

DEZVOLTAREA PARTENERIATELOR DE SOLIDARITATE ASAT¹ ÎN SPRIJINUL MICILOR PRODUCĂTORI LOCALI: MIZE ȘI PREMIZE

Mihaela Vețan²
Sergiu Florean³

Rezumat

Parteneriatele de solidaritate ASAT sunt dezvoltate în România începând cu anul 2008, în vederea susținerii micilor producători agricoli care cultivă natural. Dezvoltarea acestora este susținută la nivel național de *Asociația Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare (CRIES)*⁴. Mecanismul este unul bazat pe construirea unui relații de încredere între producători locali și consumatori urbani. Astfel, se formează la nivel comunitar grupuri de consumatori care doresc să achiziționeze produse realizate de mici agricultori, cu care încheie un contract pe perioada unui sezon agricol și cărora le plătesc un avans, în vederea susținerii costurilor de producție.

Cuvinte cheie: *parteneriat, încredere, preț echitabil, solidaritate, împărțirea riscurilor, transparență, agricultură naturală, biodiversitate.*

1. Ce este Asociația pentru Susținerea Agriculturii Țărănești (ASAT)?

ASAT este forma sub care s-a dezvoltat în România, începând cu anul 2008, un demers de agricultură susținută de comunitate (ASC), centrat pe producția de legume. ASAT înseamnă o mișcare critică față de sursele convenționale de hrană, care construiește alternative de economie solidară la piață, bazate pe dorința de a conserva capitalul social și de

[¹] Asociația pentru Susținerea Agriculturii Țărănești

[²] Președinte, Asociația Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare, Bulevardul B.P. Hașdeu, nr 11, Timișoara; Tel.: 0356.422.405; e-mail: mihaela.vetan@cries.ro.

[³] Responsabil marketing social, Asociația Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare, Bulevardul B.P.Hașdeu, nr 11, Timișoara; Tel.: 0356.422.405; e-mail: sergiu@cries.ro.

[⁴] www.cries.ro.

mediu, drept condiții ale unei vieți sănătoase și autonome. ASAT înseamnă *o relație directă, nemijlocită și de solidaritate* între consumatorul de produse agricole din oraș și fermierul practicant al unei agriculturi naturale și de scală mică din satele de proximitate.

ASAT reinventează o lume dispărută: micul agricultor poate să cultive natural, organic, fără să se teamă că munca lui va rămâne neplătită sau că va trebui să vândă pe nimic produsele sale, datorită presiunii tot mai crescute a pieței internaționale și a agriculturii intensive.

ASAT readuce la aceeași masă pe urmașul țăranului de altădată și pe orășeanul de astăzi, împărțind cu adevărat mâncarea produsă de cel dintâi și respectată la adevărata sa valoare de cel din urmă. ASAT este despre încredere și respect reciproc, despre renunțarea la vechea paradigmă client versus producător pentru a refundamenta relația dintre părți pe solidaritate.

Parteneriatele de solidaritate ASAT între consumatori și micii agricultori de proximitate sunt inspirate de mișcarea Asociației pentru Menținerea Agriculturii Țărănești (AMAP) din Franța, lansată la începutul anilor 2000 și care dezvoltă parteneriate locale solidare între urban și rural.

2. Scurt istoric

2.1. Agricultura susținută de comunitate (ASC) – la nivel internațional

ASC a apărut ca o reacție la o criză (dispariția micilor agricultori și a beneficiilor aduse de ei în piața alimentară locală) și s-a dezvoltat ca formă de solidaritate a consumatorilor cu fermieri prin dezvoltarea unei relații de câștig reciproc. Acest tip de asociere, de cele mai multe ori informală, are rezultate bivalente: în primul rând, ea sprijină sustenabilitatea micro-fermelor pentru obținerea de produse locale, tradiționale, ecologice; în al doilea rând, susține un stil de viață sănătos în rândul consumatorilor, care se responsabilizează pentru ceea ce consumă ei, cât și pentru ceea ce lasă moștenire generațiilor viitoare.

Termenul de ASC s-a răspândit pe plan internațional îndeosebi în ultimele trei decenii. Are mai multe sinonime și variații în diferite limbi,

cuprinzând o gamă largă a parteneriatelor dintre producători și consumatori.

Se consideră că primele forme de ASC au fost dezvoltate în urmă cu aproximativ 50 de ani în Japonia. Primele parteneriate sunt dezvoltate de mamele japoneze îngrijorate de creșterea importurilor de legume, de pierderea terenurilor arabile și de migrația fermierilor înspre orașe. Aceste femei au pus bazele unui nou sistem de producție și achiziție de produse prin dezvoltarea unor relații directe cu producători locali. Acest parteneriat se numește în limba japoneză *Teikei*, iar sensul filozofic al conceptului este „a pune fața producătorilor pe hrană”.

Astfel, la nivel internațional, există diferite inițiative care se încadrează în familia agriculturii susținute de comunitate, dintre care amintim:

- AMAP în Franța;
- Community Supported Agriculture (CSA) în țările anglo-saxone;
- ASC în Quebec;
- Teikei în Japonia;
- Reciproca în Portugalia;
- Grup de achiziții solidare (GAS) în Italia;
- ASAT în România.

2.2. Parteneriatul de solidaritate ASAT – dezvoltarea în România

În România, proiectul a pornit ca inițiativă a unui grup de tineri timișoreni, animați de Mihaela Vețan (activistă pentru o economie socială și solidară), inițiativă facilitată de dinamica din cadrul unui program european sprijinit de Consiliul Europei (*Teritorii de Coresponsabilitate*^[1]).

Proiectul de dezvoltare a parteneriatelor ASAT este astăzi coordonat la nivel național de către organizația CRIES. Inițiativa a fost lansată în iunie 2008 cu un legumicultor și 20 de familii de consumatori din Timișoara.

În anul 2008 a fost susținut primul producător agricol din județul Timiș, comuna Belinț, care a încheiat parteneriate cu un număr de 20 de

^[1] Proiectul a fost lansat în anul 2007 de către Consiliul Europei (Direcția de Coeziune Socială) în parteneriat cu Comisia Europeană și Platforma Europeană IRIS (www.iris-network.eu).

familii. În anul 2010, numărul de consumatori care au încheiat parteneriat cu legumicultorul belințan a crescut la 180 de familii, iar în 2011 s-a stabilizat la aproximativ 150. Începând cu anul 2010, a fost sprijinit un al doilea producător din județul Arad, comuna Ghioroc, sat Cuvin, facilitându-se încheierea unui parteneriat ASAT cu un grup de 23 de familii. În 2011, ASAT susține un nou agricultor din județul Arad, comuna Șagu, pentru un parteneriat de solidaritate cu 30 de familii de consumatori.

În 2012, ASAT se extinde în zona de centru, prin lansarea primului parteneriat de solidaritate între o producătoare din județul Cluj și 11 familii de consumatori clujeni. Parteneriatul acesta este unul pilot, lansat în primăvara anului 2012 (de regulă, parteneriatele ASAT se lansează în toamnă-iarnă pentru ca agricultorul să beneficieze cu adevărat de avansul plătit la înscriere de către consumatori), urmând să permită clujenilor să mărească în anul următor numărul familiilor participante.

În 2012, legumicultorul intrat în sistemul ASAT în 2011 și-a extins parteneriatul la 50 de familii, cu un angajament de aproximativ 30 de legume și zarzavaturi, împărțite în mod egal între consumatori, de-a lungul a 34 de distribuții (din aprilie până în decembrie) și o suprafață de 1,8 ha alocată producției. Aceasta este dimensiunea maximă a parteneriatului respectiv dată de forța de producție a gospodăriei legumicultorului, dar și de dorința de a dezvolta relația directă și de solidaritate cu consumatorii.

În perioada 2012-2013 se are în vedere dezvoltarea unor parteneriate ASAT în orașele Arad, București, Cluj-Napoca, Oradea, Odorheiu Secuiesc, Târgu Mureș și extinderea numărului de parteneriate din Timișoara.

3. Rezultate socioeconomice ale experienței pilot:

- creșterea numărului de mici producători interesați să producă natural și diversificat;
- creșterea numărului de angajați implicați în agricultura de mici dimensiuni;

- creșterea numărului de consumatori interesați să consume produse sănătoase, realizate la nivel local;
- dezvoltarea unei atitudini mai responsabile cu privire la rolul consumatorilor în susținerea micilor producători agricoli;
- sensibilizarea opiniei publice privind soarta micilor producători;
- intensificarea relațiilor urban-rural și creșterea coeziunii sociale.

4. Descrierea mecanismului de funcționare:

- formarea unui grup de consumatori avizați și selectarea unui agricultor care se angajează să cultive în mod natural o diversitate de legume specifică regiunii, într-o cantitate estimată ca acoperind necesarul săptămânal mediu pentru o familie;
- acțiuni de informare și sensibilizare a opiniei publice în vederea semnării contractului cu producătorul selectat;
- încheierea parteneriatului între producătorul selectat și grupul de consumatori, cu achitarea unui avans ce permite agricultorului să facă lucrările necesare de pregătire a culturii;
- parteneriatul presupune asumarea mai multor principii (respectul pentru cultura locală, protejarea biodiversității și a mediului printr-o agricultură naturală, solidaritatea cu agricultorul, prețul corect, transparența parteneriatului, caracterul direct al relației dintre părți, proximitatea, voluntariatul – consumatori care ajută producătorul în realizarea distribuțiilor de coșuri ș.a.);
- realizarea unor vizite a consumatorilor la ferma producătorului;
- distribuirea produselor – se realizează o dată pe săptămână, într-un interval de două ore și într-un spațiu comun, cu ajutorul consumatorilor;
- analiza și evaluarea colaborării, precum și pregătirea contractului din anul următor.

5. Dificultăți întâmpinate în experiența de cinci ani a parteneriatelor ASAT în România

5.1. Relația cu consumatorii:

- *nivelul scăzut de informații în rândul consumatorilor cu privire la importanța unei alimentații sănătoase, locale, diversificate*: în ultimele două decenii s-au răspândit modele de consum nesustenabile, care adesea nu iau în considerare efectele asupra mediului și efectele sociale;
- *reticențe de implicare a consumatorilor în autogestionarea parteneriatelor de solidaritate* (formarea nucleelor de consumatori care să preia inițiativa gestionării unui parteneriat ASAT);
- *existența unui număr redus de inițiative de dezvoltare alternativă și consum responsabil în România face dificilă o informare corectă a consumatorilor cu privire la specificitatea micii agriculturi de proximitate și înțelegerea provocărilor cu care se confruntă micii producători agricoli*;
- *păstrarea interesului consumatorului reprezintă o problemă - doar 50% dintre consumatori și-au reînnoit contractul cu același producător (în cel mai bun caz)*. Considerăm că principalul impediment pentru continuarea parteneriatului este reprezentat de o înțelegere inițială neadecvată a demersului și intrarea cu așteptări nerealiste în parteneriat;
- *apar alte mecanisme în România care se asociază în mod greșit cu conceptul ASC*: în ultimii ani au apărut o serie de inițiative referitoare la asigurarea coșului de legume sub diferite forme: comandă on-line, distribuție la domiciliu etc. Unele dintre ele s-au dovedit a fi costisitoare și chiar false. Putem bănuși că aceste experiențe au condus la scăderea nivelului de încredere față de modele alternative de distribuție și o înțelegere eronată inclusiv a ASC.

5.2. Relația cu producătorii:

- *reticență față de experimentarea unui astfel de model* din motive precum: lipsa de disponibilitate de a produce o gamă diversificată de legume în ritm natural, fără substanțe chimice; teama de a se angaja printr-un contract față de un număr stabil de consumatori, lipsa de disponibilitate de a intra într-o relație transparentă cu consumatorii în privința prețului și a modului de producție;

- *lipsa cunoștințelor și a experienței necesare cultivării unei game diversificate de produse în mod natural și într-o manieră planificată* atât în rândul producătorilor care au intrat în sistemul ASAT, cât și potențiali producători, interesați de acest demers;

- *dificultăți de relaționare cu grupul de consumatori*: absența unor abilități de comunicare cu consumatorii a fost observată la unii dintre producătorii implicați în parteneriatele ASAT, aceștia întâmpinând diverse piedici în dezvoltarea unei relații strânse cu consumatorii;

- *cunoștințe reduse de planificare financiară*: acest aspect este determinat de faptul că în mod curent nu există obișnuința realizării unei planificări și organizări financiare în rândul fermelor de semi-subsistență.

6. Impactul inițiativei și caracterul inovator:

- oferă producătorilor o garanție în privința comercializării produselor, consumatorii încheind un contract cu producătorul la începutul unui sezon agricol;

- reduce timpul pentru vânzarea produselor, producătorii comercializează produsele într-o singură zi din săptămână, la un interval orar stabilit împreună cu grupul de consumatori;

- asigură producătorului un *preț echitabil*, care acoperă toate costurile determinate de realizarea producției și permite un venit sigur pentru producători și o plată decentă a muncii depuse;

- susține agricultura locală, acest demers adresându-se cu precădere micilor producători agricoli;

- favorizează practicile ecologice (folosirea îngrășămintelor naturale, absența îngrășămintelor, a tratamentelor și a pesticidelor de sinteză), favorizează biodiversitatea locală și produsele sănătoase obținute în ritmul naturii;

- susține dezvoltarea de locuri de muncă în domeniul agricol (dimensiunea parteneriatului vizează acoperirea capacității de producție a gospodăriei agricultorului, în condițiile agriculturii tradiționale, oferind acestuia din urmă posibilitatea de a se dezvolta și de a contracta munca altor persoane).

Un impact pe termen mediu asupra *consumatorilor* poate fi reprezentat de schimbarea obiceiurilor de consum, de cumpărare, de alimentație, a stilului de viață al acestora. Consumatorii, prin această experiență pe termen lung, își schimbă anumite obiceiuri gastronomice integrând mai mult ingrediente locale, sezonale, cu impact nutritiv de mare calitate. Implicite, este influențat și comportamentul de consum general, ei devenind tot mai conștienți de rolul consumului responsabil în susținerea economiei locale și a persoanelor dezavantajate.

După cum se poate observa, funcționarea unui parteneriat de tip ASAT are impact nu numai la nivel individual ci și la *nivel comunitar*. Rolul educativ și pedagogic, deosebit de puternic pe care îl joacă acest model de dezvoltare alternativă îi completează importanța socioeconomică. Deși, la momentul actual, parteneriatele de solidaritate ASAT reprezintă unul dintre cele mai solicitante modele de dezvoltare alternativă în domeniul agricol din România, prin complexul de schimbări pe care le implică, relevanța sa este crescută și un număr tot mai ridicat de persoane sunt interesate de funcționarea și implementarea sa.