

Piețe Urbact

Ghiduri tematice pentru

Activități economice cu emisii de carbon reduse și lanțuri de aprovizionare

Alison Partridge, August 2013



Connecting cities
Building successes



CUPRINS

1. CONTEXT ȘI INTRODUCERE	3
2. INTRODUCERE ÎN SUBIECT	5
3. PRIORITĂȚILE PARTENERILOR PE ACEASTĂ TEMĂ	8
4. CÂTEVA BUNE PRACTICI RELEVANTE	10
5. ANALIZA BUNELOR PRACTICI ȘI RELEVANȚA PENTRU PIEȚELE URBACT	16
6. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	19



1. CONTEXT ȘI INTRODUCERE

Piețele URBACT reprezintă un proiect legat de modul în care piețele comerciale urbane de desfacere cu amănuntul pot deveni motorul schimbărilor sociale, de mediu și economice. Piețele generează activități economice răsunătoare, sporesc activitățile comerciale în zonele învecinate, stimulează turismul și întăresc coeziunea locală.

Proiectul se concentrează asupra răspândirii celor mai bune practici pentru crearea și administrarea piețelor stradale și a celor acoperite, agrolimentare sau specializate. Principalul obiectiv este acela de a ajuta orașele partenere să stabilească un plan de acțiune la nivel local pentru dezvoltarea piețelor. Acest plan strategic va fi dezvoltat și agreat cu părțile interesate de pe piața publică sau privată, pentru a sprijini fezabilitatea și pentru a asigura consensul maxim.

Proiectul Piețele Urbact este structurat pe 3 teme principale:

- Regenerarea centrului urban
- Economie cu emisii reduse
- Locuri de muncă și antreprenoriat

Fiecare din aceste puncte va fi inclus în Planurile de acțiune locală ale partenerilor considerând nevoile și capacitatea fiecărui oraș.

Pentru a veni în ajutorul acestui proces, a fost dezvoltat un set de 3 Ghiduri tematice. Acest document – Ghiduri tematice pentru o economie cu emisii reduse include:

- introducere în subiect și o scurtă descriere
- Rezumatul priorităților celor 10 orașe partenere
- Exemple de bune practici relevante din interiorul și din afara parteneriatului

- analiză care descrie abordările care ar putea fi relevante / care pot fi transferate în orașele partenere
 - Concluzii și recomandări
- Recomandările au fost dezvoltate ca rezultat al activității intense de birou, al interviurilor telefonice cu partenerii proiectului Piețele URBACT, interviuri cu o serie de experți de piață și o discuție de grup în cadrul ședinței de proiect din Dublin din luna iulie 2013.



2. INTRODUCERE ÎN SUBIECT

Studiul situației inițiale a piețelor a evidențiat două sub-teme cheie în domeniul economiei bazate pe emisii reduse. Acestea sunt:

a) Rețele urban-rural care includ:

- promovarea producției de alimente locale și produse de tipul „km 0”
- promovarea piețelor de producători
- dezvoltarea mărcilor „ecologice” și a brandurilor locale

b) Eficiența resurselor care include:

- promovarea mobilității sustenabile pentru clienți și posesorii de tarabe
- managementul și minimizarea deșeurilor
- eficiența energetică și utilizarea resurselor regenerabile

În cadrul procesului de consultare a partenerilor cu privire la aceste recomandări tematice, punctul central al temei a fost și mai mult dezvoltat pentru a integra explicit dezvoltarea lanțurilor locale de aprovizionare și comisionarea furnizorilor locali / cumpărătorilor pentru a crea economii de amploare cu beneficii de mediu, de exemplu consolidarea livrărilor etc.

Suplimentar, este recunoscut faptul că prima sub-temă cheie nu are legătură numai cu rețelele urban-rural, ci mai degrabă se concentrează asupra acestor lanțuri de aprovizionare / producția de alimente locale și de tipul „km 0”.

Fiecare dintre aceste sub-teme este definită mai jos în detaliu. Ne focalizăm pe segmentele în care piețele și administratorii acestora (publici

sau privați) controlează într-o oarecare măsură sau mai degrabă influențează politicile și practicile generice ale orașului.

a) Lanțuri de aprovizionare locale

Produsele alimentare locale pot fi definite ca un „efort de colaborare pentru a construi economii locale, independente – o economie în care producția sustenabilă de produse alimentare, procesarea, distribuția și consumul acestora să fie integrate pentru a spori sănătatea economică, de mediu și cea socială a unei anumite zone”. Acestea fac parte din conceptul de cumpărare din sursă locală și economii locale; preferința de a cumpăra bunuri și servicii produse la nivel local în locul celor produse de instituții corporative.

Produsele alimentare produse la nivel local sunt în general considerate mai ecologice datorită procesării minime și datorită faptului că sunt produse și consumate în funcție de anotimpuri, dar și cultivate la nivel local. Suplimentar, energia necesară pentru depozitarea, refrigerarea și transportul alimentelor perisabile este, de asemenea, redusă. Totuși, discuțiile cu privire la sustenabilitatea cultivării produselor alimentare în orașele mari din areale urbane continuă – iar unii susțin că efectele asupra mediului sunt în realitate marginale și chiar negative, beneficiile reale referindu-se în principal la educație și conștientizare – ducând la o populație mai conștientă în ceea ce privește aspectele de mediu.

Piața de fermieri este o piață fizică de comerț cu amănuntul în care produsele alimentare sunt vândute de fermieri direct consumatorilor. Piețele de fermieri sunt alcătuite în mod specific din gherete, mese sau tarabe, descoperite sau acoperite, unde fermierii vând fructe, legume, preparate din carne și, uneori, alimente preparate și băuturi.

Piețele de fermieri tind să elimine intermediarii și en-gross-iștii, aducând produsele direct de la fermă și reducând costurile implicate de distanțele lungi de transport, refrigerare, marketing și promovare.

Legată de dezvoltarea lanțurilor de aprovizionare locale și comisionarea furnizorilor / cumpărătorilor locali pentru crearea unei economii la scară largă cu beneficii de mediu este prioritatea de creștere a

piețelor. Acest lucru include consolidarea livrărilor prin utilizarea sistemelor sustenabile de transport, de exemplu.

În unele zone ale Europei, preocupările se referă la faptul că piețele de fermieri vând produse alimentare produse în masă, în locul celor locale. Acest lucru a determinat numeroase piețe să ia în considerare asigurarea unei mai bune calități sau a unor programe de certificare pentru a garanta cumpărătorilor că beneficiază de produse locale de înaltă calitate.

b) Eficiența resurselor

Promovarea mobilității sustenabile pentru consumatori și posesorii de tarabe este în multe orașe o prioritate. Mobilitatea sustenabilă pentru consumatori include măsuri de încurajare și facilitare a formelor nemotorizate de transport, de exemplu reciclarea prin asigurarea unităților de depozitare. De asemenea, în piețe există și servicii dedicate de transport public legate la sisteme informatice în timp real – acestea ajută oamenii să ajungă mai ușor în piețe fără a utiliza autovehicule private.

Mobilitatea sustenabilă pentru posesorii de tarabe poate include vehicule electrice, pentru a reduce emisiile. După cum s-a menționat mai sus, în unele cazuri aceștia s-au unit, pentru a-și consolida livrările sau achizițiile. Acest lucru reduce numărul drumurilor efectuate de vehiculele de transport sau ale celor care achiziționează produsele din altă parte.

Managementul și minimizarea deșeurilor privește în principal separarea deșeurilor în vederea reciclării / compostării; Reducerea deșeurilor de ambalaje și utilizarea celor reciclate /biodegradabile. Numeroase piețe au implementat unități de reciclare pentru a sorta deșeurile, astfel încât acestea să poată fi reciclate sau eliminate în mod corespunzător. Unele au reușit chiar să transforme deșeurile într-o resursă utilizată pentru altceva. Schemele care exclud pungile sunt de asemenea răspândite, pentru a reduce deșeurile rezultate din sacoșele de plastic.

Eficiența energetică și utilizarea resurselor regenerabile în piețe se referă în principal la piețele acoperite care utilizează mai multă energie și, de asemenea, se axează pe utilizarea acestor instalații, cum ar fi panourile solare. Utilizarea sistemelor de iluminat LED este o modalitate de creștere a eficienței energetice

atât pentru piețele acoperite, cât și pentru cele descoperite. Măsurarea inteligentă este o metodă de conștientizare a utilizării energiei și a oportunităților de eficientizare.

De asemenea, există exemple de piețe care se folosesc de energia geotermală pentru încălzire și răcire.

	Calitatea aerului	■								
	Eficiență energetică				■		■		■	
	Mobilitate sustenabilă și consolidarea livrărilor de mărfuri		■		■		■	■	■	
Altele	Dezvoltarea unui website pentru achiziționarea online a produselor							■		

Tabelul indică faptul că există numeroase zone de interes comun și o serie de priorități relevante pentru mai mulți parteneri. Producția de produse alimentare locale,

mobilitatea sustenabilă și managementul deșeurilor sunt prioritățile cele mai comune.



4. CÂTEVA BUNE PRACTICI RELEVANTE

Această secțiune prezintă pe scurt bunele practici relevante identificate în interiorul și în afara proiectului Piețe URBACT.

4.1. De la partenerii „Piețe URBACT”

4.1.1. Piețele din Barcelona

În 1997, piețele din Barcelona (care generau o cantitate semnificativă de deșuri datorită unor produse orientate pe alimente proaspete) au adoptat un model de sortare a deșeurilor în două grupe principale: materiale organice (deșuri provenite din alimente) și materiale non-organice. Rezultatele scăderii cantităților de deșuri sunt impresionante, piețele generând cu 28% mai puține deșuri în perioada cuprinsă între 2001 și 2012. Procentul deșeurilor reciclate a păstrat o tendință de creștere: de la 20% în 2002 la peste 40% în 2012.

Pentru a încuraja reciclarea, Consiliul a promovat inițiative complementare, cum ar fi regulamente specifice, un plan de conștientizare pentru comercianți și un plan de structurare a spațiului logistic. Diferitele piețe din rețeaua municipală au implementat, de asemenea, diferite inițiative pentru educarea culturii de reciclare și sustenabilitate în rândul consumatorilor, colectarea centralizată a bateriilor și campanii pentru colectarea îmbrăcăminte uzate.

În perioada 2010-2011, piețele din Barcelona au inițiat două campanii pentru a reduce utilizarea pungilor din plastic. Au fost distribuite 400.000 de sacoșe refofosibile, iar estimările inițiale au sugerat că utilizarea pungilor din plastic s-a redus cu 30 de milioane.

De asemenea, orașul Barcelona s-a ocupat foarte mult și de domeniul eficienței energetice și cel al resurselor regenerabile. De exemplu, s-au instalat sisteme de aer condiționat care folosesc apa subterană/ energia geotermală, panouri fotovoltaice și izolații termice pe fațade și acoperișuri. În piața Carmel, celulele de panouri fotovoltaice cu o suprafață de 318m² și micro-centrala electrică generează o producție anuală medie de 55.000 kwh cu o economie estimată la aproximativ 28.000 EURO sau 25 tone de CO₂. Sistemele de iluminat LED sunt instalate în 2 piețe și, de asemenea, s-au introdus temporizatoare și detectoare de mișcare.

Institut Municipal de Mercats de Barcelona (Administrația Piețelor din Barcelona) – IMMB – realizează o serie de activități de instruire și informare orientate spre copii și tineri, organizate în programul *Per mantenir l'equilibri, menjo de mercat!* (pentru o dietă echilibrată, cumpăr de la piață!). Programul educațional din Barcelona, un proiect pilot elaborat în comun de IMMB și Departamentul de Comerț al Diputacio de Barcelona are ca scop educarea elevilor cu vârste cuprinse între 6 și 16 ani cu privire la conceptul de valoare fundamentală a piețelor ca spațiu de socializare, cu prezența produselor locale de calitate și sănătoase, dar și ca spațiu de promovare a formelor de consum responsabil și sustenabil.

O inițiativă paralelă – „Gătești și profiți de alimente” include ateliere de lucru și evenimente culturale pentru a sublinia modul în care alimentele sunt irosite în gospodării, precum și consecințele acestui lucru. Proiectul introduce noi obiceiuri culinare și promovează bunele practici pentru prevenirea generării de deșuri atunci când se fac cumpărăturile și când

se gătește.

Pe lângă acestea, Barcelona a dezvoltat o aplicație pentru telefoanele inteligente care arată, de exemplu, utilizatorilor unde se află cea mai apropiată piață; cum pot ajunge acolo; ce pot găsi și cum pot utiliza produsele pentru a pregăti noi rețete.

4.1.2. Suceava – Plan de acțiune pentru utilizarea sustenabilă a energiei (RO)

Planul de acțiune pentru utilizarea sustenabilă a energiei are ca scop introducerea unui sistem ecologic de încălzire în Complexul Comercial Bazar și este finanțat prin Programul de Cooperare Elvețiano-Român. În prezent se lucrează la o serie de studii de fezabilitate care iau în considerare diferite opțiuni de eficiență energetică și de utilizare a resurselor regenerabile (solară și geotermală). Municipality studiază, de asemenea, opțiunile de utilizare a compostului pentru generarea energiei. Scopul este acela de a deveni un promotor și un bun exemplu pentru a multiplica astfel de investiții.

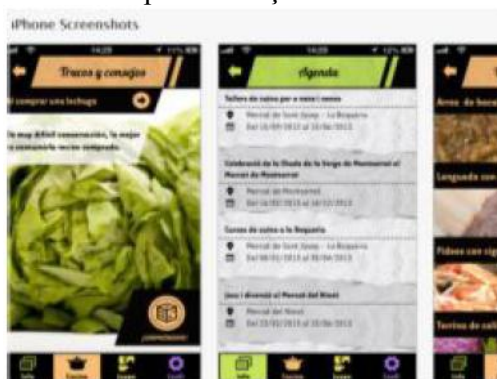
4.1.3. Piețele din Wrocław (PL)

Municipality din Wrocław a implementat un program pilot (2006-2008) în cooperare cu Societatea de Încălzire pentru a instala un nou sistem de încălzire centrală în vechile clădiri (orașul vechi).

În 2012, au derulat o serie de inițiative de conștientizare în rândul copiilor și tinerilor din școli pentru a-i ajuta să înțeleagă mai bine beneficiile unei alimentații sănătoase și cum să refolosească alimentele pentru a nu le irosi, de exemplu prin diferite rețete etc.

4.1.4 Piețele din Londra (UK)

În Londra, mai multe piețe, cum ar fi piața Borough, au dezvoltat cu succes strategii de management al deșeurilor și au încurajat reciclarea și compostarea, dar și reducerea deșeurilor provenite din ambalaje nereciclabile / non-biodegradabile.





Asociația [Pietelor de fermieri din Londra](#) aderă la „regulile” stabilite de Asociația comerțului cu amănuntul și a piețelor de fermieri din Marea Britanie, ceea ce duce la acreditarea unei piețe ca piață de fermieri. Unul din criteriile este reprezentat de bunurile vândute în piețele de fermieri, care trebuie să fie cultivate, produse, culese, capturate sau preparate pe o rază de 100 de mile de M25 („Regiunea”). În Londra există chiar 13 piețe de fermieri acreditate.

[Piața New Covent Garden](#) (o piață en-gross din Londra) se implică activ în ajutarea oamenilor în ceea ce privește transportul produselor în piețele de comerț cu amănuntul. Acest lucru înseamnă că intermediază relații între micii producători / crescători și companiile de transport marfă – de exemplu, promovează unele produse în momentul livrării dacă, de exemplu, un mic producător din Brighton cultivă produse de nișă; NCMA lucrează cu acesta pentru a-l ajuta și elaborează datele de autorizare pentru a identifica transportatorii pe o rază de 10 mile, după care îl încurajează să contacteze transportatorii respectivi. În mod similar, comercianții stradali locali care cumpără regulat din piața en-gross sunt încurajați să dezvolte un grup solid de achiziție cu activități grupate bazate pe produse alimentare locale pe care să le cumpere en-gross - valorificând astfel mai bine resursele financiare, îmbunătățind logistica și reducând numărul de transporturi.

La o scară mult mai redusă, [Piața Marky](#) (@markymarket) este o persoană care preia comenzi de la mici societăți alimentare și restaurante și cumpără din marile piețe en-gross folosind transportul public sau

vehicule electrice închiriate. Aceasta lucrează în fața unui local din Soho, Londra.

Piața New Covent Garden derulează, de asemenea, un proiect educațional pentru a-i ajuta pe tineri să înțeleagă lanțul de aprovizionare și îi ajută pe copii să intre în contact direct cu experiența cultivării alimentelor. În parteneriat cu Consiliul Wandsworth, administrația pieței a combinat vizitele la ferme cu vizite în piața en-gross și o competiție de grădinărit sustenabil în școli.

4.1.5. Piețele din Torino (IT)

În cele mai multe dintre [piețele din Torino](#) a fost implementată o infrastructură pentru sortarea și colectarea separată a deșeurilor organice, a cutiilor, materialelor din plastic și hârtie. Acest lucru a dus la o cantitate mai mare de deșeuri reciclate.

Municipalitatea derulează, de asemenea, o serie de inițiative centrate pe schimbarea comportamentului – pentru a promova mai bine utilizarea acestor facilități de către consumatori și comercianți – crescând și mai mult astfel gradul de minimizare și reciclare a deșeurilor.

Municipalitatea din Torino a deschis de curând VOV 102, prima piață de fermieri din Torino, grație finanțării parțiale prin licitație Regională câștigată de municipalitate în parteneriat cu [Coldiretti](#) (asociația fermierilor) și asociația Enzo B (care deține licența pentru zona respectivă). Fondurile pentru aceste investiții sunt, deci, publice și private.

4.1.6. Piețele din Toulouse (FR)

În 2012, Comunitatea Metropolitană Urbană Toulouse și Camera de Agricultură au semnat „Carta pentru o agricultură semi-urbană”. Scopul suprem al acesteia este de a conserva resursele și de a utiliza agricultura pentru satisfacerea cererii populației cu privire la produse alimentare locale de înaltă calitate.

Toulouse este, de asemenea, gazda unor târguri impresionante de Crăciun. Furnizorii de servicii din piață trebuie să respecte condițiile de dezvoltare sustenabilă pentru a obține eticheta de „eveniment sustenabil” din partea municipalității în conformitate cu cartă pentru evenimente ecologice.

ecologice. Pentru acest lucru, aceștia trebuie să se asigure că utilizează cele mai eficiente sisteme de iluminat din punct de vedere energetic, că utilizează materiale certificate (cabane, mobilă, produse de curățenie etc.) și că asigură puncte de colectare pentru reciclarea deșeurilor provenite din dispozitive electrice și electronice sau din instalațiile electrice gospodărești.

Toulouse lucrează, de asemenea, foarte mult la consolidarea transportului de marfă. De exemplu, a fost creat un centru de transport cu aproape 200 de locuri de parcare, care permite vehiculelor de mare tonaj să parcheze la marginea orașului cu o seară înainte de livrarea de produse în centrul orașelor cu ajutorul unor microbuze în dimineața următoare. Suplimentar, a fost adoptată o carte pentru livrarea bunurilor. Unul din obiectivele acesteia este organizarea livrărilor în centrul orașului pentru a decongestiona traficul și pentru a încuraja utilizarea transportului cu efecte cât mai reduse (tricycle electrice).

4.2. Câteva practici relevante din afara parteneriatului

Această secțiune prezintă câteva exemple de practici relevante din afara parteneriatului Piețe URBACT. Punctul central îl reprezintă identificarea câtorva experiențe noi și diferite care pot oferi inspira / educa orașele cu piețe URBACT.

4.2.1. Bolton – re-dezvoltarea pieței (UK)

Consiliul din Bolton derulează o serie de activități pentru a „ecologiza” piața acoperită a orașului – profitând de un plan major de re-dezvoltare care oferă un moment de glorie în ceea ce privește dezvoltarea unei abordări noi, mai ecologice. Activitățile specifice includ:

- Introducerea tomberoanelor solare



inteligente – pentru a eficientiza colectarea deșeurilor. Au fost instalate o serie de tomberoane care conțin la interior compresoare, ceea ce sporește enorm capacitatea de stocare. De asemenea, acestea transmit în mod automat un mesaj către serviciul municipal de colectare a deșeurilor în momentul în care sunt pline în proporție de 80%. Mai multe informații puteți găsi la adresa <http://www.bigbellysolar.co.uk>.

- Instalarea unor ecrane publice de mari dimensiuni în piață, care oferă în timp real informații din trafic pentru transportul public și care au ca scop creșterea numărului de oameni care își lasă mașinile personale acasă.
- Instalarea de celule fotovoltaice pe noul acoperiș al pieței – noul acoperiș costă 900000 lire sterline, iar municipalitatea a mai alocat încă 150000 lire sterline pentru integrarea panourilor fotovoltaice. Economia anuală estimată pentru factura la electricitate a pieței este de 100000 lire sterline și va fi oferită comercianților prin reducerea chiriilor.
- Înlocuirea tuturor dispozitivelor de iluminat cu instalații economice LED și promovarea utilizării radiatoarelor cu ulei în locul ventilatoarelor electrice.
- Instalarea contoarelor inteligente în toate unitățile pieței pentru electricitate și apă.
- Dezvoltarea Manualului Chiriașului, atașat la Contractul de închiriere și folosit ca instrument pentru schimbarea comportamentului, de exemplu furnizând informații legate de colectarea / sortarea deșeurilor.
- Un proiect pilot pentru un card electronic de loialitate cu 10 unități comerciale care înapoiază 10% din valoarea tuturor cumpărăturilor și, de asemenea, adună informații cu privire la comportamentul / mișcările consumatorului folosind tehnologia de trasare geografică.
- promovarea etichetei „Taste of Lancashire” (Gustul Lancashire) pentru produsele locale



- Introducerea cursurilor de gătit derulate de un nutriționist local în servicii de sănătate care se folosește de rețete sezoniere și de produsele vândute în piață. Preparatele sunt apoi comercializate de probă în piață și toți participanții primesc un card de loialitate, astfel încât comportamentul lor la cumpărături poate fi monitorizat și analizat pentru a vedea dacă obiceiurile sunt sustenabile / de durată.

4.2.2. „Cât de ecologică este piața dvs.?” Premiul Anual al Asociației Naționale a Comercianților din Piețe

a) Piața Ashton-under-Lyne, Greater Manchester (populație: 43200) (și piața Boston, Lincolnshire – populație 65000)

Piața a câștigat premiul în anul 2012 ca recunoaștere a muncii depuse pentru managementul deșeurilor prin care a reușit să reducă volumul deșeurilor duse la groapa de gunoi cu peste 50% într-o perioadă de doi ani. Administrația pieței a introdus reciclarea cartonului, iar serviciul de reciclare al Consiliului organizează periodic spectacole în piețe pentru a promova diferite scheme ecologice. În cadrul unei inițiative noi plină de imaginație, consiliul a apelat la ajutorul unui vagon vechi de un secol tras de cai pentru a sublinia vechimea de 100 de ani a activității de management al deșeurilor.

b) Piața Chesham, Buckinghamshire (populație 22000)

Piața de produse locale din Chesham a obținut premiul în anul 2011 ca recunoaștere a muncii depuse pentru promovarea produselor alimentare locale. Majoritatea comercianților provin din zone aflate pe o rază de 10 mile de Chesham și își cultivă produsele sau își elaborează proiectele în mod ecologic, plecând de la plantarea organică a pomilor la reciclare. Cu ajutorul autorizațiilor ecologice ale municipalității, în 2012 a fost construită o piață specializată axată pe comercializarea produselor din materiale reciclate sau refozite. Noua piață a necesitat, de asemenea, o siglă nouă, iar organizatorii au invitat tinerii artiști să își promoveze ideile. Sigla reprezintă etica ecologică a pieței.

Suplimentar, Târgul ecologic din Chesham 2011 a fost organizat astfel încât să se suprapună cu prima aniversare a pieței de produse locale. La tarabe s-au oferit gratuit

sfaturi cu privire la probleme precum compostarea, poziții locale și conservare, reducerea consumului energetic și transportul ecologic. În școli au fost afișate la vedere elemente legate de aceste chestiuni de mediu, iar oamenii au fost invitați să contribuie cu propriile idei la viitorul orașului Chesham (ideile au fost materializate în sisteme de reciclare, panouri solare gratuite, un centru de energie geotermală regenerabilă etc.).

4.2.3 Piața noilor fermieri, Praga (CZ)

În Praga, numărul piețelor de fermieri a crescut de la zero la peste douăzeci în decurs de un an datorită dedicării guvernului local din Praga și muncii depuse de organizațiile non-profit (de exemplu, Fundația pentru parteneriate de mediu din Cehia). Spre deosebire de alte orașe europene cu tradiții seculare în ceea ce privește piețele publice, în Praga au existat în ultimele decenii numai câteva locuri de unde se puteau cumpăra produse proaspete, produse local. Moștenirea comunismului din Praga a implicat provocări unice pentru înființarea piețelor de fermieri.

În colaborare cu „Proiectul pentru Spații Publice”, o organizație din Statele Unite care promovează piețele de fermieri în Europa centrală și de este încă din anii 1990, Praga a readus în vedere piețele de fermieri. Au fost dezvoltate noi legături urban-rural, s-a redefinit utilizarea spațiului urban și s-a răspândit ideea de îmbunătățire a mobilității ecologice.

Această resurrecție a piețelor de fermieri din Praga subliniază complexitatea legăturilor urban-rural în orașele de pretutindeni: pe timpul comunismului, majoritatea fermelor cehe au fost colectivizate – pur și simplu nu existau prea multe ferme mici care puteau cultiva bunuri pentru a fi vândute în piețe. În primul an de existență, în 2010, fermierii abia au aflat ce vor consumatorii și rămâneau deseori fără produse populare. În 2011, la deschiderea celui de al doilea sezon, fermierii locali au început să cultive bunuri special pentru a fi vândute în piețe. Fermierii sunt mulțumiți de schimbare având în vedere că vând direct consumatorilor, ceea ce înseamnă un profit mai mare decât în cazul vânzărilor en-gross.

Aceste piețe au oferit stimulentele necesare pentru a da o nouă viață piețelor publice din cartierele

pragheze care, până la înființarea piețelor, nu au înflorit cu adevărat ca centre comunitare. Piețele au devenit chiar atracții turistice. Crearea piețelor de fermieri a fost o bună modalitate de a transforma spații anterior inutile în spații comunitare înfloritoare, acestea permițând utilizarea cu un scop precis a suprafețelor de teren pe care nu se poate construi (de exemplu datorită inundațiilor) având în vedere că nu sunt necesare structuri permanente.

Deoarece zona a fost re-pavată și echipată cu piste pentru biciclete legată la o pistă ecologică de peste 20 de km la sud de Praga, mulți cumpărători pot ajunge acum și cu bicicleta.

4.2.3 Union Square Green Market, New York (SUA)

Union Square Green Market, New York este un exemplu renumit la nivel global de piață organică într-un centru urban. Greenmarket a fost înființată în 1976 cu o dublă misiune: aceea de a promova agricultura regională oferind micilor ferme de familie posibilitatea de a vinde produsele pe plan local, direct consumatorilor și aceea de a asigura că toți locuitorii orașului au acces la produse alimentare cele mai proaspete și mai nutritive crescute la nivel local pe care le poate oferi regiunea.

Ceea ce a început acum mai bine de trei decenii cu 12 fermieri într-o parcare din intersecția străzii 59 cu 2nd Avenue din Manhattan a ajuns acum să fie cea mai mare și mai diversificată rețea națională de piețe urbane de fermieri descoperite din țară, care numără astăzi 54 de piețe, peste 230 de ferme familiale și pescării și mai mult de 30000 de acri de teren agricol protejat împotriva activităților de dezvoltare.

Relația unică dintre fermieri și locuitorii orașului nu numai că a schimbat fața agriculturii regionale, dar a revitalizat comunitățile rurale și spațiile urbane, a îmbunătățit sănătatea consumatorului, a oferit alimente proaspete și nutritive celor care aveau cea mai mare nevoie prin Cardurile Electronice de Transfer al Beneficiilor (EBT) / Amprenta alimentară și prin programele adresate tinerilor, a sprijinit fermierii imigranți, a încurajat diversitatea recoltelor, a educat elevii și localnicii cu privire la importanța agriculturii regionale, o oferit posibilitatea comerțului en-gross pentru fermele mijlocii, a inspirat noi tendințe culinare și a influențat bucătării și gurmanzii uneia dintre capitalele culinare ale lumii.

4.2.4. Piețele din Budapesta (HU)

Budapesta este casa unei mari varietăți de piețe – majoritar de fructe și legume și piețe agro-alimentare, cu accent pe produsele ecologice. Activitatea de marketing este interesantă deoarece se pune un accent la fel de mare pe mâncat și gătit pe cât se pune pe cumpărături cu zicala:

„mai bun de mâncat în oraș decât de cumpărat”

Există numeroase evenimente locale și legate de alimentele ecologice, inclusiv zile gastronomice și festivaluri gastronomice stradale.

Piețele ecologice vând fructe, legume, gemuri, miere, lactate și carne produse la nivel local de producători certificați care cresc animalele și cultivă produsele în ferme ecologice controlate cu strictețe. Informațiile puse la dispoziția vizitatorilor admit că aceste produse sunt mai scumpe decât altele, dar explică unele dintre beneficiile acestei abordări a producției de alimente.



5. ANALIZA BUNELOR PRACTICI ȘI RELEVANȚA PENTRU PIEȚELE URBACT

Munca depusă pentru elaborarea acestor recomandări sugerează că tema emisiilor reduse este una relativ slab explorată / slab dezvoltată. Deși există unele practici pozitive în unele din aceste teme secundare, nu există prea multe exemple concrete de abordări radical diferite și inovatoare în ceea ce privește reducerea emisiilor în piețe.

Partenerii piețelor URBACT progresaază în direcția corectă și există câteva exemple notabile în afara parteneriatului. Acestea oferă posibilitatea de a învăța și de a asigura baza pentru ca partenerii piețelor URBACT să se unească și să dezvolte noi idei și abordări.

Experițe de posibil interes pentru parteneri

Tabelul de mai jos identifică unele dintre practicile experimentate de parteneri în piețele lor. Acestea sunt comparate cu prioritățile partenerilor pentru a identifica acele practici care pot fi de un potențial interes pentru schimbul de informații și un posibil transfer.

Sistemul simplu de codificare prin culori este utilizat pentru a identifica gradul de ușurință cu care practica poate fi transferată într-un alt oraș.

- „Verde” indică faptul că o practică ar trebui să fie ușor transferată fără costuri sau bariere semnificative;
- „Portocaliu” indică faptul că o practică poate fi transferată, dar pot exista posibile

bariere care trebuie depășite, cum ar fi costurile sau necesitatea unui angajament politic puternic;

- „Roșu” indică faptul că o practică nu poate fi transferată datorită contextului unic în care a fost implementată în orașul gazdă.

verde	Practică transferabilă fără costuri / bariere semnificative
portocaliu	Practică transferabilă cu unele costuri / bariere
roșu	Practică ne-transferabilă

Partener gazdă	Exemple de experiențe ale partenerului gazdă	Atica	Barcelona	Dublin	Londra	Pecs	Suceava	Torino	Toulouse	Wroclaw
		Barcelona	Managementul deșeurilor – puncte de sortare / colectare							
Managementul deșeurilor – regulamente										
Managementul deșeurilor – plan de conștientizare și plan de restructurare spațiu logistic										
Activități de instruire și informare cu scopul de a promova piețele ca spațiu de socializare pentru tineri, dar și pentru un consum responsabil și sustenabil										
Eficiență energetică și energie regenerabilă										
Suceava	Eficiență energetică și energie regenerabilă – plan de acțiune energie sustenabilă									
Wroclaw	Eficiență energetică – instalarea unui nou sistem de încălzire centrală în vechea clădire a chiriașului									
	Campanie de conștientizare în școli și pentru re-folosirea alimentelor altfel irosite									
Londra	Managementul deșeurilor – strategii pentru deșeuri, reciclare, compostare, reducerea ambalajelor ne-reciclabile / non-biodegradabile									
	Produse alimentare locale – acreditarea piețelor de fermieri									
Torino	Managementul deșeurilor – sortare în vederea reciclării									
	Managementul deșeurilor – inițiative pentru schimbarea comportamentului									
	Produse alimentare locale – obținerea de fonduri publice și private pentru prima piață de fermieri									

Toulouse	Produse alimentare locale – plan de agricultură semi-urbană									
-----------------	--------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Din această analiză, locațiile care par să ofere cel mai ridicat potențial pentru schimbul tangibil și oportunități de învățare sunt Barcelona, Torino și Londra.

Probabil că o prioritate inițială a parteneriatului ar putea să fie, astfel, organizarea unor vizite de studiu în aceste orașe din partea partenerilor interesați. Acestea vor genera, la rândul lor, noi discuții și un dialog prin care ar putea fi planificate și alte vizite ulterioare.



6. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Aceste recomandări tematice au avut ca scop:

- Clarificarea definiției economiei bazate pe emisii reduse pentru Piețele URBACT
- Sublinierea priorităților partenerilor cheie
- Prezentarea câtorva bune practici în domeniul emisiilor reduse din interiorul din afara parteneriatului
- Demonstrarea zonelor cu potențial de schimb și transfer relevante pentru restul proiectului

Din munca depusă este interesant să se observe sensul în care sunt cunoscute infrastructura / soluțiile tehnice și, în multe cazuri, implementate sau cel puțin planificate. Cu toate acestea,

rezultatele și impactul continuă să fie fragmentate. Astfel, poate că o prioritate cheie pentru a evolua ar trebui să fie conceptul de modificare a comportamentului – abilitatea de a-i face pe oameni să își schimbe modul de viață, modul în care fac cumpărături, gătesc etc. sau abilitatea de a-i face pe posesorii de tarabe și administratorii piețelor să ia în considerare mediul atunci când își instalează, folosesc și demontează la sfârșitul zilei tarabele.

În același timp, este clar că piețele – și părțile implicate – nu sunt, la modul general, corporații de mari dimensiuni și că prioritățile acestora variază masiv. Mediul în sine nu pare să ocupe o poziție înaltă pe lista acestora – în special în ceea ce îi privește pe comercianți. Motoarele cheie pentru

schimbare, atunci când vine vorba de mediu, par să fie legate mai degrabă de economie, client și legislație. Provocarea constă în identificarea motoarelor și utilizarea acestora pentru a căuta și găsi beneficii pentru mediu.

„Pentru a beneficia de angajamentul și sprijinul financiar al companiilor, trebuie să rezolvăm o problemă sau o chestiune cu care acestea se confruntă” (Helen Evans, Piața New Covent Garden și membru al Grupului local de sprijin URBACT din Londra)

Legătura dintre așa numitele piețe „ecologice” și o viață sănătoasă este utilă în această discuție și multe dintre exemplele de bune practici identificate leagă cele două programe, de exemplu prin demonstrații culinare în piețe folosind produse de sezon proaspete sau alte campanii de conștientizare legate de beneficiile gătitului și mâncatului produselor locale furnizate de micii producători.

Este clar că piețele sustenabile vor apărea numai în cadrul unui plan integrat mai larg pentru orașe sustenabile. Soluțiile trebuie create în colaborare cu părțile interesate relevante și derulate, de preferat, la scară redusă înainte de a fi dezvoltate. Munca depusă pentru elaborarea acestor recomandări sugerează faptul că soluția stă în lucrurile simple care pot fi realizate. O tehnică de colaborare pe care partenerii ar trebui să o ia în considerare este utilizarea Grupului local de sprijin URBACT și procesul de planificare a acțiunilor pentru a dezvolta în comun o diagramă sau un model al pieței ideale cu emisii reduse.

De asemenea, este clar că piețele joacă un rol important în construirea unei economii bazate pe emisii reduse și în construirea comunităților puternice. Acestea pot spori simțul mândriei în zonă, contribuie la programul pentru o viață sănătoasă, conștientizează beneficiile cumpărării produselor locale și astfel sporește responsabilitatea față de mediu în rândul diferitelor părți interesate.

Suplimentar, piețele pot fi un factor de regenerare urbană în zonele părăsite și un catalizator pentru optimizarea activităților de mediu în zonă (de exemplu, îmbunătățind infrastructura, serviciile de transport public etc.).

Partenerii Piețelor URBACT vor folosi aceste recomandări pentru a analiza modul în care pot evolua cel mai bine pentru o economie bazată pe emisii reduse în cadrul planurilor de acțiune locală, luând în considerare practicile existente în interiorul și în afara parteneriatului din cadrul proiectului, ținând cont de contextul local, de provocările, motoarele și oportunitățile locale și, probabil, incluzând atât „mierea” (stimulentele pozitive), cât și „fierea” (legislația).

URBACT este un program european de schimb și învățare care promovează dezvoltarea urbană sustenabilă.

Acesta permite municipalităților să colaboreze pentru a dezvolta soluții la marile provocări urbane, subliniind încă o dată rolul cheie pe care acestea îl joacă în rezolvarea provocărilor din ce în ce mai complexe impuse de societate. Programul ajută municipalitățile să dezvolte soluții pragmatice noi și sustenabile pe care să le integreze ulterior practicile economice, sociale și de mediu. De asemenea, permite municipalităților să facă schimb de practici pozitive și lecții învățate cu toți profesioniștii implicați în politica urbană din întreaga Europă. URBACT înseamnă 181 de orașe, 29 de țări și 5000 de participanți activi.

<http://urbact.eu/en/projects/urban-renewal/urbact-markets/homepage/>

i Feenstra, G. (2002) Creating space for sustainable food systems: lessons from the field. *Agriculture and Human Values* 19(2) 99-106 (*Crearea spațiului pentru sisteme alimentare durabile: lecții de pe teren. Valori agricole și umane*)



**PROGRAMUL
EUROPEAN
PENTRU
DEZVOLTARE
URBANĂ
DURABILĂ**

