

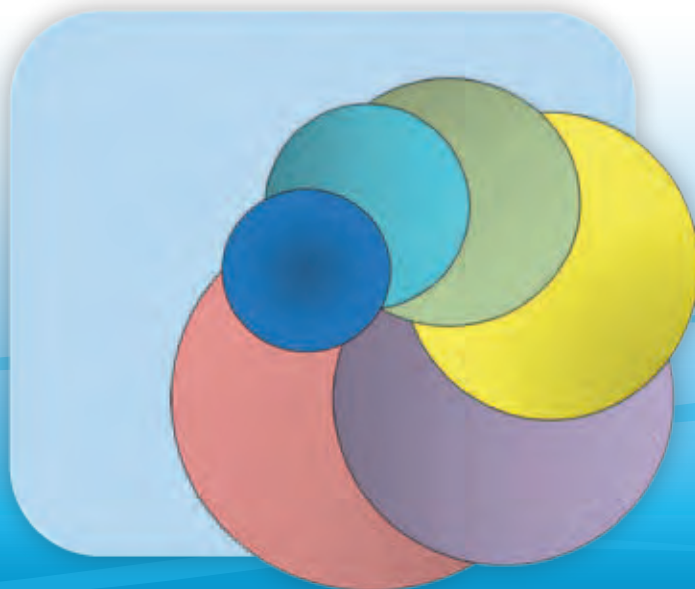


farnet

G H I D #5



Diversificarea zonelor pescărești



Comisia Europeană
Afaceri Maritime și Pescuit

RO

Cuprins

Introducere	3	2.3 Mediul și noi oportunități	
1. Întrebări fundamentale privind		în economia ecologică	16
diversificarea	4	Culegerea de date și cercetarea	17
1.1 De ce să se diversifice zonele pescărești?	4	Conservarea	18
Declinul profitabilității și al gradului de ocupare a		Servicii de curățare și combaterea poluării	20
forței de muncă în sectorul pescuitului	4	Surse regenerabile de energie	22
Riscuri asociate dependenței de un număr redus		Lecții-cheie	25
de industrii-cheie	4	2.4 Turism	25
Un declin general la nivelul economiei locale ..	5	Servicii de cazare	27
Marginalizarea sectorului pescuitului	5	Produse alimentare	29
Noi oportunități de creștere inteligentă,		Activități	31
ecologică și favorabilă incluziunii		Oferirea de pachete de produse turistice:	
(dar și de creștere durabilă legată		itinerarii ale patrimoniului	34
de mediul marin – creștere albastră)	5	Lecții-cheie	36
1.2 Ce înseamnă o „strategie de diversificare” pentru		2.5 Industрии creative: arta și cultura ca pârgă	
zonele pescărești?	6	pentru dezvoltarea economică locală.....	37
Conceptul „diversificării”	6	Muzee și expoziții	37
Necesitatea unei abordări strategice	7	Sate tematice	39
1.3 Diversificare în ce direcție?	8	Festivaluri	41
Sectoare noi sau tradiționale?	8	Lecții-cheie	42
Asigurarea adiționalității, evitarea ineficienței ..	8	2.6 Servicii de asistență socială și dobândirea de	
2. Ce tipuri de diversificare sunt posibile? ...	10	competențe	43
2.1 Prezentare generală a posibilelor opțiuni pentru		Servicii de îngrijire și întreprinderi sociale	43
diversificare.....	10	Creșe și îngrijirea copilului	46
Cum sunt organizate exemplele?	10	Coeziunea comunitară	47
2.2 Obținerea de venituri suplimentare din produsele		Dobândirea de competențe	48
secundare ale activității de pescuit	11	Lecții-cheie	52
Făină de pește și hrană pentru animale	13	3. Etape-cheie pentru punerea în aplicare a unei	
Îngrășăminte și compost	13	strategii de diversificare	53
Biocombustibili	13	3.1 Introducere	53
Noi produse și suplimente alimentare	15	3.2 Care este rolul FLAG-urilor?	54
Produse cosmetice și farmaceutice	15	Idei: declanșarea schimbării	54
Lecții cheie	15	Oamenii: motoarele diversificării	56
		Pachete de sprijin coordonate	59
		Calendar de lucru (planificarea activităților) ...	61
		Localizare	62
		Concluzii	64

Fotografii:

FARNET (5, 7, 9, 20, 32, 45, 57, 62), The Thurso River (19), Verein Ökologisch Wirtschaften, Pellworm (23), Hotel Almadra de Conil (27), The Captain's Galley Seafood Restaurant (30), Joao Quaresma (34), Zuzemberk Castle, Archive of the Heritage Trails, Dolenjska and Bela krajina (35), FLAG Var (39), Maria Idziak (40, 54), Paolo Zitti (41), Regenboogforel (44), Isabelle Possedon (47), FLAG Northern and Eastern Lapland (51), Istockphoto (59), PhotoDisc (61).

Au colaborat:

Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Paul Soto, John Grieve, Eamon O'Hara, Gilles van de Walle, Serge Gomes da Silva, Susan Grieve.

Mesaj de mulțumire:

Unitatea de Suport Farnet dorește să mulțumească tuturor celor care au contribuit la acest ghid cu informații și studii de caz, și în special următorilor: Rémi Bellia (Pesca-turism); Kees Manintveld și Rosita Van Steenis (Ferma piscicolă și centrul de îngrijire Păstrăvul Curcubeu); Wacław Idziak (Sate tematice în Polonia); Marko Koščak (Itinerariu al patrimoniului în Dolenjska și Bela krajina); Antonio Brenes și M^a Dolores Caro (Hotel Almadra de Conil); Hans Martin Lorenzen (Producție de energie din surse regenerabile pe insula Pellworm); Markku Ahonen (Formare în domeniul turismului pentru pescari în Finlanda); Louwe Post (Proiect de consultanță în domeniul pescuitului); Katia Frangoudes (restaurante locale în Tenerife și Corsica); Maria Baptista (Muzeul on-line CCC în Portugalia); Michael Gerber (Muzeul pescuitului Bremerhaven); Tony Piccolo (biocombustibil din deșeuri de pește); Laura Gagliardini (festivalul „Porti Aperti” în Ancona); Jim Cowie (Captain's Galley); Simon Laird (Proiectul Râul Thurso); Deborah Gillatt (Parteneriat științific în domeniul pescuitului); Jon Pressnell (Bar à Truc).

Producție:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Redactor: Comisia Europeană, Direcția Generală Afaceri Maritime și Pescuit, directoratul general.

Declinarea responsabilității: Direcția Generală Afaceri Maritime și Pescuit este responsabilă pentru producerea acestei publicații, dar nu este responsabilă pentru exactitatea, conținutul sau opiniile exprimate în anumite articole. Cu excepția unor dispoziții contrare, Comisia Europeană nu a adoptat sau aprobat în niciun fel opiniile exprimate în această publicație, iar afirmațiile nu trebuie considerate de încredere pentru că aparțin Comisiei sau Direcției Generale Afaceri Maritime și Pescuit. Comisia Europeană nu garantează exactitatea datelor incluse în această publicație. Comisia Europeană și persoanele care acționează în numele său își declină responsabilitatea față de scopurile în care ar putea fi utilizată aceasta.

© Uniunea Europeană, 2011.

Imprimat în Belgia pe hârtie reciclată.

Introducere

Provocările socioeconomice cu care se confruntă în prezent sectorul pescuitului în Europa necesită o gamă largă de măsuri în vederea îmbunătățirii mijloacelor de trai ale pescarilor și ale familiilor acestora, precum și ale altor membri ai comunităților pescărești. O opțiune posibilă introdusă de Axa 4 a Fondului European pentru Pescuit (FEP) este reprezentată de **diversificarea economică a zonelor pescărești**.

Axa 4 sprijină „dezvoltarea durabilă a zonelor de pescuit” prin intermediul unor strategii elaborate de către parteneriate locale constituite în Grupuri de Acțiune Locală Pescărești (FLAG-uri). Aceste strategii pot include activități de diversificare economică a zonelor de care aparțin și furnizează **locuri de muncă și venituri suplimentare** pentru comunitățile pescărești. Unele strategii FLAG se referă doar în mod general la diversificare; în altele, parteneriatul a inclus deja idei preliminare privind direcția în care ar trebui să se îndrepte aceste activități; în ambele cazuri, definițiile diversificării pot varia de la activități care privesc doar pescarii la strategii mai cuprinzătoare pentru diversificarea zonei.

Prezentul ghid se adresează FLAG-urilor care includ diversificarea printre obiectivele strategiilor proprii, precum și potențialilor beneficiari care doresc să promoveze diversificarea.

Ghidul este organizat în trei capitole principale:

- > în Capitolul 1, prezentăm întrebările de bază legate de diversificarea zonelor pescărești; acestea sunt întrebări pe care multe FLAG-uri le vor pune în procesul de pregătire sau de actualizare a strategiilor proprii, precum și în lucrul cu promotorii de proiecte și în activitatea de selectare a proiectelor;
- > în Capitolul 2, prezentăm o gamă largă de activități potențiale de diversificare care pot fi incluse într-o strategie de diversificare a zonelor pescărești; acest capitol este ilustrat cu multe exemple provenite din practica actuală de dezvoltare locală;
- > în Capitolul 3, trecem în revistă unele dintre aspectele cheie de care FLAG-ul ar trebui să țină seama pentru a reuși o diversificare de succes într-o zonă pescărească.

De asemenea, ghidul furnizează referințe și legături utile.

1. Întrebări fundamentale privind diversificarea

1.1 De ce să se diversifice zonele pescărești?

Pot exista multe motive pentru care o comunitate pescărească ar putea dori să-și diversifice economia locală. Principalele motive includ:

pentru a răspunde la declinul profitabilității și la scăderea gradului de ocupare a forței de muncă în sectorul pescuitului,

pentru a evita riscul asociat dependenței excesive de una sau câteva industrii-cheie,

pentru a răspunde unui declin mai general care se face simțit la nivelul economiei locale,

pentru a combate marginalizarea sectorului pescuitului în zone care traversează o perioadă de sub-dezvoltare,

pentru a profita de noile oportunități de creștere inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii (dar și de creștere durabilă legată de mediul marin – cunoscută cu termenul de *creștere albastră*).

Declinul profitabilității și al gradului de ocupare a forței de muncă în sectorul pescuitului

În ultimele decenii, sectorul european al pescuitului s-a confruntat cu constrângeri severe care au avut drept rezultat un declin al profitabilității și pierderea de locuri de muncă. Aceste constrângeri sunt legate de eforturile de conservare a stocurilor de pește, precum și de o pierdere a cotei de piață din cauza importurilor și de creșterea costurilor inputurilor. Conform Comisiei

Europene, între 2002 și 2008, gradul de ocupare al forței de muncă în sectorul pescuitului de captură a scăzut cu 31%¹.

Prin intermediul Fondului European pentru Pescuit (FEP), factorii de decizie ai UE au luat măsuri prin care au abordat aceste aspecte, dar, în ciuda acestor măsuri, majoritatea previziunilor arată că numărul pescarilor care trăiesc numai de pe urma pescuitului va scădea probabil în continuare. Impactul acestor schimbări depășește adesea granițele sectorului pescuitului, afectând familiile pescarilor, precum și comunitatea în general. Această situație este mai pregnantă în zonele dependente în mod tradițional de activitățile de pescuit ca sursă principală de locuri de muncă și venit.

Riscuri asociate dependenței de un număr redus de industrii-cheie

Dependența de unul sau două sectoare-cheie este riscantă pentru orice economie locală, deoarece atunci când aceste sectoare traversează perioade dificile (care pot apărea din motive independente de comunitatea locală) este afectată întreaga zonă. Așadar, chiar dacă sectorul pescuitului este relativ prosper, este important să se asigure că economia locală este cât mai diversă posibil. O dependență prea mare de turism sau de producția de alimente este la fel de riscantă ca dependența de pescuit. Acest principiu trebuie avut în vedere și când factorii locali încearcă să atragă în zonă investitori din exterior. Acești investitori pot fi o sursă importantă de capital și de locuri de muncă pentru localnici, dar trebuie avut grijă să nu se creeze noi forme de dependență.

¹ Raportul economic anual 2010 privind flota de pescuit europeană, <https://stecf.jrc.ec.europa.eu/home>

Un declin general la nivelul economiei locale

Unele zone pescărești de coastă sau interioare se confruntă cu un declin economic general, adesea însoțit de îmbătrânirea populației sau depopularea. Este vorba de cele mai multe ori de comunități pescărești îndepărtate, în care multe sate au rămas practic fără pescari, deoarece tinerii se mută la oraș pentru a profita de oportunitățile mai numeroase în materie de educație sau de angajare. Rezultatul poate fi o spirală descendentă atât la nivelul economiei locale, cât și al furnizării de servicii. Activitățile care promovează diversificarea economică pot revitaliza astfel de comunități, în cele din urmă în beneficiul pescarilor, asigurând viabilitatea comunităților ca locuri propice pentru locuit și desfășurarea de activități profesionale.

Marginalizarea sectorului pescuitului

Multe zone pescărești sunt situate fie în interiorul fie în imediata apropiere a unor centre de creștere economică solidă (de exemplu, orașe costiere și destinații turistice atractive), dar comunitatea pescărească nu beneficiază întotdeauna pe deplin de beneficiile acestei creșteri. De fapt, presiunea crescută asupra prețurilor terenurilor, competiția pentru utilizarea apelor și puterea economică a unor sectoare în creștere precum turismul, pot contribui la marginalizarea și izolarea pescarilor. În aceste cazuri, este important să se valorifice oportunitățile economice din zonă în așa fel încât să fie și în beneficiul pescarilor și al familiilor acestora.



Noi oportunități de creștere inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii (dar și de creștere durabilă legată de mediul marin – creștere albastră)

Zonele costiere reprezintă peste 40% din populația Europei și sunt destinații sigure pentru multe dintre oportunitățile de dezvoltare prevăzute în strategia Europa 2020. Comisia Europeană are în plan să încurajeze polurile emergente de „creștere albastră”. Lacurile și apele interioare ale Europei prezintă de asemenea un potențial neexploatat pentru crearea de locuri de muncă și de venit pentru populația locală. Cu toate acestea, multe dintre strategiile și programele de perspectivă pentru inovare și antreprenariat sunt implementate izolat față de comunitățile pescărești. Axa 4 oferă o oportunitate majoră de coagulare a potențialului uman latent din comunitățile pescărești cu oportunitățile economice și de mediu pe care le posedă aceste zone.

Un FLAG care ia o decizie privind nevoia și amplexarea diversificării în zona pescărească va trebui să răspundă la întrebări așa cum sunt:

- > Care este gradul de dependență al sectorului pescăresc în zona dumneavoastră? Care sunt schimbările așteptate în legătură cu acesta în următorii 5-10 ani?
- > Care sunt sectoarele sau zonele în declin economic din regiunea dumneavoastră și care dintre ele prezintă o creștere (dacă este cazul)? Care sunt consecințele pentru pescari și familiile acestora, ca și pentru alți locuitori?
- > Există în zona dumneavoastră comunități afectate în mod special de pierderea de venituri din domeniul pescuitului?
- > În ce măsură este pregătită pentru schimbare comunitatea locală? Ce trebuie făcut în acest sens?

1.2 Ce înseamnă o „strategie de diversificare” pentru zonele pescărești?

În acest ghid, termenul de „strategie de diversificare” este utilizat pentru a descrie o abordare coerentă a unui FLAG și a factorilor locali în vederea îmbunătățirii nivelului de trai și a consolidării economiilor locale prin oferirea de surse de venit alternative sau suplimentare.

Conceptul „diversificării”

În contextul sectorului pescuitului, **diversificarea** poate fi înțeleasă în multe feluri diferite. Referindu-se la „diversificare”, unii autori înțeleg de exemplu:

1. diversificarea activităților de producție primară (de exemplu, noi tehnici și echipamente de pescuit) – mai precis, diversificarea în interiorul sectorului pescuitului;
2. diversificarea activităților din cadrul lanțului valoric al peștelui (adesea la nivelul acelora care adaugă valoare produselor piscicole: vânzări directe, marketing etc.);
3. activități multiple, când pescarii și familiile lor continuă să obțină anumite venituri din pescuit, dar desfășoară și activități complementare, precum turismul sau serviciile de catering;

4. o diversificare mai largă a **zonei** pescărești în domenii care nu sunt legate de pescuit, precum servicii sociale, energie din surse regenerabile sau alte sectoare emergente.

O serie de publicații FARNET, inclusiv un număr al revistei FARNET și un ghid tehnic au abordat deja aspectul valorificării produselor pescărești. În acest ghid ne referim în special la **ultimele două tipuri de diversificare**, (c) și (d), și anume la activitățile externe sectorului pescuitului. Această diversificare este relevantă pentru multe tipuri de regiuni, oferind pescarilor, familiilor acestora și altor membri ai comunității pescărești posibilitatea de a crea noi surse de locuri de muncă și de venit, furnizând în același timp servicii care ajută zonele pescărești să rămână locuri propice pentru locuit, pescuit și afaceri.

Tabelul următor ilustrează conceptul de „diversificare” utilizat în acest ghid

Pescari și familiile acestora	noi echipamente, tehnici, specii etc.	diversificare în interiorul sectorului pescuitului (a)
	noi activități în afara pescuitului	activități multiple (c)
	noi activități în locul pescuitului	diversificare (d)
Produse (pește)	vânzări directe, lanțuri de distribuție scurte, valorizarea produselor locale, prelucrarea la scară redusă etc.	valorificare (b)
Zonă	activități în sectoare noi pentru zonă, de exemplu, turism, cultură, servicii, sectoare maritime etc.	diversificare (d)

Necesitatea unei abordări strategice

Axa 4 a FEP subliniază necesitatea unei „**abordări strategice**”, bazate pe caracteristicile specifice ale zonei (identificate de obicei printr-o analiză SWOT). Aceasta ar trebui să reprezinte un pachet coerent de activități care abordează în mod complementar provocările cu care se confruntă sectorul pescuitului, și nu doar acțiuni izolate. O astfel de coerență este necesară nu doar pentru a se asigura că un proiect susținut nu dăunează altuia (de exemplu, atunci când amplasarea unei ferme eoliene are un efect dăunător asupra peisajului), dar și pentru a realiza o sinergie (îndeplinind mai multe obiective printr-un singur proiect, ca în cazul atragerii turiștilor, consolidând în același timp identitatea locală sau crearea de locuri de muncă „ecologice”).

În conformitate cu această abordare, fiecare FLAG își organizează activitățile în jurul unei strategii de dezvoltare pentru zona proprie; în multe cazuri, aceasta este completată de un „plan de acțiune”, mai detaliat, care arată modul în care FLAG-ul intenționează să-și atingă obiectivele strategice. În acest ghid, vom utiliza conceptul de „strategie de diversificare” pentru a reprezenta toate activitățile FLAG-ului care au drept obiectiv o mai mare diversificare a economiei zonei. **Nu propunem ca FLAG-urile să elaboreze o strategie separată destinată în mod special diversificării**, ci ca activitățile de diversificare să fie bine



planificate, sistematice și axate pe obiectivele strategice. De asemenea, acestea trebuie revizuite periodic, iar planul de acțiune trebuie actualizat în funcție de situația și nevoile în schimbare.

Un FLAG care pune în practică o strategie de diversificare a propriei zone ar trebui să răspundă la următoarele întrebări:

- > *Preconizează strategia noastră activități de diversificare?*
- > *Care sunt tipurile de activitate care vor aduce cea mai mare valoare adăugată comunității pescărești și zonei?*
- > *Cum sunt conectate diferitele activități și cum se completează reciproc?*
- > *Cum asigurăm cooperarea între diferiții parteneri pentru a obține o sinergie a activităților de diversificare?*

1.3 Diversificare în ce direcție?

Ar trebui avut în vedere că nu toate zonele prezintă același potențial pentru diversificare, prin urmare alegerea strategiei trebuie analizată cu atenție. De exemplu, nu toate zonele sunt la fel de atractive pentru turiști și nici nu dispun toate de un patrimoniu natural la fel de valoros. Diversificarea către noi activități poate prezenta o dificultate și din perspectiva competențelor și a adaptabilității localnicilor. De aceea, punerea în practică a diversificării reprezintă un proces complex care necesită o combinație de acțiuni pentru a se asigura că sunt întrunite condițiile necesare (a se vedea Capitolul 3).

Sectoare noi sau tradiționale?

Multe zone pescărești decid să-și construiască strategiile de diversificare în baza **valorilor locale** care au fost deja identificate de către comunitate. Acestea includ valori naturale, precum peisajul sau biodiversitatea, care pot atrage turiști, dar și valori mai puțin tangibile precum competențele și tradițiile, care permit dezvoltarea de piețe pentru produse alimentare unice sau evenimente culturale. Această abordare este adecvată în etapa inițială a unei strategii de diversificare, deoarece punctele forte specifice zonei pot reprezenta un bun punct de plecare pentru dezvoltarea economiilor locale.

Cu toate acestea, unele zone pescărești pot avea potențialul de a depăși aceste activități strict „locale” prin demararea unor proiecte mai vaste legate, de exemplu, de tehnologiile informației, energie sau alte sectoare maritime. În astfel de cazuri FLAG-ul nu ar trebui să se bazeze doar pe opțiunile de diversificare bine cunoscute, ci să încerce să caute **noi oportunități** – și nu pentru că acestea sunt „la modă”, ci pentru că oportunitățile de piață pot fi mai importante, iar aceste industrii sunt uneori mai profitabile decât sectoarele tradiționale. Este de așteptat ca aceste sectoare emergente și sprijinul pentru inovare să dețină un rol central în viitoarele politici ale UE pentru zonele pescărești.

Asigurarea aditionalității, evitarea ineficienței

Un aspect important care trebuie avut în vedere la planificarea propriei strategii de diversificare este că proiectele susținute de FLAG ar trebui să genereze venituri și locuri de muncă **suplimentare**, și nu să le înlocuiască sau să le elimine pe cele existente. De exemplu, FLAG-ul poate decide să sprijine un restaurant local care promite să creeze 5 locuri de muncă cu normă întreagă. Totuși, în cazul în care acest nou restaurant nu crește în realitate piața, este posibil să intre pur și simplu într-o competiție pentru piața existentă cu alte restaurante locale, având astfel un impact negativ asupra afacerii acestora. În acest caz, finanțarea publică ar putea genera 5 noi locuri de muncă, dar ar putea să ducă la dispariția unui număr egal dacă alte restaurante sunt forțate să se închidă sau să concedieze personal.

Ar trebui, reamintit că anumite sectoare de activitate pot avea un potențial mai mare de a crea noi locuri de muncă fără a conduce la dispariția altora: de exemplu, sectorul social și industriile creative, unde este posibil să existe nevoi neacoperite și unde piețele pot fi mai puțin competitive decât în alte sectoare. Situația opusă poate fi asociată unor sectoare precum turismul și comerțul cu amănuntul.

Atunci când se caută proiecte pentru diversificarea unei zone pescărești, este important să se evite finanțarea proiectelor care ar fi putut fi implementate la fel de bine și fără finanțarea publică – astfel se evită ineficiența. Fondurile Axei 4 pentru activitățile de diversificare ar trebui să se concentreze asupra proiectelor care nu ar fi fost altfel posibile. Mai multe informații despre principiile selecției active a proiectelor de către FLAG pot fi găsite în Ghidul FARNET „Pași către succes”.



Un FLAG care pune în practică o strategie de diversificare a propriei zone ar trebui să răspundă la următoarele întrebări:

- > *Care sunt principalele valori ale zonei dumneavoastră care prezintă oportunități pentru diversificare?*
- > *Au fost explorate suficient oportunitățile oferite de noile tipuri de servicii și sectoare emergente?*
- > *Strategia noastră sau criteriile de selecție asigură sprijin pentru o gamă suficient de largă de sectoare economice? Cum putem îmbunătăți acest lucru?*
- > *Cum ne vom asigura că sprijinirea anumitor proiecte nu cauzează efecte de eliminare pentru alte activități economice din zonă? Cum putem evita ineficiența?*

2. Ce tipuri de diversificare sunt posibile?

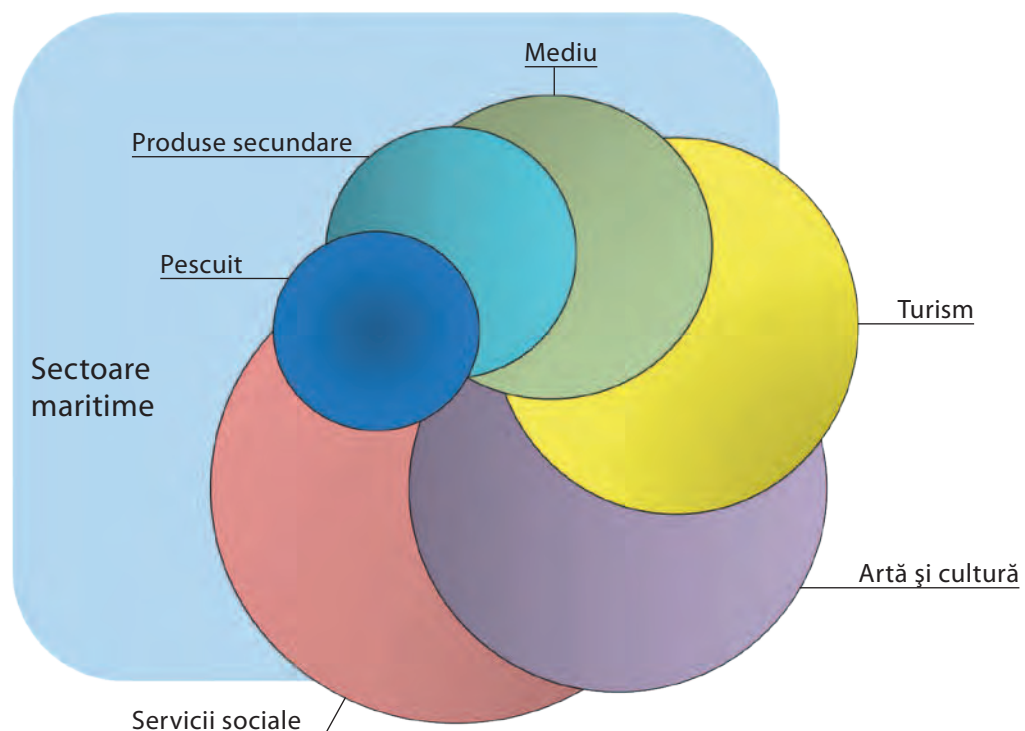
2.1 Prezentare generală a posibilelor opțiuni pentru diversificare

Acest capitol al ghidului urmărește prezentarea unei game largi de activități care pot fi realizate în cadrul diversificării zonelor pescărești. Nu propunem ca exemplele prezentate să fie copiate; intenția noastră principală este de a încuraja factorii locali să fie creativi în strategiile proprii de diversificare și să identifice soluțiile cele mai adaptate nevoilor lor.

Cum sunt organizate exemplele?

Diversificarea poate fi considerată ca o „spirală de dezvoltare” sau un „cerc virtuos” care, odată pus în mișcare, acumulează noi energii la fiecare rotație. În Axa 4, pescuitul și activitățile strâns legate de pescuit

reprezintă centrul și punctul de plecare al acestei spirale. FLAG-ul va încerca în mod normal să valorifice economia, competențele și cultura pescuitului pentru a crea o dinamică care să se extindă la nivelul altor activități în întreaga zonă. Prin urmare, putem face o reprezentare grafică a gamei de activități de diversificare posibile cuprinse în Capitolul 2 cu ajutorul diagramei în spirală de mai jos, în care pescuitul se află în centru și influențează într-un fel sau altul toate celelalte activități. Diagrama mai ilustrează și modul în care anumite zone pescărești pot stabili legături între activitățile de diversificare și sectoarele maritime mai largi.



Gama de exemple prezentate progresează de la acelea mai apropiate de sectorul pescuitului și se extinde în mod progresiv către activități mai îndepărtate de acest sector, dar care sunt în continuare relevante pentru zonele pescărești. Prin urmare, acestea includ:

1. activități legate de produsele secundare ale pescuitului;
2. oportunități legate de mediu și de economia ecologică, inclusiv culegerea de date și cercetarea; conservarea; servicii de curățare și combatere a poluării; și energia din surse regenerabile;
3. activități legate de turism, care acoperă servicii de cazare și alimentare, activități (inclusiv pescuit turistic) și pachete turistice mai cuprinzătoare precum itinerare ale patrimoniului;

4. utilizarea artelor și a culturii pentru a dinamiza dezvoltarea economică locală;
5. servicii sociale, precum cele de îngrijire, agrement și dobândirea de competențe.

În fiecare subcapitol, prezentăm unele considerații generale pentru dezvoltarea acestui tip de activitate într-o zonă pescărească, unul sau mai multe exemple care arată cum se poate realiza (nu neapărat cu finanțare din Axa 4, unde numărul de proiecte încheiate este încă relativ scăzut) și lecții-cheie desprinse din implementarea unor astfel de proiecte.

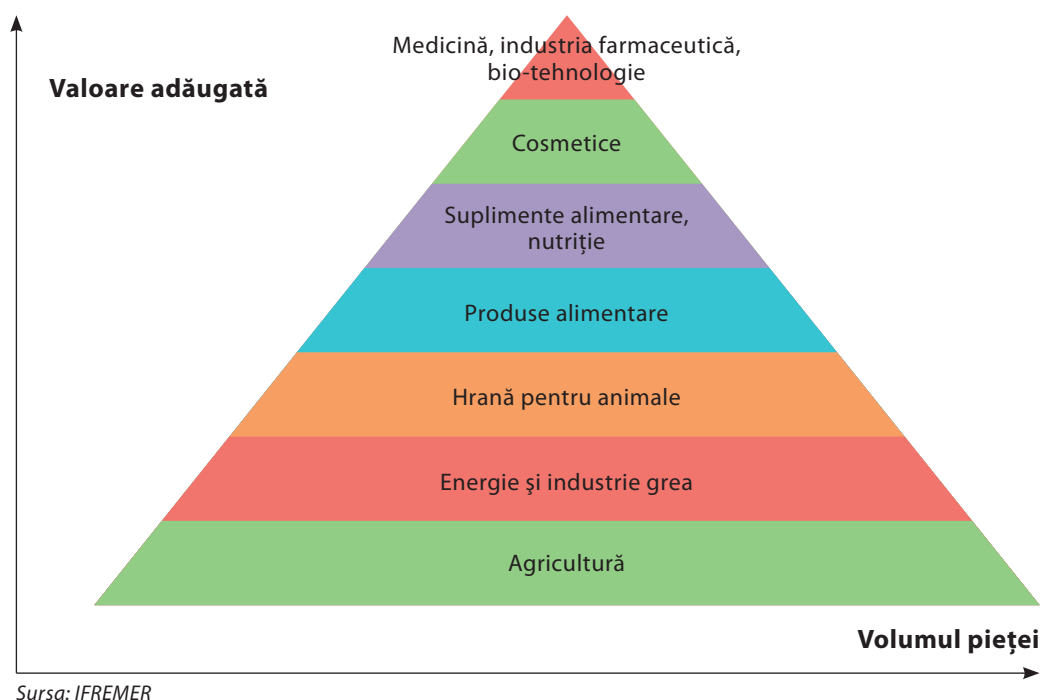
2.2 Obținerea de venituri suplimentare din produsele secundare ale activității de pescuit

Principalul produs al pescuitului și al acvaculturii este desigur peștele destinat consumului uman, dar pot fi realizate și alte produse care să genereze venituri suplimentare din pescuit. Într-adevăr, din cele peste 140 de milioane de tone de pește și fructe de mare provenite în fiecare an la nivel mondial din pescuit și acvacultură, se estimează că doar jumătate au ca destinație consumul uman². Eliminarea unor cantități importante de deșeuri organice fie în mare (din capturi accidentale, returnări în mare și prelucrare primară la bord), fie pe uscat, presupune un pericol pentru mediu care poate modifica structura generală a habitatelor marine și cauza poluare pe uscat. De asemenea, reprezintă o pierdere a unei materii prime care ar putea fi utilizată ca material de bază pentru produse cu o valoare potențială semnificativă.

În contextul presiunii tot mai crescute de a reduce returnările în mare și capturile accidentale nedorite pe care o resimt flotele de pescuit din UE (țări precum Norvegia și Islanda au adoptat deja o politică „zero returnări în mare”) și al obiectivelor UE de creștere inteligentă și ecologică, devine nu doar inteligent, ci și *necesar* să fie regândite multe dintre procesele din cadrul industriei pescuitului. FLAG-urile pot juca un rol activ în ceea ce privește stimularea practicilor durabile care optimizează utilizarea resurselor piscicole și oferă noi surse de venit pentru zonele pescărești.

² Eurofish Magazine, octombrie 2010

Piramida valorii adăugate a produselor piscicole secundare pe sectoare



Acest grafic oferă o imagine de ansamblu a gamei de utilizări pentru deșeurile provenite din pescuit (pielea peștilor, capul, intestinalele, oasele, cochiliile etc.), de la agricultură, unde pot fi utilizate pentru a produce hrană pentru animale sau îngrășământ până la produse foarte specializate precum produsele farmaceutice. De asemenea, graficul arată că valoarea adăugată generată variază în funcție de produsul final.

FLAG-urile ar trebui să cunoască această gamă de oportunități, precum și un număr de considerații-cheie atunci când iau decizii cu privire la utilizarea deșeurilor de pește:

- > Anumite produse provenite din deșeurile de pește pot genera mai multă valoare decât altele; totuși, acestea necesită adesea o expertiză semnificativă și investiții de capital și se pot confrunta cu o competiție acerbă. FLAG-urile ar trebui să se asigure că promotorii de proiecte care planifică dezvoltarea și comercializarea de noi produse sofisticate dispun de expertiză și contacte suficiente pentru aceasta.
- > Păstrarea apropierii de sectorul primar ar putea fi un prim pas înțelept și mai adecvat celor interesați, competențelor și infrastructurii din zonele pescărești.

- > Tratarea și prelucrarea deșeurilor de pește poate fi uneori o activitate urât mirositoare și perturbatoare. Prin urmare, este important să se aloce timp pentru a se asigura că astfel de activități vor fi acceptate de populație. Este important să existe o analiză a amplasării atunci când se decide punerea în practică a unui astfel de proiect.
- > Pe lângă generarea unor venituri suplimentare pentru comunitățile pescărești, utilizarea deșeurilor de pește poate conduce la o reducere a poluării. Asigurați-vă, de asemenea, că impactul asupra mediului rămâne un element central la luarea deciziilor.

Pornind de la aceste considerații cheie, în continuare sunt prezentate câteva exemple de activități pe care comunitățile pescărești ar putea să le aibă în vedere atunci când analizează modul în care „deșeurile” din cadrul sectorului pot reprezenta o oportunitate de a genera venituri suplimentare și diversifica economia locală, reducând în același timp la minimum impactul sectorului asupra mediului.

Făină de pește și hrană pentru animale

Bogate în proteine, deșeurile de pește au fost utilizate ca materie primă destinată hranei pentru animale încă de la sfârșitul secolului al XIX-lea. De asemenea, acestea sunt utilizate în făina de pește pentru acvacultură. În prezent, făina de pește este comercializată la prețuri ridicate pe piața mondială, iar dezvoltarea expertizei pentru a prelucra făina de pește poate oferi comunităților pescărești oportunitatea de a genera profituri mai mari decât doar în urma vânzării de materie primă. Trebuie remarcat totuși că noii actori ar putea fi obligați să învețe cu rapiditate pentru a fi competitivi, atât din perspectiva volumului, cât și a calității, într-o industrie care a devenit foarte competitivă.

Îngrășămintele și compost

Utilizarea deșeurilor de pește pentru îngrășămintele cunoaște în prezent o revigorare în societățile occidentale, sub formă de „emulsii de pește” și „hidrolizat de pește”, ambele bogate în azot și fosfor. Experiența din Irlanda³ indică posibilitatea utilizării deșeurilor de pește drept compost. Într-o perioadă în care cererea de produse ecologice este în creștere, îngrășămintele și compostul de origine piscicolă pot reprezenta o alternativă interesantă la îngrășămintele minerale. Zonele

bogate în crustacee ar putea fi interesante din perspectiva explorării unor opțiuni de colectare a depozitelor de crustacee de pe solul marin pentru a fi utilizate în îngrășămintele. Cochiliile crustaceelor rămase din liniile de prelucrare pot, de asemenea, să fie măcinate și utilizate în ferme pentru a crește cantitatea de calcar din sol.

Biocombustibili

Politicile guvernamentale de abordare a schimbărilor climatice și tehnologiile emergente au contribuit împreună la creșterea pieței pentru biocombustibili⁴. În același timp, adaptarea tehnologiei de producție a biocombustibilului din grăsimi de origine animală pentru a putea utiliza deșeurile de pește începe să trezească interes. În țări precum Canada și Vietnam, biocombustibilul provenit din ulei de pește este deja comercializat. Această tehnologie este transferabilă în multe zone pescărești din Europa, cu investiții relativ puține în unități de prelucrare locală și exploatații piscicole. Combustibilul regenerabil netoxic și biodegradabil poate fi produs local, furnizând o nouă sursă de venit, dar și ușurând presiunea costurilor combustibilului pentru pescari.

³ http://www.bim.ie/uploads/text_content/docs/3-Composting_Anaerobic_Digestion_Association_of_Ireland.pdf

⁴ Biodiesel 2020: A Global Market Survey, ediția a 2-a

Deșeuri de pește pentru fabrici de biocombustibili, Canada

Uleiul de pește este extras din deșeurile/intestinele rămase, amestecat cu metanol și cu alte produse precum soda caustică pentru a produce combustibil. Acest combustibil este purificat prin adăugarea de mangan și este făcut compatibil pentru motoare⁵. Oportunitățile pentru inițierea acestui tip de activitate variază în funcție de cantitățile și speciile de pește capturat și prelucrat în zona pescărească. De exemplu, uleiurile de pește care conțin acizi grași esențiali precum omega 3 obțin prețuri mai bune în industria farmaceutică. Aproximativ 1 kg de deșeuri de pește este utilizat pentru a produce 1 litru de biocombustibil. Principalul produs secundar care rezultă din acest proces, glicerina, poate fi comercializat în industria cosmetică pentru producerea de săpun, iar celelalte reziduuri pot fi utilizate la făina de pește.

În ceea ce privește investiția, studiile indică un cost între 130 000 USD și 350 000 USD pentru construcția unei fabrici care produce biocombustibil din deșeuri de pește⁶. Un studiu de fezabilitate realizat în 2007 de *Sustainable Community Enterprises* în Vancouver, Canada, a determinat un preț de producție de 1,10 USD pentru 1 litru de biocombustibil. Sistemele examinate în cadrul acestui studiu au produs între 227 100 și 250 000 de litri de biocombustibil pe an, iar perioada de amortizare a fost între 4,2 și 7,7 ani.

În studiul său pe tema deșeurilor de pește pentru producția de biocombustibil⁷, Tony Piccolo prezintă o serie de considerații pentru cei care au în vedere construcția unei fabrici de prelucrare a deșeurilor de pește pentru a produce biocombustibil.

- > Trebuie identificat un amplasament adecvat, cu acces ușor și simplu la deșeurile de pește pentru a reduce la minimum costurile de transport și amprenta de carbon a fabricii. Va trebui realizată o evaluare a impactului asupra mediului în locul ales, ținând cont de întregul ciclu al fabricii.
- > Trebuie să fie disponibile deșeuri din abundență, fie în apropierea unui port de pescuit, fie în interiorul sau în apropierea unei unități de filetare, prelucrare sau de acvacultură.
- > Accesul facil la metanol și sodă caustică este necesar pentru a se asigura producția continuă de biocombustibil.
- > O piață pentru glicerină pentru a asigura un venit rapid din producția și comercializarea produsului secundar.
- > Resurse umane: un manager de proiect/fabrică cu normă întreagă pentru supravegherea producției și, în funcție de disponibilitatea materiei prime și producție, 8-10 angajați suplimentari.
- > Capacități de stocare pentru uleiul de pește și pentru metanol și o stație de stocare sau de pompare pentru produsul final.

Porturile de pescuit au interesul să înființeze cooperative pentru a colecta toate deșeurile de pește și pentru a produce uleiul de pește, făina de pește și biocombustibilul. Aceasta ar presupune construcția unei singure fabrici mari, în loc de mai multe fabrici mici, reducând astfel costurile și beneficiind de economii de scară mai importante.

⁵ <http://www.fao.org/bioenergy/aquaticbiofuels/knowledge/fish-waste/en/>

⁶ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

⁷ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

Noi produse și suplimente alimentare

Majoritatea deșeurilor produse în urma prelucrării peștelui conțin proteine cu valoare nutrițională ridicată, acizi grași polinesaturați precum omega 3, dar și antioxidanți, minerale și oligoelemente care oferă beneficii importante pentru sănătate. Aceste substanțe au o valoare ridicată și necesită adesea competențe de specialitate pentru a le valorifica pe deplin potențialul. Proiectele de cercetare și stabilirea de legături cu actori precum universitățile și companiile private care dețin o astfel de expertiză, pot ajuta comunitățile pescărești să-și consolideze capacitatea de a profita de această resursă.

În plus, realizarea de produse alimentare alternative pe bază de pește s-ar putea dovedi, de asemenea, o activitate comercială interesantă pentru cei care urmăresc să optimizeze utilizarea resurselor piscicole. Surimi, de exemplu, utilizează până la 82% din pește, spre deosebire de un randament de 28% pentru un file de pește⁸. Producerea de gelatină din oase și piele de pește reprezintă o altă oportunitate potențială. Ca ingredient alimentar, gelatina de pește are avantajul de a fi solubilă în apă rece și este, de asemenea, acceptabilă de către toate religiile (spre deosebire de gelatina provenind de la porcine și bovine).

Produse cosmetice și farmaceutice

În vârful piramidei valorii adăugate prezentate mai sus, se află utilizarea produselor piscicole secundare în industria cosmetică și cea farmaceutică. Există o cerere

pentru substanțe „biologic active” provenite din capul, ficatul, ochii de pește, etc. – unele dintre acestea reduc semnele îmbătrânirii și sunt așadar utilizate în produsele de îngrijire a pielii; altele stimulează diviziunea celulară și sunt deseori utilizate în cercetare. Cât despre cochiliile crustaceelor precum creveții și homarii, acestea conțin chitină și chitosan, despre care se consideră că reglează nivelul de colesterol, întăresc sistemul imunitar și accelerează regenerarea celulară. Zonele pescărești în care cantități importante de crustacee sunt decorticate centralizat înainte de comercializare ar putea obține profit în urma stabilirii unor parteneriate cu companii specializate în producția de chitosan. Aproximativ 100 kg de chitosan pot fi produse din 4500 kg de cochilii de creveți.

FLAG-urile sunt încurajate să studieze specificul pescuitului sau al acvaculturii din zona proprie atunci când analizează opțiunile de diversificare pe care le-ar putea oferi produsele secundare ale acestora. De exemplu, zonele care dispun de facilități de procesare pe uscat prezintă de obicei un potențial important pentru dezvoltarea de activități profitabile legate de deșeurile de pește, deoarece liniile de prelucrare sunt orientate în general către o specie anume de pește; în felul acesta, deșeurile tind să fie foarte omogene și, prin urmare, sunt adecvate. Zonele de acvacultură costieră pot beneficia de impactul pozitiv asupra mediului al unei mai bune gestionări a deșeurilor, ceea ce nu înseamnă că aceste activități nu pot fi și profitabile.

⁸ Eurofish Magazine, octombrie 2010

Lecții cheie

- > *Produsele secundare ale industriei pescuitului conțin o gamă bogată de substanțe care pot fi utilizate (și în mod profitabil).*
- > *Zonele pescărești pot anticipa controale mai stricte ale returnării în mare a deșeurilor de pește și, prin urmare, ar trebui să aibă în vedere practici mai ecologice în strategiile lor prin integrarea unor proiecte care utilizează materie primă care altfel ar fi returnată în mare.*
- > *Atunci când analizează produsele secundare ca opțiuni de diversificare, FLAG-urile ar trebui să-și adapteze strategiile în funcție de specificul deșeurilor provenite din pescuit sau acvacultură din zona proprie.*
- > *Prelucrarea produselor secundare în produse noi și profitabile necesită adesea competențe specializate, iar FLAG-urile ar putea considera util să studieze opțiuni de susținere a unor activități de formare specifică și/sau de dezvoltare a unor relații cu companii sau persoane care dispun, de asemenea, competențe.*

2.3 Mediul și noi oportunități în economia ecologică

În contextul unei presiuni în creștere de a asigura **durabilitatea mediului**, dar și profitabilitatea sectorului pescuitului, abordările inteligente, ecologice vor deține un rol central pentru viitorul politicii UE în domeniul pescuitului. Axa 4 permite comunităților pescărești să depășească adaptările care dau un caracter durabil practicilor lor de pescuit și să devină proactive pentru creșterea caracterului durabil al mediului economic și al guvernantei întregii zone.

Desigur, subiectul supraexploatării anumitor stocuri de pește revine periodic în contextul impactului pe care îl are sectorul pescuitului asupra mediului. Cu toate acestea, schimbările climatice și poluarea din surse terestre și marine de-a lungul multor zone costiere și riverane **periclitează ecosistemele marine și apele noastre interioare** și le amenință capacitatea de producție. FLAG-urile pot juca un rol important prin regruparea diferiților actori pentru a aborda unele dintre aceste probleme și pot susține crearea unor **noi activități economice** care aduc beneficii atât comunității pescărești, cât și mediului în care trăiesc. Prin cunoașterea în profunzime a mărilor și a apelor interioare ale Europei, sectorul pescuitului poate aduce o contribuție prețioasă la aceste obiective.

Acest potențial este recunoscut în Cartea albastră din 2007 a Comisiei Europene „O politică maritimă integrată pentru Uniunea Europeană”, care face referire la rolul de „**protectori ai mării**” pe care îl pot deține pescarii, prestand „servicii ecologice și de altă natură pentru comunitate”. Domeniile pe care le pot explora FLAG-urile pot varia de la culegerea de date și cercetare până la servicii de curățare, combaterea pericolelor pentru mediu și conservarea marină.

Dincolo de protecția mediului, strategia Europa 2020 urmărește, de asemenea, să promoveze creșterea în **economia ecologică**. Se acordă o atenție deosebită **sectorului energiei din surse regenerabile**, în care se așteaptă ca energia eoliană *offshore*, energia valurilor și cea maremotrică să aducă o contribuție majoră. Și în acest caz, cu sprijinul specific din partea FLAG-ului, cunoștințele, experiența și resursele din cadrul sectorului pescuitului pot fi exploatate, prezentând un potențial de diversificare în cadrul comunităților pescărești.

Totuși, există o serie de considerații pe care FLAG-urile ar trebui să le aibă în vedere atunci când elaborează o strategie de diversificare orientată asupra mediului:

- > În parteneriatele și proiectele sale, FLAG-ul implică **actorii relevanți** din teritoriu (institute de cercetare, grupuri de mediu, companii și parcuri naționale etc.) pentru a exploata cunoștințele și expertiza necesare pentru a contribui la strategie și pentru a lua decizii specifice privind selectarea proiectelor de mediu?
- > Ca în toate proiectele de diversificare, pescarii ar trebui să evalueze impactul probabil asupra afacerilor lor actuale. Dacă, de exemplu, aceștia planifică colectarea de deșeuri din mare, care este spațiul necesar într-o barcă pentru această activitate și care va fi impactul asupra capacității de a stoca pește? Multe dintre aceste activități necesită și un efort semnificativ, iar manipularea deșeurilor sau a materialelor periculoase poate presupune anumite riscuri care trebuie evaluate.
- > Implicarea în sectorul energiei din surse regenerabile necesită atât expertiză, cât și capital. Cu toate acestea, dacă sunt lăsate în seama celor din exterior, majoritatea beneficiilor potențiale ale resurselor locale din zonele pescărești (vânt, soare, valuri) ar putea ajunge în mâinile investitorilor din exterior. FLAG-urile ar trebui să studieze cu atenție mijloacele, riscurile și oportunitățile pentru implicarea locală și/sau comunitară în programele de energie din surse regenerabile.

În acest context, prezentăm câteva exemple de proiecte și inițiative emblematică în aceste zone, care oferă atât informații, cât și inspirație pentru noi oportunități de diversificare ecologică în zonele pescărești.

Culegerea de date și cercetarea

Deși există uneori percepția că agenda comunității științifice este în contradicție cu interesele sectorului pescuitului, se recunoaște tot mai mult că se poate ajunge la o gestionare durabilă a resurselor piscicole doar printr-o bună cooperare, prin schimbul de date și înțelegere reciprocă între oamenii de știință și pescari.

Cunoștințele practice ale pescarilor despre sector / mare și despre caracteristicile și comportamentele diferitelor specii marine sunt neprețuite atunci când este vorba de culegerea de date științifice. Prezența și larga distribuție a navelor de pescuit pe mări și lacuri reprezintă, de asemenea, o infrastructură deja disponibilă pentru activități de monitorizare și observare care le pot aduce pescarilor venituri suplimentare. Asemenea acțiuni pot include: monitorizarea păsărilor și/sau a cetaceelor; supravegherea activității peștilor și a faunei bentonice; supravegherea densității traficului maritim; dragaje cu traule / năvoade de adâncime și verificarea situației deșeurilor.

Recunoscând acest potențial, multe institute de cercetare sunt în prezent în căutare de parteneri din cadrul sectorului, în cooperare cu care să dezvolte proiecte de cercetare care sunt, de asemenea, încurajate în cadrul celui de-al șaptelea program-cadru pentru cercetare (FP7) al Uniunii Europene. De exemplu, oamenii de știință de la CEFAS (*Centre for Environment, Fisheries & Aquaculture Science*) – Centrul pentru Mediul Înconjurător, Pescuit și Acvacultură din Marea Britanie lucrează acum cu pescarii în cadrul Parteneriatului științific inovator în domeniul pescuitului din Marea Britanie (*UK Fisheries Science Partnership*) (a se vedea mai jos).

La nivel local, FLAG-urile pot să favorizeze acest tip de cooperare între pescari și comunitatea științifică în vederea promovării unui mai bun management al mediului și a creării de surse suplimentare de venit pentru pescari. Totuși, trebuie să se aibă în vedere că nu va fi suficient doar ca pescarii să fie convinși de valoarea unor astfel de proiecte, aceștia putând avea nevoie și de aptitudini și competențe noi.

Parteneriatul științific în domeniul pescuitului, Marea Britanie

Parteneriatul științific în domeniul pescuitului (FSP) este o colaborare între Federația Națională a Organizațiilor Pescarilor, pescari individuali și oameni de știință de la CEFAS. Acesta furnizează un mecanism prin care oamenii de știință pot să profite de cunoștințele vaste ale pescarilor pentru a obține informații mai precise despre situația stocurilor de pește. La rândul lor, pescarii beneficiază de program prin implicarea lor directă la propunerea, elaborarea și participarea în proiecte de cercetare, dar și prin oportunitatea de a-și diversifica activitățile și de a genera venituri suplimentare.

De la crearea acestuia în 2003, proiectul a beneficiat de o finanțare guvernamentală anuală de 1 milion de lire sterline, destinată implicării unui număr sporit de pescari în activitatea de cercetare științifică. În mod specific, FSP comandă cercetări care:

- > furnizează informații despre stocurile-cheie culese de pe urma capturilor din pescuitul comercial;
- > răspund la preocupările proprii ale pescarilor cu privire la evaluările științifice sau stocurile care nu sunt evaluate în prezent;
- > investighează metode științifice inovatoare sau metode de pescuit mai selective/ecologice;
- > sprijină activitatea Consiliilor Consultative Regionale.

www.cefass.co.uk/our-science/fisheries-information/marine-fisheries/fisheries-science-partnership.aspx

Importanța realizării și întreținerii unor relații constructive între pescari și oamenii de știință nu ar trebui subestimată, în special având în vedere **limbajul și condițiile de activitate extrem de diferite ale pescarilor și ale oamenilor de știință**. Spre exemplu, în Marennes Oléron, Franța, facilitarea unei mai bune comunicări între pescari și comunitățile științifice este considerată atât de importantă **încât a fost creat un post cu normă întreagă**, finanțat parțial de *FLAG-ul local*, pentru a facilita dialogul între cele două comunități. Persoana angajată va juca un rol-cheie în transpunerea materialului științific pentru comunitatea pescărească și va reprezenta pescarii în cadrul consiliului de administrație multisectorial pentru o nouă rezervație marină care se înființează pe teritoriul lor. *Mai multe informații* despre acest proiect pot fi găsite pe pagina web a FARNET.

Conservarea

Conservarea stocurilor de pește și a habitatelor marine reprezintă o condiție preliminară pentru dezvoltarea durabilă a pescuitului și a altor resurse marine. Pescarii dețin un rol-cheie în acest proces și, deși conservarea presupune uneori restricții privind captura anumitor specii sau tipul de echipament care poate fi utilizat, aceasta poate oferi și venituri alternative sau oportunități de afaceri pentru pescari. De asemenea, gestionarea durabilă a resurselor piscicole poate sta la baza altor activități economice din zonă, oferind beneficii mai largi economiei locale.

În cadrul programului de stat *Contrat Bleu* din Franța (a se vedea mai jos), pescarii sunt, de asemenea, implicați în mod activ la activități care contribuie la conservare. Acestea includ supravegherea apelor din anumite zone de conservare, în special pentru a depista pete de petrol sau prădători nedorți, dar și pentru culegerea de date și participarea la activități științifice. În anumite cazuri, navele de pescuit pot primi la bord conservaționiști, fie pentru activități de observare, fie pentru punerea în practică a unor acțiuni de conservare.

„Contracte albastre”, Franța

Având la bază conceptul de măsuri de agromediu din politica agricolă comună (PAC), *Contrats Bleus* (Contractele albastre) au fost introduse de guvernul francez în 2008 pentru a încuraja o abordare mai durabilă și mai responsabilă a pescuitului. În cadrul programului *Contrat Bleu*, navele de pescuit care doresc să participe la program primesc o compensație pentru adoptarea anumitor măsuri care contribuie la un pescuit mai durabil sau la protecția mediului marin. Măsurile incluse în contractele albastre se împart în trei categorii:

- > parteneriate între pescari și oamenii de știință în domenii precum: culegerea de date, monitorizarea zonelor protejate, înregistrarea de date oceanografice, participarea la misiuni științifice;
- > adoptarea unor practici de pescuit mai durabile, reducerea cantităților de pește aruncate înapoi în mare și a capturilor accidentale, reducerea cantității globale a capturilor;
- > protecția mediului, prin activități precum cea de curățare. Această măsură urmărește limitarea impacturilor directe ale pescuitului asupra mediului marin.

Pescuitul în râul Thurso, Scoția



În nordul Scoției, factorii responsabili de râul Thurso au pus la punct o inițiativă integrată, investind și conectând managementul îmbunătățit al resurselor naturale de somon de Atlantic cu pescuitul sportiv și turismul.

Timp de mulți ani, o bază de pescuit costier cu plase a funcționat la gura râului, unde au fost capturați în mod arbitrar între 2000 și 5000 de pești. Deși aceste capturi reprezentau o activitate lucrativă pentru proprietari, capturile din râu erau reduse, ceea ce reducea și atractivitatea zonei pentru pescuitul sportiv. Un hotel de pe malul râului destinat pescarilor sportivi căzuse practic în

paragină din cauza cifrei de afaceri scăzute și a lipsei investițiilor. În cele din urmă, atât drepturile de pescuit cât și hotelul au fost scoase la vânzare.

Noii proprietari au recunoscut valoarea potențială mai mare a pescuitului sportiv și au adoptat o strategie pe termen lung și bazată pe investiții. Plasele de pescuit au fost îndepărtate, ceea ce a condus la intrarea unui număr mai mare de pești în râu. De asemenea, hotelul a fost achiziționat și modernizat în mod substanțial, infrastructura de acces la râu pentru pescarii sportivi a fost îmbunătățită, iar calitatea habitatului râului și a împrejurimilor sale au fost și ele îmbunătățite în mod semnificativ. Persoana angajată anterior la baza de pescuit cu plase a fost repartizată la râu și au mai fost angajați trei ghizi tineri cu normă întreagă. De asemenea, numărul angajaților de la hotel a crescut de la 12 la 20, cu condiții de muncă îmbunătățite.

Numărul mediu de somoni prinși de pescarii sportivi în fiecare din cei cinci ani anteriori investiției a fost de 654, contrastând în mod dramatic cu media de 1686 de somoni în cei cinci ani care au trecut de atunci. În ciuda creșterii numărului pe pești prinși cu undița, numărul net de pești uciși a scăzut în mod considerabil, majoritatea celor prinși fiind reintroduși în râu pentru a se reproduce. Numărul pescarilor sportivi care închiriază standuri de pescuit a crescut în mod semnificativ, la fel ca și rata de ocupare a hotelului. Râul și hotelul sunt acum atractive pentru turiști și, prin urmare, și pentru investiții. Gradul de ocupare și veniturile au crescut substanțial, iar o clădire de patrimoniu nefolosită tocmai a fost renovată pentru a furniza noi servicii de cazare de înaltă calitate.

www.thurso-river.co.uk și www.ulbsterarmshotel.co.uk

Servicii de curățare și combaterea poluării

Gunoii din mare, inclusiv deșeurile provenite din materiale utilizate de sectorul pescuitului, prezintă o amenințare serioasă la adresa mediului și chiar la adresa activităților economice din acest sector. Multe plase abandonate („plase fantomă”), de exemplu, capturează pești, păsări și animale marine timp de mulți ani, contribuind la declinul stocurilor de pește și la degradarea mediului acvatic. Reducerea sau pierderea capturilor din cauza gunoaielor din echipamentul de pescuit sau pierderea de timp din cauza reparațiilor/curățării au, de asemenea, un impact asupra profitabilității industriei pescuitului.

Prin urmare, pescarii au două motive întemeiate să fie interesați de cheștiunea deșeurilor: în primul rând pentru a crește performanța propriei întreprinderi piscicole și în al doilea rând pentru a participa la numeroase oportunități de afaceri care se dezvoltă în domeniul colectării și gestionării deșeurilor. Există deja multe exemple de inițiative de recuperare a deșeurilor la care participă pescari profesioniști.

Pescuitul de deșuri, Suedia



Recunoscând o oportunitate de diversificare și beneficiile potențiale pentru mediu, FLAG-urile *Marea Baltică de Sud* și *Gotland* din Suedia își unesc forțele într-un proiect de cooperare axat pe pescuirea gunoaielor marine și a plaselor fantomă.

În zonele FLAG-urilor participante, se vor încheia contracte cu nave de pescuit pentru realizarea de activități de colectare a deșeurilor. Deșeurile colectate în cursul activităților normale de pescuit vor fi depozitate la bordul navelor. Cu unele vase se vor încheia contracte și pentru participarea la „campanii de recuperare a plaselor-fantomă”, prin care se va urmări localizarea și recuperarea plaselor care au fost pierdute sau abandonate în mare. Într-un proiect, proiectul va organiza centre unde deșeurile vor putea fi depozitate și integrate în planurile locale de reciclare.

S-a propus ca proiectul să fie condus de KIMO International și să se bazeze pe experiența acestei organizații care reprezintă peste 100 de municipalități costiere din Belgia, Regatul Unit, Norvegia, Suedia, Danemarca, Germania, Insulele Feroe, Țările de Jos, Republica Irlanda și, din 2007, șaptesprezece municipalități din Suedia, Polonia, Letonia, Lituania și Estonia. KIMO a avut deja o inițiativă de pionierat „Pescuitul de deșuri” în Marea Nordului.

www.kimointernational.org/FishingforLitter.aspx

În Franța, pescarii care participă la programul *Contrat Bleu* pot primi compensații pentru colectarea de deșeuri din mare. În regiunea Bretania, de exemplu, 49 de vase de pescuit s-au înscris în acest program în 2009, încheind contracte pe trei ani. Compensația variază de la o sumă fixă de 900 EUR pe an pentru furnizarea de date cu privire la capturile proprii până la 10% din cifra de afaceri zilnică a vaselor pentru activități de curățare sau participarea la parteneriate de cercetare științifică.

Conform informațiilor disponibile în 2010, colectarea de deșeuri din mare reprezintă cea mai populară măsură a programului *Contrat Bleu* în rândul pescarilor și al crescătorilor de scoici: peste 86% dintre pescari și 43% dintre crescătorii de scoici care participă în prezent la program sunt implicați în colectarea de deșeuri din mare.

Experiența unor dezastre maritime precum marea neagră produsă de naufragiul petrolierului *Prestige* în 2002 subliniază costul ecologic și economic potențial al poluării marine și al altor pericole pentru mediu. Având în vedere acest accident și altele asemănătoare, majoritatea țărilor maritime din Europa au pus în practică mecanisme de răspuns menite să mobilizeze resursele disponibile cu rapiditate și fără preaviz. Și în acest caz, provocarea protecției mărilor și a oceanelor poate oferi și posibilități de diversificare pentru sectorul pescuitului.

Traule anti-poluare, Franța

Un fost pescar de hamsie din regiunea Vendee din Franța, Thierry Thomazeau, s-a oferit voluntar să-și folosească vasul de pescuit pentru a ajuta la operațiunea de curățare în urma mării negre produse de petrolierul *Erika* în 1999. În acel moment, i s-au pus la dispoziție plase de către marina franceză, dar a considerat că acestea nu sunt foarte eficiente. În perioada ulterioară crizei, a început să planifice o alternativă și, după trei ani de dezvoltare, a apărut traula anti-poluare THOMSEA.

Prima oportunitate de a testa noua plasă a apărut în timpul mării negre produse de *Prestige*, iar performanța plaselor a fost atât de impresionantă, încât marina franceză a hotărât să achiziționeze întregul stoc. În 2006, încurajat de această experiență, dl Thomazeau a decis să părăsească pescuitul pentru a se consacra în totalitate noii sale afaceri. Din acest moment, afacerea s-a dezvoltat cu rapiditate, atingând o cifră de afaceri de 1 milion de EUR în 2009.

În prezent, compania THOMSEA are patru angajați. Activitățile acesteia includ producerea și comercializarea de plase, precum și activități de instruire cu privire la utilizarea plasei.

www.thomsea.fr

Cu toate acestea, combaterea pericolelor pentru mediu la scară mai mică este la fel de importantă și poate, de asemenea, oferi activități noi sau suplimentare pentru pescari. **Calitatea apei** este o preocupare fundamentală pentru pescari și pentru exploatarea piscicole, precum și o condiție esențială pentru orice zonă care dorește să-și utilizeze apele în scopuri turistice. Totodată, Directiva-cadru a UE privind apa (2000)⁹ prevede ca toate apele din UE să atingă „o stare ecologică bună” până în 2015, iar Directiva-cadru „Strategia pentru mediul marin” (2008)¹⁰ solicită statelor membre să instaureze măsuri „în scopul atingerii stării ecologice bune a mediului marin al UE până în 2020 și protejării resurselor de care depind activități economice și sociale maritime”.

Aceasta presupune atât responsabilități, cât și potențiale oportunități pentru zonele pescărești. Aceste oportunități sunt legate de valoarea naturală ridicată a multor zone costiere, precum și a multor zone pescărești interioare cu lacuri, râuri și iazuri de pescuit artificiale, care pot reprezenta o sursă importantă de biodiversitate sau un peisaj unic. Proiectele legate de calitatea apei și de conservare pot beneficia totodată de colaborarea cu Grupul de acțiune LEADER local și cu alți factori interesați din teritoriu. De exemplu, stabilirea unei colaborări între fermieri, pescari și alți actori ale căror activități au un impact asupra calității apei poate stimula practici și afaceri mai durabile, precum și crearea de locuri de muncă în domeniul monitorizării și culegerii de date. Un exemplu, în acest sens, este regiunea Bretania de Sud (Franța), unde asociația CAP 2000 este implicată în crearea de grupuri locale de factori interesați pentru a permite identificarea și reducerea surselor de poluare a apei care au un impact asupra zonelor locale de creștere a crustaceelor. FLAG-ul local (*Pays d'Auray*) este, de asemenea, implicat. Pentru informații suplimentare, contactați: assocap2000@wanadoo.fr.

⁹ http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html

¹⁰ <http://ec.europa.eu/environment/water/marine/ges.htm>

Surse regenerabile de energie

Protejarea mediului înseamnă mai mult decât conservare și gestionarea deșeurilor. Societatea și economia sunt dependente în mod inerent de exploatarea resurselor naturale și acesta este motivul pentru care tranziția către forme mai durabile de producție și de consum se află în prezent în centrul strategiei pe termen mai lung a Europei pentru o economie inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii.

Un element-cheie al acestei strategii este dezvoltarea de surse regenerabile de energie. Energia eoliană *offshore* reprezintă în prezent una dintre cele mai competitive surse regenerabile de energie, iar energia valurilor și cea maremotrică sunt, de asemenea, zone care atrag interesul investitorilor. Totuși, expansiunea rapidă a sectorului energiei din surse regenerabile prezintă și un potențial de conflict cu industria pescuitului, deoarece unele zone tradiționale de pescuit sunt uneori afectate.

Cu toate acestea, pescarii au mai multe mijloace (bărci, accesul la porturi și la apă, capacitatea de a manevra echipamente grele în condiții de vânt puternic și mare agitată, cunoașterea apelor și a solului marin etc.) care le permit să genereze profit din dezvoltarea instalațiilor *offshore* de producere a energiei și să dețină o influență mai mare asupra acestei dezvoltări. FLAG-urile au propriul rol de a se asigura că pescarii nu devin victimele dezvoltării surselor *offshore* de energie regenerabilă, ci profită de noile oportunități oferite de acest sector emergent.



Există mai multe posibilități prin care pescarii pot obține venituri suplimentare prin furnizarea de servicii instalațiilor *offshore* de producere a energiei. Acestea pot include: nave de aprovizionare, transport, nave de pază, sprijin logistic, activități de monitorizare și de întreținere *offshore*. De exemplu, NFFO Services Ltd, divizia comercială a Federației Naționale a Organizațiilor Pescarilor (NFFO – *National Federation of Fishermen's Organisations*), organismul reprezentativ al pescarilor din Anglia, Țara Galilor și Irlanda de Nord, furnizează servicii sectoarelor *offshore*, inclusiv sectorului energiei din surse regenerabile. Astfel, este important nu doar că pescarii câștigă venituri suplimentare, dar se reduce la minimum și potențialul conflict între sectorul pescuitului și operarea instalațiilor *offshore*. În funcție de prezența sectorului energiei *offshore* în zona proprie și de organizarea sectorului pescuitului, FLAG-urile pot susține companiile de pescuit individuale să intre pe această piață sau pot încuraja o cooperare mai largă între pescari pentru a furniza aceste servicii – caz în care influența sectorului asupra procesului decizional poate fi mai mare.

Cu toate acestea, pe lângă furnizarea de servicii instalațiilor *offshore* pentru părți terțe, comunitățile locale, inclusiv pescarii înșiși, pot lua uneori inițiativa de dezvoltare a unor noi surse de venit din energia din surse regenerabile în zona proprie. Este ceea ce face sectorul pescuitului din New Jersey, SUA, prin realizarea de către comunitate a unei ferme eoliene *offshore* care, cu 8 turbine, se așteaptă să genereze 3 000 MW pe an până în 2020. Pe lângă veniturile și locurile de muncă ecologice pe care le va crea această asocieră, ferma eoliană va avea capacitatea de a furniza electricitate pentru aproximativ 6 000 de gospodării. Astfel de exemple sunt încă rare, dar dovedesc că prin asocierea cu parteneri care dețin aptitudinile și cunoștințele necesare (în acest caz: ingineri, experți în energie din surse regenerabile și construcții, finanțatori, organisme de cercetare, creatori de pagini web etc.), pescarii și comunitățile acestora pot obține beneficii importante din noile oportunități oferite de economia ecologică. Informații suplimentare: www.fishermensenergy.com.

Următorul exemplu european arată cum poate beneficia o comunitate locală din investițiile în energie din surse regenerabile și, deși nu este gestionat de pescari, prezintă și modul în care și pescarii pot beneficia de astfel de inițiative.

Producerea de energie din surse regenerabile pe insula Pellworm, Germania

În 1990, comunitatea locală de pe insula frizonă Pellworm s-a confruntat cu perspectiva unor restricții severe impuse activităților agricole, piscicole și turistice, atunci când insula a fost declarată parc natural. Drept răspuns, liderii locali au înființat asociația Oekologisch Wirtschaften pentru a explora noi oportunități de afaceri bazate pe producerea de energie din surse regenerabile, agricultura ecologică, marketingul direct, eco-turismul și conservarea naturii. Principalul lor obiectiv a fost de a reduce pierderea valorii adăugate a insulei, dar și de a se asigura că, în dezvoltarea zonei, se țin cont de mai multe puncte de vedere și interese.

Datorită acestei inițiative, 50 de localnici au contribuit cu fonduri private la crearea unei ferme eoliene cu opt turbine. Prin aceasta, s-a asigurat că beneficiile financiare nu au fost îndreptate către investitori din exterior, ci au rămas în comunitate. Dimensiunea fermei eoliene a fost limitată, aceasta fiind concentrată într-o parte a insulei pentru a nu dăuna potențialului turistic. În sprijinul acestei inițiative s-a obținut finanțare din partea UE (din programul ALTENER). Ferma eoliană funcționează în prezent cu succes, permițând insulei să fie independentă din punct de vedere energetic, dar și să comercializeze surplusul de electricitate prin rețeaua continentală. Noua uzină electrică contribuie, de asemenea, la bugetul local cu taxe anuale în valoare de aproximativ 60 000 EUR. În ceea ce privește viitorul, a fost elaborat un plan de combinare a unor tipuri diferite de energie și este în curs și o dezbateră comunitară mai largă pe tema stocării energiei și a combinării energiei termice și electrice.

Activitatea asociației locale a contribuit la medierea conflictelor inevitabile între diferiți actori locali: municipalitate, fermieri, operatori de turism, ecologiști etc. În plus, a contribuit la creșterea încrederii în comunitate și la crearea de noi oportunități de afaceri, precum închirierea de biciclete, cu doi angajați cu normă întreagă, precum și ramificarea către noi activități. Înainte de această inițiativă, mai erau doar trei pescari pe insulă; în prezent există nouă pescari și mai mulți tineri sunt interesați de această profesie, deoarece în această comunitate a fost restabilită încrederea în viitor.

www.pellworm.de

Următorul ghid FARNET se va referi în mod specific la utilizarea eficace și gestionarea resurselor de mediu și va include un studiu mai aprofundat al unor aspecte

menționate în această secțiune, dar și al altora, inclusiv conceptul important de parcuri marine, în a căror gestionare pescarii sunt din ce în ce mai implicați.

Lecții-cheie

- > *Mediul și energia din surse regenerabile reprezintă sectoare de creștere din care se pot naște și alte oportunități în viitor (Pescuitul de deșeuri, Ferma eoliană Pellworm).*
- > *Pescarii dispun de cunoștințe, aptitudini și experiență care pot fi aplicate în aceste sectoare în care există oportunități de diversificare.*
- > *Beneficiile pe termen scurt nu vor fi întotdeauna de natură economică, dar implicarea în activități legate de mediu poate contribui la consolidarea imaginii comunităților locale și asigurarea prezenței acestora în procesul decizional al unor investiții care pot avea un impact asupra lor.*
- > *Cooperarea între pescari și cercetători conduce la beneficii reciproce, însă este necesar un efort conștient din partea ambelor părți pentru a crește încrederea și a avea o înțelegere comună a obiectivelor (Parteneriatul științific în domeniul pescuitului, Contrats Bleus).*
- > *Mobilizarea unei comunități locale în jurul unui concept comun de dezvoltare poate fi, indirect, în beneficiul pescarilor, chiar dacă acest concept nu este direct legat de pescuit (Pellworm).*

2.4 Turism

Turismul tinde să fie una dintre primele idei atunci când se analizează opțiunile de diversificare a economiei locale a zonelor pescărești. În mod tipic zonele pescărești dispun de fapt de multe valori naturale și culturale (mare, lacuri, păduri, porturi și sate pescărești) și oferă o varietate de activități care atrag turiștii.

Cu siguranță, activitățile turistice oferă un potențial important pentru **crearea de locuri de muncă**, nu doar direct (de exemplu, într-un hotel), dar și indirect, legat de produsele și serviciile de care au nevoie vizitatorii. Se estimează că un loc de muncă în serviciile de cazare poate crea 3-4 locuri de muncă în sectoare adiacente. Totodată, turismul este o **industrie în creștere** – chiar și după criză, se estimează o creștere de până la 4,5% în acest sector în 2011, cu crearea a 3 milioane de locuri de muncă în întreaga lume. În UE, turismul reprezintă în

mod direct 9,7 milioane de locuri de muncă (inclusiv o proporție importantă de locuri de muncă pentru tineri), și anume 5,2% din totalul forței de muncă. Dacă sunt incluse toate sectoarele asociate, turismul înseamnă 12% din locurile de muncă și 10% din PIB în UE.

Cu toate acestea, FLAG-urile ar trebui să studieze cu atenție resursele locale pentru a se asigura că proiectele turistice pe care le susțin sunt în beneficiul comunității pescărești locale. Multe zone pescărești sunt deja destinații turistice binecunoscute, dar comunitățile pescărești nu beneficiază neapărat de această activitate. Alte zone pot fi îndepărtate sau pur și simplu în afara traseelor turistice. În aceste cazuri Axa 4 poate contribui cu activități de comunicare și promovare, precum și cu susținerea unor proiecte concrete pentru a îmbunătăți serviciile turistice din zonă.

Atunci când este neîndoielnic că turismul prezintă un potențial important pentru zonele pescărești, există anumite considerații pe care FLAG-urile trebuie să le aibă în vedere atunci când își evaluează opțiunile de dezvoltare turistică:

1. Turiștii au o varietate de nevoi (un loc pentru dormit, ceva de mâncare, activități de făcut și o infrastructură de transport adecvată), iar un proiect izolat (de exemplu, doar un hotel sau doar un restaurant), oricât de bun, are șanse mici de reușită dacă zona nu răspunde la această gamă de nevoi. Produsele turistice de succes sunt întotdeauna „pachete” de valori, bunuri și servicii alcătuite cu grijă. Așadar, FLAG-ul va trebui să implice **parteneri variați** în elaborarea unei **strategii coerente** pentru a se asigura că sunt dezvoltate diversele elemente ale unei oferte turistice cuprinzătoare.
2. Comunitățile locale uită adesea că nu este suficient să ai o ofertă bună – ci trebuie să ai o ofertă care este **mai bună sau diferită de cea a altora**, ținând seama de preț și accesibilitate, precum și de calitate; există o competiție puternică în turism, inclusiv din partea altor zone pescărești! Asta înseamnă, pe de o parte, că trebuie asigurat un standard acceptabil al serviciilor și, pe de altă parte, că actorii locali trebuie să identifice elemente prin care zona proprie se poate diferenția de alte zone. Conexiunile cu produsele locale (mâncare, meșteșuguri etc.) reprezintă un mod bun de a-ți individualiza zona și de a atrage vizitatori;
3. Turiștii au nevoie de mai mult decât de peisaje frumoase și vreme bună; în mod invariabil, aceștia vor intra în contact cu localnicii, care **trebuie să dețină competențele și cunoștințele necesare** pentru a primi vizitatori (cunoașterea zonei, o atitudine primitoare, cunoașterea cel puțin la nivel elementar a unor limbi străine etc.). Dacă dorim să ne asigurăm că pescarii pot beneficia de venituri suplimentare lucrând, de exemplu, ca ghizi turistici, aceștia trebuie să dețină aceste competențe;
4. **Informarea și promovarea** au o importanță crucială; FLAG-ul (eventual utilizând consiliere specializată) trebuie să se asigure că mesajul potrivit este adresat publicului-țintă potrivit. Turiștii trebuie să știe la ce să se aștepte când vizitează o zonă, fie privind calitatea restaurantelor, fie standardele de cazare, inclusiv în locuințele particulare ale fermierilor sau ale pescarilor, fie serviciile locale și mediul înconjurător. Aplicarea unor standarde recunoscute în mod universal este un bun instrument în acest caz. FLAG-urile trebuie, de asemenea, să găsească un echilibru între încurajarea îmbunătățirilor calitative și cantitative aduse ofertelor proprii și încurajarea cererii pentru a evita probleme legate de supracapacitate sau așteptări înșelate.
5. Industria turismului are un puternic caracter **sezo-nier** în anumite părți ale Europei. Este important, pe de o parte, să se încerce prelungirea sezonului (de exemplu, prin organizarea de festivaluri și alte evenimente sau încurajarea vizitelor oamenilor de afaceri sau ale grupurilor școlare în afara sezonului principal) și, pe de altă parte, să se planifice investiția astfel încât să se asigure o reducere posibilă a costurilor de întreținere sau cu forța de muncă în extrasezon;
6. Atunci când încercați să atrageți vizitatorii, trebuie să aveți întotdeauna în vedere **„capacitatea de primire”** a regiunii dumneavoastră; turismul de masă poate dăuna mediului și îi poate îndepărta pe unii dintre cei mai prețioși turiști, prin urmare este nevoie de consens local și o participare comunitară activă pentru a se asigura că turismul rămâne durabil.

În continuare, prezentăm câteva domenii-cheie în care FLAG-urile pot susține dezvoltarea turistică în zona proprie:

Servicii de cazare

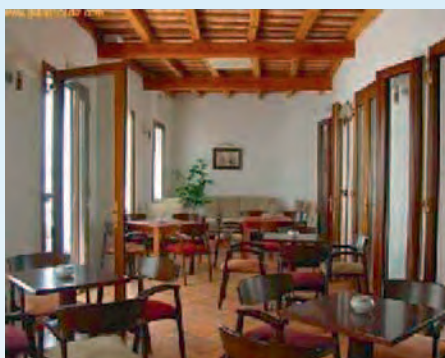
Așa cum s-a menționat anterior, serviciile de cazare prezintă un potențial important pentru crearea de locuri de muncă. De asemenea, găsirea unui loc adecvat de cazare reprezintă unul dintre elementele-cheie de care turiștii țin cont atunci când își aleg destinația de călătorie. Așadar, hotelurile, campingurile sau pensiunile trebuie să creeze condițiile și pentru alte servicii (alimentație, recreare, cultură) care pot fi oferite de o zonă pescărească.

Atunci când iau decizii cu privire la tipurile de cazare care ar fi în beneficiul zonei, FLAG-urile trebuie să analizeze oferta și consumul (adică gradul de ocupare) existente în prezent în zonă și să determine ce fel de servicii de cazare suplimentare sau îmbunătățite ar face zona mai competitivă. De asemenea, merită avut în vedere

rolul pe care pescarii și familiile acestora îl pot deține în oferirea de servicii de cazare tradițională, deoarece aceasta poate fi o modalitate eficace de a diferenția zona și de a valorifica patrimoniul pescăresc (a se vedea „*ittiturismo*” p. 32).

În orice caz, calitatea și tipul cazării trebuie să corespundă atracțiilor oferite de zonă. Strategia FLAG-ului și criteriile de selecție a proiectelor vor trebui să țină cont de aceasta. Grupul-țintă al unei unități de cazare (de exemplu, familii tinere, cupluri care doresc vacanțe pe plajă, amatorii de sporturi în aer liber, pensionari) va afecta întregul proiect, de la tipul lucrărilor de construcție sau de adaptare necesare (tipul de acces necesar, dispunerea etajelor, dimensiunea camerelor, piscină etc.) până la alimentația oferită și strategia de comunicare și de marketing.

Hotelul „Almadraba Conil”, Andaluzia, Spania



Acest hotel din centrul istoric al orașului Conil, condus de o familie, reprezintă un exemplu al modului în care o zonă pescărească poate beneficia atunci când populația locală joacă un rol activ în dezvoltarea ofertei locale de cazare. În acest caz, a fost renovată o clădire de patrimoniu, a fost consolidat patrimoniul pescăresc al orașului, au fost create șase noi locuri de muncă și beneficii și pentru alte afaceri locale. Totodată, hotelul răspunde unei cereri ridicate de cazare în zonă, oferind în același timp o opțiune mai personalizată față de oferta preexistentă a hotelurilor mai mari.

Conil este un oraș costier cu o populație care crește de la 10 000 la 100 000 în lunile de vară. Totuși, pentru a depăși caracterul sezonier al turismului, un hotel de succes trebuie să ofere mai mult decât doar accesul la soare și la mare. Hotelul Almadraba Conil, un mic hotel de 17 camere, tocmai a realizat acest lucru și se bucură de un grad de ocupare de 80-90% timp de 10 luni pe an datorită caracterului său distinctiv și atenției față de clienți.

Istoria orașului Conil este strâns legată de pescuit, în special de „*almadraba*”, o practică de capturare a tonului ce datează din timpul fenicienilor în plase poziționate special de-a lungul coastei. Orașul s-a dezvoltat în jurul pescuitului, iar proprietarii hotelului au dorit să valorifice această identitate, de unde și numele „Hotel Almadraba Conil”. Această temă impregnează designul și caracterul hotelului, în care fiecare cameră are un nume specific legat de almadraba și o imagine care ilustrează acest nume. Proprietarii au colecționat de la membri ai comunității fotografii, plase și cârlige vechi care sunt expuse în hotel.





Antonio Brenes și soția sa M^a Dolores Caro (Lola) au avut nevoie de doi ani pentru a planifica și dezvolta hotelul dintr-o casă familială în paragină. În timp ce Antonio lucra serile și în weekend la proiect, Lola și-a părăsit locul de muncă pentru a se dedica pe deplin lucrărilor. La patru ani de la deschiderea în 2003, hotelul a devenit o afacere viabilă, profitabilă, în care și Antonio a început să lucreze permanent.

Provocări:

- > lipsa de experiență în turism și industria hotelieră;
- > găsirea de personal local care să vorbească engleza și germana;
- > costuri neprevăzute datorate unor probleme la structura clădirii, precum și nevoia de ferestre cu geam dublu suplimentare din cauza nivelului relativ ridicat al zgomotului în centrul orașului;
- > ezitarea inițială a operatorilor de turism de a promova un hotel atât de mic.

Recomandări:

- > Este important să se efectueze cercetări detaliate din timp pentru a putea lua decizii bine documentate. De exemplu, operatorii de turism nu promovează hoteluri care au mai puțin de 3 stele. Este un lucru important de știut înainte de alegerea publicului-țintă.
- > Construiți relații solide cu alte hoteluri din oraș. În general, alte hoteluri nu vor privi favorabil creșterea competiției în oraș, dar hotelurile noi pot învăța mult din experiența actorilor mai experimentați – precum și primirea unor clienți în urma recomandărilor – dacă se acordă interes dezvoltării unor astfel de relații.
- > Fiți disponibili (și informați) pentru a le spune vizitatorilor despre istoria și tradițiile orașului. Dedicăți timp discuțiilor cu clienții și pentru a-i cunoaște personal.
- > Încurajați vizitatorii să vă recomande hotelul.
- > Fiți pregătiți să vă dedicați trup și suflet proiectului și să-i alocați **mult** timp! În primii ani, munca poate fi extrem de dificilă, 16 ore de muncă pe zi fiind un lucru obișnuit pentru Lola și Antonio. Cu toate acestea, perseverența lor a dat roade și, în prezent, hotelul este sursa de venit a familiei lor de cinci persoane, dar și pentru șase angajați cu normă întreagă.

Cost: 1 000 000 EUR, Finanțare din partea Leader+: 203 000 EUR (20,3%)

Notă: Costul estimat al proiectului a fost inițial de 700 000 EUR, iar finanțarea Leader acoperea 27% din acest cost. Totuși, datorită unor costuri neprevăzute de construcție, costul real s-a dovedit a fi semnificativ mai mare.

Email de contact: lola@hotelalmadrabaconil.com / reserva@hotelalmadrabaconil.com

Produse alimentare

Comunitățile locale fac adesea eforturi intense pentru a se asigura că turiștii vor rămâne în zona lor (în principal prin furnizarea unui „loc de dormit” și a unui „obiectiv de vizitat”), uitând că și produsele alimentare pot reprezenta o atracție semnificativă. Mulți turiști apreciază produsele alimentare și băuturile specifice zonei vizitate. Ei sunt dispuși adesea să călătorească mulți kilometri pentru a gusta o **specialitate locală** și – când li se oferă ceva deosebit – pot transmite mesajul prietenilor și rudelor. Astfel, parteneriatele locale pot genera venituri suplimentare pentru zonă prin promovarea și aducerea pe piață a tradițiilor culinare locale.

Desigur, în zonele pescărești este probabil ca multe dintre aceste proiecte să fie legate de peștele prins în zonă, care poate fi vândut direct consumatorilor, proaspăt sau procesat. Ghidul nostru precedent *Valorificarea produselor locale de pescuit și acvacultură* menționează exemple de astfel de activități. Totuși, o zonă pescărească se poate orienta și către alte tipuri de produse alimentare și băuturi care pot crește nivelul general de atractivitate pentru vizitatori. Abordarea pe care o prezentăm aici este uneori numită *Sisteme alimentare locale*¹¹, care implică nu doar produse alimentare locale, ci și **relații strânse între producători și consumatori**. Sistemele alimentare locale pot implica atât produse din pește cât și alte produse care pot fi disponibile prin canale de distribuție precum:

- > vânzări directe (direct din barcă sau fermă);
- > piețe în aer liber, precum piețele alimentare organizate de producători sau comercianți locali;
- > evenimente periodice, precum festivalurile culinare locale;
- > coșuri de produse realizate de un producător individual sau de un grup de producători, prin care consumatorii primesc periodic produse locale;
- > magazine și restaurante specializate care oferă specialități locale (se pot concentra și pe tipuri specifice de alimente, de exemplu, ecologice).

Este important să se asigure că turiștii și potențialii vizitatori au la dispoziție informații adecvate legate de sursele de pește proaspăt și alte produse.

Restaurantele care servesc specialități locale de calitate pot contribui la creșterea atractivității unei zone, dar reprezintă și o bună oportunitate de afaceri. De fapt, deschiderea unui restaurant poate oferi o bună oportunitate de punere în valoare a peștelui local și a unei serii de alte produse locale, contribuind, în același timp, la crearea de locuri de muncă pentru comunitatea locală. Totuși, FLAG-urile trebuie să fie conștiente de caracterul extrem de competitiv al sectorului alimentației publice și de faptul că trebuie realizate cercetări ample la elaborarea acestui tip de proiect. Restaurantele noi susținute de Axa 4 trebuie fie să acopere un gol de pe piața respectivă (de exemplu, în cazurile din Corsica și Tenerife prezentate mai jos), fie să ofere ceva diferit, eventual legat de standardele de calitate (de exemplu, cazul Captain's Galley de mai jos).

Aceste restaurante pot dobândi o reputație bună deoarece peștele pe care îl oferă este proaspăt capturat și arată o legătură clară cu pescarii locali. Restaurantele ar trebui încurajate să ofere și să-și promoveze specialitățile locale; într-adevăr, o strategie de comunicare eficace bazată pe calitățile bucătăriei locale poate îmbunătăți atât imaginea produselor alimentare, cât și a zonei.

Un studiu de caz complet privind „De Boet”, un restaurant susținut de Axa 4 în Țările de Jos, este, de asemenea, disponibil pe pagina de internet FARNET.

¹¹ „Sisteme alimentare locale în Europa”, IFZ Graz, 2010, www.faanweb.eu

Restaurante locale în Tenerife și Corsica

În micul sat pescăresc Tajao din sudul insulelor Tenerife nu a existat niciun restaurant până în 1980. Atunci, soția unuia dintre pescari a început să prepare specialități din pește și să le vândă turiștilor și celor care lucrau în zonă. Venitul din această activitate i-a permis să cumpere pământ și să deschidă un restaurant. La început, a angajat femei din sat și membri ai familiei care ajutau în perioadele de vârf. Unele dintre aceste femei au hotărât mai târziu să-și deschidă propriile restaurante, iar comunitatea se mândrește în prezent cu 8 restaurante, majoritatea deținute de familii de pescari care pun în valoare peștele pe care îl capturează ei și vecinii lor.

În Corsica, portul pescăresc Centuri este faimos pentru homarii săi, iar câteva restaurante familiale care oferă fructe de mare de proveniență locală au fost deschise pentru a suplimenta venitul din pescuit. Majoritatea acestor restaurante sunt gestionate de soțiile pescarilor, în timp ce soții lor sunt pe mare. În timpul sezonului turistic, restaurantele creează și mai multe locuri de muncă suplimentare. Odată recuperată investiția inițială, aceste afaceri pot deveni adesea principala sursă de venit a familiei.

The Captain's Galley, Scoția



Dezamăgit de faptul că specii de pește de calitate, dar mai puțin cunoscute, sunt prea puțin utilizate, irosite sau expediate în afara zonei, comerciantul de pește scoțian Jim Cowie s-a recalificat ca bucătar și împreună cu soția sa, Mary, a deschis un restaurant având ca specific fructele de mare în Scrabster, pe coasta de nord a Scoției, în octombrie 2002. Restaurantul se află într-un fost magazin de gheață din zona portului.

Strategia lui Cowie este de a servi specialități tradiționale de cea mai bună calitate din Highland: proaspete, de sezon și locale. Meniul este decis zilnic după ce Jim a studiat oferta disponibilă, fie direct de la bărci, fie de pe piața de pește. Acesta este aseasonat cu legume, salate și ierburi pe care Mary le cultivă în grădina proprie.

Captain's Galley respectă standarde stricte de mediu, precum aprovizionarea cu produse de pe o rază de 50 de mile de la restaurant, utilizând doar specii de pește care nu sunt amenințate, capturate în zone unde stocurile sunt durabile și, chiar și atunci, doar în timpul sezonului. Jim prețuiește în mod deosebit legăturile cu pescarii de la care cumpără și cunoștințele acestora privind stocurile. El subliniază că peștele de sezon este un pește sănătos și apreciază importanța caracterului sezonier al stocului de pescuit pentru sănătate, calitatea produsului și, în ultimă instanță, pentru consumator. Politica de aprovizionare a restaurantului Captain's Galley a primit emblema *Marine Stewardship Council* în 2009.

Rezultatul este un restaurant de înaltă calitate și aglomerat, unde un meniu cu trei feluri de mâncare costă aproximativ 50 EUR de persoană. Restaurantul a primit numeroase premii printre care „Highlands dining out experience”, Highlands & Islands Tourism Awards în 2006 și UK “Seafood Restaurant of the Year”, Seafish Awards, în 2009.

www.captainsgalley.co.uk

Activități

În cele din urmă, o zonă trebuie să ofere turiștilor „ceva de făcut sau de vizitat”. FLAG-urile vor trebui să analizeze resursele locale care ar putea fi valorificate ca atracții turistice, precum și tipurile de vizitatori pe care doresc să îi atragă atunci când își elaborează strategia zonei. De asemenea, aceștia trebuie să examineze rolul pe care pescarii și familiile acestora îl pot juca la furnizarea unora dintre răspunsuri.

Pescuit turistic

Una dintre activitățile cele mai evidente pe care le pot oferi zonele pescărești este **pescuitul turistic**. Cu alte cuvinte, activitatea în care turiștii sunt luați la bordul unor vase de pescuit profesionist pentru a experimenta modul de lucru al pescarilor și pentru a le descoperi lumea. Uneori, acești turiști pot gusta peștele prins, fie la întoarcerea în port, fie când încă mai sunt la bord.

Pescuitul turistic este practicat în mai multe țări, printre care Italia, Estonia și Finlanda. Totuși, una dintre principalele dificultăți întâmpinate la desfășurarea activităților de pescuit turistic în statele membre ale Uniunii Europene tinde să fie legată de aspecte legislative. În afară de Italia, unde două legi au stabilit condițiile de organizare a activităților de pescuit turistic, se pare că **există puține norme** la nivelul UE care se referă în mod specific la turismul pe vasele de pescuit profesionist. Această absență a unei legislații specifice înseamnă că astfel de activități tind să fie realizate ca activități comerciale care, în plus, sunt supuse **condițiilor care se aplică transportului de pasageri**. Astfel de condiții pot presupune uneori cerințe nerealiste pentru vasele de pescuit.

În țări precum Spania, **o legislație națională strictă** nu permite în prezent vaselor de pescuit profesionist să ia turiști la bord, făcând astfel de activități imposibile.

Pescarii își pot transforma bărcile pentru a le utiliza în scopuri turistice, dar nu pot continua să fie înregistrate ca vase de pescuit în același timp.

A doua dificultate este **impozitarea**. În anumite țări, pescuitul profesionist beneficiază de un regim fiscal specific. Este cazul Franței, unde pescuitul este scutit de anumite taxe, inclusiv TVA. Cu toate acestea, reglementările nu se referă și la activități care depășesc ce este legat direct de pescuit, ceea ce înseamnă că pescarii ar trebui să realizeze un sistem dublu de contabilitate pentru a desfășura activități de pescuit turistic. În prezent, în Franța sunt studiate propuneri de înlăturare a acestei bariere, prin care pescarii pot beneficia de scutiri de taxe similare cu cele de care beneficiază fermierii pentru agroturism¹².

În cele din urmă, dincolo de satisfacerea cerințelor legislative, pescuitul turistic trebuie să răspundă cerințelor oricărei activități turistice. **O relație de calitate cu clienții**, la demonstrarea tehnicilor de pescuit, de exemplu, este de o importanță capitală dacă se dorește ca activitatea să atragă turiști și să transmită publicului larg o imagine pozitivă a pescuitului profesionist. În același timp, trebuie să existe un echilibru între adaptarea la cerințele turiștilor și păstrarea naturii autentice a activității, urmărită de mulți actori ai pescuitului turistic, care nu ar trebui să lase locul unei folclorizări a profesiei..

¹² cu condiția ca aceste activități suplimentare să nu reprezinte peste 50% din activitatea de pescuit și să nu depășească un anumit prag

„Pescaturismo” și „ittiturismo” în Italia

Italia prezintă dovada beneficiilor potențiale ale pescuitului turistic, pe baza rezultatelor obținute în diversificarea pescuitului în direcția turismului. Aici, pescuitul turistic a demonstrat că, față de o zi normală de pescuit care aduce un profit de aproximativ 350 EUR unui echipaj de două persoane care lucrează 13 ore și capturează 25 kg de pește la un preț mediu de 20 EUR/kg, o zi de pescuit turistic aduce un profit de 360 EUR aceluiași echipaj care lucrează 11 ore mai puțin extenuante cu 10 turiști care plătesc fiecare câte 40 EUR. În medie, ar fi capturate doar 2-5 kg de pește, reducând astfel presiunea asupra stocurilor de pescuit.

Pe lângă pescuitul turistic, Italia mai practică și „l’ittiturismo”, literal, un turism pescăresc. Ambele sunt reglementate de un regulament regional care este consolidat de legislația națională. „L’ittiturismo” reprezintă o abordare integrată prin care se răspunde nevoilor turiștilor, care valorifică patrimoniul pescăresc al zonei. Acesta constă în oferirea de cazare și de specialități culinare locale turiștilor în case pescărești tradiționale care sunt convertite special pentru această activitate. În general, excursiile de pescuit turistic sunt oferite în paralel. Dezvoltarea unor astfel de activități a fost posibilă datorită înființării unui consorțiu de cooperative.

www.ittiturismo.it

Pescuit turistic în regiunea Var: proiect finanțat de Axa 4, Franța



Inspirat de experiența Italiei, Marco Polo Échanger Autrement, un ONG francez specializat în dezvoltare locală durabilă a realizat un proiect de pescuit turistic, susținut de FLAG-ul Var și în strânsă colaborare cu pescarii locali și cu comitetul pentru acvacultură din Var. Numit „Pescaturisme 83”, proiectul a fost lansat în 2009, beneficiind de un parteneriat cuprinzător al pescarilor publici și privați, al actorilor din turism și mediu.

Proiectul s-a concentrat pe stabilirea condițiilor necesare pentru a pune în practică pescuitul turistic în zonă, adaptând experiența dobândită în Italia contextului local din Var, unde dimensiunea bărcilor de pescuit este în general de doar 7-10 metri și, adesea, cu un echipaj format dintr-un singur membru. În plus se constata lipsa unui cadru juridic pentru pescuitul turistic. Prin proiect s-a obținut un statut experimental pentru testarea activităților de pescuit turistic și, până în prezent, s-au desfășurat deja două runde din pachetul propus. Acesta a constat într-o dimineață de pescuit turistic (3-4 ore), cu plecare înainte de zori pentru a trage plasele întinse cu o zi înainte și pentru a observa și învăța tehnicile de pescuit tradițional din zonă.

În ceea ce privește evoluția proiectului, au fost parcurse următoarele etape:

- > un studiu de viabilitate pentru punerea în aplicare a activităților de pescuit turistic în Var, care definește normele de siguranță care trebuie respectate, adaptările necesare pentru bărcile de pescuit, nevoile de formare profesională, precum și impactul posibil asupra mediului;





- > stabilirea modului în care aceste activități ar funcționa în practică: rolul pescarilor individuali și cel al organizațiilor implicate, inclusiv birourile de turism și tipul campaniei de comunicare;
- > definirea unor posibile activități complementare (de exemplu, de cazare turistică, vânzarea de produse locale etc.).

Proiectul a fost gestionat de o echipă de bază formată din actori locali și regionali, dar a implicat și un parteneriat mai larg pentru promovarea și distribuirea informațiilor legate de proiect în cadrul propriilor instituții. Totodată, în cadrul proiectului au fost create trei grupuri tematice de lucru: 1) siguranță; 2) pescuit și turism; 3) comunicare. În fiecare dintre grupurile de lucru, **pescarii au colaborat îndeaproape cu experți** din diferite domenii pentru a dezvolta pescuitul turistic în Var.

Valoarea adăugată a pescuitului turistic vizată de acest proiect se împarte în patru categorii principale:

- > economică – prin asigurarea unui venit suplimentar pentru pescari (între 30 și 70%, în funcție de dimensiunea bărcii, pentru zilele de pescuit turistic);
- > socială – prin popularizarea și recunoașterea muncii dificile a pescarilor și a imprevizibilității cantităților și tipurilor de pește capturate. Acest lucru atrage sprijinul comunității pentru acest sector și crește nivelul de informare în rândul consumatorilor în legătură cu alegerea peștelui;
- > culturală – prin valorificarea și promovarea patrimoniului și a tradiției pe care pescuitul, cu istoria și tehnicile sale, le reprezintă în zonă;
- > de mediu – prin reducerea capturilor, dar în special prin punerea pescarului în centrul eforturilor de a conserva resursele piscicole. În fapt, promotorul proiectului semnalează o schimbare radicală în atitudinea pescarilor și participarea acestora la discuții cu alți actori din teritoriu pe teme de pescuit sau de altă natură.

Cost: 277 590 EUR, finanțare din Axa 4: 86 140 EUR (31,9%)

Un studiu de caz complet privind *Pescatourisme* 83 este disponibil pe pagina web FARNET, inclusiv informații de contact pentru asociația Marco Polo.

Alte activități și atracții

Pe lângă pescuitul turistic, mai există o întreagă gamă de activități turistice legate de apă și bărci care pot fi oferite de zonele pescărești. Acestea includ pescuitul sportiv, turismul pescăresc (activități bazate pe patrimoniul și activitatea zonelor pescărești, precum vizite în zonele unde cresc /se culeg crustaceele, tururi ale pieței de pește sau excursii turistice la bordul unor vase de pescuit scoase din producție) și turismul maritim (turism pe mare cu caracter mai general, de exemplu

vizitarea parcurilor marine), precum și sporturi acvatice cum ar fi scufundările, surfingul și navigația. În cazul în care FLAG-urile aleg să susțină activități din afara sectorului pescuitului, este important să fie încurajate legăturile cu pescarii locali, promovând un mediu de cooperare care poate aduce beneficii indirecte întregii comunități. Excursiile specializate, precum observarea balenelor în Azore (a se vedea mai jos), pot crea un echilibru între nevoile pescarilor, ale turiștilor și ale ecologiștilor.

Observarea balenelor în Insulele Azore



La sfârșitul anilor '80, Fondul Internațional pentru Bunăstarea Animalelor (International Fund for Animal Welfare – IFAW) a efectuat un studiu de fezabilitate cu privire la posibilitatea de a efectua excursii de observare a balenelor în Insulele Azore, ca modalitate de a înlocui o parte din veniturile pierdute atunci când locuitorii insulelor au încetat vânătoarea de balene în 1987.

Ca rezultat al studiului, s-au dezvoltat mai multe afaceri, majoritatea având drept dublu obiectiv atât conservarea, cât și construirea unor afaceri sustenabile și profitabile. Cel mai bun exemplu în acest sens este Espaço Talassa.

Principalul obiectiv al acestei afaceri este organizarea de excursii de observare a balenelor. Espaço Talassa dispune de o flotă de patru bărci semirigide și oferă 20 de minute de „prezentare în scop educativ”, înaintea fiecărei excursii, cu explicații despre cetaceele din Insulele Azore și habitatul lor. Succesul lor la identificarea balenelor și a delfinilor provine din utilizarea tradițională a turnurilor de veghe pe care le-au păstrat din perioada vânătorii. Aceștia au angajat un observator de balene care a dobândit această deprindere de la tatăl său, unul dintre fondatorii afacerii.

Pe lângă excursii, mai oferă serviciile unui mic magazin, ale unei cafenele și a unui hotel situat lângă port, cu nouă angajați permanenți. Espaço Talassa este situat în vecinătatea Muzeului balenelor din Lajes, între cele două activități stabilindu-se legături apropiate.

Observarea balenelor a ajutat Insulele Azore să ocupe o piață de nișă în ecoturism, iar impactul economic a fost unul important pentru insule. Majoritatea afacerilor comercializează o varietate de „pachete” de cazare, care contribuie la păstrarea turiștilor pe insulă pentru perioade mai lungi, de obicei până la opt zile. Majoritatea companiilor organizează și excursii de o zi și de o jumătate de zi destinate turiștilor ocazionali. Serviciile de închiriere pentru echipe de filmare, oameni de știință etc. reprezintă, de asemenea, un sector în creștere al pieței acestora.

www.espacotalassa.com

Oferirea de pachete de produse turistice: itinerarii ale patrimoniului

O strategie de dezvoltare locală care își propune o ofertă turistică *cuprinzătoare* are șanse să atragă mai mulți turiști și să-i încurajeze să stea mai mult într-o zonă decât o serie de produse individuale și disparate. O posibilitate este realizarea unui „itinerar al patrimoniului”, concentrat pe valorile locale și cu o participare locală largă. Această abordare este în special adecvată în contextul Axei 4, datorită varietății actorilor locali pe care îi implică. Acești actori locali pot colabora pentru a analiza împreună atracțiile locale (valori naturale, monumente culturale și istorice, specialități culinare și

băuturi locale etc.), pentru a le alege pe cele mai adecvate și pentru a produce un pachet turistic coerent care poate aduce beneficii zonei, conservând în același timp caracterul durabil.

FLAG-ul poate juca un rol important prin reunirea diferiților actori, precum și prin susținerea activităților promoționale și de marketing. De asemenea, sunt posibile și itinerare ale patrimoniului care traversează zonele mai multor FLAG-uri și care pot contribui la consolidarea cooperării între grupuri învecinate.

itinerariu al patrimoniului în Dolenjska și Bela Krajina, Slovenia



Itinerarul patrimoniului din zona Dolenjska și Bela Krajina din Slovenia a fost inițiat în anii '90. S-a considerat că zona prezintă un potențial turistic datorită frumuseții și purității peisajului și tradiției îndelungate a specialităților culinare și a produselor vitivinicole de calitate. Cu toate acestea, actorii locali au fost pe deplin conștienți de pericolele turismului de masă, la prețuri reduse, care poate avea efecte dăunătoare asupra mediului și culturii unei destinații turistice. Aceștia au fost hotărâți să țină cont de acest lucru și să creeze o identitate solidă în cadrul comunității locale pentru acest proiect care, în schimb, să ofere comunității câștiguri nete.

Cu ajutorul unor consultanți externi, camera de comerț regională a identificat aproximativ 150 de obiective potențiale de interes, dintre care 28 au fost selectate în cele din urmă pentru a fi incluse în itinerariul patrimoniului. Ideea a fost de a dezvolta un produs turistic capabil să ofere posibilitatea unui sejur de până la șapte zile în regiune. De asemenea, această activitate a stimulat crearea unui parteneriat regional între 32 de organizații din cadrul sectoarelor public, privat și al ONG-urilor.

A fost nevoie de un efort promoțional semnificativ pe parcursul mai multor ani, inclusiv prin utilizarea unui serviciu specializat de consultanță pentru a transforma Itinerarul patrimoniului într-un produs turistic recunoscut de operatorii de turism. În prezent, turiștii activi interesați de excursii, ciclism, echitație și canotaj în regiune au la dispoziție două pachete care includ principalele atracții ale Sloveniei (precum Lacul Bled și capitala Sloveniei, Ljubljana). Traseele leagă obiective ale patrimoniului natural și cultural din regiune de alte oferte turistice, precum cazarea, informarea, serviciile etc.

Numărul vizitatorilor în regiune a crescut cu 10-15% pe an din 2002 – generând astfel surse suplimentare de venit în întreaga zonă. Aproximativ 600 de furnizori locali de activități adiționale au fost autorizați și beneficiază de pe urma acestei creșteri. În plus, realizarea itinerariului patrimoniului a contribuit la o serie de proiecte transfrontaliere și de cooperare bilaterală cu alte țări.

Principalele aspecte care trebuie avute în vedere:

- > dezvoltarea unui „pachet turistic” autentic într-o zonă necunoscută publicului larg ca atracție turistică tipică poate fi dificilă și necesită mult timp și multe eforturi, inclusiv promovare profesionistă;
- > rolul unui „animator” este crucial pentru a asigura implicarea comunității într-un proiect turistic complex precum un itinerariu al patrimoniului.

Costuri totale: cca 2 115 000 EUR

Finanțare totală primită: cca 1 700 000 EUR (din mai multe surse naționale și din partea UE). Fonduri municipale: cca 190 000 EUR. Contribuții în natură: cca. 225 000 EUR

www.slovenia.info/?pot_dediscine=2058&lng=2

Lecții-cheie

- > Faceți distincția între zonele care reprezintă deja destinații turistice importante, cele situate în apropierea unor zone intens populate și cele îndepărtate și încă necunoscute ca destinații turistice. Adaptați-vă strategia în consecință.
- > Trebuie să aveți o viziune clară asupra potențialului produselor, proceselor și culturii pescuitului pentru a îmbunătăți oferta turistică. Tot mai mulți turiști sunt în căutarea unor noi „experiențe” ca parte a vacanței lor, dar combinarea acestor elemente cu servicii turistice mai standardizate necesită multă atenție.
- > Trebuie să vă cunoașteți publicul-țintă și să vă adaptați așteptărilor acestuia (de exemplu, hotelul Almadraba).
- > Fiți realiști: adaptați-vă oferta valorilor zonei (de exemplu, restaurante pescărești) și competențelor specifice comunității (de exemplu, observarea balenelor).
- > Proiectele de diversificare pot aduce beneficii sectorului pescuitului (pescuit turistic în regiunea Var, observarea balenelor în Azore), dar este important să fiți realiști în legătură cu avantajele reale, precum și cu riscurile și constrângerile oricăror noi activități turistice pentru comunitatea pescărească. Care va fi implicarea structurilor locale, la nivel de întreprinzător sau de angajat? Aceste activități vor crește vânzările de pește local sau vor aduce venituri suplimentare membrilor de familie? Există un risc de competiție pe mare sau pe uscat (de exemplu, pentru clădirile din apropierea țărmului)? Planificați în mod realist acțiunile destinate depășirii barierelor și maximizării beneficiilor, atât pentru pescari, cât și pentru localnici în general.
- > Asigurați-vă că vizitatorii beneficiază de un pachet adecvat de servicii: dacă oferiți doar cazare sau doar produse alimentare, veți avea șanse mai reduse să atrageți vizitatori decât atunci când oferiți un pachet coerent (de exemplu, Itinerarele patrimoniului, „ittiturismo”).
- > Una dintre contribuțiile majore ale FLAG-urilor poate fi sprijinirea realizării unei sinergii „în amonte” (reunirea și instruirea diferiților promotori ai proiectelor, studii de piață și de viabilitate, depășirea barierelor juridice și administrative etc.) necesare pentru a pregăti terenul pentru produsele turistice și apoi asigurarea că aceste produse funcționează prin susținerea lor cu activități promoționale specifice „în aval”. FLAG-urile trebuie să se asigure că alocă suficient timp și resurse și că procedurile lor sunt suficient de flexibile pentru a facilita acest lucru (de exemplu, itinerariile patrimoniului, hotelul Almadraba).

2.5 Industrii creative: arta și cultura ca pârghie pentru dezvoltarea economică locală

Atunci când analizează diferitele opțiuni de diversificare a unei zone pescărești, unele parteneriate locale ar putea explora oportunitatea de a dezvolta latura artistică și culturală. În cursul ultimelor decenii, multe comunități din lumea întreagă au descoperit că valorificarea creativității locuitorilor are potențialul de a **genera noi activități** și locuri de muncă și, totodată, de a consolida **sentimentul identității locale**, crescând în același timp gradul de **încredere** în comunitate și în viitorul acesteia. Există multe arte și meșteșuguri tradiționale importante (manufactură, muzică, textile etc.) asociate sectorului pescuitului. În plus, comunitățile pescărești pot atrage fonduri din Axa 4 pentru a sprijini activități culturale inovatoare.

Datele Comisiei Europene arată că industriile creative au avut o cifră de afaceri de peste 654 de miliarde EUR în Europa în 2003, reprezentând 2,6% din PIB și angajând 5,8 milioane de persoane. În fapt, în cadrul Anului european al creativității și inovării (2009), s-a constatat că dezvoltarea unor teritorii creative poate fi un model câștigător de creștere și de creare de locuri de muncă nu doar în orașele mari, ci și în orașele mici și medii. Totodată, este un sector care a cunoscut o creștere mai rapidă decât restul economiei și care poate avea un efect multiplicator imens prin contribuția sa creativă la alte sectoare și datorită legăturii sale în creștere cu digitalizarea. Pentru mai multe informații despre centrele de creație, accesați www.urbact.eu.

Proiectele axate pe artă și cultură pot atrage atenția vizitatorilor (artiști, critici, reprezentanți ai mass-media și turiști), dar și a publicului local, care are adesea mai puține oportunități de a lua parte la activități culturale în mod curent. Festivalurile și atelierile artistice, expozițiile și muzeele oferă comunității locale sentimentul de a fi în egală măsură producătoare și consumatoare de artă și pot fi un mod de a descoperi și pune în valoare bogățiile locale legate de peisaj, arhitectură, vestimentație, povești și muzică populară, tradiții și imaginație, trecut și prezent.

Deși există exemple de succes de galerii, muzee sau chiar teatre private (de obicei în orașe mari, mai rar în zone îndepărtate și mai puțin populate), este important de reținut că – spre deosebire de turism, care poate fi dezvoltat în mod exclusiv de sectorul de afaceri – diversificarea axată pe artă și cultură presupune de cele mai multe ori o implicare semnificativă a publicului sau a mediului asociativ. Localnicii cu cunoștințe legate de tendințele artelor contemporane și care au legături bune cu mass-media, reprezintă o valoare importantă. FLAG-ul poate juca un rol important în promovarea inițiativelor în rândul publicului larg și asigurarea că întreaga comunitate, inclusiv pescarii și familiile acestora, beneficiază de aceste activități culturale.

Atunci când un parteneriat local decide să includă cultura și arta în strategia sa, gama de posibilități poate fi impresionantă. În secțiunile următoare, prezentăm doar câteva exemple: un muzeu local din Estonia, sate tematice în Polonia și un festival *graffiti* într-un port din Italia. Când parcurg aceste exemple, FLAG-urile ar trebui să analizeze pe cine ar putea implica din zonele lor pescărești și cum ar putea să **dezvolte teritorii creative care oferă locuri de muncă de calitate și să stimuleze cunoașterea și prosperitatea**.

Muzee și expoziții

Muzeele și expozițiile locale reprezintă adesea o oportunitate de promovare a istoriei, tradițiilor și produselor dintr-o anumită zonă. Totodată, colectarea exponatelor poate fi o bună modalitate de a implica localnicii (cărora li se poate cere să contribuie cu obiecte sau instrumente istorice), consolidând astfel mândria locală și stimulând creativitatea.

Un parteneriat din Portugalia, de exemplu, a creat o rețea de „protectori ai culturii costiere” pentru a realiza o bază de date online, www.ccc.mutuapescadores.pt, care prezintă aspecte ale culturii și dezvoltării legate de ocean și pescuit. Baza de date este organizată pe teme precum oameni, organizații, obiecte, construcții (clădiri/bărci), documente, povești, evenimente și tehnici. Proiectul a fost condus de o cooperativă de asigurare a pescarilor („*Mútua dos Pescadores*”) și implică asociații de dezvoltare locală și patrimoniu, rețeaua portugheză a femeilor din sectorul pescuitului, precum și două universități și un muzeu. Scopul acestui demers este de a crește gradul de sensibilizare cu privire la cultura pescuitului și de a stimula inițiative de dezvoltare locală. De asemenea, oferă formare și instrumente, inclusiv ateliere practice online (unde poți urmări zilnic, de exemplu, construcția unei bărci tradiționale din lemn).

Cooperativa pescarilor sau „cofradía” (frăția) din L’Escala, Spania, a demonstrat că acest tip de activitate poate reprezenta și o afacere profitabilă, câștigând „Premiul pentru cea mai bună inițiativă de afaceri” în cadrul premiilor Girona Convention Bureau 2009 pentru centrul său de interpretare. Atrăgând tineri și vârstnici deopotrivă, centrul face parte dintr-o zonă portuară dinamică, în care cofradía a deschis un restaurant, dar, pe lângă acesta, oferă seminarii, ateliere de lucru și tururi organizate ale debarcaderului și ale pieței de pește. Expoziția permanentă oferă informații despre viața și activitatea pescarilor locali și promovează

pescuitul responsabil și respectul față de mediu. Una dintre cele mai populare activități este reprezentată de atelierele culinare, în care bucătari faimoși sunt invitați să improvizeze rețete de pește în fața publicului. În cadrul unor sesiuni de degustare de către public, se stabilește apoi rețeta favorită dintre cele pregătite de bucătarii participanți. Pentru mai multe informații, vizitați: www.maram.cat/en/

Promovarea unui muzeu sau a unei expoziții necesită o abordare profesionistă, precum și cooperarea cu diverși parteneri, iar FLAG-urile pot juca un rol la reunirea acestora. Totodată, muzeul poate fi inclus într-un pachet turistic general. Odată câștigată reputația muzeului, acesta poate, la rândul său, să contribuie la promovarea altor atracții și produse locale.

Un exemplu în acest sens este Muzeul tradiției costiere din Estonia care pe lângă expozițiile sale oferă și alte numeroase servicii, precum organizarea de picnicuri și evenimente familiale, precum și comercializarea de produse culinare estoniene. În acest fel, spațiul muzeului este multifuncțional și contribuie la generarea de venituri pentru alți actori locali. De asemenea, muzeul s-a asociat cu alte trei muzee locale, unul dintre acestea organizând o piață alimentară în fiecare duminică.

Portul de pescuit Bremerhaven, Germania

În Bremerhaven, un muzeu, tradițiile și cultura pescuitului sunt toate combinate în partea istorică a portului. Pe lângă magazinele, restaurantele și cafenelele cu specific maritim, mai există un centru de informare și de conferințe (Forum Fischbahnhof) amenajat într-o fostă hală de expediere a peștelui; un acvariu marin numit Atlanticum, un atelier de creație culinară unde se prepară pește de mare, precum și un teatru și alte atracții (inclusiv legendarul trauler GERA, transformat acum într-un muzeu plutitor al pescuitului la mare adâncime). În prezent, FLAG-ul Bremerhaven, împreună cu un institut local de evaluare a calității peștelui, caută modalități de dezvoltare în continuare a unui pachet turistic în jurul centrului Forum Fischbahnhof.

www.fbg-bremerhaven.de



Muzeele și expozițiile pot beneficia, de asemenea, de oportunitățile pe care le oferă **noile tehnologii**, iar FLAG-urile pot fi proactive, încurajând promotorii de proiecte să fie inovatori la elaborarea activităților. *FLAG-ul Var* din Franța, de exemplu, a sprijinit un proiect de digitalizare a datelor privind patrimoniul local costier, urmată de publicarea acestora prin intermediul unor coduri de bare care conțin datele, afișate în vecinătatea resurselor locale respective. Vizitatorii pot scana aceste coduri de bare cu telefonul și pot accesa o gamă de informații, inclusiv imagini video, cu privire la obiectivul cultural sau natural. Proiectul include, de asemenea, expozate ale muzeului local de arheologie marină și se constată deja rezultate pozitive din perspectiva atragerii unor categorii noi de public, în special a tinerilor. Acest proiect a creat și locuri de muncă pentru localnici în mai multe domenii, de la colectarea și digitalizarea datelor, până la întreținerea sistemului IT și angajarea unor ghizi locali pentru a-i ajuta pe utilizatori să se familiarizeze cu acest concept.

Sate tematice¹³

Conceptul de „sate tematice (sau temă)” este legat, pe de o parte, de declinul economic al satelor în urma transformărilor din agricultură, pescuit și alte industrii primare și, pe de altă parte, de interesul în creștere pentru o „economie a experienței” (și anume ideea că oamenii sunt în căutarea unei experiențe neobișnuite, o aventură în care nu sunt doar observatori, ci devin ei înșiși actori).

Orașele sau satele tematice oferă vizitatorilor acest tip de experiență unică, concentrându-se pe o temă specifică. Printre exemple, pot fi menționate Satul macului (Austria) sau Satul hobbiștilor (Polonia). Vizitatorilor li se oferă o varietate de jocuri și povești la care pot participa, însoțiți și ajutați de săteni instruiți în acest scop (machiați și îmbrăcați în mod adecvat temei), iar înfățișarea satului este adaptată treptat temei alese.

Astfel de proiecte tematice reprezintă o opțiune adecvată în special în zonele în care industrii majore (precum pescuitul) sunt în declin și care nu sunt suficient de atractive pentru o dezvoltare turistică completă. Dezvoltarea unei teme nu este doar o modalitate de a obține venituri suplimentare (de obicei în urma unor sejururi scurte), ci – chiar mai important – aceasta oferă sătenilor un sentiment nou de utilitate și, deoarece presupune creativitate și implicarea unui număr mare de oameni, tineri și vârstnici, poate consolida integrarea la nivelul comunității. Drept rezultat, astfel de sate tematice prezintă o dezvoltare socială și economică mai accentuată decât alte sate cu valori similare.

¹³ O cantitate semnificativă de informații și de inspirație pentru această secțiune a fost furnizată de Dr. Wacław Idziak de la Universitatea Tehnică Koszalin

Sate tematice în Polonia



Această abordare a avut un succes deosebit în multe dintre satele costiere din nordul Poloniei, unde, mai ales din cauza colapsului fermelor de stat, cifra șomajului depășea uneori 25%, afectând deja a doua generație a familiilor rurale. În astfel de locuri, comunitățile au o motivație puternică pentru a se dedica unui nou tip de activitate și, adesea, implicarea cea mai mare provine din rândul segmentelor celor mai defavorizate ale populației, inclusiv femeile.

În perioada 2005-2008, un grup de cinci „sate tematice” au fost create în regiunea Pomerania Occidentală din Polonia, cu sprijinul inițiativei comunitare EQUAL. Proiectul a implicat o serie de întâlniri cu localnicii pentru a-i familiariza cu conceptul; o analiză a valorilor și selectarea unei teme; pregătirea unui plan de creare a satului tematic; stabilirea cooperării cu parteneri externi (de exemplu, universități sau asociații care abordează tema), autoritățile locale, școala, biserica etc.; realizarea unor analize ale pieței; instruirea și pregătirea infrastructurii tehnice și organizaționale; marketingul „produsului”, evaluarea gradului de satisfacție a clienților și extinderea treptată a ofertei (de exemplu, de la un caracter sezonier la unul anual). Au fost angajați consultanți externi, dar implicarea puternică a comunității a avut o importanță decisivă.

În aceste sate, a fost pregătită o gamă largă de produse, printre care jocuri în aer liber în Satul hobbiților (Sierakowo), un itinerar educativ cu tema O viață sănătoasă (Dąbrowa), activități sportive și ateliere de împletit nuiete în Satul labirint (Paprotty), descoperirea tradițiilor de Crăciun și de Paști în „Satul de la capătul lumii” (Iwiczyno) și basme și ciclism (Podgórk). Mulți dintre vizitatori sunt preșcolari și elevi, dar unele sate au atracții și pentru adulți.

Experiența s-a dovedit atractivă și pentru alte sate din Polonia. Un exemplu este Karwno din regiunea Pomerania unde, în 2008, centrul municipal de asistență socială și alți factori interesați (un consilier local, proprietarul unei ferme de stat privatizate etc.) au lansat inițiativa creării unui sat tematic. Luarea deciziei privind alegerea temei a durat șase luni și, în cele din urmă, Karwno a devenit „Satul imaginației”, oferind activități sportive, ateliere meșteșugărești și jocuri de imaginație. În 2010, s-au înregistrat deja 700 de vizitatori. Activitățile de animare (implicând între 23 și 37 de adulți, precum și mulți copii) au condus la crearea unei asociații a satului și a unei fanfare și, unde înainte exista doar o pensiune pentru turism rural, în prezent există patru (un total de 45 de paturi), precum și o firmă de catering. Înfățișarea satului, ca și a caselor individuale s-a îmbunătățit, iar oamenii se simt mai încrezători.

Costul total al proiectului (formare și animare) a fost de aproximativ 45 000 EUR, finanțat în întregime din FSE.

www.wioskitematyczne.org.pl

Festivaluri

Evenimentele culturale și festivalurile contribuie nu doar la realizarea unui mediu creativ, ci și la stabilirea unei legături reale între politica culturală și politica de dezvoltare economică locală. Festivalurile se pot baza pe specialități culinare locale, dar comunitățile pescărești se pot aventura și în zone precum muzica și arta.

Atragerea atenției asupra unei zone pescărești prin implicarea unor artiști de renume mondial poate să nu fie o soluție accesibilă tuturor zonelor pescărești, dar ar putea fi interesantă pentru unele FLAG-uri mai cunoscute sau mai ambițioase. Orașul Ancona, din Italia, a reușit să facă acest lucru cu destul de mult succes.

Festivalul de artă „Porti Aperti”, Italia



Autoritățile din Ancona încearcă de mai mulți ani să sporească atractivitatea regiunii și să promoveze o imagine de iubitori ai artei. Această politică s-a legat de o altă inițiativă orientată în mod specific către patrimoniul pescăresc al Anconei – festivalul „Porturilor deschise”, la care participă toate porturile de pe coasta regiunii Marche. Această inițiativă a avut drept obiectiv deschiderea porturilor pescărești, integrarea sectorului pescuitului în viața urbană, subliniind bogata istorie piscicolă a regiunii și promovând consumul de pește local. Inițiativa a fost lansată inițial

în 2005 cu sprijinul IFOP¹⁴, dar în ultimii ani a fost finanțată din fonduri regionale și municipale.

În cadrul acestui festival, municipalitatea din Ancona a realizat în 2010 proiectul ICTYS sau „festivalul artelor și al peștelui”. Aceasta a însemnat o cooperare între sectorul pescuitului și arta contemporană pentru a crește atractivitatea zonei portului. Pe parcursul unui week-end din septembrie, portul de pescuit a fost transformat într-o scenă pentru diferite spectacole artistice: o expoziție de fotografie (fotopoezie) având ca temă viața pescărească din Ancona, proiecții de filme în aer liber prezentând diferite ipostaze ale vieții pescarilor, spectacole muzicale, degustarea specialităților locale de pește etc. Punctul culminant al evenimentului a fost expoziția realizată de artiști urbani din întreaga lume, care au decorat coca vaselor de pescuit și ale unor clădiri din port cu graffiti pe tema mării.

Evenimentul a atras peste 2 000 de vizitatori și a beneficiat de o acoperire impresionantă din partea mass-media. Douăzeci și unu de artiști stradali (inclusiv cinci artiști locali) au decorat cocile a 11 vase de pescuit și numeroase clădiri din port. Festivalul a fost organizat în colaborare de către orașul Ancona, asociațiile locale ale pescarilor și o asociație culturală care promovează regenerarea culturală a teritoriilor prin artă.

Costul proiectului a fost de aproximativ 25 000 EUR, din care 20 000 EUR au provenit din fonduri naționale, iar 5 000 din partea municipalității.

www.portiaperiti.regione.marche.it

¹⁴ Instrumente Financiare pentru Orientare în Pescuit, cf. Reg. CE 1263/1999: http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_sector_organisation_and_financing/160017_en.htm

Lecții-cheie

- > *Creativitatea umană este un ingredient vital pentru succesul dezvoltării locale, iar FLAG-urile ar trebui să încerce să sprijine membrii creativi ai comunității.*
- > *Proiectele artistice și culturale nu trebuie să fie neapărat scumpe! Ingredientul necesar este capacitatea de a valorifica creativitatea localnicilor (asigurați-vă că implicați femeile și copiii!) care pot propune idei simple, dar remarcabile (de exemplu, pictarea cocii vaselor de pescuit în Ancona).*
- > *Este posibil să se realizeze activități artistice chiar și în orașe mici și în zone rurale îndepărtate; este util să te afli într-un oraș mare sau în vecinătate (Ancona, Bremerhaven), dar proximitatea față de unele stațiuni turistice populare (multe sate tematice din apropierea coastei Mării Baltice) este uneori suficientă.*
- > *Activitățile și evenimentele creative pot contribui la atragerea și păstrarea unor talente și pot crea oportunități pentru tineri.*
- > *Încurajați promotorii de proiecte să utilizeze noile tehnologii, acolo unde acestea pot contribui cu abordări inovatoare.*
- > *Arta și activitățile culturale ar putea demara ca „evenimente” (de exemplu, spectacole, festivaluri), dar, într-o etapă ulterioară, proiectele susținute de FLAG-uri trebuie să urmărească un caracter durabil pe termen lung (de exemplu, muzee, evenimente cu caracter periodic, și nu unice, stabilirea de legături permanente cu figuri emblematice din lumea artei etc.);*
- > *Evenimentele și echipamentele culturale pot fi utilizate în calitate de catalizatori pentru dezvoltarea ulterioară.*

2.6 Servicii de asistență socială și dobândirea de competențe

Îmbătrânirea populației, creșterea participării femeilor pe piața muncii și creșterea diversității sociale și culturale se numără printre factorii care modelează societatea europeană actuală. Acești factori prezintă atât oportunități, cât și provocări relevante pentru zonele pescărești dornice să încurajeze integrarea socială și egalitatea de șanse și să se asigure că membrii comunităților lor sunt activi, competenți și informați. În contextul strategiei Europa 2020, care are drept obiectiv o economie cu un grad ridicat de ocupare a forței de muncă și coeziunea socială și teritorială, următoarea secțiune analizează câteva exemple de tipuri de servicii pe care FLAG-urile ar putea să le aibă în vedere pentru a-și transforma zonele în locuri atractive pentru a locui, lucra... și ieși la pensie!

Servicii de îngrijire și întreprinderi sociale

Multe strategii ale FLAG-urilor consideră îmbătrânirea o slăbiciune a zonei, dar creșterea numărului persoanelor vârstnice și al membrilor dependenți ai comunității prezintă și oportunități. Vârstnicii posedă cunoștințe și experiență care pot fi mobilizate în cadrul unor proiecte imaginative care urmăresc valorificarea acestei resurse; de asemenea, aceștia au în general și timpul necesar, care lipsește populației active. Cât despre persoanele dependente, fie copii, fie vârstnici sau persoane cu handicap, aceștia reprezintă o piață pentru structurile de îngrijire care se așteaptă să cunoască o creștere semnificativă în viitor. Aceste structuri de îngrijire furnizează servicii vitale comunităților care încearcă să gestioneze necesitățile membrilor dependenți ai familiilor și aspirațiile pentru o viață profesională activă.

Furnizarea de servicii pentru vârstnici și persoanele dependente contribuie nu doar la creșterea atractivității zonei, ci și la crearea de noi locuri de muncă și de noi activități economice pentru comunitățile locale, nu doar prin intermediul centrelor de îngrijire și al serviciilor similare, ci și prin întreprinderile care le furnizează. Zonele pescărești pot atrage beneficiari ai serviciilor de îngrijire de lungă durată care caută, de exemplu, o zonă costieră sau o așezare rurală calmă pentru a se retrage. În cazul centrelor de primire sau al căminelor pentru persoanele în vârstă, există multe exemple de întreprinderi sociale, dar și de întreprinderi private care furnizează servicii sociale-cheie cu un model de afaceri viabil. Veniturile pot proveni din contribuții sociale și/sau contribuții private.

Totuși, unele dintre structurile de îngrijire cu cel mai mare succes sunt cele mai imaginative, care combină îngrijirea cu alte activități. Și, invers, unele hoteluri rurale și de pe litoral se adresează vârstnicilor și persoanelor cu handicap prin oferte speciale, pachete extra-sezon pentru a-și extinde sezonul turistic. Exemplul următor prezintă modul în care o exploatare piscicolă a reușit să combine serviciile de îngrijire pentru persoanele cu handicap cu pescuitul sportiv pentru turiști.

Ferma piscicolă și centrul de îngrijire Păstrăvul Curcubeu, Olanda



De Regenboogforel (Păstrăvul curcubeu) este o păstrăvărie de două hectare și constituie o atracție pentru pescarii sportivi din satul Meerkerk, sudul Olandei. Păstrăvi tineri, vii, cu o greutate de 300-600 g (1 EUR/kg) sunt cumpărați și eliberați într-un iaz de pescuit. Activitatea de pescuit sportiv are loc mai ales în timpul verii, dar pescarii entuziaști vin și iarna. Aceștia plătesc 17,50 EUR pentru o jumătate de zi (dimineața, după-amiaza sau seara) și pot păstra captura.

În 2009, proprietara fermei, dna Rosita van Steenis, a început să ofere servicii de îngrijire cu program de zi pentru tineri și adulți cu handicap fizic și mintal. În prezent, patru tineri autiști beneficiază de îngrijire la fermă câteva jumătăți de zi săptămânal. Tariful oficial este de 45 EUR pe client

al serviciilor de îngrijire pentru o jumătate de zi, în Olanda serviciile de îngrijire acordate în cadrul unei ferme fiind scutite de TVA.

Activitățile se concentrează în general pe muncă: curățenie, ajutor la eliberarea puietului de pește, hrănirea peștilor și a altor animale, primirea pescarilor sportivi, pregătirea undițelor și a momelii, răspuns la întrebările pescarilor sportivi etc. Aceștia ajută, de asemenea, la afumarea păstrăvului, la activitățile din grădina de legume sau cantină și uneori au timp să pescuiască. Ca în orice fermă, activitățile variază în funcție de anotimp: în timpul verii, se concentrează mai mult în jurul pescuitului sportiv, iar iarna se fac mai mult activități de întreținere.

Dna Van Steenis dorește ca aceste activități din ferma piscicolă să ofere oportunități atât de îngrijire, cât și de învățare pentru acești tineri și să contribuie în mod evident la dezvoltarea lor personală. Prioritatea sa este calitatea în detrimentul cantității și, prin urmare, acceptă doar un număr de invitați care permite menținerea unui standard de îngrijire care îl va ajuta pe fiecare să-și dezvolte aptitudinile sociale într-un ritm propriu. Dna Van Steenis colaborează în mod activ cu *Asociația fermelor de îngrijire din Utrecht* pentru a găsi invitați, pentru a le evalua experiențele și pentru a îmbunătăți calitatea îngrijirii în cadrul fermei. Interacțiunea cu pescarii oferă invitaților o ocazie prețioasă de a iniția contacte sociale cu oameni obișnuiți, iar clienții pescari asigură viabilitatea economică a fermei.

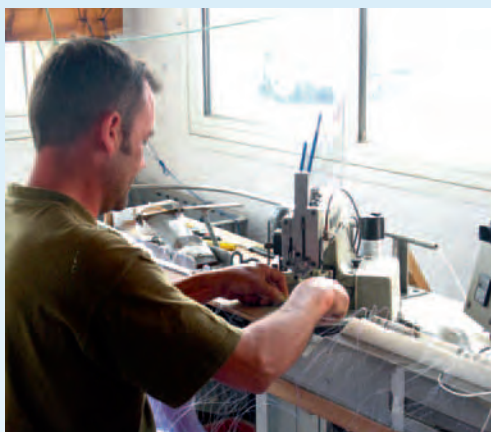
Informații de contact: info@forelvisvijverszederik.nl

Proiectul următor este un alt exemplu de incluziune socială, dar de această dată prin locuri de muncă plătite. Această întreprindere socială îndeplinește atât o funcție socială, oferind persoanelor cu handicap posibilitatea

de a deține un rol activ într-o întreprindere în care pot contribui cu propriile competențe și/sau cunoștințe, cât și o funcție economică, generând venituri și locuri de muncă în zonă.

Între mare și uscat:

promovarea ocupării profesionale pentru pescarii cu handicap, Franța



Asociația „Navicule Bleue”, cu sprijinul *FLAG-ului Marennes Oléron*, a dezvoltat mai multe instrumente de dezvoltarea capacității, inclusiv activități de formare și consiliere, pentru a permite pescarilor care au suferit accidente pe mare să se reintegreze pe piața muncii. Proiectul a inclus o analiză cuprinzătoare a nevoilor foștilor pescari cu handicap, precum și crearea de oportunități de angajare, în condiții adaptate sau protejate, în sectorul pescuitului și în alte activități marine.

A fost creată o întreprindere socială, sub forma unui atelier adaptat („Atelier des Gens de Mer”), cu șase locuri de muncă în echivalent de normă întreagă. S-au utilizat fonduri prove-

nite din Axa 4, printre altele, pentru achiziționarea de echipamente adaptate nevoilor lucrătorilor cu handicap. Atelierul oferă servicii calificate clienților din port, asigurând o calitate adecvată a muncii și menținând, în același timp, un grad de comunicare și sensibilizare în rândul clienților.

Lecțiile-cheie învățate din acest proiect includ:

- > necesitatea unor servicii specializate pentru a identifica nevoile și constrângerile legate de tipul de handicap și de contextul social;
- > importanța implicării beneficiarilor ca vectori ai schimbării;
- > nevoia de adaptabilitate, adică evaluarea constantă a capacității lucrătorilor pentru a determina structura de sprijin necesară;
- > nevoia de sustenabilitate: elaborarea unui model economic independent și a unui „plan de afaceri social”.

O abordare similară este aplicată în prezent, la o scară mai mare, într-o altă zonă pescărească din Franța (*Arcachon*), cu obiectivul de a crea până la 60 de locuri de muncă cu normă întreagă, inclusiv în cadrul unei alevinieri locale, la repararea plaselor și pentru activități portuare.

Costuri totale: 89 300 EUR, finanțare din Axa 4: 30 000 EUR

Contact: thleques@wanadoo.fr

<http://naviculebleue.com/>

Creșe și îngrijirea copilului

Mai mult decât o simplă oportunitate de afaceri, furnizarea de servicii de îngrijire a copilului și de activități pentru copii poate contribui în mod semnificativ la creșterea calității vieții în zonele pescărești. Mai mult, este un element-cheie care permite membrilor comunității, în special femeilor, să aibă acces la formare și locuri de muncă. Ca atare există și un beneficiu economic

important în urma furnizării de servicii flexibile de îngrijire a copilului, deoarece are potențialul de a crea locuri de muncă, inclusiv creșterea gradului de ocupare în rândul femeilor și așa cum vom vedea în exemplul următor, poate veni în completarea activităților de turism și agrement, consolidând, în același timp, coeziunea comunității.

Centrul acoperit de joacă și aventuri „Little Rascals” (Micii ștrengari), Irlanda

Centrul acoperit de joacă și aventuri „Little Rascals” din orașul Mallow, comitatul Cork (Irlanda), a fost conceput de întreprinzători ca o atracție atât pentru localnici, cât și pentru vizitatorii zonei. Centrul oferă membrilor comunității servicii regulate de îngrijire a copilului, precum și un spațiu de joacă acoperit pentru copii, dotat cu echipamente adecvate precum bazine cu mingi, tobogane și cadre pentru escaladare adresate copiilor cu vârste între șase luni și 12 ani. Centrul prezintă o componentă importantă pentru dezvoltare, cu acces pentru copiii cu handicap și cu o gamă de ateliere și activități destinate introducerii copiilor în lumea muzicii și a dansului. De asemenea, include terenuri adaptate de baschet și de fotbal destinate copiilor mai mari.

Grupul de acțiune LEADER local, Blackwater Resource Development Ltd, a susținut realizarea acestui centru prin mentorat și consiliere în afaceri, promovare și publicitate și, de asemenea, prin acordarea unei subvenții. Într-adevăr, proiectul a completat strategia grupului de acțiune local, acoperind un deficit identificat privind furnizarea de servicii de îngrijire a copilului. De asemenea, grupul de acțiune locală a identificat beneficii sociale și economice importante pentru zonă, inclusiv un impact pozitiv asupra turismului.

Centrul de joacă și aventuri „Little Rascals” funcționează deja de șase ani. Are șase angajați și capacitatea de a găzdui până la 250 de copii în același timp. Centrul beneficiază de promovare din partea autorităților naționale și regionale din domeniul turismului, fiind prezentat ca „*distracția ideală pentru copii și părinți*” și se consideră că are o contribuție importantă la creșterea atractivității turistice a zonei. În ceea ce privește familiile locale, peste 400 dintre acestea îi utilizează serviciile în mod frecvent, beneficiind de un spațiu de socializare pentru adulți, în timp ce copiii sunt pe mâini sigure, devenind un centru social în cadrul comunității.

În timp, LEADER a sprijinit în Irlanda multe centre de joacă și aventuri comunitare și private destinate familiilor și copiilor. Aceste proiecte prezintă un beneficiu economic important, dar există și dovezi care arată că acestea consolidează spiritul comunitar.

Costuri totale: 130 000 EUR. Finanțare LEADER: 65 000 EUR (50%) în cadrul măsurii turism local

www.avondhubblackwater.com și www.littlerascals.ie

Coeziunea comunitară

Pe măsură ce economia a devenit tot mai diversificată, sunt tot mai rare situațiile în care comunitățile se mai bucură de legăturile sociale care decurg dintr-o dependență comună de un singur sector precum pescuitul sau agricultura. În plus, odată cu creșterea mobilității și răspândirea migrației, nou-veniții, adesea fără legături prealabile cu membrii comunității, sunt tot mai prezenți în multe zone. Totuși importanța coeziunii comunitare și sentimentul comun al identității nu trebuie subestimate.

Această situație caracterizează în mod deosebit zonele pescărești, unde comunitățile își pierd tot mai mult legătura cu patrimoniul pescăresc. Într-adevăr, comunitățile locale unite, care sunt conștiente și mândre de

tradițiile și patrimoniul propriu, au șanse mai mari să-și mobilizeze valorile zonei și să beneficieze de capitalul social prin definirea unor zone interesante, plăcute și prietenoase pentru locuit și vizitat.

Există multe lucruri pe care FLAG-urile le pot face pentru a încuraja coeziunea comunității, inclusiv prin promovarea de proiecte care regroupează diferite grupuri de interese în jurul unui obiectiv comun. Cu toate acestea, procesul de stimulare a unor legături comunitare mai strânse poate începe prin simpla punere la dispoziție a unui spațiu în care membrii comunității se pot întâlni și interacționa. Aceste proiecte demarează adesea în mod voluntar, dar pot deveni în timp afaceri viabile de sine stătătoare.

Barul „comunității”, Franța



Din 2009, micul sat Lherm (populație 230 de locuitori), din sud-vestul Franței și-a găsit un nou dinamism, datorită deschiderii *Bar à Trucs*, un restaurant-bar plin de viață gestionat de o organizație nonprofit locală.

Într-un sat care și-a pierdut treptat toate spațiile comerciale, localnicii au trebuit să facă dovadă de gândire creativă pentru a restabili un element considerat esențial pentru modul de viață local. Răspunsul a fost *Bar à Trucs*, o întreprindere comunitară care oferă o gamă de

servicii și activități și reprezintă un nou centru de interacțiune locală.

Mai mult decât un restaurant, *Bar à Trucs* a devenit un local popular unde se cântă muzică live și care este gazda multor formații locale, cu un program încărcat de concerte de weekend. De asemenea, îndeplinește și rolul de „magazin mixt”, comercializând produse casnice și de bucătărie esențiale și o gamă de produse locale, provenite de la o distanță de maximum zece mile de Lherm. Aprovizionarea zilnică cu pâine proaspătă oferă localnicilor ocazia de a frecventa barul pentru o cafea rapidă, o conversație sau lectura ziarului, atunci când trec să-și cumpere o *baguette* pentru prânz. La etaj, există o bibliotecă publică cu acces la internet, care îmbogățește gama serviciilor și contribuie la funcția comunitară a clădirii.

Faptul că este gestionat de o asociație, cu o echipă de voluntari, a transformat barul într-o întreprindere participativă, ceea ce reprezintă, dacă adăugăm și sprijinul nemijlocit al primarului și al consiliului sătesc, motivul-cheie al succesului său.

Grație acestui sprijin local, *Bar à Trucs* a devenit o afacere viabilă și de succes. Pe lângă multiplele beneficii sociale pe care le aduce satului, mai îndeplinește și un rol economic prețios, asigurând ca satul beneficiază de pe urma numeroșilor turiști pe care îi atrage în fiecare an și oferind locuri de muncă cu normă întreagă pentru trei localnici.

Contact: baratrucs.lherm46@yahoo.fr

Dobândirea de competențe

Cea mai importantă resursă din orice zonă sunt oamenii. Până la urmă, oamenii sunt protagoniștii oricărei diversificări. Dotarea populației locale cu competențele necesare nu doar pentru a face față, ci și pentru a fi competitivi într-o lume globalizată și tot mai schimbătoare, ar trebui să reprezinte un element fundamental al oricărei strategii de dezvoltare.

În mod tradițional, în comunitățile pescărești nu s-a simțit o nevoie stringentă pentru un nivel mai ridicat de educație sau pentru competențe specifice în domeniul tehnologiilor informației și comunicațiilor (TIC). Totuși, în contextul restructurării actuale a sectorului, situația se schimbă. Pescarii trebuie să fie acum mai mult decât oameni care prind pește. Competențele în domeniul afacerilor, al informaticii și al comunicării contribuie la asigurarea profitabilității și adaptării pescuitului și a activităților conexe la viața modernă prin eficiență, sustenabilitate și accesibilitate. De asemenea, odată cu scăderea numărului locurilor de muncă în sectorul pescuitului, mulți vor fi forțați să se îndrepte către alte sectoare, iar activitățile de formare care le permit să reușească în aceste sectoare sunt fundamentale pentru orice strategie de diversificare.

Acest lucru este valabil și pentru formarea altor membri ai comunității, fie prelucrători, fie proprietari de magazine sau operatori de turism. Este nevoie de o ofertă variată de activități de formare și recalificare și, pe baza caracteristicilor propriilor teritorii, FLAG-urile trebuie să analizeze nevoile și cerințele de formare pentru a valorifica la maximum particularitățile zonei. Acestea trebuie să analizeze tipurile de proiecte de formare care sunt cele mai adecvate pentru comunitățile lor.

Competențe specializate și de afaceri

Adesea, un astfel de sprijin gratuit sau subvenționat în domeniul afacerilor acordat antreprenorilor și IMM-urilor există în multe zone și, acolo unde este posibil, FLAG-urile trebuie să fie informate în legătură cu cursurile locale disponibile și să acționeze proactiv, încurajând participarea la astfel de cursuri. De la o țară la alta, astfel de cursuri pot fi oferite de agențiile locale de ocupare a forței de muncă, de colegii sau agenții specializate și este important ca FLAG-urile să stabilească și să păstreze relații solide cu astfel de organizații. Exemplul următor arată cum pot beneficia zonele pescărești atunci când membrii comunității urmează cursuri de formare specializate.

Consultanță în domeniul pescuitului, Olanda

Post Consultancy nu este o firmă de contabilitate obișnuită. Dl Post, în vârstă de 39 de ani, director și fondator al acestei firme care angajează în prezent cinci persoane, a fost pescar profesionist timp de 13 ani. În 2007, pentru a ajuta afacerea familială aflată în declin (o companie de pescuit cu o singură navă), dl Post s-a întors la țarm pentru a gestiona aspectele contabile ale afacerii și s-a recalificat pentru a deveni contabil. A frecventat cursurile în paralel cu activitățile de pescuit și, cu diploma proaspăt obținută, a remodelat afacerea familială.

Dl Post explică faptul că pescarii își petrec majoritatea timpului pe mare, muncind din greu, iar scurtul timp pe care îl petrec acasă doresc să-l dedice familiei. Printre prioritățile lor nu se numără activitatea de întreprinzător sau aspectele care nu sunt strict legate de afacerea proprie (discutarea politicilor, taxele, contabilitatea etc.). Însă toate aceste aspecte sunt cruciale în viața de astăzi a pescarilor, deoarece au un impact puternic și direct asupra viitorului industriei acestora.

După ce și-a salvat de la faliment afacerea familială de pescuit și a făcut-o din nou profitabilă, dl Post a vândut-o un an mai târziu și, din 2007, oferă servicii de contabilitate și consiliere în afaceri întreprinderilor și angajaților din sectorul pescuitului, reprezentând aproximativ 60% din cifra sa de afaceri. Cunoștințele lui unice despre acest sector îi dau un avantaj semnificativ față de competiție deoarece vorbește aceeași limbă ca și clienții săi. Aceștia nu trebuie să piardă timp cu explicații despre cote, zone de pescuit, regulamente privind capturile etc., iar el înțelege contabilitatea complexă a vaselor înregistrate sub pavilioane diferite.

Provocări

În mod evident, nu trebuie subestimate cerințele specifice unor astfel de activități noi. Pe lângă adaptarea la un stil de viață foarte diferit, cu ore de lucru specifice, pentru a fi contabil, de exemplu, este nevoie de fler pentru detalii, de dorința de a fi la curent cu normele mereu în schimbare și trebuie să studiezi pentru a obține o diplomă! De asemenea, este nevoie de un spațiu pentru birou, de investiții în echipamente precum calculatoare și telefoane... și, un cost care nu trebuie subestimat, de identificarea și achiziționarea unui software de contabilitate adecvat.

În prezent, dl Post rămâne dedicat industriei pescuitului și păstrează legături strânse cu foștii colegi, încercând să le protejeze interesele.

www.post-consultancy.nl

FLAG-urile pot avea și un rol proactiv în identificarea și analiza lipsurilor din oferta de formare dintr-o regiune și, dacă este necesar, pot lua măsuri de soluționare a acestora: fie prin identificarea unui promotor de proiecte care are competențele și entuziasmul de a crea soluții pe termen lung, fie prin semnarea unui contract cu un centru sau o persoană pentru susținerea unui curs specific. În continuare, includem câteva exemple care pot reprezenta surse de inspirație pentru FLAG-uri.

TIC

Introducerea TIC reprezintă o oportunitate imensă pentru regiuni de a face față concurenței în mod eficace și, prin urmare, pentru a genera dezvoltare economică. Formarea în domeniul TIC este un mijloc de a clădi competențe, capacități și încredere (oferind noi perspective de locuri de muncă) pentru a stăpâni și exploata această tehnologie modernă.

Formare în domeniul tehnologiei informației pentru culegătorii de moluște, Spania

Asociația piscicolă *Cofradía* din Barqueiro-Bares, Galicia, a beneficiat de o finanțare din partea FLAG-ului local pentru a oferi cursuri în domeniul TIC destinate culegătorilor de moluște, astfel încât aceștia să poată deține un rol mai activ în marketingul și comercializarea produsului lor.

Capacitatea de a naviga pe internet, de exemplu, și de a descărca și completa formulare de vânzare și de livrare a fost considerată vitală, deoarece culegătorii erau altfel dependenți de prezența unor intermediari în cadrul *Cofradía*.

În urma cursului, au dobândit cunoștințe de bază legate de utilizarea calculatorului, inclusiv printr-un curs introductiv de utilizare a programului Word, pentru a fi capabili să redacteze scrisori, să creeze tabele și să salveze informații. De asemenea, și-au însușit cunoștințe de bază legate de navigarea pe internet pentru a avea acces la informații precum planurile de management locale pentru resursa lor și pentru a descărca documente precum formularele de livrare care trebuie completate la prima vânzare.

Costuri totale: 2 450 EUR, finanțare 100% din partea FLAG-ului.

Informații de contact: gac1@accioncosteira.es

Cursuri adaptate

Pe baza unei analize a nevoilor, FLAG-urile pot decide să ofere sesiuni de formare specifice (de exemplu, destinate pescarilor) în domeniul TIC sau în alte domenii. Aceste sesiuni de formare pot varia de la simple cursuri

pentru dobândirea unor competențe de bază, dar esențiale, până la pachete de formare mai integrate.

În capitolul 3 secțiunea 3.2 pot fi găsite mai multe îndrumări pentru FLAG-uri privind rolul pe care îl pot avea la valorificarea potențialului uman din zona acestora.

Cursuri pentru pescarii care doresc să lucreze în turism, Finlanda



Pescarii din nord-estul Finlandei știau că pot obține venituri suplimentare prin diversificarea către turism, dar nu dispuneau de competențele și cunoștințele pentru a materializa acest lucru. În numele lor, FLAG-ul a contactat secretarul pentru turism al orașului Sodankylä și, pe baza rezultatelor unui sondaj și a unor întâlniri între pescari, autoritățile locale și FLAG, s-a realizat un pachet de cursuri pentru a răspunde nevoilor lor specifice.

Au fost oferite șapte cursuri de 1-4 zile fiecare în domeniul siguranței, acoperind aspecte precum documen-

tația necesară referitoare la siguranță, primul ajutor și gestionarea unei bărci cu turiști la bord. La sfârșitul acestei serii de cursuri, cei 14 pescari participanți au obținut licența pentru a lua turiști la bord.

De asemenea, au fost oferite cursuri având ca temă relațiile cu clienții și crearea unui produs turistic pentru a-i ajuta pe pescari să înțeleagă și să dezvolte activități comerciale viabile, adaptate profilului turiștilor căutați. În această etapă, au fost oferite activități de grup, precum și studiu individual și sprijin personalizat pentru a facilita schimbul de idei, dar și pentru ca pescarii să obțină feedback la idei de afaceri pe care nu doreau să le împărtășească potențialilor concurenți.

În cele din urmă, proiectul a inclus vizite de studiu în cadrul unor întreprinderi mai prospere sau mai puțin prospere din zonă. Aceasta a permis pescarilor să obțină în mod direct informații legate de funcționarea afacerilor din domeniul turismului, dar și să stabilească legături prețioase, care le-ar putea aduce clienți.

Costuri totale: 78 000 EUR. Finanțare din Axa 4: 70 200 EUR (90%)

Promotorul proiectului: Autoritățile locale din Sodankylä

Lecții-cheie

- > *Activitățile care oferă un beneficiu social pot fi și profitabile! Uneori este necesară combinarea unor activități complementare pentru a asigura viabilitatea economică (Ferma piscicolă și centrul de îngrijire Păstrăvul Curcubeu; „Micii ștregari”).*
- > *Oamenii reprezintă cel mai important „capital” al zonelor pescărești. Investiți în însușirea de către aceștia a competențelor necesare pentru a-și diversifica zona (cursuri variate).*
- > *Încurajați promotorii de proiecte potențiali și pe alți parteneri să propună soluții adaptate la nevoile specifice ale comunității (pachet turistic pentru pescari, Finlanda)*
- > *Dați dovadă de imaginație! Transformați „slăbiciunile” în oportunități (activități de agrement și de îngrijire pentru vârstnici, valorificarea experienței pescarilor cu handicap, în locul transformării acestora în persoane dependente).*
- > *Nu pierdeți din vedere conceptele fundamentale ale unei afaceri: toate întreprinderile, cu scop lucrativ sau nonprofit, trebuie să fie viabile pentru a supraviețui. În special când este vorba de furnizarea de servicii sociale, promotorii nu trebuie să ignore elementele esențiale ale unui bun management financiar (barul „comunității”).*

3. Etape-cheie pentru punerea în aplicare a unei strategii de diversificare

3.1 Introducere

Acest capitol prezintă etapele concrete pe care le pot parcurge FLAG-urile pentru a încuraja un proces de diversificare sustenabil din punct de vedere economic, social și ecologic.

Atunci când menționăm o „strategie pentru diversificare”, nu ne referim doar la ceea ce este scris în propunerea pentru finanțare din Axa 4. Acesta ar trebui să fie întotdeauna punctul de plecare, dar, adesea, textul este redactat în termeni destul de generali pentru a asigura flexibilitatea operațională. Prin strategie înțelegem pur și simplu că activitățile realizate de FLAG pentru a susține diversificarea trebuie să fie bine planificate, sistematice și axate pe priorități clare.

O astfel de strategie trebuie să țină seama de o serie de elemente strâns legate, care pot fi clasificate în diferite feluri. Pentru a furniza FLAG-urilor un cadru operațional simplu, am identificat **cinci categorii** care trebuie acoperite în întregime la prezentarea unei bune strategii de diversificare.

Deși FLAG-urile trebuie să înceapă prin clarificarea ideilor-cheie pentru diversificare și identificarea persoanelor care le susțin, toate aceste categorii interacționează între ele și **trebuie să fie tratate împreună**.

Idei. Care sunt principalele obiective și priorități ale diversificării? Care sunt punctele comune sau temele unificatoare care asigură că resursele se concentrează pe intervenții cu efecte multiplicatoare maxime? Care sunt valorile și activitățile locale cu cel mai mare potențial? Care este cel mai bun mod de a stimula gândirea creativă și noi idei de proiecte?

Oameni. Care sunt actorii-cheie – campionii proiectelor, promotorii, facilitatorii, finanțatorii, utilizatorii? Cum se poate asigura participarea și obținerea de beneficii de către grupuri-cheie precum pescarii, femeile și copiii?

Susținere coordonată. Care sunt formele și combinațiile de susținere cele mai adecvate în fiecare context? Care este rolul fiecăruia și cum se poate asigura că acțiunile se consolidează reciproc și nu intră în contradicție?

Calendar. Când sunt necesare diferitele intervenții, în ce ordine, care este calendarul și desfășurătorul intervenției?

Localizare. Care sunt locurile din regiune cele mai adecvate pentru noile activități (ținând cont de accesibilitate, infrastructură, atracții locale)?

3.2 Care este rolul FLAG-urilor?

Domeniul de acțiune și varietatea funcțiilor FLAG-urilor depind în mare măsură de contextul local, în special de: bugetul acestora, numărul și competențele angajaților proprii, poziția ocupată în cadrul sistemelor administrative locale, existența altor agenții locale și orice reglementări specifice naționale sau regionale. Cu excepția câtorva domenii în care FLAG-urile acționează aproape în mod izolat, acestea vor trebui întotdeauna să lucreze alături de alte organizații locale și, dacă este posibil, în alianță cu acestea. Totuși, în orice caz, FLAG-urile reprezintă mai mult decât un birou descentralizat de gestionare a finanțărilor.

Idei: declanșarea schimbării

Dacă un FLAG dorește să promoveze o schimbare reală, este important să creeze o viziune comună privind tipul de diversificare pe care intenționează să-l încurajeze pentru următorii 5-10 ani, de exemplu, și să ajungă la un acord (scris sau nescris) în legătură cu modul în care se va realiza. Altfel, există pericolul să predomină o abordare de genul „primul venit, primul servit”, cu proiecte din partea „suspecților obișnuiți” și având un caracter standard sau evitând să-și asume riscuri. Schimbarea reală presupune viziune și, în mod normal, implică cel puțin două procese complementare:



> În primul rând, implică „întoarcerea la nivelul străzii” și creșterea creativității și a dialogului comun cu părțile interesate de la nivel local, inițiat odată cu realizarea strategiei FLAG. Lucrați cu oamenii, generați idei, utilizați grupuri de lucru sectoriale sau tematice, grupuri operative, încurajați forumurile și platformele locale reale sau virtuale, vizitele de studiu, schimburile și mentoratul. Toate acestea reprezintă instrumente creative care încurajează învățarea reciprocă și interacțiunea pozitivă a ideilor. Colecțați idei noi și implicați populația locală la punerea lor în practică. Aveți nevoie de mai mult decât de o listă de sectoare sau proiecte promițătoare și decizii despre liniile bugetare; FLAG-urile pot, de asemenea, încerca să identifice:

- una sau două **teme unificatoare** fundamentale înscrise în istoria, mediul, economia sau societatea zonei, care pot fi transformate într-un fir călăuzitor al strategiei de diversificare;
- **valorile și activitățile locale** cu cel mai mare potențial;
- **proiecte strategice** (reprezentative sau emblematice) posibile care reflectă în realitate aceste teme, în mod ideal cu efecte multiplicatoare sau unificatoare importante.
- **proiecte pilot** (atât individuale, cât și colective), reușite rapide care să-i motiveze și pe alții prin obținerea de rezultate tangibile.

> În al doilea rând, asigurați-vă înainte de a sări, păstrați-vă sângele rece și fiți obiectivi, cu o perspectivă calculată asupra temelor unificatoare și a activităților prioritare. Animatorii programelor și actorii entuziaști pot fi seduși de sectorul cel mai în vogă, dar, așa cum am văzut în Capitolul 2, competiția este acerbă în multe dintre aceste sectoare emergente, la modă. Trebuie să îndepliniți anumite condiții înainte de a le putea considera o opțiune realistă de diversificare. Dacă FLAG-ul

dumneavoastră promovează diversificarea, trebuie să analizați condițiile de acces în fiecare nou sector de activitate. Proiectați-vă sprijinul într-un mod integrat, care să contribuie la îndepărtarea blocajelor reale. În timp, FLAG-ul va căpăta suficientă experiență pentru a cunoaște ce este fezabil în

fiecare sector în zona proprie, dar, la început, merită investiția în consultanță specializată privind condițiile de intrare pe piață a promotorilor de proiect privați, utilizând grile precum cea de mai jos.

Condiții pentru demararea unei activități/intrarea într-un sector ¹⁵	Scor
Originalitatea produsului/serviciului propus	
Amploarea investițiilor necesare	
Dimensiunea/tendențele pieței existente/potențiale	
Gradul de concurență internă și externă	
Gradul de accesibilitate a pieței	
Nivelul de control local al procesului tehnologic/de producție	
Competențe disponibile la nivel local	
Bariere juridice, administrative, fiscale	
Calitatea infrastructurii și a serviciilor complementare	
Altele: input-ul de muncă (timpul) necesar, caracterul sezonier, compatibilitatea/legături cu pescuitul, etc.	

De asemenea, FLAG-urile trebuie să analizeze contribuția pe care o pot aduce diversificării **proiectele publice sau cele care nu generează venituri**, precum investițiile în infrastructură sau formare. Membrii FLAG-ului trebuie să fie capabili să facă distincția între investițiile care aduc beneficii generale zonei (de exemplu, cursuri generale destinate unui public larg, precum cele de limbi străine sau de utilizare a calculatorului) și cele care chiar creează condițiile pentru diversificare și promovează o schimbare reală (de exemplu, cursuri specializate, care răspund în mod specific nevoilor bine definite ale unui proiect de diversificare). Consultanța profesională și activitățile de formare destinate membrilor FLAG-ului pot fi de ajutor în acest caz.

Odată identificat obiectivul unei strategii de diversificare, FLAG-ul va trebui să comunice mesaje clare printr-o campanie eficientă de comunicare internă și externă. Dacă FLAG-ul nu deține la nivel intern competențele necesare, trebuie să se asigure de sprijinul unor profesioniști cu experiență în design, marketing și crearea imaginii unui teritoriu, care pot contribui la creșterea impactului.

¹⁵ Agro Campus Ouest a realizat câteva ghiduri utile de evaluare a condițiilor pentru demararea de către pescari a unor activități conexe, continuând, în același timp, pescuitul: *Guide des Activités de Pêche et de Conchyliculture en Bretagne* și *Diversification des Activités de Pêche en Bretagne*.

Instrumente posibile

- > utilizarea la maximum a consiliului decizional și a parteneriatului pentru a mobiliza sprijinul liderilor locali pentru soluția aleasă;
- > acord privind **temele unificatoare, proiecte strategice posibile și proiecte pilot**;
- > reuniuni tematice sau pe criterii geografice ale factorilor interesați și grupuri de lucru care utilizează tehnici participative diferite (planificarea scenariilor, dialoguri viitoare...);
- > selectarea sectoarelor, a sub-sectoarelor și a activităților promițătoare care reprezintă oportunități sau lipsuri care trebuie completate (având în vedere criteriile de eficiență și sectoarele tradiționale și emergente, așa cum s-a menționat în capitolul 1);
- > consiliere din partea experților și/sau a oamenilor de afaceri din diferite sectoare cu privire la condițiile de lansare în anumite sectoare-cheie și potențialul pieței;
- > implicarea unor profesioniști din domeniul designului și al marketingului teritorial pentru a dezvolta o strategie de comunicare;
- > implicarea reprezentanților locali ai mass-media (articole în presa locală, interviuri la posturile radio și de televiziune locale, mediile electronice) pentru a ajunge la potențiali promotori de proiecte și pentru a-i încuraja;
- > standuri informative organizate de către FLAG în cadrul unor evenimente locale;
- > pregătirea sau desemnarea unor beneficiari pentru a pregăti scurte descrieri de proiect (studii de caz) redactate într-un limbaj simplu, non-tehnic;
- > crearea unei baze de date conținând fotografii, filme și alte materiale vizuale cu privire la proiecte.

Oamenii: motoarele diversificării

Oamenii reprezintă resursa **cea mai** importantă în toate strategiile de diversificare locală. Deși ideile noi furnizează scânteia pentru o strategie de diversificare reușită, fără oameni motivați de punerea lor în aplicare, acestea nu vor deveni proiecte reale, active și durabile. Contribuția esențială a FLAG-ului este de a identifica, motiva, instrui și contribui la organizarea oamenilor, a promotorilor de proiecte și a lucrătorilor care transformă diversificarea în realitate.

Acești oameni, antreprenorii și lucrătorii trebuie să dispună de competențele adecvate pentru impulsivizarea diversificării și pentru realizarea unor acțiuni de succes. Nu toate FLAG-urile vor dispune de toate resursele sau competențele necesare pentru a oferi în mod direct consultanță în afaceri sau formare promotorilor de proiecte și nici nu este rolul FLAG-urilor să ofere formare profesională cu caracter general în zonă. Totuși, FLAG-ul se află adesea în postura unică de a promova o **abordare strategică a resurselor umane**. Acesta poate realiza o analiză și o imagine de ansamblu a cererii locale de competențe, a ofertei disponibile și, pe această bază, a nevoilor la nivelul unei zone, în special a lipsurilor care trebuie completate pentru a susține o diversificare reușită.

De asemenea, FLAG-ul poate juca un rol vital la îmbunătățirea adecvării ofertei cu nevoile de formare, funcționând ca **intermediar** între localnici, organizațiile existente care oferă formare și consultanță în afaceri și angajatori. Există multe posibilități, de exemplu chiar FLAG-ul poate elabora un proiect de formare, poate contracta un formator și organiza activitatea de formare; în alte situații, poate lucra cu o instituție de formare locală și/sau un ONG care ar putea să depună o cerere FLAG-ului în acest sens.

Experiența demonstrează că în general grupurile de acțiune locală oferă trei tipuri principale de formare:

- > consolidarea capacității de dezvoltare locală (pentru grupurile comunității locale și FLAG);
- > formare personalizată în domeniul antreprenoria-tului; și
- > formare pentru a furniza competențele specifice și generice necesare în sectoarele și activitățile emergente.

Prioritatea, adevărata valoare adăugată a FLAG-ului în toate aceste cazuri este nu doar completarea lipsurilor din cursurile standard, ci și elaborarea unor programe de învățare prin acțiune adaptate nevoilor reale de diversificare ale zonei și proiectelor acesteia.

Care sunt grupurile prioritare pentru intervențiile FLAG în domeniul resurselor umane?



În primul rând **pescarii**. Unul dintre obiectivele principale ale tuturor strategiilor de diversificare din zonele pescărești trebuie să fie acela că pescarii sunt cei care beneficiază în primul rând de schimbarea economică, de noile oportunități și activități. Pescarii dispun de cunoștințe valoroase legate de mare și activitățile asociate, de mediul costier și de resursele maritime, dar potențialul și relevanța mai largă a acestora sunt adesea nerecunoscute sau subevaluate. Exploatarea acestui potențial presupune cunoștințe legate de realizarea de proiecte și spirit antreprenorial, marketing, relația cu clienții, siguranța pasagerilor, IT, limbi străine și alte competențe specifice și generice de care pescarii pot să nu dispună sau pe care le-ar putea deprinde cu dificultate.

Al doilea grup este reprezentat de **femeile** de la nivel local – soțiile sau partenerele pescarilor și alte femei angajate în sectorul pescuitului sau în activități auxiliare (inclusiv prelucrare, culegerea de moluște, repararea plaselor etc.). Această ultimă categorie include multe lucrătoare cu fracțiune de normă pentru care realizarea unor activități suplimentare poate reprezenta o oportunitate binevenită de a-și suplimenta veniturile și de a-și consolida securitatea financiară. Soțiile și partenerele pescarilor lucrează adesea fără plată, administrând și susținând operațiunile de pescuit la scară redusă ale soților, o contribuție esențială la supraviețuirea acestor afaceri. Aceste femei iau adesea inițiativa diversificării către activități conexe precum marketingul direct, prelucrarea la scară redusă, catering, restaurante și servicii de cazare, servicii culturale și sociale. Susținerea acestei tranziții prin sprijin personalizat și formare pentru creșterea nivelului de încredere, consolidarea capacității antreprenoriale și dezvoltarea altor competențe specifice și generice motivează și îmbunătățește șansele atât în afaceri noi, cât și în cea de bază. În mod frecvent, nu s-a acordat prioritate nevoilor femeilor, dar participarea lor poate fi facilitată prin asigurarea unor criterii favorabile de selecție a proiectelor, prin asigurarea implicării acestora în cadrul organismelor decizionale ale FLAG-ului și prin investiția în servicii de sprijin, precum servicii accesibile de îngrijire a copilului sau asigurarea accesului la acestea.

Dacă pescuitul și zonele pescărești doresc să aibă un viitor, trebuie să identifice căi de stabilire a unor legături cu **tinerii**. Cu o vârstă medie a pescarilor care depășește vârsta oficială de pensionare în multe zone pescărești, situația actuală nu pare durabilă. Atragerea și păstrarea tinerilor se impune așadar ca o provocare majoră pentru sector în multe zone pescărești. Acești tineri posedă energia, imaginația și familiaritatea cu noile tehnologii pentru a îndrepta zonele pescărești către noi direcții. Pentru ca aceștia să aibă o contribuție eficace, trebuie sprijiniți atunci când le lipsește experiența sau

capitalul, incluși în procesul decizional și trebuie să li se ofere responsabilități concrete. FLAG-urile trebuie să fie proactive, să se asigure că tinerii sunt reprezentați la nivelul conducerii, să încurajeze promotorii de proiecte tineri să-și prezinte ideile – și să le ofere posibilități de a intra în legătură cu alții care îi pot ajuta să transforme aceste idei în realitate. Există deseori oportunități de conectare a cunoștințelor și a experienței localnicilor mai vârstnici cu energia și entuziasmul tinerilor.

Instrumente posibile

- > activitățile de deschidere (de exemplu, prin intermediul unor sesiuni periodice de consiliere la nivel local sau al unor puncte de lucru locale) către pescari, femei și tineri pot ajuta FLAG-urile să înțeleagă mai bine nevoile reale, motivațiile, interesele comune, conflictele potențiale și barierele în calea implicării;
- > identificarea unor lideri și a unor activități la scară redusă, asigurând reușite rapide care să crească nivelul de încredere. Concentrați-vă mai întâi asupra oportunităților și apoi abordați lipsurile;
- > verificarea disponibilității competențelor (formale și tacite), identificarea ofertei existente în materie de educație și formare și a nevoii de competențe în cadrul firmelor existente și a potențialelor proiecte noi;
- > identificarea lipsurilor în materie de sprijin și formare pentru întreprinderi în funcție de grupuri, zone și sectoare prioritare;
- > crearea unui forum sau a unui grup de acțiune reunind angajatorii și organizațiile care oferă educație, formare și sprijin pentru întreprinderi;
- > privilegierea și încurajarea inițiativelor locale de formare și de susținere a întreprinderilor care răspund nevoilor identificate;
- > crearea unei baze de date cu consultanți locali și alți experți care pot acorda asistență specializată beneficiarilor proiectelor (de exemplu, privind aspectele financiare sau tehnice). Aceasta ar trebui actualizată periodic, ținând cont de recomandările clienților.
- > furnizarea de spațiu și de instalații de conferință pentru organizarea de sesiuni de formare și reuniuni între promotorii de proiecte și consultanți;
- > întreprinderea unor vizite de studiu, a unor programe de mentorat, invitând vorbitori în zonă.

Pachete de sprijin coordonate

Calitatea de intermediar reprezintă un rol-cheie pentru FLAG într-o serie de domenii, dar ce reprezintă în acest caz? FLAG-ul intermediar evaluează acțiunile care pot fi realizate la nivel intern, identifică sprijinul local sau la nivel mai larg din partea altor agenții și se asigură apoi că toate elementele funcționează în mod coordonat pentru a optimiza condițiile pentru diversificare. Intermedierea necesită atitudinea și competența unui „întreprinzător teritorial”, care răspunde rapid și creativ la oportunitățile de inovare dintr-o zonă. Autoritățile de management trebuie să se asigure că procedurile Axei 4 nu împiedică acest lucru și sunt suficient de flexibile.

FLAG-urile își pot îndeplini acest rol de coordonare în trei moduri diferite.

Mai întâi, FLAG-urile pot asigura coordonarea între diferitele **măsuri de sprijin** utilizând varietatea de instrumente (măsuri) pe care le au la dispoziție. Arta fiecărui FLAG constă practic în capacitatea de a propune pachetul adecvat de măsuri de sprijin la locul potrivit și la timpul potrivit pentru a crea condițiile optime pentru diversificare¹⁶. Este inutil să acorde finanțări în lipsa competențelor și dacă tehnologia nu este cunoscută. Investiția în formare este inutilă dacă investiția esențială pentru a produce în mod competitiv este inaccesibilă sau dacă piața este deja saturată. Adevărata valoare adăugată a FLAG-ului constă în capacitatea de a asculta în mod direct promotorii proiectelor, de a înțelege situația locală și oportunitățile pieței și de a se coordona cu alte agenții. Pe această bază, poate atunci realiza pachete de sprijin rapide și flexibile adaptate nevoilor locale.

Cel de-al doilea lucru pe care îl pot face FLAG-urile este de a crește gradul de coerență între diferite proiecte și investiții pentru diversificare și de a asigura complementaritatea între proiecte. De exemplu, acestea pot contribui la asigurarea faptului că există infrastructura necesară pentru un proiect (de exemplu, acces, amenajare, îmbunătățiri de mediu); evitarea conflictelor între proiecte (de exemplu, nu sprijină o fermă eoliană cu un impact negativ asupra pescuitului local); și promovarea sinergiilor (de exemplu, o crescătorie de păstrăvi care consolidează identitatea și tradițiile locale, oferind servicii speciale pentru copiii cu handicap).



Aceste două forme de coordonare presupun **reunirea eforturilor unor actori locali diferiți**, fie că este vorba de producători locali dacă se dorește crearea unei mărci locale, fie de furnizori de servicii de cazare și alte atracții turistice pentru a dezvolta un pachet turistic coerent. Și alți actori – școli și instituții de formare, centre de sprijin al întreprinderilor, bănci și alte instituții financiare etc. – trebuie încurajați la rândul lor pentru a analiza cum să abordeze obiectivul diversificării în activitatea lor cotidiană.

Tabelul de mai jos prezintă exemplul unei liste de măsuri de susținere a diversificării. FLAG-urile pot elabora astfel de măsuri pentru a răspunde nevoilor diferitelor sectoare și grupuri-țintă în cauză, hotărând care sunt cele pe care le poate oferi în mod efectiv și care sunt furnizate mai bine de către o altă agenție. În cele din urmă, este esențială cineva își asumă rolul de coordonator, asigurând îndeplinirea tuturor condițiilor principale pentru succesul diversificării.

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/pdf/report_barca_v0306.pdf

Listă de măsuri de sprijin destinate unor grupuri și sectoare prioritare	Realizate de FLAG	Realizate de alte organizații
Activități realizate în principal (sau contractate) de către FLAG.		
Informare, animare, deschidere, facilitare	Activități destinate tuturor grupurilor-țintă	Organizații ale părților interesate, organizații ale femeilor și ale tinerilor
Identificare, motivare, formare pentru „campionii” proiectelor, promotorii și agenții proiectelor.	Unele activități de formare ale grupurilor prioritare	Instituții de educație și formare active în zonă
Consiliere specifică pentru întreprinderi și sprijinirea proiectelor	Prima etapă, scară redusă	A doua etapă realizată de către agenții regionale de sprijinire a întreprinderilor
Acțiuni proactive de înlăturare a blocajelor administrative (licențe, permise, taxe, drepturi de proprietate, cereri...)	Sensibilizare, colaborarea cu sectorul public local	Inițiative proprii, de exemplu ale municipalității
Activități finanțate în principal de către FLAG:		
Studii de piață și tehnologice și cercetare	Adaptarea cerințelor de cofinanțare la tipurile de proiect și de promotori*	Universități, centre de cercetare
Controlul calității, trasabilitate, certificare	Ibidem	Programe regionale și naționale în domeniul calității
Strategii de marcă, promovare și marketing	Ibidem	Ibidem
Investiții în proiecte productive	Ibidem	Finanțări mai mari din partea Agențiilor Regionale de Dezvoltare, împrumuturi de la bănci etc.
Infrastructură complementară	Finanțări pentru infrastructuri la scară redusă cu un impact direct puternic	Investiții naționale, regionale sau municipale în infrastructură la scară mare

* FLAG-urile pot solicita un nivel mai ridicat de cofinanțare pentru proiectele ne-prioritare sau atunci când beneficiarul are capacitatea de a contribui cu mai mult decât suma minimă prevăzută de Regulamentul FEP.

Calendar de lucru (planificarea activităților)

Acest proces de diversificare poate fi comparat cu o călătorie care începe încet cu pași foarte mici înainte de a atinge viteza de croazieră, dar atenție: uneori se poate transforma într-o goană nebună care poate genera supraproducție.

În etapele preliminare, multe dintre condițiile de acces, chiar și pașii mici pot părea insurmontabili, descurajând investitorii privați care pot să nu fie pregătiți să-și asume riscul. Cum poate interveni un FLAG pentru a ajuta? O abordare este ca FLAG-ul să analizeze dacă merită să contribuie la reducerea acestor bariere, deschizând calea prin **investiții pre-competitive** pregătitoare. Aceasta poate presupune realizarea unor studii de piață și de fezabilitate, parteneriate cu centre de cercetare pentru a testa noi tehnologii, investiții în aducerea de îmbunătățiri resurselor naturale și culturale relevante, identificând factori interesați, oferind cursuri de formare și altele. Majoritatea acestora pot fi conduse de sectorul public în cazul în care zona nu este suficient de norocoasă să dispună de organizații ale societății civile puternice și motivate. Acest tip de investiție pregătitoare reprezintă adesea o precondiție absolută pentru ca un nou sector sau activitate să se lanseze – dar este în mod inherent și riscant.

Imediat ce au fost îndeplinite condițiile de bază, sunt mai multe șanse ca promotorii privați de proiecte să înceapă să prezinte interes. FLAG-ul poate încă să mai acorde finanțare primului val de proiecte până când activitatea se pune în mișcare, iar procesul se poate susține prin mijloace proprii. În acest moment, FLAG-ul își poate adesea reduce sprijinul. Totuși, chiar și atunci, FLAG-ul poate contribui la consolidarea beneficiilor prin acordarea de sprijin suplimentar în aval în zone precum promovarea și marketingul, susținând activitatea până la maturitate. Acesta este un proces dinamic, uneori există pericolul ca piața să devină saturată, iar FLAG-ul ar putea să aibă în vedere descurajarea în mod activ a mai multor proiecte de același tip.



Același principiu se aplică timpului necesar pentru a promova proiecte în rândul **grupurilor prioritare** descrise mai sus. În primele zile de existență a FLAG-ului, este probabil ca majoritatea cererilor să provină de la operatorii locali mai mari și mai experimentați – atât din sectorul privat, cât și din cel public – care propun proiecte în domenii consacrate și testate. Acestea sunt „fructele de pe crengile joase” și pot fi valoroase pentru crearea unei dinamici. Este posibil să fie nevoie de mai mult timp pentru ca pescarii, femeile și tinerii să dobândească încrederea, motivația, competențele și capitalul necesar, dar este vital ca FLAG-ul să rezerve resurse pentru activități pregătitoare pentru proiecte potențiale cu aceste grupuri prioritare.

Un alt element crucial de care trebuie să se țină seama este nevoia de a **echilibra intervențiile între partea de ofertă și cea de cerere a pieței** și de a face distincția între sectoarele mature și cele emergente. De exemplu, dacă o zonă dorește să demareze o nouă activitate într-un sector relativ matur, poate fi capabilă să transfere și să adapteze tehnologii existente, să actualizeze competențe locale (ofertă) și să se conecteze la circuite comerciale existente (cerere) destul de rapid. Totuși, trebuie să se asigure că noul produs sau serviciu local poate supraviețui într-un mediu competitiv, nu elimină afaceri existente și evită piețele saturate.

Calendarul diferitelor intervenții necesită planificare și coordonare atentă. Introducerea unui produs nou sau intrarea pe un sector de piață relativ nou poate necesita perfecționarea proceselor de producție în același timp cu crearea unor piețe complet noi. Extinderea prea rapidă a producției poate conduce la o supracapacitate

dăunătoare (de exemplu, pentru un nou produs turistic) – pe când, dacă piața este stimulată înainte de a exista o masă critică pentru furnizarea de produse de calitate, se poate pierde definitiv interesul clienților. FLAG-urile trebuie să țină cont de acest lucru atunci când analizează calendarul și tipul de sprijin pe care îl acordă. În continuare, prezentăm două idei utile legate de planificare adresate FLAG-urilor:

> Împărțiți proiectele mai noi și mai riscante în **etape sau faze mai mici** înainte de orice investiție la scară largă sau creștere majoră a producției. De exemplu, stabiliți etape pentru dobândirea competențelor, de exemplu, formare în domeniul marketingului, creați prototipuri, testați tehnologii sau piețe, lucrați la îmbunătățirea calității. Pentru a reuși acest lucru,

procedurile pentru cererile de oferte de proiecte trebuie să fie suficient de flexibile.

> În loc să aștepte doar ca promotorii să prezinte cereri, FLAG-urile pot lua inițiativa și pot merge la aceștia pentru a realiza în timp un **portofoliu de proiecte potențiale**. Unele FLAG-uri formalizează această procedură solicitând declarații scrise de exprimare a interesului. Odată ce FLAG-ul este capabil să evalueze nivelul cererii de sprijin (oferta potențială de proiecte), își poate planifica mai ușor intervențiile în perspectivă. Dacă există o cerere suficientă, FLAG-ul poate îndeplini condițiile pentru proiectele convenționale mai solide, acordând, în același timp, mai mult sprijin proiectelor și grupurilor prioritare.

Instrumente posibile – o planificare adecvată

- > identificarea zonelor pre-competitive pentru investiții, a proiectelor potențiale din partea grupurilor prioritare, a sectoarelor mature și a celor emergente;
- > realizarea și actualizarea în permanență a unui portofoliu de proiecte cu planificarea sprijinului și a investițiilor;
- > împărțirea proiectelor mai noi și mai riscante în faze succesive mai mici.

Localizare

Adesea, **locul** în care urmează să fie sprijinite activități noi reprezintă o decizie chiar mult mai dificilă pentru consiliile de conducere și managerii FLAG-urilor decât activitățile care să fie sprijinite în sine. În parte, aceasta se întâmplă deoarece, imediat ce apare o investiție într-un oraș, sat sau port, alții vor solicita probabil același lucru. Rezultatul poate fi o competiție între părți diferite ale aceluiași teritoriu pentru a construi muzee și structuri similare, ceea ce poate conduce la dublare sau eliminare, la o reducere a calității investițiilor sau o masă critică insuficientă într-un singur loc.

O abordare posibilă este includerea unui element de planificare spațială participativă în strategia de diversificare pentru zona FLAG-ului. Aceasta poate contribui la creșterea gradului de înțelegere din partea factorilor



interesați locali a potențialului și a priorităților zonei și a faptului că unele zone sunt mai adecvate pentru anumite tipuri de investiții. Rezultatul acestui proces ar trebui să fie o înțelegere că investițiile vor fi distribuite echitabil în funcție de punctele forte ale fiecărei zone.

Un exemplu evident este atunci când anumite zone ale unui teritoriu sunt mai potrivite pentru activități de pescuit și de agrement, pe când altele sunt mai adecvate pentru o activitate mai intensă în domeniul pescuitului și al industriei. Pot fi organizate proiecte emblematiche mai mari și criterii de selecție a proiectelor pentru a valorifica avantajele specifice ale diferitelor părți ale teritoriului (de exemplu, punerea în valoare a diferitelor tradiții pescărești sau a unor aspecte ale istoriei locale, ale patrimoniului natural sau cultural). În mod similar, proiectele pot valorifica infrastructura existentă: în zonele cu concentrație ridicată, de exemplu, porturi sau structuri turistice, se pot dezvolta inițiative complementare, se pot obține economii de scară, proiectele pot fi mai durabile, iar investițiile din partea FLAG mai rentabile.

Dacă locul potrivit poate avea o contribuție esențială la succesul proiectelor și al strategiei de diversificare, alegerea unui loc neadecvat poate fi foarte dăunătoare. De exemplu, în cele două exemple anterioare, gândiți-vă la efectele pe care le poate avea dezvoltarea industrială într-o zonă turistică, creșterea în exces a solicitării unei infrastructuri sau apariția unei noi întreprinderi pe o piață deja aglomerată. FLAG-ul trebuie să analizeze locurile cele mai bune în care proiectele pot avea un efect maxim și în care amplasamentul poate contribui cel mai mult la succesul inițiativei.

Până la urmă, aceasta poate conduce la creșterea diversității zonei, echilibrând punctele forte ale structurilor și activităților zonei într-un mod strategic și complementar pentru a realiza o valoare adăugată reală pentru teritoriu și oamenii acestuia.

Instrumente posibile – Localizare

- > grupuri operative sau platforme situate în sate sau orașe pentru a identifica valori și domenii locale cheie în care noi activități sunt relevante în mod special;
- > planuri de acțiune locale și portofolii de proiecte locale;
- > acorduri privind distribuția unor proiecte mai mari sau emblematiche;
- > criterii de favorizare a unor zone cu puncte forte sau nevoi specifice;
- > informații locale și birouri și sesiuni de consultanță;
- > elaborarea de itinerare care semnalează ce are de oferit fiecare zonă.

Concluzii

După parcurgerea acestui ghid, ar trebui să dispuneți de orientări generale utile privind:

- > motivul pentru care zonele pescărești ar putea să aibă în vedere diversificarea;
- > diferitele tipuri de diversificare posibile;
- > gama vastă de oportunități disponibile pentru zonele pescărești;
- > unele dintre etapele-cheie către succes.

Dar fiecare zonă pescărească este diferită, așadar – fără îndoială – va trebui să adaptați acest amestec și să adăugați multe ingrediente proprii. Vă rugăm să ne informați cu privire la idei noi care funcționează, dar și despre idei vechi care nu mai funcționează.

Mult succes!





FARNET Support Unit

Rue Saint Laurent 36-38 – B-1000 Bruxelles

T +32 2 613 26 50 – F +32 2 613 26 59

info@farnet.eu – www.farnet.eu