti ruralnog razvoja odnosit će se na promicanje organizacije lanaca nabave s mogućnošću utjecanja na tržište hrane

© TIM HUDSON





© TIM HUDSON

i kratke lance opskrbe. Države članice dobit će mogućnost u svoje programe ruralnog razvoja uključiti tematske podprograme usmjerene rješavanju specifičnih potreba (među ostalim) malih poljoprivrednih gospodarstava i kratkih lanaca opskrbe. Tijekom konferencije predstavljen je sljedeći popis mjera ruralnog razvoja povezanih s malim poljoprivrednim gospodarstvima i kratkim lancima opskrbe za razdoblje od 2014. do 2020. godine:

- a. Ulaganja i lokalna infrastruktura:
 - Ulaganja u objekte na gospodarstvima
 - Temeljne usluge i obnova sela
- b. Razvoj gospodarstava i poslovanja:
 - Pomoć mladim poljoprivrednicima pri pokretanju posla, nepoljoprivredne aktivnosti u ruralnim područjima i razvoj malih poljoprivrednih gospodarstava
 - Ulaganja u nepoljoprivredne djelatnosti

- Godišnja plaćanja za razvoj gospodarstva „malih poljoprivrednika“
- c. Razvoj vještina/ideja i promocija kvalitete:
 - Prijenos znanja i informacija
 - Savjetodavne usluge, usluge upravljanja poljoprivrednim gospodarstvom i savjetodavna služba za poljoprivrednike
 - Program očuvanja kvalitete poljoprivrednih proizvoda i namirnica
 - d. Suradnja različitih partnera:
 - Zajedničko korištenje strojeva i resursa među malim proizvođačima
 - Promocija aktivnosti povezanih s kratkim lancima opskrbe i lokalnim tržištima
 - Lokalne razvojne strategije (LEADER).

Kao što je Dacian Cioloș – povjerenik Europske komisije za poljoprivredu i ruralni razvoj – naglasio u svom pozdravnom govoru, „moramo produbiti svoja znanja o ovom obliku plasmana proizvoda.

Trebamo ga iznova otkriti. Kada završimo s analizom vjerojatno ćemo zaključiti da se načini funkcioniranja tih novih sustava opskrbe hranom moraju unaprijediti. Treba ih postaviti na pravo mjesto i osigurati im poticajne uvjete za daljnji razvoj.“

Uloga nacionalnih mreža za ruralni razvoj

U ovom broju *Revije ruralnog razvoja Europske unije* prikupljeni su podaci o lokalnim sustavima proizvodnje hrane i kratkim lancima opskrbe iz raznih dijelova Europe. Utvrđeno je da se sektor ubrzano širi kako bi zadovoljio povećanu potražnju, da su njegovi dionici oduševljeni mogućnostima koje se otvaraju, te da postoji velik potencijal za razmjenu dobre prakse te međuregionalnu i međunacionalnu suradnju.

Mnoge su nacionalne mreže za ruralni razvoj već krenule tim putem surađujući na tematskim inicijativama, te se obvezale na daljnju suradnju radi poticanja razvoja sektora, kako u vlastitim državama tako i diljem Unije. Predložen je i niz zajedničkih aktivnosti, između ostaloga i:

- Organizacija europskih dana domaće hrane, sajмова i seminara o lokalnim prehrambenim proizvodima za razmjenu najbolje prakse i stvaranje poslovnih prilika, kojima će se razviti postojeće europske mreže.
- Organizacija različitih tematskih studijskih putovanja za dionike sa svih razina, koja će potaknuti dijalog i razvijanje poslovnih odnosa.
- Stvaranje niza zajedničkih proizvoda i modela za razmjenu informacija.
- Pokretanje međunarodnog projekta o poduzetništvu i kratkim lancima opskrbe za proizvođače, veleprodaju prehrambenih proizvoda i inicijative u turizmu.
- Procjena i širenje informacija o sustavima upravljanja kratkim lancima opskrbe prilagođenim različitim kontekstima, zakonskim okvirima i komunikacijskim strategijama.

- Razvijanje smjernica za stvaranje lokalnih oznaka kvalitete povezanih s kratkim lancima opskrbe radi zadovoljavanja minimalnih standarda vezanih uz kvalitetu, podrijetlo i osobine lanca opskrbe.
- Poboljšavanje i praćenje inicijativa povezanih s kratkim lancima opskrbe i poljoprivrednika, u cilju provedbe potpunog vrednovanja društvenih i gospodarskih učinaka kratkih lanaca opskrbe, koje je trenutno vrlo teško izmjeriti, a što doprinosi stvaranju baze podataka za povezivanje proizvoda, učinkovitih mreža te prilika za sklapanje novih partnerstva.
- Stvaranje modela učinkovitih logističkih sustava, ključnih za razvoj kratkih lanaca opskrbe, koji bi se oslanjali na postojeće logističke kapacitete poljoprivrednika i zadruga uključenih u kratke opskrbe lance, kao i na logističku podršku trećih strana.

LEADER, INTERREG i ostali europski programi savršeni su kanali za provedbu spomenutih aktivnosti po načelu međunarodne suradnje. To će osnažiti sektor u pojedinim regijama, a kratkim lancima opskrbe omogućiti brži i održiviji rast i razvoj. Da bi nadvladale prepreke, grupe u Europi će uvoditi inovacije i iskušavati nove načine stvaranja partnerstva. Razmjene najbolje prakse stimulirati će dionike na razvoj odgovarajućih struktura i aktivnosti za njihove regije.





Kratice korištene u ovom broju *Revije ruralnog razvoja EU-a*

ZPP	Zajednička poljoprivredna politika	IKT	Informacijsko-komunikacijska tehnologija
OR	Odbor regija	LAG	Lokalna akcijska grupa
PPZ	Poljoprivreda koju podupire zajednica	LEADER	Liaison Entre Actions de Developpement de l'Economie Rurale (Veze među aktivnostima za razvoj ruralnog gospodarstva)
OU PRR	Opća uprava za poljoprivredu i ruralni razvoj	NMRR	Nacionalna mreža za ruralni razvoj
EPFRR	Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj	OI	Oznaka izvornosti
EK	Europska komisija	OZP	Oznaka zemljopisnog podrijetla
EMRR	Europska mreža za ruralni razvoj	PRR	Program ruralnog razvoja
EFRR	Europski fond za regionalni razvoj	KLO	Kratki lanac opskrbe
EU	Europska Unija	MSP	Mala i srednja poduzeća
SAMPP	Projekt „Stvaranje alternativnih mreža poljoprivredno-prehrambenih proizvoda“	OTU	Oznaka tradicionalnog ugleda
EPRV	Ekvivalent punog radnog vremena		
HACCP	Analiza opasnosti i upravljanja kritičnim kontrolnim točkama		

Originalna izdanja Revije ruralnog razvoja EU-a još uvijek su dostupna u internetskoj Knjižari EU-a: <http://bookshop.europa.eu>

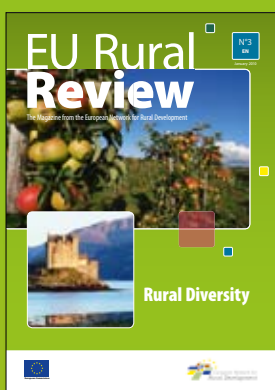
Kako bi poštom besplatno dobivali nove brojeve Revije ispunite obrazac na sljedećoj poveznici: https://webgate.ec.europa.eu/myenrd/myenrd/en/registration_en.cfm



K3-AJ-09-001-EN-C



K3-AJ-09-002-EN-C



K3-AJ-09-003-EN-C



K3-AJ-10-004-EN-C



K3-AJ-10-005-EN-C



K3-AJ-10-006-EN-C



K3-AJ-11-007-EN-C



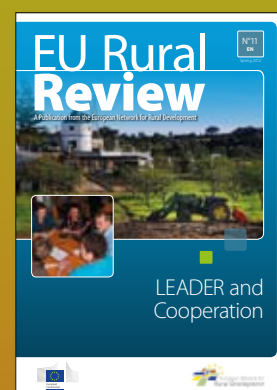
K3-AJ-11-008-EN-C



K3-AJ-11-009-EN-C



K3-AJ-12-010-EN-C



K3-AJ-12-011-EN-C

Financijska sredstva za izdavanje ove publikacije osigurali su partnerskim projektom Zadarska županija i Program Ujedinjenih naroda za razvoj.

online

European Commission
European Network for Rural Development

European Commission > Agriculture and Rural Development > Rural Development > ENRD

Home | Policy in Action | Country | Themes | Leader | Networks & Networking | Publications & Media | Events & Meetings | Info | LOGIN

The European Network for Rural Development is the hub that connects rural development actors across the EU. Discover what the ENRD means to you and how the ENRD is contributing to the effective implementation of rural development strategies through knowledge development, knowledge sharing and exchange and cooperation across Europe. [Read more](#)

Connecting Rural Europe ...

Click on a country flag to connect with rural Europe

Connect with EU

EU Member Countries
Accession to EU in 2013
Candidate countries
Potential candidate countries
Other countries

Share

Search + Advanced search

European Evaluation Network in Rural Development

Key Tools

Subscribe to our mailing list

News

NEW OF THE MONTH: Austria
The Austrian National Rural Network has been fully operational since 2008 and is made up of a consortium of three partner organisations. [More info](#)

- 3d December 2011: EAFRD project examples supporting different types of rural development action in EU forests [PDF]
- 3d December 2011: Demonstrating the variety of food-related projects that can be funded with EAFRD assistance from around the Member States. [PDF]
- 2nd December 2011: [Short guide to the Commission's proposal for rural development after 2013](#) published online

Europska mreža za ruralni razvoj na Internetu:
<http://enrd.ec.europa.eu>

