



agr. 
BRIDGES

EVET

YAPABİLİRSİNİZ!

DAHA GÜÇLÜ
ÇİFTÇİLER, DAHA
GELİŞMİŞ BİR TARIM-
GIDA SEKTÖRÜ,
DAHA ADİL AVRUPA
EKONOMİSİ

GİRİŞ

Avrupa'nın hızla büyüyen sanayileşmesi, uzun mesafeli ulaşımı, şehirleşmesi ve teknik ilerlemeleri, son yarım yüzyılda kitlesel dağıtımın yükselişini sağlayarak, son kullanıcılar için faydalar ve daha rahat satın alma davranışları sundu; ancak bu gelişme, bireysel üreticilerin pazarlık gücü üzerinde, tarımsal gıda tedarik zincirindeki konumlarını dengesizleştirecek ve gelirlerini azaltacak sonuçlar doğurdu.

Son tüketim eğilimleri, daha düşük atık üretimi ve daha iyi ürün kalitesi alternatiflerinden yararlanılarak, doğrudan satın almaya yönelik yenilenen tüketici ilgisi, Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin (SFSC'ler) yeniden canlanmasını hızlandırdı.

(EIP-AGRI Odak Grup Yenilikçi Kısa Gıda Tedarik Zinciri yönetimi. , 2015.). Bununla birlikte, büyüme ve rekabet edebilirlik adına hala çok yer olduğu için potansiyel talep karşılanmaktan uzaktır. Bu; çiftçiler arasındaki işbirliği eksikliği, üretim açığı, dağıtım sistemleri, üretimin mevsimsel karakteri ve yerel gıdanın katma değerini artırmak için gelişmemiş pazarlama teknikleri ve altyapısı ile ilgilidir.



SORUN BİLDİRİMİ

Farklı Kısa Gıda Tedarik Zinciri (SFSC) türleri, mevcut küçük işgücü nedeniyle genellikle mücadele eder. Bunu gidermek için; işi yürütenler, “tükenmişliğe” yol açabilecek birden fazla günlük aktiviteyi düzenli olarak yapmaya çalışacaklardır (Kneafsey ve diğerleri, 2013). Bu ortak zorluğun üstesinden gelmek için, Kısa Gıda Tedarik Zinciri (SFSC) aktörleri arasında işbirliği ihtiyacı çok önemlidir, çünkü değer yaratmada aktörler arasındaki ilişki Kısa Gıda Tedarik Zinciri (SFSC) gelişiminde önemli bir rol oynar. Deneyim alışverişinde bulunmak için iletişim platformlarının eksikliği nedeniyle aktörler arasındaki güven eksikliği ve ortak hedeflere sahip potansiyel ortaklar bulmanın karmaşıklığı, işbirlikçi ruhu ve işbirlikçi girişimler kurma olasılığını zayıflatabilir (Kvam ve Bjørkhaug, 2015).

Avrupa Komisyonu (AK), çiftçiler arasında işbirliği becerileri eksikliğinin ve düşük düzeyde akıllı organizasyon konusunun altını çizmiştir (Avrupa Komisyonu, 2013). Kısa gıda zincirlerinin altında yatan yönü tanımlamak için sıklıkla farklı çıkar grupları arasındaki bölünmeler gösterildiğinden ve üreticiler arasındaki işbirliğini engellemeye yol açtığından, işbirliğine dayalı girişimlere katılmak ve kilit aktörlerin motivasyonunu korumak zor olabilir. (Galli ve Brunori, 2013; Mount ve diğerleri, 2013) (Hassanein, 2003; Ribeiro ve arkadaşları, 2020).

İç dinamikleri, güç ilişkilerini ve egemen sesleri yönetmek zaman zaman sorunludur ve çoğu zaman Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin (SFSC) inovasyonunu ve büyümesini engelleyebilir (Kirwan ve diğerleri, 2013).

AK, danışmanlık hizmetleri, finansal araçlar ve test çözümleri geliştirmek, engelleri aşmak ve yeni pazar fırsatları yaratmak amacıyla Araştırma & Yenilik programları gibi adil, sağlıklı ve çevre dostu gıda sistemlerine geçişi hızlandırmak için ticaret politikaları ve uluslararası işbirliği araçları aracılığıyla sürdürülebilir tarım-gıda sistemlerine küresel geçişi desteklemeyi amaçlamaktadır.

Dağıtılacak en uygun danışmanlık hizmetleri arasında, iyi uygulamaların belgelenmesi ve paylaşılması gibi işbirliği girişimlerinin, Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC) aktörlerinin eş düzeyde öğrenme yoluyla başkalarının deneyimlerinden öğrenmelerine ve bu bilgiyi kapasitelerini artırmak için kullanmalarına izin vermesi bekleniyor. İyi Uygulama raporlarına gereken değerin verilmemesi durumunda, başarılı deneyimler gözden kaçabilir ve iyileştirilmiş uygulamalar için fırsatlar kaybolabilir, bu da tekrarlama eksikliğine yol açabilir.



AgroBRIDGES

BAŞARI ÖRNEKLERİNİN HEDEFİ

Yukarıda açıklanan engellerin üstesinden gelmeyi amaçlayan (üretici ve tüketici ihtiyaçları ve engellerin Avrupa ve bölgesel analizine ilişkin agroBRIDGES raporunda ayrıntılı olarak ele alınmıştır), üreticilerin Kısa Gıda Tedarik Zinciri (SFSC) özellikleri ve başarılı Kısa Gıda Tedarik Zinciri (SFSC) uygulamaları hakkında bilgi edinmeleri için farkındalık ve eğitim gereklidir. Bu başarı örneklerinin tekrarlanmasına ilham verebilecek ve aralarında işbirliğini ve inisiyatiflerin paylaşılmasını teşvik edebilecek değerli bilgiler edinilmelidir.

FAO'ya göre (2013), “iyi uygulama” sadece iyi bir uygulama değil, aynı zamanda iyi çalıştığı ve iyi sonuçlar ürettiği kanıtlanmış bir uygulamadır; ve bu nedenle bir model olarak tavsiye edilir. Bu tanıtım belgesinin amacı, agroBRIDGES projesinin birlikte oluşturma atölyeleri sırasında belirlenen sınıfının en iyisi uygulamalarını göstermek, bunlardan nasıl yararlanılacağına ilişkin yönergeleri özetlemek ve çiftçilerin gıda değer zincirindeki konumlarını güçlendirmek motivasyonu aksiyon almaktır.

Bu tanıtım yazısının sağladığı avantajlar:

- Başarı örneklerinin bu sıralı listesi aracılığıyla ana anahtar çıkarımları keşfedin ve onlardan ilham alın.
- Örneklerden herhangi biriyle daha iyi özdeşleşmek için bir hikaye anlatımı yaklaşımı.
- Kendi inisiyatiflerini büyütme için büyük potansiyel hakkında farkındalık yaratmak.

Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC), üreticilerin pazardaki konumlarını iyileştirme istekleri, tüketicilerin yakınlarda, sağlıklı ve uygun fiyatlı gıda bulma konusundaki endişelerinin yanı sıra, bölgesel ve yerel gıda sistemini daha esnek ve sürdürülebilir düzeye getirmeyi amaçlayan yenilikçi politikalar nedeniyle son yıllarda giderek daha fazla genişlemektedir.

Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC), Avrupa Birliği'nde farklı alanlarda farklı şekilde gelişmektedir ve bu nedenle, geniş bir iyi uygulama yelpazesinin kritik başarı faktörlerini yakalamak, yalnızca ana SFSC türlerinin her birini kucaklamakla kalmayacak, aynı zamanda bunları çeşitli farklı bağlamlarda benimsemenin temel itici güçlerini de kapsayacak ve onları çok çeşitli Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC) aktörleri tarafından kolayca tekrarlanabilir hale getirecektir. AgroBRIDGES araştırma ve faaliyetleri aracılığıyla, projenin en başarılı örneklerini belirtmek için 4 farklı bölge ele alınmıştır:

- Akdeniz'de açık piyasa pazarları; üretici doğrudan satışlarını, genellikle hem kısa hem de uzun zincirli ürünleri pazarlayan perakendecilerle birleştirmiştir. Üreticilerin kapalı pazarlardaki varlığı, bu tesislerin krizi veya gurme ürünler, restoranlar ve diğer özel mağaza türleriyle bağlantılı gastronomik alanlara dönüşmeleri nedeniyle azalmıştır. Bu nedenle, bazı girişimler döngüsel bir ekonomiyi teşvik eden toplum hizmetlerinin yanı sıra halka açık yerler olarak piyasaların yeniden başlatılması çağrısında bulunuyor.

- Anglo-Sakson ülkelerindeki çiftçi pazarları, üreticilerin başarılı katılımı ve devlet desteği ile 1970'lerden beri açık piyasa satışlarını benimsiyor..

- Doğu Avrupa'da farklı formatlarda yerel kaynak kullanımı, öz tüketim ve sosyal bahçeleri birleştirerek hala varlığını sürdürmektedir. Gelişmekte olan Topluluk Destekli Tarım ve km0 kaynak sağlama girişimleri ile birlikte hem iç hem de dış pazarlar mevcuttur.

- İskandinav ve Baltık ülkelerinde coşkulu olan gastronomi sektörü, önerilerini yakınlık üretimine dayandırarak erdemli işbirliği döngülerini teşvik ediyor.



ÇÖZÜM

Bu teknik incelemeden, Kısa Gıda Tedarik Zincirleri ile üreticiler ve tüketiciler arasındaki bağlantıları tetiklemek dolayısıyla çiftçilerin Avrupa'daki pazarlardaki konumunu güçlendirmek için çok önemli olduğunu kanıtlamak amacıyla farklı yaklaşımlar kullanılarak sağlam iş modelleri oluşturulabileceğini vurgulamak için farklı Avrupa ülkelerinden toplanan belirli örnek çalışmalarını toplaması ve göstermesi beklenmektedir. Bu tanıtım belgesi boyunca, yerel topluluklar üzerindeki sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini vurgulamak için farklı Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin 12 başarılı örneği sergilenecektir. Ayrıca, Avrupa ülkelerindeki coğrafi çeşitlilik, farklı Kısa Gıda Tedarik Zincirleri iş modellerinin tanımlanması ve bölge üzerindeki değerli ve olumlu etkinin ana hatlarıyla belirtilmesi yoluyla yansıtılacaktır. Üç ana tema incelenir:





Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin birincil üreticileri ve tüketicileri arasında karşılıklı olarak faydalar.

Hem genel halka hem de gıda üreticilerine fayda sağlayan iyi uygulamaların sonunda kazan-kazan durumları yaratması hedeflendi; Tüketiciler ve üreticiler arasındaki yüz yüze etkileşim hacmi ne kadar yüksekse, işbirliği o kadar güvenilir ve şeffaf olur. Bu yüz yüze etkileşimler, kesintisiz geri bildirim yoluyla tüketicilerin tercihlerini daha iyi anlayarak üreticilerin pazar bilgilerini geliştirir. Bir başka karşılıklı fayda örneği ise, bir çiftçi pazarı tarafından sağlanmaktadır. Bu tür satış noktası, tüketicilerin bir dizi taze ve mevsimlik yerel gıdaya tek bir yerden erişmesini sağlar. Ek olarak, üreticilere ürünlerini doğrudan tüketicilere satabilecekleri bir yer sağlanır ve bu nedenle geleneksel tedarik zincirlerine kıyasla ekonomik faydalardan ve daha fazla bağımsızlıktan yararlanır.

Eğitim ve bilinçlendirme uygulamaları.

İyi Uygulamalar; halk eğitiminin yanı sıra Kısa Gıda Tedarik Zincirleri ve bunların benzersiz faydaları hakkında genel farkındalığı artıran uygulamaları içerir. Pazarlama, Kısa Gıda Tedarik Zinciri profilini artırma çabalarını içererek diğer yaklaşımların yanı sıra markalaşma ve etiketlemeyi içerebilir. Eğitim ve bilinçlendirme çabaları, daha kısa tedarik zincirlerinin faydalarının yanı sıra Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinden üretilen gıdaların nerede ve ne zaman elde edileceği konusunda tüketici bilincini artırmaya odaklanır.

Ofisler, okullar ve hastaneler için kamu Kısa Gıda Tedarik Zincirleri yaklaşımları.

Kamu alımlarıyla ilgili İyi Uygulamalar, Kısa Gıda Tedarik Zincirleri için kamu sektörü desteğini içerir. Yerel makamlar, okullar veya hastaneler gibi kuruluşlar için Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinden sağlanacak gıda tedarikini teşvik edebilir. Örneğin; kamu ihale mevzuatı, yerel gıdaların kamu ihale çağrılarında dahil edilmesine açıkça izin verebilir veya hatta bunu zorunlu kılabilir.

Her temayla ilgili varsayımsal İyi Uygulama örnekleri**Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinde (SFSC) birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar**

Bir dizi taze, mevsimlik ve yüksek kaliteli gıdaya daha iyi erişim sağlayan Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC).

Hem doğrudan hem de dolaylı istihdam sağlayarak yerel ekonominin desteklenmesi ve aynı zamanda paranın bir bölge içinde kalmasının sağlanması.

Çiftçilerin tüketicilerle yüz yüze etkileşimini artırarak daha yüksek tüketici güveni seviyeleri elde edin. Tüketiciler, Kısa Gıda Tedarik Zincirleriyle (SFSC) ilişkili artan şeffaflık ve izlenebilirliği takdir ediyor.

Eğitim ve bilinçlendirme uygulamaları

Çiftçiler ve tüketiciler arasında karşılıklı anlayışı geliştirmek ve güveni artırmak doğrultusunda bir araya getirmeye dair sosyal etkinliklerin (ör. çiftlik ziyaretleri) organizasyonu.

Ürünler, süreç, çiftçilik uygulamaları vb. hakkında bilgileri tanıtmak ve paylaşmak için tüketicilerle iletişim kurmak.

Tüketicilerin yerel gıda algılarını geliştirmeyi amaçlayan eğitim girişimleri ve kampanyalar.

Ofisler, okullar, hastaneler vb. için kamu alımları Kısa Gıda Tedarik Zincirleri (SFSC) yaklaşımları

Kamu kuruluşlarında Kısa Gıda Tedarik Zincirleri aracılığıyla gıda tedarikini teşvik etmeyi amaçlayan kamu tedariki yönergeleri.

Gıda lojistiği ve tedariklerinde gıda üreticileri arasında işbirliği ve koordinasyon.

Kamu kurumlarında verilen yemeklerin en azından belirli bir bölümünün doğrudan Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinden temin edilmesi gerektiğini belirten yönetmelik.



1. AIRFIELD (DUBLİN, İRLANDA)

Tanım

Tarım arazileri, ormanlık alan, çiftlik dükkanı, çiftçi pazarı, ödüllü bir restoran, bahçeler, orijinal aile evi ve ilgili binaları kapsayan 38 dönümlük arazinin etrafına inşa edilen bu kar amacı gütmeyen kuruluş; bir çok hizmet, farkındalık yaratmaya ve birçok hedef kitleye eğitim sağlamaya yönelik faaliyetler sunar.

4 stratejik şarta dayalı bir metodoloji izleyerek, tüketicilerin gıda seçimlerinin kendileri, aileleri, bir bütün olarak toplum ve nihayetinde gezegen üzerindeki etkisini anlamalarını sağlarlar. Bu 4 şart:

- A) **Sürdürülebilir Şartlar**–Hayırsever faaliyetleri finanse etmek için değerli bir kaynak olarak Airfield.
- B) **Bağlayıcı Şartlar**- Tüketiciyi insanlara, gezegene ve cebe fayda sağlayan yiyecek seçimleri yapmaya teşvik etmek için gıda verilerini ve teknoloji çözümlerini kullanın.

C) **Katılımcı Şartlar** - Erişilebilir çevrimiçi ve topluluk katılımı yoluyla erişimlerini ve etkilerini artırın.

D) **İşbirliği Şartlar**- Erişimlerini ve etkilerini artırmak için gıdayla ilgili diğer hayır kurumlarıyla birlikte çalışın.

Airfield Estate, çalışma çiftliğini her yaşa uygun eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri için bir fon olarak kullanır. Bu, uygulamalı, etkileşimli ve eğlenceli bir öğrenme yolu sağlar. Ortaklarla çalışmak -örneğin Öğretmenler Konseyi- programın tasarımı hakkında bilgi verir, ebeveynlere ve bu tür faaliyetleri arayan kişilere güven sağlar ve potansiyel son kullanıcılara bir kanal sağlar. Ayrıca öğretmenleri, çocukları ve çiftçileri birbirine bağlamak için dijital bir platforma erişmek için Farmer Time adlı Birleşik Krallık merkezli yardım kuruluşu LEAF programından yararlanır. Çocuklar, bu dijital platform aracılığıyla sınıflarından eşleriyle birlikte, çiftçileri aracılığıyla düzenli olarak yaşamla etkileşime girerler. Bu onların soru sormalarını, bilgilerini paylaşmalarını Sağlarken, çiftçilerin/üreticilerin her gün karşılaştığı sorunlar hakkında "gerçek zamanlı" bir anlayış kazanmalarını sağlar.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasında karşılıklı yarar sağlayan Kısa Gıda Tedarik Zincirleri

Sektör

Et, meyve ve sebze, fırın, süt ürünleri

BT

a) [LEAF](#) aracılığıyla çiftçilerle okul çocukları arasında bağlantı kurmak için çevrimiçi dijital katılım platformu ve b) [Evocco](#) – Tüketicilerin daha sürdürülebilir gıda seçimleri yapmasına yardımcı olan bir takip aracı.

Aktörler

Öğretim Konseyi, LEAF, INDI (İrlanda Beslenme Diyetisyenleri Derneği)

Faydalar

Yıllık üyelik planı, üyelerin kendileri ve aileleri için gıda hakkında yaşam boyu öğrenmeye katılmaları için bir teşvik sağlar. Farkındalık yaratma ve eğitim faaliyetleri mümkün olduğu kadar "uygulamalı"dır.

agroBRIDGES İçgörüsü

MTU'dan Jennifer Attard *“Airfield harika bir iş çünkü sadece gıda için sürdürülebilir bir seçenek sunmakla kalmıyor, aynı zamanda daha fazla insanı sürdürülebilir gıda sistemlerinin faydalarını anlamaya teşvik etmek için sürekli çaba gösteriyor. Çocuklar, sürdürülebilir bir zihniyeti teşvik eden geleceğin -çok eğlenceli- etkileşimli yöntemleri aynı zamanda sürdürülebilir bir geleceğin anahtarıdır”*



2. BIOVALVERDE (SEVİLLA, İSPANYA)

Tanım

Cáritas Diocesana de Sevilla tarafından desteklenen, kar amacı gütmeyen ve kapsayıcı bir şirket. Sosyal dışlanma veya dışlanma riskine maruz kalan kişilerin dahil edilmesinin önemli olduğunu düşünerek, adil ve sürdürülebilir tüketimi artırmayı ve diğer iş alanlarının yanı sıra 30 hektarlık bir ekolojik çiftliğin yürütülmesi -diğer ekolojik çiftçilerle işbirliği yoluyla- ve en yakın Kısa Gıda Tedarik Zinciri yoluyla ürün dağıtımını farkındalığı artırmayı amaçlamaktadır.

Satılan ürünlerin %90'ı bölgede yetiştirilmekte/üretilmekte olup, %100'ü ulusal ve ekolojik kökenlidir. BIOALVERDE, müşterinin sadakatini ve çiftçinin karlılığını sağlayabilecek değer sistemi aracılığıyla istikrarlı ve çok çeşitli ürünler ve kazan-kazan yaklaşımı sağlamak için:

- Ürünlerini üretir ve satar,
- Diğer ekolojik çiftçilerden ürünler satın alır,
- Tüm üretimin satışını sağlamak ve gıda israfını önlemek için diğer yakın distribütörlerle işbirliği yapar.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasında karşılıklı yarar sağlayan Kısa Gıda Tedarik Zincirleri

Sektör

Sebzeler

BT

E-ticaret mağazası: [Inicio](#) | [Bioalverde \(mientidad.com\)](#)

Aktörler

Yerel Çiftçiler, Hayır Kurumları, Kar amacı gütmeyen dernekler, Tüketiciler



Faydalar

Bu toplumun tüketim modeli bizi bir yoksulluk ve dışlanma durumuna götürüyor. Bioalverde, insanı, çevreyi ve sürdürülebilir kalkınmayı ilk sıraya koyan Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi ilkelerini takip eder. Ekonomi insanlaştırılabilir ve BIOALVERDE bunu kanıtıyor: bizi bu duruma getiren değerleri değiştiriyorlar. İnsanları merkeze koyabilecek dönüştürücü bir girişimi teşvik ederler.

Seçimlerimizin tükettiğimiz farklı ürünler üzerindeki dönüştürücü gücünün farkına varmak çok önemlidir. İnsan haklarına ve çevreye saygılı ve sürdürülebilir bir yaşam tarzına öncülük eden süreçlerden gelen ürünleri talep etmek, dışlanmayla yüzleşmek ve tamamen doğal kaynakları korumak için gerekli adımlardır.

1) BIOALVERDE, her bir ürün için tam olarak üretim zaman çizelgesini,

depolama olanaklarını ve ürünü daha iyi koşullarda dağıtmak için gereken lojistiği tam olarak bilmek için her çiftçiyle işbirliği içinde özel olarak hazırlanmış bir planlama oluşturur.

2) BIOALVERDE, çiftçilerin karlılığını garanti altına alacak kadar büyük bir talep sağlayabilecek benzer en yakın Kısa Gıda Zedarik Zinciri girişimlerinden oluşan bir ağ oluşturuyor. Hepsini birlikte, bir ürünü büyütme ve değip değmeyeceğine karar vermek için üretim takvimini ve hacimlerini potansiyel taleple eşleştiriyor.

3) BIOALVERDE, tüketicilere yönelik tüm iletişim ve yaygınlaştırma faaliyetlerinde -fiziksel etkinlikler; üretim sahalarına yapılan ziyaretler, pişirme faaliyetleri vb.- çiftçilerini ve tüketicileri bir araya getirmek için ellerine geçen her fırsatı değerlendiriyorlar.

agroBRIDGES içgörüsü

CTA'dan Victor Corral *"BIOALVERDE, bir durumdaki veya sosyal dışlanma riski altındaki insanların sosyo-mesleki entegrasyonunun ve ayrıca kısa gıda tedarik zincirleri aracılığıyla adil, sürdürülebilir, ekolojik ve sorumlu tüketimin teşvik edilmesinin amaçlarının nasıl birleştirileceğinin açık bir örneğidir. insanların farkındalığı. insanı, çevreyi ve sürdürülebilir kalkınmayı ilk sıraya koyan Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi ilkelerini teşvik etmektedir."*

3. FRU MOLLERS MOLLERI (DANİMARKA)

Tanım

Fru Møllers Mølleri tüketici için çok geniş bir ürün yelpazesine ve deneyime sahip olmasıyla karakterizedir. Çiftlikte değirmen, çiftlik dükkanı, dondurma salonu ve restoran bulunmaktadır. Raflarda, tarımsal üretimlerinden elde edilen hammaddelere dayalı el yapımı ürünler bulunmaktadır. Kendi tahıllarını yetiştirip öğütürler. Yavaş hareket eden taş öğütücü, besinlerle dolu ve mükemmel pişirme kabiliyetine sahip un sağlar. Taze öğütülmüş un üretip satıyorlar. 2007'den beri konuklarını ülkenin diğer bölgelerinden yerel ürünler ve seçilmiş ürünler bulabilecekleri Farm Shop'a davet ediyorlar. Ayrıca bir aşçılık kursuna katılabilir, mevsimlik yerel malzemelerle yemek pişirebilir ve web mağazalarından ürünler satın alabilirsiniz. Fru Møllers Mølleri, Danimarka'da üretim, işleme, çiftlik satışları ve hem yerel halkı hem de uzak ve uzaklardan insanları ve ayrıca turistleri çekebilecek müşteriler açısından deneyim sağlayabilecekleri genel bir konsept oluşturarak Danimarka'da lider olmuştur. İyi bilinen bir gezi yeri haline geldi.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasında karşılıklı yarar sağlayan Kısa Gıda Tedarik Zincirleri.

Sektör

Et, Meyve ve Sebzeler, tahıllar, fırın.

BT

Webmağazası:

<https://frumollersmolleri.dk/shop/>

Aktör

Gıda üreticileri, dağıtıcıları, tüketiciler.

Faydalar

Fru Møllers Mølleri, Danimarka'da üretim, işleme, çiftlik satışları ve müşteriler için deneyimler için genel bir konsept yaratan ilk şirketlerden biridir. Toplam 32 çalışan (17 Tam Zamanlı) bulunmaktadır. Fru Møllers Mølleri, yerel olarak üretilen ham maddelere tüketiciler arasında ilgi yaratılmasına yardımcı oldu. Tüketiciler yerel olarak üretilmiş ve işlenmiş kaliteli ürünleri tek bir yerden satın alabilir ve aynı zamanda deneyim kazanabilir. Turistlerin yanı sıra hem yerli hem de uzak ve geniş bir alanı cezbetmektedir. Bir gezi yeri haline geldi: Çiftlik dükkanları ve turistik mekanların bir kombinasyonunu yaratmayı başardılar. Bu sayede, tüketiciler yerel ürünleri satın alırken deneyim yaşamak için bir yere seyahat edebilirler.

agroBRIDGES içgörüsü

Food & Bio Cluster Danimarka'dan Britt Sandvad, *“Fru Møllers Mølleri, yerel ürünlerin satışını müşteriye bir deneyim yaşatmakla birleştiren bir girişimin gerçekten iyi bir örneği. Fru Møllers Mølleri'yi ziyaret etmek sadece alışverişle ilgili değildir burada tüm duylara hitap edilir ve ziyaret başlı başına bir deneyimdir.”*



4. ANAOKULU “DUZGYNELIS” (VILNIUS, LİTVANYA)

Tanım

Anaokulu "Duzgynelis", Vilnius'ta (Litvanya) küçük, kapalı bir avluya sahip ve çocuklar için yiyecek yetiştirmek için rahat, sıcak, sağlıklı, doğal bir vaha yaratmak için ormanın yakınında müstakil bir evde kurulan ilk özel anaokuludur. Küçük gruplar, günlük taze gıda üretimi, bireysel ilgi, unutulmuş değerlere sahip çıkmak ve sağlıklı bir yaşam tarzı geliştirmek anaokulunun temel değerlerinden bazılarıdır. Kısa Gıda Tedarik Zinciri modeli, çiftçilerden organik gıda satın alıp anaokulu çocuklarının ebeveynlerine satmanın yanı sıra organik ürünlerden gıda üretmeye ve diğer anaokullarına gıda ve organik ürünler tedarik etmeye dayanmaktadır. Anaokulunda pişmiş organik ekmeğe, ilçenin çevre sakinleri arasında popüler hale gelmektedir, bu nedenle ekmeğe ve ekmeğe ürünleri de halkın kullanımına sunulmaktadır.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasında karşılıklı yarar sağlayan Kısa Gıda Tedarik Zincirleri, Eğitim ve bilinçlendirme uygulamaları

Sektör

Bütün sektörler

BT

Website [Duzgynelis](https://duzgynelis.lt) and sosyal medya.

Aktörler

Çiftçiler, yerel tüketiciler, anaokulu, çocuklar

Faydalar

Tüketiciler (ebeveynler) çocuklarını anaokulundan alırken sağlıklı ürünler de satın alabilirler. Anaokulu aynı zamanda diğer anaokullarına ve genel halka kendi yaptıkları gıdaların üreticisi ve dağıtıcısıdır.

Çocuklar ve ebeveynler arasında sağlıklı ve ekolojik farkındalık oluşturmaktadır. Yeni iş modeli, sürdürülebilirlik ve doğa ile uyumludur. Çiftçiler ve tüketiciler arasında bir köprü niteliği taşımaktadır.

agroBRIDGES içgörüsü

Unimos Alliance'dan Tomasz Bober *“Duzgynelis, küçük, iyi bir fikrin ne kadar büyük bir şeye dönüşebileceğinin harika bir örneğidir. Çocuklar için taze, sağlıklı yiyeceklerden yerel topluluk için ilginç bir Kısa Gıda Tedarik Zinciri örneği haline geldiler.”*

5. MBUN (TURİNO, İTALYA)

Tanım

M** BUM (Piedmont lehçesinde "Yalnızca İyi"), 2009 yılında kurulmuş kısa tedarik zincirli bir tarım-burger dükkanıdır. Hammadde, 1931'den beri Piemontese sığırları yetiştiren Rivoli'de (To) bulunan Scaglia Çiftliğinden gelmektedir ve 1993 yılında bir köşe dükkanı açmıştır. M**BUM yalnızca çiftlikte yerel mısır, arpa, buğday ve yemle yetiştirilen hayvanlardan elde edilen etleri kullanır: Piyemonte sığırı (450 baş); domuzlar (180 baş); tavuklar (4.000) ve tavşanlar (600). Çiftlik, Piedmont Irkını Koruma Konsorsiyumu'nun (Coalvi) bir üyesi olduğu ve yakın zamanda IGP "Vitellone Piemontese della Coscia" tarafından onaylandığı için etinin kalitesi tanınır ve onaylanmıştır. Çiftlik son derece eko-sürdürülebilir ve yılın 8 ayı boyunca enerjiden bağımsız olmak için fotovoltaiklere yatırım yapmaktadır.

Tema

Eğitim ve bilinçlendirme uygulamaları

Sektör

Et

BT

Çevrimiçi teslimat siparişi için web sitesi: [M** BUN | Agrihamburgeria Slow Fast Food a Torino e Rivoli \(mbun. it\)](https://www.agrihamburgeria.com)

Aktörler

Yerel tedarikçiler

(<https://www.aziendaagricolascaglia.it/>)

ve bölgesel etiketleme paydaşları

(<https://www.coalvi.it/>)



Faydalar

Torino metropol şehrinde bulunan üç M**Bun mağazasında; satın almaların %92'den fazlası, ürünün kalitesini ve tazeliğini sağlamak için doğrudan ve Piedmontlu tedarikçilerden aracılar olmadan yapılır (ekşi mayalı ekme, dondurulmamış patates, zanaat bira). Geleneğe özellikle dikkat edilir; örneğin, tatlılar yeniden kullanılmak üzere eve götürülebilen "burnia" (kavanoz) içinde sunulur ve sürdürülebilirlik: biyolojik olarak parçalanabilir ve tamamen kompostlanabilir malzemelerden yapılmış tek kullanımlık sofratakimlerinin ve bir restoranda artan yiyeceklerin paket yaptırılması ile sağlanır. Tüketilmeyen yiyecekler için kullanılabilir. Çocuklar için özel bir menü, oyun alanları ve eğitici amaçlı bilgilendirici materyaller bulunmaktadır. M** BUM, hem hayır kurumlarına katılarak hem de hayır amaçlı projeler üzerinde çalışan dernekleri destekleyerek bölgede tanıtım ve sosyal kalkınma faaliyetleri yürütmektedir.

Web üzerinden de dinlenebilen Radio M**Bun, konuklarla canlı programlar ve dinleyicilerle etkileşim sayesinde Piedmont'un en ilginç sanatçılarını ve şu anda popüler olan profesyonelleri tanıtıyor. M**talent girişimi, yaklaşık dört yıldır sahneye yeni müzikal yetenekler getiren bir müzik yarışmasıdır. Kalite ve sürdürülebilirliğe gösterilen özen ve yerel ürünler, üreticiyi tüketiciye yaklaştıran güçlü noktalarıdır. Mağazalarda sergilenen yazı tahtalarında, tüketici ürünle ilgili tüm bilgileri bulabilmekte ve üretici-tüketici temasını sağlamak için çiftliği ziyaret etme imkanı bulunmaktadır.

Kalitenin ana değer olduğu ve insanlarda, müşterilerde, işçilerde ve yiyeceklerde kendini gösteren bir fast-foodur.

agroBRIDGES içgörüsü

CREA'dan Patrizia Borsotto *“M**BUN fast food deneyimi, kaliteli yerel ürünleri tanıtmanın ve tüketiciyi üreticiye yakınlaştırmının mükemmel bir yoludur. Ayrıca, bireyleri izole eden ve yiyecekleri standartlaştıran mevcut hızlı tüketim eğiliminin aksine, toplu yemek yeme konusundaki bu deney, ilişkiler kurmayı ve sürdürülebilir yerel üretim bilincini artırmayı amaçlıyor.”*

6. PODKARPACKIE SMAKI (RZESZOW; POLONYA)

Tanım

PRO CARPATHIA - Podkarpacie'yi Geliştirme ve Tanıtma Derneği, 2004 yılında kurulmuş ve yerel toplulukları ve yerel yönetimleri canlandırmayı amaçlayan bir iş destek kuruluşudur.

Bunlardan biri, kalite ve gelenek olmak üzere iki kriterine dayanan geleneksel ve organik bölgesel gıda yerel üreticilerinden oluşan bir dernek olan Subcarpathian Flavors Cluster'dır. Grup, Ocak 2013'te 21 kuruluş tarafından kurulmuştur. Şu anda bölgesel, geleneksel ve ekolojik ürünler, restoranlar, üzüm bağları, şekerlemeler ve tarım turizmi çiftlikleri üreticilerini bir araya getiren 62 kuruluşla işbirliği yapmaktadır.

Ayrıca, Podkarpacie Voyvodaliğinde üretilen bölgesel, geleneksel ve ekolojik ürünlerin tanıtımına, yaygınlaştırılmasına ve ortak mutfak mirasını desteklemeye odaklanmıştır.

Kuruluş, ürünleri doğrudan üreticilerden ve gıda işleme şirketlerinden satın almak için bir köprü görevi görür. İlk grup etkinliği, Podkarpacie'deki tek aktif mutfak rotası ve Polonya'daki en uzun mutfak rotalarından biri olan Podkarpackie Tastes Culinary Trail'in oluşturulmasıydı.

Podkarpackie Lezzet Mutfak Parkurunun çeşitli yerlerinde; yerel üreticilerin yöresel, geleneksel ve ekolojik ürünleri ile özel olarak hazırlanmış ve etiketlenmiş Podkarpackie Lezzet Rafı bulmak mümkün. Grup ayrıca, merkezi Bölgesel Devlet Dairesi'nde bulunan sabit bir mağaza işletmektedir.

2020'de bir çevrimiçi mağaza açıldı, ardından tarımsal emtia borsası Agrohurt'ta bulunan bir perakende mağaza ve depo açıldı. Hem çevrimiçi mağaza hem de sabit mağaza, doğrudan küme üyelerinden taze ürünler sunar.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar

Sektör

Bütün sektörler

Aktörler

Çiftçiler, gıda üreticileri ve işleyicileri, yerel tüketiciler, yerel yetkililer ve bölgesel hükümet

BT

Online platform

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

Faydalar

Tüketiciler, geleneksel ve organik sağlıklı ürünler satın alabilirler. Ürünler, onaylanmış bölgesel kuruluş tarafından etiketlenir. Çevrimiçi mağaza, evden satın almaya izin veriyor - bu, Covid-19'un neden olduğu karantina sırasında önemliydi.

agroBRIDGES içgörüsü

Unimos Alliance'dan Tomasz Bober *“Grubun faaliyeti tüketicilerin ihtiyaçlarına göre uyarlanmıştır. Doğrudan satış ve çevrimiçi mağazaya dönüştürülmüş taze, yerel ürünlerin tanıtımı. Müşterinin farkındalığını artırıyor ve onlara çekici ürünler sunuyor.”*



7. RECHTSTREEX (ROTTERDAM, HOLLANDA)

Tanım

Rechtstreex, tüketicilerin yerel tarımsal gıda ürünlerini sipariş edebilecekleri çevrimiçi bir platform sağlar. Siparişler toplandıktan sonra yerel üreticilere bilgi verilir ve gıda ürünleri Rechtstreex'ten alınarak dağıtım merkezlerine taşınır. Oradan ürünler, tüketicilerin siparişlerini alabilecekleri bölgesel toplama noktalarına gönderilir.

Rechtstreex, yerel çiftçileri ve üreticileri daha bilinçli yemek isteyen insanlarla buluşturuyor. Pratikte bu, herkes için adil bir fiyat, yiyecek israfının olmaması ve yemeğinin nereden geldiği konusunda şeffaflık anlamına gelir. Bu hem menşe ve üretim hem de fiyata nasıl ulaşıldığı için geçerlidir. Bölgeden taze ve sağlıklı yiyeceklerin herkes tarafından erişilebilir olmasını istenmektedir.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar

Sektör

Bütün Sektörler

BT

Web mağazası <https://www.rechtstreex.nl/>

Aktörler

Web mağazası geliştiricileri / yöneticileri; üreticiler; taşıyıcılar; dağıtım merkezleri; yerel dağıtıcılar ("wijkchefs") ve teslim alma noktaları

Faydalar

Yerel teslim alma noktalarına sahip çevrimiçi bir platform, tüketicilerin yerel olarak üretilen çeşitli gıda ürünlerini sipariş etmelerini ve siparişlerini evlerine yakın bir yerde tek elden teslim almalarını kolaylaştırır.

Üreticilere sağladığı temel fayda, nihai satış fiyatından geleneksel kanallara göre daha yüksek pay almaları ve satış hacimlerini artırarak doğrudan tüketicilere ulaşabilmeleridir. Tüketiciler için başlıca faydaları, yerel olarak üretilen gıdalara erişebilmeleri, gıdanın menşei ve üreticisi hakkında Rechtstreex platformu aracılığıyla kolayca bilgi bulabilmeleri ve çeşitli gıda ürünlerini (meyve ve sebzeler, süt ürünleri, et vb.) mahallelerindeki bir toplama noktasından seçebilmeleridir. Sistem ayrıca gıda israfını da azaltır çünkü teslimatlar tüketicilerin siparişlerine göre hazırlanır.

agroBRIDGES içgörüsü

Wageningen Üniversitesi'nden Liesbeth Dries *"Rechtstreex'in başarısı, elverişli toplanma noktalarının sağladığı kolaylık (yerel toplama noktaları) ve geniş bir ürün yelpazesini (farklı sektörlerden birden fazla üreticiyle ilişki kurmaktan) bir araya getiren, güçlü bir talep odaklı sistem olmasıyla açıklanmaktadır."*

8. REKO GIDA KOLEKTİFİ (FİNLANDIYA)

Tanım

REKO perakende ve dağıtım modeli, tüketicilere aracılara ihtiyaç duymadan doğrudan üreticiden ürün sipariş etme yolunu sunan Finlandiya'daki yerel gıda kolektifinin en ünlü örneklerinden biridir. REKO konsepti 2012 yılında Finlandiya'da kurulmuş ve 14 ülke ve dört farklı kıtaya yayılmıştır. Yerel REKO kolektifleri, siparişlerin ve teslimatların kararlaştırıldığı kapalı gruplar olarak Facebook (FB) üzerinden çalışır. FB'deki gruba herkes katılabilir. Genellikle, FB grubunda moderatör olarak görev yapan birkaç tüketici vardır. Moderatörler, katılmak isteyen tüketicileri ve üreticileri kabul ederler. FB grubunda tüketici ve üretici/satıcı sipariş üzerinde önceden anlaşılır ve dağıtım olayı sırasında tüketici sipariş ettiği ürünü teslim almaya ve ödemeye gider. Çoğu zaman, daha fazla sayıda hane yerel gıda için doğrudan üreticiden sipariş verir. Gruplar, katkıları için ödeme almayan gönüllüler tarafından yönetilmektedir. Üretici, FB grubunda sattığı malları dağıtımdan yaklaşık bir hafta önce, kabul edilen ödeme şekli ve siparişin ne zaman kapanacağı da dahil olmak üzere duyurur.

Bildirim, her bir ürünün fiyatını belirtmektedir. Alıcılar, hangi ürünleri sipariş etmek istediklerini ve hangi miktarlarda istediklerini belirtmek için üreticinin satış duyurusuna yorum yapar. Anlaşma her iki taraf için de bağlayıcıdır. Siparişler değişen aralıklarla verilir ve üreticiden veya üretici ile kararlaştırılan bir yerden alınabilir. Dağıtımda sadece kapalı bir FB grubunda ön sipariş verilen ürünler satılacaktır.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar

Sektör

Bütün Sektörler

BT

Sosyal medya kanalları

Aktörler

yerel çiftçiler ve gıda üreticileri, tüketiciler

Faydalar

Çiftçiler tüketicilerle doğrudan etkileşime girebilir, yüksek kaliteli ürünlerini taze olarak paylaşabilir ve ürünleri için daha iyi bir fiyat alabilir. Tüketiciler yerel (ve organik) yiyecekleri kolayca satın alabilir ve doğrudan üreticilerden (yerel küçük işletmecileri destekleyerek) satın alabilirler.

REKO kolektifleri, küçük üreticilerin etik, tercihen organik veya GDO'suz, temiz yerel gıda talebini ve üretimini teşvik eder. REKO sadece gıda ve gıda üretiminin doğrudan yan ürünlerini satmaktadır. Dağıtımda sadece kapalı bir FB grubunda ön sipariş verilen ürünler satılacaktır.

FB grubunda tüketici ve üretici/satıcı sipariş üzerinde önceden anlaşılır ve dağıtım olayı sırasında tüketici sipariş ettiği ürünü teslim almaya ve ödemeye gider.

Dağıtım sırasında tüketiciler ve üreticilerle doğrudan etkileşim; şeffaflığı ve tüketici güvenini artırır. Mevcut ürünler FB'de açık ve adil bir şekilde tanımlanmalıdır. Tüketiciler için katılım, düzenli abonelik gerektirmez. Üretici ayrıca ürünlerini her dağıtım etkinliğinde sunmak zorunda değildir. Faaliyet gönüllülük esasına dayanmaktadır. Model, yerel üreticileri bir araya getiriyor ve ağlar oluşturuyor.

agroBRIDGES içgörüsü

VTT'den Kaisa Vehmas ve Minna Kulju ***“REKO gıda kolektifi, hem gıda üreticileri hem de tüketiciler için yerel gıdaları paylaşmak/satın almak için kolay bir yoldur. Ayrıca Covid-19 pandemisi tüketicilerin çevre dostu çözümlere, yerli ve milli ürünlere olan ilgisini artırmıştır. Tüketiciler ayrıca yerel gıda üreticilerini desteklemeye giderek daha istekli.”***



9. SVAIGI (LETONYA)

Tanım

E-shop www.svaigi.lv is a cooperative shop of various small farmers and food producers from all over Latvia. On top of food, it also offers organic cleaning supplies, cosmetics, packaging and products for pets. It is possible to order a regular delivery of various baskets (via a subscription-based model) with seasonal agricultural produce. Online shops have customer service channels (e-mail, telephone, chat apps, social media etc.). Customer relationship management takes place from a distance unless there are serious customer complaints that require face-to-face interaction. The idea is becoming more popular as digital solutions are becoming more prominent in food sales. Although face-to-face communication is part of sales culture, traditional farmers' markets have also partly employed digital solutions to tackle the impact of Covid-19.

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar

Sektör

Tüm sektörler

Aktörler

Çiftçiler ve e-mağaza. Şirket doğrudan çiftçilerden satın alır ve müşterilere satar.

BT

Online platform ve sosyal medya

Faydalar

Genç profesyoneller sağlıklı ve taze yiyecek aramakta, ancak geleneksel çiftçi pazarlarına ayıracak zamanları yok. Covid-19 ile mükemmel zamanlama.

Model, çiftçi pazarlarını veya dükkanlarını fiziksel olarak ziyaret ederek çok fazla zaman harcamadan taze ürünler elde etmelerini sağladığı için şehir sakinlerinin ihtiyaçlarını karşılıyor. Ayrıca, çeşitli ürünlerle sepet yapmak veya önceden hazırlanmış sepetleri seçmek kolaydır, böylece oluşabilecek kesinti/duraklama süresi daha da azaltılır. Modern "zaman eksikliği"nde, bir çiftçi pazarıyla aynı ürünleri 7/24 (sınırlı teslimat süreleri ile) sunan iyi bir çözümdür..

agroBRIDGES

içgörüsü

UNIMOS Alliance'dan Tomasz Bober *"SVAIGI; geleneği, modern teknolojilerle birleştirir. Modern teknolojinin kullanımı ile küçük çiftçilerden ürünler sunmaktadır. Organik ürünlere yönelik artan talep diğer bir faktörse COVID ile gelişen alışveriş şeklini değiştirme ihtiyacıydı. Bu zorluklarla yüzleşmeye hazır olmak, Svaigi'ye çevrimiçi alışveriş yapma şansı verdi."*

10. TELARAKI (SELANİK, YUNANİSTAN)

Tanım

Telarakı.com, yerel müşterilere abonelik temelinde yüksek kaliteli ve uygun fiyatlı taze meyve ve sebze satan Yunanistan, Selanik merkezli yeni bir girişimdir. Müşteriler, meyve ve sebzeleri sabit bir fiyatla düzenli olarak sipariş etmek ve ahşap kutularda teslim ettirmek için telarakı.com web sitesinde abonelik paketleri satın alabilirler. Standart (tek seferlik) ürün siparişleri de mümkündür. Müşteriler, çok çeşitli mevsimlik ürünlerden 4-12 parça meyve ve sebze seçebilirken, bir algoritma abonelik tutarına uygun miktarları hesaplar. Sipariş içeriği her hafta değiştirilebilir. Abonelik paketleri bireysel, çift ve aile paketlerini içerir.

Meyve ve sebzelerin çoğu yerel toptancılardan tedarik edilir ve ürünün lezzet açısından üstün kalitede olmasını ve tüketiciler için estetik açıdan hoş olmasını sağlamak için elle toplanır. Ürünlerin müşterilere mümkün olan en taze haliyle teslim edilmesini sağlamak için web sitesi haftalık siparişleri kabul etmekte ve teslimatlar haftanın standart günlerinde gerçekleştirilmektedir.

Bu sayede depolama ihtiyaçları ve gıda israfı minimum düzeydedir. Ayrıca, plastik kullanımından kaynaklanan çevresel bozulmayı önlemek için ambalajlar ya kağıttan ya da tahtadan yapılır.

Sektör

Meyve, sebze, otlar

Tema

Birincil üreticiler ve tüketiciler arasındaki karşılıklı faydalar

BT

Girişim, web sitesi tarafından büyük ölçüde destekleniyor. Çünkü sipariş verme, iletişim ve satışlar çoğunlukla e-mağaza üzerinden gerçekleştiriliyor. Web sitesi, özellikle müşterilere sunulan abonelik paketleri ile ilgili akıllı özellikler içermektedir. Çünkü algoritma, müşterilerin ürün seçimlerine göre abonelik bütçeleri dahilinde kalmasını sağlamak için üretim miktarlarını hesaplamaktadır

Aktörler

Toptancılar; Üreticiler; Tüketiciler; Web sitesi sahipleri

Faydalar

Girişim, sık sık markete gitmeye vakti olmayan meşgul insanların ihtiyaçlarını ve yemek için harcadıkları bütçeyi kontrol etmesi gerekenlerin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlıyor. Ayrıca, çoğu tüketici kaliteli yiyecekleri nasıl seçeceğini bilmiyor ve bu nedenle telaraki.com sahiplerinin meyve ve sebzelerle çalışma konusundaki uzun vadeli deneyimlerinden yararlanıyorlar.

Abonelik paketi satın alan müşteriler, mevsim meyve ve sebzelerini taze olarak kalite, lezzet ve dayanıklılık açısından kendileri için seçilip, evlerine rahat ve ekstra çaba harcamadan teslim edilmesi avantajına sahiptir.

Aboneler, teslimatlarına dahil olan tüm ürünler için sabit birim fiyatlardan yararlanır. Aboneliğe dayalı satış modeli, distribütörlere, daha fazla müşteriye ulaşırken, pahalı muhafaza ve depolama ekipmanlarına yatırım yapmak zorunda kalmadan, ürünlerin müşterilere tedarikini ve teslimatını verimli bir şekilde planlama fırsatı sunabilir.

Özetle Telaraki, tüketiciler için yüksek kaliteli ürünlerin aboneliğe dayalı satışları ve sabit fiyatlarını sunmaktadır. Akıllı özelliklerle geliştirilmiş kullanıcı dostu bir web sitesidir. Telaraki, minimum çevresel ayak izi ve gıda atığı sağlamaktadır.

agroBRIDGES içgörüsü

Q-PLAN'dan George Malliopoulos ve Eirini Efthymiadou **“Yerel olarak üretilen taze yiyecekler için online mağazalar, Yunan müşterilerin yerel üreticilerle yeniden bağlantı kurmaları için mükemmel bir fırsat sunarken, ortalama modern tüketicinin ihtiyaçları için gerekli olan kolay ve rahat alışveriş deneyiminin avantajlarına sahip oluyor.”**



11. LE CLOS FRÉMUR (FRANSA)

Tanım

Clos Frémur çiftliği, Loire Nehri ile Maine Nehri'nin birleştiği yerde bulunan verimli, derin ve sulak topraklara sahip 4 hektarlık bir meyve bahçesine sahiptir. Le Clos Frémur, haftalık mevsimlik yerel ürünler için çevrimiçi olarak sipariş edilebilen yerel sepetler sunar veya tercih edilirse, yinelenen siparişler için bir abonelik seçeneği vardır. Ayrıca arsanın bir kısmını tüketicilere kiralama seçeneğine de sahiptir. Kısacası bu iş modeli, bir arsayı bir buluşma ve birlik yeri haline getirmeyi, böylece dernek üyeleri ve aboneleri için 500 m²'lik bir eğitim ve bir arada yaşama alanını teşvik etmeyi önermektedir.

Tema

Eğitim ve bilinçlendirme uygulamaları

Sektör

Bütün Sektörler

Aktörler

Tüketiciler, Üreticiler

BT

Online website

Faydalar

"La Cueillette du Clos Frémur" derneğinin amaçları şunlardır:

- Kentsel tarım faaliyetlerine katılmak isteyen bilinçli tüketicileri bir araya getirmek.
- Kendi kendine hasat ettiği mevsim sebze ve meyvelerini mahalle sakinlerine aracısız, uygun fiyata ve hasat maliyeti olmadan sunmak.
- Sürdürülebilir, sosyal olarak eşitlikçi ve ekolojik olarak sağlam tarımı teşvik etmek.
- Sosyal, nesiller arası ve kültürler arası bağları güçlendirmek.

Bu arsanın buluşma ve paylaşım yeri haline getirilmesi için dernek üyeleri ve abonelerine 500 m² eğitim ve eğlence alanı ayrılacaktır.

agroBRIDGES içgörüsü

VEGEPOLYS VALLEY'den Pauline Bodin *"La cueillette du Clos Frémur, ürün ve üretici ile doğrudan temas halinde, doğrudan meyve bahçesi üzerinde olduğu için bir Kısa Gıda Tedarik Zinciri gerçekleştirmenin en basit yoludur. Benim için yemeğin değerini anlamanın, onu seçtiğiniz zamandan daha iyi bir yolu yoktur. Bu yer, insanlara, ne yedikleri konusunda düşük bir ücret karşılığında yol göstermeyi sağlıyor."*

12. KADIN KOOPERATİFLERİ (TÜRKİYE)

Tanım

Kadın kooperatifleri, özellikle Covid-19 kapsamında karşılaşılan ortak sorunlara yerel ve yurtiçi çözümler üretmekte, sosyal ve ekonomik değerler yaratarak Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır.

BT

PR faaliyetleri 2022 Nisan itibariyle başlayacak

Sektör

Özel sektör (meyve ve sebze), devlet ve STK (kooperatifler)

Faydalar

Bu, özellikle bu süreçte aktif bir lider rolü üstlenen kadınlar için, Türkiye'de Kısa Gıda Tedarik Zincirlerinin tanıtılması için mevcut ana araçlardan biridir. Tarım sektöründe kadın girişimciliğini teşvik etmek ve kadın çiftçilerin gelişimini desteklemek birincil hedeftir.

Tema

A) Üreticiler ve tüketiciler arasında karşılıklı yararlar

b) Eğitim bilinci ya da

c) Kamu alımları Kısa Gıda Tedarik Zinciri yaklaşımları



Aktörler

Kerevitaş firmasının çalışmaları Türkiye'den en iyi uygulama örneği olarak gösterilebilir. 1970 yılında Bursa'da kurulan Kerevitaş A.Ş., dondurulmuş gıda üretiminin öncüsü ve dondurulmuş gıda perakende sektöründe Türkiye'nin ilk şirketidir. Şirket, 2021 yılında Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı ile işbirliği içinde kadın çiftçilere gıda tedarik zincirinde fırsatlar sağlamak için çalışmalara başlamıştır. Tarımsal hammaddelerin en kısa tedarik zinciri ağı ile fabrikaya ulaştırılması birinci önceliktir.

Eskişehir ili, öncelikle kadın tarım kooperatifleri ile işbirliği yapılacak pilot il olarak seçilmiştir. Kooperatiflere bağlı kadın çiftçilerden sözleşmeli tarım ve hammadde temini çalışmalarına başlandı. Kadın çiftçilere tohum desteğinden hasata kadar tüm tarımsal süreçlerde danışmanlık desteği sağlamak üzere bir çalışma modeli oluşturuldu. Proje kamu, STK ve özel sektör işbirliği ile yürütülecektir.

agroBRIDGES içgörüsü

Sabri Ülker Vakfı'ndan Begüm Mutuş: *“Sözleşmeli tarım uygulaması garantili alım esasına dayalı olup, Türkiye genelinde yaygınlaştırılan bir modeldir. Tohumdan hasada ekonomik üretimin desteklenmesi kadın girişimcileri teşvik edecek ve tüm üretim sürecinde uzman ziraat mühendislerinin desteği, iyi tarım uygulamalarının ülke genelinde yaygınlaşmasının önünü açacaktır. Seçilen pilot bölgelerin en kısa tedarik zinciri ilkelerine göre seçilmesi hem çevresel hem de ekonomik kalkınmayı destekleyecektir. Bu çalışmaların iyi bir uygulama olarak farkındalığını artırmak, bir dalgalanma etkisi yaratacak ve diğer kooperatiflere, şirketlere sektördeki benzer uygulamaları teşvik etme konusunda ilham verecektir.”*

SONUÇLAR

Bu teknik incelemede özetlenen 12 başarı örneğinden, sürdürülebilir Kısa Gıda Tedarik Zinciri iş modellerinin oluşturulabileceği birçok yol olduğu vurgulanabilir. Bazıları e-ticaret, dijital katılım, yerel ürünlerle fast food yapma veya yemek turizmi sağlamayı içerir. Bunlar, bir çiftçi ve marka sahibi olarak, yüksek kaliteli ürünler sağlamak ve işletmeniz için uzun vadede sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla tüketiciyle bağlantı kurma konusunda nasıl yetkilendirilebileceğinizin sadece birkaç örneğidir. Daha fazla iyi uygulama örneği ve başarı örnekleri içeren etkileşimli katalog, agroBRIGES web sitesinde bulunabilir ([buraya tıklayın](#)).

İlham veren başarı örnekleri, çiftçilerin ve üreticilerin misyonunu doğrudan topluma sunma misyonunu güçlendirmek için mevcut sayısız seçeneği gösteren, en iyi ortak işbirliği girişimlerinden biridir. Her bölgenin özelliklerine göre ince ayar yapılması için benzer uygulamaları teşvik etmek amacıyla kullanılabilirler.

Bu başarılı vakalardan ilham aldığınızı umuyoruz ve başarılı olup olmayacağınızı merak ediyorsanız, gerçekten

'EVET YAPABİLİRSİNİZ!'





agr. 
BRIDGES