



RAPORT-REZUMAT AL SESIUNII-ATELIER “MAI MULT DECÂT CULINAR CULT”

31 Octombrie 2012

Sibiu, Centrul Astra Pentru Patrimoniu

INTRODUCERE

În acest raport al evenimentului “Mai mult decât Culinar Cult”, veți găsi o descriere succintă a conținutului, conceptului și metodologiei de lucru. De asemenea, sunt prezentate principalele rezultate ale conferinței (rezultatele detaliate ale fiecărei secțiuni/atelier în parte regăsindu-se în **Anexa 3**).

CONȚINUT

Despre eveniment

Context, scop

Participanți

Structură, metodologie

Rezultate și concluzii

Anexa 1 – Rezultatele detaliate ale sesiunii/atelierelor” Mai mult decât Culinar Cult”

Anexa 2 – Detalii proiect “Culinar Cult - Valorificarea tezaurului alimentar tradițional sibian în procesul dezvoltării rurale durabile”

DESPRE EVENIMENT

Sesiunea-atelier “**Mai mult decât Culinar Cult**” este parte integrantă a proiectului “**Culinar Cult - Valorificarea tezaurului alimentar tradițional sibian în procesul dezvoltării rurale durabile**” – inițiativă a unui grup de structuri locale, interesate și implicate în mod constant în promovarea și susținerea produselor și a culturii gastronomice tradiționale: Complexul Național Muzeal Astra Sibiu, Asociația de Prietenie Ille-et-Vilaine – Sibiu, Direcția Agricolă Județeană Sibiu, Asociația Județeană de Turism și Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, proiect finanțat de Consiliul General Ille-et-Vilaine, Franța și Consiliul Județean Sibiu.

CONTEXT, SCOP

Într-un context al crizei resurselor globale, “Mai mult decât Culinar Cult” s-a înscris în rândul demersurilor locale de **susținere a producătorilor tradiționali locali printr-un consum local responsabil**, ca metodă de a deveni, împreună, o comunitate solidară, autonomă și autosustenabilă. Scopul evenimentului a fost de a facilita inițierea și susținerea unui proces de valorificare integrată a potențialului proiectului aflat deja în curs de implementare “**Culinar Cult - Valorificarea tezaurului alimentar tradițional sibian în procesul dezvoltării rurale durabile**”.

PARTICIPANȚI

Conferința s-a desfășurat sub forma unei sesiuni-atelier la care au participat structurile invitate, atât instituții publice, cât și organizații non-guvernamentale ce activează sau au capacitatea de intervenție în domeniul tematicii abordate (susținerea producătorilor locali, agricultura țărănească, consum local responsabil, educarea comunității etc.). Din 70 persoane invitate, au participat 52, din partea mass-mediei răspunzând invitației doar 4 persoane (*fișier excel „Participanți conf. 31 oct”*).

Consiliul Județean Sibiu și Primăria Municipiului, două instituții cu rol major în procesul aferent demersului susținut prin proiect, au fost invitate să oficializeze deschiderea conferinței. Dl. Ioan Cindrea, Președinte al Consiliului Județean Sibiu, a răspuns invitației, susținând un cuvânt de deschidere prin care a asigurat audiența de sprijinul pe care îl va acorda demersului inițiat de organizatori, punctând direcțiile de acțiune ale Consiliului Județean în ceea ce privește susținerea producătorilor locali.

STRUCTURA, METODOLOGIE

Conferința a fost structurată în **două sesiuni**: una cu **prezentări și momente de dialog**, iar cea de-a doua cu **atelier tematice de lucru**.

Prima sesiune a avut rolul de a familiariza audiența cu proiectul “Culinar Cult - Valorificarea tezaurului alimentar tradițional sibian în procesul dezvoltării rurale durabile” (*Anexa 2 – Detalii proiect “Culinar Cult - Valorificarea tezaurului alimentar tradițional sibian în procesul dezvoltării rurale durabile”*), de la plasarea acestuia în contextul global, până la impactul la nivel local.

Prezentările susținute au detaliat conceptele promovate de proiect, obiectivele și rezultatele, rolurile și responsabilitățile partenerilor implicați, punctând alternative de valorificare integrată pe termen lung.

- 1) *Introducere : context global, principii și direcții de acțiune* - Aura Hazotă, consultant Aditus Vero;
- 2) *Cuvânt de deschidere* - Dl. Valeriu Olaru - Director CNM Astra, Dl. Ioan Cindrea – Președinte CJS ;
- 3) *Culinar Cult – Concepte promovate, obiective și rezultate, direcții de valorificare integrată pe termen mediu și lung* - Mirela Lebu, Coordonator proiect CNM Astra;
- 4) *Culinar Cult – Roluri și responsabilități*: Mirela Lebu (CNM Astra), Valentin Arvunescu (APIVS), Simina Manea (AJTS),

Tot în cadrul acestei sesiuni, prezentarea “**Culinar Cult pe Harta Consumului Responsabil și Local/Tradițional**” susținută de dl. Ovidiu Baron (Director Marketing, CNM Astra) a cartografiat demersurile locale, similare sau conexe proiectului Culinar Cult.

Cea de-a doua sesiune a împărțit participanții pe patru ateliere tematice desfășurate concomitent:

Atelier no. 1	<i>“Valorificarea integrată a spațiului Târg de Țară”</i>
Atelier no. 2	<i>“Producători tradiționali – Analiza SWOT”</i>
Atelier no. 3	<i>“Promovarea și susținerea consumului local responsabil – de la atitudine civică la politică locală”</i>
Atelier no. 4	<i>“Către un consum local responsabil”</i>

Obiectivul fiecărui grup de lucru a fost de a genera idei pe marginea temei primite, prioritizând ulterior cinci dintre ele, pentru a fi prezentate în plen în fața tuturor participanților. În urma expunerii finale a tuturor celor 20 de idei (5 idei/grup tematic de lucru), având o imagine de ansamblu asupra rezultatelor celor patru ateliere, fiecare participant a putut acorda 7 puncte ideilor apreciate cel mai mult (unei singure idei sau mai multor idei).

În finalul acestei sesiuni, participanții au completat un chestionar, analiza răspunsurilor primite regăsindu-se într-un document separat de acest raport (*Analiza chestionare 31 oct*).

REZULTATE ȘI CONCLUZII

Cele 20 idei prioritare centralizate în urma celor patru ateliere și punctajele acumulate în plen au fost:

1. Educarea populației - începând cu copiii și tinerii (28p)
2. Relație personalizată consumator – producător (21 p)
3. Garantarea calității produselor (12p)
4. Produsele tradiționale = alimentație sănătoasă (12p)
5. Școala neconvențională “Școala de la Târg” (11p)
6. Promovare/ corelarea micilor producători cu traseele turistice (ex Drumul Brânzei, Drumul Vinului) (10p)
7. Menținerea și dezvoltarea piețelor de desfacere (9p)
8. Susținerea celor 104 producători+potențiali prin formare/informare/consultanță pentru crearea de noi forme/piețe de desfacere (8p)
9. Târgul de țară – loc de prezentarea comunităților locale din județ – identitate (7p)
10. Cercetarea etnografică – rețete tradiționale (6p)
11. Accesibilitatea produsului și a informației (6p)
12. Lipsa educației de consum (6p)
13. Originalitate –diversitate produse (5p)
14. Târgul de țară – spațiu pentru călătoriile culinare (4p)
15. Conștientizarea consumului produselor de sezon (3p)
16. Tradiția culinară promovată de calitatea constantă a produsului Târgul de țară = barometru al calității și exigenței consumatorului (3p)
17. Sprijinirea economiei locale, a componentei sociale, întărirea solidarității și a mândriei locale (2p)
18. Știu să producă, mai puțin să vândă (1p)
19. Puterea de cumpărare scăzută (0p)
20. Instrumentarul tradițional în relație cu produsul tradițional (0p)

ANEXE
Anexa 1 - Rezultatele detaliate ale sesiunii si atelierelor” Mai mult decât Culinar Cult”
Sesiunea I – Prezentări și momente de dialog
”Harta Consumului Responsabil și Local/Tradițional” a reunit următoarele inițiative

Page | 4

Scop prioritar	Inițiative
Spații de desfacere cu program permanent, în Municipiul Sibiu	→ BioCoop Cooperativa Țărănească - Str. Avram Iancu nr. 11 (primul magazin bio-organic din Sibiu, prima cooperativă țărănească ecologică din România - asociație în scop comercial – asigurarea desfacerii produselor în comun) → Magazinul Eco-Trad de pe Calea Dumbrăvii → Băcănia Bătrânului sas - magazinul de desfacere, Bd Victoriei colt cu Rennes → Magazin de desfacere al Asociației producătorilor tradiționali din jud. Sibiu, Casa Artelor, Piata Mica, Sibiu → Pietele agro-alimentare din: Piata Cibin, Str.Rahovei, str.Semaforului (V.Aaron)
Spații de desfacere periodice, în Municipiul Sibiu	→ Târgul de produse agroalimentare tradiționale din Piața Huet - organizat de Parohia Evanghelică C.A. Sibiu cu sprijinul SC Piețe S.A., încă din 2009, vinerea între orele 10-18; → Piața Țărănească Transilvania - Organizată la inițiativa Consiliului Județean Sibiu, prin administrația Sălii Transilvania – începând din 1 septembrie 2012, sâmbăta între orele 8- 14; → Târg de țară – spațiu organizat în cadrul Muzeului în Aer Liber Dumbrava Sibiului; → Program Carrefour - vânzare produse locale organizat de două ori pe luna, sâmbăta și duminica, târg de produse tradiționale și meșteșugărești, în galeria Carrefour;
Restaurante cu specific tradițional ce se aprovizionează de la producătorii locali, în Municipiul Sibiu	→ Cămara Boierului – restaurant cu ofertă permanentă, într-un spațiu distinct, parte a complexului hotelier Hilton, cu posibilitatea brunchului în familie, duminica, meniu tradițional specializat, aprovizionare de la producătorii locali; → Zonne – restaurant care valorifica produse tradiționale, o parte dintre ele fiind obținute în ograda proprie. Proprietarul restaurantului este membru al Asociației Producătorilor Tradiționali din județul Sibiu, detine o carmangerie, furnizează și servicii de catering cu produse tradiționale.
Evenimente de animație culturală organizate în Municipiul Sibiu	→ Târg de bucate tradiționale - Branduri Transilvănene (2011, CNM ASTRA, în colaborare cu DADR Sibiu) - promovarea produselor tradiționale alimentare autentice din județele Transilvaniei, ateliere culinare, conferință pe tema gastronomiei tradiționale și promovarea brandurilor românești în ale gastronomiei; → Festivalul Culinar Slow Food (2007, Fundația Slow Food în colaborare cu CNM ASTRA) - târg în Piața Mare (17 mai) și demonstrații culinare în Muzeul în aer

	<p>liber (18 mai);</p> <p>→ Târg de Produse Tradiționale și Ecologice desfășurat în Muzeul în aer liber din Dumbrava Sibiului (CNM ASTRA, cu sprijinul CJS, DADR a județului Sibiu, Asociația producătorilor de produse tradiționale și ecologice „Mărginimea Sibiului”; Fundația Adept, Fundația pentru Dezvoltare prin Patrimoniul CulturNatur – doar parteneri inițiatori)</p> <p>→ Festivalul "Produse și tradiții în Țara Oltului" (inițiat în 2008, organizator Gal Țara Oltului) - promovează produsele și tradițiile zonei;</p> <p>→ Festivalul Național al Tradițiilor (inițiat cu 2003, organizatori CNM ASTRA, consiliile județene și Centrele Județene pentru Conservarea și promovarea Culturii Tradiționale) - secțiunea de arte culinare;</p> <p>→ Festivalul Oktoberfest – zilele Sibiului</p>
Evenimente de animație culturală organizate în Județul Sibiu (în afara Municipiului Sibiu)	<p>→ Transylvanian Brunch (inițiat în 2008, organizat la inițiativa Gal Microregiunea Hârtibaciu, în colaborare cu BioCoop) – în locații diferite de pe Valea Hârtibaciului, în ultima sâmbătă a fiecărei luni, sub forma unor întâlniri multiculturală în jurul unui meniu tradițional bazat în principal pe produse locale și ecologice, fondurile strânse fiind reinvestite în interesul comunităților gazdă.</p> <p>→ Cina ca la stână - organizat de Primăria Gura Râului, un adevărat program de animație culturală cu temă gastronomică, un produs turistic care cuprinde bucate tradiționale, specifice stânei, atmosfera - foc de tabără, muzică și costum popular (susținut de pensiunile din zonă ca ofertă permanentă pe timpul anului);</p> <p>→ Festivalul folcloric "Sus pe muntele din Jina" - organizat de Primăria Comunei Jina, sub forma unei nedei pastorale, în ultima duminică din iulie, ajuns la cea de a 43-a ediție;</p> <p>→ Festivalul bujorului - organizat de Primăria și Consiliul Local Gura Râului, împreună cu Asociația de înfrumusețare a comunei Gura Râului, din 2004, târg de produse, demonstrații culinare;</p> <p>→ Festivalul brânzei și al țuicii - organizat de Primăria Comunei Rășinari și Asociația Județeană de Turism în parteneriat cu Consiliul Local Rășinari, Asociația Pensiunilor Agroturistice din Rășinari și cu sprijinul Consiliului Județean Sibiu prin Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale „Cindrelul Junii Sibiului”, aflat la cea de a IX- a ediție;</p> <p>→ Transilvania Fest (2010, Biertan, județul Sibiu) - inițiat de Asociația Transilvania Fest din Turda, festival itinerant cultură și mâncare, promovează tradițiile și produsele locale (Turda Fest din 2005, devenit apoi Transilvania Fest în 2010 la Biertan), primii promotori ai conceptului de Slow Food în România, în 2011 – Blaj;</p>
	<p>→ Proiectul NoE. Curat culinar! derulat de CulturNatur - o organizație non-guvernamentală ce își propune ca misiune protejarea și promovarea patrimoniului cultural și natural. CulturNatur este partener al Muzeului ASTRA din Sibiu. NoE este un proiect cu două obiective generale: primul, de</p>

	responsabilitate socială – acela de a promova un stil de viață mai sănătos prin consumul de produse naturale (tradiționale și ecologice) și al doilea, de autosusținere – acela de a genera venituri pentru finanțarea activităților asociației non-profit a cărei inițiativă este;
Burse, licitații de animale	→ Licitațiile de animale organizate de Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurala, ovine, caprine, bovine, transformate în serbări câmpenești și târguri de produse locale și tradiționale, stimularea cooperării între asociațiile de producători și crescători din județ; → Bursa de berbeci Săliște organizată de Consiliul Județean Sibiu, Primăria și Consiliul Local Săliște, Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurala Sibiu și Federația Crescătorilor de Ovine "Cindrelul" Sibiu, din 2011.

Sesiunea a II-a: Atelierele “Mai mult decât Culinar Cult”

Atelierul 1 – „Direcții de valorificare integrată a spațiului Târg de țară”

Tema	<i>Plecând de la informațiile pe care le-ați primit în prima parte a acestei conferințe, tu și colegii de echipă aveți ca obiectiv să realizați o listă cu idei concrete privind valorificarea spațiului Târg de Țară construit în cadrul proiectului Culinar Cult. Pentru a facilita generarea de idei, puteți începe prin a răspunde la următoarele întrebări: Ce mi-ar plăcea să-mi ofere spațiul Târgul de Țară? Ce aș putea face eu în spațiul Târg de Țară?</i>
Componența Grupului Tematic de Lucru	1) Mirela Crețu (Director Specialitate, CNMA) 2) Maria Grancea (GAL Țara Oltului) 3) Adi Alexe (CNMA) 4) Maria Canțer (Colegiul Tehnic de Industrie Alimentară Terezianum) 5) Cristina Danciu (ULBS) 6) Ilie Farca (DADR)
Moderator	Mirela Lebu (CNM Astra)
Idei generate	1. (un spațiu) Educațional - în spații neconvenționale <ol style="list-style-type: none"> universul cultural din spatele produsului Individualizarea produsului / producătorului prin povestea din spatele acestuia Marketing educațional – poziționarea pe piață a produsului / producătorului prin toate formele de educație (formele de educație transformate în procedee de marketing pentru produse și concepte) Terminologie (clarificarea, pentru producători și pentru toate categoriile de consumatori, a diversilor termeni folosiți ex. consum local/responsabil/de sezon, produs bio/tradițional/natural, etc.) Educația gustului (încercarea de a scoate consumatorul de sub imperatiile consumerismului prin diversificarea gustului și educația gustului) 2. Sesiuni de degustare pentru aprecierea produselor tradiționale versus alte produse (cu scopul de a menține calitatea produselor de pe piață – producători

	<p>care, împreună cu consumatorii își vor degusta în orb propriile produse și le vor ierarhiza calitativ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. "Călătorii culinare" prin produs, obicei, eveniment (familiar, calendaristic), târguri (un produs alimentar, o rețetă comună în tot spațiul românesc, trecută prin varietatea formelor regionale ex. sarmale, mucenici, etc., meniul de nuntă, meniul de Crăciun, etc. – organizate sub forma unor demonstrații culinare sau sub forma târgurilor) 4. Instrumentarul culinar în relație cu produsul (asocierea meniului/rețetei cu instrumentarul folosit la prepararea/servirea acestora ca modalitate de susținere reciprocă între producători și meșteșugari, conducând astfel la coeziunea comunitară și dezvoltare rurală durabilă) 5. Povestea culinară (promovarea poveștii din spatele produsului/producerului/comunității pentru a da o față unamă unei entități abstracte, pentru a individualiza și a distinge) 6. "Control" asupra calității produsului (funcționarea acestui saptiu ca un garant în fața consumatorului)
<p>Top 5 idei (expuse în plen și voturi obținute în plen)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Scoala</u> neconvențională "Școala de la Târg" (11p) 2. Târgul de țară – <u>acasă</u> pentru comunitate prezentarea comunităților locale – identitate (7p) 3. Târgul de țară – <u>spatiu pentru călătoriile culinare</u> (4p) 4. Tradiția culinară promovată de <u>calitatea constantă</u> a produsului Târgul de țară = barometru al calității și exigenței consumatorului (3p) 5. <u>Instrumentarul</u> tradițional în relație cu produsul tradițional (0p) <p>Notă: Termenii subliniați și îngroșați sunt cei evidențiați în mod special de către participanți.</p>

Concluzii:

Elementele/conceptele-cheie care vor conduce orice activități desfășurate în acest spațiu sunt: cunoaștere, învățare, formarea mentalității. Se va continua căutarea de noi producători autentici și promovarea acestora. Se simte nevoia prezentării comunităților sursă – generatoare de patrimoniu material și spiritual - prin organizarea unor evenimente care vor promova întreg ansamblul tradițiilor care definesc și identifică fiecare comunitate în parte, incluzând și tradițiile culinare (ex. organizarea unei săptămâni dedicate fiecărei comunități, în strânsă conlucrare cu GAL-urile din județ și structuri similare din țară). Toate aceste activități ar trebui să conducă spre consolidarea încrederii oamenilor în ei înșiși și în comunitatea căreia îi aparțin (pornind de la ideea că, actualmente, comunitățile rurale au o încredere scăzută în propriile valori/forțe/resurse – umane și materiale). Târgul de țară este văzut ca un spațiu propice evaluării continue a producătorilor, produselor și a consumatorilor. Ca element periodic – se va concepe și aplica câte un chestionar vizând evoluția calității produselor, cunoașterea terminologiei – bio, natural, local, tradițional, origine controlată, a legislației, normelor, atât pentru producători cât și pentru consumatori.

Atelierul 2 – "Analiza SWOT producători tradiționali"

<p>Tema</p>	<p><i>Plecând de la informațiile pe care le-ați primit în prima parte a acestei conferințe, tu și colegii de echipă aveți ca obiectiv să realizați o analiză prin care să listați punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările cu care se confruntă</i></p>
--------------------	---

	producătorii locali tradiționali în activitatea lor (analiza SWOT). (Notă: participanții au primit exemple de întrebări de îndrumare pentru fiecare cadran SWOT în parte).
Componența Grupului Tematic de Lucru	<ol style="list-style-type: none"> 1) Romeo Cristea (Vicepreședite Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, apicultor) 2) Viorel Mistreanu (Membru Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, producător hencleş și alte specialități săsești, Agnita) 3) Monica Cucerzan (Membru Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, produse lactate din lapte de capră, Târnava Mare) 4) Ovidiu Drăgușanu (GAL Podișul Mediașului, Manager) 5) Adrian Vonica (Membru Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, producător lactate din lapte de oaie, Sadu) 6) Dumitru Ciorogariu (Membru Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, produse lactate din lapte de oaie, Tilișca) 7) Louijza Boldizsar (Membru Asociația Producătorilor Tradiționali Sibiu, panificație, Hosman) 8) Ramona Todiriciu (ULBS, Director Adjunct) 9) Lucian Robu (CNM Astra) 10) Vasile Stoia (DADR)
Moderator	Aura Hazotă (Aditus Vero, Consultant & moderator & formator)
Ideii generate (41 idei dintre care 9 puncte tari, 9 puncte slabe, 10 oportunități, 13 amenințări)	<p><u>PUNCTE TARI</u></p> <p>Produse unice Asocieri Resurse unice Gust- calitatea produselor Atestate</p> <p>Produs- originalitate-diversitate</p> <p>Elemente patrimoniu cultural imaterial (autenticitate, tradiție, istorie)</p> <p><u>Alimentatie sanatoasa</u></p> <hr/> <p><u>PUNCTE SLABE</u></p> <p>Productivitate scăzută Costuri producție & comercializare Reticență/ ostilitate față de asociere Lipsa resurselor financiare Reticența accesare fonduri (acces greu la fonduri - necunoaștere)</p> <p>Știu să producă, mai puțin să vândă *(marketing)</p> <p>Conservatorismul comunităților rurale Lipsa informații Lipsa garanții/acces finațare</p> <hr/> <p><u>OPORTUNITĂȚI</u></p> <p>Tendențe generale pentru bio –eco: legislație, interes consum Subvenții, fonduri nerambursabile Conștientizarea consumatorilor Târgurile de profil Parteneriatele cu autoritățile locale și alte structuri suport Existența locală a resurselor (calitatea sol) Recunoasterea la nivel național a brandurilor din Mărginimea Sibiului</p>

	Infrastructura rutieră Existența multiculturalității Creșterea numărului de turiști Comunități puternice, Municipiul Sibiu + Mărginimea Sibiului Suport instituțional în promovare și desfășurare Evenimentele susținute și promovate de Consiliul Județean Sibiu RISCURI Inflexibilitate bănci Cadru legislativ (abrogarea legii 42) Lipsa educației de consum Concurența neloială Îmbătrânirea forței de muncă+ migrație Criza/instabilitatea economică Putere de cumpărare scăzută Riscul de a nu vinde ce produci Schimbările climatice, instabilitate Riscul psiho-emoțional
Top 5 idei (expuse în plen și voturi obținute în plen)	1. Lipsa educației de consum (6p) 2. Originalitate –diversitate produse (5p) 3. Știu să producă, mai puțin să vândă (1p) 4. Produsele tradiționale = alimentație sănătoasă (12p) 5. Puterea de cumpărare scăzută (0p)

Atelierul 3 – “Susținerea consumului local responsabil – de la atitudine civică la politică locală”

Tema	<p><i>Plecând de la informațiile pe care le-ați primit în prima parte a acestei conferințe, dvs. și colegii de echipă aveți ca obiectiv să realizați o listă cu propuneri privind metode concrete de implicare și responsabilizare în ceea ce privește consumul local responsabil a tuturor actorilor din cadrul comunității – de la instituții publice, organizații non-guvernamentale, companii până la cetățeni ca membrii ai comunității, nu doar simpli locuitori.</i></p> <p><i>Pentru a facilita generarea de idei, puteți începe prin a răspunde la următoarele întrebări: Ce demersuri concrete ar putea face structura pe care o reprezentați, în cadrul strategiei și proiectelor proprii, pentru promovarea și susținerea consumului local responsabil, respectiv dezvoltarea producătorilor locali? Ce ai putea face personal pentru susținerea consumului local responsabil și dezvoltarea producătorilor locali?</i></p>
Componența Grupului Tematic de Lucru	1) Ioan Bordianu (manager public CJS) 2) Dana Lupică (sef serviciu Strategii, Programe CJS) 3) Ovidiu Baron (CNM Astra, Director Marketing) 4) Cristian Baciuc (RNDR Regiunea Centru) 5) Mirela Stanciu (prof.univ.dr., ULBS, Facultatea de Agronomie) 6) Stelian Iliu (DADR, Director Executiv)

	7) Roxana Enescu (consilier, DADR) 8) Georgeta Purima (CJS, director executiv, Camera Agricolă) 9) Răzvan Pop (AIOS) 10) Marius Halmaghi (presedinte, Asociația Eco Muzeul Regiunii Sibiu) 11) Ciprian Ștefan (director, CNM Astra) 12) Mirona Tapalaga (GAL Podișul Mediașului)
Moderator	Codruța Codău (APIVS)
Ideii generate	<p><i>Ideii generate ca răspuns la prima întrebare.</i></p> <p>GAL Mediaș (Grupul de Acțiune Locală Podișul Mediașului)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amenajare spații (resurse financiare) pentru valorificarea produselor și patrimoniului cultural - Organizarea unor grupuri de formare/ informare/consiliere a producătorilor pe marketingul/piețe vânzare produse locale - Forme de organizare a producătorilor (asociere, cooperative etc.)+vânzare - Identificare cu producătorii a noi forme de organizare și piețe de desfacere <p>RNDR (Rețeaua Națională pde Dezvolatre Rurală)=un program al Ministerului Agriculturii pe 4 ani</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promovare – site, conferințe - Aplicație pe telefonul mobil (pentru turiști – informare despre producători și puncte de desfacere) - Prezentare către producători a exemplelor de bune practici (seminarii, conferințe) <ul style="list-style-type: none"> - Training +sprijin GAL-uri – 38 grupuri de lucru (experți din ministere, asociații – propuneri legislative, organizarea producătorilor) - pentru regiunea centru sediul este în Tg Mures; <p>Consiliul Județean Sibiu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Înființarea unor depozite pentru produsele agro-alimentare și negociere / promovare / mediere / vânzarea produselor – marii comercianți (ex. Supermarketuri, hipermarketuri) - Card de discount pentru consumatorii din județul Sibiu <ul style="list-style-type: none"> - Mentineră circuitelor scurte: ex. menținerea pieții Transilvania - S-au aplicat chestionare în rândul consumatorilor din Piața Transilvania – calitatea mai importantă decât prețul - Trasee turistice tematice, unde turiștii vor putea cumpăra produse direct de la producători de acasă, de ex. Targu Vinului; - Agenda culturală 2013: Anul Gastronomiei - Puncte de desfacere <p>DADR (Direcția pentru Agricultură și Dezvolare Rurală Sibiu)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cardul de producător (buletinul producătorului) - E nevoie de o colaborare mai bună și concretă a actorilor publici DSV – să se simtă partener și să acționeze ca atare și nu separat, să fie membru al rețelei (au fost invitate directorul și un șef serviciu, dar nu au participat) - Punct slab: nu există atribuții legale pentru procesul de controlare a modului de obținere a produselor și de penalizare a nerespectării condițiilor; - Corelarea între micii producători cu traseele turistice - Consilierea producătorilor, încurajare/suținere pentru asocierea lor <p>AIOS (Asociația pentru Înfrumușetarea Orasului Sibiu)</p>

- Cercetare/promovare a produselor tradiționale, rețetele tradiționale, modul de viață tradițional românesc
- Promovarea lor în lanțurile de restaurante/+chioșcuri din apropierea școlilor liceelor/localuri – către cetățeni
- Educare/promovare cu grupuri de copii și adolescenți
- Educare asupra parcursului realizării produselor (de la muls la consum)

Muzeu (C.N.M. ASTRA)

- Achiziția de case tradiționale în care să se mute și să trăiască oameni în mod tradițional, pentru a se vedea/cunoaște modul de viață tradițional și chiar a participa la activități în gospodărie - educarea copiilor+tinerilor, ținând cont și de programele școlare gen „Săptămâna altfel”
- **Organizarea unui spațiu de educare a copiilor-tinerilor în Targu de țara**
- Școala tradițională – program de educare non-formală a copiilor și tinerilor asupra patrimoniului cultural tradițional (ex. Mestesuguri, tradiții, obiceiuri culturale, gastronomie tradițională);
- **Cercetare de teren cu (pentru) rețete tradiționale – publicație on-line**
- Evenimente de profil
- Târguri, animație
- **Magazinele Casa Artelor (Asoc Prod) și lângă Cârciuma din Bătrâni(+Asociații)**
- Identificare + sprijinirea potențialilor producători și din alte microregiuni (decât Mărginime) pentru atestare/promovare

SAAIM - Facultatea de Științe Agricole, Industrie Alimentară și Protecția Mediului Sibiu

- Valorificarea produselor prin agroturism

Camera de Agricultură a județului Sibiu

- Reducerea birocrăției în acordare +utilizarea fondurilor UE- C.J.Sibiu poate face propunere legislativă către ministere;
- Înființarea unor bănci ale țăranilor
- Creșterea numărului de produse cu denumire protejată (s-a depus la minister dosarul pentru brânza de Sibiu)
- Un site al producătorilor cu vânzare on-line

Asociația Eco - Muzeul Regiunii Sibiu

- Susținerea celor 104 producători

Posibile surse de finanțare (idei generate ca răspuns la cea de-a doua întrebare):

- GAL-uri
- Bugetele proprii, C.J.Sibiu + celelalte instituții
- AFCN – se poate depune proiect
- Parteneriate cu agenți economici (ex. cu Ambient)
- Agenda culturală a C.J. Sibiu
- Bugetele primăriilor
- RDNR Măsura 1.2.3. Procesarea producției agricole (Programul Național pentru Dezvoltare Rurală – prin F.E.A.D.R. - Măsura 1.2.3.Creșterea valorii adăugate a produselor agricole și forestiere –Realizarea de investiții corporale și necorporale în cadrul întreprinderilor pentru procesarea și marketingul produselor agricole care procesează materii prime)

	<ul style="list-style-type: none"> - Fonduri norvegiene - Băncile Raiffeisen comunități - Fundația Comunitară - Voluntariat (ULBS, Crucea Roșie, asociații) - ONG –uri, atragere resurse
Top 5 idei (expuse în plen și voturi obținute în plen)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menținerea și dezvoltarea piețelor de desfacere (9p) <ol style="list-style-type: none"> a. Cele care există b. Noi: <ol style="list-style-type: none"> i. două magazine care vor fi deschise la Casa Artelor și lângă cârciuma din Bătrâni ii. depozite agro-alimentare pentru produsele locale+ intermedierea vânzării în supermarket 2. Educarea copiilor/tinerilor (28p) <ol style="list-style-type: none"> a. Spațiu în muzeu pentru animație b. Școala tradițională în muzeu c. Școala Altfel d. Alte inițiative ale școlilor/liceelor 3. Cercetarea etnografică – rețete tradiționale (6p) 4. Susținerea celor 104 producători+potențiali prin formare/informare/consultanță împreună cu ei pentru crearea de noi forme/piețe de desfacere (8p) 5. Promovare/ corelarea micilor producători cu traseele turistice (ex Drumul Brânzei, Drumul Vinului) (10p)

Atelier 4 – „Către un consum responsabil”

Tema	<i>Plecând de la informațiile pe care le-ați primit în prima parte a acestei conferințe, tu și colegii de echipă aveți ca obiectiv să realizați o listă cu idei concrete prin care oricare dintre noi, în calitate de consumatori, putem susține consumul responsabil local. Pentru a facilita generarea de idei, puteți începe prin a răspunde la următoarele întrebări: Ce v-ar ajuta/determina să achiziționați preponderent produse locale? Ce ați putea face concret pentru a susține consumul local responsabil?</i>
Componența Grupului Tematic de Lucru	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adriana Avram (Fundația Cultur Natur) 2) Raluca Iliuț (CNM Astra, CIT Dumbrava) 3) Anca Nițoi (AIOS) 4) Simona Gheorghieș (CNM Astra, Galeriile de Artă Populară) 5) Elena Hulpuș (CJS) 6) Ioana Luca (CNM Astra) 7) Valentin Arvunescu (APIVS) 8) Ben Mehedin (ADEPT) 9) Valeriu Olaru (CNM Astra, Director)
Moderator	Simina Manea (Director AJTS)

<p>Top 5 idei (expuse în plen și voturi obținute în plen) – Valentin Arvunescu (APIVS, Director Executiv)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantarea calității produselor (12p) <ol style="list-style-type: none"> a. Trasabilitate b. Marca / produs în Sibiu c. Produse sănătoase 2. Relație personalizată consumator – producător (21p) <ol style="list-style-type: none"> a. Povestea din spatele produsului b. Întâmpinarea consumatorului c. Evenimente degustări d. Cules direct din ferma e. Fidelizare 3. Sprrijinirea economiei locale, a componentei sociale, întărirea solidarității și a mândriei locale (2p) 4. Conștientizarea consumului produselor de sezon (3p) 5. Accesibilitatea produsului și a informației (6p) <ol style="list-style-type: none"> a. Lanțul de distribuție (scurt) b. Promovare și achiziție on-line (inovație în tradiție) c. Asocierea consumatorilor
--	--

Notă: Înainte de prezentarea în plen a celor 5 idei prioritare generate în cadrul atelierului, dl. Valentin Arvunescu a prezentat *diagrama ipostazelor de consumator/cumpărător* folosită ca punct de plecare în cadrul grupului tematic de lucru, în generarea ideilor.

Întocmit de,
 Aura Hazotă
 Consultant și moderator conferință “Mai mult decât Culinar Cult”

15.11.2012