

TURISMUL RURAL ÎN SATELE INTELIGENTE

**Dezvoltarea afacerilor prin intermediul economiei
circulare și al inovării sociale**

O2/ A1 – Manual

„Inovarea socială și economia circulară în serviciile rurale, lanțul valoric de producție și antreprenoriat”

Cuprins

1. Introducere	3
2. Ce este... un sat inteligent?/ inovarea socială?/ economia circulară?	3
2.1. Ce este un sat inteligent?	3
2.2. Inovarea socială	4
2.3. Economia circulară	6
2.4. Economia circulară și inovarea socială în turismul rural	8
3. De ce contează inovarea socială și economia circulară pentru comunitatea dumneavoastră rurală?	9
3.1. Rolul satului dumneavoastră în regiune	10
3.2. Satul și stilul dumneavoastră de viață în contextul global	10
3.3. De ce ar trebui să vă implicați?	10
3.4. Care este potențialul dumneavoastră de implicare în turismul rural și în economia circulară?	11
4. Studii de caz	
Ionela Lungu – artist ceramic	12
Maria Bidian – Punct Gastronomic Local	12
Muzeul Popa	13
Fântâna de vin Marezișe – vin cu priveliște	13
Fântâna Aurului Verde	14
Bee Diversity – sprijinirea biodiversității prin monitorizarea albinelor	15
Tabăra „Ferma Soarelui”	16
Baba Residence	17
Biroul din pădure	17
Wewilder	18
Orange Valley	19
Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca”	20
Festivalul Borgofuturo	21
Lanțul valoric local al produselor lactate din satele saxone ale Transilvaniei (Viscri)	23
Salty Bag – reutilizarea, reducerea și reciclarea materialelor de navigație prin fabricarea de genți la modă	24
Armoni Upatras – servicii de protecție a mediului	25
Kefalas S.A	25
Vegea - biomateriale pentru industria modei, mobilierului, ambalajelor, automobilistică și a transportului	26
Vaillant – 140 de ani de experiență și atenție față de mediu	27
Off Grid Italia	27
Sonnentor	28
Belgia, pe drumul către o economie circulară	28
Eco-inovarea în Belgia	29
Făilte Irlanda	30
Societatea Organizației Cooperative Irlandeze (ICOS)	31
Rețeaua Irlandeză de Dezvoltare Locală (ILDN)	31

1. Introducere

Proiectul SMART VILLAGE se adresează cetățenilor cu vârsta de peste 50 de ani, comunităților și altor stakeholderi din zonele rurale dezavantajate din țările partenere.

Zonele rurale sunt acele areale localizate în afara orașelor și a centurilor suburbane. Zonele rurale dezavantajate sunt caracterizate printr-o activitate economică scăzută, venituri medii mici, penurie a locurilor de muncă, un nivel scăzut de educație și migrație disproportționată.

Acest manual este primul dintr-o serie de 4 resurse concepute pentru a sprijini membrii grupului-țintă în procesul de dezvoltare individuală și socială, în zonele rurale din care aceștia provin. Dacă materialele subsecvente conțin informații aprofundate pe tema digitalizării, a strategiilor de dezvoltare și a antreprenoriatului, manualul de față se concentrează pe rolul inovației sociale și al economiei circulare în serviciile rurale, în lanțul valoric de producție și în antreprenoriat.

Vom explica noțiunile-cheie care compun conceptul, vom oferi recomandări de implementare și vă vom ajuta să descoperiți cum și de ce sunt importante noțiunile prezentate. Veți putea veni cu propriile observații și adnotări, iar ultima parte a materialului va fi dedicată unor povești de succes ale celor care au ales să aducă inovațiile sociale și economia circulară în zonele rurale.

Acest material este rezultatul cercetării întreprinse pe baza literaturii de specialitate și a sondajelor online întreprinse, cu precădere, în cele mai dezavantajate zone din țările partenere.

2. Ce este un sat inteligent?

Ce este inovarea socială?

Ce este economia circulară?

Context și înțelegerea conceptelor-cheie

2.1. Ce este un sat inteligent?

Deși nu există o definiție generală și unică a conceptului de "sat inteligent" la nivelul Uniunii Europene, există o serie de caracteristici particulare asociate cu acest termen. Acestea includ implicarea comunității locale și utilizarea instrumentelor digitale, ca elemente centrale. Conceptul implică participarea localnicilor în procesul de ameliorare a condițiilor economice, sociale și de mediu, cooperarea cu alte comunități, inovația socială și dezvoltarea strategiilor privind satele inteligente. Tehnologiile digitale pot fi implementate în numeroase contexte sociale și profesionale din zonele rurale. Noțiunea de sat inteligent sugerează și adoptarea soluțiilor inteligente în diverse politici, atât în sectorul public, cât și în cel privat, precum îmbunătățirea accesului la servicii, dezvoltarea unor lanțuri eficiente de aprovizionare alimentară sau dezvoltarea și partajarea surselor de energie regenerabilă. Pe teritoriul Uniunii Europene, conceptul de sat inteligent capătă amploare pe agenda dezvoltării rurale.

Vă doriți să aflați mai mult? Puteți asculta podcastul pe tema satelor inteligente pentru mai multe informații: <https://www.europarl.europa.eu/rss/podcast/eprs-policy-podcast/mp3/2021/20210304-smart-villages.mp3>.

Soluțiile specifice satelor inteligente pot fi identificate și implementate într-o varietate de sectoare tematice, având în comun focusul pe sustenabilitatea activităților, consolidarea comunității și antreprenoriat.



SCAN ME

Sectorul tematic	Servicii publice	Management public	Întreprinderi private
Zone de intervenție	Furnizare de energie	Administrație online	Agricultură de precizie
	Siguranță și securitate (ex. sisteme de monitorizare)	Managementul deșeurilor (ex. senzori de nivel pentru pubele)	Comerț online (ex. produse locale)
	Învățare la distanță	Planificare urbană și națională (ex. digitalizare)	Turism rural bazat pe soluții inteligente
	Transport (ex. telebus) Îngrijire la distanță Telemedicină	Monitorizarea mediului (ex. senzori pentru monitorizarea calității aerului)	Partajare (ex. echipament specializat)

Table 1. Exemple de măsuri inteligente adoptate în zonele rurale (Sursa: L. Komorowski and M. Stanny, 'Smart Villages: Where Can They Happen?', Land, Vol. 9(151), May 2020)

Tabelul 1 ilustrează mai multe domenii în care soluțiile specifice satelor inteligente pot optimiza serviciile și producția din sectorul public și din cel privat. Utilizarea mediilor digitale este elementul comun tuturor măsurilor sugerate, acestea din urmă au o componentă puternică de conectare. Cu toate acestea, chiar și cel mai bun instrument de sprijin digital sau mediatic are nevoie de actori care să fie dispuși și capabili să îl utilizeze în mod corespunzător și competent. Așadar, punctul de plecare al conectivității nu este reprezentat de instrumentele digitale, ci de factorii de decizie și de cetățenii din comunitatea rurală. Este esențial să se stimuleze motivația pentru implicare individuală, cooperare socială și/ sau activitate economică (aspect tratat și în secțiunea referitoare la inovarea socială). În acest context, instrumentele digitale pot contribui la consolidarea, dar și la aplicarea de noi strategii care să faciliteze dezvoltarea continuă.

Pentru a conchide, satele inteligente prezintă o serie de trăsături:

- Sunt centrate pe comunitatea rurală și pe cetățenii locali care preiau inițiativa pentru a identifica soluții practice de transformare a localității. O atenție deosebită este acordată echilibrării obiectivelor legate de echitate și eficiență.
- Presupun utilizarea tehnologiilor digitale doar în contexte potrivite – nu în funcție de tendințe. Satele inteligente adaptează tehnologiile digitale în folosul comunității locale.
- Necesită o abordare extinsă dincolo de hotarele satului. Numeroase inițiative existente implică așezări rurale din vecinătate, grupuri de sate, orașe mici și parteneriate cu alte orașe.
- Propun construirea unor noi forme de cooperare și parteneriat – între agricultori și alți actori rurali, între municipalități, între sectorul privat și societatea civilă, între abordările ascendente și cele descendente.
- Sunt bazate pe gândire critică și aplicată. Nu există modele standard sau soluții cu aplicabilitate generală. Proiectele de succes se construiesc pe resursele locale, profită de cele mai complexe cunoștințe disponibile și generează schimbare.

Resurse suplimentare:

- „Briefing Smart villages: Concept, issues and prospects for EU rural areas”, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689349/EPRS_BRI%282021%29689349_EN.pdf
- „Digital and Social Innovation in Rural Services”, https://ec.europa.eu/enrd/publications/cafrd-projects-brochure-digital-and-social-innovation-rural-services_en.html
- „Smart Villages - Concept, issues and prospects for EU rural areas”, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689349/EPRS_BRI%282021%29689349_EN.pdf

Când a apărut conceptul de „sat inteligent”?

La nivel global, originile conceptului de sat inteligent pot fi identificate la mijlocul deceniului trecut, având în vedere inițiativele dezvoltate în Africa, America Centrală și de Sud și Asia. În Uniunea Europeană, noțiunea de sat inteligent a apărut în 2016, odată cu elaborarea unui manifest în 10 puncte pentru îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale. Acesta a subliniat necesitatea de a echilibra decalajul digital dintre zonele rurale și cele urbane și de a valorifica potențialul conectivității și al digitalizării în comunitățile rurale.

În 2017, în materialul „Acțiunile UE pentru Sate Inteligente”, Comisia Europeană a prezentat mai multe domenii de politici și fonduri europene care promovează în mod activ conceptul – și măsurile planificate – adoptând o abordare integrată și holistică asupra obiectivelor propuse. Satele Inteligente au fost definite drept „acele comunități locale ce utilizează tehnologiile și inovațiile digitale în viața lor de zi cu zi, îmbunătățind calitatea acestora, standardele serviciilor publice și modul de utilizare a resurselor”.

2.2. Inovarea socială

Inovațiile sociale sunt practici sociale noi care își propun să satisfacă nevoile sociale într-o manieră superioară soluțiilor deja existente, rezultând din condițiile de muncă, educație, dezvoltarea comunității sau sănătate, de exemplu. Aceste practici sunt create cu scopul de a extinde și de a consolida societatea civilă.

Concepte-cheie în inovarea socială: factor de schimbare, design social, antreprenariat social, impact social/ impact colectiv, investiție socială/ investiție responsabilă din punct de vedere social.

O tendință pe care cetățenii au dezvoltat-o de multă vreme este de a aștepta totul de la guvernele sau autoritățile locale din comunitățile lor, plasând responsabilitatea pentru propriile vieți asupra unor forțe externe. Desigur, securitatea socială trebuie asigurată într-o țară democratică. Cu toate acestea, indivizii nu trebuie să uite că și ei pot genera dezvoltare și cooperare.

Astăzi se acordă un interes sporit inițiativelor ascendente (de jos în sus) care ameliorează viețile locuitorilor dintr-o comunitate. Zonele rurale pot beneficia, cu precădere, de pe urma cetățenilor activi care își doresc să producă o schimbare în direcția sustenabilității și care încearcă să construiască sate echipate pentru viitor. Fie că este vorba despre realizarea de produse regionale, despre crearea unor servicii și a unor rețele de comerț cooperative sau despre dezvoltarea unui sector turistic sustenabil și verde în anumite regiuni, oricare dintre aceste activități are potențialul de a transforma societățile rurale și de a le crește reziliența.

Parlamentul European definește inovațiile sociale drept „acele inovații care au un caracter social atât a nivel de scop, cât și de mijloace. Cu alte cuvinte, sunt acele inovații care produc o schimbare în bine și care consolidează capacitatea de acțiune a comunităților”.

Sectorul public joacă un rol extrem de important în promovarea și facilitarea inovației sociale, oferind un cadru comun pentru activitățile de inovare socială. Așadar, există și o componentă descendentă (de sus în jos) care facilitează inovarea socială și care susține inițiativa ascendentă. În același timp, sectorul public trebuie să recunoască nevoia de inovare socială și rolul său în dezvoltarea comunităților, dar și să se inoveze el însuși pentru a putea satisface solicitările publice și pentru a promova și facilita inovarea socială.

În cazul inovațiilor sociale, zonele și comunitățile rurale pot porni de la punctele forte pe care le au deja și de la noi oportunități generate de indivizi, pentru a aduce valoare adăugată nu doar în sens economic, ci și social. Rețelele noi și cele tradiționale trebuie consolidate prin intermediul tehnologiilor digitale ale comunicării, al inovării și al utilizării optime a cunoștințelor. Satele viitorului vor trebui să armonizeze perspective diferite pentru a găsi abordări strategice de promovare a satelor inteligente. Este important ca toate părțile implicate să fie conștiente de responsabilitățile lor în ceea ce privește inovarea socială și să construiască un cadru adecvat pentru aceasta.

Atunci când discutați despre inovare socială în comunitatea dumneavoastră, este util să vă răspundeți la o serie de întrebări: Sunteți implicat în comunitate? Sunt implicate și alte persoane de aceeași vârstă sau din grupul dumneavoastră socio-economic în viața comunității? Afacerea dumneavoastră sau alte afaceri din comunitate sunt construite într-o manieră sustenabilă? Este cooperarea un aspect important în satul dumneavoastră?

Ce pot face municipalitățile sau autoritățile regionale pentru a stimula inovarea socială?

1. Ascultarea activă a oamenilor – o mulțime poate fi mai creativă decât un factor de decizie singular.
2. Facilitarea oportunităților de schimb – de exemplu, adunări sătești, consilii cetățenești, implicarea profesioniștilor precum organizatorii proiectului Agenda 21.
3. Asigurarea unor spații (fără obligativitatea unei chirii sau a unei consumații) pentru întâlnirile comunității.
4. Invitarea cetățenilor la aceste întâlniri, în mod regulat.
5. Crearea unor „think tanks ale viitorului” și a unor echipe de lucru care să implementeze noi idei și viziuni.
6. Un element extrem de important este reprezentat de ascultarea vocii cetățenilor și de sprijinirea implementării ideilor. Dacă oamenii nu simt că ei și ideile lor sunt importante, nu vor mai fi motivați să contribuie în comunitate.
7. Sprijinirea ideilor inovative și identificarea modalităților de implementare a acestora, inclusiv la nivel de servicii comunitare.
8. Creșterea nivelului de satisfacție a cetățenilor și a calității vieții prin asigurarea unor oportunități variate.

Ce pot face indivizii pentru a stimula inovarea socială?

1. Informați-vă și aflați cât mai multe despre inovarea socială, beneficiile și principiile acesteia. Manualul de față este o resursă importantă în acest sens.
2. Diseminați informația și contribuiți la conștientizarea importanței inovării sociale.
3. Implicați-vă în activități de consolidare a comunității.
4. Veniți cu propriile idei, viziuni și atuuri.

5. Motivați-vă vecinii, prietenii și cunoscuții să se implice în comunitate.
6. Discutați cu alte persoane, faceți schimb de idei și cooperați pentru proiecte sau afaceri noi.
7. Încercați să identificați elementele de inovare socială deja existente în comunitatea sau regiunea dumneavoastră.

Provocări specifice inovării sociale

Dintr-o perspectivă socială, comunitățile și societățile sănătoase încorporează o varietate largă de medii profesionale, dar și o paletă diversă de grupuri de vârstă, incluzând toate generațiile într-o manieră echilibrată. Odată ce acest echilibru este perturbat, poate să apară migrația din zonele rurale către cele urbane, rezultând comunități rurale inactive și îmbătrânite, în care se va accentua și mai mult fenomenul de migrare. Pentru a preîntâmpina sau pentru a închide acest cerc vicios, structurile economice și sociale trebuie să fie caracterizate prin reziliență. Cercetările arată că procesele participative și inovațiile sociale consolidează societățile și, chiar dacă acestea din urmă necesită investiții de timp și resurse, impactul va fi unul pozitiv. În același timp, este de la sine înțeles faptul că autoritățile locale trebuie să ia în considerare vocea cetățenilor și să le asigure mecanisme de acțiune. În unele cazuri, acest lucru poate reprezenta o provocare, însă, în cele din urmă, întreaga comunitate va beneficia de condiții de trai mai bune și de un sentiment identitar mai puternic.

În ultimii ani, se fac presiuni crescute pentru eficientizarea utilizării resurselor publice (aflate în continuă scădere). Schimbările demografice accentuează nevoia de servicii, în timp ce resursele structurilor de servicii se diminuează. Drept urmare, infrastructura este depășită, iar zonele rurale continuă să se degradeze. Acest lucru face imposibilă menținerea unor niveluri acceptabile de bunăstare și vitalitate economică în comunitățile rurale. Astfel, inovarea socială ar avea potențialul de a adresa aceste provocări.

Desigur că guvernele, autoritățile locale și comunitățile au o serie de obligații și îndatoriri într-un stat social, însă cu cât indivizii reușesc să fie mai activi și mai responsabili pentru propria persoană, cu atât mai bine. Fără a se simți constrânși, ci mai degrabă sprijiniți și încurajați, cetățenii își vor îmbunătăți starea de spirit și de sănătate, odată ce vor începe să se implice.

Literatura de specialitate și rapoartele publicate scot în evidență faptul că persoanele cu vârsta de peste 50 de ani (care fac parte din grupul țintă al proiectului SMART VILLAGE) sunt adesea mult mai dezavantajați față de locuitorii medii din zonele rurale, având în vedere lipsa de competențe digitale și a spiritului antreprenorial ale acestora. Inovațiile sociale și antreprenoriatul social se adresează tuturor grupurilor sociale și includ toate categoriile de vârstă. Pentru cetățenii seniori, demararea unei noi inițiative de afaceri sau implicarea în sectorul turistic rural pot genera noi energii și prosperitate economică pentru indivizi și regiune

2.3. Economia circulară

După inovarea socială, economia circulară este cel de-al doilea principiu asupra căruia ne oprim atenția în acest manual. Dacă indivizii din comunitățile antice și din cele mai puțin dezvoltate duceau și încă duc o viață modestă, practicând principiile economiei circulare fără a fi conștienți de acest lucru, obiceiurile de producție și consum din Nordul Global au un caracter exhaustiv și reprezintă o amenințare ecologică. Dimensiunea economiei circulare trece dincolo de prevenirea și gestionarea deșeurilor, concentrându-se pe utilizarea eficientă a resurselor naturale și pe stimularea folosirii materiilor prime secundare.

Economia circulară este un concept economic legat de dezvoltarea durabilă și de economia verde, având o viziune mai extinsă față de cea din urmă. Într-adevăr, dincolo de simpla reducere a impactului ecologic al industriei și a cantității de deșeuri, scopul este de a produce bunuri și servicii prin dezvoltarea unui sistem de management sustenabil al materiilor prime și al surselor de energie. Cu alte cuvinte, obiectivul este de a face economia cât mai circulară cu putință, prin conceperea unor noi procese și soluții de optimizare a resurselor și a utilizării deșeurilor. Cu toate acestea, definiția economiei circulare rămâne deschisă dezbaterilor, neexistând o definiție unică și general acceptată, ceea ce lasă loc de interpretări. Toate definițiile recunosc, totuși, importanța designului, producției și consumului într-o manieră sustenabilă, ce vizează dimensiunea circulară a economiei, la nivel ecologic, economic și social.

Economia circulară se bazează pe șapte principii fundamentale: aprovizionare sustenabilă, design ecologic, ecologie industrială și teritorială, economia funcționalității, consumul responsabil, prelungirea duratei de viață a produsului, optimizarea prevenirii deșeurilor și reciclarea. Cel mai probabil, strămoșii noștri se foloseau de lucrurile lor pentru o vreme îndelungată, reparându-le și chiar dându-le altă utilitate. Perioadele de deficit economic au condus automat la o utilizare mai sustenabilă a produselor. Astăzi, condițiile economice sunt mai

bune, însă mediul înconjurător și clima nu mai pot face față presiunii create de comportamentele noastre de consum, de modul în care generăm deșeuri și de emisiile de gaze cu efect de seră. Informarea, activitățile de conștientizare și schimbarea voluntară a comportamentelor proprii vor contribui la salvarea planetei și a comunităților în care trăim.

Cum funcționează economia circulară?

Într-o economie circulară, produsele și materialele sunt valorizate pe cât se poate de mult. Această perspectivă contrastează cu modelul tradițional al economiei lineare, în care există un ciclu standard de producție, consum și eliminare. În practică, economia circulară minimizează deșeurile cu ajutorul reutilizării, al reparării, al reciclării și al schimbării destinației materialelor și produselor existente, în timp ce producția lineară epuizează resursele, produce bunuri cu o durată de viață scurtă și generează cantități mari de deșeuri.

Tranziția către o economie circulară reduce presiunea asupra mediului și securizează lanțul de aprovizionare cu materii prime. Competitivitatea crescută, inovarea, creșterea economică și apariția unor noi locuri de muncă la nivelul regiunilor și al comunităților derivă, de asemenea, din adoptarea unui model economic circular. Este necesar să se adreseze în mod direct provocările legate de finanțarea inițiativelor, dezvoltarea competențelor necesare, comportamentul consumatorilor, modelele de afaceri și structurile de guvernare la toate nivelurile, nu doar de către stakeholderii publici și de către cercetători, ci și de cetățenii interesați și capabili.



(Sursa: <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html>)

Dacă economia tradițională, lineară, se bazează pe materii prime extrase domestic sau importate, în economia circulară, materiile prime pot proveni din surse virgine sau secundare. Cantitatea de deșeuri este redusă semnificativ, acestea devenind la rândul lor o resursă.

Designul produselor poate contribui la o durată de viață mai mare, prin intermediul designului ecologic, care permite repararea ulterioară a acestora. Procesele de manufactură care utilizează mai puține resurse (precum energie, apă, teren și materiale) au un impact pozitiv asupra climei, a poluării mărilor și oceanelor și a biodiversității la nivel regional și global. De asemenea, riscurile asociate cu aprovizionarea de materii prime, cum ar fi volatilitatea prețurilor, disponibilitatea și dependența de importuri, se reduc prin utilizarea materiilor prime secundare. Implementarea aceleiași practici în producția metalului, a sticlei și a hârtiei poate reduce consumul de energie cu până la 90%, și poate diminua considerabil consumul de apă. În acest context, și antreprenorii locali pot profita de materiale de bună calitate de la furnizori locali, operând cu materii prime secundare și rute de transport scurte, ce aduc beneficii multiple la nivel de mediu și climă.

Produsele fabricate local nu pot, desigur, să concureze din punct de vedere al prețurilor cu cele fabricate în masă, ceea ce ar trebui, pe de altă parte, să conducă la dezvoltarea unor tipare de consum mai sustenabile și la minimizarea deșeurilor. Pentru a prelungi și a optimiza ciclul de viață a produselor, se poate avea în vedere trecerea de la un sistem de proprietate individuală la unul bazat pe închiriere, partajare sau abonament. De ce nu s-ar putea constitui un serviciu rural de închiriere pentru bunuri costisitoare sau mai rar folosite?

Durata de viață a produselor nu trebuie prelungită doar prin implementarea de schimbări la nivel industrial, pentru realizarea unei producții mai sustenabile. La scară mică, individuală sau comunitară, este necesar să se încurajeze reutilizarea, reciclarea și transformarea produselor, prin inițiative precum piețele sau magazinele second-hand, cafenelele care oferă și servicii de reparații sau atelierile artisanale creative, care realizează produse noi din deșeuri. Trebuie să avem în vedere faptul că deșeurile se generează atunci când un produs nu mai este util

sau necesar celui/ celor care îl posedă. Astfel de produse pot servi adesea drept materii prime secundare pentru alte persoane, care transformă produsele într-o manieră creativă, uneori chiar la rang de afacere.

Dat fiind faptul că ambalajele devin deșeuri aproape instantaneu, este necesar ca acestea să fie reduse drastic și înlocuite cu ambalaje reutilizabile de uz casnic. Chiar dacă producătorii de ambalaje, programele de reciclare și schemele de reutilizare pot aduce perspective contradictorii, este evident faptul că ambalajele de unică folosință trebuie eliminate. Dacă ar trebui să concepem un slogan în această direcție, ar fi „Mai puține deșeuri, mai multă creativitate”, pentru a identifica soluții prin care să se prelungească ciclul de viață al produselor sau prin care să se creeze noi produse din materiale vechi.

Nu în ultimul rând, clădirile abandonate pot servi drept spații inovative de afaceri, reducând consumul de materiale de construcții și de energie și optimizând utilizarea terenurilor.

Tranziția către o economie circulară va genera numeroase oportunități, însă este necesar să existe inițiative la toate nivelurile: atât ascendente, plecând de la cetățeni și comunități, cât și descendente, pornind de la guvernele naționale sau de la nivel european. Aceste inițiative vor reduce amprenta ecologică a Europei, vor crește competitivitatea economiei europene și vor îmbunătăți, în cele din urmă, nivelul de trai al cetățenilor. În cadrul conceptului de inovare socială, trebuie să înțelegem că suntem implicați cu toții în procesul de tranziție și că acesta trebuie să înceapă în propriile noastre sate și orașe. Dezvoltarea economiilor rurale va facilita o agricultură incluzivă și o consolidare a securității alimentare la nivel regional. În același timp, zonele rurale vor beneficia de mai multe locuri de muncă, iar vocea comunității va deveni mai puternică.

Informații suplimentare:

- Fluxul de materii prime:
<https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html#production-today>
- Stocurile de materii prime:
<https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html#material-stocks>
- Prelungirea duratei de viață a produselor:
<https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html#longer-lifetime>
- Economia colaborativă:
<https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html#sharing-economy>

2.4. Economia circulară și inovarea socială în turismul rural

Există posibilități variate prin care economia circulară și inovarea socială pot fi implementate în turismul rural. Prin adoptarea ciclurilor de producție circulară, a reciclării, convertirii și reutilizării, se creează noi locuri de muncă în regiunile și comunitățile rurale.

Vizitatorii și turiștii vor aprecia spiritul autentic al afacerilor locale, fie că oferă servicii sau produse. Turiștii sunt din ce în ce mai interesați de stilul de viață al oamenilor din alte părți ale țării, ale continentului sau ale lumii, iar produsele artizanale, peisajele naturale, patrimoniul cultural și activitățile locale sunt din ce în ce mai apreciate.

3. De ce contează inovarea socială și economia circulară pentru comunitatea dumneavoastră rurală?

Autoritățile și instituțiile din zonele rurale pot beneficia de pe urma aplicării conceptelor descrise în acest material. Doar câteva dintre sectoarele publice în care dezvoltarea rurală inovativă poate produce un impact pozitiv sunt: transporturile, furnizarea de apă și energie, eliminarea deșeurilor, sănătatea și serviciile sociale, educația, telecomunicațiile și serviciile poștale. În cazul acestor servicii, se recomandă să nu se aplice întru totul regulile și principiile comerciale, specifice pieței libere, deoarece accesul celor mai defavorizați ar fi considerabil restrâns. Aceste servicii trebuie asigurate la cele mai înalte standarde, fiind necesar să se supună controlului democratic al tuturor părților implicate, incluzând consumatorii, angajații și furnizorii de servicii din aceste sectoare esențiale.

Prin intermediul economiei circulare și al inovării sociale, se generează mai multe locuri de muncă în zonele rurale și, implicit, mai multe taxe care pot fi direcționate către îmbunătățirea serviciilor publice.

Puncte-cheie:

- Întreprinderile locale și naționale plătesc taxe la bugetul local și/ sau național, în timp ce companiile mari eludează adesea acest lucru;
- Se creează o comunitate mai solidă, prin intermediul colaborării și se stimulează creșterea populației (sau se stopează fenomenul de scădere a populației);
- Creșterea numărului de afaceri locale contribuie la dezvoltarea infrastructurii, a serviciilor și a ofertelor de produse locale, îmbunătățind calitatea vieții localnicilor. Oamenii vor fi motivați să vină/ să rămână în comunitate, în loc să migreze către zonele urbane.

Inovarea socială și economia circulară pot crea o adevărată buclă de dezvoltare, atunci când indivizii din comunitate concep diverse inițiative, le implementează și se implică.

Lanțul valoric al producției încorporează toate activitățile necesare pentru a crea un produs sau serviciu. În cazul companiilor care produc bunuri, lanțul valoric include etapele de concepție și distribuție ale produsului, dar și pe cele care se află între acestea, precum procurarea materiilor prime, funcțiile de producție și activitățile de marketing. Cu cât mai multe activități de acest tip sunt întreprinse într-o comunitate rurală, cu atât mai bine!

Bunurile produse local consolidează lanțul valoric al producției locale. Există o serie de avantaje care derivă din producția și ofertele de servicii locale:

- produsele cu arome și specific local sunt foarte atractive;
- produsele de înaltă calitate, realizate de furnizori locali, reiterează ideea de produse durabile și de reducere a deșeurilor;
- afacerile locale folosesc, în mod ideal, materii brute sau materii secundare locale, de la furnizori locali;
- produsele speciale, unice sunt de interes pentru turiști și vizitatori;
- patrimoniul cultural devine parte a produselor și, în același timp, este conservat;
- se pot concepe noi produse prin intermediul unor abordări inovative, precum economia circulară, ce pot facilita dezvoltarea culturală;
- resursele financiare rămân în comunitate și se creează noi locuri de muncă.

Antreprenoriatul reprezintă un element fundamental pentru o economie locală dinamică. Prin risc și inițiativă, managerul sau fondatorul unei afaceri încearcă să obțină profit – pentru sine, pentru angajați - și, în mod ideal, urmărește să asigure o viață mai bună pentru toate părțile implicate și interesate.

Poate că ați fost în postura de angajat de-a lungul vieții și v-ați dorit întotdeauna să puneți bazele propriei afaceri și să fiți propriul dumneavoastră șef. Iată câteva motive pentru care vă încurajăm să faceți acest lucru:

- întreprinderile locale creează mai multe locuri de muncă în comunitățile rurale decât corporațiile internaționale;
- demarând propria afacere, nu asigurați un loc de muncă doar pentru dumneavoastră, ci și pentru potențialii dumneavoastră angajați sau parteneri de afaceri;
- aveți posibilitatea de a vă construi afacerea pe baza a ceea ce știți și ce vă place cel mai mult să faceți, fiind propriul dumneavoastră șef;
- tranzacțiile regionale (fie că est vorba de tranzacții financiare efective sau de vouchere) cresc valoarea în cadrul regiunii.

Prin introducerea inovațiilor sociale, comunitatea dumneavoastră va fi revitalizată și își va consolida sentimentul de identitate. Satul dumneavoastră va putea să își dezvolte caracterul unic (pe care să-l releve și vizitatorilor) și un stil de viață dinamic. Nu uitați, de asemenea, că o mulțime poate genera viziuni și soluții de viitor mai bune decât factorii de decizie și actorii individuali. Fiecare persoană care participă la cristalizarea unei noi direcții și imagini a satului este importantă.

Locurile de muncă pe care dumneavoastră și partenerii sau asociații dumneavoastră le creați în zonele rurale aduc beneficii economice mult mai însemnate față de cele create de întreprinderile internaționale. Inovarea socială va contribui la consolidarea sentimentului de comunitate, va da indivizilor posibilitatea de a crea locul în care își doresc să trăiască, va reduce dependența de marile corporații și de ajutoarele de stat și va conduce la o autodeterminare ridicată.

Comunitățile rurale nu pot exista în absența unor servicii publice adecvate, care să satisfacă nevoile rezidenților. Accesul la aceste servicii este critic pentru bunăstarea locuitorilor și pentru reziliența socială și economică a comunităților. Crearea unor piețe de servicii publice poate reprezenta o variantă potrivită. Unele îndatoriri ale autorităților publice, precum curățarea zăpezii, de pildă, pot fi realizate mult mai eficient de către un fermier (care dispune și de utilaje) decât de autorități. Într-o manieră similară, localnicii pot oferi servicii mai bune de îngrijire pentru vârstnici și persoane cu dizabilități decât angajații agențiilor de îngrijire, care trebuie să parcurgă distanțe lungi.

Emergența locațiilor de tip hub, în care sunt oferite servicii și produse diverse, reprezintă un pas eficient pentru viitorul așezărilor rurale. Huburile pot asigura servicii de retail elementare prin conectarea lor cu alte servicii sau prin sprijinirea antreprenorilor aspiranți de toate vârstele, care doresc să își dezvolte o nouă idee de afaceri. Aceste inițiative pot apărea spontan, atunci când un magazin sau întreprindere locală decide să desfășoare activități suplimentare, dar și când structurile locale de planificare caută soluții prin care să susțină serviciile din zonele slab populate. Afaceri anterior autonome ar putea să își reducă dimensiunile sau chiar să dispară în absența unor eforturi cooperative care să le susțină, fie că este vorba despre entități comerciale private sau despre servicii publice. Pentru informații suplimentare și exemple de bune practici, [brosura](#) Fondului European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR) reprezintă un instrument util.

3.1. Rolul satului dumneavoastră în regiune

Pentru a putea analiza și aprecia rolul satului dumneavoastră în regiunea în care acesta este localizat, vă recomandăm să consultați setul de instrumente dezvoltate prin proiectul SMART VILLAGE. Încercați să porniți analiza cu următoarele întrebări:

- Sunt prezente inovarea socială și economia circulară în comunitate?
- Dacă răspunsul este da, în ce sectoare și în ce măsură?

Identificați potențiale domenii de aplicare pentru ambele concepte.

3.2. Satul și stilul dumneavoastră de viață în contextul global

Fie că este vorba despre întreprinderi private, despre servicii publice sau activități de management public, despre societate sau indivizi, toată lumea beneficiază în urma inovării sociale. Având în vedere faptul că participarea comunității ar trebui să fie ridicată în luarea oricărei decizii, este de așteptat ca și gradul de acceptare să crească. Motivația indivizilor de a contribui din punct de vedere social și economic la crearea unei comunități dinamice și prospere crește atunci când aceștia se simt ascultați, văzuți și sprijiniți în eforturile lor de autorități.

Dacă ați simți că puteți aduce o schimbare în comunitatea dumneavoastră, că puteți contribui la protejarea mediului și că ați putea beneficia la nivel personal și financiar de pe urma activității dumneavoastră, nu v-ați dori să vă transpuneți ideea în practică? Omenirea are nevoie de activități și produse semnificative, sustenabile și asumate care să stimuleze conectarea dintre indivizi și aprecierea valorilor, atât la nivel regional, cât și global. Lumea poate fi schimbată cu pași mici și începând de la scară mică, în propriile localități. Schimbarea nu se produce (doar) în alte părți ale lumii, deoarece lumea este formată din fiecare dintre noi.

3.3. De ce ar trebui să vă implicați?

Aveți interese sau abilități particulare? V-ați retras din activitate, dar v-ați dori să vă implicați în continuare în viața socială și economică a comunității? Aveți peste 50 de ani și vă este dificil să găsiți un loc de muncă? Doriți să vă conectați cu o comunitate mai extinsă, să cunoașteți persoane noi și să împărtășiți cu acestea cunoștințele și

talentele dumneavoastră? Doriți să contribuiți la dezvoltarea infrastructurii din zona dumneavoastră? Faceți următorul pas și puneți bazele propriei dumneavoastră afaceri.

Sunteți un expert în regiunea dumneavoastră. Împărtășiți informația și valorile pe care le aveți cu vizitatorii și turiștii cu care interacționați. Iar dacă nu știți deocamdată cum vă puteți implica, vă recomandăm să utilizați instrumentul nostru de analiză a potențialului.

3.4. Care este potențialul dumneavoastră de implicare în turismul rural și economia circulară?

Dacă aveți deja o idee de afaceri, puteți trece peste secțiunea următoare. În caz contrar, întrebările următoare vă pot ajuta să descoperiți modalitățile prin care vă puteți implica în comunitate. În primul rând, este necesar să vă cunoașteți potențialul. Utilizați analiza SWOT pentru a obține o imagine de ansamblu asupra modului în care funcționați dumneavoastră și mediul dumneavoastră în acest moment. Acest lucru vă va ajuta să luați cele mai bune decizii de viitor. Gândiți-vă la multiple posibilități de afaceri, pentru a vă lărgi perspectiva și a înțelege că nu există o „cale unică”, ci nenumărate variante.

Aceste întrebări vă pot ajuta să vă descoperiți ariile de interes:

- Ce vă place cu adevărat să faceți?
- La ce excelați?
- Dintre răspunsurile la întrebările anterioare, care ar putea reprezenta o idee de afaceri care să încorporeze principiile economiei circulare și inovarea socială?
- Resursele de care aveți nevoie sunt disponibile în regiune? Se respectă abordarea privind economia circulară? Dacă nu, identificați modalități prin care să implementați această abordare.
- Ce alți parteneri/ asociați/ terți vă sunt necesari/ vă doriți pentru afacerea dumneavoastră?
- Care sunt cei care ar putea fi interesați de produsele sau serviciile dumneavoastră? Cum/ unde vă puteți promova ideea sau afacerea către grupul dumneavoastră țintă?
- Cum veți monitoriza și măsura resursele/ succesele/ beneficiile sociale specifice unui sat inteligent?

După ce ați răspuns la aceste întrebări, selectați ideea care vă convinge cel mai mult și aplicați analiza SWOT. Acest pas vă va ajuta să identificați factorii interni și externi care vă pot ajuta sau amenința viziunea. Puteți aplica această analiză pentru cât de multe idei doriți.



Odată ce ați finalizat această analiză SWOT, veți avea o imagine clară asupra punctelor dumneavoastră forte, dar și asupra factorilor externi care vă avantajează sau vă pun în pericol ideile și viziunea. Dumneavoastră veți decide care este potențialul afacerii dumneavoastră și care vă sunt condițiile favorabile.

Aceștia pot fi primii pași în direcția propriei dumneavoastră afaceri în domeniul turismului rural. Pentru a demonstra impactul economiei circulare și al inovației sociale în practică, următoarea secțiune cuprinde o serie de exemple de bune practici ale unor întreprinderi din întreaga Europă. Vă invităm să le parcurgeți și să vă lăsați inspirați de inițiativele acestora.

Ionela Lungu – artist ceramic

<http://ionelalungu.ro>

Membră a Asociației Meșterilor Populari din Moldova încă din 2006, Ionela Lungu este un artist ceramic care se bucură de o recunoaștere largă atât în România, cât și în afara granițelor țării. Activitatea sa creativă – materializată în numeroase participări și expoziții în cadrul târgurilor artisanale și de turism – se împletește de mulți ani cu dezideratul de a-i introduce pe cei mici în arta pe care o stăpânește cu atâta măiestrie. Volubilă în esență și cu o creativitate deosebită, Ionela Lungu iubește să lucreze cu micii săi ucenici, primind și dăruind energie, în același timp.

Ionela Lungu a pus bazele unei colaborări cu Școala Populară de Arte din Piatra-Neamț, în cadrul Centrului pentru Cultură și Arte „Carmen Saeculare”, cu scopul de a ajunge la cât mai multe școli din zona Târgu Neamț.

Despre meșteșugul său, Ionela Lungu afirmă: „Deoarece activitatea mea constă în modelarea lutului, în special a figurinelor inspirate din universul lui Ion Creangă, în cadrul atelierelor mă concentrez cu precădere pe modelarea acestora, dar nu numai. De fiecare dată aloc timp pentru a discuta cu copiii despre costumele noastre populare și despre cum se fac opincile, măștile tradiționale sau broderiile de pe țesături”.

Pe Ionela Lungu o puteți găsi zi de zi imersată în meșteșugul său sau discutând într-un cadru organizat (sau nu) cu studenții săi și nu numai. În școli, la atelierelor sale sau oriunde s-ar afla, este mereu pregătită să vorbească despre fascinantul meșteșug al ceramicii și olăritului. „Lucrul cu copiii îmi este foarte aproape de suflet, pentru că îmi oferă șansa de a le transmite ceea ce știu despre tradiții și folclor, într-o lume în care suntem mereu grăbiți și pe fugă”, mărturisește ea.

Pe lângă activitatea sa artistică, Ionela Lungu se ocupă de blogul Povești de pe Ozana (<http://ionelalungu.ro>), are o pasiune pentru fotografie și este o soție și o femeie împlinită.

Exemplul Ioanei Lungu ilustrează o serie de aspecte și principii specifice economiei circulare și inovării sociale:

- ✓ utilizarea materialelor locale și valorificarea patrimoniului;
- ✓ cooperarea intersectorială (educație și învățământ, turism, patrimoniu local);
- ✓ promovarea proceselor și a produselor tradiționale;
- ✓ eliminarea deșeurilor, în scopul conservării resurselor naturale și al reducerii poluării rezultate în urma proceselor de extracție, manufactură și înlăturare;
- ✓ eliminarea substanțelor dăunătoare;
- ✓ prezență digitală și promovare online.

Maria Bidian – Punct Gastronomic Local

www.mariabidian.birgau-calimani.ro

www.facebook.com/maria.bidean.pgl

Tradiția și excelența sunt caracteristicile care definesc acest punct gastronomic. Gustul inconfundabil al mâncărilor tradiționale, gătite cu dragoste, din ingrediente „curate” și sănătoase, cultivate cu grijă în gospodăria proprie sau în cele ale producătorilor naționali sunt elementele care o ajută pe Maria Bidian să umple masa vizitatorilor cu delicatose scoase din cărțile de bucate ale strămoșilor.

Povestea acestui Punct Gastronomic Local, care oferă bunătați de la Poarta Transilvaniei, a început cu multă vreme în urmă, odată cu poveștile bunicilor și străbunicilor, care au transmis către generațiile următoare dragostea pentru frumusețile locului, pentru tradiții, localnici și pentru munca pământului, dar și respectul pentru pâinea și sarea cu care oaspeții sunt întâmpinați atunci când calcă pragul acestei locații.

Pentru Maria Bidian sau, așa cum este cunoscută de oaspeții săi, Mica Maria, a împleti bucatele după rețetele vechi ale bunicilor e atât o binecuvântată bucurie, cât și un mod de a le cinsti memoria, de a le mărturisi viața și felul în care au trăit-o. Astfel s-a născut un loc care ne invită să nu ne uităm rădăcinile, istoria, tradițiile și poveștile.

Acest studiu de caz ilustrează o serie de aspecte și principii specifice economiei circulare și inovării sociale:

- ✓ utilizarea materialelor locale și valorificarea patrimoniului;
- ✓ cooperarea intersectorială (educație și învățământ, turism, patrimoniu local);
- ✓ promovarea proceselor și a produselor tradiționale;
- ✓ eliminarea deșeurilor, în scopul conservării resurselor naturale și al reducerii poluării rezultate în urma proceselor de extracție, manufactură și înlăturare;
- ✓ eliminarea substanțelor dăunătoare;
- ✓ prezență digitală și promovare online.

Muzeul Popa

www.muzeulpopa.ro

www.facebook.com/Casa-POPA-Tarpesti-216239725069919

Muzeul Popa din Târpești a devenit, de-a lungul anilor, un spațiu creativ și de expoziție, înființat de creatorul popular Neculai Popa. În același timp, locația a devenit o destinație populară printre turiștii din țară și din străinătate care ajung în ținutul Neamțului. Pe lângă sculpturile naive realizate de Neculai Popa și de măștile tradiționale țesute de către soția sa, Elena Popa, vizitatorii pot admira o expoziție impresionantă de picturi naive românești, dar și o colecție privată accesibilă publicului, ce conține exponate etnografice, arheologice, numismatice și religioase. Muzeul găzduiește diverse ateliere artistice – de sculptură, ceramică și pictură – și deține și o structură de cazare.

Pasiunea lui Neculai Popa pentru arta folclorică a început încă din tinerețea sa. Îndrăgostit de lumea tradițională a satului și conștient de impactul procesului de modernizare accelerată specific celei de-a doua părți a secolului al XX-lea, Neculai Popa începe să colecționeze diverse obiecte, din zonele rurale și nu numai, cu scopul de a menține viu spiritul unor vremuri ajunse deja la apus.

Curtea casei Popa s-a transformat încă de la începutul anilor '70 într-un muzeu în aer liber, care include creații proprii din lemn și piatră, dimensiunile acestora variind de la 1 la 2,5 m. Accesul se face printr-o poartă monumentală, sculptată în lemn de stejar, ce simbolizează arborele genealogic al familiei și include în jur de 23 de figuri umane.

Exemplul Muzeului Popa ilustrează o serie de aspecte și principii specifice economiei circulare și inovării sociale:

- ✓ utilizarea materialelor locale și valorificarea patrimoniului;
- ✓ cooperarea intersectorială (educație și învățământ, turism, patrimoniu local);
- ✓ promovarea proceselor și a produselor tradiționale;
- ✓ eliminarea deșeurilor, în scopul conservării resurselor naturale și al reducerii poluării rezultate în urma proceselor de extracție, manufactură și înlăturare;
- ✓ eliminarea substanțelor dăunătoare;
- ✓ prezență digitală și promovare online.

Fântâna de vin Marezige – vin cu priveliște

www.vinska-fontana.si/en

www.facebook.com/fontana.marezige

Fântâna de vin Marezige este prima locație de acest fel din Slovenia, fiind localizată în satul Marezige, pe dealurile de la malul mării, oferindu-le iubitorilor de vinuri și gurmanzilor o priveliște de neuitat asupra coastei slovene. Într-o experiență unică și de neuitat, vizitatorii se pot bucura de o fântână deschisă, cu autoservire, cu vinuri aduse din pivnițele locale și de la crama Vinakoper. Bucătăria istrieană este o altă componentă importantă a acestei afaceri, turiștii având și posibilitatea de a achiziționa delicatese locale din magazinul locației, precum trufe, ciocolată, sare de mare, măslina, marmelade sau sticle de vin.

Fântâna cu autoservire este amplasată în exterior, în apropierea magazinului. Aceasta oferă patru sortimente diferite de vin – Chardonnay, Malvasia, Refošk (acestea 3 fiind produse de Vinakoper) și vinul câștigător al competiției anuale, care este disponibil începând cu luna august și până la finalul următoarei competiții. Altfel spus, fântâna oferă trei sortimente constante și un sortiment care se schimbă în fiecare an, pentru a le oferi și altor producători de vinuri oportunitatea de a concura și de a-și promova cramele.

Vizitatorii pot alege între două pachete. Primul este potrivit pentru indivizi și conține un pahar de vin, o sacoșă și 3 jetoane pentru fântâna de vin. Cel de-al doilea pachet este recomandat pentru grupurile de până la 20 de persoane și conține pahare de vin, sacoșe și o listă a celor mai buni 15 producători de vin din regiunea slovenă Istria.

Fântâna se află la o distanță de aproximativ 20 de minute de mers cu mașina față de orașul de coastă Koper. Vizitatorii pot ajunge în locație cu autoturismele proprii sau cu autobuzul dedicat – un alt element specific al acestei afaceri. Acesta din urmă îi poartă pe oaspeți prin zonele de vie ale Istriei și până la fântâna de vin Marezige, cu vederea sa panoramică. Turiștii pot opta și în cazul autobuzului pentru diverse pachete. Primul include o vizită la pivnița de vinuri Vinakoper, o plimbare cu autobuzul american de epocă de-a lungul traseului viticol și o vizită la fântâna de vin Marezige, cu o degustare a vinurilor și brânzeturilor istriene. Al doilea conține un tur al orașului Koper, cu opriri în centrul vechi și la muzeul Tomos, o plimbare pe ruta măslinilor, cu o oprire la moara de ulei Babič și, bineînțeles, o vizită la fântâna de vin, cu degustările deja menționate. Autobuzul îi poartă pe vizitatori pe întreg traseul, de la punctul de plecare și până la cel final. Există și posibilitatea de personalizare a turului, vizitatorii putând alege dintre opțiunile prezentate pe site-ul oficial al Fântâniei de vin Marezige.

În locație există și un restaurant numit Karjola, în care turiștii pot încerca bucate tradiționale cu accente moderne. Exteriorul reflectă atât stilul arhitectural specific regiunii, cât și inflexiunile modernității, într-o atmosferă caldă. Destinația este potrivită pentru o varietate de ocazii – de la mese informale, la prânzuri de afaceri și chiar la nunți de neuitat.

Fântâna de vin Marezige acordă o atenție deosebită sustenabilității în activitățile sale, prin:

- ✓ utilizarea și valorificarea resurselor locale (vinuri de la crama Vinakoper și alți producători locali);
- ✓ extinderea afacerii în diverse sectoare (fântâna de vin ca atracție turistică, magazinul cu produse locale, restaurantul Karjola și turul cu autobuzul);
- ✓ vânzarea produselor locale.

Fântâna Aurului Verde

www.beerfountain.eu/en

www.facebook.com/pages/Pivska%20Fontana%20%C5%BDalec/1390544170959905

Fântâna Aurului Verde sau Fântâna de bere este un tribut adus câmpurilor de hamei din Žalec și din Valea Savinja, aceste zone reprezentând nucleul industriei de cultivare a hameiului din Slovenia. Locația este rezultatul eforturilor armonizate dintre municipalitatea orașului Žalec, antreprenorii locali și Centrul pentru Dezvoltarea Culturii, Sportului și Turismului al Municipalității Žalec.

Fântâna de bere este situată în Valea Inferioară a râului Savinja, cunoscută drept Valea Aurului Verde, datorită tradiției îndelungate de cultivare a hameiului din zonă, „dezvoltate de-a lungul unui secol și jumătate. În unele locuri, această tradiție a supraviețuit, dar în altele a devenit doar o amintire. Mai există încă unelte, obiceiuri și tradiții care amintesc în continuare de acest patrimoniu”.

Ca produs turistic, fântâna de bere se bazează pe patrimoniul cultural și natural al zonei locale, pe care îl promovează către generațiile prezente și viitoare. În fiecare an, între lunile aprilie și octombrie, vizitatori din întreaga lume vin să experimenteze gusturile unice ale berilor locale. Toate sortimentele de bere sunt realizate doar din culturi locale de hamei, fapt care contribuie la promovarea și sprijinirea berărilor mici.

Fântâna este înconjurată de panouri de informare turistică, ce descriu tradiția cultivării hameiului, și situată în parcul central din inima orașului, în apropierea pieței locale. Fântâna a atras mii de turiști în Žalec și în Valea Inferioară a râului Savinja, încă de la deschiderea sa, din 2017 și a contribuit la popularizarea altor atracții turistice din zonă, precum restaurante, baruri sau cafenele locale. Fântâna de bere este completată de un magazin de suveniruri, aflat în imediata apropiere.

La Fântâna Aurului Verde, turiștii pot degusta sortimente variate de bere, își pot achiziționa suveniruri, pot participa la diverse tururi și se pot bucura de produse alimentare și bunătățile produse în fermele locale. Acest model de afaceri prezintă o serie de caracteristici specifice:

- Fântâna Aurului Verde este operată de Centrul pentru Dezvoltarea Culturii, Sportului și Turismului al Municipality Žalec. Dat fiind faptul că Centrul este un organism public ce oferă, în principal, servicii turistice publice, Fântâna de bere se numără printre inițiativele sale orientate spre profit. Trebuie menționat faptul că Centrul gestionează multiple sectoare, iar Fântâna este doar unul dintre obiectivele pe care le coordonează, aspect care implică și anumite riscuri.
 - Fântâna Aurului Verde este localizată într-o zonă rurală.
 - Este parte integrantă a brandului Green Gold (tr. Aurul Verde).
 - Obiectivul este completat de alte produse turistice și inițiative locale: trasee de ciclism printre câmpurile de hamei, Dežela Celjska (tr. Castelul din Celje) și brandul Green Gold.
 - Se bazează pe tradiția cultivării hameiului și a producției de bere, conservând patrimoniul cultural al zonei.
 - Inițiativa promovează produsele și serviciile locale.
- În ceea ce privește aspectele legate de sustenabilitate, Fântâna Aurului Verde se remarcă prin:
- ✓ utilizarea resurselor locale (în acest caz, hameiul);
 - ✓ cooperarea cu furnizorii locali (restaurante, cafenele, societăți turistice etc.);
 - ✓ comercializarea produselor locale.

Bee Diversity – sprijinirea biodiversității prin monitorizarea albinelor

www.ita-slo.eu/en/bee-diversity

Bee Diversity este un proiect dezvoltat în cadrul programului transfrontalier Interreg, de către 5 parteneri din Slovenia și Italia. Scopul principal al proiectului este de a proteja biodiversitatea printr-un management inovativ al ecosistemului și prin monitorizarea polenizatorilor. Proiectul a demarat în februarie 2020, fiind finalizat în august 2022.

Proiectul a vizat implementarea acestui sistem inovativ într-un areal de aproximativ 8000 de hectare, situat între Slovenia și Italia. Zonele-țintă au fost reprezentate de situri Natura 2000, acestea fiind protejate prin lege și urmărind conservarea biodiversității pentru generațiile viitoare. Cu ajutorul tehnologiilor informației și ale comunicației și al polenizatorilor (mai specific, al albinelor), s-a simplificat procesul de monitorizare a ecosistemelor, partenerii putând observa mult mai rapid starea zonelor studiate. Prin intermediul unei aplicații, datele oferite de polenizatori au fost colectate și gestionate, oferind experților și publicului larg recomandări de măsuri viitoare și conștientizând problematica biodiversității.

Pentru colectarea datelor, albinele au fost conectate cu un sistem TIC, iar colectarea și monitorizarea datelor s-au făcut cu ajutorul unor „stupi inteligenți” (Smart Hive), în cadrul cărora s-au observat îndeaproape comportamentul și starea albinelor. La nivelul vegetației, polenizatorii au un rol crucial, contribuind la conservarea acesteia. Agricultorii reprezintă o altă categorie direct interesată de integritatea florei, astfel că aceștia au utilizat stupii inteligenți și au adus o contribuție importantă în cadrul proiectului. Alături de aceștia, apicultorii locali și alți stakeholderi din zonă au contribuit la colectarea datelor. În primăvara anului 2021, echipa de proiect a început să colecteze date despre flora din proximitatea stupilor inteligenți amplasați în regiunile pilot din Gorenjska, Slovenia.

Aplicația germană Flora Incognita, care realizează recunoașterea și identificarea speciilor de plante, a fost utilizată pentru strângerea datelor. Restaurarea biodiversității vegetale este crucială pentru asigurarea sănătății mediului, iar părțile implicate în proiect au urmărit dezvoltarea unui model care să poată fi replicat și implementat și în alte state și regiuni din Europa și ale cărui rezultate să contribuie la salvagardarea și promovarea resurselor naturale la scară globală.

Din perspectiva sustenabilității, proiectul Bee Diversity se evidențiază prin:

- ✓ conservarea mediului cu ajutorul inovațiilor tehnologice;
- ✓ utilizarea analizei pentru a prezerva natura și pentru a facilita refacerea autonomă a acesteia;

- ✓ asigurarea sănătății polenizatorilor, având în vedere rolul lor în supraviețuirea speciei umane;
- ✓ posibilitatea replicării la scară globală.

Tabăra „Ferma Soarelui”

www.sunfarmcamp.eu

www.facebook.com/sunfarmcamp

Tabăra „Ferma Soarelui” (sau Sun Farm Camp) este amplasată în satul Tankovo din zona estică a Munților Rodopi din Bulgaria. Ferma reprezintă baza de activități sportive și recreative ale asociației „Нови перспективи за развитие” (tr. Noi Perspective de Dezvoltare), a cărei viziune centrală este aceea că tinerii reprezintă viitorul Bulgariei. Învățarea non-formală, sporturile în aer liber și voluntariatul sunt doar câteva dintre inițiativele prin care coordonatorii fermei încearcă să îi transforme pe tineri în ambadori ai viitorului.

Sesiunile de vară sunt organizate pentru copii, iar tematicile principale sunt reprezentate de tradițiile bulgare, agricultura organică, protejarea naturii și sporturile în aer liber. Copiii participă în mod activ la viața fermei și a satului. Taberele de vară organizate în această locație se bazează pe conceptul de „reîntoarcere în sat”, scopul fiind de a crea o conexiune puternică cu pământurile și satele Bulgariei încă din copilărie. Prin metoda învățării empatică, copiii își conștientizează apartenența la marea familie bulgară și se familiarizează îndeaproape cu tradițiile și cultura autohtone. „Reîntoarcerea în sat” reprezintă o imersiune în idilicul stil de viață rural și o participare activă în activitățile agricole de zi cu zi. „Reîntoarcerea” este, în egală măsură, și la natură, copii înțelegând că oamenii sunt parte din natură și orice activitate umană – pornind de la aruncarea gunoiului și până la smulgerea ramurilor din copaci – lasă urme.

În același timp, locația funcționează și ca fermă de iepuri, conservând aspectul autentic al fermei de la începutul secolului al XX-lea. Piatra, lemnul și paie sunt materialele folosite pentru restaurarea proprietății, cu scopul de a menține legătura cu natura. Impulsul de a atinge maximul de eficiență și sustenabilitate a insuflat o nouă viață obiectelor vechi, transformând uneltele, hainele și cărțile uitate într-o sursă de noi cunoștințe. Acoperișul este realizat din țigla turcească, adunată de la casele vechi și din curțile abandonate ale satului. Lutul și paie se numără printre principalele materiale cu care copiii lucrează în timpul activităților creative, reiterând ideea proprietăților neprețuite ale construcțiilor ecologice și a calității vieții pe care acestea o oferă. Ferma păstrează uneltele vechi, prezente în viața bulgarilor la început de secol XX și chiar anterior.

La Ferma Soarelui, copiii învață ce este un război de țesut și cum se folosește, ce sunt secera și palamarca și cum se cosește iarba cu o coasă din vechime. La finalul sesiunilor de primăvară și de vară, toți participanții știu de unde vine laptele și cum se strânge mierea, unde cresc roșiile, cum trăiesc iepurii și cum funcționează acest ecosistem. Reîntoarcerea în sat include, de asemenea, și parcurgerea basmelor proiectate pe un ecran mare, schimbarea costumației și recrearea unor picturi „din vremuri apuse”, dar și jocuri în aer liber, interacțiuni cu animalele și plimbări cu trăsura.

Pe lângă animale, spații de recreere și o pajiște dedicată jocurilor copiilor, Ferma Soarelui dispune și de o bibliotecă, un colț tradițional și de aventură și o zonă separată de camping.

Ferma Soarelui se remarcă prin:

- ✓ intersecția dintre turismul rural și cel ecologic;
- ✓ construcție ecologică – la restaurarea clădirii s-au folosit materiale naturale;
- ✓ extinderea duratei de viață a unor obiecte vechi și reutilizarea uneltelor uitate;
- ✓ diversitatea activităților și educarea cu privire la viața de zi cu zi a localnicilor.

Baba Residence

<https://ideasfactorybg.org/baba-residence/?lang=en>

www.facebook.com/BabaResidence

Baba Residence este o inițiativă marca Ideas Factory care conectează tinerii din zonele urbane cu seniorii din diverse sate bulgare. Participanții, sau rezidenții, locuiesc în reședințele rurale ale seniorilor timp de o lună. În urma interacțiunii dintre aceștia, se generează anumite produse, servicii și inițiative bazate pe cunoștințele locale și care răspund la nevoile specifice ale sătenilor.

Ediția-pilot a acestei inițiative a avut loc în vara anului 2015, în 4 sate din Munții Rodopi: Dryanovo, Dzhurkovo, Manastir și Yugovo. În baza feedbackului primit de la locuitorii satelor care au participat în proiect și de la susținătorii acestuia, Baba Residence s-a dovedit a fi o punte mult așteptată între orașe și sate, între tineretul urban și sătenii în vârstă.

Relația construită între rezidenți și seniori pune bazele unei rețele de sprijin reciproc și colaborare pe termen lung. Fiecare așezare își păstrează specificul, farmecul și tradițiile sub forma broderiilor, a meșteșugurilor și a poveștilor personale și comunitare. Inițiativa Baba Residence creează condițiile necesare pentru conservarea folclorului și a cunoștințelor locale și transformarea acestora de către tinerii întreprinzători în produse, servicii și evenimente utile satului.

Cum funcționează această inițiativă? Primul pas este reprezentat de selectarea participanților care vor trăi în sat timp de o lună. După selecție, rezidenții trec printr-un proces de instruire în Design Thinking (metodologie de inovare și dezvoltare a produselor, serviciilor și proceselor, orientată spre beneficiari), lucrul cu comunitățile, cercetare etnologică și economie locală, lucrând în echipă și generând soluții.

Următoarea etapă constă în întâlnirea dintre tinerii din mediul urban și seniorii care îi găzduiesc și alături de care vor locui pentru o lună. Pe parcursul acestei perioade, rezidenții își vor folosi experiența și cunoștințele acumulate în cadrul instruirii pentru a învăța despre nevoile comunității locale și a documenta folclorul local, începând să lucreze la propriile idei socio-antreprenoriale pentru a-și ajuta gazdele.

Odată ce tinerii și seniorii au căzut de acord asupra lucrurilor pe care le vor implementate în sat, urmează să le transforme în realitate. Participanții intră în Incubatorul de Inovații Sociale pentru a găsi mentoratul necesare în vederea implementării ideilor lor pe termen lung.

Exemplul Baba Residence ilustrează o serie de aspecte și principii specifice economiei circulare și inovării sociale:

- ✓ un nou model socio-antreprenorial inovator;
- ✓ consolidarea și sprijinirea comunității rurale;
- ✓ implicarea tinerilor în această inițiativă facilitează crearea unei rețele de solidaritate stabile, înțelegerea și asistența reciprocă, dar și reconfigurarea patrimoniului cultural;
- ✓ o nouă dimensiune a relațiilor interumane, bazată pe schimbul de experiență dintre generații, dintre sectorul rural și cel urban, precum și pe acumularea de noi abilități și competențe;
- ✓ dezvoltarea unor noi idei, plecând de la tradițiile locale și luând în calcul elementul de modernitate.

Biroul din pădure

www.coworkation.4epelare.com

www.facebook.com/officeinthewoods

Inițiativa Office in the Woods (sau Biroul din Pădure) din orașelul belgian Chepelare propune un spațiu de birouri partajat temporar (un spațiu de coworking) într-o zonă montană, potrivit pentru persoanele care lucrează de la distanță și care iubesc natura, sporturile de vară și cele de iarnă. Este un loc ce dispune de birouri confortabile, internet rapid și socată gratuită, în care oamenii se odihnesc și își iau inspirația în timp ce lucrează sau prin ceea ce promotorii locației numesc co-workation (coworking + conlocuire + inspirație + vacanță).

Schimbarea mediului crește productivitatea și stimulează creativitatea. Oamenii sunt împreună în cea mai mare majoritate a timpului, fiind cazați în același loc, lucrând împreună în același loc și mâncând și distrându-se împreună în timpul serii - o condiție necesară pentru a cunoaște noi persoane și pentru a coopera eficient.

Biroul din pădure oferă:

- birouri separate pentru 65 de persoane, cu o viteză a internetului de 100 Mbps, spații comune de lucru, sală de conferințe, spații de relaxare, bucătărie, cafenea, spațiu pentru prânz, curte panoramică;
- zonă de camping și dormitoare în clădirea de birouri, precum și cazări adecvate, case de oaspeți și hoteluri și apartamente în apropiere;
- evenimente muzicale și sportive majore, activități sportive și turistice, ateliere predefinite și excursii, pentru creșterea productivității și a inspirației;
- apropierea de natură, mediu montan și aer alpin curat, mâncare sănătoasă și echilibrată;
- activități colaborative (seminarii practice, exerciții sportive, prelegeri), prezentate într-o manieră atractivă, orientate către dezvoltarea durabilă (antreprenoriat, agricultură, construcții, gastronomie, muzică) și către obținerea de noi abilități, care să îi unească pe oameni.

Metodele informale utilizate în cadrul inițiativei Office in the Woods (o atmosferă plăcută de lucru în apropierea naturii, activitățile distractive și încărcate de noi cunoștințe) asigură:

- creșterea productivității individuale;
- stimularea inovației;
- creșterea productivității grupului și luarea strategică a deciziilor;
- rezolvarea problemelor organizaționale legate de schimbare, crize sau lentoarea echipei;
- motivarea (individuală și de grup) către atingerea unor rezultate mai bune;
- stabilirea eficientă a obiectivelor și planificarea strategică.

Office in the Woods Chepelare se remarcă prin:

- ✓ un nou concept și model de afacere turistică, centrate pe sustenabilitate, oferind o destinație de „co-working” într-o zonă rurală. Acest concept este o combinație între *coworking* (spațiu comun de muncă și interacțiune între oameni), *conlocuire* (petrecerea timpului împreună, în același loc), *colaborare* (cooperarea și interacțiunea dintre cunoștințe noi și vechi în proiecte comune, precum și partajarea cunoștințelor), *inspirație* (din natură, gastronomie, mișcare, stil de viață activ, dar și din atelierele culinare, seminarele și prezentările susținute) și *vacanță* (odihnă activă în timpul muncii, prin vizitele turistice, atracțiile sportive și activitățile de relaxare);
- ✓ cooperarea dintre diferite entități locale (în vederea asigurării serviciilor de cazare);
- ✓ stimularea turismului și a economiei locale.

WeWilder

www.wewilder.com

www.facebook.com/wewilderbisonhillock

WeWilder este un prototip al Laboratoarelor Panda ale WWF (World Wildlife Fund), care a evoluat în urma experiențelor de pionierat în domeniul protejării vieții sălbatice, dezvoltate de WWF România, împreună cu Asociația „Valea Zimbrilor”, în cooperare cu Organizația „Rewilding Europe” și European Safari Company. WeWilder operează sub forma unei întreprinderi sociale de parteneriat între WWF România și membrii comunității locale. WeWilder este un spațiu de coworking, conlocuire și co-creație, situat în inima satului Armeniș, din Caraș-Severin, în care bizonii cutreieră liberi și natura este abundentă. Inițiativa îi ajută pe turiști să descopere natura într-o manieră sălbatică, aceștia învățând, lucrând și trăind sustenabil într-un campus deosebit și în casele locale. Misiunea WeWilder este de a identifica soluții bazate pe natură pentru un viitor mai bun pentru comunitățile locale și urbane, într-o manieră sustenabilă, sprijinind biodiversitatea unei dintre cele mai sălbatice zone din Europa.

Alături de locuitorii satului Ariniș și de inovatorii arhitecturii durabile, WWF a demarat proiectul WeWilder în 2020, acesta fiind primul hub rural din România, alcătuit din spații de locuit și de coworking. Campusul rural din Armeniș, din sud-vestul Munților Carpați, își dorește să fie un loc de întâlnire pentru liber profesioniști, echipe corporative, artiști, antreprenori și localnici.

Arealul ales pentru proiect le oferă vizitatorilor și oportunitatea de a descoperi viața sălbatică a României, Armeniș fiind locul în care zimbrii au fost reintroduși în Munții Țarcu, prin inițiativa WWF România, în colaborare cu Organizația „Rewilding Europe”. Mai mult de 60 de zimbri cutreieră în acest moment sudul Carpaților Meridionali. „Viziunea noastră pentru WeWilder este de a crea un centru antreprenorial de inovație pentru natură.

Ca liber profesionist, puteți lucra de aici, vă puteți reîncărca cu energie, vă puteți bucura de mâncare și puteți, în schimb, să contribuiți la cristalizarea unei viziuni și a unor proiecte pe termen lung. Le propunem companiilor să le ofere angajaților și echipelor lor experiențe într-o zonă sălbatică, în care WWF derulează proiecte de conservare. Aceste locuri pot fi cea mai bună sursă de inspirație pentru sustenabilitate și inovare în afaceri”, transmite Orieta Hulea, director WWF România.

Campusul WeWilder cuprinde 3 case de lemn denumite „Chilii” și un spațiu central numit „Zâna”, ce găzduiește o zonă de coworking, o bucătărie comunitară și o bibliotecă. Casele de lemn au fost concepute astfel încât să includă o mică zonă de gătit și un spațiu de lucru, pentru ca una sau două persoane să poată lucra fără a intra în contact cu alți oameni.

Spațiul se bazează pe filosofia arhitecturii invizibile, integrând clădirile în peisajul natural, atât la nivel de aspect, cât și de materiale de construcție. De asemenea, fațada de sticlă le oferă vizitatorilor o vedere impresionantă asupra panoramei Munților Țarcu. WeWilder este amplasat într-o grădină înconjurată de arbori, transformată de peisagistul Tiberiu Cherecheș. Pe lângă plantarea arțarului, a frasinului și a mesteacănului pitic lângă fiecare casă, va exista și o pădure mixtă lângă clădirea principală, Zâna. Va exista, în același timp, și o grădină de legume și o zonă de permacultură, precum și un areal dedicat deprinderii cositului tradițional, practică esențială pentru biodiversitatea pajiștilor. Campusul WeWilder aflat în construcție este completat de o rețea de case tradiționale din piatră, localizate în sat sau în mijlocul naturii, care au fost renovate de către localnici și care acomodează deja oaspeți. Mai există și Coliba MuMa, o casă foarte mică, ce a fost construită într-o livadă locală și care a fost nominalizată pentru premiul Beta, la bienala de arhitectură din Timișoara. Mai mult, unii localnici oferă deja mâncare locală pentru turiștii zonei, dar și experiențe culinare în natură. Prototipul WeWilder a fost dezvoltat ca răspuns la nevoia de creștere substanțială și durabilă a comunității rurale. WeWilder își propune să fie un exemplu la nivel de arhitectură verde și un model de implementare a unei micro-economii verzi și participative, cu ecou în întreaga regiune.

Aspectele de inovație socială regăsite în acest studiu de caz sunt următoarele:

- ✓ în primul rând, WeWilder operează ca o întreprindere socială de parteneriat între WWF România și membrii comunității locale, cu scopul de a consolida comunitatea și de a-i valoriza într-o manieră sustenabilă potențialul de promovare;
- ✓ un alt aspect este legat de introducerea unor noi concepte și modele de afaceri în sectorul turistic, bazate pe sustenabilitate, precum modelul unui hub rural, ca destinație de coworking, conlocuire și co-creație sustenabile.

Principiile economiei circulare reprezintă esența acestei inițiative:

- ✓ campusul este construit după principii de eco-design;
- ✓ arhitectura tradițională se intersectează cu tendințele moderne și elementele de confort, materialele și forța de muncă fiind procurate local;
- ✓ WeWilder oferă experiențe și pachete de activități concepute cu grijă, în strânsă legătură cu natura și sălbăticia, precum ciclism, gastronomie și explorare a naturii, într-un mod sustenabil.

Orange Valley

www.orangevalley.ro

www.facebook.com/orangeValleyBio

Orange Valley este o companie localizată într-o zonă rurală din județul Neamț, care a pornit cu o simplă plantație de fructe de pădure și o varietate de cătină sălbatică, găsită la nivel local, în flora spontană. Aceste fructe se utilizează în mod tradițional în industria alimentară, în silvicultură, în industria farmaceutică, dar și ca plante ornamentale. Cătina conține de două ori mai multă vitamina C decât măceșele și de 10 ori mai multă decât citricele.

Orange Valley a creat o aromă locală unică și un brand puternic pentru județul Neamț, pornind de la această plantă sălbatică – resursă locală importantă – și producând sucuri și siropuri naturale, presate la rece, preparate cu o zi înainte de livrare. Compania a început prin popularizarea brandului prin intermediul restaurantelor și al hotelurilor, devenind în scurt timp cunoscută și solicitată de tot mai multe restaurante și locații turistice. Astfel, Orange Valley a devenit o băutură-etalon răcoritoare, sănătoasă și certificată organic, care reprezintă județul.

Elementul care face acest exemplu relevant pentru studiul nostru este reprezentat de faptul că Orange Valley se află într-o zonă rurală, constituindu-se într-un producător local ce valorifică resursele locale într-o manieră inovativă, alăturând acestui fruct-minune brandul de destinație al județului Neamț și chiar și pe cel național. Compania a creat și un nume pentru cel mai popular produs, „cătinada”, printr-un joc de cuvinte între „cătină” (fructul din care este obținut produsul) și „limonadă”.

Orange Vallet aduce laolaltă aroma, culoare și povestea acestui fruct, într-o zonă rurală din Regiunea Nord-Est, consolidând comunitatea locală și brandul destinației.

Caracteristicile și conceptele cheie ale acestui model de afaceri sunt:

- ✓ caracterul familial – companie mică, deținută în familie;
- ✓ localizarea într-o zonă rurală;
- ✓ identificarea unei caracteristici locale unice și specifice (în acest caz, un produs);
- ✓ valorificarea produselor locale, certificate organic;
- ✓ consolidarea sustenabilității recoltelor;
- ✓ operarea în baza unui lanț de aprovizionare alimentară scurt (Short Food Supply Chain – SFSC);
- ✓ focus pe conceptul de mâncare sănătoasă, transformând un super aliment local într-un brand recunoscut;
- ✓ construirea de legături cu industria turismului, prin furnizarea produselor locale;
- ✓ bună colaborare cu zonele urbane;
- ✓ lanț valoric supervizat și controlat îndeaproape (la nivel de procurare a materiilor prime, producție și activități de marketing);
- ✓ utilizarea constantă și creativă a tehnologiilor și a soluțiilor digitale de marketing (Orange Valley are o identitate și o prezență online puternice, prin intermediul site-ului și a paginilor de social media);
- ✓ adresarea publicului local, cu ajutorul jocurilor de cuvinte folosite pentru denumirea produselor;
- ✓ deschiderea către piața internațională, prin crearea unei denumiri de brand în limba engleză – Orange Valley.

Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca”

www.nemteanca.com

www.facebook.com/nemteanca

De-a lungul timpului și prin practicarea unor meșteșuguri diverse (țesut, broderie, cioplit în lemn, realizarea cojoacelor tradiționale etc.), localnicii din zona Moldovei au creat produse cu o valoare artistică și documentară imensă, fiind depozitari ai unor vechi meșteșuguri. Din aprilie 2001, Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca” funcționează ca o organizație nonprofit, cu activitate economică, sprijinind și promovând artizanii locali și patrimoniul acestora. Scopul asociației este de a capitaliza resursele umane, materiale și naturale existente prin:

- revitalizarea activității meșteșugărești;
- sprijinirea turismului, cu ajutorul suvenirurilor artisanale realizate tradițional;
- conservarea identității culturale românești și valorificarea patrimoniului existent;
- organizarea unor tabere de creație artistică.

În 2002, asociația a participat în proiectul „Armonizarea obiectivelor, abilităților și resurselor asociațiilor de meșteșugari cu cerințele și posibilitățile pieței”, proiect finanțat de CIPE/ USAID. Scopul a fost reprezentat de consolidarea și dezvoltarea activității organizației. Rezultatul proiectului a fost reprezentat de realizarea unei colecții de suveniruri artisanale, instruirea forței de muncă în domeniul activității comerciale (tehnici de vânzări) cu produse meșteșugărești și promovarea activității organizației. În cadrul proiectului „Artizanal”, dezvoltat de către Fundația Filantropică „Omenia” și finanțat de organizația World Learning, 25 de tineri au fost formați în practica unui meșteșug. Formarea a fost asigurată de către meșteșugari ai Asociației „Nemțeanca”. Asociația a fost, de asemenea, partener în cadrul proiectului „Centru de învățare a meșteșugurilor tradiționale”, derulat de Fundația Filantropică „Omenia” și finanțat de Uniunea Europeană prin programul PHARE – ACCESS, în care grupul-țintă

a fost reprezentat de persoane dezavantajate care, cu ajutorul meșteșugarilor, au deprins abilități de practicare a meșteșugurilor, ca posibile surse de venituri personale. În parteneriat cu administrația publică locală a orașului Târgu Neamț, Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca” a inițiat Tărâmul lui Creangă (Ion Creangă fiind cel mai cunoscut povestitor român), acesta aducând o contribuție substanțială la conservarea identității culturale românești și la capitalizarea patrimoniului turistic al zonei Neamțului. Rezultatul principal al proiectului a fost reprezentat de înființarea unei noi atracții turistice, prin amenajarea parcului tematic „Tărâmul lui Creangă”, în orașul Târgu Neamț, zona natală a marelui povestitor.

Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca” face parte din Grupul Integrat de Acțiune (GIA) și de Grupul de Lucru (GL) pentru stimularea dezvoltării economice prin promovarea turismului, înființate în județul Neamț și sprijinite de către Programul de Reformă al administrației publice locale, prin intermediul Parteneriatelor Durabile (GRASP). În cadrul acestui program, s-a lansat o linie de finanțare GRASP pentru sprijinirea implementării Planurilor de Lucru ale Grupurilor de Acțiune Integrată. Fondul Regional pentru Dezvoltarea Parteneriatelor (DFIF) a finanțat, în Regiunea Nord-Est, proiectul „Meșteșugurile populare, cartea de vizită a Moldovei”, inițiat de Asociația „Nemțeanca”. Având în vedere prioritatea identificată la nivelul Grupului Tematic Regional „Dezvoltarea turismului”, și anume, „promovarea valorilor tradiționale”, dar și axele de intervenție propuse, rezultatele acestui proiect sunt reprezentate de:

- o colecție reprezentativă de produse artizanale din Regiunea Nord-Est a României;
- 30 de puncte de promovare și comercializare a produselor;
- broșuri de prezentare cu itinerarii meșteșugărești din Regiunea Nord-Est a României.

Asociația Meșteșugarilor „Nemțeanca” participă constant la târguri naționale și internaționale.

Festivalul Borgofuturo

www.borgofuturo.net/en/

Inovarea socială reprezintă un proces participativ, integrat în cadrul acestui festival, analizându-i rezultatele și considerându-l un model de implicare în zonele rurale. Construirea încrederii și împărtășirea viziunilor se află printre obiectivele principale ale unui astfel de proces, vizând o contribuție la stabilirea elementelor de bază ale unei implementări comune a acțiunilor de regenerare a zonei. Borgofuturo propune o experiență de regenerare rurală prin intermediul artei, festivalul fiind organizat în Ripe San Ginesio, Regiunea Marche. Proiectul reprezintă rezultatul unei colaborări dintre Municipality Ripe San Ginesio și asociația Borgo Futuro, formată dintr-un grup de tineri dedicați zonei și implicați în producții culturale și studii de mediu. Demarat în 2010 ca un „festival al sustenabilității la scară hamletiană”, Borgofuturo a devenit de-a lungul timpului un proiect de revitalizare a satului, reactivând centrul istoric al acestuia (denumit Borgo) prin plasarea spațiilor locale către artizani și buticuri locale.

La fel ca pe restul mapamondului, pandemia COVID-19 a afectat profund inițiativele culturale din zonele rurale, bazate adesea pe structuri organizaționale tradiționale, incapabile să se adapteze la măsurile de siguranță impuse de această criză sanitară (De Luca et al, 2020). În același timp, necesitatea spațiilor deschise, a distanțării sociale și a reglementărilor de siguranță, a condus la reinventarea festivalului care avea loc anterior doar în Ripe San Ginesio și la extinderea sa în 5 municipalități diferite. Astfel, la 10 ani de la înființarea sa, Borgofuturo și-a lărgit granițele spre alte 4 comunități învecinate, care au decis să îmbrățișeze acest proiect și să găzduiască o lună de activități culturale comune în vara anului 2020, sub denumirea de „Borgofuturo + il buon contagio” (tr. Borgofuturo și epidemia pozitivă).

Pornind de la provocările și posibilitățile generate de ciza COVID-19, a fost necesar să se discute despre procesele participative din zonele rurale, să se colecteze opinii, să ia naștere inovații și să se ia decizii referitoare la domenii precum serviciile și infrastructura culturale, rețeaua ecologică, managementul resurselor naturale și turism. Administrațiile localităților Ripe San Ginesio, Colmurano, Urbisaglia, Loro Piceno și Sant'Angelo in Pontano, localizate pe valea râului Fiastra, au decis să pună bazele unui proiect inter-municipal, care să acționeze ca o forță motrice pentru dezvoltarea teritoriului. Această zonă se află, de asemenea, în centrul altor strategii teritoriale, gestionate atât la nivel regional, cât și național. Prin intermediul Fondurilor Structurale Europene și al Fondului de Coeziune, urmând abordarea LEADER, Regiunea Marche finanțează „Proiecte Integrate Local”

(PIL), care au adus laolaltă mai multe municipalități în cadrul unui proiect care vizează consolidarea atractivității turistice a zonei, sub denumirea „Valea Fiastra, un loc al experiențelor”. Alături de PIL, este implementată și Strategia Națională Italiană pentru Zonele Interioare (SNAI), ce promovează îmbunătățirea serviciilor locale de bază și a infrastructurii din zona-pilot Alto Maceratese.

În acest context zonal s-au reunit reprezentanții celor 5 comunități care s-au implicat în festivalul Borgofuturo +, pentru a concepe direcții comune de planificare, în domeniul sustenabilității și al calității vieții. Metodele colaborative pe care cele 5 municipalități le-au testat în cadrul celor 4 discuții la masa rotundă au fundamentat acțiunile comune care au contribuit la regenerarea zonei, în baza metodologiei RURITAGE. S-au organizat 4 evenimente diferite, constând dintr-o sesiune la masa rotundă, urmată de un eveniment public. Cele 4 evenimente, programate în cadrul festivalului, au adus împreună stakeholderi locali și experți externi. În timpul meselor rotunde, discuțiile au fost facilitate de către moderatori reprezentați de membri ai asociației Borgo Futuro și de angajați ai administrației publice. Au fost atribuiți cel puțin doi moderatori fiecărei mese rotunde, cu un număr maxim de 18 participanți. În paralel, au fost organizate alte două mese, în eventualitatea depășirii numărului de participanți. Structura generală a discuțiilor a fost agreată la nivelul grupului de moderare, anterior atelierelor. Cele 4 sesiuni de discuții au avut loc în perioada Iulie – August 2020, concentrându-se pe următoarele tematici principale:

- prima masă rotundă: orașele mici, infrastructura și serviciile de regenerare a zonelor rurale – scopul a fost reprezentat de definirea unei strategii inter-municipale pentru revitalizarea zonei, prin maparea și reactivarea spațiilor slab utilizate, dar și prin partajarea infrastructurii și a serviciilor;
- cea de-a doua masă rotundă: proiecte inovative de educație ecologică și de creștere a nivelului de cunoaștere a zonei – scopul a fost reprezentat de conceperea unor proiecte inovative dedicate școlilor din zona văii Fiastra, pentru promovarea educației în domeniul sustenabilității și pentru a facilita cunoașterea zonei în rândul copiilor;
- cea de-a treia masă rotundă: programe comune de evenimente culturale – scopul a fost reprezentat de definirea unui protocol pentru producerea și programarea inițiativelor culturale, prin intermediul unor ghiduri și instrumente comune;
- cea de-a patra masă rotundă: gastronomia tradițională și produsele locale de calitate – scopul a fost reprezentat de crearea unei rețele la nivel inter-municipal pentru sprijinirea producției locale și a distribuției.

În cadrul fiecărui eveniment, discuțiile centrate pe tematicile predefinite au urmat aceeași structură:

- 1) moment introductiv de prezentare și redefinire a tematicii de către fiecare participant;
- 2) analiza punctelor forte ale zonei și modele de bune practici;
- 3) identificarea punctelor critice;
- 4) posibile sugestii și propuneri.

Astfel s-a creat un proces participativ, cu implicarea actorilor locali prin intermediul atelierelor și al întâlnirilor publice, conform specificului Borgofuturo și RURITAGE, orientate preponderent spre implicare și angajament local. Identificarea stakeholderilor a urmat recomandările oferite de proiectul RURITAGE, evidențind actorii relevanți în funcție de tipologie (politici, cercetare, industrie și servicii, utilizatori publici) și arie de interes, în conformitate cu tematicile propuse (servicii și infrastructură, educație, artă și festivaluri, patrimoniu cultural și natural, gastronomie și alimentație).

Selecția stakeholderilor s-a realizat cu sprijinul celor 5 administrații locale, asigurându-se participarea actorilor din fiecare comunitate. Autorităților li s-a cerut să implice cel puțin 5 persoane din fiecare localitate, la fiecare atelier. Pe lângă implicarea directă a administrațiilor, atelierelor și întâlnirile au fost diseminate, în paralel, și pe rețelele sociale ale acestora și pe canalele de comunicare ale festivalului Borgofuturo +. De asemenea, evenimentele organizate în cadrul festivalului au fost organizate astfel încât să permită adresarea ulterioară a tematicilor abordate la mesele rotunde.

Lanțul valoric local al produselor lactate din satele saxone ale Transilvaniei (Viscri)

www.fundatia-adept.org/ro/proiecte/

www.facebook.com/unitate-de-procesare-lapte-in-satul-viscri/

Proiectul „Crearea unui lanț valoric local pentru produsele lactate din zona satelor saxone din Transilvania (Viscri), ce vor aduce un plus de valoare laptelui obținut de la vacile hrănite cu iarbă, deținute de către fermierii din regiune” a fost finanțat de către Fundația Carrefour cu suma de 250.000 €, fiind implementat în perioada Martie 2019 – Martie 2020.

Târnava Mare este unul dintre cele mai bogate peisaje din Europa în ceea ce privește biodiversitatea. Vitele care pasc pe aceste pajiști, în cadrul unui sistem agricol natural și organic, produc un lapte a cărui calitate poate fi dovedită științific prin analize, bogat în elemente și compuși sănătoși și gustoși. Proiectul își propune să le permită comunităților agricole care administrează terenul din zonă (aproximativ 5.000 de familii) să îi valorizeze potențialul prin dezvoltarea unei viziuni antreprenoriale care să le diferențieze produsele față de cele de calitate industrială. Se vizează, astfel, ieșirea din nișa specifică, ce afectează volumul de vânzări, introducerea inovațiilor la nivel de producție și, în cele din urmă, facilitarea supraviețuirii sustenabile pe termen lung a acestor zone și comunități.

Proiectul a presupus:

- identificarea unor potențiale rețete;
- restaurarea unităților de producție a brânzeturilor, achiziția și instalarea de echipamente, inclusiv a echipamentelor de laborator, în vederea controlului calității. Asigurarea unei calități constante și consistente este esențială pentru menținerea pe piață, cea mai comună problemă a microîntreprinderilor din România fiind reprezentată de calitatea inconsistentă;
- producerea primelor loturi de produse în unitatea de procesare a laptelui;
- definirea criteriilor de calitate ale brânzeturilor produse în Viscri (de la fermă la produsul final);
- definirea recomandărilor de producție, inclusiv a tipului de hrană;
- conceperea strategiei de marketing, a ambalajelor și a brandurilor.

Acest proiect contribuie la reducerea sărăciei și la încurajarea tinerilor pentru a rămâne în fermele de familie.

Asemenea multor sate din România (și nu numai), Viscri suferă de pe urma unei lipse de încredere reciprocă, ce subminează abilitatea localnicilor de a rezista presiunilor sociale și economice. Astfel, proiectul s-a constituit într-un catalizator al cooperării și încrederii. Consumatorii au acces la alimente de calitate și conștientizează valoarea naturală înaltă a peisajelor agricole din România, sprijinind producătorii prin alegerea de cumpărare.

Beneficiarii proiectului au fost reprezentați de 50 de membrii ai asociației agricole din Viscri, dar și întreaga comunitate, de aproximativ 300 de persoane, prin creșterea coeziunii sociale. La scară largă, cele aproximativ 5.000 de familii din Târnava Mare au beneficiat de pe urma promovării zonei și a plasării sale pe harta de cumpărături a consumatorilor, beneficiile economice și sociale fiind extinse.

Filosofia organizației ADEPT (promotorul proiectului) este aceea de a împleti inovația cu tradiția, nu doar de a conserva valoarea naturală a zonei ca într-un muzeu. În acest sens, ADEPT implementează inovații la diferite niveluri, pentru a face zona mai atractivă pentru vizitatori și mai stimulantă din punct de vedere economic pentru localnici. De pildă, organizația a introdus mașini de tuns iarba inovatoare, care răspund mult mai bine la nevoile fermierilor și ale mediului. În ceea ce privește activitățile de marketing și de atragere a vizitatorilor, ADEPT utilizează telefoanele mobile și aplicațiile de social media pentru a promova turismul și gastronomia din regiune. Asociația speră să dezvolte noi produse, precum carnea de vită de calitate superioară și brânzeturi locale unice, adaptate mediului și orientate spre managementul continuu al pășunilor. ADEPT a dezvoltat, de asemenea, și o unitate de procesare a fructelor și a legumelor.

Organizația are un impact local puternic. În parteneriat cu organismul TFT (The Forest Trust), ADEPT urmărește să ducă proiectul la un nou nivel, trecând dincolo de impactul de nișă și contribuind la sprijinirea cât mai multor fermieri care locuiesc în aceste zone și le conservă, atât în Transilvania, cât și în alte părți ale României. Proiectul va fi implementat în strânsă colaborare cu localnicii, oferindu-le fermierilor o valoare adecvată pentru propriile produse, care să nu mai concureze cu cele industriale, ci să fie achiziționate la un preț corect, capitalizând conservarea naturii și calitatea alimentelor. ADEPT dorește să inoveze și să contribuie la dezvoltarea unui viitor prosper pentru comunitățile și ecosistemele din Transilvania, alături de actorii implicați în lanțul valoric care

împărtășesc aceleași interese și valori. Scopul general al proiectului este de a oferi comunităților o mai mare stabilitate economică și un model care să poată fi replicat și de alte comunități.

Obiectivele principale ale proiectului constau în:

- adăugarea unei valori locale laptelui produs în Târnava Mare;
- crearea și promovarea unor produse care reflectă unicitatea zonei;
- colaborarea cu o comunitate restrânsă, dar puternică. În acest sens, satul Viscri este cel mai potrivit, având o populație de aproximativ 350 de vite, din care 180 produc lapte. Se va lucra inițial cu Asociația Fermierilor din Viscri, extinzând ulterior proiectul și în satele învecinate care au aceleași caracteristici agricole și naturale;
- conlucrarea în vederea succesului. ADEPT va colabora cu fermierii pentru a gestiona investiția și pentru a realiza unitatea de producție, beneficiind de expertiza tehnică oferită de TFT;
- elaborarea unei rețete unice de brânză, care să aibă în vedere preferințele pieței, definitive pentru calitatea și unicitatea zonei Târnava mare. Consumatorii sunt din ce în ce mai dornici să se conecteze cu natura prin intermediul alimentelor și își doresc să se asigure că mâncarea pe care o consumă este sănătoasă. Brânzeturile produse în Viscri le vor satisface ambele deziderate.

Salty Bag – reutilizarea, reducerea și reciclarea materialelor de navigație prin fabricarea de genți la modă

www.saltybag.com

www.facebook.com/Saltybag

Ideea Salty Bag a luat naștere în timpul unui seminar al Clubului de Navigație din Corfu, în ianuarie 2013. Compania a fost înființată în scopul designului și producției de genți artisanale cu o rezistență ridicată, prin reutilizarea și exploatarea materialelor de navigație, având în vedere un impact redus asupra mediului și principiile economiei circulare. Înființată pe insula ioniană Corfu, Salty Bag reconstruiește pânze și plăci de navigație scoase din uz și parașute care și-au încheiat ciclul de produs, oferindu-le o nouă viață și o altă valoare. Fiecare geantă astfel creată este concepută pentru o folosire îndelungată, chiar și la finalul ciclului lor de viață.

Față de crearea unor noi produse din materii virgine, reutilizarea materialelor reduce presiunea asupra economiei. Reutilizarea reprezintă o modalitate accesibilă de procurare a obiectelor necesare pentru indivizii din toate categoriile socio-economice. Mai specific, Salty Bag utilizează pânza de navigație, un material cu o rezistență extrem de ridicată, care își menține proprietățile de durabilitate chiar și după ce își servește scopul pe ambarcațiuni, ceea ce îl face potrivit pentru a fi transformat în genți de călătorie elegante și rezistente.

În timpul procesului tradițional de producție, resursele naturale limitate sunt epuizate, iar materialele nedorite sunt aruncate, poluând mediul. În același timp, comunitățile întâmpină dificultăți în a-și procura bunurile de care au nevoie, într-o manieră accesibilă. O modalitate de a reduce deșeurile, de a consolida comunitățile și de a crește bunăstarea materială a cetățenilor constă în reutilizarea produselor utile aruncate de cei care nu le mai doresc sau care nu mai au nevoie de ele și distribuirea lor către persoanele care le necesită.

Salty Bag împiedică producerea deșeurilor prin designul și producția artisanală a genților astfel încât acestea să fie reutilizabile. În același timp, compania îi încurajează pe clienți să returneze gențile uzate, pentru ca acestea să fie reconvertite în noi produse. În acest sens, ori de câte ori un client returnează un produs vechi, compania oferă o reducere de 30% pentru o nouă achiziție. Salty Bag este, în egală măsură, un brand vegan, care nu utilizează piei de origine animală, ci doar materiale obținute din plante și reciclate: căptușeală din poliester reciclat, centuri de siguranță scoase din uz și frânghie naturală.

Salty bag se remarcă prin:

- ✓ reutilizarea materialelor considerate a fi deșeuri;
- ✓ cooperarea dintre sectoare (retail, producție, navigație);
- ✓ noi metode artisanale și de reciclare;
- ✓ procese și produse inovatoare;
- ✓ practici „zero waste”, în scopul conservării resurselor naturale și al reducerii poluării derivate din extracție, producție și deversare;
- ✓ absența substanțelor dăunătoare pentru oameni.

Armoni Upatras – servicii de protecție a mediului

www.armoniupatras.com/en/home

Compania Armoni Upatras I.K.E a fost înființată la decizia Universității Patras și a companiei de tehnologie Armoni MT, în scopul cercetării, dezvoltării și implementării unor proiecte ecologice și de eficiență energetică, cu zero emisii de gaze cu efect de seră. Compania este localizată în Serres, oraș din Macedonia Centrală, și operează cu servicii de protecție a mediului și nu numai.

Armoni Upatras dezvoltă proiecte în domeniul surselor convenționale de energie regenerabilă (solară, eoliană etc.), dar și a celor alternative (hidrogen), precum și la nivelul tratării deșeurilor. Câteva dintre serviciile principale ale companiei sunt:

- producția de hidrogen și electricitate: energia pe bază de hidrogen reprezintă o tehnologie fără deșeuri (singurele „deșeuri” emise fiind vaporii de apă), care nu cauzează niciun fel de poluare. Este concepută pentru a înlocui metodele industriale curente și viitoare de producere a energiei bazate pe combustibili fosili, din care rezultă emisii dăunătoare;
- gazeificarea biomasei: în Grecia, reziduurile agricole și forestiere care se constituie în biomasă echivalează cu 3-4 milioane de tone de petrol pe an. Perspectivele de utilizare a biomasei în Grecia sunt extrem de favorabile. Tehnologiile de conversie a bioenergiei sunt numeroase și diferite, implicând procese termale, chimice și biologice;
- gazeificarea deșeurilor solide: proiectul vizează construcția și comisionarea unei centrale electrice, care să ardă gazele rezultate în urma procesului de gazeificare a deșeurilor municipale solide. Inovația gazeificării constă în faptul că se aplică o atmosferă de aer controlată, ce determină o combustie parțială, prin care se utilizează catalizatori adecvați care nu generează poluanți gazoși, lichizi sau solizi. Gazeificarea este un proces endotermic, în care biomasa solidă este convertită în gaz combustibil, produsul final fiind reprezentat de electricitate și energie termală.

Armoni Upatras face deja primii pași, fiind susținută de experți din toate palierele protecției mediului, cu sprijinul oficial al recunoscutei Universități Patras din Grecia. Caracterul inovator al companiei derivă din designul și dezvoltarea energiei regenerabile pe bază de hidrogen, o direcție în continuă expansiune în contextul eforturilor de eliminare a emisiilor de carbon.

Armoni Upatras iese în evidență prin:

- ✓ o abordare ecologică și activă;
- ✓ investiții de timp și energie în conceptul de economie circulară;
- ✓ eliminarea deșeurilor solide;
- ✓ cercetarea constantă în direcția unei schimbări sustenabile;
- ✓ utilizarea tehnologiilor verzi și inovatoare.

Kefalas S.A.

www.organicvillage.gr/company_el.html

Compania Kefalas este localizată în Laconia, în apropierea vechii Sparta și a râului Evrotas. Culturile de măslini sunt întreținute fără substanțe chimice. Tranziția către o agricultură organică a început în 1995, fiind demarată exclusiv de către producătorii care au creat Kefalas S.A., în scopul dezvoltării producției și al mobilității produselor.

Scopul principal al companiei este reprezentat de aplicarea fidelă a principiilor, tehnicilor și metodelor specifice agriculturii organice, în toate stadiile procesului de producție, cu focus pe:

- cultivarea măslinilor fără îngrășăminte și aditivi chimici;
- culegerea măslinelor într-o manieră tradițională;
- presarea la rece;
- monitorizarea și controlul constant al ambalării, stocării și distribuției pe piață a produselor.

Toate elementele de mai sus garantează obținerea unor produse organice de o calitate excelentă, care au transformat compania într-un pionier al acestei industrii și într-una dintre principalele întreprinderi ecologice din Grecia.

Dar de ce este atât de importantă și benefică agricultura organică? Deoarece vizează:

- protejarea generală a mediului, prin intermediul unui management sustenabil (protecția solului și a apelor, asigurarea biodiversității);
- utilizarea sustenabilă a energiei și a resurselor naturale (precum apă, sol, materie organică);
- menținerea și creșterea fertilității și a activității biologice a solului;
- asigurarea sănătății animalelor;
- protejarea sănătății fermierilor și a consumatorilor în fața expunerii la chimicale nocive.

Kefalas S.A se remarcă prin:

- ✓ cristalizarea unei rețele comunitare fizice și online;
- ✓ promovarea sustenabilității;
- ✓ respectarea principiilor economiei circulare;
- ✓ promovarea agriculturii organice;
- ✓ absența substanțelor chimice nocive.

Vegea - biomateriale pentru industria modei, mobilierului, ambalajelor, automobilistică și a transportului

Compania Vegea a fost fondată în 2016, în Milano, pentru a promova integrarea dintre sectorul chimic și cel agricol, prin dezvoltarea de produse inovative ecologice și sustenabile. Vegea creează produse pe bază de plante din materiale derivate din uleiuri sintetice pentru industria modei, a mobilierului și a ambalajelor, dar și pentru automotive și transport.

Prin utilizarea resurselor regenerabile ca alternativă la cele obținute din arderea combustibililor fosili, procesele de producție sunt dezvoltate prin exploatarea biomasei și a materiilor brute vegetale. Cooperarea dintre sectorul public și privat îi permite companiei să genereze sinergii și parteneriate cu industriile locale, regionale și naționale și cu actorii din domeniul cercetării.

Vegea realizează investiții constante în activitățile de cercetare, pentru dezvoltarea constantă a tehnologiilor și procedurilor cu impact redus asupra mediului. Sustenabilitatea este unul dintre pilonii principali ai politicilor de responsabilitate socială ale companiei, aceasta bazându-se pe operațiuni de producție care utilizează materiale vegetale, reciclate și polimeri organici.

Vegea valorizează biomasa și reziduurile agroindustriale ca materii prime de mare valoare și le transformă în materiale noi pentru industriile menționate anterior. În colaborare cu podgoriile italiene, compania a dezvoltat o procedură pentru valorificarea deșeurilor viticole: tescovină, coji, cotoare și semințe de struguri aruncate în timpul producției de vin. Procedura nu implică utilizarea solvenților toxici, a metalelor grele și a substanțelor dăunătoare pentru oameni și mediu.

Vegea caută constant soluții sustenabile pentru a le oferi clienților noi aplicații ale biomaterialelor, urărind îndeaproape toate procesele, de la primele analize de laborator și până la producția la scară industrială.

Vegea se remarcă prin:

- ✓ reutilizarea materialelor considerate a fi deșeuri;
- ✓ cooperarea dintre sectoare (retail, producție, navigație);
- ✓ noi metode artizanale și de reciclare;
- ✓ procese și produse inovatoare;
- ✓ practici „zero waste”, în scopul conservării resurselor naturale și al reducerii poluării derivate din extracție, producție și deversare;
- ✓ absența substanțelor dăunătoare pentru oameni.

Vaillant – 140 de ani de experiență și de atenție față de mediu

www.vaillant.it

Compania Vaillant, lider în furnizarea de sisteme inteligente pentru locuințe, practică sustenabilitatea prin proiectele și inițiativele sale: SEEDS, manifestul programatic „The Green Evolution” (tr. Evoluția verde) și campania de casare a boilerelor vechi sau ineficiente.

Printre scopurile principale ale companiei se numără:

- reducerea emisiilor de dioxid de carbon ale grupului cu 25%;
- implementarea unui program care să elimine accidentele;
- creșterea eficienței la nivelul dezvoltării produselor.

Prin înlocuirea unui boiler, fiecare client primește o garanție de 7 ani și contribuie la creșterea și conservarea arborilor din zonele protejate ale Parcului Ticino (din Lombardia) și ale Văii Aninene (din Lazio). Datorită acestui proiect, înlocuirea boilerelor asigură reducerea consumului de energie și a emisiilor de gaze cu efect de seră și a dioxidului de carbon în atmosferă. Poluarea aerului se numără printre cauzele principale ale afecțiunilor respiratorii și cardiovasculare la nivel mondial, contribuind și la accelerarea schimbărilor climatice. Actul de a planta un copac este unul mic, dar cu implicații vitale atât pentru oameni, cât și pentru mediu.

Vaillant iese în evidență prin:

- ✓ o abordare ecologică și activă;
- ✓ investiții de timp și energie în conceptul de economie circulară;
- ✓ abordarea de tip „nimic nu se pierde, totul se transformă”;
- ✓ cercetarea constantă în direcția unei schimbări sustenabile;
- ✓ auto-regenerarea produselor.

Off Grid Italia

www.offgriditalia.org

Off Grid Italia este o asociație culturală creată cu scopul de a promova impactul ecologic minimal al stilului de viață. Sintagma „off the grid” are mai multe conotații: deconectarea de rețea, traiul alternativ. În Italia, un stil de viață „off the grid” este foarte facil de implementat.

Oamenii care trăiesc astfel își doresc să:

- evite risipa de alimente, energie, apă, obiecte și îmbrăcăminte;
- se dedice realizării obiectelor utilizate în fiecare zi - poate chiar cu materiale reciclate – și producerii alimentelor;
- reducă poluarea mediului;
- abordeze sisteme economice alternative, precum barterul sau practicarea serviciilor reciproce (time banking);
- utilizeze energii regenerabile;
- practice un stil de viață deconectat de la rețelele tradiționale, într-un mod autonom.

Motto-ul inițiativei este „Reziliență fabricată 100% în Italia”. Off Grid urmărește să disemineze această filosofie în Italia și să dezvolte o mentalitate de tip „off the grid”, prin proiecte concrete. Asociația este implicată, de asemenea, și în conceperea primului parc tematic din lume dedicat tematicii reutilizării și reciclării – Reland.

Punctele forte și particularitățile Off Grid Italia sunt reprezentate de:

- ✓ cristalizarea unei rețele comunitare online și fizice;
- ✓ sustenabilitate;
- ✓ economie circulară;
- ✓ utilizarea energiilor regenerabile.

Sonnentor

www.sonnentor.com

www.facebook.com/Sonnentor

Sonnentor este o companie de succes în domeniul cultivării și comercializării plantelor medicinale organice și a mirodeniilor, situată într-o regiune relativ izolată din Austria, la granița cu Cehia. Localizată în Waldviertel, compania este recunoscută la nivel internațional, având un puternic angajament ecologic.

Ambalajele fără plastic, produsele fără ulei de palmier, economia neutră din punct de vedere al emisiilor de dioxid de carbon și comerțul direct cu agricultorii organici au transformat Sonnentor într-un model pentru alte companii. Din punct de vedere economic, întreprinderea abordează principiul echilibrului în locul profitului maxim (a se consulta www.ecogood.org), implementând un sistem deliberat de echilibrare ce plasează contribuția unei companii la binele comun în centrul procesului de producție și vânzare.

Economia circulară este practică pe tot parcursul lanțului de producție: solurile în care se cultivă plantele sunt bogate și sănătoase, plantele sunt lăsate să crească suficient până la cultivare, iar resturile se întorc în sol.

Sonnentor este orientată și către diversitate, angajații companiei provenind din 10 țări. 55% din funcțiile de conducere sunt ocupate de către femei, iar șomerii, persoanele cu dizabilități, dar și pensionarii care caută o ocupație semnificativă își pot găsi un loc de muncă la Sonnentor, aceștia ghidând vizitatorii în cadrul fermei și al zonelor de producție. Compania colaborează cu producători parteneri din România, Kosov, Germania, Grecia, Portugalia și Albania.

Sonnentor își comercializează produsele în magazinele proprii (deocamdată, doar în Austria și Germania), dar și printr-un sistem de franciză (de exemplu, în farmacii). Există, în același timp, și un magazin online și o revistă dedicată clienților și persoanelor interesate. Compania a primit numeroase premii pentru impactul său social și economic și, bineînțeles, pentru produsele sale organice.

Cei care își doresc să viziteze grădinile de plante medicinale și să rămână peste noapte se pot caza în rulotele ecologice oferite de Sonnentor.

Belgia, pe drumul către o economie circulară

www.unep.org/news-and-stories/story/belgium-its-way-towards-circular-economy

Linkul specificat mai sus, precum și conținutul acestui articol provin din Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (UNEP), care a aniversat 50 de ani în 2022.

Belgia și-a început deja demersurile de a construi o societate mai sustenabilă prin intermediul economiei circulare. Guvernul federal și cele 3 regiuni autonome – capitala Bruxelles, Valonia și Flandra – și-au aliniat eforturile în acest sens.

„Tranziția spre o economie cu emisii de dioxid de carbon reduse, neutră din punct de vedere climatic și eficientă la nivel de resurse necesită o abordare holistică și nu se poate realiza prin abordarea fragmentată a provocărilor. Știința, tehnologia și inovarea trebuie să fie puse în slujba acestei tranziții. Belgia este pregătită să își joace rolul și să dea un exemplu”, argumentează Marie-Christine Marghem, Ministru al Mediului, Energiei și Dezvoltării Durabile din Belgia. Reiterând această idee, Alain Maron, Ministrul Tranziției Climatice și Barbara Trachte, Secretar de Stat în domeniul Tranziției Economice, au susținut într-o declarație comună că „economia circulară va genera activitate economică. Tocmai de aceea, Guvernul Belgiei își dorește să fie printre pionierii din domeniu: dorim să arătăm că se poate”.

Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (UNEP) și Brussels Environment, agenția de mediu a capitalei, alături de organizația Ecocity Builders și de Consiliul Mondial pentru Date Urbane (WCCD), au dezvoltat un cadru conceptual pentru a monitoriza tranziția orașului spre o economie circulară, inclusiv la nivel de indicatori inițiali.

Având Bruxelles pe lista orașelor-pilot, UNEP lucrează, de asemenea, la o metodologie prin care să măsoare numărul de locuri de muncă create în cadrul unei tranziții către economia circulară.

UNEP și Belgia colaborează la nivel global, statul european fiind unul dintre susținătorii politici și financiari de bază ai Programului Națiunilor Unite pentru Mediu. Belgia a contribuit constant la fondul principal al organismului internațional, Fondul de Mediu, încă din 1973, aflându-se permanent în topul primilor 10 contribuitori. Belgia este, deopotrivă, unul dintre puținele State Membre care și-au luat angajamente multianuale

față de finanțarea activității UNEP. „Ne-am stabilit obiective ambițioase prin Agenda 2030. Este necesar să rezolvăm probleme complexe și interconectate în întreaga lume, iar Belgia se angajează să realizeze acest deziderat. UNEP joacă un rol esențial în furnizarea fundamentelor științifice și în mobilizarea oamenilor, fiind un deschizător de drumuri... Sunt în joc generațiile viitoare, iar UNEP este un partener de bază în acest sens”, a declarat Alexander de Croo, Ministrul belgian al Cooperării pentru Dezvoltare. La nivel mondial, Belgia sprijină activitatea UNEP în vederea accelerării tranziției către economii durabile și eficiente din punct de vedere al utilizării resurselor.

Unul dintre scopurile modelului economiei circulare este reprezentat de eliminarea deșeurilor, urmărindu-se menținerea în circulație a tuturor materialelor. În 2016, Belgia s-a clasat pe locul al doilea în Uniunea Europeană în ceea ce privește reciclarea deșeurilor, aproximativ 77% din cantitatea totală de deșeuri din această țară fiind reciclată. Cu toate acestea, Belgia și-a stabilit obiective și mai înalte. Până în anul 2050, Flandra și-a propus trecerea la o economie circulară fără deșeuri. În Valonia, deșeurile organice vor fi separate de deșeurile menajere brute în întreaga regiune, până la finalul anului 2025. Alte măsuri includ consolidarea rețelelor de „cafenele pentru reparații” și încurajarea închirierii de bunuri în locul achiziționării lor. În Belgia au fost încheiate, de asemenea, mai multe „acorduri verzi” (acorduri voluntare între parteneri privați, publici și guvernamentali), pentru a sprijini proiectele de dezvoltare durabilă.

Un alt aspect demn de luat în seamă este legat de construcțiile circulare. Sectorul construcțiilor oferă exemple relevante asupra modului în care acordurile de mediu pot facilita dezvoltarea durabilă. De pildă, Ghidul online pentru construcții sustenabile dezvoltat în Bruxelles oferă sfaturi pentru dezmembrarea, reutilizarea și reciclarea sau recondiționarea materialelor de construcții. Iar în Valonia, betonul și cărămizile din clădirile demolate sunt transformate în suprafețe rutiere ecologice, în provincia Namur. În prezent, acest sector este responsabil pentru 36% din consumul mondial de energie primară și 39% din emisiile de gaze cu efect de seră asociate consumului de energie electrică. În același timp, utilizează cantități mari de resurse naturale și generează deșeuri. Tranziția de la managementul deșeurilor la cel al materiilor prime oferă acestui sector ocazia de a transforma obiectivele de mediu în oportunități economice care vor optimiza consumul de resurse, vor crea noi locuri de muncă și vor aduce valoare adăugată pentru locuitori.

Atunci când discutăm despre principiile economiei circulare, trebuie să avem în vedere și hrana sustenabilă. Ce și cum mâncăm contează la fel de mult pentru sănătatea planetei ca și pentru propria noastră sănătate. Orașele au făcut pași importanți în direcția reducerii emisiilor asociate cu producția alimentară, asigurându-se în același timp că populația are asigurat accesul la alimente sustenabile, sănătoase și accesibile. Orașul Ghent din regiunea Flandra a fost unul dintre primele orașe europene care și-au lansat propria politică alimentară în 2013, denumită „Ghent en Garde”. Datorită piețelor agroalimentare din suburbii și a unei noi platforme logistice pentru clienții profesioniști, industria alimentară locală este acum în plină expansiune. S-a cristalizat, astfel, o piramidă alimentară revizuit, cu recomandări dietetice pentru un stil de viață sănătos și sustenabil, axată atât pe sănătatea individuală, cât și pe cea a planetei, ce îi încurajează pe oameni să consume mai multe alimente pe bază de plante și să nu irosească hrana. Surplusul de alimente este distribuit persoanelor aflate în dificultate, fapt care reduce sărăcia, dar și emisiile de dioxid de carbon. În 2019, inițiativa s-a numărat printre laureații Premiului „Global Climate Action” al Națiunilor Unite.

Eco-inovarea în Belgia

www.greenwin.be/fr/page/pepit

www.digitalwallonia.be/en

www.digitalwallonia.be/fr/publications/geochallenge

<http://www.valbiom.be/>

Observatorul pentru eco-inovare funcționează ca o platformă de colectare structurată și analiză a unei palete extinse de informații referitoare la eco-inovare, strânse de pe teritoriul Uniunii Europene și din regiunile economice cheie de pe glob. Acesta se constituie într-o sursă extrem de necesară de informații integrate despre eco-inovare pentru companiile și serviciile de inovare asigurând și o bază decizională solidă pentru elaborarea

politicilor. Observatorul abordează eco-inovarea ca pe un fenomen persuasiv, prezent în toate sectoarele economice, relevant pentru toate categoriile de inovații.

Indexul European al Eco-inovării din 2019 a plasat Belgia pe locul 17 în rândul celor 28 de State Membre ale Uniunii Europene. Indicele general al Belgiei este sub media UE. Chiar dacă, în ceea ce privește eco-inovarea, intrările, activitățile, ieșirile și rezultatele privind eficiența resurselor evidențiază performanțe apropiate de media UE, indicatorii socio-economici ai țării prezintă unele dintre cele mai scăzute valori din toate Statele Membre.

În Belgia, inițiativele și proiectele legate de eco-inovație și economie circulară sunt implementate, în general, prin politici și programe la nivel regional. În timp ce această fragmentare poate reprezenta un obstacol în calea coeziunii și a unui mediu propice eco-inovării, ea poate facilita diversificarea inițiativelor. Regiunea Valonia a dezvoltat numeroase proiecte orientate spre diverse componente ale sustenabilității (construcții, energie, resurse naturale, biochimie, digitalizare). Câteva astfel de inițiative s-au cristalizat și în Bruxelles, sprijinind eco-inovarea într-o varietate de domenii, dar și IMM-urile și liberii profesioniști implicați în activități de eco-inovare. Guvernul flamand a inițiat instrumentul Green Deal (tr. Pactul verde), un acord voluntar încheiat cu o serie de parteneri, ce urmărește obiective de mediu specifice. Flandra a dezvoltat, de asemenea, activități de eco-inovare în domeniul transporturilor, al energiilor verzi, a construcției și al tratării deșeurilor.

Dintre factorii principali de stimulare a eco-inovării, cei mai importanți sunt reprezentați de integrarea acestora și a obiectivelor de sustenabilitate în politicile industriale și economice, cererea crescută de tehnologii și produse și piețe locale de reciclare, performanța ridicată a sistemului educațional și existența unor instituții de sprijin. Cu toate acestea, eco-inovarea este îngreunată de dificultățile specifice coordonării interregionale, de lipsa competențelor legate de eco-inovare și economie circulară la nivelul IMM-urilor, dar și de controlul limitat asupra designului majorității produselor care intră pe piață.

La scară națională, eco-inovarea este susținută prin cadrul strategic de politici federale, precum Strategia de Specializare Inteligentă și activitatea Institutului Federal pentru Dezvoltare Durabilă din Belgia, care lucrează în mod activ la integrarea principiilor economiei circulare în achizițiile publice. La fel ca în cazul proiectelor, aceste politici regionale sprijină eco-inovarea în diferite domenii, inclusiv la nivelul economiei circulare, al simbiozei industriale și al schimbărilor climatice.

O altă inițiativă menită să consolideze tranziția climatică prin intermediul digitalizării este GeoChallenge. Administrația valonă, în parteneriat cu diverși actori publici și privați și cu sprijinul Agenției pentru Digitalizare, a lansat prima ediție a programului de exploatare digitală a informațiilor geografice referitoare la Regiune – GeoChallenge. Obiectivul programului este de a dezvolta soluții concrete care să răspundă așteptărilor cetățenilor și ale Regiunii. Valonia dorește să încurajeze conceperea de servicii și soluții inovatoare, bazate pe valorificarea informațiilor geografice, în special pentru:

- a promova și a facilita utilizarea mijloacelor ecologice de transport;
- a încuraja explorarea patrimoniului natural al Regiunii;
- a sprijini implementarea inițiativelor de afaceri și de a răspunde la nevoile antreprenorilor;
- a îmbunătăți calitatea vieții.

În Valonia s-a creat și un cluster pentru valorizarea biomasei, prin intermediul unui parteneriat public-privat: Valbiom. Această rețea aduce laolaltă companii din sectorul industrial și din cel agricol, precum și laboratoare și centre de cercetare, ce conlucrează în domeniul valorizării biomasei.

Fáilte Irlanda

www.failteireland.ie

Fáilte Irlanda își propune să faciliteze dezvoltarea durabilă pe termen lung a turismului, prin contribuții socio-economice, culturale și de mediu. Organizația operează în strânsă colaborare cu guvernul irlandez, cu agențiile de stat, cu autoritățile locale și cu reprezentanții din domeniu, promovând turismul la nivel național prin:

- crearea unui plan de dezvoltare și a unor rețele a destinațiilor;
- investiții în infrastructură, activități, atracții turistice, evenimente și festivaluri;
- furnizarea de informații despre comportamentele consumatorilor și ale cumpărătorilor;
- oferirea de programe de mentorat și de formare, pentru a sprijini mediul de afaceri;

- dezvoltarea de platforme de achiziții, pentru a susține întreprinderile turistice în procesul de creștere și inovare.

Fáilte Irlanda are în structura sa departamente dedicate pentru:

- dezvoltare comercială, care facilitează crearea de programe noi și oferă acces la produse, instrumente de vânzare și cursuri de formare, în vederea optimizării afacerilor în conformitate cu nevoile pieței;
- cercetare, care oferă statistici și informații despre consumatorii din industria turismului;
- finanțare, oferind sprijin prin intermediul Strategiei irlandeze de investiții (https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2_Develop_Your_Business/6_Funding/FI-Tourism-Investment-Strategy-Final-07-06-16_1.pdf), care stă la baza implicării totale a organizației în proiecte turistice de capital;
- marketing, utilizând o varietate extinsă de canale pentru a promova întreprinderile locale, un exemplu în acest sens fiind site-ul www.DiscoverIreland.ie;
- dezvoltare de produse, în strânsă colaborare cu operatorii de turism și furnizorii de activități, astfel încât să se asigure promovarea produselor la nivel internațional;
- asigurarea calității, în baza Cadrului Național de Asigurare a Calității (NQAF), cu scopul de a le oferi consumatorilor standarde ridicate de încredere în ceea ce privește serviciile.

În ceea ce privește eforturile în domeniul sustenabilității, organizația și-a dezvoltat propriul portal de comerț (<https://tradeportal.failteireland.ie/>), care asigură:

- ✓ maparea oportunităților și a activităților turistice locale;
- ✓ căutarea de finanțare pentru inițiativele turistice;
- ✓ dezvoltarea profilurilor de afaceri;
- ✓ organizarea de evenimente promoționale și comerciale;
- ✓ sprijinirea întreprinderilor din sectorul turistic.

Societatea Organizației Cooperative Irlandeze (ICOS)

www.icos.ie

ICOS este un cluster cooperativ de organizații, axat pe înființarea și dezvoltarea de afaceri cooperative într-o varietate de domenii, care să susțină economia circulară a Irlandei.

ICOS se angajează să promoveze modele de afaceri cooperative puternice și sustenabile pe întreg teritoriul țării. ICOS reprezintă 130 de organizații irlandeze, având 150.000 de membri, 12.000 de angajați în Irlanda și 24.000 în străinătate și ajungând la o cifră anuală de afaceri de 10 miliarde de euro.

Comitetul ICOS pentru Afaceri Rurale este un consiliu dedicat promovării și comunicării unui model cooperativ inovator și sustenabil către întreprinderile rurale și actorii comunitari, în scopul sprijinirii grupurilor interesate de înființarea de cooperative. De asemenea, Comitetul întreprinde acțiuni de conștientizare la nivelul Agențiilor de Dezvoltare locale și naționale, cu privire la oportunitățile oferite de modelul cooperativ. Aceste acțiuni presupun, în egală măsură, activități de lobby către agențiile guvernamentale, în scopul înființării cu succes a cooperativelor în sectorul rural de afaceri.

Rețeaua Irlandeză de Dezvoltare Locală (ILDN)

www.ildn.ie

Organizațiile de Dezvoltare Locală, ca membre ale Rețelei Irlandeze de Dezvoltare (ILDN – Irish Local Development Network), au fost create inițial pentru a facilita incluziunea socială, în baza unei abordări inovative, centrate pe locație.

Accesarea unei rețele extinse de companii axate pe dezvoltarea rurală poate contribui la promovarea și implementarea Strategiilor privind Satele Inteligente și la dezvoltarea turismului rural.

ILDN cuprinde 35 de companii de dezvoltare rurală din Irlanda, care oferă o gamă largă de servicii de sprijin pentru sprijinirea comunităților rurale în demersul de dezvoltare locală. Aceste companii se concentrează pe:

- dezvoltare comunitară;
- natura întreprinderii și locurile de muncă;
- întreprinderi sociale;
- recreere rurală.

Rețeaua a fost susținută prin Programul LEADER, care le oferă comunităților rurale resursele necesare pentru stimularea dezvoltării locale.

Din perspectiva sustenabilității, companiile de dezvoltare locală Schema Socială Rurală, prin intermediul căreia peste 7.000 de angajați au prestat servicii rurale esențiale, inclusiv prin proiecte culturale și turistice și managementul mediului. De asemenea, companiile din rețea au numit „ofițeri de recreere rurală” și au implementat Programul Național de Mișcare, implicând aproape 2.000 de proprietari de terenuri.