



Uporedo sa predstojećom „Kupusijadom“ u Futogu, 30. i 31. oktobra, biće održan festival „Terra Madre Serbia“ pod nazivom „Mali poljoprivredni proizvođači kao čuvari biodiverziteta i promotori lokalnog razvoja“. Festival ima za cilj promociju srpskih poljoprivrednika i zajednica koje se bave zaštitom i očuvanjem gastronomске tradicije i identiteta, kvaliteta hrane i prehrambenih proizvoda, kao i očuvanjem zdrave životne sredine. Ovaj festival predstavljen je na 48. Sajmu LORIST u Novom Sadu, kome su prisustvovali predsednik „Slow Food Serbia“, gospodin Biđo Karano (Carrano Biagio), član Gradskog veća za privrednu, mr Goran Sečujski, predsednik Udruženja „Futoški slatki i fotoški kiseli kupus“, gospodin Goran Puača i dr.

- „Terra Madre Serbia“ je koncept kojim želimo da povežemo sve male proizvođače u Srbiji koji rade kvalitetno, koji su označeni kao faktori lokalnog razvoja. To konkretno znači da ako neki proizvod ima tradiciju, kvalitet, to nije samo nešto što će da se sačuva za nove generacije, već potencijal za lokalni razvoj - rekao je tom prilikom gospodin Biđo Karano i istakao da se to postiže preko sertifikacije proizvoda, brendiranja, edukacije i slično.

-U Italiji, Nemačkoj, Francuskoj je zaživila praksa u kojoj mali proizvođači više od države ne traže subvencije ili neku drugu pomoć, već su postali oni koji kreiraju novi model lokalnog razvoja. To znači da proizvođač ima sredstva da investira u proizvodnju i da sačuva tradiciju, a potrošači dolaze direktno kod proizvođača da kupe proizvod, i taj model može da bude opcija protiv jednog od najvećih problema u zemlji trenutno, depopulacije. Taj koncept pruža malim proizvođačima mogućnost da žive od svog rada, mogućnost za dalji razvoj, širenje takvog načina proizvodnje – obavestio je naš sagovornik.

Prema njegovim rečima projekat „Riznica ukusa“, online katalog hrane koji sprovodi „Terra Madre Serbia“ u nastojanju da zabeleži sve bitne podatke i karakteristike proizvoda sa određene teritorije kojima preti nestanak, treba da pomogne u tom pravcu.

Zašto je to bitno? Zato što je danas najveći problem uspostavljanje kontakta između prodavca i kupca.

U Vojvodini i Srbiji postoje veliki potencijali koji su do sada malo iskorišćeni, ali primeri dobre prakse postoje. Jedan od njih je bila i tamo prisutna Ljiljana Pušić-Mojić, vlasnica „Gorskog sira“ (Jazak) koja je ostvarila direktnu prodaju sa kućnog praga. Na taj način benefit je višestruk: proizvod košta manje, kupci mogu da vide gde, kako i ko proizvodi određen proizvod, i ostvare međusobni kontakt poverenja.

Problem kupaca koji ne znaju gde mogu da kupe određen proizvod rešava se putem promocija, izložbi, posebno putem medija. U tu svrhu biće organizovan, paralelno sa Kupusijadom, i prvi ovakav festival u Futogu, gde će svaki proizvod imati svoje predstavljanje, a kupci moći osim da se snabdeju određenim proizvodima, i da se upoznaju sa proizvođačima,

uspostave kontakt sa njima, kako bi i posle festivala mogli ponovo da dođu do tog proizvoda.