



Turismul în ecuația produselor de munte

Beneficiile reciproce ale colaborărilor între sectorul agroalimentar și cel turistic.



Parcurgând această broșură aflați care sunt beneficiile precum și perspectivele conexiunii dintre sectorul agro-alimentar și cel turistic. Veți descoperi astfel modele europene viabile ce pot constitui temelia unor viitoare acțiuni similare.



Cuprins:

Potențialul turistic al produselor de munte. 3
Cum promovăm produsele de munte turiștilor?. 4
Europa și traseele gastro-turistice 5
Șase pași pentru o cooperare de succes
cu sectorul turistic 8
Târguri ale fermierilor din România 9
Programul LEADER. 10
Mai multe informații?/Informații de contact 11



Potențialul turistic al produselor de munte

România s-a raliat tendinței general europene de “întoarcere la natură” în privința regimului alimentar. Această opțiune a multor consumatori din țara noastră a generat firesc și o creștere a nivelului vânzărilor de produse tradiționale de proveniență montană. Dar România nu prezintă un potențial uriaș doar în privința produselor alimentare de calitate din zona de munte, ci și în privința turismului montan asociat acestora.

Astfel, mulți producători locali au înțeles că între produsele din zona munte și turism există doar aparentă dualitate, simbioza acestora fiind în fapt reciproc avantajoasă. Prin promovarea produselor agroalimentare de calitate din zonele de munte, aria de proveniență a acestor produse este de asemenea promovată, iar părerile pozitive despre un produs se vor reflecta invariabil și asupra regiunii de origine. Firesc, principiul funcționează și în sens invers: atunci când o regiune este promovată, numărul turiștilor va crește, atrăgând după sine și creșterea numărului de potențiali cumpărători pentru produse de munte.

Preparatele fabricate prin metode tradiționale de către micii producători din zona montană sunt de o certă calitate și îndeplinesc criteriile esențiale ce le plasează în acest segment alimentar de piață:

- sunt produse din materii prime care provin dintr-o zonă montană
- procesarea se realizează într-o zonă de munte
- producția respectă principiile dezvoltării durabile
- producția contribuie la conservarea diversității biologice și a identității culturale a regiunii de proveniență
- producătorii garantează transparența informațiilor pentru consumatori

Cum promovăm produsele de munte turiștilor?

În cadrul proiectului EuroMARC, a fost elaborată o listă de recomandări pentru promovarea turistică a produselor de munte. Iată câteva dintre acestea:

Cooperări posibile între sectorul produselor alimentare de munte și cel turistic:

Turism la fermă: oferiți cazare și sau activități turistice, cum ar fi vizite la fermă în care turiștii pot participa la procesul de producție (culesul fructelor, mulgerea vacilor, presatul strugurilor); organizați acțiuni educative pentru copii sau vizite în împrejurimile fermei.

Oferiți **degustări** de produse la fermă, în gospodărie, în unitățile de procesare, în magazine sau în piețe și târguri

Cooperati cu restaurantele și pensiunile din zonă: vă puteți vinde produsele în aceste locații, dacă îi convingeți să includă produsele dumneavoastră în meniurile lor

Vindeți-vă produsele la **târguri specializate** sau la **evenimente locale și festivaluri**

Creați rețete sau **cărți de bucate** tradiționale, în colaborare cu un bucătar local

Creați-vă o **rețea de proprietari de restaurante/hoteluri** care promovează sau vând produse locale

Organizați evenimente împreună cu alți producători (din alte regiuni), pentru a vă vinde produsele și pentru a maximiza numărul de persoane care le descoperă, apoi invitați-i să consume produsele în regiunea dumneavoastră de origine. Beneficiați de schimbul de experiență.

Creați **trasee tematice** pentru produsele de munte împreună cu alți actori locali (producători, restaurante, proprietari de pârtii de ski, etc)

Europa și traseele gastro-turistice

Scotia – Gustul local

Producătorii din unele zone montane situate în partea de nord-vestul a Scoției au creat o cooperativă cu sprijinul programului LEADER. Prin mijlocirea acestei cooperative, produsele locale sunt distribuite de-a lungul unui traseu turistic. Astfel, o dată pe săptămână, furgonete specializate colectează produsele de la fermierii locali și le livrează pensiunilor și restaurantelor. Optând astfel pentru un sistem de transport durabil, producătorii se asigură că produsele de calitate sunt preluate în meniurile localelor și că turiștii vor căuta aceste produse și cu alte ocazii.



Pentru mai multe informații puteți vizita link-ul: www.tastelocal.co.uk/skye/events/index.html

În cadrul aceleași inițiative, se mai organizează și acțiuni interactive cum ar fi sesiuni de degustări de produse sau cursuri de gătit în colaborare cu restaurante locale.

Iată, așadar, un excelent exemplu de cooperare între sectorul turistic și cel alimentar.

Austria – Traseul brânzei



Dacă doriți să aflați mai multe despre această inițiativă, puteți vizita site-ul: www.kaesestrasse.at
Contact: info@kaesestrasse.at

În cadrul proiectului “Bregenzerwald Käsestraße”, 22 de comune au conlucrat în scopul promovării brânzeturilor locale, de-a lungul unui traseu turistic cu o lungime de 70 de km. Pe această rută, brânzeturile sunt comercializate fie direct de către procesatori, fie prin mijlocirea reprezentanților unor cabane turistice, hoteluri, pensiuni și restaurante, etc. Periodic, de-a lungul întregului circuit se organizează diverse manifestări, fiind promovate astfel produsele culinare de calitate și regiunea din care provin.

România - Cultură și bucătărie locală



Fascinația Transilvaniei cu incitantele ei povești istorice, perpetuă sursă de inspirație pentru mulți scriitori, dar și cultura și gastronomia locală, au transformat Târnava Mare într-o zonă cu un uriaș potențial pentru dezvoltarea turismului rural durabil.

În anul 2005, fundația ADEPT Transilvania a inițiat un program de conservare a biodiversității și dezvoltare rurală



Pentru mai multe informații, puteți consulta site-ul:

www.discoverarnavamare.org,
www.fundatia-adept.org

Contact Fundația ADEPT: Lenke Balint, lenke@fundatia-adept.org

Contact Asociația de turism Târnava Mare: Cornel Stanciu,

info@discoverarnavamare.org

care își propune diversificarea veniturilor prin valorificarea produselor alimentare locale și dezvoltarea turismului rural. Sub umbrela Slow Food, producătorii și consumatorii contribuie la promovarea mâncărilor de calitate superioară.

Turiștii care vizitează Târnava Mare sunt atrași nu doar de așezările săsești sau de bisericile fortificate, ci și de elementele unice ale culturii și bucătăriei locale. Vizitatorii sunt îmbiați să servească masa în cadrul fermelor, a stânelor sau a gospodăriilor tradiționale din zonă ori să participe la diverse activități cum ar fi coacerea pâinii de casă, degustări de produse, întâlniri cu apicultori, fierari și meșteșugari din regiune. La rândul lor, meșteșugarii și micii producători devin și ei prestatori de servicii turistice și obțin venituri suplimentare.

România - Savoare din Bucegi

Ferma Bucegi, din localitatea brașoveană Moeciu de Sus, și-a câștigat un binemeritat renume grație brânzei de burduf maturată în coajă de brad, produs fabricat prin metode tradiționale, dar și serviciilor agroturistice oferite. Ca element de particularitate, managementul fermei și-a asumat încă de la înființare și un rol educativ, de cultivare a gustului pentru produsele agroalimentare de calitate. Astfel, în spiritul conceptului Slow Food, au fost organizate o serie de activități specifice diverselor categorii de vârstă. Un exemplu elocvent în acest sens l-a reprezentat derularea proiectului denumit generic "Prichindeii savurează", prin care preșcolarii din Brașov au vizitat ferma Bucegi cu scopul de a învăța despre metodele tradiționale de prelucrare a laptelui și de a prețui alimentele de calitate și tradițiile culinare ale locului.



Dacă doriți să aflați mai multe despre ferma Bucegi, accesați site-ul:

www.ferma-bucegi.ro

Contact: Marian Popoiu,
contact@ferma-bucegi.ro

Ferma este amplasată într-o mirifică zonă a Bucegilor, atrăgând astfel turiști români și străini și contribuind în același timp la promovarea unui produs de munte local.

Demn de semnalat este și faptul că, în cadrul fermei, funcționează și un centru de procesare a laptelui care este pus la dispoziția tuturor producătorilor din zonă.

Ce concluzii se pot desprinde din aceste exemple?

Modelele prezentate anterior demonstrează, fără putință de tăgadă, că **este posibil să stabilești o cooperare de succes între producătorii de munte și furnizorii de servicii turistice.**

Este însă important să ținem cont de câteva elemente esențiale pentru reușita acestei cooperări:

- turiștii își doresc o **experiență unică**, specifică acestei regiuni.
- **Produsele cu o imagine pozitivă** derivată din calitățile lor unice au **un impact pozitiv și în promovarea regiunii de origine**. Și reciproc, regiunile cu o identitate puternică pot fi folosite pentru promovarea produselor din acel areal.
- **Produsul** de munte promovat odată cu activitățile turistice trebuie să fie **denumit, etichetat și ușor de identificat** (cu un logo, un design pentru ambalaj), astfel încât consumatorii să îl poată identifica și cumpăra din nou, cu alte ocazii.



Șase pași pentru o cooperare de succes cu sectorul turistic

Pentru a stabili o colaborare viabilă cu sectorul turistic este necesară parcurgerea câtorva etape:

1. Identificați **punctele în care puteți lucra împreună** (ex. promovarea zonei montane și a brânzei de oaie prin turism la stână).
2. Identificați **produsele** pe care doriți să le promovați turiștilor
3. Identificați și contactați **serviciile turistice și partenerii locali** pentru a demara un parteneriat (ex. pensiuni agroturistice, restaurante locale, proprietari de stâne).
4. Creați-vă o **strategie de promovare și comercializare** a produselor împreună.
5. Obțineți **consultanță** și **accesați împreună fonduri** pentru proiectul dumneavoastră (ex. prin programul LEADER).
→ Programele LEADER pot susține fermieri, producători și alți actori din lanțul de procesare și comercializare, cât și companiile mici. Pentru a accesa programe și fonduri LEADER, proiectele trebuie să vizeze aspecte legate de economia rurală și comunități locale.
6. **Promovați-vă produsele** astfel încât consumatorii să facă legătura între regiune și produsul dumneavoastră. Asigurați-vă că faceți cunoscute consumatorului toate **caracteristicile unice ale produsului** și că acest produs va fi recunoscut de turiști și pe viitor (ex. prin etichetare).

Important!

Pentru a veni în sprijinul dumneavoastră, am întocmit o listă cu exemple de produse care pot fi promovate turiștilor și o alta cu posibile locații unde puteți solicita astfel de cooperări. Cele două liste vă oferă un punct de plecare, acestea putând fi, bineînțeles, extinse.

Pentru furnizorii de servicii turistice	Pentru fermieri
Listă de produse posibile	Posibili parteneri
Ceaiuri din plante	Pensiuni eco-turistice
Brânzeturi locale	– (completați lista cu pensiunile din zona dvs)
Ape minerale	
Pastramă	–
Cârnați	Restaurante:
Gemuri din fructe de pădure	...
– (continuați propria listă aici)	Birouri de informare turistică...
	Magazine de suveniruri...
	Târguri turistice...
	Școli, Grădinițe...

Târguri ale fermierilor din România

Iată câteva exemple de târguri și evenimente unde vă puteți promova produsele:

- Târgul Țăranului Român – București
(organizat săptămânal): www.targultaranului.ro
- Târgul Slow Food Rodelele Pământului – Brașov
(organizat lunar în Piața Sfatului).
- Târgul Produselor Ecologice și Tradiționale – Sibiu
(organizat bilunar de Muzeul Astra).
- Târguri locale organizate de Fundația ADEPT în
Sighișoara și Mediaș: www.fundatia-adept.org.

Important!

Asociația EcoRuralis afișează pe pagina sa de internet o listă a evenimentelor la care vă puteți promova produsele. Pentru informații suplimentare vizitați: www.ecoruralis.ro/web/ro/Evenimente_Taranesti/

Programul LEADER

LEADER este prescurtarea pentru “Liason Entre Actions de Developpement de l’Economie Rurale” și înseamnă “Legături între economia rurală și acțiunile de dezvoltare”. Aceasta este o abordare folosită de Grupurile de Acțiune Locală (GAL) pentru a pune în aplicare și a finanța strategii locale de dezvoltare, pentru a promova parteneriatele public-private.

După cum arată exemplele din această broșură, programele Leader pot oferi bune oportunități de cooperare între fermele mici și mijlocii din zonele montane.

Programele LEADER pot sprijini rețelele de producție, procesare și distribuție în diferitele lor activități:

- LEADER poate acționa ca platformă regională aducând împreună oamenii potriviți pentru demararea unei cooperări
- Se pot desfășura diferite activități de negociere (lobbying) cu organizațiile și instituțiile regionale pentru a se obține măsurile politice dorite
- Se pot acorda finanțări și suport pentru identificarea unui bun manager în dezvoltarea produselor alimentare tradiționale/de munte
- Se pot acorda fonduri pentru investiții, marketing și cooperarea sectorului alimentar cu alte sectoare regionale sau actori interesați.

Toate acestea înseamnă că agricultura rurală la scară mică poate fi baza pentru dezvoltarea de proiecte LEADER, ducând la îmbunătățirea comunicării și creării unor rețele între actorii implicați în producția, procesarea și comercializarea produselor.

Aceasta se realizează prin organizarea de întâlniri și ateliere de lucru pentru a stabili parteneriate locale și pentru a asigura investiții financiare.

Fiecare județ dispune de un Compartiment de Dezvoltare Rurală, prin intermediul căruia puteți contacta Grupurile de Acțiune Locală.

La adresa www.leader-romania.ro puteți accesa o listă online care include toate Grupurile de Acțiune Locală din România cât și informații adiționale despre programul LEADER. Această resursă a fost realizată la inițiativa Asociației de Prietenie „Ille et Vilaine - Sibiu”.



Mai multe informații?

Mai multe informații despre acest subiect pot fi găsite pe site-ul www.mountaintrip.eu
www.mountaintrip.eu/food

Vă oferim mai multe broșuri:

- despre cooperarea de succes între actorii unui lanț de producție-distribuție,
- despre promovarea și etichetare produselor pe munte,

Fundația Adept Transilvania a publicat de asemenea o broșură asupra normelor de igienă alimentară:
www.fundatia-adept.org/bin/file/foodhygiene_r.pdf

Informații suplimentare despre posibilități de finanțare pot fi găsite și pe site-ul Ecoruralis la:
www.ecoruralis.ro/web/ro/Home/Subventii_

Informații de contact

Textul și realizarea acestei broșuri au fost elaborate în cadrul proiectului **mountain.TRIP**:

mountain.TRIP Workpackage 6,
c/o the Mountain Research Initiative
Institute of Geography, University of Bern, Elveția
Tel: +41 31 631 51 41
drexler@giub.unibe.ch
www.mountaintrip.eu

Conținuturile în limba română și informațiile la nivel regional au fost elaborate în cadrul proiectului **mountain.TRIP**:

Catalina Munteanu
Centre for Mountain Studies,
University of the Highlands and Islands
Perth College, Crieff Road, Perth, PH1 2SY, Scotland
catalina.munteanu@perth.uhi.ac.uk

Această broșură se bazează pe rezultatele proiectului de cercetare EuroMARC.

Obiectivul principal al proiectului EuroMARC a fost de a evalua percepțiile și interesul pentru produse alimentare din zonele de munte în rândurile consumatorilor și comercianților europeni, cu scopul de a găsi modalități de a îmbunătăți aceste produse, contribuind astfel la îmbunătățirea și gestiunea durabilă a diversității biologice, rurale, culturale și economice a arilor montane.

EuroMARC este un proiect inițiat de către Euromontana, Asociația Europeană pentru Cooperarea între Zonele Montane. Informațiile complete despre proiect sunt disponibile în limbile franceză, engleză și germană la www.mountainproducts-europe.org

EUROMONTANA

Place du Champs de Mars, 2
1050 Brussels
Belgium
Tel: +32.2.280.42.83.
Fax: +32.2.280.42.85.
www.euromontana.org

Persoane de contact:

Marie Guitton, marie.guitton@euromontana.org
(Franceză și Engleză)
Ancuta Pasca, ancuta.pasca@euromontana.org
(Română, Franceză și Engleză)

Broșuri realizate cu suportul:

Financiar: EU FP7
Imagini: Fundația ADEPT, Valentin Arvunescu,
Marius Halmaghi, Vasile Turculeț,
Catalina Munteanu

Traduceri: Andrei Ciobanu
Redactare texte: Camelia Moise



