

Common borders. Common solutions.



## Primul Newsletter

---

**LOC FOOD - Dezvoltare locală și cooperare  
transfrontalieră în domeniul produselor  
agricole și alimentare**

---



Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Întroducere în proiectul LOC FOOD

### Despre proiect:

Proiectul este implementat în aria Mării Negre, în special în Grecia, România, Republica Moldova, Ucraina și Bulgaria. Toate regiunile implicate sunt dependente de agricultură și se confruntă cu mai multe provocări de dezvoltare. Totodată, zonele rurale pot oferi o diversitate de produse agricole și alimentare tradiționale regionale. În același timp, în regiunile participante, cererea pentru produse alimentare de calitate este în creștere în zonele urbane. În unele regiuni, există gospodării / ferme, care produc produse tradiționale pentru consumul casnic sau pentru piețele limitate. Cererea urbană creează stimulente pentru păstrarea produselor tradiționale, dar, pe de altă parte, preferința pentru alimentele de tip fast-food occidental reprezintă o amenințare clară atât pentru economia locală, cât și pentru sănătatea și bunăstarea populației în general. Proiectul vizează sectorul agricol, inima economiei rurale, vine să producă un efect considerabil asupra dezvoltării locale și turismului regional. Provocările, abordate în mod eficient de către proiect, sunt: dezvoltarea economică, protecția mediului, probleme sociale și conservarea și promovarea culturii (provocare: patrimoniul cultural local amenințat și piața de turism și gastronomie subdezvoltată).

### Partenerii proiectului:

Beneficiarul lider: Ministerul de Interne (Sectorul Macedonia și Tracia)

– (MoIMATHRA), Republica Elenă  
Beneficiarul 2: Universitatea Internațională Elenă (IHU)

Beneficiarul 3: Universitatea Dunărea de Jos (UDJ), Galați, România

Beneficiarul 4: Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova

Beneficiarul 5: Universitatea de Management din Varna, Bulgaria

Beneficiarul 6: Academia Națională de Tehnologii Alimentare din Odesa (ONAFI), Ucraina



### Scopul și obiectivele proiectului:

Proiectul își propune drept scop promovarea produselor alimentare și preparatelor tradiționale, în special celor locale cu gust autentic, care pot obține o valoare adăugată prin desemnare ca Denumire de Origine Protejată (DOP), Indicație Geografică Protejată (IGP) sau Specialitate Tradițională Garantată (STG).

Unul din scopurile proiectului LOC FOOD implementat de ADTM este crearea „platoului cu preparate locale” pentru masa turistului prin Moldova, contribuind la identificarea specialităților gastronomice locale ce pot deveni carte de vizită a unor destinații rurale și motivul de a fi vizitate.

Obiectivul general al proiectului este de a sprijini dezvoltarea economică și socială durabilă în zonele rurale agricole în regiunea de intervenție prin inițiative integrate care încorporează aspecte economice, de mediu, sociale și dimensii culturale și pentru a spori cooperarea regională. În mod specific, proiectul sprijină dezvoltarea și promovarea produselor alimentare tradiționale locale, contribuind în comunitatea rurală la incluziunea socială, culturală și conservarea biodiversității prin implementarea de strategii comune pentru provocări comune și susținerea activităților locale de la om la om.



Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Întroducere în proiectul LOC FOOD

### Activitățile proiectului:

Consortiul este format pentru a acoperi toate dimensiunile proiectului, care țin de Management, Implementare și Comunicare.

Managementul proiectului este asigurat din partea Republicii Moldova de Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova împreună cu echipele de implementare din Grecia, Bulgaria, România și Ucraina.



Pachetele de lucru privind implementarea proiectului cuprind următoarele domenii de acțiune:

T1 APRECIERE ȘI EVALUARE A SITUAȚIEI ACTUALE cu realizarea studiului asupra situației curente de produse tradiționale în Republica Moldova care a devenit parte unui studiu comun realizat pentru situația în toate țările din arealul proiectului.

Activitățile pachetului T2 IDENTIFICARE ȘI DEZVOLTARE A GEOGRAFIEI PRODUSELOR au inclus următoarele:

- Elaborarea unui chestionar complex comun și identificarea produselor cu potențial de înregistrare în calitate de produse protejate;
- Crearea Bazei de date comune cu genericul „Geografia gustului” care este gestionată de pe site-ul proiectului [www.locfood.eu](http://www.locfood.eu);
- Asistența unor beneficiari în procesul de înregistrare a bucatelor tradiționale locale în calitate de Specialitate Tradițională Garantată (activitate de pioner în Republica Moldova);



- Crearea în baza informațiilor acumulate și editarea broșurei „La rădăcinile gustului”.
- Pachetul T3 FORMARE/INSTRUIRE ȘI REȚELE vine cu acțiuni care promovează parteneriatele transnaționale pentru schimbul de bune practici, zile de informare, seminarii de instruire, vizite pe studiu, înființarea Asociațiilor producătorilor de alimente tradiționale și rețelei pe Bazinul Mării Negre pentru promovarea produselor agroalimentare. Comunicarea despre activitățile și rezultatele proiectului este asigurată prin diverse platforme precum emisiuni derulate la radio, articole în mass media, articole și newsletters plasate pe social media, editarea „Ghidului de cumpărături cu privire la beneficiile alimentelor tradiționale” etc.



### Rezultatele proiectului

a) Promovarea produselor agroalimentare locale tradiționale, în țările participante, prin îmbunătățirea portofoliului de produse de origine desemnate, stabilirea strategiilor comune de comercializare și a structurilor regionale care vizează creșterea vizibilității, competitivitatea și oportunitățile de tranzacționare;

b) Dezvoltarea și consolidarea statutului social și a identității culturale a micilor producători / procesatori alimentari, prin consolidarea capacității, transferul de cunoștințe și bune practici pentru o producție de calitate și durabilă, contribuind astfel la modernizarea sectorului agroalimentar.

Ca urmare a procesului de implementare a proiectului Republica Moldova a reușit:

- Dosare pentru 5 produse locale elaborate și trimise spre înregistrare la AGEPI în calitate de STG;
- Informarea reprezentanților tuturor APL-urilor și APC-urilor relevante proiectului despre activitățile proiectului;
- Cel puțin 30 beneficiari instruiți în urma trainingurilor desfășurate;
- 20 de producători implicați în cadrul Conferințelor, Festivalurilor și vizitei de studiu desfășurate efectuate de parteneri;
- Organizarea Festivalului internațional „Hai la piersici!” cu atragerea a peste 20 de producători locali și cca. 20 de producători din Grecia, Bulgaria și România;
- Crearea Centrului de Informare care unește eforturile cca. 30 de producători / distribuitori de produse tradiționale cu includerea în Rețeaua bazinului Mării Negre pentru promovarea produselor agroalimentare cu indicație geografică;
- instrumentele digitale dezvoltate de toți partenerii și operate de partenerul din Grecia sunt ușor de întreținut în viitor și vor fi îmbogățite regulat cu noi intrări (Baza de date regulat completată și harta GIS actualizată).



## Conferința internațională din Varna, Bulgaria „Promovarea dezvoltării economice prin intermediul sistemelor alimentare locale” 28 aprilie 2022

Evenimentul a fost găzduit de către Universitatea de Management din Varna, partener al proiectului. În debutul evenimentului, prof. Ivo Hristov, deputat în Parlamentul European, a explicat care sunt politicile europene în acest domeniu și a reiterat scopul indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate.

Potrivit Marinei Miron, expert al proiectului, în cadrul conferinței au fost discutate problemele ce nu permit promovarea produselor tradiționale din statele partenere ale proiectului, modalitățile de protecție și metodele de promovare a lor. Participanții au scos în evidență „istoriile de succes” privind protecția produselor tradiționale și locale, prin indicarea acestora în calitate de indicații geografice protejate sau specialități naționale garantate.

Viorel Miron, directorul executiv ADTM, susține că la această conferință a reușit să identifice locul Republicii Moldova în cadrul european de promovare a produselor locale, care reprezintă o modalitate originală de promovare a anumitor destinații. Au fost identificate unele probleme din acest domeniu, care sunt caracteristice nu doar pentru Republica Moldova, dar și pentru statele europene, cum ar fi partenerii insuficienți în cadrul acestui proiect, durata înregistrării produselor, neîncrederea localnicilor la scoaterea în evidență a preparatelor locale, etc. Referitor la perioada înregistrării produselor locale, Viorel Miron a menționat că în diferite state acest interval de timp este reglementat individual. Analizând media pentru statele partenere „LOC FOOD”, în Republica Moldova este nevoie de mult mai mult timp pentru a înregistra un produs local, dar problema rămâne și pentru statele europene, pentru că toți doresc să îmbogățească meniul cu preparate originale.



La finalul conferinței de la Varna, participanții au ajuns la concluzia că domeniul bucătăriei locale este unul foarte vast, însă puțin exploatat de industria turistică. Una din metodele de promovare este înregistrarea produselor, practică prezentă la nivel European. Reprezentanții au torităților naționale prezente la eveniment, care au ca obiect de activitate înregistrarea produselor, au pus accentul pe importanța și necesitatea simplificării procedurii de înregistrare a preparatelor locale, pentru ca ele să capete individualitate, să nu dispară și să fie valorificate turistic ca patrimoniu gastronomic național.

Potrivit echipei ADTM, nu întâmplător parteneri ai proiectului „LOC FOOD” sunt trei universități de prestigiu: Universitatea de Management din Varna (Bulgaria), Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați (România) și Universitatea Internațională Elenă (Grecia), acestea participând la cercetări științifice importante din proiect cum ar fi, de exemplu, analiza sistemelor alimentare locale din țările partenere. În prezent, este elaborat un Ghid de marketing destinat producătorilor locali, pentru promovarea eficientă a produselor tradiționale și locale.

A fost analizată curricula națională pentru meseria de bucătar, constatându-se fiind că lipsește un compartiment dedicat bucatelor locale. În perspectivă, universitățile partenere vor veni cu argumente despre importanța instruirii bucătarilor pentru a promova acest element de patrimoniu local. Este de menționat faptul că echipa ADTM menține legături strânse cu unele facultăți de turism din Republica Moldova și de fiecare dată vine cu recomandări de îmbunătățire a curriculei.

Rezultatele unui sondaj realizat în cadrul „LOC FOOD” arată că au fost identificate aproximativ 300 de bucate caracteristice anumitor localități, care sunt preparate doar de un grup mic de persoane (mici restaurante, pensiuni, etc). Această realitate denotă o dată în plus necesitatea ca fiecare destinație turistică să aibă acel „platou local de bucate”.

## Festivalul gastronomic din Galați, România

20 mai 2022



O altă activitate realizată în cadrul „LOC FOOD” este Festivalul Gastronomic din Galați, desfășurat la 20 mai 2022. Aici au participat nu doar reprezentanții proiectului „LOC FOOD”, dar și ai mediului antreprenorial din mai multe zone, studenți ai universității „Dunărea de Jos” din Galați și cetățeni atrași de „magia bucatelor” tradiționale și locale. În cadrul acestui festival, studenții basarabeni care fac studii în România au fost plăcut surprinși că Republica Moldova este promovată și prin produsele sale gastronomice locale, autentice, deosebite de ceea ce se prepară în altă parte. Alături de cei patru antreprenori participanți la eveniment, a fost creată o adevărată galerie de voluntari care promovau suplimentar Republica Moldova ca destinație turistică. Menționăm că vizitatorii care au participat la degustare au avut posibilitatea să cunoască modul în care preparatele noastre se deosebesc de cele din țara lor de origine.

Republica Moldova a fost reprezentată de diverși antreprenori, care activează în domeniul turismului (agropensiuni, instituții de alimentare publică locală, mici vinării), și au venit cu preparatele lor locale, oferind posibilitate vizitatorilor să înțeleagă prin gust cât de interesantă și „gustoasă” poate fi Republica Moldova. Prezent la festival, Sergiu Hanganu, proprietarul agropensiunii „Hanul lui Hanganu” susține că protecția produselor locale este un obiectiv de viitor, care va aduce doar beneficii pentru turismul național: „Participarea la festival a fost foarte importantă pentru că am înțeles că există întreprinzători care doresc să-și promoveze localitatea, prin bucate tradiționale și locale. Reacția vizitatorilor m-a convins că este bine ceea ce fac, am vorbit mult despre bucatele care sunt deja înregistrate.

După ce am înregistrat la AGEPI IGP „prune deosebite de la Lalova” a crescut la Han numărul de vizitatori care solicită această specialitate. Pentru o pensiune este important să aibă în meniu două trei specialități locale care să devină carte de vizită. Din păcate, în Republica Moldova nu prea este exploatat turistic acest domeniu. Noi ne dorim mult să ieșim în evidență cu produsele noastre gastronomice și în acest scop am inițiat proceduri de înregistrare a bucatelor noastre locale.” Nicolae Minciună, proprietarul vinăriei „Domeniile Pana”, a prezentat în cadrul evenimentului colecția de vinuri locale și unele bucate caracteristice zonei pe care o reprezintă: „În colecția vinăriei noastre poți găsi vinuri care poartă amprenta locului, la moment ne ocupăm cu delimitarea zonelor, pentru ca produsele să fie cu denumire de origine protejată. Vizita a fost una plină de rezultate privind promovarea vinurilor locale, unde am făcut cunoștință cu produsele țărilor participante, precum Bulgaria, Grecia, absolut noi pentru mine. Acest lucru a stimulat dorința de a promova produsele locale, tehnologia de preparare a cărora a fost transmisă din generație în generație. În zona de Sud avem o dietă mai diversă, sunt populare produsele din pește și din carne, condimentate cu boia și pastă de ardei (specifice zonei) și sunt preparate după o tehnică locală, anume pe ele vrem să le promovăm ca produse cu denumire de origine protejată. Astfel, vizitatorul va cunoaște că sunt de la noi și dintr-o anumită zonă. Din momentul organizării primirii oaspeților ne-am axat pe bucatele locale. La ora actuală există la noi circa 25 feluri de mâncare locală care pot fi incluse în meniul pensiunii.”



Common borders. Common solutions.

## Festivalul gastronomic din Dobrici, Bulgaria

2 iunie 2022

Festivalul din Dobrici (Bulgaria), desfășurat la 2 iunie 2022, este al doilea festival organizat în cadrul proiectului „LOC FOOD”, care a fost încadrat cu succes într-un eveniment local, un târg gastronomic al producătorilor mici locali, având ca locație curtea complexului muzeului etnografic „Old Dobrich”.

Viorel Miron afirmă că, în cadrul evenimentului dat, a avut impresia că participă la un festival deja devenit tradiție, deoarece se organizează târguri ale producătorilor autohtoni în fiecare joi, pe parcursul mai multor ani. Echipa proiectului, dar și antreprenorii care au oferit degustări, au putut comunica cu vizitatorii tradiționali ai târgului și au urmărit reacția lor la produsele locale moldovenești.

Dorina Onici, proprietara pensiunii „La Tudora”, a menționat că participarea la festival a devenit un impuls serios pentru a mări numărul bucatelor autentice protejate, servite la pensiunea pe care o administrează:



„În cadrul acestui festival am gustat din mustul și gustul tradiției bulgare. Este de apreciat curajul producătorilor autohtoni din Bulgaria, care, la fel ca și producătorii din Republica Moldova, doresc să vină cu mesajul că și plaiurile natale pot deveni o destinație turistică diversă prin landșaft și gastronomie. Am rămas încântată de metodele de prezentare a tradiției gastronomice de la geneză până la ora actuală, pe care le voi aplica și eu în viitor.”

După participarea la festivalul din Dobrici, Marcela Bratu, producător de brânză și kavarma din Slobozia Mare, a înțeles că poate exporta produsele sale cu caracter local și în Bulgaria:

„Festivalul gastronomic din Dobrici, pentru mine personal, a fost un adevărat schimb de experiență. Am avut ocazia să promovez Kavarma de Slobozia Mare, care s-a bucurat de un mare succes la vizitatorii bulgari, mulți dintre ei amintindu-și de gusturile inconfundabile ale copilăriei. Este cunoscut bine faptul că gastronomia locală este cartea de vizită a unei destinații turistice și este de datoria noastră să promovăm bucatelile locale pentru a crește numărul turiștilor.”



Project funded by  
EUROPEAN UNION

Această publicație a fost realizată cu asistența financiară a Uniunii Europene. Conținutul său este responsabilitatea exclusivă a Asociației de Dezvoltare a Turismului în Moldova și nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Uniunii Europene.

