



Nr 8 | Kevad-suvi 2013

ISSN 1831-5720

farnet

M A G A Z I N E

Kohaliku püügi turustamine





Sisukord

Fotod (leheküljed):

iStockphoto (1), Apollo Media (5), Jean-Luc Janot (6, 8, 9, 21, 23, 24, 27), Seafood Cornwall (6), Brian Sherwen (7), Stockholms Fiskmarknad (10, 11), Anna & Dariusz Moczulscy (12), Gmina Milicz (13), Górecznik (13), Partnerstwo dla Doliny Baryczy (14, 15, 16), Aleksander Kowalski (15), Aigars Laugalis (17, 18, 19), Cooperativa Sant'Anna (20), Giuseppe Scordella (21, 22, 23), Alentejo FLAG (25), North & West Cumbria FLAG (25), Taste South East (25), Jan Kegels (25), Groupe FEP varois (27), ETAL S.A. (27), Kainuu-Koillismaa FLAG (28), Costa da Morte FLAG, Cofradia de Pescadores de Caion (30).

Esikaas: Kalur valmistab ette sardiine müügiks

Ajakirjanikud:

Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

Teised kaastöölised:

Ursula Budzich-Tabor, Monica Burch, Serge Gomes da Silva, Marie Lesueur (Agrocampus Ouest), Paul Soto, Gilles van de Walle.

Teostus:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

Kontakt:

FARNETi ajakiri, FARNETi toetusüksus,
Rue de la Loi 38, B-1040 Brüssel
+32 2 613 26 50
info@farnet.eu
www.farnet.eu

FARNET on Euroopa Komisjoni merendus- ja kalandusajade peadirektoraadi ajakiri. Seda levitatakse tasuta vastavalt tellimustele.

FARNET Magazine ilmub kaks korda aastas inglise, prantsuse, saksa ja hispaania keeles.

Käesolev FARNET Magazine on tõlgitud eesti keelde Eesti kalandusvõrgustiku üksuse ja Põllumajandusministeeriumi algatusel ning selle välja andmine on toetatud Euroopa Kalandusfondi tehnilise abi vahenditest.

Toimetaja: Euroopa Komisjoni mereasjade ja kalanduse peadirektoraadi peadirektor.

Vastutusest lahtitulemine: ehkki mereasjade ja kalanduse peadirektoraat vastutab ajakirja väljaandmise eest, ei ole ta vastutav konkreetsete artiklite täpsuse, sisu või neis väljendatud seisukohtade eest.

Kui ei ole märgitud teisiti, ei ole Euroopa Komisjon mingil viisil heaks kiitnud või kinnitanud käesolevas väljaandes avaldatavaid seisukohti ning avaldusi ei saa tõlgendada Euroopa Komisjoni avalduste või mereasjade ja kalanduse peadirektoraadi seisukohtadena.

Euroopa Komisjon ei taga käesolevas väljaandes avaldatud andmete täpsust, samuti ei vastuta Euroopa Komisjon ega selle nimel tegutsevad isikud nende andmete kasutusviisi eest.

© Euroopa Liit, 2013

Väljaannet võib reprodutseerida vaid juhul, kui esitatakse viide allikmaterjalile.

Trükitud Belgias taastöödeldud paberile.



Kohaliku püügi turustamine: uued võimalused kalanduspiirkondadele 4

Aina kasvavate kulude, rangete püügimahupiirangute ja odavast importid põhjustatud konkurentsi valguses on üha enam kalureid sunnitud oma püügi turustuspotentsiaali ümber hindama ning selle turustamiseks uusi ja kasumlikumaid kanaleid leidma. Fookus uuel Stockholmi kalaturul (Rootsi)



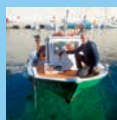
Reportaaž: tegevusgrupi kala 12

Karpkala on Baryczy oru (Poola) kõige olulisem toodang ja jätkusuutliku kohaliku arengu edasiviija.



Intervjuu: Aigars Laugalis 17

Ettevõtja ja Läti ranniku Liepāja tegevusgrupi juhatuse liige Aigars Laugalis on oma kalandusettevõtet arendanud 4. telje abiga.



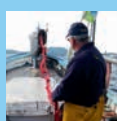
Reportaaž: Emotsionaalne äri 20

Salentos (Itaalia) pakub turism mitmeid häid võimalusi kohaliku kalandussektori väärtuse ja mitmekesisuse tõstmiseks.



Kaubanduse tuuled 25

Neli uuenduslikku asukohapõhist arendusprojekti kalanduses.



Fookuses: Tulemuste saavutamine 26

Tegevusgrupid peavad tõestama, et kogukonna juhitud kohalik areng (CLLD) – käesoleva perioodi 4. telg – aitab toetada sotsiaal-majanduslikku arengut viisil, mida ei saavutata üldpoolt lähtuva poliitikaga.

Võrgustik FARNET 31



Juhtkiri

„4. telg on Euroopa Kalandusfondi inimsõbralik pale“

Stephanos Samaras on üks 4. telje peamisi väljatöötajaid. Veebruaris lähetati ta Euroopa Komisjonist tööle Kreeka peaministri kabinetti. Lahkudes jättis ta FARNETile järgmise sõnumi:

Esimesed kogemused kohalike kalanduspiirkondade arendamisega saime Pesca programmiga 1990. aastate lõpus. See programm toimis osades riikides hästi, kuid teistes mitte nii väga. Peamiseks probleemiks oli see, et kohalikke projekte valiti tsentraalselt ülaltpoolt ning kalanduskogukondades puudus omandi- ja kaasamistunne. Sel põhjusel otsustasime käesoleval perioodil anda kohaliku arengu „püha kolmainuse“ Leaderilt kalanduspiirkondadele Euroopa Kalandusfondi 4. telje kaudu.

„Kolmainus“ viitab altpoolt lähtuva kohaliku arengu kolmele alustalale, milleks on *kohaliku partnerluse* tugevdamine ja nende oma *strateegiate* väljatöötamise edendamine sidusates *valdkondades*. Kuigi paljud liikmesriigid olid nende põhimõtetega juba tuttavad, oli ka neid, sealhulgas kogenud liikmesriike, kus kalandusega tegelevad ametkonnad ei olnud harjunud selliselt mõtlema. 4. telje väljatöötamisel püüdsime saavutada tasakaalu selgete kriteeriumide ja juhiste ning paindlikkuse vahel, mis võimaldaks liikmesriikidel ja kohalikel piirkondadel leida nende endi vajadustele vastavaid lahendusi. Kahjuks aga tuli mõningaid põhimõtteid läbirääkimiste käigus muuta ja 4. telje tarbeks eraldatud eelarved ei vastanud alati kalanduspiirkondade vajadustele või potentsiaalile.

Teine probleemi oli see, et enamik kohalikke tegevusgrupe olid uued ning nende ja korraldusasutuste vahelise võimekuse ja usalduse arendamiseks ei olnud piisavalt aega. Selle tulemusena viis osa liikmesriike pärast tegevuskavade kinnitamist sisse täiendavaid nõudeid ja eeskirju ning see muutis halduskoormust ja tegi ülesande veelgi keerukamaks.

Kuid kui vaadata 3 000 peamiselt väikesemahulist projekti, mis on siiani tegevusgrupi poolt heaks kiidetud, võime näha, et 4. telg on EKFi inimsõbralik pale. Mitmed teised teljed tegelevad seliste küsimustega, nagu näiteks lammutamine ja mootorimahud, millel on avalikkuse silmis üsna tehniline ja negatiivne tähendus. Samas on iga 4. telje projekti taga lugu, mis näitab, et Euroopa hoolib tavainimestest.

4. telje uus põlvkond aitab meil veel ühe sammu edasi astuda. Väga suureks saavutusk on olnud rohkem kui 300 grupi loomine, mis on toonud ühe laua taha kalandussektori erinevad, sageli vastuolulised osapooled ja kohalikud sidusgrupid. Nüüd on prioriteediks

seniste edusammude põhjal edasi töötada, investeerides kohaliku tasandi inimressurssidesse ja võimekusse. See aitab meil projektide kvaliteedi osas suure sammu edasi astuda. Vajame Euroopas rohkem innovatiivseid lahendusi ja koostööd, et lahendada kalanduskogukondade jaoks strateegilise tähtsusega probleeme.

Seetõttu juhatan rõõmuga sisse käesoleva *FARNET Magazine* numbri, mis keskendub teemale, mis on keske tähtsusega peaaegu kõigis kalastuspiirkondades: kuidas saavad kalanduskogukonnad oma kohalikku püüki tulusamalt turustada.

Esimeses artiklis antakse ülevaade erinevate kaubandusskeemide eelistest ja puudustest. See on üks neid valdkondi, kus Leaderi programmi mõju maapiirkondades oli suur, kuid kalatoodangu turustamine on seotud teatud lisaraskustega. Samal ajal toovad tarbijate eelistused ja uus tehnoloogia „lühihühendustesse“ suuri muudatusi. Seejärel keskendub ajakiri Stockholm kalaturul toimuvale põnevale juhtumile, kus julge seltskond kohalikke kalureid üritab peatada nende kalade saatmist sadade kilomeetrite pikkusele teekonnale läbi riigi enne, kui need tulusale kohalikule turule tagasi jõuavad.

Ajakirjas on kaks reportaaži: üks Poolas asuvast Karpkalaorust ning teine nüüdseks populaarsest turismisihtkohast Salentost Itaalias. Need artiklid näitavad, kui erinevad võivad olla kalanduspiirkondade ees seisvad väljakutsed ning millist sageli kahe silma vahele jäetud potentsiaali kalandus territooriumile pakub. Intervjuu kalandusettevõtja ja Läti tegevusgrupi liikmega on üheks eelpool mainitud isiklike lugude heaks näiteks. Rubriik „Kaubanduse tuuled“ pakub nelja omavahel üsna sarnast lugu. Käesoleva numbri võtab kokku artikkel, milles antakse ülevaade 3 000 tegevusgrupi seni heaks kiidetud projekti põhilistest tulemustest. Need on tulemused, mille põhjal meil on vaja edasi töötada, tagamaks, et Euroopa Merendus- ja Kalandusfondi (EMKF) 4. telje teine põlvkond astub kvaliteedi ja kohapealse mõju osas sammu edasi.

Stephanos Samaras,
üksuse juhataja, mereasjade ja
kalanduse peadirektoraat

UUED VÕIMALUSED KALANDUSPIIRKONDADE JAOKS

Kohaliku püügi turustamine

Aina kasvavate kulude, rangete püügimahupiirangute ja odavast impordist põhjustatud konkurentsi valguses on üha enam kalureid sunnitud oma püügi turustuspotsentiaali ümber hindama ning selle turustamiseks uusi ja kasumlikumaid kanaleid leidma.

FARNETi ajakirja käesolev teema jätkab varasemat tööd kohaliku kalatoodangule lisaväärtuse leidmiseks ning vaatleb lähemalt turustamise tähtsust kohaliku toodangu väärtuse suurendamiseks. Antud kontekstis defineeritakse turustamist kui toodangu turule paigutamist, st sobivate turustuskanalite valimist.

Kohapeal tegutsevate üksustena on tegevusgruppidel, kellel on piirkonnas palju mitmesuguseid sidemeid ja partnerlussuhteid, hea positsioon, et aidata kohalikel tootjatel oma kohaliku toodangu väärtust tõsta. Toote müümiseks on mitmeid erinevaid viise. Oluline on valida toodangut ja sihttarbijat silmas pidades sobivaim. Vaatamata sellele, et kaluritel on sageli võimalik pakkuda väga erilist toodet, ei ole neil tihti motivatsiooni rohkemaks kui ainult kalapüüdmiseks. Selle tulemusena võivad nende tooted kaduda pikkadesse ja keerulistesse turustuskanalitesse, milles enamiku lisanduvast väärtusest saavad endale vahendajad.

Samal ajal muutub turuolukord aina keerulisemaks. Kulutused (kütus, võrgud jne) aina kasvavad, püügivõimalused on piiratud ning hinnatase on masstoodangu ja importkauba poolt loodud konkurentsi tõttu surve all. Paljud nendest probleemidest (nagu näiteks kvoodid või kütusehinnad) ei ole kohalike kalurite kontrolli all ning nendega ei ole võimalik kohalikul

tasandil tegeleda, seega on üks väheseid võimalusi oma majanduslikku olukorda parandada üritada leida viise, kuidas oma püügi turustuspotsentiaali maksimaalselt ära kasutada.

Kohalike kalurite toodangu turustamiseks parimate võimaluste leidmiseks tuleb analüüsida järgnevaid aspekte:

- > *hetke turusituatsioon:* Kuidas toimub kohaliku toodangu müük praegu? Millistel tingimustel saavad kohalikud tootjad oma püügi eest õiglast hinda? Kas nõudluse osas esineb probleeme? Kas kohalikud tootjad saavad oma toodangut aastaringsest mõistliku hinnaga müüa? Kas esineb hooajalisi probleeme? Kas osa toodangust tuleb mõnikord ära visata või kahjumiga müüa?
- > *mida saaks teha paremini.* Kas hetkeolukorda oleks võimalik parandada? Kas on teatud asju, mida tuleks teha teisiti? Või kas tuleks kaaluda radikaalselt uut turustussüsteemi? Millised on turu võimalused? Millised on toodangu unikaalsed omadused, mida tuleks ära kasutada? Lühidalt öeldes tuleks parima võimaliku tulemuse saavutamiseks analüüsida nii nõudluse (kes on sinu turg? ja mida turg soovib?) kui ka pakkumise poolt (mida on sul pakkuda?).

> *praktilised probleemid:* Kui palju see maksma läheb (milliseid uusi investeeringuid on vaja teha)? Millised on nõudmised aja (kaasnev lisategevus,...) või spetsiifiliste teadmiste või oskuste (suhtlemine, müügioskused, seadusandlusega seotud nõuded,...) osas? Prooviperiood või pilootprojekt võib aidata muuta uue ettevõtmisega seotud riskid minimaalseks, võimaldades hinnata selle potentsiaali ilma kõiki investeeringuid tegemata.

Kuigi kohalike kalandustoodete turustamise võimalused on seotud suurel määral kontekstiga (st sõltuvad kohalikest tingimustest, turust ja toodete liigist,) on allpool välja toodud mõned elemendid ja algatused, mida kohalikud tootjad on oma toodangu turustamiseks edukalt kasutanud.





▲ Kala müüakse otse paadist Taanis

PARIMATE VÕIMALUSTE LEIDMINE KOHALIKE KALANDUSTOODETE TURUSTAMISEKS

Hindamine: kas me oleme rahul viisiga, kuidas meie tooteid praegu turustatakse (kas marginaalid on head, kas nõudlus on nii koguste kui hinna osas stabiilne, kas tuleviku-väljavaated on lubavad...)?

jah

Võib jätkata tavapärasel viisil, kuid jälgige hoolikalt arenguid turul (muudatusi nõudluses, elustiilis, hinnavõitluses...)

ei

Leidke viise hetkeolukorra parandamiseks:

1. Probleemide analüüs (nõudlus ja pakkumine)
2. Tehke kindlaks võimalikud tegevuskavad
3. Hinnake võimalikkust
4. Proovimine, piloottegevused
5. Äirakendused

Kas paiknete tegevusgrupi piirkonnas?

jah

Kasutage oma projekti arendamiseks tegevusgrupi partnerluse teadmisi, ressursse ja kontakte – [link tegevusgruppide lehele](#)

ei

Uurige 4. telje projektide kohta, mis aitaksid teil oma projekti arendada – [heade praktikate link](#)



▲ Kalapood Baie de Somme's (Prantsusmaa)



▲ Kalaturg Cornwallis (Inglismaa)

Kohalikud kalatooted ja nende eripära

Kala müümine tähendab hoopis enamat kui ainult kala enda müümist: te müüte tarbijale ka palju muid kasutoovaid asju. Tarbijad näevad kala mitmel erineval moel. Kala ja karpe saab käsitleda kui tervislikke proteiiniallikaid, kui ühte viimastest looduslikest toitudest, kui erilist toodet, mis toob mõttesse mälestusi mere ääres veedetud puhkustest. Lühidalt on kala midagi enamat, kui esmapilgul näha. Neid erinevaid omadusi, mida tarbijad kalaga seostavad, on näitajad, mida tootjad saavad ära kasutada, et kala turustatavust tõsta.

Lisaks on kohaliku toodangu eeliseks ka selle tihe seotus kindla asukoha ja sealsete inimestega. See loob kuvandi tootest, mida valmistavad pühendunud inimesed, kes on täielikult omandanud toote valmistamiseks vajalikud spetsiifilised oskused ja teadmised, pöörates samal ajal tähelepanu selle kvaliteedile ning kaitstes ökosüsteemi, kust toode pärineb. Kohalikku toodangut peetakse täielikumaks ja oma olemuselt tervislikumaks, kuna selle tootmiseks pole tarvis kasutada näiteks keemilisi säilitusaineid või maitsetugevdajaid. Inimestel on võimalik saada seda, mida nad näevad. Kohalikku toodangut seostatakse sageli ka värskusega, kuna toodet toodetakse ja müüakse kohapeal ning puudub vajadus seda kaugele transportida.

Kala ja kohaliku toodangu positiivsete omaduste ühendamise võib olla väga võimas turustusvahend, kuid samas tuleb arvestada ka võimalikke negatiivseid kõrvaltoimeid. Näiteks peetakse kala mõnikord limaseks, haisvaks ja luid täis ning raskesti puhastatavaks ja valmistatavaks toiduks. Kalatoodete maine on kannatanud ka teatud püügiviiside jätkusuutlikkusega seotud probleemide ning võimaliku raskemetallide kumuleeruva sisalduse tõttu. Teisalt aga võidakse kohalikke tooteid pidada vahel liiga lihtsateks ja maalähedasteks ning kõrgeimatele hügieeninõuetele mittevastavateks. Väljakutse seisneb seega selles, kuidas tuua välja ja kasutada ära positiivseid külgi, leevendades samal ajal võimalikke negatiivseid arusaamu. Need ettekujutused on erinevatel tarbijatel erinevad ja on seotud ka kohaliku kultuuriga, nagu on kirjeldatud FARNETi Väärtuse lisamise juhendis [Adding Value Guide #3](#). Näiteks Ühendkuningriigi tajutakse kalatooted hoopis teisiti kui Hispaanias.

Kindlad turustuskanalid kohalikule kalatoodangule: lühikese tarneahela algatused

Mõned turustuskanalid on kohaliku kalatööstuse toodangu tarbeks sobivamad kui teised. Need on peamiselt sellised kanalid, mis võimaldavad hoida ning säilitada sidet tootja ja tarbija vahel. See side on tõepoolest põhjapaneva tähtsusega, et äratada usaldust ning anda teadmisi kohalike toodete päritolu kohta. Lisaks on kalatoodete puhul võimalik rõhutada „viimase loodusliku toidu“ kuvandit, mis loob väga võimsa narratiivi. Otsene side tarbija ja tootja vahel on juba iseenesest turustusvahend.

Mida rohkem on ahelas kõikvõimalikke vahendajaid, seda nõrgem on side tarbija ja tootja vahel. Seega sobivad kohalike tootjate jaoks kõige paremini lühikese tarneahela skeemid, kuna võimaldavad neil kohaliku kuvandi abil suurimat võimalikku lisaväärtust saada. Lisaks sellele vastavad need skeemid hästi turusuundumusele, mis rõhub kontaktile tootjatega ning üha kasvavale nõudlusele toidu päritolu jälgitavuse kohta („tunne oma tootjat, tunne oma toitu“) – see on suundumus, mida on tugevasti mõjutanud viimaste kümnendite toiduga seotud hirmud (BSE ehk hullu lehma tõbi, suu- ja sõrataud, dioksiinid, hobuseliha skandaal jne).



▲ Kohalik kalamees viis kokk Jean-Christophe Novelli (keskel) merele, et edendada skumbria tegevusgrupi rahastatud projekti.

Lühikese tarneahela skeemide hulka kuulub nii otsemüük, mille puhul tootjad müüvad oma kala otse tarbijatele (paadist, turgudel asuvatelt müügiletidelt või oma poodidest jne), kui ka sellised skeemid, mille puhul on tootja ning restorani või kalapoe vahel kindel suhe või partnerlus, samuti mõni muu kogukonna poolt toetatud skeem, kus tootja ja lõpptarbija vahel on maksimaalselt üks vahendaja.

Spetsiaalsete kanalite loomise vajadust kohalike kalatootjate toodangu turustamiseks toetab ka see, et kohapeal püütud kala on sageli parema kvaliteediga. See

on tingitud sellest, et väikeste kalapaa- tide lühemat aega kestvad püügiretked ja püügitehnika võimaldavad saada tõeliselt värsket¹ ning kõrge kvaliteediga kala. See- tõttu on sellise ülihea kvaliteediga kauba turustamine läbi massiturustuskanalite raisatud võimalus, sest kohalikud tootjad ei saa sama valdkonna suurtootjatega nii- kuinii hinnas võistelda.

Seega peaksid kohalikud tootjad kasu- tama skeeme, mis võimaldavad neil oma püügilt maksimaalset tulu teenida. See nõuab oma toodangu eristamist ja hoolitsemist, et see teiste hulgast välja paistaks. Selle saavutamiseks on esmatähtis õige turustuskanali valimine.

Otsemüük

Otsemüük on lühikese tarneahela turus- tuse kõige äärmuslikum vorm, kuna see tähendab, et kalur või tema perekonna- liikmed (nt abikaasa) müüvad toodangut otse lõpptarbijale, vahendajaid kasuta- mata. Kuna vahendajad puuduvad, saavad kalurid ise müügihinna määrata ning kogu saadava tulu endale jätta. Otsemüügi näi- deteks on nii paadist müümine, väikesed müügiletid sadamas kui ka liikuvad kala- poed kohalikel turgudel. Kõik see nõuab kalurite otsest seotust, mis võib niigi tihedale töögraafikule koormust lisada, samuti nõuab see loomupärast oskust ini- mestega suhelda. Kuid samas on käivita- miseks vajalikud investeeringud tavaliselt väikesed ja isegi kui müügikogused ei ole suured, võib otsemüügist saadav tulu pak- kuda täiendavat sissetulekut.

Otsemüügi kaudu müüdavad kogused on piiratud, osaliselt ka seetõttu, et võimalike tarbijate arv on piiratud. Nii näiteks arva- takse, et Prantsusmaa maapiirkondades elavad tarbijad on teatud kindla toote² hankimiseks nõus liikuma oma kodust kõige rohkem 20 kilomeetri kaugusele, mis märkimisväärselt piirab kohalike toot- jate potentsiaalsete klientide arvu.



OTSEMÜÜK (VAHENDAJA PUUDUB)	TEISED LÜHIKESE TARNEAHELA VÕIMALUSED (MAKSIMAALSELT ÜKS VAHENDAJA)
Müük otse paadist	Eksklusiivne leping restorani(de)ga
Väike müügilett sadamas	Kogukonna poolt toetatud kalapüügiskeemid
Liikuv kalapood	Eksklusiivne leping kala- või mõne muu kohaliku poega (lähipiirkonnas või linnasüdames)
Värsket kala turg	Kooperatiivkauplus (võib kaasa tuua mingil määral töötlust)
Taluturg	Kooperatiivne töötlus või leping koha-liku töötlejaga

¹ Paljud tarbijad ei taipa, kui kaugale ja kui kaua on kala transportitud, enne kui see värsket pähe suurte keskuste supermarketites või kalamüüjate kaudu maha müüakse – loe lähemalt kalatarbimise kohta Stockholmis käesolevast numbrist (vt lk 10).

² Kohalike toodete turustamine: lühikesed ja pikad tarneahelad, Leader Observatory.

Teised lühikese tarneahela võimalused

Leidub ka teisi lühikese tarneahela skeme, mis võimaldavad kliendibaasi laiendada. Kogukonna poolt toetatud skeemid (CSF) on ühed neist alternatiivsetest turustuskanalistest, mis üritavad ühendada kohalikku pakkumist ja laiemat nõudlust. Nende skeemide abil õnnestub tavaliselt liikuda püügi vahetust piirkonnast veidi kaugemale, et jõuda laiemale kliendibaasini.

Kogukonna poolt toetatud skeemid on erinevad, kuid põhimõte seisneb selles, et kliendid seovad end enne kalastushooaja algust, lubades iga nädal osta fikseeritud hinnaga kalatooteid. Need tooted tuuakse klientidele enamasti eelnevalt kokkulepitud ajal kindlatesse kohtadesse (taluturule, kontorisse, parklasse). Tootjate jaoks tähendab see seda, et neil on kindel turg ja nad saavad oma saagi eest head hinda. Tarbijad saavad värsket kala usaldusväärsest allikast. Need skeemid tugevdavad ka sidet kalurite ja nende territooriumi vahel, võimaldades saada ühendust klientidega, kelleni nad otsemüügiga ei ulatuks.

Kogukonna poolt toetatud skeemide puhul on oluline logistiline külg, mis nõuab teatavat koordineerimist. Tuleb ette valmistada kalapakendid, seada sisse tellimuste süsteem, mida tuleb ka hallata, planeerida tootmist, mis sõltub püütavatest liikidest, ning panna paika kätetoimetamise süsteem. Seega kaasneb sellise skeemiga märkimisväärselt palju tööd. Tegevust saab juhtida kohaliku ühistu või kogukondliku ettevõtte või usaldusväärse vahendaja kaudu (kohalik kalapood, töötlemisettevõtte jne), mis töötab tasu põhiselt. Seda, kuidas kogukonna poolt toetatud skeme edukalt luua ja juhtida, käsitletakse lähemalt FARNETi lähikuudel ilmuvas numbris. Peamine on aga see, et need skeemid on mõeldud õiglase ja usaldusväärse turu tagamiseks, millest saavad kasu nii kalurid kui ka tarbijad (vt „Mereandide korv“ lk 25).

Kalaturud, nagu näiteks Stockholmi turg (vaata seotud artiklit), on samuti näiteks, kuidas kohalikke tootjaid uute klientidega kokku viia (antud juhul suurest linnasüdamest pärit klientidega).



▲ Austrite otsemüük Arcachon'i kalanduspiirkonnas (Prantsusmaa)

Nii näitavad Hollandis tekkinud värske kala turud (kirjeldatud FARNETi head praktikad 027), et koordineeritud pakumine võib ligi meelitada inimesi ka kaugemalt – väidetavalt on tarbijaid tulnud sellistesse kohtadesse värsket kala ostma isegi Amsterdamist (75 km kauguselt).

Veel üks viis, kuidas kohalikud tootjad saavad kala lühikese tarneahela skemide kaudu turustada, on müüa oma toodangut spetsialiseerunud poodides või müügiskeemide kaudu, mis kasutavad kõige paremate müügikeskusteni jõudmiseks kohalikku spetsiifikat. Stanstedi taluturg (<http://www.stanstedfarmshop.com/>) on näide spetsialiseerunud poest, mis müüb kohalikke talutooteid, rõhutades kohalikku päritolu, ja mis on nüüdseks laiendanud oma pakutavat sortimenti kohaliku kalani. Lisaks otsivad mõned Inglise tegevusgrupid võimalusi teha koostööd spetsialiseerunud poodidega Londonis, et turustada oma toodangut otse Suurbritannia pealinna südames.

Mitte ainult värske kala

Lühikese tarneahelaid seostatakse tavaliselt värske toodanguga, kuna lühemate turustusahelate eeliseks on kiirem jõudmine tarbijani. Kuid lühikesed tarneahelad ei pruugi olla seotud ainult värske toodanguga. On olemas ka edukaid lühikese tarneahela näiteid konserveeritud või külmutatud kaupade müügis. See võib vajalik olla juhul, kui tootja või sagedamini tootjate rühm mitmekesistab tootmis-

ahelat vertikaalselt, investeerides näiteks rajatistesse, et lisada toodangule väärtust. Traditsioonilised kõige lihtsamad turule tulemise viisid on suitsutamine või fileede vaakumpakkimine, kuid on ka edukaid näiteid konserveeritud toodete otsemüügist (vaadake näiteks FARNETi Häid praktikaid, mis tutvustab Galiciast (Hispaania) pärit 27 merikarbikorjaja ettevõttes toodetud nuivähipasteedi konservi või „La Paimpolaise“ või „le Brin d'Océan“ näiteid, mille leiab Farnet Guide #3st, mis kirjeldab väärtuse lisamist kohalikule kalatoodangule).

Selliste töödeldud toodete peamine eelis on nende parem säilivus, millel on mitmeid olulisi kasutegureid: kõigepealt võimaldab see tootmisprotsessi ning nõudluse lahus hoida (see on väga oluline olukorras, kus nõudlus või pakumine on hooajaline); teiseks loob see värskest müümata jäänud toodetele kõrvalkanali ning vähendab seega kadusid; ja kolmandaks on töödeldud tooted stabiilsemad, mis tähendab, et neid on lihtsam kaugemale transportida ning seega ka laiemale turule pakkuda. Turustusvahendina on võimalik kasutada ka pakendamist, mida ei saa teha värske kala puhul.



▲ Kalasnäkk Wieringeni kalaturul Hollandis

Lühikesed tarneahelad ja nende piiratus

Lühikese tarneahela süsteemidega on seotud ka riske ja piiranguid. Riskide hulka kuuluvad nii see, et tootjatel puudub kindlus, kas neil on võimalik oma püük maha müüa (eriti kui müüdav hulk võib olla piiratud), mis tähendab, et nad peavad arvestama mitte-müüdud toodangu hinnaga. Esineb ka risk, et tavapärasel kohaliku püügi ostjad, nagu näiteks hulgimüüjad, pööravad kohalikele tootjatele selja, mis tähendab, et tootjad peavad oma kala müüma otse või teiste meetoditega. Neid riske on aga võimalik leevendada, kui vaadelda lühikese tarneahela skeeme mitte alternatiivina, vaid tavapäraste turustusvahendite täiendusena.

Piirangute osas on peamiseks probleemiks ilmselt aeg: kõik lühikese tarneahela tegevused toimuvad kalapüügi kõrvalt ning nõuavad lisaaega ja -pingutust. Teised piirangud on seotud toiduohutuse ja kalanduskontrolli eeskirjadega, mis piiravad müüdavate toodete tüüpi (näiteks fileeritud või terve kala jne) või koguseid, mida saab erinevate skeemide kaudu müüa (näiteks piirangud nädalastele või päevastele kalakogustele, mida tohib paadist müüa). Mõnedes riikides eksisteerib oksjonikohustus, mis näeb ette, et enamik kala tuleb kõigepealt panna müüki oksjonil, enne kui seda saab mujal müüa.

Samal ajal kui mõned piirangud on lühikese tarneahela investeringute puhul

tavapärased, on teised riigiti väga erinevad või sõltuvad lausa kohalikest tingimustest. Määravaks faktoriks on lühikeste tarneahelate seadusandlik raamistik, mis võib piirkonniti märkimisväärselt varieeruda. Seetõttu on oluline enne selliste uute skeemide käivitamist põhjalikult riske hinnata ning piirangutega tutvuda.

Turustamisvõimalused kohalikele tootjatele: uued tehnoloogiad ja märgised

Ülalpool oleme välja toonud kohalike tootjate suhtelised eelised kuvandi ja toodete kvaliteedi osas – ning samuti selle, et side tarbija ja tootja vahel võib aidata neid eeliseid parimal võimalikul viisil ära kasutada. Teatud turustamisviisid võivad aidata seda sidet tugevamaks muuta.

Näiteks avavad kohalikele tootjatele mitmeid turustamisvõimalusi uued tehnoloogiad. Laialt levinud traadita internetivõrk, nutitelefonid, QR-koodid³ ja interaktiivsed pakendid⁴ on kõik mõjusad, kuid samas lihtsalt kasutatavad kohalike tootjate kasutuses olevad tehnoloogiad, mille abil saab luua sidemeid potentsiaalsete klientidega. Heaks näiteks, kuidas seda potentsiaali ära kasutada, on 4. telje projekt „Kala paadist“ või INTERREGI „Kohalik püük“ (vaata projekti „Kaubanduse tuuled“ lk. 25), mis kasutavad mobiilse tehnoloogiaga

seotud interaktiivset veebilehekülge, et teavitada tarbijaid reaajas kohalikus piirkonnas eksisteerivate otsemüügi võimaluste kohta. Nende uute tehnoloogiate abil on tootjatel nüüd võimalik otse laiemas üldsuses kontakti saavutada.

Kohalike tootjate ja tarbijate vahelise sideme tugevdamise üheks võimaluseks on ka kauba märgistamise skeemid, mis toimivad isegi ilma otsese vahetu kontaktita. Kuid ühtlase kvaliteeditaseme tagamiseks tuleb kasutada ühiseid tehnilisi spetsifikatsioone, eriti siis, kui mitmed tootjad koonduvad, et oma tooteid sama kaubamärgi all turustada. Usalduse kaubamärgi vastu tagab sõltumatu kaubamärgi tehniliste spetsifikatsioonide kontroll ning täieliku jälgitavuse skeemi rakendamine, mis võimaldab klientidel jälgida oma ostu tervet teekonda tagasiulatuvalt kuni tootjani. Kaubamärgid loovad kuvandi ning mõnikord brändi, mida tuleb reklaamida ja nähtavaks teha, et see oleks tarbijatele tuntud.

Tehnilised spetsifikatsioonid, järgitavus, järelevalve ja kontrollimine, kampaaniad jmt on kõik tegevused, mis kas sisaldavad tootmisprotsessis lisaprotseduure (nõudes aega ja võimalikke lisakulusid) või toovad tootjale kaasa otseseid lisakulusi (nt registreerimistasud). Seega – kuigi kauba märgistamine võib olla väga kasulik ja mõjus vahend, nõuavad see ka põhjalikku kulude ja tulude analüüsi, et nende vastavust hinnata. ■

FARNET teeb koostööd tegevusgruppide ja huvitatud kohalike sidusgruppidega, et vaadata lähemalt erinevaid turustamisviise ja -vahendeid, mida kohalikud tootjad saaksid kasutada, et oma kohalikku püüki paremini turustada. Järgmine FARNETi seminar juunis 2013 keskendub otseselt sellele teemale, seega jälgige meid kindlasti meie [Linkedini](#) ja [Facebooki](#) lehtedel, et jagada oma soove ja ideid ning saada infot viimaste arengute kohta, kui teeme koostööd kohalike kalandustoodete paremaks turustamiseks.

³ QR-koodid on kahedimensioonilised triipkoodid.

⁴ Pakendid, mis tänu QR-koodile või ID-tähistele viitavad veebilehelt leitavale lisainformatsioonile.

FOOKUS

Stockholmi kalaturu taastamine

(Rootsi)

Umbes kahemiljonilise elanikkonnaga Stockholm on elav ja multikultuurne Euroopa pealinn, mis asub mitmest tuhandest saarest koosneva saarestiku keskel. Enamik rootslasi on kohaliku toodangu austajad, kuid mingil põhjusel ei ole nõudlus kala ja mereandide järele nii suur, kui võiks oodata – isegi mitte veega ümbritsetud Stockholmi elanike hulgas. Kuigi kala ja vesiviljelustoodete tarbimine ühe elaniku kohta on Rootsis tegelikult kõrge ja aina kasvab (2007. aastal 30 kg, võrreldes ELi keskmisega, mis oli 23,3 kg), tuleneb see kasv peamiselt külmutatud kalast ning kuivatatud, suitsutatud ja soolatud kalatoodetest. Värske kala tarbimine on vähenenud. Samal ajal on kasvanud nõudlus ökomärgistusega toidukaupade järele. Seega on kasvav soov jälgitava päritoluga ja ökoloogiliselt vastutustundlikult hangitud mereandide järele, samas liigutakse värskest toidult aina rohkem töödeldud toodetele.

Kuid kuigi Stockholmi piirkond on kodupaigaks ligikaudu sajale aktiivsele kalurile, kes töötavad 250 kilomeetri raadiuses ja püüavad aastas umbes 800 tonni kala (mis on ainult murdosa 31 000 tonnist kalatoodetest, mida Stockholmis aastas tarbitakse), rändab nende saak 900 kilomeetri kaugusele Göteborgi linna, kus seda müüakse Rootsi peamisel kalaoksjonil, mis on ühtlasi ka riigi peamiseks turustus- ja tööstuskeskuseks. Seejärel saadetakse kala tagasi Stockholmi – mõnikord alles terve nädala pärast ja säilimise eesmärgil sageli külmutatuna -, kus seda hakkavad siis müüma kohalikud edasimüüjad ja restorandid. See süsteem muudab potentsiaalselt värskel toorainel põhineva kohaliku turu pikaks jaotusketiks, mistõttu kannatavad nii kalurite sissetulekud, keskkond kui ka toote kvaliteet.



▲ nägemus tulevases Stockholm kalaturust, saabujate reklaam annab jooksvat informatsiooni püügi ja kalurite kohta.

„Siis tuli tegevusgrupp...“

See olukord andis mereandide austajale ja Stockholmi maakonna haldusnõukogu (Stockholmi tegevusgrupi partner) kalandusvaldkonna eksperdile Henrik C. Andersonile idee taastada kohalik kalaturg – Stockholmi kalaturg –, mis pakuks piirkonnale lähiümbrusest püütud kala ning aitaks tõsta teadlikkust kohalike kalurite kohta. Antud ideed toetati, kuna see sobis suurepäraselt tegevusgruppide strateegiaga.

Projekt algas 2011. aastal Stockholmi kalurite seas läbi viidud uuringuga, mille eesmärk oli rohkem teada saada kohaliku püügi, sealhulgas selle mahu ja hooajalisuse kohta. Sellega käidi kaluritele välja ka uus julge idee: *kas nad oleksid valmis tulema linna, kohtuma klientidega ja müüma oma saaki Fiskmarknadil – kalaturul, kus müüakse kohalikku kala.*

Samal ajal kutsuti potentsiaalseid osalejaid koonduma Stockholmi kalaturu seltsi, ühendusse, mis loodi, et toetada uut turustuslähenemist ning veenda teisi kohalikke tegijaid ja ettevõtteid toetama püsiva ja kohaliku toorainega varustatud mereannituru loomist linna. Kalaturu seltsi nõukogu, mis koosnes viiest kohalikust kalurist ja teiste sidusgruppide esindajatest, nagu näiteks mereannirestorandid, kokad, varustajad ja poeomanikud, kaalusid mitut uuest turustusparadigmast tekkinud küsimust: *Kuidas tagada püsivat varustamist? Millised lepingud ja kvaliteedikontrollisüsteemid oleksid kõige kohasemad?* Paljude kalurite jaoks, kes olid harjunud müüma oma püüki üheainsale kaugel asuvalle müüjale, oli selle alternatiivse süsteemiga harjumine ka oluliseks õppeprotsessiks.



Kui kohalikud kalurid olid küsitlusele vastanud ja ideega harjuma hakanud, alustati suurt kommunikatsioonikampaaniat. Juhtimise võtsid enda kätte 15 kalurit, kes otsustasid oma püügi investeerida pilootoperatsiooni. Kalaturu selts tegi koostööd ka konsultatsioonifirmaga Farmer's Own Market, kellel on häid kogemusi kohalike põllumajandustoodete reklaamimisel ning neile alternatiivsete turustusvõimaluste leidmisel (nt projekt [Dreamfarm](#)).

Kokkukuuluvus, kommunikatsioon, uuenduslikkus

Projekti võtmekomponentideks olid kaasamise ja „otse kommunikatsiooni“ kampaaniad. Eriti olulist rolli mängisid sotsiaalvõrgustikud, elav ja pidevalt uuendatud [Facebooki](#) leht ning visuaalselt atraktiivne [veebileht](#), mis keskendusid inimestele, põhjustele ja initsiatiivi taga olevatele kaluritele. Selle kommunikatsioonikampaania kaudu jõuti otse potentsiaalsete klientideni, sõltumata seejuures traditsioonilistest meediakanalistest: kommunikatsiooni osas kehtis lühikese tarneahela meetodika.

Tavameedia, eriti kohalik ajakirjandus, olid muidugi osa kommunikatsioonistrateegiast ja edust, kuid nende kajastusi võimalendas veebipõhine kommunikatsioon, mis oli publikut menust juba teavitanud. „*Tarbijate ja meedia huvi ületas kõik ootused...*“, ütleb Henrik C. Anderson.

Stockholmi kalaturg sai elu sisse 21. novembril 2012 kell 15.00–17.00. See välikalaturg, mis ei erinenud teiste kultuuriürituste juures toimunud rahvahulkade kiirest kogunemisest, nägi klientide massi kogunemas Stockholmi kesklinnas asuvatele Stureplani ja Nytorgeti avenüüdele, et osta värskeid kohalike kalurite püütud hooajalisi kalatooteid (haugi, suitsutatud lesta, turska, heeringat). Tooteid otsustati müüa oksjonihinnaga, kuigi eesmärgiks ei olnud meelitada ligi häid hindu leida lootvaid ostjaid, vaid pigem tõmmata inimeste tähelepanu kalamüüjatele nende püügi eest realselt makstavatele hindadele, mis sageli kümnekordistub selleks ajaks, kui toode jõuab supermarketitesse ja kalapoodidesse.

Isegi kui seda müüakse oksjonihinnaga, on tulu kalurite jaoks kordades suurem kui mis tahes rahaline kasum. Näha oma töö vilju meelitamas ligi nii palju inimesi, kellest mõned seisis selles tegusas kesklinnajaos järjekorras terve tunni, oli kaluritele hindamatuks enesehinnangu tõstjaks – miski, mida nad vaevalt kogesid, kui nende saaki müüdi sama hinna eest 450 kilomeetri kaugusel.

Järgmised sammud: laiemale turule minemine

Kalurite, Stockholmi linna ja kalanduse tegevusgrupi jaoks oli esimene Stockholmi kalaturg suur edu. See andis impulsi edasiseks ning tõi esile selge vajaduse kvaliteetse ja kohaliku päritoluga kala pikaajaliseks tarneks, mis loob kohalikele kaluritele hulgaliselt majanduslikke võimalusi.

Projekti esialgne eestvedaja, maakonna nõukogu, annab projekti korralduslikud ülesanded nüüd üle kohalikele kaluritele ja seltsi erasektorist pärit liikmetele, tugedades nii projekti eest vastutamist. Nad saavad nüüd ühiselt ja aktiivselt projekti juhtida ning selle potentsiaali tugedada, et turu tulevase ootusi täita: vähemalt 80 kalurit on huvitatud tulevikus turu varustamisest ning nende seotus ja pühendumus tuleb tagada; läbirääkimisi tuleb pidada ka kinnisvaramaaklerite, restoranide ja ettevõtjatega, kes võiksid olla huvitatud püsivast kalaturust. Selts on seega jõudmas tootearenduse faasi: Stockholmi kalaturu nime kaitsmine kaluritele kuuluva patendiga; läbirääkimiste pidamine investoritega; koostöölepingute allkirjastamine teiste kaluritega; koostöö arhitektuurikooliga, et leida tulevase kalaturu tarbeks parim asukoht, jätkates samal ajal suhtlemist klientidega, et nende huvi elus hoida.

Projektist on huvitatud ka lähikonna tegevusgrupid. Kalanduskogukondade koostöö abil võiks projektist välja areneda regionaalne keskus mereandide turustamiseks, mis tekitaks võimalusi tarnida kohalike kalapiirkondade toodangut lähikonna linnakeskustesse.

Esimene Stockholmi kalaturg tekitas kõmu ja avas uusi võimalusi kohalikele kalandusega seotud ettevõtjatele, kes on nüüd kõik aktiivselt tegutsemas projekti tuleviku kindlustamiseks.

Projekti kogumaksumus:	240 000 eurot
4. telje toetus:	60 000 eurot (50% riiklik/regionaalne + 50% EL)
1. telje toetus (toetus väikepüüdjatele):	46 000 eurot (50% riiklik/regionaalne + 50% EL)
Muu riiklik toetus:	135 000 eurot
Projekti kestus:	2 aastat (2011-2012)

Reportaaž

KARPKALA ON BARYCZ ORU (POOLA) KÕIGE OLULISEM TOODANG JA JÄTKUSUUTLIKU KOHALIKU ARENGU EDASIVIHA

Tegevusgrupi kala

Baryczy oru lugematutest tiikidest võib leida Poola parimaid karpkalu. EKFi 4. telg aitab vähendada selle kohaliku sektori hooajalisust, mis on peamiselt piirnenud jõuludega, arendades uusi turustusviise ja suurendades kohalikku atraktiivsust.



▲ Karpkalad on Anna ja Dariusz Moczulscy restorani menüüs

Poznań-Katowice teel on võimatu mitte märgata restorani Górecznik, mis asub tohutu suures vabaajakeskuses. Selle katusel kõrguvat indiaani püstkoda silmab juba kaugelt. „Enne kommunismiaja lõppu 1989. aastal oli see väike kalatööstusega vabaõhuala, mida kasutasid veduritehase töötajad,” selgitab koha juhataja Łukasz Kierzek (29). „Minu ülemus Józef Szlag ostis selle ära ning on lisanud sellele igal aastal mõne uue atraksiooni, sealhulgas restorani, milles oli avamisel 2003. aastal kõigest viis lauda. Tänapäeval on ainuüksi siseruumides üle saja laua ja suveperioodil võime mõnel nädalavahetusel teha päevas üle 3 000 katmise. See tähendab palju küllastajaid!”

Kogu kompleks katab 13 hektarit, millest 10 hektarit on vesi. Tegu on justkui väikese Disneylandiga, kus leidub nii turuputkasid kui ka väljapanekuid, suuri puidust skulptuure, lasteloomaaed, 'piraatide saar' ja mõnede tiikide ümber paigutatud papist kujud. Menüüs leidub 12 liiki peamiselt kohalikku kala. Ettevõtte palgal on hooajast olenevalt 20 kuni 40 inimest. Juhataja ütleb: „80% meie restoranis pakutavast on kalatooted, peamiselt karpkala, mis on ka meie põhiroaks.”

„Góreczniku omanik, endine kalakasvataja, soovis menüüs panna suurt rõhku kalale,” selgitab Marta Kamińska, kohaliku tegevusgrupi turustusjuht. „Mõistan, et seda

tüüpi asutus ei vasta täpselt meie kujutlusele ideaalsest restoranist – kõrgeklassiline koht –, mida toetavad 4. telje juhid, – kuid meie jaoks on Górecznik strateegiliselt oluline seal müüdava kala ja teiste kohalike toodete koguste tõttu ning ka sellepärast, et seda külastab aastaringelt suur hulk kliente, mis annab võimaluse laiahaardeliseks turustamiseks.”

Góreczniki restoranikompleks sai 358 000 eurot 4. telje toetust. „See oli üsna naljakas,” ütleb Natalia Stankiewicz, tegevusgrupi turundusjuht. „Eialgu jõudis meieni projekt dinosaurustest... Soovitasime selle ümber teha, harimaks kalanduse ja kalakasvatuse koha pealt, kui leidsime, et omanikul



▲ Tuhande tiigi maa

oli suur kollektsioon asjadest ja tööriistadest, mida kasutatakse kalakasvandustes. Tänu sellele saavad pargi külastajad nüüd tiikide juures jalutades õppida kohaliku kalastuspärandi kohta kuuteistkümnes erinevas paigas.“

Tsistertslastest munkadest 4. teljeni

Oderi jõe lisaharuks oleva Baryczy jõe oru põhitegevuseks on kalakasvatus. Orgu võiks nimetada ka tuhande tiigi oruks. 11% siin asuvast maast on tsistertslastest munkade poolt keskajal kaevatud karpkala kasvatamiseks mõeldud tiigid. Kuna nende kloostrivandepiirid liha tarbimist, asusid tsistertslased sadades tiikides, mis said oma vee Baryczy jõest, kala kasvatama. Kuna neil olid väga head teadmised karpkala paljunemistsüklist, kaevand nad kasvavatele karpkaladele enne nende sügavamatesse tiikidesse viimist madalad ja varjus tiigid, et nad sealt välja püüda, kui nad olid saavutanud teatud suuruse. Rohkem kui 700 aastat põllumajandust on loonud erilise kultuurilise maastiku, mida on sellisel kujul tunnustatud alates 1963. aastast, kui asutati Milicz tiikide linnukaitseala, mis on üheks RAMSARI konventsiooniga kaitstud aladest, ja 1996. aastast, kui see kuulutati osaks 80 000 hektari suurusest Baryczy oru looduspargi kaitsealast. See tavatu, keskkonnaalaselt väga oluline piirkond, mis ületab mitme Alam-Sileesia ja Suur-Poola vojevoodkonna (regiooni)

piire, inspireeris ka rühma lähikonnas asuvas Wroclavi linnast pärit looduseaustajaid looma Baryczy Oru Fondi, mis oli eelkäijaks Leader+ kohaliku tegevusgrupile (LAG).

Tegutsedes nii Leaderi kohaliku tegevusgrupi kui ka kalanduse tegevusgrupina, kuulub Baryczy oru partnerlusühendusse 123 liiget, sealhulgas 8 kohaliku võimu esindajat, Milicz Powiat (maakond), mitmeid ettevõtjaid (hotellipidajad, restoranomanikud, turismiettevõtjad, käsitöölised jt), umbes 20 kalakasvatajat, mitu ühiskondlikku, kultuuri- ja keskkonnaselt kui ka eraisikuid. „Oma tööpõhimõtelt oleme Poolas teerajajateks,“ ütleb Inga Demianiuk-Ozga, partnerlusühenduse president ja peadirektor. „Organisatsioonina oleme maaga tugevalt seotud ja meil on piisavalt inimjõudu ning kogemusi, et kasutada ära meie poolt juhitavate erinevate programmide vahelisi võimalikke sünergiaid, näiteks Maaelu Arengu Euroopa Põllumajandusfondi (EAFRD) 4. telg, EKFi 4. telg, samuti Poola American Freedom Foundationi poolt toetatud projektid. Meie eesmärk on olla ühtne kohalik arengutoetav agentuur, kus klient leiab kõik oma projekti tarbeks vajaliku ühe katuse alt.“

Mis puudutab 4. telge, millega asuti tööle 2010. aastal, on tegevusgrupp tänaseks (2013. aasta veebruariks) teinud neli ettepanekut, millega on välja valitud 55 projekti 85 esitatud taotlusest. „EKFi 4. telje rahastus tuli just õigel hetkel, aitamaks meil

edasi arendada tööd, mida oleme 7 aastat teinud, korraldades karpkalapäevi või restoranides teemaõhtuid, et lisada meie lemmikkalale, karpkalale väärtust ja vähendada selle hooajalisust,“ selgitab Inga Demianiuk-Ozga.



Aastaringssed jõulud

Kuigi poolakad söövad suhteliselt vähe kala, eeldatakse, et 80% rahvast sööb jõuluõhtul karpkala. „Karpkala on Poolas samaväärne kalkuniga,“ kinnitab Iwona Nowicka, Wrocław Ülikooli prantsuse keele õpetaja. „Jõulueelsel ajal võib linnas kõikjal leida kaupmehi, kes pakuvad elusat Baryczy tiikidest pärit karpkala. Inimesed viivad need kalad elusast peast koju. Mäletan, kuidas mu isa ostis kord mitu karpkala ja me vaatasime, kuidas nad vannis ringi ujusid, enne kui nad 24. detsembril tapeti.“



Karpkalapäevad: karpkala tähistamine

Poola kalameeste ja kalakasvatajate jaoks on september ja oktoober, karpkala püügihooaeg, kiire aeg. Kogunetakse suurte, aeglaselt tühjenevate tiikide ümber, et oma võrgud välja tõmmata ja ja väärt kala kokku koguda. Karpkalapäevade (*Dni Karpia*) nime kandev üritus toob nüüd Barycz oru külalesse sel kiirel perioodil veelgi rohkem sagimist.

Esimesed karpkalapäevad korraldas Wrocławis asuv Alam-Sileesia Jätkusuutliku Arengu Fond 2006. aastal. Need koosnesid viiest üritusest, kaasasid mitmeid partnereid ja meelitasid kohale umbes 1 000 külast. 2007. aastal korraldas osa üritusest Baryczy oru fond, millest sai hiljem Leader+ kohalik tegevusgrupp. Sellest ajast alates on kohalik tegevusgrupp üritust jätkuvalt toetanud, kuna tegu on võimalusega edendada piirkonda ja selle tunnusliiki ning arendada teisi kohalikke erilisi tooteid ja ökoturismi võimalusi.

Karpkalapäevad meelitavad nüüd igal aastal kohale kuni 500 000 inimest. 2012. aastal oli Baryczy orus ja Wrocławis linnas (650 000 elanikku), kus toimus ka avaüritus, kokku 25 üritust. See oli oluline, kuna Baryczy org paikneb Alam-Sileesia pealinna lähedal, mis võimaldas turismifirmadel ja teistel ettevõtetel, sealhulgas 17 erinevaid karpkalatooteid pakkuval restoranil, reklaamida ka järgneva üritusi Baryczy orus.

Mis puutub üritustesse, siis leiavad endale midagi huvitavat kõik (perekonnad, jalgratturid, ratsutajad jt), kuna programmid sisaldavad väga erinevaid atraksioone. Korraldajad panevad sageli kokku teemaüritusi (mängud lastele, linnuvaatlus, kepikõnd, jalgrattavõistlused jne), mis on ühendatud kõigile sobiva erilise atraksiooniga – traditsioonilise kalakorjamisega, kus inimesed saavad oma silmaga näha, kui rasket tööd kohalikud kalakasvatajad tegelikult teevad. Enamik üritusi toimub vabas õhus ning nende hulka kuuluvad nii piknikud, kontserdid, kohalike artistide esinemised, kohalike tootjate esitlused ja kohalikust kalast, eriti karpkalast valmistatud road. Kohalikes restoranides on alates 2010. aastast korraldatud temaatilisi kalatoite.

Karpkalapäevade korraldamisel on ka oluline suhete loomise efekt, kuna see nõuab mitmeid ürituseelseid kohtumisi, kus saavad kokku kalamehed, kalakasvatajad, restoraniomanikud, turismiettevõtjad, kogukonna esindajad ja kohalikud ametnikud. „*Paljud osalistest ei olnud varem tuttavad või ei olnud koostööd teinud*,” ütleb Natalia Stankiewicz, tegevusgrupi turustusjuht.



See innovatiivne kontseptsioon võimaldab tootjatel oma tootele otsemüügi kaudu väärtust lisada. See on viinud ka uute toodete väljatöötamiseni, nagu näiteks suitsutatud karpkala, mis on osutunud turistide seas väga populaarseks.

Karpkalapäevade ulatust on laiendatud ka püsiva algatuseni – kohaliku brändi „Barycz org soovitatav” väljatöötamiseni. Sellega auhinnatakse kohalikke tootjaid ja teenusepakkujaid, kes edendavad kõrgeid standardeid, erilist, koostööd teiste tootjate või teenusepakkujatega ning austust keskkonna vastu.

Karpkalapäevad on kvaliteedimärgisega seotud kokandusvõistluste kaudu. Kõige hiljutisema ürituse käigus võttis nendest võistlustest osa umbes 12 restorani, kes valmistasid erinevaid karpkalatoite. Parimad restoranid pälvivad Karpkala Meistri tiitli. See algatus on olnud karpkala erinevate valmistusviiside edendamiseks väga mõjus ning selle tulemusena on karpkala võimalik saada peaaegu igast kohalikust restoranist aastaringselt. Tegu ei ole enam pelgalt jõuluroaga.

<http://dnikarpia.barycz.pl/>

„See on üks muutus, mis sunnib meie sektorit tarbijate uute harjumustega kohanema,“ lisab Wiesław Bienkiewicz, kalakasvatuse konsultant. „Inimesed ei soovi enam karpkala päevade viisi vannis hoida või kala ise tappa, eriti kuna Euroopa loomakaitseeskirjad on viimastel aastatel märkimisväärselt karmistunud. Juba ainuüksi sel põhjusel peavad kalakasvatavad õppima ette valmistama kala, mis on küpsetamisvalmis, kuna see lisab kalale väärtust ja võimaldab müüa seda ka hooajalisel ajal.“

Mis puudutab oru põllumajandust, siis leidub seal 6 farmi, mis on piisavalt suured (üle 50 hektari), et keskenduda vaid kalakasvatusele, ja umbes 20 väiksemat tootjat, kelle jaoks see on lisategevus või isegi lihtsalt meelelahutus. Jan Krzysztofi ja Tomasz Raftowiczi kasvandus kuulub esimesse kategooriasse. Farmis on 153 hektarit magevett 13 tiigis, kus kasvatatakse haugi, koha, säga, linaskit, valgeamuuri ja pakslaua. Umbes 90% karpkalast müüakse kokkuostjale, kes müüb toodangu seejärel edasimüüjatele Poznańis ja Wrocławis. Lisaks pereliikmetele on farmis tööl veel 6 inimest: kolm aastaringelt ja kolm hooajaliselt.

Raftowiczi farm viib ellu piirkonna esimest 4. telje projekti, milleks on kalatööstusest, kalarestoranist ja väikesest kalapoest koosneva kompleksi ehitus. „Tahame Itaalia ja Prantsusmaa mudelite sarnaselt olla seotud otsemüügi ja kohalikus piirkonnas levimisega,“ selgitab Tomasz. „Näeme kasvavat huvi nn aeglase toidu vastu. Kalakasvatades on 5-6 inimest, kes on liikumisest huvitatud.“ Kompleksi eeldatav avamisaeg on 2015 ning see peaks looma 4 lisatöökohta, sealhulgas ühe kalapoes. Farm saab 4. telje toetust ka teise projekti tarbeks, mille eesmärgiks on ühendada kalatootmist bioloogilise mitmekesisuse kaitsega, pagaldades seadmeid, mis aitavad ära hoida kobraste käikude kaevamist, mis võivad tiikide veetaset mõjutada. „Keskkonnapiirangute tõttu ei ole lihtne siin ettevõtet juhtida,“ selgitab Tomasz, „kuid meil on suur 4. telje toetus“. Kaalutakse ka kolmandat projekti: kala töötlemiseks (rookimiseks, fileerimiseks jne) vajalike rajatiste ja õpitubade ehitamine.

Karpkala klaster

Stawy Milickie SA (Miliczi tiigid) on Poola juhtiv karpkalatootja. Viies kasvanduses tegutseva ettevõtte hallata on 7300 hektarit, millest 6500 on kaetud veega. Enne turumajandusele ülemineku oli see riiklik suurtööstus. „Oma kõrgajal oli meie toodangu maht igal aastal kuni 4000 tonni ja andsime tööd 800 inimesele,“ meenutab Anna Grabka-Kupczyńska, Stawy Milickie Euroopa projektide juht. 2010. aastal kaotas ettevõtte oma riikliku identiteedi, kuid jäi siiski avalikuks, kui see anti ametlikult üle Marshali kantsleile (regionaalnõukogu).

Täna on Milicz Ponds'is tööl 170 inimest ja peamiseks toodanguks on karpkala (umbes 600 tonni aastas). Ligi 80% toodangust müüakse läbi viie hulgimüüja ja 20% otsemüügi kaudu, mõlemal juhul on müügi kõrgeaeg jõuluperioodil. „Meie eesmärk on toota 2000 tonni aastas ja kolmekordistada tootmist, müües kala aastaringelt,“ ütleb Anna Grabka-Kupczyńska. „Selle eesmärgi täitmiseks peame lähenevaid muutusi ja uusi teenuseid pakkuma. Tegevusgrupp aitab meil seda strateegiat ellu viia. Esmalt oleme loonud tugeva kuvandi, mida sümboliseerib meie logo, kus kala ja lind on justkui yini ja yangi kujutised. See sümboliseerib kahe liigi iseseisvust, kuid ka meie pühendumust kalakasvatuse ja keskkonnakaitse ühendamisele. Teiseks on mõned kalakasvatavad loonud karpkala klastrid ning alustanud Miliczi karpkala kaitstud kaubamärgiks kinnitamist, kuna kogeme ebaausat konkurentsi teistest piirkondadest ja riikidest, kus tootjad kasutavad meelsasti seda nime oma toodangul, mida müüakse märkimisväärselt odavamate hindadega ja mis on tunduvalt halvema kvaliteediga. Ettevõtte viib ellu nelja projekti, mis saavad 4. telje toetust (650 000 eurot): kalatöötlemisüksus, mis peaks looma 4 uut töökohta; tehnika hankimine, eriti jõekallaste puhastamiseks ja kaitsmiseks; kaubaauto ja kolme furgooni ostmise, mis pakuks laialivedamiseks suuremat paindlikkust ning järgiks samas ka loomade heaolu reegleid; ja lõpuks külmutusega treileri ostmise, millelt saaks kaupa müüa ka tänaval (et reisida küladesse ja olla üritustel nähtavamad).



▲ Karpkala saagi korjamine

Eesmärgiga turustada oma toodangut aastaringelt laieneb Stawy Milickie SA ka turismi ja plaanib 2016. aastaks pakendada paketti, mis sisaldab nii toitlustamist, majutust, kalapüüki, linnuvaatlust, kaarikusõite ja keskkonnaalast haridust, karpkalamuseumi kui ka kokanduse õpituba, kus inimesed saavad õppida, kuidas kala valmistada.

(Öko)turism



Miliczi lähedal on ka teine, palju väiksem kalakasvandus, mis on samuti turismiga tegelema hakanud. See kuulub Aleksander Kowalskile, varem ihtüoloogia⁵ professorina Wrocławis Loodusteaduste Akadeemias töötanud mehele. Härra Kowalski on tegevusgrupi liige ja tänu oma teaduslastele teadmistele ka üks selle arendajatest. 19 aastat on see elavaloomuline kaheksakümne viie hektaril erinevaid kalu, kelle hulka kuuluvad haug, linask, säga ja kõige tähtsamana karpkala (umbes 25 tonni aastas). Farmi muudavad originaalseks ja kauniks umbes 60-päilise kohaliku hobusetõu karja, Poola hobuste, aastaringne olemasolu – hobused on Aleksandri teine kirg.



⁵ Kalade teaduslik uurimine.

Kowalski farm saab 4. telje toetust kolme projekti eest, mille kõigi lõpptähtajaks on 2013. aasta. Nende hulka kuuluvad kümne väikese linnuvaatlusmajakese ehitus (toetus 126 000 eurot); kala valmistamiseks transporditava vahendi ostmise, mida saab kasutada näiteks karpkalapäevade sarnaste ürituste käigus (22 350 eurot); ja suure katusealuse ehitamine hoovi, mida saab kasutada turistide ja õpilasgruppide koolitamiseks (40 000 eurot). 2013. aasta lõpuks loodetakse ehitada neli uut vaatluspunkti. Härra Kowalski väidab: „Kõik see sulandub loomulikult maastikuga. Tegevusgrupp on koostanud selleks arhitektuurilise infrastruktuuri kataloogi, mis määrab tingimused, millele peavad vastama kõik EKFi või Maaelu Arengu Euroopa Põllumajandusfondi poolt kaasrahastatud puitstruktuurid.

„Turismiarendusi tehes peab arvestama sellega, et asume kaitsealal,“ selgitab Łukasz Rokita, Miliczi maakonna projektijuht. „Ainuke variant on keskenduda ökoturismi arendamisele. Sedasorti turismil, mis meelitab kvaliteetseid külastajaid, on ka tähtsaid lisakülgi. Vana Wrocław-Miliczi raudteeliini rattateeks muutmine on oluline struktuurline muutus nii kohalike elanike kui ka orgu külastavate turistide jaoks. Alates selle avamisest mais 2012 oleme täheldanud külastajate arvu märkimisväärset kasvu: nädalavahetustel ja suvel oleme loendanud kuni 4 000 inimest päevas! Soovime oma 4. telje projektiga samas vaimus jätkata.“

Projekti raames luuakse 9 ha pindalaga tehisiärv. Kommunikatsioonijuht Aleksandra Wencek selgitab investeeingu tagamaid: „Oleme ümbritsetud veega, kuid paradoksaalselt ei saa me seda vaba aja veetmiseks mitte kuidagi peale looduse vaatlemise kasutada, kuna eksisteerivad keskkonnapiirangud ja tuleb arvestada kalatootmisega. Sellest tuleneb ka idee luua tehisiärv samasse paika, kus see asus 19. sajandil, mil seda kasutati kümblemiseks.“ Projekti kogumaksumus on 1,5 miljonit eurot, millest pool tuleb 4. teljest. Kaeveja maastikukujundustööd on juba lõpetatud ja ehitus on alanud: järve ümber on kaardistatud rada. Ehitatakse mitmefunktsionaalne hoone ja kohale tuuakse mitmeid vajalikke tarvikuid (pontoonid, mängutarbed jne). Järve keskel asuvale saarele ehitatakse suur lava. Valmimise järel 2014. aastal saab piirkonnast oluline uus puhkesihtkoht, täpselt nagu promenaad kahe suure järve vahel, mida Miliczi linn tänu

4. telje 200 000 eurosele kaasrahastusele parajasti ehitab.

Omandus

„Vaatomata raskustele, eriti meie haritumate noorte inimeste väljarändele, usun, et piirkond on tõusujoonel,“ ütleb Paweł Wybięrała, Miliczi linnapea. „Meie kohalikud tooted nagu kala, kuid ka metsloomaliha, puu- ja juurviljad on värsked tooted ning tänu kohalikku tootmist toetavatele skeemidele, nagu näiteks Maaelu Arengu Euroopa Põllumajandusfond ja 4. telg, on nende toodete ja nendega seotud teenuste tootmine ja turustamine märkimisväärselt arenenud, mis julgustab inimesi paigale jääma. Veelgi enam, kõik on teadlikud, et sellised skeemid nagu 4. telg tähendavad rohkem kui lihtsalt raha: need edendavad ka sotsiaal-kultuurilisi väärtusi, nagu näiteks traditsioonid, oskused, pärand... Minu arvates on sellel suur sotsiaalne mõju, tekkimas on tõeline kollektiivne mentaliteet, järk-järguline



▲ Kokad demonstreerimas kohaliku kala valmistamise oskusi

kogukonna poolt juhitud organisatsioonide areng... Meie piirkonnas on see eriti tähtis, kuna enamik meie elanikest on poolakad, kes paigutati siia pärast sõda Balti riikidest, Valgevenest ja Ukrainast... Tänu kohaliku arengu püüdlustele, mis on nüüdseks kestnud 10 aastat, näib, et nad hakkavad oma kodumaad viimaks omaks võtma.“ ■

BARYCZY ORG (Poola)



Pindala:
1 662 km²

Rahvaarv:
96 500 elanikku

Rahvastiku tihedus:
58 inimest/km²

4. telg eelarve	EUR			
	EL	Riiklik	Erainvesteeringud	Kogusumma
Kogusumma	8 687 375	2 891 000	–	11 578 375

KONTAKT
Stowarzyszenie „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”
c/o Inga Demianiuk-Ozga
pl. Ks. E. Waresiaka 7
PL – 56-300 Milicz.
Tel. & Fax: +48 71/ 3830432
partnerstwo@nasza.barycz.pl
<http://www.nasza.barycz.pl/>



Intervjuu

Aigars Laugalis:

„Käesolev periood on olnud kõigile osalistele õppetunniks ning järgmiseks perioodiks jään ootama kõrgemat kvaliteeti, rohkem kalandusalaseid ja ärile orienteeritud projekte.“

Intervjuu Aigars Laugalisega, ettevõtja ja Liepāja tegevusgrupi (Läti) juhatuse liikmega

FARNET Magazine: Rääkige meile palun lühidalt endast ja oma seosest kalandussektoriga?

Sündisin 1980ndate keskpaigas Läti Vabariigis, mis oli tol ajal osa Nõukogude Liidust. Balti mere rannikul asuv Liepāja ja seda ümbritsev piirkond on olnud minu koduks suurema osa minu elust. Mu isa oli insener avameretraaleril, mis tegeles püügiga peamiselt Atlandi ookeanis. Peale Nõukogude Liidu lagunemist hakkas ta kalandussektoris eraviisilisi projekte arendama ning asutas oma firma, kuhu kuulus 5 alusega laevastik. Lapsepõlves ja teismelisena olin alati kalandusega seotud. Kuid esimene ja kahjuks ka viimane kord, kui käisin koos tõeliste „merekarudega“ merel turska püüdmast, oli siis, kui olin 13-aastane. Neid kolme päeva Biksti nime kandnud traaleril ei unusta ma mitte kunagi. Olin alati oma sõpradele rääkinud, et olen üks vähestest inimestest, kes ei jää kunagi merehaigeks, kuid ma eksisin. Esimene päev möödus rahulikult, kuid teisel päeval oli meri tormine just nagu mu kõhtki!

Pärast Riias ülikooli lõpetamist naasin kodulinna, et oma isa firmas tööle asuda. Minu peamiseks töökohustuseks oli nullist üles ehitada väike hotell nimega Jūrnieka Ligzda (Meremehe Pesa), mis asub Liepāja külje all mereranna lähedal. Kõrghooaeg hotellis on samal ajal, kui tursapüük on keelatud, seega pakub see kalapüügi kõrval lisategevust ja aitab loomulikult ka sissetulekute osas.

Perefirma kasvades olen aina enam seotud kalandusprojektidega, jagades kohustusi oma isa ja vennaga. Minu vend on juba mõnda aega merel käinud ja seega vastutab tema peamiselt kalanduse logistilise poole eest. Minu ema tegeleb rahanduse ja raamatupidamisega, samal ajal kui mu naine ja ämm hoolitsevad hotelli töökorralduse ja toitlustuse eest.



Aigars Laugalis

Kalandusettevõtte SIA Ervils (avamerekalapüük) ja kohaliku kalameeste liidu Baltijas Zivsaimnieku Apvienba nõukogu liige Aigars Laugalis on ühtlasi ka väikese, pere omanduses oleva tegevusgrupi piirkonnas asuva maa-hotelli tegevjuht ning väikeettevõtete ja kalandussektori esindaja tegevusgrupi juhatuses. Tema 4. telje projekt on seotud traditsioonilise suitsutushoone ehitusega (kogumaksumus 20 000 eurot, millest 12 000 eurot tuli EKFi).

www.jurniekaligzda.lv

Tursk on meie peres olnud leiva eest nii kaua, kui mäletan. Olles väga uhke oma sünnikoha ja mere üle, millega olen terve elu seotud olnud, usun, et tursk (ja Balti mere kala üldse) on kohaliku toodangu osas üks parimaid asju, mida Lätist üldse saada võimalik on. Hotellis ja linnas asuvas bistroos on meil võimalik pakkuda seda fantastilist looduslikku ressursi oma külalistele.





Liepāja tegevusgrupp (Läti): ettevõtjatega ühendust otsimas

Liepāja tegevusgrupp asub Läti läänerannikul. Tegevusgrupi piirkonnas elab umbes 43 000 inimest, kellest ligikaudu 300 töötab kalanduses, põllumajanduses või kalatööstustes; piirkonnas on registreeritud 73 kalandusettevõtet. Tegevusgrupi eelarve Euroopa Kalandusfondist on 2 071 849 eurot. Antud tegevusgrupp on ka juhtiv kohalik tegevusgrupp.

Ligita Laipieniece, kes vastutas Leaderi kohaliku tegevusgrupi ja kalanduse tegevusgrupi tegevuse eest ajal, mil intervjuu tehti (jaanuaris 2013), ütleb, et kalurid on tegevusgrupi ettevõtmistest aina rohkem teadlikud ning osalevad neis üha rohkem. Kuid tegu on endiselt väga konservatiivse grupiga, keda on raske kaasata, kui nad ei näe otsest rahalist kasu. Pealegi on nad ettevõtjatena oma tööga väga hõivatud, üritades tagada oma ettevõtte ellujäämist, ning neil ei ole alati aega osaleda tegevusgrupi tegevustes, mille hulka kuuluvad sageli dialoogi arendamine, arutelud, planeerimine ja erinevatel teemadel konsensuse leidmine. Oma töös üritas Ligita alati tagada nende kaasatust, kui tegu oli teemadega, kus nende tagasiside oli väga oluline, kuid muudel juhtudel oli tema prioriteediks neid vähemalt tegevusgrupi tegevusega kursis hoida.

Ligita usub, et tegevusgrupi valdkonna üks suurimaid väljakutseid on infrastruktuuri vilets seis või selle täielik puudumine. Ta selgitab, et suure järve ümber on raske majanduslikku tegevust korraldada, kui puudub ligipääs järvele. Seega on esmaseks prioriteediks suured munitsipaalprojektid, nagu näiteks järvedele või merele ligipääsuteede ehitamine või rekonstrueerimine. Seejärel on valitsusvälistel organisatsioonidel või ettevõtjatel võimalik esitada projekte nende alade arendamiseks ja teenuste pakkumiseks, mis toodaksid piirkonnas tulu.

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/tegevusgrupp-sheet/tegevusgrupp-factsheet-latvia-liepaja-district-partnership>

Milline on hetkeolukord Läti kalanduses?

Nõukogude pärand mõjutab Läti kalandust endiselt, eriti mis puudutab kasutatavat tehnikat (laevastikku). Enamik kalalaevu on väga vananenud, võrreldes naabruses olevate vanade ELi liikmesriikidega, nagu näiteks Taani ja Rootsi. ELiga liitumine võimaldas Läti kalandussektoris mitmeid muudatusi. Enamik kalureid olid ühise kalanduspoliitika ja selle mõju suhtes Lätile skeptilised. Kriitikud ütlevad, et oleme kaotanud iseseisvust ja oma laevastikku liiga karmilt vähendanud. Kuid mina arvan, et ilma ELi mõjuta oleks olukord veelgi hullem, kuna ei oleks toimunud nii laiaulatuslikke investeeringuid. Euroopa Kalandusfond (EKF) on Läti kalandussektorit ilmselgelt muutnud ja nüüd, kaheksa aastat pärast Läti ELiga liitumist, usun, et kõik, kes on selle tegevusalaga seotud, on mingil määral kasu saanud.

2012. aasta tursapüügihooaeg oli üle kolme aasta halvim, peamiselt naeruväärselt madala hulгимүүgihinna (veidi üle 1 euro kilogrammi kohta) ja viletsa saagi tõttu, rääkimata aina kasvavatest kütusehindadest. Kuid vaatamata sellele nägin Balti merest pärit tursafleed Pariisi supermarketis müügil kilohinnaga 25 eurot. Tegin sellest pilti, et Lätis inimestele näidata. Otsime võimalusi kala müümiseks Lääne-Euroopa turule, kus tarbija on valmis selle eest väärilisemat hinda maksma. Kahjuks puuduvad meil selleks otsesed kanalid. Kalapüügiettevõtted on tarneahela alguses, kuid nad saavad müügihinnast väikseima osa, võrreldes investeeritud ressurssidega.

Ja kuidas on lood teie enda firmaga?

Meie firma on end aktiivselt uute tingimustega kohandanud, kasutades EKFi pakutud toetust. Esimese telje suurim mõju oli kahe laeva mahakandmine. Nüüd kasutame vaid ühte traalerit, mis püüab kala avamerel. Viimastel aastatel oleme aktiivsemalt arendanud 3. telje ühishuvide projekte, mis võivad aidata püügile lisaväärtust luua. Pidades silmas teadlaste poolt Balti mere ökosüsteemi kohta öeldut, oleme huvitatud ka pikaajalistest investeeringutest jätkusuutlikesse ja ökoloogiliselt mõistlikesse põllumajandusprojektidesse (2. telg).

Aga 4. telg?

Uurime alati erinevaid arenguvõimalusi ning kuna meie hotell asub kalanduspiirkonnas, esitasime taotluse 4. telje toetuse saamiseks, et ehitada suitsutustsehh. Olime esimene firma, kes meie piirkonnas tegevusgrupi projekti lõpule viis ja meie projekt oli 100% kalandusega seotud. Kalasuitsutushoone, mille ehitasime, pakub teenust meie klientidele ja toodangut restoranile. Lisaks suitsutushoonele ehitasime ka väikese väliala inimestele, kellele meeldib kala õues süüa. Võttes arvesse tegevusgruppide projek-



▲ Aigars Laugalis' hotell ei ole kaugel Läänemere

tide väikest ulatust Lätis (maksimaalne summa, mis valitsusvälis-tele organisatsioonidele ja firmadele välja on antud, on umbes 28 000 eurot), ei ole meie ettevõtte mõju suur, kuid usun, et projektide järjepidevusega saavad sellest kasu kõik.

Oleme esitanud taotluse veel üheks projektiks, mis vähendab meie turismiäri ökoloogilist mõju – veepuhastussüsteem hotelli tarbeks. Kui meil on piisavalt investeerimisvahendeid, head ideed ja tegevusgruppide toetus, sooviksime tulevikus osaleda ka teistes projektides.



Teie ja teie pere olite alguses tegevusgruppide toetuse osas skeptilised. Millised on teie vaated nüüd?

Kalanduspiirkonnas elades ja väikeettevõtet juhtides tähendab see seda, et varem või hiljem oled sunnitud kohaliku tegevusgrupiga ühendust võtma. Olen kalandussektoris üks vähestest 4. telje toetajatest ning üks minu eesmärkidest on üritada muuta kalurite nägemust 4. teljest ja tegevusgrupi projektidest. Kuid projektide kvaliteedi parandamiseks ja osalejate arusaamade muutmiseks programmi eesmärkide kohta tuleb veel palju tööd teha.



Millised on teie ootused tegevusgrupile järgneval perioodil? Kas sooviksite selle jätkumist?

Jah, toetaksin tegevusgrupi tegevuse jätkumist järgmisel perioodil, sest kuigi programm on alles alanud, on see juba häid tulemusi näidanud. Meie kohalik tegevusgrupp on oma rolli ning selle poolt pakutavate võimaluste eest tasapisi tuntust ja tunnustust kogunud.

Minu arvates on vaja 4. telje Lätis paremini juhtida selles osas, mis puudutab tegevusgruppidega suhtlemist ja paindlikkust. 4. telje rakendamise kõigil tasanditel tuleb viia sisse parandusi. Käesolev periood on kõigi osaliste jaoks olnud õppeprotsessiks ning ootan järgneval perioodil väga kõrgema kvaliteediga, rohkem ettevõtetele ja kalandusele orienteeritud projekte, millest enamikku rakendatakse rannikupiirkondades.

Järgneval perioodil pean eriti tähtsaks kolme praktilist probleemi: esiteks tegevusgruppide suuremat iseseisvust riiklikul tasandil, teiseks stipendiumide kõrgemat ülempiiri ettevõtjate poolt rakendatavate projektide puhul ning lõpuks kõigi huvigruppide, eriti kalurite ja kalandusettevõtjate suuremat seotust. ■

Intervjuu toimus (inglise keeles) 01.2013.

Reportaaž

KALASTAMINE – TURISMI JA KULINAARIA TURUNIŠŠ AADRIA MERE RANNIKUL SALENTOS [ITAALIA]

Emotsionaalne äri

Salentos, Itaalia saapa „kontsas“, on massiturism alles uus nähtus, mis toob lisaväärtust ja haarde laiendamist otsivale kohalikule kalandussektorile teatud riske, kuid pakub samas ka suurepäraseid võimalusi.

Kas te olete kunagi kuulnud Michelle Obama nime kandvast oliiviõlist? See on tõesti olemas! Võite seda leida Salento poolsaarel Apulia piirkonnas asuvast Vernole linnast (Itaalia saapa konts). „2012. aasta mais pühendasid Lecce provintsi ja teised partnerid Vahemere-Itaalia dieedifestivali (Festival della Dieta Med-Italiana) raames Ameerika Ühendriikide esimesele leedile piirkonna vanima oliivipuu „La Regina“ (1 400 aastat vana), et tunnustada tema ülekaalulisuse vastast kampaaniat „Let’s Move“ (Liigume), selgitab Francesco Pacella, Lecce provintsi turismi, piirkondliku arenduse, põllumajanduse ja mereresursside nõunik ning Adriatico Salentino kohaliku kalanduse tegevusgrupi juhataja. „Järgnevalt korjasime ja pressisime oktoobris suurte pidustuste käigus, kus osalesid kohalikud elanikud ja koolid, 320 kg oliive, mida see iidne puu ikka veel annab. Mitu pudelit pr Obama pildiga õli saadeti USA



▲ Michelle Obama foto on suurepärase pilgupüüdja

saatkonna kaudu Valgesse Majja. Peagi saime vastuse, kus proua Obama ütles, et oli meie žestist väga liigutatud ja lubas meid külastada, kui ta järgmine kord Itaalias on.“ Populaarne sündmus, millega käivad kaasas edukas turundusidee ja tõhus meediakajastus – ei ole paremat tõestust Salento ametiasutuste ja sidusrühmade strateegilise intelligentsuse ja dünaamilisuse kohta. „Põllumajandus ja turism on meie majanduse kaks peamist tugisammast,“ selgitab munitsipaalnõunik Michael Tenore, kes on vastutav Otranto linna (elanike arv 5 000, mis kasvab suvel kuni 80 000-ni) keskkonna

eest. „Mõlemad täiendavad teineteist ja on suhteliselt edukad. Lisaks oliividele (Salento toodab 60% Apulia piirkonna kogutoodangust, mis omakorda moodustab 40% Itaalia toodangust), tegeldakse Salentos ka viinamarjakasvatusega. Igal aastal ekspordime erinevatesse sihtkohtadesse üle kogu maailma 10-12 miljonit lõigatud viinapuutaime. Turismi osas on toimunud muljetavaldav kasv, mis on aastatepikkuse järjekindla müügitöö tulemus.

Piirkonna edendamine

Apulia piirkond muutus massiturismi sihtkohaks alles üsna hiljuti. „2000. aastate alguses,“ selgitab Francesco Pacella, „oli Itaalia sunnitud turismi osas midagi ette võtma. Turistide arv püsis muutumatuna ja Apulia-sarnastes piirkondades oli turism ikka veel vähe arenenud. Sihtkohtade Haldamise Organisatsiooni (Destination Management Organization) raames tõi kuus Apulia provintsi ühe laua taha sektori erinevad esindajad – sealhulgas kalurid -, kes töötasid seni enamasti üksteisest sõltumatult. Lecce provintsis võimaldas selline altpoolt tulev algatus tuvastada meie piirkonnas kolm kriitilist probleemi: keskpärane ligipääs (Brindisi lennujaam asub Salento poolsaare tipust üsna kaugel ja sinna on ilma autota raske pääseda); ebapiisav võõrkeelte oskus hotellinduses ja toitlustussektoris; puudulik teave kohalike atraktsioonide, tegevuste, vaatamisväärsuste jmt osas.



▲ Kalur Castro sadamas

„Asusime piirkonna edendamiseks viivitamatult tööle. Alustasime tegevust kolmel suunal: esiteks teavitamine, mille käigus korraldasime reisikorraldajatele ja ajakirjanikele reise olulistele messidele, näiteks IITB Berliinis, WTM Londonis ja Fitur Madridis. Teiseks otsisime viise toiduainete tootjate ja restoranide koostöö optimeerimiseks. Nüüd osaleme ka piirkonnavälistel messidel, näiteks CIBUS Parmas, SIA Pariisis või Anuga Kölnis. Kolmandaks üritame terve aasta lõikes organiseerida piirkonnasisest munitsipaaltasandil üritusi, mis rõhutavad piirkonna turismiobjekte. Need üritused ulatuvad Vahemere dieedist kuni kirjanduseni (Campi Salentino raamatufestival), sh piz-zica, meie traditsiooniline muusika ja tants, mis meelitab augustis kohalikule festivalile 100 000 inimest ja mida me kasutame nüüd piirkonna tutvustamiseks Hiinas, Venemaal ja Ameerika Ühendriikides. 4. teljel on lihtne selles strateegias osaleda, kuna kala ja kalandus omavad Apulias olulist kultuurilist tähtsust ja tekitavad tugevaid emotsioone. See on ammune tegevus ja me kõik oleme sellega kuidagi seotud.“

Hing

Adriatico Salentino kalanduspiirkonna kohalik tegevusgrupp, mis on loodud 2011. aasta augustis, ühendab omavahel Lecce provintsi, kuus omavalitsust, piirkondliku looduspargi, kolm ühistut ning kalureid esindava ühistute liidu, pangaühistu, kaks ühingat ja juhtgrupi Terra d'Otranto. Pärast seda, kui tegevusgrupp 2010. aastal asutati, pidi see tegelema pikaajaliste haldusmenetlustega ning seetõttu kiideti selle strateegia ametlikult heaks alles 2012. aasta novembris. „Ühtegi projekti ei ole veel valitud, kuid me oleme need kaks aastat hästi ära kasutanud, koon-dades kalureid ja teisi kohalikke sidusrühmi. Ma ütlesin, et 4. telje vaim on vägagi tuntav, seda isegi Santa Cesarea Terme ja Diso omavalitsustes, kus kalandussektor ei ole nii hästi arenenud,“ rõhutab Giuseppe Scordella, tegevusgrupi tegevdirektor.

„Meil on kavas jätkata Euroopa Kalandus-fondi (EKF) 3. telje juba tehtud tööd, mis on olnud kasutusel alates 2010. aastast ja mis on aidanud kalandussektorit tõeliselt mobi-liseerida,“ selgitab Francesco Pacella. „Meie Mittico projekt (1 miljon eurot), mida me koos ülejäänud viie Apulia provintsi-ga ellu viime, seab eesmärgiks edendada kohaliku kala kasutamist, turustamist ja tarbimist.“ 60 kalurit ja 24 laeva ühendava kalurite ühistu La Folgore president Cosimo Montinaro kinnitab: „3. telje tegevused, millega



▲ Cosimo Montinaro näitab, kuidas siduda võrke

me oleme seotud, nagu näiteks meie koo-baste (kaljudesse uuristatud hoiukohad, kus me hoiame oma varustust) renoveerimine, pardaohutuse koolitused ja sadama kaas-ajastamine või rannajoone korrastamine – kõik need moodustavad liikumapaneva jõu, mis julgustab elukutselisi kalureid piir-konna jätkusuutlikus arenduses aktiivselt osalema.“



Eeskirjad

Lisaks oma märkimisväärsele arhitektuur-sele pärandile, mida on näha ka kõige väiksemates külates, on Adriatico Salentino kalanduspiirkonnas kaitsevööndid, võrratu rannajoon ning puhas ja kvaliteetne vesi. Kohalike kalurite peamiseks väljakutseteks on varude ammendumine, mis puudutab eriti kõige nõutumaid kalu (krevet, merisiilikuid, kivikohasid, kiviahvenaid, riffahvenaid ja latikaid), kalurite vananemine ning mitteilukutselise kalastamise osakaal. „Viie kalapüüdjast neli ei ole elukutselised kalurid, kuid sellest hoolimata müüvad nad oma saaki restoranidele ja kalakaupmeestele...“, kurdab Antonio Schifano, Castrost pärit noor elukutseline kalur (kalurite ühistu Pescatori di Castro liige; ühistusse kuulub 25 kalurit ja 17 laeva). „Me vajame uusi eeskirju, aga juhul

kui see pole võimalik, siis tuleb vähemalt tagada, et eeskirjad kehtiksid kõigile, ning suurendada nende täitmist. Selline varjatud eesmärgiga kalastamine hoiab hinnad madalad, samal ajal kui kütuse- ja muud püsikulud on elukutseliste kalurite jaoks järelekasvanud.“

Luigi Carrozzo, kes esindab kohaliku tegevusgrupi juhatuses Castro omavalitsust, teeb selles piirkonnas valitseva olukorra kohta kiire SWOT-analüüsi: „Meie peamiseks tugevuseks on asukoht mere ääres ning kalastamise äärmiselt oluline roll majanduses ja kultuurilises traditsioonis. Meie peamiseks nõrkuseks on organiseeritud tarneahela puudumine, eriti madala turuväärtusega kalade jaoks. Võimaluste osas näen ma suurt potentsiaali kalastusturismis, kala-

turismis (vt kast) ning ühenduse loomises kalurite, restorani- ja hotelliomanike ning teiste turismikorraldajate vahel. Kuid siinkohal on peamiseks ohuks amatöörkalamehed, kes oma saagi müümisega elukutseliste kaluritega ebauusalt konkureerivad. 4. telg võib kõigi nende aspektidega tegelemisel olulist rolli mängida.“

KUI KALUR OTSUSTAB AVADA RESTORANI

ROCCO MUDEL

Rocco Cazzato oli esimene kalur Apulias, kes hakkas tegelema kalaturismiga – turismiga, mis on seotud kalapüügiga.

2010. aastal muutis ta oma Tricase linnas (180 elanikku) asuva perekodu esimese korruse restoraniks. „See on maja, kus ma sündisin. Ma pidin maha võtma kõigest paar vaheseina ja tegema kööki akna, kuna läbipaistvus on oluline. Inimestele meeldib vaadata, kuidas neile toitu valmistatakse.“

Restoran, mida juhivad Rocco, tema naine ja nende kaks poega, mahutab 30-40 külastajat. Menüüs on värske kohalik kala ja mereannid, mis on hommikul värskest püütud, ning lisandiks omavalmistatud tooted. „Toodame peaaegu kõike ise, kaasa arvatud õli. Restoran suletakse novembris, näiteks oliivisaagi koristamiseks. Kalapüügi ja söögitegemise kombineerimine on tihtipeale raske, seetõttu oleme avatud ainult öhtuti.“

Talvel koosneb klientuur peamiselt kohalikest, kuid juunist kuni septembrini on 90% klientidest puhkajad. „Ennekõike prantslased, ameeriklased ja inglased“, ütleb kalurist restoraniomanik. „Ma otsustasin proovida kalaturismi meie kahe poja pärast, et neil oleks siin tulevikku. See kompenseerib kalapüügi halvenemist.“ Tundub, et Rocco on teinud targa otsuse, sest tema arvestuse kohaselt on ta sissetulek enam kui kahekordistunud.



▲ Perekonna afäär – Cazzato'd oma kalatoidu restoranis

„Me tahame kasutada Roccot 4. telje näidisena“, selgitab Giuseppe Scordella, Adriatico Salentino tegevusgrupi tegevdirektor. Ka Rocco on valmis oma kogemusi teiste kaluritega jagama. „Edu võtmeks on kvaliteet“, rõhutab ta, viidates kvaliteetse kaubamärgi pastale, mida ta kasutab. „Ülejäänud olulised elemendid on töö, ehtsus ja väikesed mastaabid. Väike on ilus!“

Aga kuidas on lood asukohaga, eriti siis, kui sind pole õnnistatud piisava varaga sadamas? „Ma ei usu, et see on probleem“, ütleb Rocco. „Paljudel kohalikel asutustel on tühjal seisvad varad, millel on hea asukoht ja mida võiks mõistliku hinnaga üürile anda. Minu vaatepunktist on probleem institutsiooniline: erinevalt maaturismist ei ole avalikud asutused kalaturismile veel selget raamistikku loonud.“ See on probleem, mille osas tahab Francesco Pacella, provintsi turisminõunik ja tegevusgrupi president, kartusi hajutada: „Me tegeleme praegu piirkondliku seadusandliku menetlusega, et seda tegevust elukutseliseks muuta ja sellele tuge pakkuda.“ Vahepeal on perekond Cazzato otsustanud luua ühistu kasuks, kus Rocco ja tema pojad on osanikest kalurid ning tema naine palgaline töötaja.

Sinise kala kaasamine

Adriatico Salentino tegevusgrupp plaanib kasutada 4. telge, et tutvustada uusi turustusviise (otsemüük, lühikesed ringkäigud, nullkilomeeter, aeglane toit jne) ning see läbi reklaamida uusi kalatooteid ja elavdada koostööd kalandussektori ja teiste rannäärsete sektorite vahel.

„Meie eesmärgiks on lisada väärtust nn sinisele kalale ehk vaese mehe kalale, nagu näiteks sardiin, anšoovis ja makrell“, rõhutab Giuseppe Scordella. „Selleks peame muutma tarbijate mentaliteeti ja julgustama restorane neid kalu oma menüüsse lisama. See tähendab kokkade koolitamist ja õpetamist nendest kaladest gurmeetoite valmistama. Selles osas olen ma eriti huvitatud Belgia 4. telje projektist Fish2Know, mille eesmärgiks on suurendada tulevaste

peakokkade ja kokkade teadlikkust nende vähem tuntud kalaliikide osas. See on midagi, millest sooviksime inspiratsiooni ammutada.“

„Jah, me peame vastu võtma tarneahela lähenemisviisi ja 4. telg aitab meil luua võrgustiku kalastusturismi ning hotellide ja restorani vahel,“ rõhutab Alfonso Capraro, Castro linnapea (elanike arv 500, neist umbes 40 kalurit). „Lisaks on meie eesmärgiks luua ka organiseeritud kalatööstus, et suurendada otsemüüki. See on juba olemas – vaadake naisi laevadelt kala ostmas –, kuid miski pole organiseeritud.“



▲ Kalakaupmehe ettevalmistused päevasaagi müügiks

Kalastus- ja kalaturism: teerajaja Itaalia

Itaalia on esimene Euroopa riik, kes lubab oma kaluritel ametlikult tegeleda kalastus- ja kalaturismi, kahe kalandusega seotud turismiliigiga, mis on poolsaarel nüüd hästi juurdunud.

Itaalia seadusandluse (D.M. 13. aprillist 1999 nr 293, D.L. 26. maist 2004 nr 154) kohaselt on kalastusturismi definitsiooniks „isikute, kes ei ole meeskonna liikmed, võtmine kalalaevade pardale turismi või puhkamise eesmärgil, rannikuäärseteks reisideks, kalapüügil osalemiseks, sportliku kalastamise praktiseerimiseks või muudeks tegevusteks, mis tõstavad esile piirkonna kultuuri, merd ja kalapüüki. Teenus võib sisaldada ka pardal või maismaal einestamist vaatega, mis annab mereandidele lisaväärtust või taaselustab traditsioonilisi piirkondlikke retsepte nende päritolukohas.“(*)

Kalaturismi definitsiooniks on (D.L. 26. mai 2004 nr 154, Kalaturismi seadus nr 96 20. veebruarist 2006) „hariva, kultuurilise ja teenindava iseloomuga vastuvõtu- ja puhkusetgevus, mis on suunatud ökosüsteemide, kalandusressursside ja akvakultuuri vääriskale kasutamisele, mida praktiseerivad ettevõtjad kas individuaalselt või kollektiivselt, kasutades oma kodu või muud nendele saadaolevat objekti.“(*)



Kalastusturismi sünnimaaks peetakse Itaalia on esimene ELi riik, kes on seda tegevust õppinud ja töötanud välja spetsiaalse seadusandluse, pakkudes garantiisid nii kaluritele kui ka nende turistidele. Sama kehtib ka kalaturismi puhul.

Selles sektoris töötavate kalurite arv kasvab iga aastaga. 2010. aastal ületas välja antud lubade arv juba 500 piiri. Nendest lubadest väljastati 50 Apuliasse ja 70 Sardiiniasse.

Itaalia kogemus – nagu ka mitmed Euroopa projektid, mis võeti kasutusele Interreg IIIA Itaalia-Kreeka ja Interreg IIIB Medocci põhjal, mis uurisid neid kahte kalandusega seotud turismivormi – on olnud eeskujuks ka teistele Euroopa riikidele, nagu näiteks Prantsusmaale, Kreekale ja Hispaaniale, kes hakkavad nüüd samuti asjaga tegelema ning on sõlminud Itaaliaga koostööprojekte, mille eesmärgiks on võtta üle häid praktikaid.

Allikas: Pescatour – Associazione Nazionale per lo Sviluppo e la Valorizzazione del Pescaturismo ed Ittiturismo

(*) Itaalia seadusteksti lihtsustatud tõlge.

Nišiturud

Paradoksaalselt on selles piirkonnas turunduse osas kaks kõige üldlevinumat lähenemisviisi need, mida on reeglina peamiselt enamikus Euroopa Liidu riikides kehtivate õiguslike piirangute tõttu kõige keerulisem organiseerida: kalastusturism ja vähemal määral kalaturism (vt kasti). „Need kaks süsteemi võimaldavad kohalike toodete otsemüüki ja muudavad need paremini tuntuks, mis on sama oluline. Turist, kes maitseb kohaliku kaluri valmistatud kala, küsib palju suurema tõenäosusega seda kala ka restoranis,“ arvab Giuseppe Scordella.



▲ Käsitöötoodang – tuunikala õlis

Luigi Schifano (71) on üks neljast Castro kalurist, kes praktiseerib kalastusturismi traditsioonilise kalastusviisi abil, mille ta on taas kasutusele võtnud: seinnooda („the lampara net“) kasutamine. Tema hinnangul moodustab see kalastusturism umbes 20% tema teenistusest: „Ma reklaamin seda veebis ja lisaks on mul trükitud lendlehed, kuid parim reklaam on ikkagi suusõnaliselt leviv info.“ Genoveffa Lazzari, kalastusturismiga tegeleva kaluri naine, nõustub samuti: „Reklaamimine pole prob-

leem, vaja oleks uut ja mugavat paati, mis mahutaks rohkem reisijaid.“

Giovanni De Matteis, kes on 190 kalurit ja 120 laeva esindava ühistu Il Delfino president, usub kindlalt kalastusturismi ja kalaturismi kasulikkusesse. Alates 1996. aastast on kalastusturismiga hakanud tegelema mitu ühistu liiget. Igal suvel viivad nad turistid kaheks-kolmeks päevaks nädalas kala püüdma, küsides hinnaks 20 kuni 50 eurot inimese kohta sõltuvalt sellest, kas

söögikord on hinna sees või mitte. „Probleemiks ei ole mitte niivõrd reklaam ja turundus, kuivõrd ettetellimiste korraldamine. 4. teljega tahaksime luua ettetellimise süsteemi võrgustiku kaudu, kuhu kuuluvad nii kalurid, hotellid kui ka restoranid.“

„Kvantitatiivselt,“ ütleb Michael Tenore, „ei ole turismi vaja siin enam edasi arendada. 700 000 külastajat aastas on enam kui küllalt, kuna meid ohustab see, mida ma nimetaksin „Veneetsia sündroomiks“ ehk meie traditsioonide kadumine või standardiseerumine. Kaluritel võib olla sellele ohule reageerimisel tähtis roll. Kõigepealt enda jaoks, saades kasu turuniššidest, mida nende tegevus ja tooted koos tugevate emotsionaalsete kõrvaltähendustega võivad luua, kuid samas ka piirkonna jaoks, tegutsedes hooldajatena, sest nii mõneski mõttes on kalurid meie pärandi ja identiteedi kaitsjad.“ ■

ADRIATICO SALENTINO (Itaalia)

Pindala:
61 km²

Elanike arv:
31 507 elanikku

Asustustihedus:
517 elanikku/km²

4. telje eelarve	EUR			
	EL	Riiklik	Erasektor	Kokku
Kokku	985 000	985 000	202 100	2 172 100

KONTAKT
GAC Adriatico Salentino
Via F.lli Bandiera, snc – Castro (LE), Itaalia.
c/o Giuseppe Scordella, tegevdirektor.
Tel. +393207673766
Fax +3908361950197
adriatico@gacsalentini.it
www.gacsalentini.it

Kaubanduse tuuled

PORTUGAL

„Cabaz do Mar“, mereandide korv

Kogumaksumus: 52 962 eurot – **ELi toetus (EKF 4. telg):** 39 722 eurot

„Projekti Cabaz do Mar eesmärgiks on töötada Alentejos asuvas väikeses Azenhas do Mar'i nime kandvas külas välja kohalik mereandide hankimise skeem. Projekti juhiks on ühistu TAIPA, mis on ka kohaliku tegevusgrupi liige, ning projekti eesmärgiks on pakkuda kaluritele ja nende perekondadele alternatiivseid võimalusi püütud saagi müümiseks, toimetades kohapeal püütud kala otse klientidele. Käesoleval ajal on arutuse all pakendamise ja hinnaga seotud üksikasjad. Eesmärgiks on tarnida fikseeritud hinnaga pakendeid, kus kala liigid ja kogused vastavad hooajale ning on kliendiga kooskõlastatud. Käesolev projekt on saamas populaarseks Portugalis, kus kogu saak tuleb kõigepealt müüa maha oksjonitel, mis toimuvad mõnikord kalurite maabumiskohast väga kaugel. Pärast sarnaste ettevõtmiste külastamist Lõuna-Prantsusmaal, et õppida sealsetest kogemustest, uurivad projekti läbiviija ja kalurid, kuidas teha koostööd Portugali oksjonisüsteemiga, et tagada tarnimine, reaajas/veebis toimuvad kommunikatsioonikampaaniad ja mudeli jätkusuutlikkus.“

Paula Carneiro, Alentejo tegevusgrupi juhataja
adl.alentejano@mail.telepac.pt



ÜHENDKUNINGRIIK

Kohalike mereandide pakkumise-nõudluse sobitamine

Kogumaksumus: 20 930 eurot – **ELi toetus (EKF 4. telg):** 19 487 eurot

„North & West Cumbria tegevusgrupp uuris kohalike mereandide pakkumise ja nõudluse uuringu (Local Seafood Supply & Demand Study) abil kohalikult püütud kala ja mereandide nõudlust ja pakumise suutlikkust



piirkonna majutussektorile. Kuni tänaseni on väga väike osa tegevusgrupi piirkonna mereandidest müüdud otse kohalikule turule ja kuigi usuti, et antud toodete jaoks on nõudlus olemas, leidub sellise nõudluse või tarnijate võime osas seda rahuldada vähe tõestust. Seega käsitleb uuring võimalusi ja vajalikke meetmeid mereandide tootjate paremaks kokkuvõimiseks potentsiaalsete tarbijatega (eriti populaarses Lake Districti piirkonnas) äri- ja majutuskanalite kaudu, nagu näiteks kalakaupmehed, hotellid ja restoranid.“

Susan Crooks, Põhja- ja Lääne-Cumbria tegevusgrupi juhataja
admin@cumbriaflag.org.uk
www.cumbriaflag.org.uk/wp-content/uploads/2012/11/North-West-Cumbria-FLAG_Local-Seafood-Supply-and-Demand-Study.pdf

ÜHENDKUNINGRIIK

„Kohalik püük“: uus toote-turu kombinatsioon

Kogumaksumus: 80 000 eurot – **ELi toetus (INTERREG IVA):** 8 000 eurot

„PMCd (toote-turu kombinatsioonid) on uenduslikud lähenemisviisid kohalike toodete turustamise, klienditeavituse ja kommunikatsiooni ümberkujundamiseks. Kohalik püük on üks PMC algatusi, mida toetab INTERREGi piiriülene koostööprogramm 2 Seas Kagu-Inglismaal. Projekti eesmärgiks on teavitada kliente kohalike mereandide allikatest, saadavusest ja profiilist.

Kalurid ja kohalikud mereandide jaemüüjad saavad oma saagi reklaamimiseks liituda veebipõhise platvormiga, mis ühendab lauapealsed ja mobiilsed tööriistad. Osalevad kalurid kuvatakse veebipõhises kataloogis ja interaktiivsel kaardil, samuti projekti raames arendatud mobiilirakenduses. Lisaks saavad kalurid kasutada otsingumootoreid, et leida kliente või kauba ostjaid nende ostueelistuste järgi. See platvorm pakub kaluritele ka turunduse ja avalike suhete tuge ning on integreeritud sotsiaalvõrgustike saitidega. Skeemis osaleb nüüd umbes 42 mereandidega tegelevat ettevõtet.“

Henriette Reinders, projektijuht
henriette@tastesoutheast.co.uk
<http://www.projectfishandchips.eu/>
<http://www.localcatch.co.uk/>



BELGIA

„Jean sur Mer“: mereannid asuvad teele

Kogumaksumus: pole saadaval

„Jean sur Mer on minu mereandidega tegeleva toitlustusettevõtte nimi. Reisin oma „mereandide karavaniga“ mööda Belgia ja müün värskest valmistatud praetud, küpsetatud, tooreid või ölis pruunistatud mereande avalikes



kohtades: üritustel, muusikafestivalidel või toitlustusteenusena. Ma tahan, et kliendid avastaksid ja naudiks kvaliteetseid hooajalisi mereande, kuid samas soovin pakkuda teistsugust kogemust kui traditsiooniline iganädalane turg. Liikuva mereandide toitlustusteenuse loomise mõte tekkis mul 2010. aastal Tour de France'i ajal, mis möödus meie lähedalt, ja otsustasin koos paari sõbraga pakkuda suupisteid „kibbelings“ (friteeritud valge kala ampsud), mis on väga populaarsed Hollandis, kuid mitte Belgias. See osutus üledukaks ja otsustasin, et seda võiks ka äritasemel proovida. Paar kuud tagasi kuulsin Belgia tegevusgrupi Fish2Know poolt toetatud kohalikest algatustest. Tegevusgrupp aitas mul luua sidemeid kohalike kalurite ja nende saagiga, mis võimaldab mul mitmekesistada oma valikut ja reklaamida samas kohalikku kala. Nii saaksin oma isikliku eduloo muuta terve kohaliku kalanduse edulooks.“

Jan Kegels, projekti vedaja
info@jeansurmer.be
www.jeansurmer.be/
www.facebook.com/pages/JEAN-sur-MER/208375012529289

Tähelepanu kesse

300 TEGEVUSGRUPPI JA 3 000 PROJEKTI

Tulemuste saavutamine

Kalanduspiirkonna kohalikud tegevusgrupid peavad tõestama, et kogukonna juhitud kohaliku arengu (CLLD) elluviija – käesoleval perioodil 4. telg – suudab edendada sotsiaal-majanduslikku arengut viisil, mis ei ole võimalik üldpoolt lähtuva poliitikaga.

ELi institutsioonid ja liikmesriigid peavad läbirääkimisi uute eelarvete, eeskirjade ja finantsvahendite üle, mida rakendatakse programmiperioodil 2014-2020. Ootused on muutunud, mis on olnud teemaks juba alates EL2020 strateegia⁶ avalikustamisest aastal 2010. See muutus on suunatud tõendusmaterjalide põhiste tulemustele. Teisisõnu tuleb liikmesriikidel ELi rahade kulutamist põhjalikumalt õigustada ja näidata, et investeringud on vilja kandnud.

Seoses sellega pööravad valitsusasutused uute eelarvete koostamisel strateegiliste prioriteetide jaoks suuremat tähelepanu finantseerimismeetmetele, mis võivad omada suurimat mõju, ja veelgi enam neile, mis on tõenäolised garanteerima mõõdetavaid tulemusi. Brüsselis on päevakorral kaks põhilist eesmärki: töökohad ja kasv. Tulemuste mõõtmise võtmenäitajateks saavad uue Euroopa Merendus- ja Kalandusfondi (EMKF) juhtimisel olema töökohtade ja ettevõtete loomine ning säilitamine kalandussektoris ja sellega seotud valdkondades, kuid järgmise perioodi finantseerimisotsuste tegemisel mängivad loomulikult olulist rolli ka praeguse perioodi tulemused.

Praegu on kriitilised ajad, mistõttu tegevusgrupid peavad tõestama, et nad suudavad tõhusalt panustada oma riiklike rakenduskavade eesmärkide täitmisesse, ja kogukonna juhitud kohaliku arengu (CLLD) elluviija – käesoleval perioodil 4. telg⁷ – suudab tõepoolest edendada sotsiaal-majanduslikku arengut viisil, mis ei ole üldpoolt lähtuva poliitikaga võimalik.

Pärast 20-aastast kogemust maapiirkondades programmi Leader raames on CLLD saanud tunnustust tõhususe eest viie peamise omaduse osas: vajadustele reageerimine, võime mobiliseerida maksimaalselt kohalikke ressursse, paindlikkus uuenemise osas, toetatud tegevuste integreerimine, koostöö edendamine. Kuid samas on kalanduspiirkondadel kohalike arengustrateegiate rakendamisel nende tegevusgruppide kaudu parimal juhul vaid kolm aastat kogemusi ja osadel juhtudel alustatakse sellega alles 2013. aastal. Seega – milliseid tõestusmaterjale me saame siiani välja tuua, mis muudaks CLLD uues EMKFis prioriteetseks?

Kõigepealt on oluline välja tuua saavutus omaette, milleks on **üle 300 tegevusgrupi** loomine 21 liikmesriigis. Need on partnerlused, mis ühendavad omavahel paljusid erinevaid avaliku ja erasektori huvigruppe, et analüüsida oma piirkonda ning leppida kokku ühised arengut toetavad prioriteedid, mida rahaliselt toe-

tada. See protsess on asetanud kalurid esmakordselt kohaliku arengualgatuse keskmesse, andes neile nii õiguse kui ka vahendid teha otsuseid, mis mõjutavad mitte ainult kohalikku kalandussektorit, vaid ka teisi valdkondi, nagu näiteks linnaplaneerimine ning sadamate, merekaitsealade või turistipakettide arendamine. Lisaks sellele on nimetatud partnerlusuhete loomine toonud tihtipeale kokku rivaalitsevad kalandusorganisatsioonid, et teha koostööd ühiste eesmärkide nimel ning ühendades vahel ka mõjukamate osalejatega võrdlemisi isoleeritud sektoreid nende territooriumil.

Seejärel saame välja tuua üle **3 000 kohaliku projekti**, mida need tegevusgrupid on siiani otsustanud toetada: need on projektid alates kalandussektori töötajate koolitamisest kuni uute kalandus- ja merendustoodete arendamise või sadama infrastruktuuri kaasajastamise finantseerimiseni, et muuta see nõuetele vastavaks ning luua konkurentsivõimeline kalatööstus ja muid veepõhiseid lisategevusi. Hetkel on nende 3 000 projekti tulemuste kvantifitseerimiseks veel liiga vara, kuid esialgsed märgid juba viitavad teatud kasuteguritele, mida tegevusgrupid oma projektidega kalanduspiirkondadele toovad:

⁶ Komisjoni teatis: „EUROOPA 2020 – aruka, jätkusuutliku ja kaasava majanduskasvu strateegia“ COM(2010) aastaks 2020.

⁷ Euroopa Kalandusfondi (EKF) 4. telg toetab kalanduspiirkondade jätkusuutlikku arendamist.



▲ Pesca-turism Var'i piirkonnas (Prantsusmaa)

Vajadustele reageerimine



▲ Info-koosolek Lesvos'e (Kreeka) kalanduspiirkonna poolt organiseerituna

Euroopas asuvate kalapüügiga tegelevate kogukondade põhiprobleemideks on väljakutsed, mis on seotud otseselt kalapüügisektoriga, sealhulgas kasvavad kulud (eriti kütus), ELi kalandustoodete konkurentsi puudumine ja kalanduse ressursidega seotud probleemid. Lisaks on hulk probleeme, mis ulatuvad kalandussektorst kaugemale, kuid mõjutavad siiski nii kalureid, nende peresid kui ka kogukondi, kus nad elavad. Need on piirkonniti üsna erinevad ja tegevusgrupid üle Euroopa on hakanud demonstreerima kohaliku lähenemise lisaväärtust nendele keerulistele ja omavahel seotud probleemidele, olgu selleks siis konkureerimine mereala pärast, kalanduse tööjõu vähenemine ja vananemine või halb ligipääs

turgudele. Tõepoolest, FARNETi juhtumiuuringute sarjas 4. telje lisaväärtuse kohta kalandussektorile oli võtmejärelduks „kohalikule arengule keskendunud kalanduse toetamisele spetsialiseerunud kohaliku asutuse (tegevusgrupi) olemasolu, millel on **tegevusvabadus kohalikele vajadustele reageerimiseks ja eelarveideede rakendamiseks**“.

Tegevusgrupid sekkuvad seoses sektorile omaste väljakutsetega, et **aidata** kaluritel uurida alternatiivseid kütuseallikaid kalalaevadele, nagu näiteks taastuvenergia (nt Soome, Itaalia jt) või katsetades kütusesäästlikumaid käigukaste (Holland). Seejuures on tegevusgrupid eriti aktiivsed palju kaugemal tarneahelas ja mitmed 4. telje projektid suurendavad sektori konkurentsivõimet, **edendades kalandustoodete tõhusamat turustamist**. See hõlmab projekte, mis toetavad kalakastide skeemide loomist, tarnides tellijatele regulaarselt värske kalandustoodete pakke; mobiliseerivad kohalikud restoranid, koolid ja avaliku sektori sööklad, et pühenduda pidevale kohaliku kala pakumisele; aitavad kaasa kohaliku kala otsemüügile, toetades värske kala turge ja veebipõhiseid platvorme; arendavad kvaliteetseid etikette jätkusuutlikele kohalikele kalandustoodetele ja täiustavad jälgitavuse süsteeme; pakuvad otsest tuge uutele poodidele, restoranidele ja müügipunktile, kus pakutakse kohalikke kalandustooted. Teised tegevusgrupid aitavad kalandusorganisatsiooni-



▲ Rannikuala urbaniseerumine on suur probleem Pays d'Auray kalanduspiirkonnas (Prantsusmaa)

del **täiendada kohalikke kalavarusid**, täiustades kalastustehnikate jätkusuutlikkust, luues merekaitsealasid või jälgides ja parendades vee kvaliteeti.

Lisaks mõjutab erinevate kalanduspiirkondade tööd ka kontekst, milles nad tegutsevad. Võtame näiteks atraktiivsed rannäärseid kogukonnad, kus peamisi kalandustegevusi ohustavad uued, tugevamad ja ökonoomsemad sektorid ning keskklassistumine, millest mõlemad võivad tõsta veeäärse kinnisvara hinnad kalandusettevõtetele kättesaamatusse kõrgusesse. Sellele vaatamata on nimetatud probleemidele võimalik lahendusi leida. Näiteks Bretagne'is on **Pays d'Auray tegevusrühm** aidanud kaasa austrite toetuse kogumisele, mis takistab austrikasvatuste müüki elamuehituseks või kaubanduslikuks arendustegevuseks. Peale selle on tegevusgrupist saanud piirkonna võtmepartner, kes esindab nüüd kalandussektori huve seoses kohaliku linnaplaneerimisega.



▲ Järvekalastus Kainuu-Koillismaa kalanduspiirkonnas (Soome)



Skaala teises otsas näeme kaugeid kalanduse ja põllumajandusega tegelevaid kogukondi, mis kogevad rahvastiku vähenemist, vananevat tööjõudu ning infstruktuuri ja teenuste üldist allakäiku. Siin on tegevusgrupid võtnud käsile uute ning täiendavate tegevuste ja teenuste edendamise, et aidata meelitada nendesse piirkondadesse elanikke ja turiste ning luua töökohti. Näidetena võib tuua ettevõtte loomise merevetikatest toodete väljatöötamiseks ja turustamiseks Taanis, Peipsi järve sadama infstruktuuri arendamise Eestis, et toetada nii kalureid kui ka uusi turismitegevusi, ning kalastusturismi arendamise, et meelitada turiste Soome kaugematesse piirkondadesse.

Olgu Euroopa paljude erinevate kalanduskogukondade kontekst milline tahes, pakuvad tegevusgrupid nende vajadustele sobivaid vastuseid. Sõltumata sellest, kas nad hoolitsevad sektoriga seotud meetmete ja infstruktuuri arendamise eest või aitavad suurendada kohalike kalandustoodete konkurentsivõimet ja ühendada neid paremini turuga, on kohalikul tasandil tehtava töö lisaväärtuseks lähedalasuv personal, kes suudab tuustada kõige olulisemaid vajadusi ja leida kõige suuremat kohalikkude mõju omavaid lahendusi.

Raskesti kättesaadavate kohalike ressursside ja lisaressursside kaasamine

CLLD lähenemise üheks omaduseks on võime kaasata kohalikke inimesi ning nende ideid, oskusi ja rahalisi ressursse, et alustada uusi tegevusi, mis võivad kalandussektorile ja -kogukondadele kasu tuua. Konkurentsivõimelisema ja uuenduslikuma kalandussektori peamiseks takistuseks on madal haridustase ja investeerimisvõimaluste puudumine. Kohaliku personali olemasolu ja nende konkreetne elavdava roll on aidanud inimestel terves Euroopas – paljudel esmakordselt – pääseda ligi EKFi finantseerimisele, et investeerida jätkusuutlikumasse tulevikku. Lisaks aitab see arendada oskusi, mis on vajalikud nende inimeste potentsiaali täitmiseks, kellel **ilma nimetatud abita lihtsalt puuduks teadmine ELi rahastamisvõimalusest või motivatsioon selle taotlemiseks**. Muuhulgas on tulemuseks uue töökohad, lisatulu ning uues tähenduses iseseisvus ja professionaalsus paljudel väiksematele toetuse saajatele.

Seda on märgata näiteks Galicias, kus tegevusgruppidel on olnud võtmeroll merekarpide korjajate toetamisel, et nad rakendaksid oma toodangu müügi osas ennetavat lähenemist. Osades piirkondades on see hõlmanud IT-alkkursusi, teistes

täielikku tegevuste ahelat alates koolitustest kuni edendustegevuste toetuseni, VKEdesse tehtava kapitaliinvesteeringu toetuseni, karpide korjajate toetamiseni omandada oskusi ja kogemusi professionaalsetes tegevustes väljaspool põhisektorit. See omakorda julgustab neid ettevõtma lisategevusi, mis aitavad neil tekitada lisatulu.

Näiteid saame tuua ka Soome põhjal, kus [Kainuu-Koillismaa tegevusrühm](#) on toetanud kalurite, kalakasvanduste ja töötajate vahelist koostööprojekti, et luua ühine kala töötlemise keskus, kus saab kohalikkude saaki külmutada, ladustada ja töödelda. Niimoodi iseennast ja oma toodangut organiseerides on kaluritest saanud turustusahelate usaldusväärsed partnerid, kes garanteerivad otselepinguid ning saavad paremini hindade kujundamist kontrollida. Tegevusgrupp ühendas erinevaid osapooli, toetas teostatavusuuringuid ning aitas kindlustada kala töötlemise keskuse ehitamiseks vajaliku finantseeringu (2,7 miljonit eurot kohalikest riiklikest vahenditest ja EKFi 2. teljelt, lisaks veel erasektori täiendav finantseering). Asjaosalised kalurid on teatanud, et alates sellest ajast on nende müük 20-30% kasvanud. Kuid ilma tegevusgrupi kogemuse ja eestvedamiseta poleks nad kunagi nii keerulist projekti, hoolimata selle olulisest panusest nende tegevuse elujõulisusesse, ise alustanud.



▲ Karbi korjajad Costa de Morte piirkonnas (Hispaania)

Väike on ilus... ning paindlik ja uuenduslik

Euroopa tegevusgruppide eelarve perioodiks 2007-2013 on keskmiselt ligikaudu 3 miljonit eurot. Seda kasutatakse mitmete väiksemate ja keskmiste projektide toetamiseks keskmise maksumusega ligikaudu 60 000 eurot. Võimalus keskenduda teatud väikeprojektidele võimaldab kalandussektoril sageli osaleda põnevates pilootprojektides, mis on tihtipeale liiga riskantsed, et neid suuremas mastaabis katsetada. Selline olukord oli Prantsusmaal ühe **Vari tegevusrühma** poolt toetatud projekti puhul, mis kaasas kalamehed kalastusturismi pakettide arendamisse ja katsetamisse. Seaduse kohaselt oli kalastusturism varem keelatud ja turistide ei tohtinud kala-laevadele võtta. Projekti eestvedaja intensiivne töö ja täiendav surve teistelt Prantsuse tegevusgruppidele, kes on huvitatud kalastusturismi tegevuste algatamisest nende piirkonnas elavate kaluritele, viis lõpptulemusena seadusemuudatuseni, mis lubab Prantsuse väikekaluritel oma tuluallikat mitmekesistada.

Kõikjal ELis kerkivad esile näited 4. telje poolt edendatud innovatiivsetest uutest toodetest: krabipuljong ja vetikajäätis Taanist, nuivähi pasteet Hispaaniast, kalanahast nahktooded Soomest jne. Igal projektil on oma lugu kas kalanduskogukondadele tekitatud lisatulust, loodud

töökohtadest või uutest vallutatud turgudest kaugetes maades nagu Jaapan ja Hiina. Mitmed katsetused mittekaubanduslike liikide kasutusotstarbe arendamiseks on veel ees, nagu näiteks krabiliste kasutamine biomeditsiinis (Portugal) või selliste kõrvaltoodete nagu kammkarbi-kestade kasutamine, mida kasutatakse lubiväetise tootmiseks (Prantsusmaa).

Ühendatud mõtlemine integratsiooni kaudu

Euroopa Liidu tasandil on saanud prioriteediks terviklikuma arengu edendamine. Seda on näha näiteks partnerluslepingute sissejuhatustest, kus iga liikmesriik peab selgitama, kuidas ta koordineerib erinevaid ELi vahendeid, et saavutada EL 2020 eesmärgi, milleks on arukas, jätkusuutlik ja kaasav majanduskasv. Seejuures on eriti olulised kaks mõistet: tasakaalukas ja jätkusuutlik areng ning riiklike vahendite suurem kaasatus läbi koordineerimise ja sünergiate. Sellise arengu peavad tagama ka tegevusgrupid. Nende strateegiate eesmärgiks on tagada terviklik reageerimine antud kalanduspiirkonna põhiprobleemidele ning kui tegevusgrupid teevad kohalike projektide valimisel ja toetamisel edusamme, saame näha, kuidas need projektid moodustavad integreeritud tegevuspaketid, mis muudavad strateegiad tulemusteks.

Näiteks Galicias asuval **Costa da Morte tegevusgrupil** on kaks peamist arenguprioriteeti: kõigepealt kalandussektori majandusliku elujõulisuse tagamine ning seejärel vajadus luua mitmekesistamise kaudu uusi sissetulekuallikaid ning edendada piirkonna kalandust ja mere-ressursse. Väheneva elanikkonnaga piirkonnas, mis sõltub olulisel määral kalastamisest ning kus enamik väiksemaid laevu ja merekarpide püügiga tegelejad tulevad vaeu ots otsaga kokku, pakub üks projektide seeria otsest tuge kalastusorganisatsioonidele, karpide organisatsioonidele ja võrguparandajate ühistutele, samas kui teised seavad eesmärgiks kapitaliseerida piirkonna kalanduspärandit, et meelitada ligi uusi inimesi ja tegevusi ning luua nõudlus piirkonna kalandustoodete järele. Praktilisel tasandil koondatakse erinevaid sidusrühmi, et viia ellu tegevusi, mis kõik kokku moodustavad osa suuremast eesmärgist.





▲ COFRADIA näituse piirkonna avamine Caion'is (Hispaania)

Nimetatud olukord on Caioni külas, kus kohalik kalastusorganisatsioon (*Cofradia*) on saanud rahalist toetust, et avada oma peamajas koosoleku- ja näituseala ning muuta oma arhiivid avalikuks. 2012. aastal käis mööda Caioni raekoja loodud ja reklaamitud rannaäärset integreeritud rada *Cofradia* ajaloolise rolliga ühiskonnas tutvumas 1500 külastajat. Rada hõlmab ka sadamat ja kalaoksjonit ning infopunkte kohalike linnu- ja kalaliikide kohta. Turismipakkumise täiustamiseks koondati ka erasektor, et arendada majutust ja restorane, mille täituvused on nüüd väga head. Lähedalasuvate südakarpide korjajate otsemüük kolmekordistus 2012. aastal tänu 4. telje toetusele, võrguparandajatele antakse väljaõpet ja väljastatakse sertifikaate, mis kaitsevad nende kauplemist, kalastusorganisatsioonid ostavad uut varustust, et täiustada jälgitavust ja tootekvaliteeti, ning kohalikud kalatöötajad on saanud toetust uute tootmisliinide avamiseks. Veidi enam kui kahe aasta jooksul on piirkonnas lõpule viidud 20 projekti ja üheksale uuele on antud heakskiit toetuse saamiseks. Lõpetatud projektidesse investeeriti kokku ligi 2,9 miljonit eurot, millest 45% tuli erasektori täiendavast finantseeringust. Säilitatud on üle 100 töökohta ja loodud 28 uut töökohta, millest 16 on täiskohaga.

Hääl kalanduskogukondadele ning õppe- ja infovahetusplatvorm

Viimasena, kuid siiski mitte vähem tähtsana tuleb eraldi ära märkida CLLD lähemises sisalduv võrgustike loomine ja koostöö. Need on osutunud tõhusaks kahel põhilisel viisil: esiteks, täiustades **kalandussektori nähtavust ja mõju** parema organiseerituse kaudu, ja teiseks, hõlbustades ideede voolu, et soodustada **arengu kiiret levikut ühest piirkonnast teise**.

Võtame näite, kus 4. telg aitas Prantsusmaal luua platvormi, et avaldada survet riigi ametiasutustele eesmärgiga luua seaduslik raamistik kalastusturismi võimaldamiseks. Lisaks on näha, kuidas antud läbimurre Prantsusmaal on tekitanud uue mõtlemise Hispaanias, Saksamaal, Kreekas ja mujal, mis on vaid üksikud paljudest. Tegevusgruppide infovahetus FARNETi (Euroopa kalanduspiirkondade võrgustik) kaudu on pannud sidusrühmad üle Euroopa uskuma piirava seaduse muutmise võimalikkusesse ja sunnib neid muudatusi sisse viima. Pärast seda, kui nad olid pidanud mitu aastat kuulma, et see on võimatu, katsetavad ka Hispaania kalurid nüüd kalastusturismi, Kreeka seadust on parandatud ja Saksamaa räägib muudatusest. Tegevusgrupid on olnud nende muudatuste keskmes terves Euroopas.

Eelnevalt on olnud juttu ka sellest, kuidas 4. telg ühendab kalandussektori erinevaid osapooli, et parandada organiseeritust ja koostööd. Ka see on levimas. Hispaanias Galicias asuva naiskalurite organisatsiooni, karbikorjajate ja võrguparandajate eeskujul on ka Andaluusia tegevusgrupid loonud kalandussektoris töötavatele või sellega seotud naistele ühistuid ja ettevõtlust toetavaid algatusi. Prantsusmaa tegevusgrupid on lisaks märganud, kuidas Galicia nuivähkide korjajate organisatsioon on arendanud oma tegevuse äärmiselt konkurentsivõimeliseks, ning kasutanud võimalust külastada [Ria de Vigo tegevusgruppi](#), et õppida, kuidas täiustada oma karploomadega seotud tegevuste organiseeritust.

Võrgustike loomine ja infovahetus aitavad ka kaasa spetsiifiliste projektide ideede levikule. Ühe piirkonna lahendused probleemidele levivad edasi, need kohandatakse ja rakendatakse kõikjal Euroopas. Olgu nendeks uuteks viisideks siis karpidega seotud tegevuste organiseerimine nagu Galicias, kalurite ühendamine turgudega (nt „Kala paadist“ projekt Saksamaal, mis võeti hiljem kasutusele Taanis) või kalanaha parkimine nahktoodete valmistamiseks, mis kandus Rootsist Soome ja seejärel Prantsusmaale. 4. telg saavutab tulemusi ja need loovad väärtusliku kogemustepagasi, mis aitab kiirendada arengut kõikides kalanduspiirkondades.

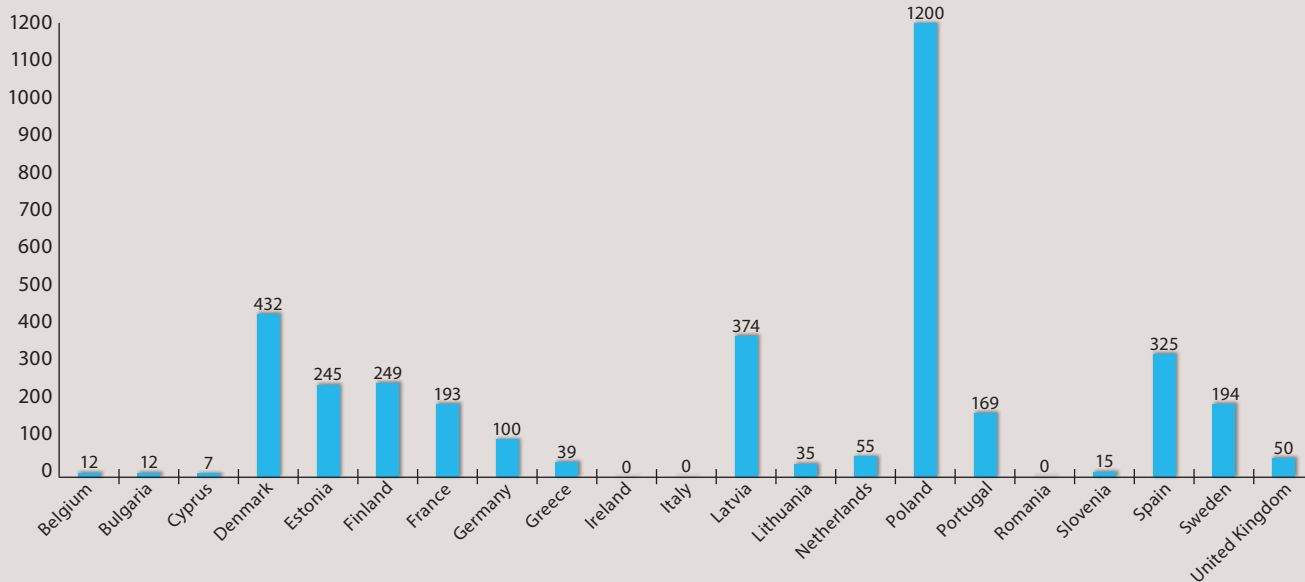
Investeeringuline tulevikku

Kui 2012. aastal arvatati kokku 12 riigis heaks kiidetud tegevusgruppide projektidesse tehtud investeeringud, saadi kogusummaks ligikaudu 150 miljonit eurot. See oli kaks korda suurem kui EKFi 4. telje toetused ja üle 30% sellest moodustasid erasektori investeeringud kohalikul tasandil. ELi mastaabis ei ole veel summasid, mis kajastaksid 4. telje esimeste projektide tulemusi majanduslikus tähenduses, kokku arvatud, kuid pilguheit ükskõik millisesse Euroopa tegevusgruppi paljastab eduloo, olgu selleks siis kalandussektorile kindlustatud väärtus, uued töökohad või kalanduskogukondade täiustatud teenused, millega ülemaailmselt konkureerida. Nüüd on ülesandeks koguda kokku olemasolevad andmed, mis aitavad teavitada 4. telje projektide tulemustest ja mõjudest, et valitsusasutused saaksid langetada informeeritud otsuseid EMKFi eelarve koostamisel CLLD toetamiseks kalanduspiirkondades ja et nad saaksid põhjendada antud investeeringu vajalikkust. ■

Võrgustik FARNET

> Hetkeseis: 3 706 projekti ja see arv kasvab!

2013. aasta märtsi seisuga oli 303 praegu 21 liikmesriigis tegutsevat tegevusgruppi toetanud umbes 3 706 projekti.



> Tegevusgruppide koostöö Läänemere piirkonnas

Pärast 2012. aasta juunis toimunud esialgset kokusaamist FARNETi konverentsil Portugalis Olhãos pani rühm tegevusgruppide esindajaid Läänemere piirkonnast alguse regionaalsele koostöövõrgustikule, mille keskmes on esialgu keskkonnaprobleemid. 2013. aasta aprillis korraldasid South Baltic tegevusrühm Rootsist ja ESKO tegevusrühm Soomest Helsingis rahvusvahelise konverentsi ja võrgustiku avakoosoleku.

www.southbalticflag.se/

FARNET Baltic Sea Network on LinkedIn:

www.linkedin.com/groups?gid=3909551&trk=myg_ugrp_ovr

> Esimene rahvusvahelise piiriülese merepargi EGTC

Bouches-de-Bonifacio rahvusvaheline merepark Korsika (Prantsusmaa) ja Sardiinia (Itaalia) vahel moodustas hiljuti Euroopa territoriaalse koostöö rühmituse (European Grouping for Territorial Cooperation – EGTC), mis tähistab esimese seda liiki struktuuri loomist, mida on kasutatud ELi keskkonnapoliitika piiriüleseks rakendamiseks. EGTC põhiliseks ülesandeks saab ühiste lahenduste leidmine majandusküsimustele, mida iga merekaitseala tasandil on keeruline lahendada. Üks sellistest probleemidest on turistide vood (nende ülemäärane hulk, merel toimuv harrastuskalapüük, lõbusõidulaevade ankrute mõju jne). Lisaks toob rahvusvahelise koostöö tugevdamine kaasa suurema võimekuse, et tegeleda probleemidega, mis on seotud teaduslike teadmistega, näiteks kalavarude osas.

FARNETi tegevuskava

MILLAL	MIS	KUS
21.-22. mai 2013	Euroopa merenduspäev 2013	Valetta (M)
03.-05. juuni 2013	FARNETi seminar: „Kohaliku püügi turundus“	Stockholm (S)
07.-10. oktoober 2013	AVATUD USTE PÄEVAD – 11. Euroopa regioonide ja linnade nädal	Brüssel (B)
November 2013	FARNETi seminar: „Kalanduse ja turismimajanduse ühendamine“	Selgumisel

Profil

NIMETUS: Euroopa Kalandusfondi (EKF) 4. telg

EESMÄRK: Euroopa Kalandusfond võib kaasrahastada säästvale arengule ja kalanduspiirkondade elukvaliteedi parandamisele suunatud projekte, täiendades muid ELi rahastamisvahendeid.

RAKENDAMINE: 4. telge rakendab 21 liikmesriiki. Oluline uuendus telje rakendamisel on rõhuasetus piirkondlikule lähenemisele.

SIHTALAD: Kalanduspiirkonnad on piirkonnad mere või järve, sealhulgas tiikide või jõe suudmeala kaldal, kus tööhõive tase kalandussektoris on märkimisväärne. Liikmesriigid valivad abikõlblikud piirkonnad lähtuvalt järgmistest kriteeriumidest: tegemist peaks olema väikeste kohalike territoriaalüksustega (väiksemad kui NUTS 3), mis on geograafiliselt, majanduslikult ja sotsiaalselt piisavalt ühtsed. Abi peaks olema suunatud eelkõige piirkondadele, kus on madal asustustihedus või kus sektor on hääbumas või kus on väikesed kalandusega tegelevad kogukonnad. Liikmesriigid võivad piirkondade valimiseks lisada täiendavaid kriteeriume.

ABISAAJAD: Kalanduse kohalikud tegevusgrupid, st avaliku, erasektori ja kodanikuühiskonna partnerid, kes töötavad ühiselt välja strateegiaid ja uuenduslikke meetmeid kalanduspiirkonna jätkusuutlikuks arenguks. Tegevusrühmad valitakse liikmesriikide rakenduskavades määratletud kriteeriumide alusel. ELis on loodud üle 300 tegevusrühma.

ABIKÕBLIKUD MEETMED: Kalanduspiirkondade konkurentsivõime tugevdamine; majandustegevuse ümberstruktureerimine ja -suunamine ning mitmekesistamine; kalandustoodete lisaväärtuse suurendamine; väikesemahulise kalanduse ja turismiga seotud infrastruktuur ning teenused; keskkonnakaitse; looduskatastroofidest kahjustatud tootmise taastamine; osalevate piirkondade ja riikide vaheline koostöö; kohaliku arengustrateegia ettevalmistamiseks ja rakendamiseks vajalike oskuste omandamine; tegevusrühmade jooksvate kulude katmine.

VÕRGUSTIK: Kõik 4. teljega tegelevad sidusrühmad on koondunud **Euroopa kalanduspiirkondade võrgustikku (FARNET)**, mis võimaldab kalanduspiirkondade kasuks ja riikide koostöö edendamiseks rakendatud uuenduslike projektide ulatuslikku levitamist (seminaride, kohtumiste ja väljaannete kaudu). Võrgustikku koordineerib **FARNETi toetusüksus**.

PROGRAMMI KESTUS: Seitse aastat (2007–2013), kuid projekte võib rakendada 2015. aasta lõpuni.

EUROOPA LIIDU ABI: Prioriteetse 4. telje eelarve EKFi rahastamiseks aastatel 2007–2013 on 570 miljonit eurot, millele tuleb lisada kaasrahastamine liikmesriikide avalikust sektorist ja erasektori investeeringud. See on ligikaudu 13% EKFi üldeelarvest.

Tellimine

Et saada FARNETi ajakirja või uudiskirja, saatke palun oma kontaktandmed (nimi, organisatsioon, aadress, e-posti aadress ja telefoninumber) aadressil:

info@farnet.eu

Saatke meile oma uudiseid

FARNETi väljaanded on vahend kõigile, kes tegelevad Euroopa kalanduspiirkondadele jätkusuutlikuma tuleviku rajamisega. Palun saatke meile uudiseid oma tegevuste kohta, mis võivad pakkuda huvi teistele rühmadele või neile, kes selles valdkonnas töötavad. Iseäranis sooviksime kuulda teie kordaminekutest ja saavutustest, olulistest sündmustest ning teadaannetest, samuti teie ideedest või ettepanekutest vahetuseks või koostööks teiste kalanduspiirkondadega.

info@farnet.eu

Meet us online



ISSN 1831-5720