



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Instytucja odpowiedzialna za treść informacji – Fundacja Rozwoju Podhala

Ekspertryza zrealizowana w ramach operacji pt. *Ogólnopolska kampania na rzecz Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności. Realizacja: Fundacja Rozwoju Podhala w ramach umowy nr KSOW/2/2018/038.*

PRZEGLĄD NAJCIEKAWSZYCH INICJATYW SYSTEMÓW KRÓTKICH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW ŻYWNOŚCI (KŁŻ) W POLSCE DLA POTRZEB KAMPANII WIEDZ I MĄDRZE JEDZ

Spis treści

a) Streszczenie.....	3
b) Opis najciekawszych przykładów systemów KŁŻ w kraju (w tym też uzasadnienie). Wskazanie wzorców i przykładów.	5
c) Opierając się na przykładach, opisanie jakie są możliwe rozwiązania do powielenia w Polsce na dziś i jutro. Przykłady i wzorce.	20
d) Jakie są bariery i możliwości dla replikacji i upowszechniania rozwiązań funkcjonujących w Polsce.	20
e) Aspekty prawne, organizacyjne i finansowe.	20
f) Wnioski i zalecenia	23
g) Bibliografia.....	23
Studium Przypadku - Jak zwiększyć skalę działania krótkiego łańcucha żywności	26

Przegląd najciekawszych inicjatyw systemów Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) w Polsce dla potrzeb kampanii „Wiedz i Mądrze Jedz”

a) Streszczenie

W Polsce funkcjonuje obecnie wiele inicjatyw, które można zaliczyć do inicjatyw Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) czyli takich, które łączą bezpośrednio producentów i konsumentów żywności.

Konsumenci coraz częściej chcą kupować produkty żywnościowe, które są świeże, smaczne i autentyczne – i jeszcze po cenach konkurencyjnych – wychodząc z założenia, że kupując wprost od producenta stanowi najpewniejszą metodę na zagwarantowanie jakości przy konkurencyjnej cenie. Z kolei producenci poszukują konsumentów, którzy docenią ich produkty i będą je kupowały regularnie – zapewniając w ten sposób trwały przychód dla sprzedających. Nie ma jednego modelu czy recepty. Natomiast jest wiele inicjatywy i rozwiązań, które próbują doprowadzić do sprzedaży bezpośredniej – aby w ten sposób zagospodarować nadwyżkę finansową wynikającą z wykluczenia pośredników z łańcucha dostaw. Zjawisko KŁŻ przypomina bardziej ruch społeczny niż zorganizowaną próbą zagospodarowania nowych możliwości rynkowych.

Dokonując przeglądu różnorodnych inicjatyw KŁŻ, które funkcjonują dzisiaj w Polsce, zwrócono uwagę na dwie podstawowe kategorie:

- Przedsięwzięcia indywidualnych producentów, które opierają się na sprzedaży bezpośredniej
- Przedsięwzięcia zbiorowe, które opierają się na współpracy większej grupy producentów i konsumentów (m. in. Targi, Kooperatywy Spożywcze, Kluby Zakupowe, Inkubatory Kuchenne, Szlaki Kulinarne).

Warto docenić przedsięwzięcia indywidualnych producentów. Pokazują one, że działając w pojedynkę można stworzyć system KŁŻ, który przynosi korzyści zarówno producentowi jak i konsumentom. Warto podkreślić, że wiele inicjatyw indywidualnych producentów, które osiągnęły sukces rynkowy również ukształtowały rynek na produkty lokalny, które się dzisiaj tak dynamicznie rozwija. Autorzy wielu z tych inicjatyw to pionierzy, którzy stanowią sami w sobie marki autentyczności i jakości. Pokazują na własnym przykładzie co było i jest wciąż możliwe – nawet przy nieprzychylnych przepisach i bardzo konkurencyjnym rynku żywnościowym.

Coraz więcej inicjatyw polegających na zbiorowym działaniu pojawiło się w ostatnich lat w celu osiągnięcia większej skali w zakresie sprzedaży, obniżenia ryzyka i kosztów oraz przyczynienia się do rozwoju lokalnego na rozwój lokalny. Jest też coraz więcej inicjatyw organizowania systemów umożliwiających sprzedaż bezpośrednią również jako odpowiedź dla konsumenta, która coraz częściej i z coraz większą determinacją poszukuje produkty żywnościowe wprost od producenta.

Zjawisko skracania łańcuchów dostaw żywności poprzez tworzenia i rozwijania systemów KŁŻ jest stosunkowo nowym zjawiskiem społecznym i gospodarczym. Różnorodność inicjatyw, które można zaliczyć do problematyki systemów KŁŻ sugeruje, że warto sporządzić bardziej systematyczną inwentaryzację i ocenę efektywności i oddziaływania funkcjonujących systemów KŁŻ.

Kluczem do sukcesu przedsięwzięć KŁŻ to skuteczna współpraca różnych podmiotów. Oznacza to, że w programach wsparcia należy podkreślać i premiować współpracę partnerską.

Sporo funkcjonujących systemów KŁŻ zostało zainicjowanych przez organizacje pozarządowe bądź grupy nieformalne, którym przyświecała misja zmiany uprzemysłowionego systemu żywnościowego, który dominuje w Polsce albo zaprogramowania rozwoju czy też ożywienia gospodarki wiejskiej. We wielu przypadkach przekładało się to na dotacje bądź inne subwencje z programów pomocowych czy też z funduszy publicznych (w szczególności PROW). Wiele inicjatyw KŁŻ jest wciąż uzależnionych od grantów oraz logiki projektowej. Powoduje to problemy z zapewnieniem ciągłości i rozwoju na bardzo konkurencyjnym rynku żywności w momencie gdy kończy się projekt, a wraz z nim dofinansowanie. Problemy pojawiają się w sytuacji, w której organizacji pozarządowej jest trudno przestawić się na myślenie już nie kategoriach dofinansowania, ale w kategoriach konkurencji na rynku kontrolowania kosztów i zwiększania sprzedaży.

Z kolei, pojawiają się biznesowe przedsięwzięcia systemów KŁŻ, które usiłują zagospodarować potrzeby konsumentów poszukujących żywności wiadomego pochodzenia. Te z kolei, z biegiem czasu wykluczają małe gospodarstwa ponieważ większe gospodarstwa mogą zapewnić ciągłość i jakość dostaw. Oznacza to, że publiczne wsparcie dla rozwoju systemów KŁŻ powinno być skierowane do inicjatyw i przedsięwzięć, które angażują małe gospodarstwa, często wyprowadzając je z tzw. „szarej strefy”. Większe gospodarstwa rolne są w stanie sobie poradzić na rynku pod warunkiem, że podejmą współpracę z innymi gospodarstwami.

b) Opis najciekawszych przykładów systemów KŁŻ w kraju (w tym też uzasadnienie). Wskazanie wzorców i przykładów.

W Polsce funkcjonuje obecnie wiele inicjatyw, które można zaliczyć do inicjatyw Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) czyli takich, które łączą bezpośrednio producentów i konsumentów żywności. Konsumentów coraz częściej chcą kupować produkty żywnościowe, które są świeże, smaczne i autentyczne – i jeszcze po cenach konkurencyjnych – wychodząc z założenia, że kupując wprost od producenta stanowi najpewniejszą metodę na zagwarantowanie jakości przy konkurencyjnej cenie. Z kolei producenci poszukują konsumentów, którzy docenią ich produkty i będą je kupowały regularnie – zapewniając w ten sposób trwały przychód dla sprzedających. Nie ma jednego modelu czy recepty. Natomiast jest wiele inicjatyw i rozwiązań, które próbują doprowadzić do sprzedaży bezpośredniej – aby w ten sposób zagospodarować nadwyżkę finansową wynikającą z wykluczenia pośredników z łańcucha dostaw. Zjawisko KŁŻ przypomina bardziej ruch niż zorganizowaną próbą zagospodarowania nowych możliwości rynkowych.

Dokonując przeglądu różnorodnych inicjatyw KŁŻ, które funkcjonują dzisiaj w Polsce, warto zwrócić uwagę na dwie podstawowe kategorie:

- Przedsięwzięcia indywidualnych producentów, które opierają się na sprzedaży bezpośredniej
- Przedsięwzięcia zbiorowe, które opierają się na współpracy większej grupy producentów i konsumentów (m. in. Targi, Kooperatywy Spożywcze, Kluby Zakupowe, Inkubatory Kuchenne, Szlaki Kulinarne).

Warto docenić przedsięwzięcia indywidualnych producentów. Pokazują one, że działając w pojedynkę można stworzyć system KŁŻ, który przynosi korzyści zarówno producentowi jak i konsumentom. Warto podkreślić, że wiele inicjatyw indywidualnych producentów, które osiągnęły sukces rynkowy również ukształtowały rynek na produkty lokalny, które się dzisiaj tak dynamicznie rozwijają. Autorzy wielu z tych inicjatyw to pionierzy, którzy stanowią sami w sobie marki autentyczności i jakości. Pokazują na własnym przykładzie co było i jest wciąż możliwe – nawet przy nieprzychylnych przepisach i bardzo konkurencyjnym rynku żywnościowym.

Najciekawsze i najbardziej inspirujące przykłady inicjatyw indywidualnych producentów, pokazujące również różnorodność tego co można spotkać dzisiaj w Polsce, to:

Krzysztof Maurer – Manufaktura Maurer [Łącko, Małopolska]

www.manufakturamaurera.pl

Krzysztof Maurer to jeden z pionierów ruchu produktu lokalnego. To on, jako jeden z pierwszych, uruchomił już w 2001 roku produkcję soków tłoczonych przy gospodarstwie sadowniczym w Zarzeczcu (gmina Łącko). Warunki były niesprzyjające dla tego typu inicjatywy w tamtym czasie. Ale góralska wytrwałość i upartość, związana nie tylko z kwestiami produkcji, ale również z potrzebą wypracowania różnorodnych kanałów dystrybucji i sprzedaży.

Należy zwrócić uwagę, że to właśnie Krzysztof Maurer jeden z zaledwie kilku producentów w Polsce, wywalczył możliwość legalnej produkcji różnorodnych alkoholów – win owocowych, cydrów i destylatów w różnych smakach. Uruchamiając produkcję i sprzedaż alkoholi tradycyjnych, trzeba było spełnić wszystkie wymogi, które muszą spełniać duże zakłady produkujące alkohole w skali przemysłowej. Patrząc na dzisiejszą Manufakturę Maurera, jest to nie małe osiągnięcie i tłumaczy również dlaczego w Polsce mamy jedynie garstkę legalnie produkujących producentów alkoholi tradycyjnych w skali nieprzemysłowej. Przepisy bezpieczeństwa żywności oraz przepisy podatkowe wciąż są nie sprzyjające dla producentów alkoholi w skali nieprzemysłowej.

Produkty Maurera można spotkać we wielu sklepach na południu Polski, ale można je również kupić bezpośrednio w sklepie w Zarzeczcu bądź za pośrednictwem strony internetowej Manufaktury.



Magdalena Węgiel, Agnieszka Sendor - Pstrąg Ojcowski [Ojców, Małopolska]

<http://pstragojcowski.pl/>

Pstrąg Ojcowski to firma rodzinna założona przez matkę i córkę które postanowiły przywrócić świetność stawom znajdującym się w sercu Ojcowskiego Parku Narodowego. W 2014 wzięły w dzierżawę zrujnowane stawy. Odbudowały je, zakładając hodowlę pstrąga potokowego i postanowiły propagować świadomego i etycznego chowu, edukację społeczności w zakresie historii regionu oraz tradycji kulinarnych związanych z Pstrągiem. Ich niezwykle wysiłek został doceniony tytułem najbardziej innowacyjnym rolniczkom przyznany przed Copa-Cogeca – ogólnoeuropejską organizacją rolniczą. Co ciekawe, że zarówno matka jak i córka nie wywodzą się z rodzin rolniczych z wieloletnimi tradycjami. Rolnictwo był świadomym wyborem Przykład Pstrąga Ojcowskiego pokazuje, że również „ludzie z miasta” mogą osiągnąć sukces w działalności rolniczej. Co może najważniejsze, inicjatywę doceniają również konsumenci. Pstrąga Ojcowskiego wędzonego lub grillowanego można kupić we wielu restauracjach, na Targach w Krakowie oraz na miejscu w Ojcowie.



Witold Śledź Manufaktur Wędliniarska Olchowy Dymek [Bukowiec, Kujawsko-Pomorskie]

<http://olchowydymek.pl/>

Wszystkie wędliny są autorstwa Witolda Śledzia, inicjatora przedsięwzięcia. Wędliny są produkowane z mięsa wieprzowego pozyskiwanego wyłącznie od lokalnych rolników i hodowców. Wędliny wędzone są w sposób tradycyjny dymem olchowym (stąd nazwa firmy). Przepisy, bazują na wielu lat pracy zawodowej Witolda Śledzia, który przyuczał się do zawodu od innego mistrza rzeźnika, nieżyjącego już Kazimierza Kulczyka. W przedwojennej Polsce jak i do dnia dzisiejszego praktykuje się tzw. „świniobicie”, jest to nic innego jak ubój świń u gospodarzy, którzy często na własny użytek pozyskiwali w ten sposób surowe mięso i gotowe wędliny, z pomocą takich ludzi jak Witold Śledź. W takich okolicznościach powstały przepisy i pomysły na wędliny produkowane w firmie Olchowy Dymek. Lata pracy, prób i błędów oraz wielu wyrzeczeń doprowadziły do powstania dzisiejszej firmy P.P.H W. Śledź Manufaktura wędliniarska „Olchowy Dymek”. Produkcja odbywa się na podstawie przepisów Produkcji Marginalnej Lokalnej (MLO). Firma wypracowała własny autorski system sprzedaży polegający na prowadzeniu sprzedaży codziennie w stałych miejscach i targach w innym miejscu ze specjalnie dostosowanego samochodu. W ten sposób, wychodząc do klientów, firma wypracowała grono regularnie kupujących klientów.



Jerzy Dejk, Spizarnia Hrabiny Potulickiej przy Gospodarstwie rolnym Ślesin [Ślesin, Kujawsko-Pomorskie]

<http://www.spizarniahrabiny.pl>

Tradycja hodowli krów oraz przetwórstwa mleka w Ślesinie jest ściśle związana z rozwojem folwarku ślesieńskiego związany z postacią Anieli Potulickiej i liczy sobie blisko 200 lat. Świadectwem i spadkobiercą tej tradycji jest dziś mała serownia, która mieści się w dawnych zabudowaniach folwarcznych. W niedużym budynku, w sąsiedztwie obór znajdują się urządzenia do warzenia prawdziwego wiejskiego sera, który wytwarzany jest tak jak dawniej ze świeżego mleka krowiego zaraz po udoju. Mleko wykorzystywane do produkcji serów pochodzi od krów z własnej hodowli, więc wielkość produkcji jest ograniczona. Produkcja się odbywa zgodnie z przepisami produkcji marginalnej, lokalnej, ograniczonej (MLO). Sery powstają według tradycyjnych receptur. W serowni warzone są dwa rodzaje serów: Sery Hrabiny, szlachetne, długo dojrzewające, których okres dojrzewania wynosi przynajmniej 3 miesiące oraz Sery Ślesieńskie - świeże, leżakujące w naszej dojrzewalni zaledwie kilka dni. Sery można kupić w sklepiku przy serowni bezpośrednio od producenta oraz w wybranych sklepach w okolicach Bydgoszczy.



Barbara i Bartosz Idczak - Gospodarstwo Agroturystyczne Lawendowa Osada

[Przywidz, Pomorskie]

<http://lawendowaosada.pl/>

<https://www.facebook.com/lawendowa.osada/reviews/>

Lawendowa Osada jest ekologicznym gospodarstwem agroturystycznym otoczonym lasem, w którym uprawiane jest kilkanaście odmian lawendy. Jest to jednym z największych upraw lawendy w Polsce. Produkowana lawenda jest wykorzystywana zarówno w żywności, kosmetykach jak i wielu innych produktach. Goście mają dostęp do produktów i posiłków na bazie lawendy. Posiłki opierają się na własnych produktach i produktach od lokalnych dostawców – sąsiadów z gospodarstw ekologicznych (dżemy, jaja, sery i inne). Gościom proponuje się dania z kuchni zarówno regionalnej jak i kuchni typu fusion, śródziemnomorskiej często z dodatkiem własnej lawendy i przetworów z lawendy. W Lawendowej Osadzie cyklicznie organizowane są warsztaty związane z tematyką uprawy, zastosowania, przetwarzania lawendy oraz nawiązujące do tradycyjnych metod wytwarzania żywności i innych produktów.



Mirosław Barczak – Cedry Gospodarstwo Ekologiczne [Cedry Wielkie, Pomorskie]

<https://www.facebook.com/cedryeko>

Jedno z pierwszych gospodarstw ekologicznych w Polsce. W roku 1993, gospodarstwo otrzymało atest nr 93003 nadany początkowo przez Stowarzyszenie Ekoland, a później nadawany przez niezależną jednostkę certyfikującą posiadającą uprawnienia państwowe Agro Bio Test. Gospodarstwo o pow. 5,42 ha położone jest na Żuławach Wiślanych. Uprawę ekologiczną rozpoczęto przed rozpropagowaniem środków ochrony roślin wśród rolników dlatego gleby zawierają bardzo niską zawartość metali ciężkich i brak pozostałości środków ochrony roślin. W gospodarstwie funkcjonuje mała przetwórnica wyposażona w profesjonalny sprzęt i urządzenia pozwalające na przetwarzanie własnych warzyw i owoców w sposób higieniczny i zachowujący ich właściwości prozdrowotne. Mirosław Barczak wypracował swoją markę i pokazuje poprzez własną wytrwałość, że rolnictwo ekologiczne może być sposobem na życie.



Opisane wyżej przedsięwzięcia pokazują, że działając indywidualnie można wypracować własną formułę biznesu, tworząc system sprzedaży bezpośredniej polegający na budowaniu relacji bezpośrednio z kupującym. Odniesiony sukces jednak wymaga ogromnego zaangażowania oraz wiary, że można wywalczyć na rynku swoje miejsce. Warto jednak pamiętać, że nie każdy jest przedsiębiorczy i nie każdy jest w stanie wytrzymać presję walki na rynku. Z tego powodu jest wiele przykładów porażek i niepowodzeń. Działania indywidualne, wzorowane czy też inspirowane, przez opisane wyżej przykłady stanowią trudne wyzwanie ponieważ rynek jakościowej żywności jest bardzo wymagający.

Coraz więcej inicjatyw polegających na zbiorowym działaniu pojawiło się w ostatnich lat w celu osiągnięcia większej skali w zakresie sprzedaży, obniżenia ryzyka i kosztów oraz przyczynienia się do rozwoju lokalnego na rozwój lokalny. Jest coraz więcej inicjatyw organizowania systemów umożliwiających sprzedaż bezpośrednią również jako odpowiedź dla konsumenta, która coraz częściej i z coraz większą determinacją poszukuje produkty żywnościowe wprost od producenta.

Najciekawsze i najbardziej inspirujące przykłady inicjatyw zbiorowych, pokazujące również różnorodność tego co można spotkać dzisiaj w Polsce, to:

TARGI

Najstarsza i najbardziej sprawdzona forma sprzedaży bezpośredniej to targ. Do niedawna, targowiska w Polsce, w szczególności w dużych miastach, były zdominowane przez pośredników. Na przykład, w Krakowie funkcjonowało do niedawna 16 targowisk, wszystkie zdominowane przez pośredników. Inicjatywa Targu Pietruszkowego na Podgórzu w Krakowie podjęta przez Stowarzyszenie Przyjaciół Podgórza, Małopolskie Stowarzyszenie Rolników Ekologicznych Natura oraz Fundację Partnerstwo dla Środowiska w roku 2014 doprowadziła do powstania targu, ograniczających sprzedających do rolników oraz małych przetwórców żywności. Targ Pietruszkowy okazał się wielkim – i co ważniejsze – trwałym zjawiskiem. W wyniku jego działalności, powstały kolejne Targi Rolników, a istniejące targi miejskie stały się bardziej otwarte dla rolników chcących sprzedawać swoje produkty wprost konsumentom.

Niemal w każdym większym mieście w Polsce funkcjonują Targi produktów żywnościowych wprost od rolników i małych przetwórców. W tym zakresie są inicjatywy zbiorowe samych rolników czy producentów, ale są też inicjatywy organizacji społecznych propagujących zdrowsze żywienie, przedsiębiorców poszukujących biznesowe rozwiązania oraz samorządy i inne instytucje publiczne poszukujące formuły na promocję i rozwój gminy, powiatu czy też województwa. Najciekawsze przedsięwzięcia w tym zakresie to:

Biobazar [Warszawa, Katowice]

<https://biobazar.org.pl/>

<https://www.facebook.com/pg/BioBazar.Warszawa>

Biobazar to targ z ekologiczną żywnością, który kieruje swoją ofertę do fanów kuchni, gotowania i zdrowego stylu życia. Na targu sprzedają rolnicy i producenci z certyfikatem ekologicznym (zielony listek). Biobazar funkcjonuje w Warszawie i Katowicach. Organizatorem Biobazaru to spółka MyEcolife Sp. z o.o. Klienci mogą zamówić zakupy telefonicznie. Biobazar wypracował swoją markę i jest jednym z najważniejszych punktów sprzedażowych dla rolników ekologicznych w Warszawie.



Zielony Targ [Poznań]

<http://www.poznanskizielonytarg.pl>

Zielony Targ to regularne sobotnie wydarzenie na Placu Bernardyńskim w Poznaniu. Targ powstał w roku 2011 i umożliwia konsumentom dostęp do produktów przetworzonych i nieprzetworzonych z gospodarstw ekologicznych i tradycyjnych.



Bazar Kociewskie Smaki [Starogard Gdański]

<https://www.facebook.com/KociewskieSmaki.Starogard/>

Bazar dedykowany jest żywności naturalnej, tradycyjnej i ekologicznej. Inicjatywę jego utworzenia w Starogardzie podjęło dwóch pasjonatów zdrowego odżywiania się – Sławomir Małkiewicz i jego żona Paulina Filipowicz. Od lat prowadzą własne gospodarstwo w Szczodrowie Wybudowanym koło Skarszew. Mają też winnicę, nazywaną „Szczodre Pole”, na której hodują owoce miękkie. Robią z nich octy smakowe, dresingi do sałat, dżemy i soki. Bazar zachęca konsumentów do kupowania bezpośrednio w gospodarstwach oraz wytwórniach producentów.



Targ Pietruszkowy (Kraków)

<https://targpietruskowy.pl/>



Targ Pietruszkowy powstał w 2013 roku jako przedsięwzięcie Stowarzyszenia Miłośników Podgórze z potrzeby chwili przy wsparciu Fundacji Partnerstwo dla Środowiska oraz Małopolskiego Stowarzyszenia Rolników Ekologicznych Natura. Chodziło o ożywienie Krakowa po prawej stronie Wisły. Targ Pietruszkowy zmieniła oblicze dzielnicy, która z zakupowej pustyni stała się ekologiczną oazą Krakowa. Na Targu można kupić najlepsze produkty żywnościowe wprost od rolników i producentów. Producenci muszą spełnić 3 wymogi: (1) odległość gospodarstwa powinna wynosić do ok. 150 km od Krakowa; (2) posiadać certyfikat ekologiczny lub wyrazić zgodę na poddanie się niezapowiedzianym badaniom laboratoryjnym; (3) rolnik lub przetwórcza sprzedaje swoje produkty sam lub sprzedaż prowadzona jest przez kogoś z jego rodziny. Targiem zarządza dziś Fundacja Targ Pietruszkowy.

KOOPERATYWY SPOŻYWCZE.

W większości większych miast funkcjonują inicjatywy Kooperatyw Spożywczych¹. Jest ich ponad 20 w Polsce i stanowią ruch społeczny. Są to czymś w rodzaju spółdzielni, której członkowie wspólnym wysiłkiem zaopatrują się w żywność bezpośrednio u producentów. Wynajdują i organizują dostawcę. Celem nie jest zysk, lecz pozyskiwanie dobrej jakości produktów w możliwie niskich cenach. Jest to odpowiedź na potrzeby konsumentów, którzy chcą sobie zapewnić dostęp do żywności wiadomego pochodzenia. Kooperatywy we wielu przypadkach funkcjonują nieformalnie, natomiast łączy ich idea spółdzielczości czyli wartości współpracy, współdecydowania i samopomocy. Jako działalność zbiorowa, Kooperatywy zajmują się sprawami logistycznymi, angażując rolników i producentów, którzy często nie mają możliwości sprzedaży na targu bądź chcą zapewnić sobie stałych klientów. Model Kooperatywy polega na dostarczaniu członkom wymierne korzyści w postaci dostępu do jakościowej żywności, ale wymaga od nich zaangażowania. Każdy musi przepracować określoną liczbę godzin miesięcznie na rzecz wspólnoty oraz uczestniczyć w spotkaniach, na których reguły

¹ Potkańska D. (2013) Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków. Odradzający się ruch żywieniowy kooperatyw spożywczych w Polsce – przykład Warszawy. <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/5186>

funkcjonowania są ustalane wspólnie. Nie ma szefów czy przewodniczących czy też właścicieli. Członkowie muszą znaleźć sposób na porozumienia się wzajemnie. Niektóre Kooperatywy działają jako grupy zamknięte ograniczając się do organizacji zakupów. Inne podejmują również działania społeczne i edukacyjne.

Przykłady działalności Kooperatywy w Polsce² to:

Częstochowa

Kooperatywa Spożywcza w Częstochowie

<https://www.facebook.com/kooperatywa.jurajska/>

Aby dołączyć do Kooperatywy Spożywczej w Częstochowie, należy przyjść na spotkanie organizacyjne. Po zaakceptowaniu warunków i uiszczeniu 35 złotych opłaty wpisowej zostajemy członkami kooperatywy. Zobowiązuje nas to do poświęcenia dwóch godzin miesięcznie na pracę na rzecz wspólnoty. Do wyboru mamy między innymi pozyskiwanie nowych dostawców, zarządzanie stroną internetową, transport czy koordynację zamówień. Wspólnota dba o utrzymywanie stałych relacji z zaopatrującymi ją wytwórcami, nadaje im też własny certyfikat zaufania społecznego.



Elbląg

Kooperatywa Żuławy

<https://www.facebook.com/pg/KoopaZulawy>

www.stowarzyszenieperspektywa.org

Koordinatory zamówień z Kooperatywy Żuławy są jednocześnie rolnikami. Sami pakują produkty – w miarę możliwości do zapewnionych przez kooperantów opakowań i kartonów, by uniknąć produkowania zbędnych śmieci. Następnie dowożą produkty pod wskazane przez zamawiających adresy. Z każdego zamówienia 10% kwoty jest przekazywane na fundusz gromadzki mający wspierać inicjatywy edukacyjne, społeczne i kulturalne. Członkowie kooperatywy mogą nie tylko cieszyć się smakiem pysznego jedzenia, ale także odwiedzać rolników, z którymi współpracują, by pomóc im w dbaniu o gospodarstwo lub po prostu odpocząć na łonie natury. Inicjatywa powstała w 2016 roku.



² <https://www.kukbuk.pl/wiadomosci/czy-wiesz-ze/tu-nie-chodzi-o-biznes-ale-o-wartosci-kooperatywy-spozywcze-w-polsce/>

Gliwice **Kooperatywa Tomata**

<https://www.facebook.com/tomatagliwicka>

www.tomata.pl

Członkowie Tomaty zobowiązują się przepracować w miesiącu przynajmniej dwie godzinny na rzecz kooperatywy. Jest to głównie praca przy paczkowaniu zamówień, jednak zdarza się, że koordynator zwraca się z prośbą o wykonanie innego zadania. Każdy może też zgłosić własny pomysł na pomoc wspólnocie. Choć członkowie nie płacą miesięcznych składek, kooperatywa dysponuje tak zwanym funduszem gromadzkim. Składają się na niego wpłaty wpisowe nowych członków oraz „marża” w wysokości 10% nakładana na każde zamówienie. Tomata współpracuje z zaprzyjaźnioną Fundacją na Zielonym, z którą organizuje mnóstwo ciekawych wydarzeń: od akcji wymiany książek, przez ekologiczne pikniki i targi, po spotkania o tematyce kulinarnej.



Lublin

Kooperatywa Lubelska

<https://www.facebook.com/kooperatywa.lublin/>

<https://lubelskakooperatywa.wordpress.com/about/>

Kooperatywa Lubelska nie zajmuje się tylko zamawianiem żywności. Prowadzi też skierowany do mieszkańców Lublina projekt „Wspólna przestrzeń”, w którego ramach organizuje warsztaty, szkolenia i imprezy. Ich celem jest integrowanie społeczności lokalnej poprzez kontakt z kulturą i dobrym jedzeniem. Zapisując się do kooperatywy deklarujemy 3 godz. w miesiącu swojego zaangażowania w trakcie, których uczestniczymy w co najmniej jednej z grup roboczych, do których wpisujemy się poprzez grafik. Zgłaszamy się do konkretnych zadań, które są niezbędne do działania funkcjonowania grupy zakupowej. Chodzi o pakowanie marchewki, ważenie eko pieczarek, kontakt z rolnikami, prace nad stroną internetową



Łódź

Kooperatywa Spożywcza w Łodzi

<https://www.facebook.com/kooperatywa.lodz/>

www.lodz.kooperatywaspozywcza.pl

Łódzka kooperatywa powstała w 2010 roku i czerpie inspiracje z tradycji przedwojennej polskiej spółdzielczości. W związku z tym kładzie duży nacisk nie tylko na jakość zamawianej żywności, ale także na integrację wspólnoty i samopomoc. Część pieniędzy odkładanych na fundusz gromadzki (10% wartości zakupów) jest przeznaczana na realizację celów socjalnych, czyli na przykład pomoc członkom kooperatywy, którzy mają kłopoty finansowe. Reszta ma wspierać propagowanie idei sprawiedliwości społecznej. Osoby udzielające się w



kooperatywie wykonują różne zadania przy koordynacji zamówień – angażują się w nie według własnych potrzeb i możliwości.

Nowy Sącz

Kooperatywa Sądecka

<https://www.facebook.com/sadeckakooperatywa>

www.sadeckakooperatywa.pl

Kooperatywa Sądecka działa na zasadzie sklepu internetowego. Zrzesza miłośników i wytwórców dobrej jakości produktów, ale nie trzeba być jej członkiem, by złożyć zamówienie. W ofercie, prócz żywności, znajdziemy środki czystości, kosmetyki, książki, a nawet naczynia czy... ogrodowe szklarnie kopułowe. Istotnym elementem działalności wspólnoty są cotygodniowe Spotkania Czwartkowe, podczas których odbywają się warsztaty, prelekcje i wykłady z rozmaitych dziedzin: na temat zdrowego żywienia, podróży czy zagadnień społecznych.



Płock

Płocka Kooperatywa Spożywcza

<https://www.facebook.com/pg/kooperatywaplock/about>

<http://koop.vitkov.pl>

Kooperatywa z Płocka stawia sobie za cel rozwijanie wzajemnej pomocy pomiędzy jej członkami i producentami. Podejmuje działania propagujące świadomość konsumencką i ideę spółdzielczości. Każdy członek podczas zakupów jest zobowiązany uiścić datek na kooperatywę w wysokości 7% wartości zamówienia. Pieniądze te, jak również opłaty wpisowe wnoszone przez nowych członków, zasilają fundusz gromadzki. Opłacane są z niego bieżące potrzeby kooperatywy oraz wydatki związane z organizacją spotkań, imprez i wycieczek. Dzięki niemu członkowie w trudnej sytuacji materialnej mogą liczyć na wsparcie.



Poznań

Poznańska Kooperatywa Spożywcza POKOSPOKOO

www.poznanskakooperatywa.pl

<https://www.facebook.com/pg/PoznanskaKooperatywaSpozywcza>

POKOSPOKOO to kooperatywa wegetariańska. Powstała w roku 2012. Praca na jej rzecz polega na przygotowywaniu i wydawaniu cotygodniowych zakupów, pomocy przy obsłudze portali społecznościowych, organizowaniu spotkań czy pisaniu artykułów. Można również pomagać rolnikom w pracach polowych. Kooperatywa pozwala na sporą elastyczność w pełnieniu wyznaczonych funkcji, tak aby każdy mógł dostosować je do swojego trybu życia i preferencji. Poza opłatą członkowską uczestnicy dopłacają 8% wartości każdego zamówienia na rzecz kooperatywy. Wspólnota angażuje się w rozmaite akcje kulturalne i edukacyjne. Właśnie ruszył jej nowy projekt: gospodarstwo ogrodnicze, do którego będzie można wpaść, aby aktywnie uczyć się uprawy roślin i kompostowania. W ogrodzie mają się też odbywać wspólne pikniki.



Warszawa

Kooperatywa Grochowska

<https://www.facebook.com/pg/Kooperatywa-Grochowska-271104212954599>

www.kooperatywagrochowska.pl

Założona w 2009 roku przez grupę młodych matek Kooperatywa Grochowska była jedną z pierwszych tego typu inicjatyw w Polsce. Jednym z jej głównych celów, poza zakupami, jest działalność na rzecz lokalnej społeczności. Spotkania kooperatywy oraz wspólna praca są okazją do spotkania, poznania nowych ludzi i nawiązania przyjaźni. W 2014 roku członkowie powołali Fundację Kooperatywy Grochowskiej, która dziś zajmuje się między innymi ochroną tradycyjnych metod wytwórstwa i produkcji żywności oraz aktywizacją młodych mam. Pomaga też w prowadzeniu jadłodielni na Grochowie.



Warszawska Kooperatywa Spożywcza

<https://www.facebook.com/Warszawska-Kooperatywa-Spozywcza-122929004555712/>

www.wks.waw.pl

Powstała w 2010 roku na warszawskim Żoliborzu. Dziś prowadzi stowarzyszenie i ma siedzibę w Solatorium – domku fińskim na Jazdowie. Intensywnie angażuje się w problematykę społeczną. Poprzez organizację szkoleń, warsztatów i spotkań propaguje idee zrównoważonego rozwoju, sprawiedliwego handlu, wegetarianizm. Podejmuje działania na rzecz praw człowieka, równości demokracji. Członkowie raz na pół roku uiszczają składki w wysokości 30 złotych, a raz w miesiącu muszą przepracować przynajmniej półtorej godziny na przykład przy wydawaniu zakupów.



Kooperatywa „Dobrze”

<https://www.facebook.com/pages/Kooperatywa-Spozywcza-DOBRZE>

www.dobrze.waw.pl

Ta zrzeszająca ponad 250 osób warszawska spółdzielnia lada chwila będzie świętować piąte urodziny. Prowadzi dwa sklepy stacjonarne w Warszawie. Zakupy może w nich zrobić każdy, ale zniżkę otrzyma tylko ten, kto okaże specjalną kartę członkowską. Jak zostać jej szczęśliwym posiadaczem? Wystarczy przyłączyć się do inicjatywy, w każdym miesiącu opłacać składkę i przepracować w sklepie trzy godziny.



Wrocław

Kooperatywa Wrocław

<https://www.facebook.com/KooperatywaSpozywczaWroclaw/>

<https://kooperatywawroclaw.wordpress.com>

Kooperatywa Wrocław działa, jak sama nazwa wskazuje, na terenie Wrocławia, ale obsługuje cały Dolny Śląsk. Zapewnia osobom zrzeszonym dużą swobodę i indywidualizację zamówień. Nie ma składek ani konieczności robienia regularnych zakupów.



KLUBY ZAKUPOWE

Kluby Zakupowe działają według zasady krótkich łańcuchów – od producenta do klienta, bez zbędnych pośredników. System jest bardzo prosty: z jednej strony grupa lokalnych rolników i małych przetwórców, a z drugiej grupa konsumentów. Pośrodku organizator, która kojarzy jednych z drugimi – najczęściej wykorzystując narzędzia informatyczne oraz inne działania edukacyjne. Podstawowa idea to budowa stałej grupy współpracujących ze sobą producentów i konsumentów. Liczą się relacje osobiste. Nie ma tu anonimowości.

Operacyjnie, Kluby działają w różnych formułach „sklepów internetowych”. Zazwyczaj rolnicy uczestniczą w organizacji Klubu, zajmują się przygotowaniem, pakowaniem i dostarczaniem żywności do punktów odbioru lub bezpośrednio do domu klienta. Klub ma opiekuna, który koordynuje wszystkie działania. Niewielka marża, jaką dodaje się do ceny sprzedawanych produktów, pokrywa koszty organizacyjne i księgowo. Pozostałe pieniądze trafiają bezpośrednio do rolników. Najczęściej Kluby nastawione są na sprzedaż produktów lokalnych, sezonowych, wytwarzanych oraz przetwarzanych metodami naturalnymi i tradycyjnymi.

Prosto z Pola [Bydgoszcz, Kujawsko-Pomorskie]

www.prostozpola.pl

W Bydgoszczy od kilku lat funkcjonuje Klub Zakupowy, który powołała grupa młodych małżeństw - rodzin z jednego z bydgoskich osiedli. Postanowili oni sami znaleźć sobie rolników dostawców owoców, warzyw i innych produktów prosto od rolnika. Zamówienia odbywają się przez stronę internetową, a obecnie portal społecznościowy. Dostawy trafiają w jeden punkt odbiorczy. Powstał również



sklep. Członkowie inicjatywy organizują spotkania rodzinne u rolników, odwiedzają się wzajemnie edukując łasne dzieci i nabierając zaufania jako konsumenci do konkretnego producenta.

Koszyk Lisiecki [Liszki, Małopolska]

www.zakupy.koszyklisiecki.pl

Klub Zakupowy Koszyk Lisiecki powstał wiosną 2014 roku z inicjatywy grupy rolników podkrakowskich przy wsparciu Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Początkowo funkcjonował jako inicjatywa nieformalna. Natomiast z biegiem czasu, Klub nabrał rozmachu, angażując coraz więcej rolników i pozyskując coraz więcej kupujących. Od 2015 roku, Klub wykorzystuje platformę internetową, którą wykorzystują zarówno producenci jak i konsumenci do dokonywania transakcji. Odbywają się one w formie cotygodniowych sesji sprzedażowych. Za każdym razem, producenci przygotowują ofertę, a konsumenci dokonują zamówienia on-line, wskazując punkt odbioru, który jest dla nich najbardziej wygodny. W Koszyku możemy znaleźć około 200 różnych produktów od prawie 30 lokalnych rolników i przetwórców. Oczywiście wszystko zależy od pory roku, gdyż Klub bazuje na produktach sezonowych. Dla zapewnienia pełnej oferty, niektóre produkty, których brak w ziemi Lisieckiej, dowożone są z okolicy (nie dalej niż 50 km). Nie znajdziecie w Koszyku świeżych malin czy pomidorów w grudniu, bo po prostu wtedy nie rosną. Produkty są świeże - zbierane lub przygotowane w dniu odbioru. W Koszyku regularnie kupuje ponad 300 klientów z gminy Liszki, a także Krakowa. Narzędzia internetowe oraz inne rozwiązania organizacyjne wypracowane przez Klub na przestrzeni lat są udostępniane tym, którzy są zainteresowani uruchomieniem własnych Klubów Zakupowych. Rolnicy-inicjatorzy powołali Stowarzyszenie Koszyk Lisiecki, które organizuje i rozwija Klub Zakupowy.



Lokalny Rolnik

www.lokalnyrolnik.pl

Lokalny rolnik polega na organizacji wirtualnego targowiska. Organizatorzy nie kupują produktów od rolników i nie sprzedają ich dalej, jak robią to sklepy. Producenci są w pełni samodzielni, ustalają ceny, dysponują firmowymi podstronami na platformie Lokalny Rolnik i otrzymują informację zwrotną na temat swoich produktów w postaci opinii klientów. Z Lokalnego Rolnika korzysta ponad 90.000 rodzin, które funkcjonują w 202 Klubach Zakupowych na terenie całego kraju.



Paczka od Rolnika [Rzuchowa, Małopolska]

<http://www.paczkaodrolnika.pl/>

Przedsięwzięcie zostało zainicjowane i jest wciąż realizowane wyłącznie przez rolników ekologicznych. Rolnicy realizują sprzedaż swoich własnych produktów pod marką „Odrolnika” i w formie tzw. „Paczki od rolnika”.



Wszyscy producenci prowadzą sprzedaż bezpośrednią, a stowarzyszenie GRUPA ODROLNIKA pełni funkcję koordynatora zajmując się równocześnie rozwojem przedsięwzięcia i promocją idei sprzedaży bezpośredniej. Nie jest pośrednikiem w procesie sprzedaży w klasycznym znaczeniu tego pojęcia. Dzięki formule paczki, rolnicy uzyskują zdecydowanie lepszą cenę za swoje produkty zaś konsumenci mają dostęp do świeżej, wysokiej jakości żywności wiadomego pochodzenia w znacznie niższej cenie. Konsument zamawia swoją paczkę przez internet. Paczki są dostarczane raz w tygodniu (wtorki) kurierem, głównie na terenie Krakowa i Tarnowa. Są też klienci w innych częściach Polski. Kurier działa na terenie całej Polski. Dopuszczalna waga do 30 kg. Ze względów logistycznych kurierem wysyłamy jedynie suche warzywa i owoce.

INKUBATORY KUCHENNE

Według szacunków Ministerstwa Rolnictwa, w Polsce powstanie w najbliższym czasie prawie 100 inkubatorów kuchennych z inicjatywy Lokalnych Grup Działania (W Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), który finansuje te przedsięwzięcia, są one nazywane inkubatorami przetwórstwa lokalnego). Są to budynki z wyposażonymi kuchniami, które spełniają wszystkie wymogi bezpieczeństwa żywności. Ich rola polega na umożliwianiu drobnym rolnikom możliwość przygotowania i przetwarzanie produktów ze swoich gospodarstw. Jest to niezbędny element budowania wartości produktów, które rolnik może następnie sprzedać zwiększając przychody w ten sposób swojego gospodarstwa. Nie musi inwestować w wyposażeniu kuchni czy też zakupu urządzeń we własnym gospodarstwie. Inkubatory Kuchenne z założenia sprzyjają działalności zbiorowej rolników z określonego regionu, świadcząc im usługę udostępniania kuchni oraz doradztwa i szkoleń.

Dzisiaj w Polsce funkcjonuje już kilka Inkubatorów Kuchennych, które są wzorcem oraz inspiracją dla tych, którzy dopiero planują uruchomienie podobnych inicjatyw.

Inkubator Kuchenny w Stryszowie [Małopolska]

<http://www.inkubator-kuchenny.pl/>

Pierwszy Inkubator Kuchenny w Polsce powstał w roku 2016 w Stryszowie w Małopolsce z inicjatywy Lokalnej Grupy Działania Gościniec 4 Żywiołów przy wsparciu i współpracy Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Rolnicy i przetwórcy z regionu uczestniczyli w procesie planowania, budowy oraz wyposażenia Inkubatora, stając się jego użytkownikami. Inkubator organizuje szkolenia i motywuje

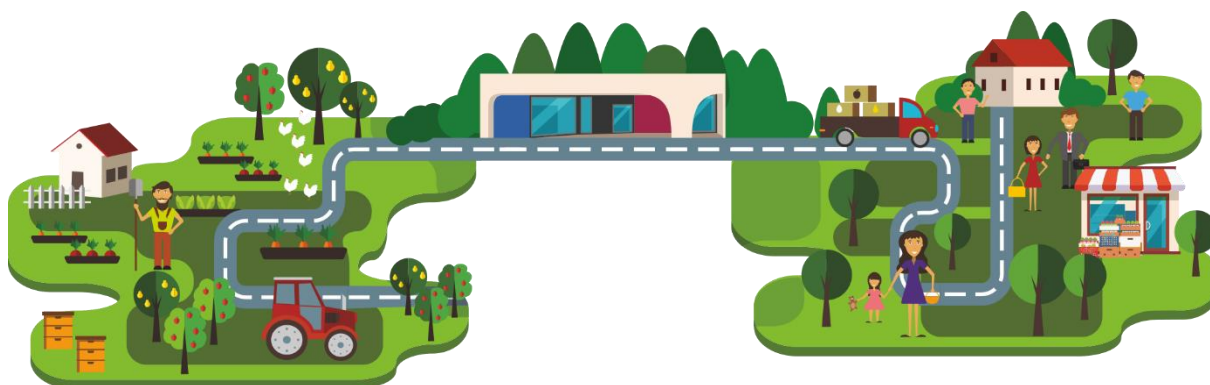
potencjalnych przedsiębiorców do podejmowania i rozwijania własnej działalności w zakresie przetwórstwa i sprzedaży żywnościowych produktów lokalnych oraz gastronomii. Szkolenia zaproponowane dla działalności inkubatora wynikają ze specyficznych potrzeb rosnącego rynku i podaży w branży gastronomicznej, co powoduje potrzebę poszukiwania przez te podmioty nowych pomysłów na produkty oraz doskonalenie personelu. Z inkubatora stale korzysta ok. 50 rolników i przetwórców. Przy Inkubatorze powstała również Spółdzielnia Smaki Gościńca, która zatrudnia osoby bezrobotne i zrzesza indywidualnych i drobnych producentów żywności z terenu powiatu wadowickiego. Spółdzielnia wykorzystuje Inkubator, zajmując się wytwarzaniem gotowych posiłków i dań, produkcją m.in. soków, pieczywa i wyrobów cukierniczych. Prowadzi również Klub Zakupowy „Kokoszyk – Kooperatywa Lanckorońska”. Wspólna praca daje członkom spółdzielni możliwość realizowania swoich pasji, ale także sprzyja aktywizacji zawodowej i społecznej. Z kolei turyści oraz konsumenci mają dostęp do produktów wprost od rolników.



Inkubator Przetwórczy w Dwikozach [Dwikozy, Sandomierskie]

<http://dobresandomierskie.pl/>

Inkubator Przetwórczy w Dwikozach powstał w 2016 roku z inicjatywy Ośrodka Promowania Przedsiębiorczości w Sandomierzu przy współpracy Gminy Dwikozy. Inkubator zapewnia dostęp do infrastruktury niezbędnej do wytwarzania regionalnych produktów na bazie lokalnego surowca i tradycji. Dla wielu korzystających producentów żywności korzystanie z infrastruktury inkubatora stanowi pierwszy etap na drodze do utworzenia własnego zakładu przetwórczego. Zamiast zaczynać od kosztownej inwestycji związanej z budową nowego zakładu, producent żywności nieprzetworzonej może sprawdzić swoje umiejętności przetwórcze oraz możliwości wprowadzenia na rynek (opakowanie, etykietowanie, dystrybucja i sprzedaż) oryginalnego, własnego produktu w zgodzie z przepisami sanitarnymi. Wiele produktów wykreowanych przy wsparciu Inkubatora trafia do sklepu Spizarnia Sandomierska w Sandomierzu, który prowadzi Ośrodek.



Inkubator Przetwórstwa w Malachowie Szemborowice [Witkowo, Wielkopolska]

<http://stowarzyszenieswiatowid.pl/>

Inkubator w Witkowie powstał z inicjatywy Lokalnej Grupy Działania (LGD) Światowid w 2016 roku. Inkubator o pow. 114 m² służy do przetwórstwa owoców i warzyw oraz cateringu. Inkubator jest w stanie przetworzyć do 50 t rocznie. Jest on zarejestrowany jako zakład przetwórstwa owoców i warzyw oraz cateringu. Inkubator powstał w budynku, o pow. ponad 500m², którego właścicielem jest lokalny przedsiębiorca. Historycznie budynek jest pozostałością stajni przydworkowej, która w ostatnich dziesięciu latach stała pusta. Właściciel tego obiektu wydzierżawili Stowarzyszeniu budynek a sami w jego remont zainwestowali ponad 350 tys. złotych. Inkubatorem zajmują się Spółdzielnia Socjalna Domowe



Przysmaki, które również prowadzi sklep internetowy przy aktywnej współpracy miejscowych rolników. Spółdzielnie tworzą wszystkie gminy, które wchodzi w skład LGD oraz samo LGD – a więc jest inicjatywa, która łączy gminy, rolników oraz przedsiębiorców.

SZLAKI KULINARNE

Szlaki kulinarne to ciekawa formuła, łącząca konsumentów z producentami, która wykorzystuje produkty lokalne i regionalne dla promocji regionów i ożywienia gospodarki wiejskiej. Kuchnia regionalna wyróżnia i wytycza szlaki, przyciągając turystów oraz zachęcając mieszkańców do poznania i docenienia dziedzictwa kulinarnego swojego regionu. Szlaki kulinarne zachęcają rolników do włączenia się w inicjatywę Szlaku i prowadzenia sprzedaży w swoim gospodarstwie oraz kierowania swojej oferty do restauracji, hotelów oraz innych uczestników Szlaku. Szlaki kulinarne są coraz bardziej atrakcyjne dla turystów, stwarzając nowe możliwości sprzedaży miejscowym producentom żywności. Najciekawsze inicjatywy to:

Szlak kulinarny "Świętokrzyska Kuźnia Smaków"

www.swietokrzyskakuzniasmakow.pl

Szlak kulinarny "Świętokrzyska Kuźnia Smaków" jest jednym z największych w Polsce i jest zlokalizowany we wszystkich 13 powiatach województwa świętokrzyskiego. Tworzą go podmioty, które przeszły procedurę certyfikacji. Każdy z obiektów, a wśród nich gospodarstwa sadownicze, winiarskie, przetwórcze, piekarnie oraz restauracje i gospodarstwa agroturystyczne oznakowany jest tablicą informacyjną w kolorze złotym ze znakiem graficznym prawnie chronionym – Świętokrzyska Kuźnia Smaków. Jest aż 88 obiektów, w tym 58 producentów oferujących produkty tradycyjne, których jakość oraz wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Są to produkty uznane w konkursach wojewódzkich i krajowych lub wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych. Uczestniczy również 20 restauracji i 10 gospodarstw agroturystycznych oferujących tradycyjne i lokalne potrawy stanowiące element dziedzictwa kulinarnego regionu świętokrzyskiego.



Szlak kulinarny "Podkarpackie Smaki"

www.podkarpackiesmaki.pl

<https://www.facebook.com/pg/podkarpackie.smaki>

Szlak Kulinarny Podkarpackie Smaki istnieje już 5 lat. Szlak powstał z inicjatywy Fundacji ProCarpathia, która się nim opiekuje do dziś. Zaczynał w 2013 r. z 39 obiektami gastronomicznymi w partnerstwie. Jest ich już 50, w tym 41 restauracji, trzy winnice, trzy cukiernie i trzy gospodarstwa agroturystyczne. Podkarpackie Smaki stanowią jedną z najdłuższych kulinarnych tras w Polsce. Dzięki inicjatywie Szlaku, regionalne potrawy, trunki i specjały stały się nie tyle smacznym dodatkiem do wrażeń z podróży, ale celem wyjazdu na Podkarpacie samym w sobie. Każdy z obiektów współtworzących Szlak jest certyfikowany i posiada, co najmniej trzy potrawy regionalne bądź tradycyjne w swoim menu. Szlak więc promuje zwiedzanie regionu poprzez jego bogatą tradycję kulinarną i poznawanie regionu poprzez wrażenia kulinarne. W siedmiu obiektach na Szlaku Kulinarnym Podkarpackie Smaki można znaleźć specjalnie przygotowaną i



oznakowaną Półkę Podkarpackie Smaki, na której znajdują się produkty regionalne, tradycyjne i ekologiczne rodzimych producentów.

Szlak oscypkowy

www.szlakoscypkowy.pl

Szlak Oscypkowy, który łączy 31 bacówek, pozwala nie tylko spróbować świeżych wyrobów z mleka owczego (oscypka, bryndzy, bundzu, żentycy i redykołek), ale i poznać metody ich produkcji. Szlak Oscypkowy to sposób na poznanie tradycji pasterskich. Kiedy nastaje wiosna, najlepiej na św. Wojciecha (23 kwietnia), ze wsi na hale, czyli górskie pastwiska, wyrusza **redyk**. Uroczyste poświęcenie stad i odpust dla baców tradycyjnie odbywa się w niedzielę najbliższą 23 kwietnia w sanktuarium „Gaździny Podhala” w Ludźmierzu. Potem bacowie zbierają stada owiec od wszystkich gospodarzy i ruszają w uroczystym pochodzie ku halom. Pozostają tam aż do jesieni, tradycyjnie do św. Michała Archanioła, tj. 29 września. Na halach owce pasą się cały dzień, a wieczorem są dojone przez baców i ich pomocników, juhasów. Wyrób oscypków to długi proces, kiedy ser na przemian parzy się w gorącej wodzie i wyciska, a potem formuje w ozdobnej, wrzecionowatej formie. Na koniec sery moczy się w solance i wędzi w dymie ogniska pod dachem szałasów.



Można podróżować szlakiem oscypkowym, korzystając z multimedialnej aplikacji na smartfony, dzięki której można dotrzeć do dziesięciu bacówek na Podtatrze, Podhalu i polskim Spiszu, gdzie tradycyjnymi metodami wyrabia się słynne na cały kraj, wędzone sery owcze. W każdej z nich można spróbować certyfikowanego oscypka oraz napić się orzeźwiającej żentycy. Przewodnik zawiera nie tylko opisy 10 bacówek, ale również zdjęcia, zrealizowane przez nas materiały filmowe, a także pliki audio i spis najciekawszych wydarzeń kulturalno-sportowych w Zakopanem i okolicach. Aplikacja działa także w trybie offline (można ją ściągnąć ze sklepu google play). Szlakiem opiekuje się Stowarzyszenie Szlak Oscypkowy.

c) Opierając się na przykładach, opisanie jakie są możliwe rozwiązania do powielenia w Polsce na dziś i jutro. Przykłady i wzorce.

d) Jakie są bariery i możliwości dla replikacji i upowszechniania rozwiązań funkcjonujących w Polsce.

e) Aspekty prawne, organizacyjne i finansowe.

Różnorodność inicjatyw przedstawionych w niniejszym opracowaniu świadczy o tym, że w Polsce mamy doczynienia z ogólnopolskim zjawiskiem różnych prób skracania łańcucha dostaw pomiędzy producentem a konsumentem. Przedstawione przedsięwzięcia nie stanowią próby opisanego zjawiska w systematyczny i całościowy sposób. Chodzi tu raczej o zwrócenie uwagi na różnorodny

charakter fenomenu jakim są inicjatywy próby skracania „odległości” pomiędzy producentem a konsumentem. Wydaje się, że największe wyzwanie to kwestia jak osiągnąć skalę oddziaływania w rozumieniu liczby korzystających producentów i konsumentów, różnorodności asortymentu produktów oferowanych na sprzedaż oraz wolumenu sprzedaży. Należy mieć na uwadze, że inicjatywy skracania łańcuchu dostaw są wciąż marginesem na rynku żywnościowym – nie mniej kształtują one postawy zarówno producentów jak i konsumentów.

Wydaje się, że działania indywidualne rolników i producentów – pomimo spektakularnych i inspirujących przykładów – nie stanowią model do powielenia. Ryzyko i koszty związane z działaniem w pojedynkę są po prostu do przyjęcia przez nielicznych przedsiębiorczych rolników czy też osób, które świadomie decydują się na działalność w sektorze spożywczym.

Natomiast działania zbiorowe zarówno konsumentów jak i producentów mają zdecydowanie duży potencjał pomimo faktu, że nie ma jednego modelu działania, który można uznać jako najbardziej skuteczny. Warto zwrócić uwagę, że działania zbiorowe mogą inicjować rolnicy albo producenci, konsumenci czy też osoby i organizacje zainteresowane wypracowaniem nowych rozwiązań w zakresie wykorzystania potencjału małych gospodarstw czy też zwiększenia dostępu do produktów żywnościowych wytworzonych metodami nieprzemysłowymi.

Przytoczone przykłady wykazują znaczenie internetu w procesie promocji i sprzedaży i wskazują, że problem skalowania oddziaływania wymaga nowatorskich rozwiązań informatycznych, organizacyjnych, marketingowych, logistycznych oraz finansowych.

Warto propagować nie tylko działanie zbiorowe na rzecz skracania łańcuchów dostaw żywności, ale również myślenie i działanie w kategoriach systemowych ponieważ każda inicjatywa KŁŻ to próba skonfigurowania w jedną całość 4 elementy:

1. Uprawy, produkcja pierwotna
2. Przetwórstwo, zarządzanie jakością i autentycznością
3. Dystrybucja i sprzedaż
4. Oddziaływanie gospodarcze, społeczne, ekologiczne

Przykładem próby wypracowania i zastosowania podejścia systemowego do organizowania skalowalnego systemu KŁŻ to przedsięwzięcie pn. Produkt Lokalny z Małopolski, które zainicjowała Fundacja Partnerstwo dla Środowiska w 2011 roku (www.produktlokalny.pl). Doświadczenia Fundacji wykazują, że dla rozwoju systemów KŁŻ potrzebna jest zarówno sprzyjająca polityka instytucji publicznych wobec małych gospodarstw rolnych jak i bardziej świadomi producenci i konsumenci. Systemowe podejście wymaga współpracy różnych podmiotów i osób. Bez skutecznej współpracy, działania zbiorowe nie będą skuteczne. Wydaje się, że współpraca powinna oprzeć się na wprowadzeniu w praktykę zasady skutecznego partnerstwa przez wszystkich zaangażowanych czyli dzielenie się kosztami, ryzykiem oraz korzyściami, tzn:

1. Zapewnienie każdemu, kto decyduje się na współpracę, odniesienie korzyści. Innymi słowami, zbiorowość czy wspólnota tworząca system KŁŻ powinna zadbać o to, że każdy zaangażowany partner wyciąga korzyści ze swojego udziału. Wprowadzenie w życie tej zasady zapewni trwałość przedsięwzięcia.
2. Podkreślanie transparentności w motywacjach i w działaniu ponieważ buduje to wzajemne zaufanie wszystkich zaangażowanych. Chodzi tu o stworzenie i przestrzeganie wspólnych „reguł gry” wg których określony system KŁŻ ma funkcjonować. Wprowadzenie w życie tej zasady pomoże w określeniu ról i zakresu odpowiedzialności poszczególnych partnerów wobec całości przedsięwzięcia.
3. Przestrzeganie równouprawnienia w współtworzeniu systemu KŁŻ czyli zdanie każdego się liczy w podejmowaniu decyzji, buduje zdolność do identyfikowania i rozwiązywania problemów, które się będą pojawiać na szybko zmieniającym się rynku.

Studium przypadku budowania systemu PLM został opracowany dla potrzeb ekspertów EIP-Agri. Studium jest przedstawione w całości w załączniku do niniejszego sprawozdania. Elementy systemu PLM są przedstawione niżej w formie graficznej.

Produkt Lokalny z Małopolski

Żywność lokalna prosto od rolnika: Wiosna 2017



f) Wnioski i zalecenia

Zjawisko skracania łańcuchów dostaw żywności poprzez tworzenia i rozwijania systemów KŁŻ jest stosunkowo nowym zjawiskiem społecznym i gospodarczym. Różnorodność inicjatyw, które można zaliczyć do problematyki systemów KŁŻ sugeruje, że warto sporządzić bardziej systematyczną inwentaryzację i ocenę efektywności i oddziaływania funkcjonujących systemów KŁŻ.

Kluczem do sukcesu przedsięwzięć KŁŻ to skuteczna współpraca różnych podmiotów. Oznacza to, że w programach wsparcia należy podkreślać i premiować współpracę partnerską.

Sporo funkcjonujących systemów KŁŻ zostało zainicjowanych przez organizacje pozarządowe bądź grupy nieformalne, którym przyświecała misja zmiany uprzemysłowionego systemu żywnościowego, który dominuje w Polsce albo zaprogramowania rozwoju czy też ożywienia gospodarki wiejskiej. We wielu przypadkach przekładało się to na dotacje bądź inne subwencje z programów pomocowych czy też z funduszy publicznych (w szczególności PROW). Wiele inicjatyw KŁŻ jest wciąż uzależnionych od grantów oraz logiki projektowej. Powoduje to problemy z zapewnieniem ciągłości i rozwoju na bardzo konkurencyjnym rynku żywności w momencie gdy kończy się projekt, a wraz z nim dofinansowanie. Problemy pojawiają się w sytuacji, w której organizacji pozarządowej jest trudno przestawić się na myślenie już nie kategoriach dofinansowania, ale w kategoriach konkurencji na rynku kontrolowania kosztów i zwiększania sprzedaży.

Z kolei, pojawiają się biznesowe przedsięwzięcia systemów KŁŻ, które usiłują zagospodarować potrzeby konsumentów poszukujących żywności wiadomego pochodzenia. Te z kolei, z biegiem czasu wykluczają małe gospodarstwa ponieważ większe gospodarstwa mogą zapewnić ciągłość i jakość dostaw. Oznacza to, że publiczne wsparcie dla rozwoju systemów KŁŻ powinno być skierowane do inicjatyw i przedsięwzięć, które angażują małe gospodarstwa, często wyprowadzając je z tzw. „szarej strefy”. Większe gospodarstwa rolne są w stanie sobie poradzić na rynku pod warunkiem, że podejmą współpracę z innymi gospodarstwami.

g) Bibliografia

Grupa fokusowa EIP-AGRI (2015) Innowacyjne Zarządzanie Krótkim Łłańcuchem Dostaw Żywności RAPORT KOŃCOWY 30 listopada 2015. www.produktlokalny.pl/publikacje

Malicka, M. (2018) Kooperatywy spożywcze w Polsce. Kukbuk. <https://www.kukbuk.pl/wiadomosci/czy-wiesz-ze/tu-nie-chodzi-o-biznes-ale-o-wartosci-kooperatywy-spozywcze-w-polsce/>

Pajchert, B. red (2017) Smaczne Historie. Przewodnik dla miłośników produktów lokalnych i regionalnych. Fundacja Pauza. www.produktlokalny.pl/publikacje

Potkańska D. (2013) Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków. Odradzający się ruch żywieniowy kooperatyw spożywczych w Polsce – przykład Warszawy, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/5186>

Vandecandelaere, E. et al. Red. (2014) Człowiek, miejsce, produkt – tworzenie szczególnej więzi - poradnik promowania jakości szczególnego pochodzenia i zrównoważonych oznaczeń geograficznych. Rzym: Organizacji Żywności i Rolnictwa przy Narodach Zjednoczonych (FAO) i SINER-GI. Wydanie Polskie: Fundacja Partnerstwo dla Środowiska.
www.produktlokalny.pl/publikacje

Źródła Internet

www.manufakturamaurera.pl

<http://pstragojcowski.pl/>

<http://olchowydymek.pl/>

<http://www.spizarniahrabiny.pl>

<http://lawendowaosada.pl/>

<https://www.facebook.com/lawendowa.osada/reviews/>

<https://www.facebook.com/cedryeko>

<https://biobazar.org.pl/>

<https://www.facebook.com/pg/BioBazar.Warszawa>

<http://www.poznanskizielonytarg.pl>

<https://www.facebook.com/KociewskieSmaki.Starogard/>

<https://targpietruskowy.pl/>

<https://www.facebook.com/kooperatywa.jurajska/>

<https://www.facebook.com/pg/KoopaZulawy>

www.stowarzyszenieperspektywa.org

<https://www.facebook.com/tomatagliwicka>

www.tomata.pl

<https://www.facebook.com/kooperatywa.lublin/>

<https://lubelskakooperatywa.wordpress.com/about/>

<https://www.facebook.com/kooperatywa.lodz/>

www.lodz.kooperatywaspozywca.pl

<https://www.facebook.com/sadeckakooperatywa>

www.sadeckakooperatywa.pl

<https://www.facebook.com/pg/kooperatywaplock/about>

<http://koop.vitkov.pl>

www.poznanskakooperatywa.pl

<https://www.facebook.com/pg/PoznanskaKooperatywaSpozywca>

<https://www.facebook.com/pg/Kooperatywa-Grochowska-271104212954599>

www.kooperatywagrochowska.pl

<https://www.facebook.com/Warszawska-Kooperatywa-Spozywca-122929004555712/>

www.wks.waw.pl

<https://www.facebook.com/pages/Kooperatywa-Spozywcza-DOBRZE>

www.dobrze.waw.pl

<https://www.facebook.com/KooperatywaSpozywczaWroclaw/>

<https://kooperatywawroclaw.wordpress.com>

www.prostozpola.pl

www.zakupy.koszyklisiecki.pl

www.lokalnyrolnik.pl

<http://www.paczkaodrolnika.pl/>

<http://www.inkubator-kuchenny.pl/>

<http://dobresandomierskie.pl/>

<http://stowarzyszenieswiatowid.pl/>

www.swietokrzyskakuzniasmakow.pl

www.podkarpackiesmaki.pl

<https://www.facebook.com/pg/podkarpackie.smaki>

www.szlakoscypkowy.pl

www.produktlokalny.pl

Studium Przypadku - Jak zwiększyć skalę działania krótkiego łańcucha żywności³

PRODUKT LOKALNY Z MAŁOPOLSKI (projekt realizowany w okresie 2011-2017)

www.produktlokalny.pl

Produkt Lokalny z Małopolski (PLM) to system dostaw żywności lokalnej, który umożliwia producentom z 10 obszarów Małopolski dostęp do konsumentów. Nacisk kładziony jest na zwiększenie dostępności żywności produkowanej lokalnie poprzez wspieranie właścicieli małych gospodarstw rolnych i drobnych producentów w nawiązywaniu współpracy. Współpraca ta ma na celu umożliwienie im wejścia na rynek poprzez sprzedaż na targowiskach, bezpośrednio w gospodarstwach, zaopatrywanie restauracji, sprzedaż internetową oraz poprzez inne kanały dystrybucji. Inicjatywa w ten sposób chce pomóc w podniesieniu dochodów małych gospodarstw rolnych, a co za tym idzie, przyczynić się do rewitalizacji gospodarki na obszarach wiejskich, przeciwdziałając ubóstwu i wykluczeniu społecznemu, a jednocześnie przyczyniając się do ochrony lokalnego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego oraz do zapewnienia bezpieczeństwa żywności.

Inicjatywa Produkt Lokalny z Małopolski została zapoczątkowana w 2011 roku przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska (FPS) – organizację pozarządową, która wspiera oddolne działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Razem z FPS inicjatywę współtworzą: około 100 rolników/ producentów i 15 lokalnie działających organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw oraz partnerów z sektora publicznego, w tym władze regionu. Pragniemy zorganizować system sprzedaży stale rosnącego asortymentu lokalnie produkowanej żywności, który będzie trafiał bezpośrednio do konsumentów, angażując coraz większą liczbę rolników, właścicieli małych gospodarstw rolnych i producentów. Proces ten opiera się na budowaniu zaufania i reputacji, które umożliwią powstawanie i funkcjonowanie krótkich łańcuchów żywności.

Ważnym elementem zastosowanego podejścia to stały proces identyfikowania lokalnych i regionalnych interesariuszy (zwłaszcza producentów), którzy mogą dołączyć do inicjatywy jako partnerzy, dzieląc z innymi partnerami ryzyko, koszty i korzyści związane z budowaniem znaku towarowego Lokalny Produkt z Małopolski, w którym zawierają się poszczególne marki lokalne. W ramach tego znaku, wspieranego przez rolników, wypracowaliśmy własny system kontroli jakości, marketing, promocję, sprzedaż, dystrybucję i system zarządzania. Uczestnicy inicjatywy PLM prowadzą też kampanię na rzecz bardziej przyjaznej producentom polityki i regulacji prawnych dla systemów żywności lokalnej, zwłaszcza w zakresie bezpieczeństwa żywności i przepisów podatkowych.

Region Małopolski, gdzie znajduje się 142 900 gospodarstw rolnych, o średniej wielkości 4 ha i dużym rozdrobnieniu, ma szansę na przekształcenie obszarów wiejskich, które w coraz większym stopniu podlegają społecznemu i gospodarczemu wykluczeniu, w zasoby umożliwiające zbudowanie bezpieczeństwa żywnościowego dla swoich mieszkańców w oparciu o dostęp do lokalnie produkowanej żywności wiadomego pochodzenia. Zobowiązanie do budowania i wzmocnienia systemów żywności lokalnej zostało wpisane do strategii rozwoju regionu na lata 2014-2020.

1. Początki

Produkt Lokalny z Małopolski został zainicjowany przez organizację pozarządową – Fundację Partnerstwo dla Środowiska (FPS) – która od 1991 roku wspierała transformację Polski w kierunku wolnego rynku i demokracji, promując i wspierając oddolne działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Zgodnie z misją, filozofią, doświadczeniem i wiedzą ekspercką FPS, pragnęliśmy wypracować takie rozwiązania rynkowe – angażując w ten proces tych, których dotyczył – które pomogłyby ograniczyć problem rosnącego ubóstwa i wykluczenia

³ Studium przypadku przytoczone w całości Grupa fokusowa EIP-AGRI (2015) Innowacyjne Zarządzanie Krótkim Łłańcuchem Dostaw Żywności RAPORT KOŃCOWY - Załącznik 30 listopada 2015. www.produktlokalny.pl/publikacje

społecznego oraz gospodarczego na obszarach wiejskich, powodującego degradację dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego oraz zagrażającego lokalnym systemom podtrzymywania życia.

W oparciu o wcześniejsze doświadczenia w wykorzystywaniu projektów pro-środowiskowych do budowania partnerstwa międzysektorowego na rzecz mobilizowania kapitału społecznego na poziomie lokalnym, FPS przygotowała razem z partnerami lokalnymi propozycję projektu, który podejmuje próbę wykorzystania lokalnej żywności w celu rewitalizacji gospodarki na obszarach wiejskich w Małopolsce. Przygotowanie wniosku miało na celu zapewnienie długoterminowego wsparcia finansowego dla zbudowania systemu żywności lokalnej, opartego na wzajemnym zaufaniu, który umożliwi ochronę dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Szwajcarska organizacja Réseau Echange Développement Durable (REDD) oraz jej działania na rzecz systemów żywności wiadomego pochodzenia (www.origin-food.org) stanowiła inspirację oraz wzór dla ramowych działań w ramach projektu. Ponad trzyletnie wysiłki FPS w celu pozyskania finansowania zaowocowały grantem w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy (program dotacyjny administrowany przez rząd) na realizację pięcioletniego projektu, mającego na celu wypracowanie samofinansującego się systemu żywności lokalnej w Małopolsce. Projekt zrealizowano w latach 2011-2017.

Wnioski odnośnie procesu zwiększenia skali systemu KŁŻ.

Kluczem do sukcesu było zaplanowanie długoterminowego projektu, opartego na nawiązaniu współpracy przez różne osoby, organizacje i zasoby, które łączy wspólna motywacja i filozofia (t.j. zaangażowanie w działania oddolne, angażowanie w działania tych, których one dotyczą, ochrona środowiska naturalnego, rozwijanie demokracji na szczeblu lokalnym), ale które do tej pory działały w ramach różnych, niełączących się inicjatyw, projektów i programów – w większości nie związanych bezpośrednio z żywnością. Rolą FPS było stworzenie ram organizacyjnych (konceptualnych i praktycznych) oraz wizji, metod i programu działań, umożliwiających realizację tej wizji.

2. Pozyskanie wsparcia

Rozpoczynając realizację projektu Produkt Lokalny z Małopolski jako inicjatywy partnerskiej, FPS miała doświadczenie przede wszystkim w zakresie mobilizowania oddolnych działań na rzecz ochrony środowiska, podejmowanych przez partnerstwa międzysektorowe. Fundacja nie dysponowała doświadczeniem w zakresie systemów żywności lokalnej, rolnictwa, przetwórstwa rolnego, marketingu i dystrybucji żywności, itd. Ponadto, organizacja była postrzegana przez władze, biznes, media i inne organizacje pozarządowe jako organizacja zajmująca się ekologią, niezwiązana z rolnictwem i zagadnieniami rozwoju obszarów wiejskich oraz nieznaną instytucjom i organizacjom wspierającym rolnictwo. W tej sytuacji FPS nawiązała współpracę z Małopolską Izbą Rolniczą, organizacją reprezentującą rolników z regionu. Dyrektor Izby stał się członkiem rady nadzorującej pracę Fundacji i włączył się w proces kształtowania projektu PLM oraz pomógł członkom zespołu projektowego w nawiązaniu relacji z organizacjami i instytucjami zajmującymi się rolnictwem oraz rozwojem obszarów wiejskich.

Już na tym wczesnym etapie stało się jasne, że sukces zbudowania w ramach projektu funkcjonującego systemu żywności lokalnej będzie zależał od tego, w jakim zakresie uda się wykorzystać potencjał małych gospodarstw rolnych do sprzedaży swoich produktów bezpośrednio konsumentom – zarówno indywidualnym, jak też instytucjonalnym (np. szkoły, szpitale). Dlatego kluczowe stało się lepsze rozpoznanie szans, barier oraz uwarunkowań dotyczących prowadzenia sprzedaży bezpośredniej przez rolników. W tym celu Fundacja oraz Izba Rolnicza nawiązały współpracę z odpowiednimi instytucjami odpowiedzialnymi za zapewnienie bezpieczeństwa żywności (inspekcja weterynaryjna i sanitarna) i wspólnie przeprowadziły program konsultacji wśród rolników w Małopolsce. Zimą 2012/2013 przeprowadzono ponad 40 spotkań, w których wzięło udział ponad 1000 rolników. W wyniku tych konsultacji powstał obraz ukazujący rzeczywistość sprzedaży bezpośredniej żywności w Polsce, regulowanej zbyt dużą ilością przepisów. Konsultacje przyczyniły się też do zbudowania poparcia wśród rolników dla projektu PLM. Kluczowym zidentyfikowanym wyzwaniem był brak jasnych i dobrze zdefiniowanych ram prawnych umożliwiających organizowanie systemów krótkich łańcuchów żywności opartych o sprzedaż bezpośrednią – zarówno z punktu widzenia rolników (brak prawnych podstaw regulujących sprzedaż bezpośrednią przetworzonych produktów żywnościowych), jaki i z punktu widzenia konsumentów (wśród których stale rośnie zapotrzebowanie na lokalną żywność o wiadomym pochodzeniu).

Informacje pozyskane od rolników, przedstawicieli inspektoratów zajmujących się bezpieczeństwem żywności, urzędów podatkowych, samorządów oraz doradców rolnych skłoniły FPS – wraz ze współpracującymi z nią rolnikami i organizacjami promującymi żywność lokalną – do uruchomienia kampanii zatytułowanej Legalna Żywność Lokalna. Kampania ta miała na celu spowodowanie zmian w regulacjach prawnych dotyczących

bezpieczeństwa żywności i systemu podatkowego tak, aby umożliwić rozwój lokalnych systemów żywności lokalnej opartych na krótkich łańcuchach.

Obecnie w Polsce rolnicy mogą sprzedawać bezpośrednio konsumentom tylko nieprzetworzone produkty żywnościowe. Produkty przetworzone mogą być sprzedawane (legalnie) tylko na ograniczonych, określonych warunkach. W związku z tym, w Polsce nie można legalnie kupić dżemu, masła, sera, soków itd. bezpośrednio od rolnika. W efekcie powoduje to rozwój czarnego rynku na przetworzone produkty żywnościowe. Innym ważnym osiągnięciem na tym etapie było włączenie systemów żywności lokalnej jako jednego z priorytetów do Strategii Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2014 – 2010 oraz włączenie samorządu województwa (Wydziału ds. Rolnictwa) jako partnera we współtworzenie systemu PLM. Łączyło się to również ze zobowiązaniem do współpracy w zakresie prowadzenia polityki tworzenia środowiska bardziej sprzyjającego prowadzeniu drobnego przetwórstwa, w tym tworzenia w gminach wspólnych profesjonalnych kuchni (inkubatorów kuchennych) jako infrastruktury umożliwiającej zwiększenie i zalegalizowanie przetwórstwa lokalnej żywności, która następnie będzie mogła być oferowana konsumentom (jako produkty bezpieczne i legalne).

Wnioski odnośnie procesu zwiększenia skali systemu KŁŻ.

Na tym etapie kluczem do sukcesu było zbudowanie klimatu wsparcia dla żywności produkowanej lokalnie nie tylko wśród rolników, ale także wśród innych interesariuszy (którzy często nie postrzegali siebie jako interesariuszy w tym projekcie) oraz, przede wszystkim, wśród konsumentów. Proces taki prowadzony na zasadzie współpracy partnerskiej trwa znacznie dłużej i ma bardziej skomplikowany przebieg, ponieważ żadna ze stron nie odgrywa tu dominującej/ kontrolującej roli, a sukces zależy od interakcji wszystkich zaangażowanych. Zaufanie trzeba zdobyć, nie można go narzucić lub symulować. Ale gdy uda się osiągnąć wzajemne zaufanie i zbudować dobrą reputację, przekłada się to na stabilność i trwałość.

3. Rozwój produktów

Paradoksalnie w Małopolsce, gdzie istnieje wiele programów i inicjatyw certyfikacji i brandingu produktów żywnościowych, a inicjatywy wspierające rolnictwo i rozwój obszarów wiejskich są liczne, brakuje łatwego dostępu do legalnie produkowanej żywności lokalnej wiadomego pochodzenia. Powody dla takiego stanu rzeczy są różnorodne, w tym:

- Nieprzyjazny system przepisów regulujących sprzedaż bezpośrednią zarówno odnośnie bezpieczeństwa żywności, jak i przepisów podatkowych. System podatkowy w Polsce, którym objęci są rolnicy oddziela ich od rynku, m.in. zabraniając im sprzedaży produktów przetworzonych wyprodukowanych z surowców pochodzących z własnej uprawy, jeśli nie prowadzą działalności gospodarczej.
- Nacisk na duże gospodarstwa rolne i przemysłową produkcję rolną w rządowych programach oznacza, że małe gospodarstwa rolne są postrzegane jako relikty przeszłości. Przekłada się to na liczne programy i zachęty mające na celu odsunięcie ludzi od rolnictwa i zniechęcenie rolników do podejmowania wspólnych działań. Programy rozwoju obszarów wiejskich nie wskazują produkcji żywności jako przyszłości obszarów wiejskich (!)
- Supermarkety zdominowały i kształtują zachowania konsumentów, co pozostawia niewielką przestrzeń dla żywności produkowanej lokalnie. Żywność posiadająca certyfikaty ekologiczne coraz częściej jest importowana, a liczba gospodarstw ekologicznych w Małopolsce spada.
- Narastająca atmosfera braku zaufania pomiędzy organizacjami pozarządowymi, władzami, biznesem i mediami stanowi czynnik zniechęcający do podejmowania jakichkolwiek wspólnych działań. Etykiety i informacje na nich zawarte również nie wzbudzają zaufania konsumentów. Skandale dotyczące jakości żywności sprzyjają rosnącemu przekonaniu konsumentów, że nie należy wierzyć certyfikatom i etykietom.

W ramach inicjatywy PLM podjęto próbę odbudowania zaufania konsumentów umożliwiając im bezpośredni kontakt z producentami/ rolnikami poprzez różne formy sprzedaży, a nie poprzez programy certyfikujące, etykietowanie i branding. Oznaczało to z jednej strony pracę z rolnikami i producentami żywności –

organizowanie ich w grupy posiadające własną tożsamość i wartość, a z drugiej strony pracę z konsumentami, aby umożliwić im bezpośredni dostęp do żywności lokalnej. Dla FPS – inicjatora i organizatora inicjatywy PLM – oznaczało to współpracę z Izbą Rolniczą i lokalnie działającymi partnerstwami, w celu wypracowania bezpośrednich relacji i kontaktów z jak największą liczbą rolników, właścicieli małych gospodarstw i małych producentów żywności, aby zachęcić ich do sprzedaży swoich płodów rolnych i produktów oraz stworzyć im odpowiednie możliwości w tym zakresie. Zidentyfikowano i zaangażowano w ten proces około 400 rolników/producentów. Wielu z nich nie ma możliwości sprzedaży swoich produktów z uwagi na warunki sanitarne i podatkowe, podejmowane są działania, aby zachęcić ich do zarejestrowania działalności gospodarczej lub włączenia się we wspólne inicjatywy sprzedażowe, jak np. spółdzielnie lub kluby zakupowe.

Kluczowym zagadnieniem w procesie angażowania rolników i producentów we współpracę w ramach wspólnej inicjatywy sprzedażowej jest odpowiednie zdefiniowanie zestawu zasad, zgodnie z którymi inicjatywa ta ma funkcjonować. Oznaczało to przeprowadzenie procesu konsultacji i warsztatów, również z udziałem interesariuszy spoza rolnictwa oraz konsumentów, w celu wypracowania kodeksu postępowania lub zestawu zasad dla inicjatywy PLM – oraz wspólnego zdefiniowania, czym powinien być system PLM. W rezultacie tego procesu powstał kodeks postępowania – zestaw zasad – a następnie został przyjęty jako podstawa budowania PLM jako znaku towarowego potwierdzającego autentyczność oraz wiadome pochodzenie producentów tworzących system oraz ich produktów, sprzedawanych poprzez ten system. W ten sposób, system rozwija się nie jako alternatywa lub konkurencja dla istniejących marek i systemów certyfikacji, ale jako znak towarowy sprzedaży oraz system dystrybucji z wartością dodaną, ponieważ komunikuje konsumentom autentyczność i wiadome pochodzenie oferowanych produktów. Przy takim podejściu rolnicy i producenci żywności stają się współautorami kodeksu postępowania oraz są odpowiedzialni za zapewnienie przestrzegania tych zasad. Taka filozofia i metody sprawiają, że każdy z uczestniczących w systemie PLM producentów jest odpowiedzialny za zapewnienie jakości i autentyczności produktów. To rolnicy i producenci żywności sami sprawują kontrolę i podejmują decyzje. Ale muszą wziąć pod uwagę potrzeby, wymagania i oczekiwania konsumentów, zwłaszcza wobec rosnącego zapotrzebowania na żywność lokalną wiadomego pochodzenia..

Kraków jest największym w Małopolsce miastem, a co za tym idzie rynkiem zbytu. Oprócz licznych supermarketów i galerii handlowych działa tu też 16 targów, na których sprzedawana jest żywność, głównie przez pośredników. Żywność lokalna jest z jednej strony wszechobecna (prawie każdy zna jakiegoś rolnika od którego od czasu do czasu kupuje produkty bezpośrednio lub za pośrednictwem znajomych lub krewnych), a z drugiej strony trudna do zdobycia w sposób, który gwarantowałby autentyczność i wiadome pochodzenie. Dlatego w ramach inicjatywy PLM uruchomiono w Krakowie w 2012 roku – pomimo różnych kontrowersji – targ produktów od rolnika, na którym sprzedawać mogli tylko rolnicy i producenci żywności. Targ odniósł sukces, angażując aktywnie i w sposób ciągły ponad 40 sprzedających, a co ważniejsze z punktu widzenia inicjatywy PLM, przyczynił się do wzrostu zainteresowania wśród rolników uczestniczeniem w kreowaniu dodatkowych, nowych kanałów sprzedaży bezpośredniej. Początkowo targ nieformalnie spełniał wymogi kodeksu postępowania PLM. Po pewnym czasie zostało to sformalizowane, ponieważ rolnicy i producenci żywności przyjęli główne przesłanie kodeksu – a mianowicie, że kupowanie bezpośrednio od rolnika/producenta jest dla konsumenta jedyną gwarancją autentyczności i wiadomego pochodzenia lokalnej żywności.

W odpowiedzi na zapotrzebowanie ze strony konsumentów pojawiły się kolejne, podobne targi, festiwale żywności i programy. Kodeks postępowania pomaga budować zaufanie i gwarantuje autentyczność w zakresie, w jakim może stanowić podstawę dla kultury prowadzenia wspólnych działań i samoorganizowania się rolników i producentów. Wnioski/ konsekwencje dla procesu zwiększenia skali SFC: Na tym etapie projektu, kluczem do sukcesu było umożliwienie rolnikom – najważniejszym partnerom w projekcie – bezpośredniego i osobistego uczestniczenia w sprzedaży w sposób, który pozwala im na utrzymanie wartości dodanej i zwiększenie dochodów. Ważnym elementem takiej sprzedaży było prowadzenie jej w oparciu o wspólnie wypracowany i zaakceptowany zestaw wartości i zasad, które dostarczają zarówno producentom, jak i konsumentom, jasnych informacji odnośnie sprzedawanych/ kupowanych produktów. Kodeks postępowania musi być wdrażany poprzez mechanizmy oparte na wzajemnym zaufaniu, a nie w wyniku zewnętrznych wymogów. Sukces w tym zakresie niesie potencjał znacznego zmniejszenia kosztów i zwiększenia konkurencyjności rynkowej. Rolnicy stanowią element niezbędny, ale niewystarczający do zapewnienia postępu i rozwoju.

Dostęp do rynku i konsumentów Głównym narzędziem dostępu do rynku dla rolników/ producentów uczestniczących w inicjatywie PLM jest targ produktów od rolnika, gdzie konsumenci kupują bezpośrednio od rolników/ producentów. FPS i jej partnerzy zorganizowali dwa takie targi w Krakowie, działające w środy i soboty. Uczestniczy w nich około 100 rolników/ producentów, którzy regularnie sprzedają swoje produkty i za pośrednictwem targów budują swoją bazę klientów, zachęcając do wcześniejszego zamawiania produktów,

kupowania bezpośrednio w gospodarstwach itd. Wielu z nich zorganizowało inicjatywy wspólnej sprzedaży, np. wspólnie dostarczając produkty do sklepów, restauracji i zakładając własne punkty sprzedaży.

Kilku rolników założyło działalność gospodarczą oprócz działalności rolniczej, a inni zalegalizowali swoje produkty spełniając surowe wymogi sanitarne. Zespół FPS na różne sposoby zachęcał do podejmowania tych działań, natomiast były one realizowane przez samych rolników na zasadach samoorganizowania się dzięki przestrzeni dla podejmowania takich inicjatyw stworzonej przez projekt PLM i jego kodeks postępowania. Targ produktów od rolnika, jako wspólna inicjatywa sprzedażowa, pomógł w weryfikacji, konsolidacji i przekształceniu kodeksu postępowania w system kultury organizacji działalności i życia – zgodnie z założeniem, że umożliwi zarówno sprzedającym, jak i kupującym nawiązanie i zbudowanie bezpośrednich relacji, zamiast zastąpić taką relację dokumentem lub certyfikatem. Relacje osobiste stanowią klucz do budowania zaufania w ramach PLM.

Projekt PLM zainspirował innych do organizowania w Krakowie różnych inicjatyw związanych z lokalną żywnością, które nie zawsze angażują rolników z Małopolski (koncentrują się, np., na żywności ekologicznej lub rozumieją żywność lokalną jako żywność pochodzącą nie z Małopolski, ale z Polski, itd.). Bez wątpienia, obecnie wśród konsumentów rośnie zainteresowanie i zapotrzebowanie na zdrową, nieprzemysłową żywność, jeśli to możliwe kupowaną bezpośrednio od rolnika. Tendencja ta pojawiła się nie tylko w Krakowie, ale i w innych dużych miastach Polski.

Bezpośrednim rezultatem rosnącego zapotrzebowania jest pojawienie się wielu marketingowych i sprzedażowych inicjatyw, mających na celu zaspokojenie popytu na zdrowe i bezpieczne jedzenie. Również niektóre supermarkety zaczęły oferować żywność od lokalnych rolników. Np. Carrefour stworzył nową własną markę 'Jakość z Natury', aby zabezpieczyć swój udział w rynku, który jest coraz częściej postrzegany jako bardzo dochodowy. Jedną z barier utrudniających zwiększenie skali – przynajmniej w Małopolsce – aby zaspokoić ten rosnący popyt na żywność produkowaną lokalnie jest problem z zapewnieniem dostaw większych ilości produktów przez charakterystyczne dla regionu małe, rozproszone gospodarstwa rolne, nastawione głównie na produkcję na własne potrzeby.

Dla firm jak Carrefour, współpraca z właścicielami małych gospodarstw rolnych, produkujących na własne potrzeby, jest kosztowna i trudna do realizacji, ale brak współpracy z lokalnymi rolnikami może być ryzykowny dla reputacji firmy u potencjalnych klientów. Jest to związane z opinią, że supermarkety działają na skalę przemysłową i nie są w stanie dostarczyć zdrowej, bezpiecznej i autentycznej żywności, z powodu zbyt wysokich kosztów dostarczenia na rynek lokalnej żywności produkowanej przez bardzo zróżnicowanych, małych producentów, oferujących niewielkie, ograniczone ilości produktów. Supermarkety muszą sobie poradzić z tym dylematem w jakiś sposób. Jedną z metod jest otwarcie mniejszych sklepów, zamiast wielkich hipermarketów, które w ostatniej dekadzie ukształtowały rynek sprzedaży detalicznej w Polsce. Inną metodą jest uczynienie z rolników swoich dostawców, nawiązując z nimi współpracę również w zakresie przetwórstwa żywności (np. sery, wędliny). Dla projektu PLM oznacza to, że obecnie istnieje potrzeba oraz możliwość osiągnięcia większej skali, jeśli chodzi o zaangażowanych rolników i dostępne produkty, oraz zwiększenie sprzedaży. Wiąże się to z dwoma działaniami: po pierwsze, z formalizacją systemu zapewnienia jakości i autentyczności produktów, a po drugie z rozbudową kanałów dystrybucji/ możliwości sprzedaży, aby włączyć w nie większą liczbę małych producentów.

Zgodnie z duchem współpracy, podmioty współtworzące projekt PLM (około 150 rolników/ producentów, organizacje pozarządowe, samorządy) połączyły swoją wiedzę o rynku i postanowiły sformalizować wypracowany kodeks postępowania oraz system zapewnienia jakości i autentyczności. Oznaczało to przekształcenie PLM w znak towarowy dla systemu sprzedaży i dystrybucji, który wykracza poza sobotni targ produktów od rolnika. W praktyce oznaczało to, że rolnicy i producenci musieli przejść przez proces certyfikacji swoich produktów i gospodarstw w oparciu o kodeks postępowania. Proces ten zorganizowała FPS z pomocą firmy audytorskiej.

W trakcie procesu certyfikacji znajduje się około 60 producentów i około 80 produktów przetwórstwa. Oczekujemy, że liczby te będą rosły wraz ze wzrostem sprzedaży w kolejnych sezonach. Ważnym aspektem jest to, że rolnicy i producenci poddali się procesowi certyfikacji z własnej inicjatywy, a nie w wyniku zewnętrznych nacisków. Zbudowanie wartości rynkowej znaku towarowego PLM będzie prowadzone poprzez kampanię promocyjną i marketingową, w oparciu o zaangażowanych rolników/ producentów w celu wykreowania niszy na rynku dla lokalnych produktów żywnościowych. Konsumenti będą mogli kupić produkty z certyfikatem PLM (oprócz produktów ekologicznych, tradycyjnych, itd.) nie tylko na targach produktów od rolnika prowadzonych w ramach projektu, ale też w inny sposób. Kładziemy nacisk na sprzedaż bezpośrednią w gospodarstwach oraz

w regionach pochodzenia produktów, a także poprzez internetowy system umożliwiający zamawianie produktów, uruchomiony w czerwcu 2015 roku.

Zwiększenie skali systemu PLM zostanie również osiągnięte dzięki uruchomieniu Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej w Nowohuckim Centrum Kultury. W jego skład wchodzi Bistro, gdzie można zjeść posiłki na bazie produktów lokalnych, punkt sprzedaży produktów lokalnych, punkt odbioru zamówionych produktów oraz ośrodek edukacji o żywności lokalnej. Dla rolników i producentów współtworzących inicjatywę PLM Centrum stanowi przede wszystkim narzędzie promocji. Jednym z zadań Centrum jest również propagowanie doświadczeń i wiedzy zdobytych przy realizacji inicjatywy PLM – wśród podmiotów zainteresowanych uruchomieniem podobnych systemów lokalnych produktów żywnościowych, zarówno w Małopolsce, jak też w skali całego kraju.

Wnioski odnośnie procesu zwiększenia skali systemu KŁŻ.

Realizacja inicjatywy PLM pokazała, że tylko punkty sprzedaży prowadzone przez rolników/ producentów generują wartość dodaną bez konieczności włączenia pośredników. FPŚ, pełniąc rolę operatora systemu PLM działa jak broker, którego zadaniem jest reagowanie na potrzeby, wymagania i aspiracje zarówno producentów, jak i konsumentów. Wymaga to ciągłych prób godzenia różnych interesów, ale stanowi też klucz do sukcesu w zdobyciu i utrzymaniu udziałów w rynku. W tym zakresie FPŚ działa nie tyle jako pośrednik, a jako usługodawca dla rolników/ producentów uczestniczących w systemie, dbając o współtworzenie i aktualizowanie polityki, planów i systemów zapewnienia jakości/ autentyczności w miarę rozwoju systemu.

4. Infrastruktura i logistyka

Inicjatorem i właścicielem marki PLM jest FPŚ, działająca razem i w imieniu rolników/ producentów oraz innych lokalnych i regionalnych partnerów. Zgodnie ze swoją misją, która mówi o propagowaniu rozwoju zrównoważonego na szczeblu lokalnym, FPŚ stoi na straży podstawowej idei przyświecającej rozwijaniu systemów dostaw żywności lokalnej, którą jest walka ze społecznym i gospodarczym wykluczeniem na obszarach wiejskich w Małopolsce, przy poszanowaniu przyrodniczego i kulturowego dziedzictwa oraz zabezpieczeniu życiodajnych systemów (czyste powietrze, woda, gleba, biologiczna różnorodność itd.). Ten kierunek stanowi podstawę promocji i marketingu PLM, a także konkurencyjności tej marki na rynku. FPŚ jest właścicielem znaku towarowego PLM, ale jego siła i wartość rynkowa są wypadkową jakości i autentyczności produktów dostarczanych przez uczestniczących w inicjatywie rolników i producentów.

Obecnie główne wyzwanie leży w zapewnieniu infrastruktury potrzebnej do produkcji oraz systemów logistycznych i dystrybucyjnych, które będą w stanie obsłużyć dużą liczbę rozproszonych producentów, oferujących różne produkty w ograniczonych ilościach i po niewygórowanej cenie. Teoretycznie, im większa jest liczba uczestniczących producentów oraz konsumentów, tym niższe są przypadające na każdego producenta koszty jednostkowe związane z zapewnieniem jakości/ autentyczności, logistyki i dystrybucji oraz sprzedaży/ marketingu. W praktyce jednak, kluczową kwestią jest znalezienie formuły operacyjnej, która pozwoli na generowanie oszczędności po stronie kosztów i zwiększenie sprzedaży. Zagwarantuje to utworzenie w ramach systemu PLM spółki prowadzącej działalność gospodarczą, której zadaniem będzie prowadzenie działań logistycznych i dystrybucyjnych w ramach systemu oraz organizacja sprzedaży certyfikowanych produktów od rolników/ producentów poprzez dedykowany system IT. Program taki jest obecnie testowany. Umożliwi on konsumentom wybór i zakup online produktów certyfikowanych w ramach PLM oraz ich odbiór w wyznaczonych punktach odbioru zlokalizowanych w Krakowie i okolicach.

Nacisk na wypracowanie systemu IT jako narzędzia do zarządzania projektem PLM związany jest z możliwością oferowania konsumentom szerokiego wachlarza różnorodnych lokalnych produktów żywnościowych (im większa różnorodność, tym lepiej) po cenach ustalonych wspólnie z rolnikami/ producentami oraz z wykorzystaniem logistycznych możliwości uczestników inicjatywy (np. wykorzystanie jednego samochodu do odbioru produktów od kilku producentów w danym regionie, zamiast sytuacji, w której każdy z nich organizuje dostawę swoich produktów na własną rękę). System IT został zaprojektowany tak, aby umożliwić lokalnym organizacjom i partnerom biznesowym działającym na terenie danego obszaru w ramach PLM prowadzenie systematycznych i zorganizowanych działań na rzecz lokalnych rolników/ producentów i pomóc im w sprzedaży produktów poprzez ułatwienie dostępu do różnych kanałów/punktów sprzedaży prowadzonych pod marką PLM.

Kolejną formą lokalnie dostępnego wsparcia dla rolników/ producentów chcących wejść na rynek ze swoimi produktami są w pełni wyposażone kuchnie oraz usługi doradcze dostosowane do potrzeb. Te formy wsparcia muszą być świadczone przez lokalne organizacje lub grupy producenckie, ale zgodnie ze zmieniającym się

ustawodawstwem i regulacjami prawnymi, zwłaszcza odnośnie bezpieczeństwa żywności i sprzedaży bezpośredniej. Celem i szansą PLM jest pomoc lokalnym partnerom w motywowaniu lokalnych producentów do legalizowania swoich produktów i wchodzenie z nimi na rynek. W ten sposób partnerzy będą w stanie lepiej wykorzystać szansę na pozyskanie współfinansowania od samorządu województwa w zakresie promocji lokalnie produkowanej żywności.

Wnioski odnośnie procesu zwiększenia skali systemu KŁŻ.

Współpraca partnerska, w ramach której partnerzy dzielą się ryzykiem, kosztami i korzyściami, stanowi klucz do sukcesu. Niestety często partnerstwa wykorzystywane są jako mechanizmy pomagające przerzucić koszty i ryzyko na innych. Na tym etapie kluczem do sukcesu – wobec coraz większej konkurencji na rynku produktów żywnościowych – jest budowanie partnerstw angażujących partnerów z samorządów wojewódzkich, którzy są zainteresowani bardziej efektywnym wydawaniem publicznych funduszy na przeciwdziałanie ubóstwu, wykluczeniu społecznemu i gospodarstwu, na ochronę środowiska, oraz promocję przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Partnerstwa takie powinny koncentrować się na rozwijaniu modeli działania, które mogą być powielane i adaptowane stosownie do różnych uwarunkowań. Przykładem może tu być inkubator kuchenny, budowany w jednym z obszarów uczestniczących w inicjatywie PLM – inwestycja, która wiąże się z koniecznością rozwiązywania wielu różnych zagadnień instytucjonalnych, własnościowych, technicznych i in. Inkubator będzie modelem i wzorem dla innych obszarów, które będą mogły skorzystać z funduszy dostępnych w regionach.

Użytkownicy inkubatora nie muszą sprzedawać swoich produktów pod marką PLM. Jest to kwestia ich wyboru oraz umiejętności współpracy z innymi. Należy zauważyć, że obecnie możliwości legalnej sprzedaży dla małych producentów praktycznie nie istnieją, chociaż sytuacja ta może ulec zmianie, jeśli polityka zamówień publicznych zostanie zmieniona na korzyść lokalnie produkowanej żywności, a decydenci będą chcieli ograniczyć szarą strefę w handlu żywnością, która obecnie kwitnie. Innym kluczowym dla partnerstw obszarem jest współpraca z biznesem.

Inicjatywa PLM współpracuje z różnymi partnerami z sektora biznesu nad wypracowaniem kanałów dystrybucji i sprzedaży w taki sposób, aby generowały przychody. Tak jest w przypadku opracowania systemu IT i organizacji logistyki, gdzie FPS czerpie z doświadczeń i eksperckiego wsparcia firmy Aspen, będącej częścią grupy Sodexo, która specjalizuje się w usługach żywienia i cateringu dla klientów z sektora publicznego, przede wszystkim szpitali i szkół. Firma jest zainteresowana wprowadzeniem większej ilości lokalnych produktów żywnościowych o wiadomym pochodzeniu do jadłospisów szpitali i szkół, ale nie jest zainteresowana bezpośrednią sprzedażą żywności lokalnej. Aspen wspiera inicjatywę PLM w zakresie magazynowania żywności, transportu oraz poprzez inne usługi w miarę potrzeb PLM. Pomaga też w wypracowaniu modelu dystrybucji i logistyki dla spółki prowadzącej działalność gospodarczą w ramach inicjatywy PLM. Inicjatywa korzysta z doświadczenia, know-how i znajomości rynku, jakimi dysponuje Aspen. Współpraca z partnerami z sektora biznesu pomaga w realizacji ekonomicznych priorytetów inicjatywy PLM.



Odwiądź portal KSOW - www.ksow.pl

Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich