

Fundația ADEPT Transilvania



**Conferința „Noua CAP – Munți de oportunități”
Brașov, 12 – 13 iulie 2014**

Ben Mehedin, coordonator de proiecte

Peisajele cu Înaltă Valoare Naturală din zona montană furnizează bunuri publice

Care au valoare economică foarte mare

Biodiversitate
Aer pur, ape curate
Hrana de calitate
Siguranța
alimentară
Turism în natură

Rezistența la inundații,
incendii, schimbări
climatice
Impact energetic scăzut
Consum energetic
scăzut
Lanturi alimentare
scurte

Polenizare
Stocarea
Carbonului
Agro-biodiversitate

Produsele de munte au în ele și o dimensiune socială și una culturală



Mediu





Piața



**Care sunt așteptările
clienților?**

- produse igienic
- Materiile prime de munte
- O legătură culturală
- Ocupare cu forță de muncă locală
- Metodă tradițională

... Piața poate fi educată prin Promovare



...ducători
...a 2000
...ARNAVA MARE

...varea biodiversității

- promovarea agriculturii ecologice
- igiena și calitatea laptelui
- centre de colectare lapte, pentru comunitate
- susținerea practicilor agricole tradiționale
- susținerea și promovarea micilor fermieri
- accesul la piața pentru produsele locale

Proiectul este finanțat prin Programul de Dezvoltare Rurală și Creșterea Economiei și Dezvoltarea Durabilă în România

FUNDATA ADEPT
MAGAZIN
MAGAZIN
orange



Dezvoltarea posibilităților de comercializare



Pot crește prin imbunatatirea PRODUCTIEI si a
MARKETING-ului

În acest loc biodiversitatea și diversitatea culturală sprijină concret economia locală!

Here biodiversity and cultural diversity give real support to village economy!



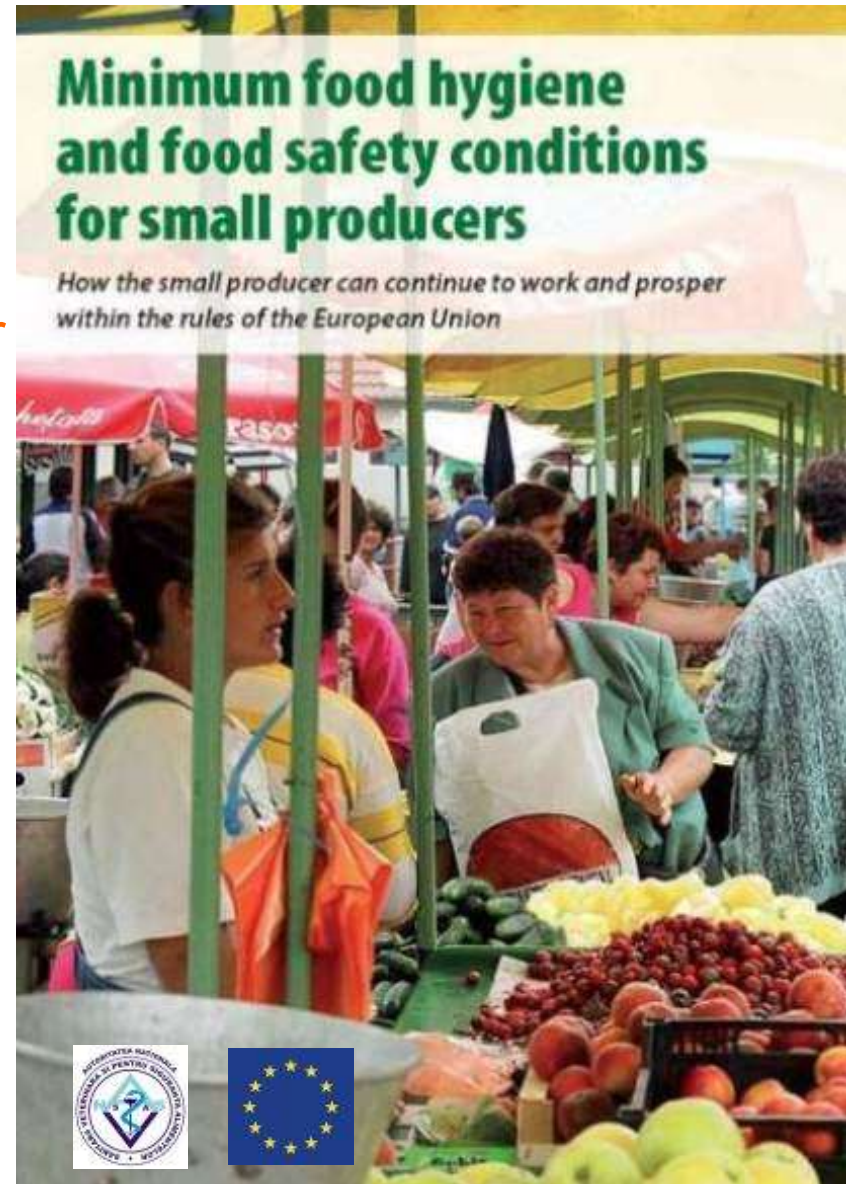
Popularizarea legaturii dintre biodiversitate si economia locala



Clarificarea reglementarilor EU pentru mici producători

Micii producători au nevoie de adaptare a condițiilor la capacitățile lor.

Între acestea și normele de igienă, dar fără a face rabat de la normele generală de igienă și trasabilitate...



Dezvoltarea unitatilor de procesare la scara mica, in mediul rural, pentru comunitate dar si pentru demonstratii practice



Marketing: Dând valoare adăugată produselor locale folosind brand-ul biodiversitate

Management tradițional
al terenului-teren cu
Valoare Naturală
Ridicată



→ Produse cu valoare ridicată, în
conexiune cu imaginea de
brand – brânza, carne, miere,
gem, servicii de turism,
meșteșuguri

→ Vanzari directe și locale



SĂ ȘTIM CE MÂNCĂM

Să știm de unde provine hrana noastră

SĂ ȘTIM CE
MÂNCĂM



Piete pentru produsele locale

Produse montane de la branza, carne uscata/afumata, fructe de pădure, gemuri/miere



Comercializarea:

- În piețe și târguri specializate;
- Direct la consumatorul final
- Magazine specializate

SĂ ȘTIM CE
MÂNCĂM

SĂ ȘTIM CE MÂNCĂM

Să știm de unde provine hrana noastră

Participarea la târguri și expoziții

Pentru
promovarea
produselor
tradiționale și
locale



... Valoarea adăgată produselor tradiționale și inovare în marketing

...The Art of Dar !!!



... Valoarea adăgată produselor tradiționale și locale

...PAC / CAP – ”Legătura dintre populația urbană, aflată în creștere și sectorul agricol din ce în ce mai bine organizat, strategic.”





1. Schemele europene

– DOP: Denumire de Origine
Protejata

– IGP: Indicatie Geografica
Protejata

– STG: Specialitate
Traditionala Protejata



= Indicatii
Geografice
(IG)

PARMIGIANO REGGIANO (IT) – DOP 1996

- Brânză tare, grasă, granulată (parmezan) produsă exclusiv în provinciile Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna și Mantova din Italia

- Existență atestată de peste 800 de ani

Menționată deja în 1348 în Decameronul lui Boccaccio care inventează un « munte de parmezan ras »

- Marca, producția și vânzările sunt **controlate exclusiv de Consorțiul Parmigiano-Reggiano**



Consortiul Parmigiano-Regianno

- Consortiul protejeaza originea si specificitatea produsului, promoveaza produsul si sprijina comercializarea acestuia
- Parmigiano-Reggiano este produs exclusiv cu laptele de la aproximativ 4000 de ferme din arealul de productie
- Animalele sunt crescute cu furaje produse local. Reteta protejata este cea traditionala, fara aditivi sau alte procese chimice
- Anul trecut au exportat **1.100.000 de roti de parmezan, adica peste 45.000 de tone !**

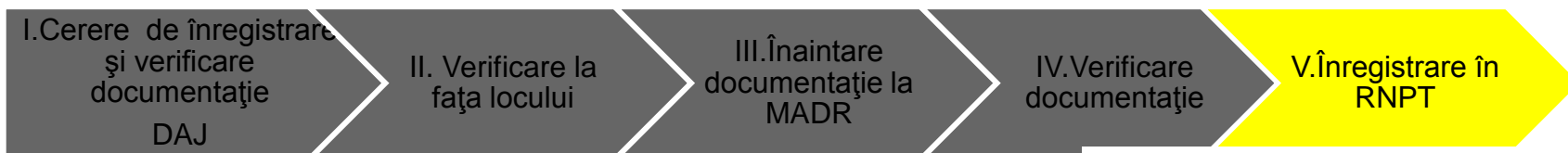


PROSCIUTTO DI PARMA (IT) – DOP 1996



- Producătorii autorizați trebuie să fie localizați într-o zonă de producție delimitată, în jurul orașului Parma
- Toți producătorii trebuie să respecte aceeași rețetă și același caiet de sarcini
- Porcii din care este făcută șunca trebuie crescuți conform unor specificații stabilite de **Consortiu** (trebuie să aibă o anumită alimentație și trebuie sacrificați la o anumită vârstă/greutate)

Pași pentru înscrierea unui produs tradițional



MINISTERUL AGRICULTURII ȘI DEZVOLTĂRII RURALE

ATESTAT PRODUS TRADIȚIONAL

Nr. /

Eliberat în temeiul prevederilor Ordinului ministrului agriculturii și dezvoltării rurale, al ministrului sănătății și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 724/1.082/360/2013 privind atestarea produselor tradiționale și al Procesului-verbal de constatare nr. din data de

Se atestă produsul

fabricat la unitatea de producție cu sediul în localitatea, județul, aparținând, cu sediul în localitatea, înscris în Registrul național al produselor tradiționale, la poziția

Prezentul atestat nu exonerează operatorul economic de răspunderea că îi revin potrivit legii, pentru fabricarea și comercializarea acestui produs.

Atestatul își păstrează valabilitatea atât timp cât operatorul economic îndeplinește criteriile și cerințele pentru care a primit atestatul.

Direcția generală de industrie alimentară
Director general
.....

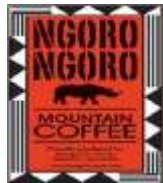
Exemplu – brânză telemea de mărginime



Exemplu – Tete-de-moin Elveția



Etichetare



Unele sunt mărci înregistrate, care par a avea origini montane, iar altele sunt doar mărci globale

În vreme ce altele au clar legătură cu zonele montane



Mulumesc pentru
atentie!

Fundatia ADEPT
Transilvania

www.fundatia-adept.org

