



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Ekspertyza zrealizowana w ramach operacji pt. *Ogólnopolska kampania na rzecz Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności*. Realizacja: Fundacja Rozwoju Podhala w ramach umowy nr KROW/2/2018/038.

Cykl filmów pt. „Wiedz i mądrze jedz“

Emisja w ogólnopolskiej TVP3

RECENZJA

Odcinek 5

Lokalne systemy żywnościowe szansą dla rozwoju zrównoważonego

<https://youtu.be/arLO78H6c9o>

Odcinek opowiada o tym, jak można zbudować kompletny produkt turystyczny wychodząc od produktu roślinnego (lawenda) lub zwierzęcego (oscypek). Oba opierają się o produkty, które są wytwarzane metodami tradycyjnymi a wokół nich zbudowano ofertę spędzania czasu wolnego, poznawania tradycji, rzemiosła i w końcu odróżniania produktu autentycznego, oryginalnego od jego wersji „podrabianej”. Oferta spędzania czasu wolnego zawiera w sobie dużo elementów edukacyjnych – można poznać i zrozumieć proces wytwarzania produktów, wziąć udział w warsztatach, dowiedzieć się o historii i specyfice miejsca, surowców i oczywiście samego wiodącego produktu.

Oba przykłady zdaniem recenzenta skierowane są głównie do rolników i producentów jako inspiracja do myślenia o swoich produktach nie tylko w kategoriach wytworzenia. Pokazuje, że aby sprzedać dany produkt z sukcesem warto obudować go innymi aktywnościami, które powodują, że ich towar staje się kompletnym produktem turystycznym czy edukacyjnym. Przykład pierwszy pokazuje działalność indywidualną (warto zauważyć, że właścicielka Lawendowej Manufaktury jest chemikiem, więc produkcja kosmetyczna ma podstawy w wykształceniu), drugi działania grupowe – producenci oscypków założyli stowarzyszenie, którego celem jest inicjowanie i organizowanie działań obudowujących produkt spożywczy ofertą turystyczną, edukacyjną oraz organizacją sprzedaży.

Przykłady są przedstawione w sposób prosty, z atrakcyjnymi zdjęciami, zachęcające do podjęcia działań, w efekcie których można uzyskać efekt pokazany na filmie. Historie mają spójną narrację, mimo, iż mamy dwa wątki, to nie zaburza odbioru.

Z punktu widzenia konsumenta przekaz o tym, że warto szukać pomysłów na spędzenie wakacji w gospodarstwach, w których poza samą ofertą turystyczną można także poznać i skorzystać z lokalnych,

oryginalnych produktów powstających na miejscu jest nieco za słaby. Może warto byłoby powiedzieć o tym, że taka oferta jest dostępna w praktycznie każdym regionie Polski, wskazać źródła informacji i poinformować na co, zwracać uwagę przy wyborze oferty. Może takie informacje powinny pojawiać się w formie post scriptum do każdego odcinka.

W ocenie recenzenta piąty odcinek realizuje założenia zawarte w tytule serii.