

Sólyom Andrea

A közösség által támogatott mezőgazdaság, mint alternatíva

Bevezető

Székelyudvarhely, illetve Székelyföld egy része a helyi gazdaságot és társadalmat támogató vidékfejlesztési programok tekintetében viszonylag szerencsés helyzetben van. A régióban számos olyan kezdeményezést sorolhatunk fel, amelyek egymást erősítve, kiegészítve szolgálják az itt élő gazdálkodók és fogyasztók különböző csoportjainak mindennapjait. Bár egyelőre nem beszélhetünk még e kezdeményezések széles körű ismertségéről, hiszen beivódásuk a köztudatba hosszabb távú folyamat, de jó példaként működ(het)nek más térségek számára is. Természetesen e kezdeményezések nem mindegyike gyökerezik saját kulturális hagyományokból, vannak köztük importált programok is, amelyek viszont működőképesnek bizonyultak ezen keretek között is. Vannak köztük civil szervezetek programjai, piaci szereplők termékcsaládjai, védjegyek (civil és önkormányzati), valamint intézmények (vásárok, szövetkezetek) is. A civil, piaci és önkormányzati szféra tehát egyaránt megtalálható a programok beindítói között, valamint arra is van példa, hogy ezek képviselői egymással partnerségben működtenek egy-egy intézményt. Civil szervezeti programok közé sorolható a Gyulaférvári Caritas – Vidékfejlesztés Átalvető programja, amely egy közvetlen értékesítési rendszer révén próbálja helyzetbe hozni a helyi termelőket és rendszeresen találkoztatni őket a vásárlókkal (ez a program Udvarhelyszéken működik, de ehhez hasonló például Marosvásárhelyen a Fókusz Öko Központ Webkamra programja, amelyből a Caritas inspirálódott). Szintén civil szervezet – a Székelygyümölcs Egyesület – működteti a Civitas Alapítvány által létrehozott farkaslaki Gyümölcsmanufaktúrát, amely a helyi gyümölcsfajták megőrzését, revitalizálását, hasznosítását és értékesítését segíti elő. Ennek mintájára, Zetelakán, Madéfalván és további székelyföldi településeken indultak el gyümölcsfeldolgozók. Vannak közöt-

tük különbségek a kezdeményezők jogi hátterében (civil szervezet, közbirtokosság, önkormányzat, vállalkozás, magánszemély), valamint a kezdőtőke származásában (pályázat, befektetés stb.), illetve a működés szabályai-
ban is, de mindegyik hozzájárul a hozzáadott érték növeléséhez. Ugyancsak civil szervezeti program a Székelyudvarhelyi Községi Alapítvány által 2009-ben bevezetett közösségi kártya, amely azóta más városokban is működőképesnek bizonyult (az SZKA segítségével Csíkszeredában, Marosvásárhelyen és Sepsiszentgyörgyön is működik a program, közel 50 000 kártyahasználó részvételével). A hűségkártya révén együttműködés valósul meg a vállalkozók, a lakosság és a civil szervezet között, adományozásra is alkalmas, serkenti a közösségi részvételt, a kártyahasználók dönthetnek az összegyűlt pénzalap sorsáról (az SZKA negyedévente kipályáztatja a begyűlt forrásokat helyi civil szervezetek felé). Egy további civil szervezeti program a Transylvania Authentica védjegy, amely 2007 óta működik, a csíkszeredai Polgár-társ Alapítvány hozta létre. Hagyományos, minőségi, természetes és egyben környezetkímélő erdélyi termékek és szolgáltatások részesülhetnek a védjegyben, Székelyföld, Máramaros és Szászföld régióinak termelői kaptak eddig ilyen minősítést. Az előzőhöz hasonló, de a Hargita megyei önkormányzat által működtetett program a Székely Termék Védjegy, amely 2010-ben indult be, három székelyföldi megyében működnek elbíráló bizottságai, élelmiszerek, kézműves, ipari és szellemi termékek részesültek eddig ebben a minősítésben. Szintén önkormányzati intézmény a Hagyományos helyi termékek havi vására, amelyet Csíkszeredában a megyei önkormányzat, Székelyudvarhelyen a városi önkormányzat a Gyulaféhvári Caritas – Vidékfejlesztéssel közösen valósít meg, és amelynek célja szintén a helyi termelők helyzetbe hozása, fogyasztókkal való rendszeres találkoztatása. Következő példánk a Nagyküüllő Mezőgazdasági Szövetkezet, amelynek támogatásában a megyei önkormányzatnak is szerepe volt. A szövetkezet 2011-ben jött létre, tagjai szarvasmarhatartó gazdák, egyesületek, közbirtokosságok, befektetők. Célja a közös értékesítés, feldolgozás, termelés-szervezés, szaktanácsadás, helyi termelők helyzetbehozása (piacra jutásának elősegítése). Mintegy ötszáz udvarhelyszéki tejtermelő családot érint közvetlenül. A Góbé Termékcsalád egy piaci szereplő kezdeményezésére jött létre 2010-ben, egész Székelyföldön működik, a termékek földrajzi származása az egyik fő szempont a márkanév odaítélésében, ez több mint 60 beszállító több mint 330 termékét jelenti 8+1 féle termék kategóriában (a kilencedik kategóriába a góbé szellemi termékek kerültek). Segíti a termékek beazonosítását a vásárlók által és a nagyobb mennyiséget termelők helyzetbe hozását. És végül az Agora Munkacsoport által működtetett ön-

kéntes mozgalom a középiskolások felelős fogyasztásra nevelését célozza meg, a felnövekvő generáció érzékenyvé tétele révén mindegyik felsorolt program céljaihoz hozzájárulva. A program keretében tematikus, interaktív osztályfőnöki órákon szervezett kreatív csoportmunkák segítségével hívják fel a figyelmet a hulladék, termékszarmazás, -összetétel, helyi termék dimenzióira. Természetesen hasonló programjaik más környezetvédelmi, illetve ifjúsági szervezeteknek is vannak.

1. A kis léptékű gazdálkodás jelentősége: a részben önellátó gazdaságok és ezek helyi fejlesztésben játszott szerepe

A Közös Agrárpolitika folyamatban lévő reformjáról szóló jelentések foglalkoznak a gazdálkodás jövőperspektíváival. Több ilyen jelentés leszögezi, hogy az európai agrárszektor egymást kiegészítő szerepek felvállalására „kényszerül”: minőségi élelmiszerek előállítására, az élelmiszer-biztonság ellenőrzésére, a környezet (talaj, víz) védelmére, valamint a helyi kulturális hagyományok megőrzésére és továbbadására. Az említettekkel összhangban az ágazat döntéshozói, kutatói, aktorai az utóbbi években figyelmüket végre nem csak az élelmiszer-termelés hatékonyságára és versenyképességére irányították (legalábbis elkezdődött egy lassú és részleges reformfolyamat), hanem olyan aspektusok felé is, amelyek az agrárium többértéű funkcióit, valamint a fenntartható fejlesztéspolitikában játszott szerepét illetik. Ez megnyugtatóan hangzik, de ez a figyelemátirányítás, hangsúlyeltolódás egyelőre kevéssé érződik a helyi társadalomban, a gazdálkodók szintjén. Ugyan igénybe vehetnek agrárkörnyezetvédelmi kifizetéseket, ezek kritériumai azonban egységesen érvényesek, figyelmen kívül hagyják a helyi klíma- és talajviszonyokat, kulturális hagyományokat, regionális eltéréseket.

A 2010-es Európai Mezőgazdasági Összeírás előzetes eredményei alapján, az Eurostat¹ kimutatásai szerint a 2003–2010 közötti periódusban egyötöddel csökkent az EU területén a farmok száma. Romániában a kis- és törpegazdaságok számának csökkenése a csatlakozást követően vált hangsúlyosabbá. A mezőgazdaság jövőjére és a szektor utánpótlására vonatkozóan a KAP reformjáról szóló 2008-as jelentésből² kiolvasható, hogy az európai gazdálkodók átlagéletkora eléri az 55 évet, és csak 7%-uk fiatalabb 35

1 http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Agricultural_census_2010_-_provisional_results.

2 Az Európai Parlament mellett működő vidékfejlesztési bizottság (a jelentés szerzője: Donato Tommaso Veraldi): *Report on the future for young farmers under the ongoing reform of the CAP*, 13/5/2008, A-0182/2008.

évesnél. Ezeket az adatokat az európai mezőgazdaság válságtüneteiként interpretálták, amelyek alapján szükséges a fiatalok bevonása érdekében egy megfontolt stratégia és akcióterv kidolgozása³.

A közösség által támogatott mezőgazdaság egyik fő célkitűzése a kis léptékű helyi gazdaságok fenntartása, támogatása. Dacian Cioloș *A future for Europe's small farms* címmel tartott előadásában a részben önellátó gazdaságok a vidéki és városközeli térségek jelentős gazdasági és társadalmi szolgáltatóiként jelennek meg. Kiemeli, hogy a kis- és törpegazdaságok, a részben létfenntartásra berendezkedett farmok három fő szerepet töltenek be a vidékfejlesztésben és az agrárium fejlődésében: „puffer a szegénység ellen, környezeti előnyöket szolgáltat, és alap a gazdaságok diverzifikálódása és a multifunkcionalitás számára”.⁴

A szegénység elleni védőháló szerepe nyilvánvaló Romániában, figyelembe véve a vidéken élők jelentős arányát. Esetükben a mezőgazdasági tevékenység nagymértékben hozzájárul a létfenntartáshoz szükséges jövedelem biztosításához a lakosság egy számottevő része számára⁵. A létfenntartásra és részben létfenntartásra berendezkedett gazdaságok a szegénység küszöbén élők számára bírnak kiemelt jelentőséggel. A versenyképesség és termelékenység növelésére koncentrálnak a birtokkoncentráció és az agrárium industrializációja révén – hozzájárulnak a kis, részben létfenntartó gazdaságok túlélési esélyeinek jelentős csökkenéséhez.

3 A 2-es lábjegyzetben említett jelentésben bemutatott főbb lépések közül az alábbiakat emeljük ki:

„a 7-es pont megállapítja, hogy a mezőgazdasági vállalkozók fiatalításának fő feltétele a földhöz való hozzáférés, amelyet korlátoz annak magas ára;

a 8-as pont szerint a Közös Agrárpolitika ki kell tűzze célul a fiatal gazdálkodók »akadálymentesítését«, prioritássá kell válnia a generációváltásnak;

a 12-es pont azt kéri a Bizottságtól, hogy támogassa a tagállamokat egy »földterület-bank« létrehozásában, amelyet az előzetes nyugdíjazás révén »felszabaduló« területekből képeznek, valamint szükséges bizonyos közös gép- és eszközvásárlási támogatás kialakítása azokban az esetekben, ahol egyéni szinten költséges és nem hatékonyan használható gépekről, eszközökről van szó;

a 15-ös pont olyan eszközök bevezetését szorgalmazza, amelyek prioritásként kezelik a mezőgazdasági területek vállalkozást indító fiatal gazdálkodóknak való átadását stb.”.

4 http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/ciolos/headlines/speeches/2010/10/20101014_en.htm

5 A 2011-es népszámlálás előzetes adatai szerint a gazdaságok 44,7% vidéken helyezkedik el, ami mintegy 9 millió lakost jelent (47,5%). Forrás: <http://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2012/02/Comunicat-date-provizorii-rpl-2011.pdf>

Az említett gazdaságoknak ugyanakkor jelentős a környezet védelmére gyakorolt hatása: a kistermelők többsége olyan gazdálkodási modellel jellemezhető, amely tiszteletben tartja a helyi biodiverzitást és a sajátos kulturális hagyományokat, így behatárolva a negatív környezeti hatásokat. Anélkül, hogy idealizálnánk a hagyományos gazdálkodási gyakorlatot, könnyen kimutatható, hogy a vidéki kis gazdaság egy komplex mezőgazdasági egységet képez – amely gabonát, zöldséget, takarmányt termel, hagyományos gyümölcsösöket tart fenn –, kisebb hatást gyakorol a környezetre, mint egy monokultúrára szakosodott nagyüzem. Ezek az előbbi típusba tartozó gazdaságok szervezesebben illeszkednek a helyi hagyományokhoz, fokozottabban figyelembe veszik az ökoszisztéma elemeit.

A szakirodalomban csak néhány éves múlttra tekint vissza a rövid élelmiszerlánc, mint az agráripari élelmiszer-termelés egy lehetséges alternatívája. Az általunk tárgyalt mozgalom többségében erős alternatív élelmiszeripari hálózatok kategóriájába tartozik, ugyanis szemben a gyenge hálózatokkal, amelyek a termékre összpontosítanak, a fogyasztói csoportok köré szerveződő együttműködések a folyamatra koncentrálnak.

2. A közösség által támogatott mezőgazdaság meghatározása

A közösség által támogatott mezőgazdaság (KÁTM) egyidőben régi és új kezdeményezés. Régi abban az értelemben, hogy a vidéki élelmiszer-termelés kínálata évszázadok óta találkozott a városi kereslettel, ez a kapcsolat pedig autonómiára, bizalomra, spontán szerveződésekre épült. Másfelől a mozgalom újnak tekinthető abban az értelemben, hogy a termelő és fogyasztó közötti kölcsönös viszonyba próbál bevezetni és megerősíteni olyan értékeket, mint az átláthatóság, szolidaritás, önkéntes munka, kölcsönös bizalom.

Az hogy ez a mozgalom többnyire a biotermesztés felé való elmozdulással kapcsolódik össze „a produktivista növénytermesztés kritikájának is felfogható, és melynek segítségével egy másik történelmi konfliktust is le lehet győzni: az intenzív, illetve a bio- vagy agroökológiai növénytermesztés ellentétét, vagyis a földművelők és a környezetvédők között feszülő érdekellentét”.⁶

6 Hoggart-Paniagua (The restructuring of rural Spain. *Journal of Rural Studies*, 2001/17, 63–80.) és López García, D. (Experiencias de gestión colectiva de lo agrario como alternativas a la privatización del territorio. *Archipiélago: Cuadernos de Crítica de la Cultura* 2007/77–78, 40–54.) nyomán Binimelis, Rosa – Descombes, Charles-Andre:

A KÁTМ kezdeményezések családjának közös jellemzője a közös felelősségvállalás az élelmiszerek termelése, valamint a fogyasztók asztalára kerülése során, illetve a direkt és folyamatos (nem alkalmi) kapcsolat a termelő és egy fogyasztói csoport között. A KÁTМ különböző formákban fejlődött nemzetközi szinten, társadalmi, történelmi, geopolitikai, mezőgazdasági és gazdasági sajátosságok függvényében. Az eltérések ellenére legalább négy alapvető vonás közös ezekben a mozgalmakban:

Partnerség - a KÁTМ kölcsönös kötelezettségvállaláson alapszik, amely által a termelők bizonyos mennyiségű és sokféleségű élelmiszerek nyújtására kötelezik el magukat, a fogyasztók pedig azt vállalják, hogy egy egész szezonon keresztül átveszik az illető termékkosarakat.

Helyi jelleg, közelség - a KÁTМ a helyi tranzakciókat favorizálja, az élelmiszergazdaság relokalizálását serkenti. A helyi gazdaságba történő befektetést ösztönzi, segíti elő. A relokalizáció mellett reszocializációt is jelent, amely magában foglalja a termelői és fogyasztói szféra egymáshoz való közeledését az idézett szerzőpáros szerint, amely kapcsolatba maximum egy közvetítő láncszem férhet bele.⁷ A KÁTМ modellje teljes mértékben kiiktatja a közvetítőket.

Szolidaritás - a partnerség a termelők és fogyasztók közösségéhez való tartozáson alapszik. A szereplők közötti szolidaritás legalább két aspektusban fejeződik ki. Ez a gyakorlatban a kockázatok és eredmények elosztását jelenti, a termelő részéről a környezeti, természeti és kulturális örökséghez igazodó tervezési folyamatra és korrekt árak kialakítására épül, míg a fogyasztók előleget biztosítanak garanciaként a termelő számára, családjának eltartása és a munkálatok elvégzése céljából.

Kiegyensúlyozott viszony termelő és fogyasztó között, tandem - ez bizalomra és emberi interakciókra épül (közvetítő láncszem, hierarchia, alá-fölérendeltségi viszonyok nélkül).

Csak e négy alapelv tiszteletben tartása és gyakorlatba ültetése esetén sorolható egy kezdeményezés a KÁTМ családba.

Az ilyen hálózatokban résztvevő fogyasztók motivációja társadalmi, gazdasági és környezeti értékeken alapszik (ez utóbbi a gyakorlatban, tapasztalataink alapján, még kevésbé hangsúlyos a romániai fogyasztók körében). Azt választják, hogy organikus élelmiszereket szerezzenek be, helyi, ismert forrásból, amelyek fenntartható termelési folyamatból származnak. A fogyasztók aktív részvételét a következő elemek motiválhatják: az élelmi-

Comercialització en circuits curts. Identificació i tipologia. Escola Agraria de Manresa, 2010, 11.

7 Binimelis-Descombes: i. m.

szerek jó minősége; az egészséges táplálkozás iránti nyitottság, érdeklődés, elkötelezettség; a helyi gazdálkodók támogatása iránti érdeklődés; olyan társadalmi értékek preferenciája, mint a szolidaritás, egyrészt a kistermelőkkel, másrészt, a minél hozzáférhetőbb egészséges táplálkozás iránt érdeklődő fogyasztókkal; a környezet állapota, védelme iránti érdeklődés; a mezőgazdaság industrializációja miatt keletkező szennyezés csökkentése iránti nyitottság, elkötelezettség; a helyi vetőmagok biztosítása iránti érdeklődés; a kistermelők autonómiájának prioritásként való kezelése.

Ahogy már említettük, a KÁTМ különböző formákban jelenhet meg, de működéséhez minden esetben szükséges a humán, társadalmi, természeti, fizikai és pénztőke megléte.

Humán tőke alatt azokat a személyeket értjük, akik a háztartásban dolgoznak alkalmazottként vagy önkéntesen, valamint a szaktudást és a felek elkötelezettségét. Más direkt értékesítési rendszerekhez viszonyítva különbséget képez⁸, hogy a fogyasztói csoportok tagjai aktívan részt vesznek önkéntesként a zöldségek kiosztásának megszervezésében (a kosarak előkészítése, a havi törlesztő részletek összegyűjtése), a közös események megszervezésében, a termelő meglátogatásában, a csúcsszezonban történő segítségnyújtásban stb. Így a kezdeményezés humán tőkéje nem csak a termelő erőforrásait jelenti, hanem a fogyasztói csoport önkéntességét is.

A társadalmi tőke a felek egyéni és kollektív hozzájárulásaiból alakul ki az együttműködés során. A csoport közös cselekvései révén közösséggé formálódik, zöldségek és más élelmiszerek mellett társadalmi interakciók „termelődnek” (tapasztalatcsere, receptcsere, egymás problémáinak megismerése), a fogyasztók közötti, valamint a termelő és fogyasztók közötti viszony megerősödik, nő a globális társadalmi problémák tekintetében a tájékozottsági és tudatosodási szint (környezeti válság, kritikus/felelős fogyasztás stb.), fokozatosan kialakul egy hálózat, amelyben a résztvevők számíthatnak egymásra. A csoport – ahogyan az a szakirodalomban olvasható, és ahogyan saját tapasztalatainkból leszűrhető – többet jelent, mint a tagok összege. Szerepek felvállalására adódik lehetőség, fejlődik a civil kurázi, az

8 A direkt értékesítési kezdeményezésekben a termelésben felhasznált emberi tőke a háztartás erőforrásait jelenti, az értékesítést egyesületek vagy önkéntesek szervezik. A fogyasztók aktív részvétele nem kötelező, általában interneten rendelik a termékeket, és azok átvétele során találkoznak a termelőkkel. Ez a kötelezettség-mentesség nem jelenti azt, hogy ne léteznének olyan fogyasztók, akik aktívabban tartják a kapcsolatot a termelővel farmlátogatások stb. formájában. Egyes gazdálkodók agritainment szolgáltatásokat is felvállalnak.

állampolgári aktivitás gyakorlóterepe, ezek a KÁTМ „hozzáadott értékek” kisebb eséllyel jöhetnek létre más alternatív értékesítési rendszerekben.

A *természeti tőke* a partnerség számára rendelkezésre álló terület, amelyre hatással van az előző hasznosítási mód, valamint a szomszédok (a szomszédos mezőgazdasági területek intenzív művelése pl.). A KÁTМ partnerségek többségében a terület marad a termelő tulajdonában, de a használatának költségei megoszlanak a fogyasztói csoport tagjai között. A fogyasztók bevonásának célja a termelő támogatása abban, hogy minél fenntarthatóbb módon hasznosítsa a természeti tőkét (mind a területet, mind a természeti erőforrásokat: a vizet, természetes trágyát, a biodiverzitást).

A *fizikai tőke* épületeket, eszközöket, gépeket foglal magában, és kiegészítő szerepet játszik a természeti és emberi tőke mellett. A társadalmi tőke természeti tőkévé, de főként fizikai tőkévé konvertálható (egyes hiányzó eszközök, gépek kölcsönözhetőek vagy beszerezhetőek a tagok informális külső hálózatai révén, vagy helyettesíthetőek a fogyasztók önkéntes munkájával).

Pénztőke alatt a termelési tevékenység elkezdéséhez szükséges forrásokat értjük. Ezek két fő forrásból származhatnak: elsősorban a szerződéskötéskor a fogyasztók által nyújtott előlegből (ez az előleg alternatív szociális mikrohitelzési formákkal rokonítható), másodsorban mikrohitel-intézetektől kapott kölcsönökből. Nyugat-Európában egy sor, a mezőgazdasági kistermelők támogatására szakosodott pénzügyi eszköz működik, idesorolhatók az etikus finanszírozás intézményei is.

3. A mozgalom eredete, és nemzetközi szinten elterjedt modellek

A KÁTМ egy alternatív mozgalom, egy válasz a földdel való viszony felbomlására, gyengülésére, amely az ipari és posztindusztriális társadalmakat jellemzi. A KÁTМ kölcsönös viszonyt biztosít a termelés és az egészséges élelmiszer iránt elkötelezett csoportok számára, hozzájárul az egészséges családok, egészséges Föld működéséhez.⁹

Egy válsághelyzetre való válaszként jelent meg (a kistermelők, valamint a helyi élelmiszerpiacon általuk biztosított előnyök eltűnése), és egy nyertes-nyertes helyzetet kialakító szolidaritási formaként jött létre termelők és fogyasztók között. Ez, a legtöbb esetben informális egyesülés kettős eredményre vezet: elsősorban támogatja a törpegazdaságok fenntarthatóságát, a helyi, hagyományos, biotermékek biztosítása érdekében; másodsorban egy

9 Perry, Jill - Franzblau, Scott: *Local Harvest: A Multifarm CSA Handbook*. SARE, 2010, 9.

egészséges életvezetési modellt tart fenn a fogyasztók körében, akik fokozott felelősséget vállalnak saját fogyasztásukért és a következő generációk számára hagyott környezeti örökségért.

A mozgalom az utóbbi három évtizedben terjedt el nemzetközi szinten. Több változata ismeretes, a termelők és fogyasztók közötti partnerségek széles skáláját foglalja magában. A hasonlóságok mellett mindegyik szerződéses viszony perszonalizált, a helyi viszonyokra és az együttműködő felek feltételeire szabott. Első formái mintegy ötven éve alakultak ki Japánban. Az első partnerségek szervezői a növekvő zöldségimport, a szántóterületvesztés és a gazdálkodók városra vándorlása miatt aggódó japán édesanyák közül kerültek ki. Ezek a nők tették le az alapjait egy új termelési és beszerzési rendszernek, direkt kapcsolatokat építve ki helyi termelőkkel. Ezt a fajta partnerséget a japán nyelvben Teikei-nek nevezik, a fogalom filozófiai jelentése pedig „személyesítsd meg a termelőt, kerüljön perszonalizált címke a termékre”.¹⁰ A fogalom „karriere” Európában és az Egyesült Államokban folytatódott, ahol a közösség által támogatott mezőgazdaság elnevezés terjedt el. A fogalom két kortárs kezdeményező nevéhez fűződik: Jan Vander Tuin és Robin Van En.¹¹ Egy 1985-ben az AEÁ-ban indult partnerség első szezonjában a rendszert a következő szlogennel illették: „osztózz a költségeken, hogy osztózhass az eredményeken!”. Fontosnak tartották leszögezni, hogy a kifejezés fogalmai megfordíthatók: közösség által támogatott mezőgazdaság – mezőgazdaság által támogatott közösség. Az AEÁ-ban tehát a Community Supported Agriculture (CSA) elnevezést viseli, nemzetközi szinten pedig számos további, a közösség által támogatott mezőgazdaság modelljébe illeszkedő kezdeményezés ismert (AMAP Franciaországban, CSA angolszász területeken, ASC Quebecben, Teikei Japánban, Reciproca Portugáliában, GAS (szolidáris beszerzési csoport) Olaszországban, Szivárvány gazdaság Magyarországon, ASAT Romániában, román nyelvterületeken).

Az URGENCI (vidék-város partnerségek nemzetközi hálózata) adatai alapján világszinten 10 000 fölötti az együttműködések száma, amelyben több mint 17 000 termelő és közel 900 000 fogyasztó vesz részt. Az AEÁ-

10 Henderson, Elisabeth – Van En, Robyn: *Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture*. Chelsea Green Publishing, 2007, 258.

11 Egyes megközelítések szerint a rendszer Rudolf Steiner antropozofista és a biodinamikus mezőgazdaságról szóló elméleteiből gyökereztethető. A KÁTМ szervezeti egésznek fogja fel a farmot, amely integrálja a „kliens”, nevelve és bevonva a szükséges munkálatokba, így a kliens nagyobb mértékben hozzájárul a farm működéséhez, fenntartásához, nem csak pénzügyi támogatása révén.

ban mezőgazdasági statisztikák alapján az utóbbi évtizedekben a mozgalomba bevont termelők száma szintén megsokszorozódott.

Év	Az AEÁ-ban bejegyzett KÁTМ együttműködésben résztvevő gazdaságok száma
1986	2
1992	200
2001	761
2004	1034
2005	1144
2009	1500 fölött

A bemutatott adatokból kiolvasható, hogy a 2001–2004 közötti periódusban a partnerségek száma több mint 25%-kal nőtt. Az egy partnerségen belüli fogyasztók száma 50 és 500 család között változik. A hozzáférhető adatok alapján számolva az Egyesült Államokban egy szezonban 270 000 háztartás vesz részt valamilyen formában ilyen típusú együttműködésekben, ami azt jelenti, hogy hozzávetőleg a rendszerben lévő fogyasztók egyharmadát az észak-amerikai kontinensen találjuk.¹²

Európában a legtöbb hasonló kezdeményezés Franciaországban és Olaszországban működik. Az élelmiszerválság következményeként jelenik meg, a helyi termelők tevékenységének csökkenését és a nagy üzlethálózatok elterjedését követően. A modellt inspirálták, ösztönözték a gazdálkodói szövetkezetek, egyesületek, valamint a felelős fogyasztást népszerűsítő mozgalmak. Franciaországban az első AMAP kezdeményezések 2001-ből datálhatók, az utóbbi periódusban 3000-re nőtt a résztvevő termelők, gazdaságok száma.¹³ Tehát az amerikaihoz hasonlóan, a jelenség itt is gyors növekedést mutat.

12 Lásd Adam, Katherine L.: *Community supported agriculture*. National Sustainable Agriculture Information Service, 2006, 4. www.attra.ncat.org; Bruch, Megan L. – Ernst, Matthew D.: *A Farmer's Guide to Marketing through Community Supported Agriculture*. The University of Tennessee, Institute of Agriculture, 2010, 1.; Martinez, Steve et al.: *Local Food Systems Concepts, Impacts, and Issues*. Economic Research Report Nr 97, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, May 2010, iii.

13 www.urgenci.net

Angliában, a Soil Association¹⁴ adatai alapján, legalább 12 500 család ebből a szegmensből szerzi be termékeit. A rendszerben résztvevő termelők és fogyasztók száma folyamatosan nő. De mivel egy relative új mozgalom, a szélesebb közönség körében mért tájékozottsági és tudatosodási szint alapján szükség van további információs és mozgósítási kampányokra az ismertté tétel érdekében. Anglia keleti részén a zöldségvásárlók egyharmada hallott a KÁTM-ről, és csak 6%-uk ismer konkrét kezdeményezést.

Nemzetközi szinten a közösség által támogatott mezőgazdaságba illeszkedő modellek széles skáláját találjuk. Léteznek különbségek e partnerségek között, ami a termelő és fogyasztó közötti szerződés formalitását, a biominősítést, valamint a termékek eljuttatását illeti, de mindegyik közös vonása, hogy a fogyasztó előre fizet. Négy fő típus különböztethető meg.

(1) A *KÁTM részvényesek modelljében* először a fogyasztók szerveződnek meg, közülük vannak kezdeményezők, valamint hozzájuk csatlakozók, és találnak egy termelőt, akivel együttműködnek, akinek felajánlják a segítségüket a termelés során szükséges munkálatok elvégzéséhez. A fogyasztói csoporton belül találunk egy szűkebb magot, amely az értékesítés, a farmlátogatások megszervezésében, a csoporton belüli kommunikációban, valamint a döntéshozásban (pl. a termelő kiválasztásában) aktívabbnak bizonyul. Ezeket a szerepeket egy civil szervezet is felvállalhatja, amelynek van kapacitása az együttműködés megszervezésére.

(2) A *KÁTM bérletek/előfizetések modelljében* a partnerséget termelők kezdeményezik, amelyre beiratkozhatnak fogyasztók. Ez a modell csak kevés segítséget igényel a fogyasztók részéről, a feltételeket, a kínálatot, a költségeket a termelők szabják, nem közös alkufolyamat következményeként alakulnak. Például Angliában a kezdeményezések egynegyede, az Egyesült Államokban a többségük ebben a formában működik¹⁵.

(3) *Termelőszövetkezetek modellje.* Japánban és Németországban találunk termelőszövetkezeteket, amelyek a termékek skálájának szélesítése érdekében működnek együtt. Ez a modell alkalmas arra, hogy a kisebb farmok szakosodására.

14 A Soil Associationt 1946-ban hozták létre gazdálkodók, tudósok és táplálkozási szakértők, akik közvetlen összefüggést fedeztek fel a gazdálkodási gyakorlat és az egészségügyi mutatók között. Jótékonyági/közhasznú szervezet (charity) státusa van.

15 Az Egyesült Államokban a partnerségek egytizedét civil szervezetek adminisztrálják, háromnegyedét az illető termelő, akinek ez egy direkt értékesítési forma, a maradék 15%-ot pedig aktív fogyasztói csoportok, amelyek találnak egy termelőt a hálózatuk számára.

(4) *Termelők és fogyasztók közös szövetkezeteinek modellje.* Ez a típus a termelés közös területen való megvalósítását feltételezi, amely a gazdálkodók és fogyasztók közös birtoka. Angliában a KÁTM kezdeményezések fele közös tulajdonként működik.

A felsorolt modellek mellett folyamatosan új együttműködési formák is megjelennek, amelyekről viszont kevesebb információt és adatot találunk.

A Teikei modell alakulása Japánban rávilágít a partnerségek különböző formáira. A főbb változatok közül kiemeljük a következőket: (a) több termelő egyesülése értékesítési pontok szervezése érdekében, ahol több fogyasztói csoportot szolgálnak ki, (b) több fogyasztó egyesülése egy termelő körül, (c) több fogyasztó egyesülése több termelő körül stb.

4. Melyek a KÁTM sajátosságai, mi különbözteti meg a többi helyi közvetlen értékesítési hálózattól?

Az utóbbi években több alternatív termékértékesítési rendszer jelent meg Romániában, ezek közül néhány egyetlen termelőtől származó termékek beszerzését facilitálja (egyesek rendelkeznek biominősítéssel, de az esetek többségében ez a költségigényes minősítés hiányzik), mások több termelőtől származó színes termékskálát népszerűsítenek. A rendszerek többsége nem jelent hosszú távú kötelezettségvállalást a fogyasztó számára, hanem alkalmankénti megrendelés alapján történik a beszerzés. Így a KÁTM partnerségeknek ezekkel szemben van néhány sajátos vonásuk.

A fogyasztó és termelő közötti szolidaritás alapelve lényegi eleme a partnerségnek: ez az alapelv a termelés folyamán képződő költségek, kockázatok és eredmények megosztásában nyilvánul meg. A kockázatok közössé tétele a meteorológiai körülmények következményeinek közös vállalását vonja magával (ha egy szezonban a termés gazdagabb, mint a tervezett mennyiség, akkor az teljes mértékben egyenlő részben szétoszlik a fogyasztók között, és fordítva, amennyiben egy esztendőben a termés gyengébb a termelőtől függetlenül, a fogyasztók megelégszenek a tervezettnél kisebb mennyiségekkel).

Az előlegfizetés szintén lényegi eleme az együttműködésnek. A szerződéskötés időpontjában történik az előlegfizetés, és a fogyasztók hozzájárulását képezi a következő szezon szükséges munkálatainak megkezdéséhez. Ősztől tavaszig a termelő előkészíti a talajt a következő szezonra, beszerzi vagy előállítja a vetőmagokat és palántákat. Amennyiben ezek költségeit a termelő egyedül kellene viselje, sokan lemondanának a termelésről tökehiány miatt.

A fogyasztók kötelezettségvállalása a teljes mezőgazdasági szezonra: a fogyasztók azt vállalják, hogy heti rendszerességgel igénylik a zöldségkosarakat, hosszú távú és tervezett folyamat keretében. A különböző értékesítési rendszerekben a termékek mennyiségét és minőségét a termelő rögzíti, a fogyasztók választási lehetősége a kínálat igénylésére vagy nem igénylésre korlátozódik, bármikor be- vagy leiratkozhatnak a bérletes rendszerről.

Méltányos és átlátható ár alkalmazása: az árszámítási eljárás biztosítja a méltányosságot mind a termelő, mind a fogyasztók számára. Fontos, hogy minden a termeléshez kapcsolódó költség legyen figyelembe véve, és a befektetett munka legyen korrekt módon honorálva, hogy a termelő és családja ne küzdjön megélhetési nehézségekkel. Ugyanakkor a fogyasztók önkéntes munkája révén (pl. heti kiosztás megszervezése, a partnerség népszerűsítése, új fogyasztók beazonosítása stb.) a költségeket viszonylag alacsony szinten lehet tartani, ahhoz hogy ez a fajta együttműködés hozzáférhetővé váljon minél szélesebb rétegek számára. A partnerség minden tagja számára ismert, hogy miből áll össze a bérlet ára, ez a szempont elősegítheti, hogy a fogyasztók megértsék, milyen költségekkel jár a vegyszermentes, sokszínű, emberi léptékű termelési folyamat.

A kosár tartalmát a termelő és a fogyasztók közösen alakítják ki: a döntéshozás közösen történik, minden érintett fél részvételével. A termelés tervezése a fogyasztó családok számának függvényében történik és közös alkufolyamat következménye a heti mennyiség kialakulása az egyes terményekből. A termelés megtervezése alkalmazkodik a helyi sajátosságokhoz, a klímához, talajhoz, a gazdaság erőforrásaihoz és feltételeihez, valamint a fogyasztók szükségleteihez.

Azokban az értékesítési rendszerekben, ahol a termelő vagy a termelőszövetkezet kínál előfizetési lehetőségeket, a kínálat, a termékek listája, a termelési, betakarítási és kiosztási terv előre készen áll.

A KÁTM gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat von maga után. A gazdasági hatások alatt a termelő számára nyújtott anyagi biztonságot értjük. A program biztosítja a részben létfenntartásra berendezkedett háztartás pénzügyi fenntarthatóságát, a termelő ugyanis garanciát kap a termékek értékesítéséhez, a teljes szezonra szóló szerződés révén. Méltányos árat biztosít a termelőnek, amely fedezi a termelés megvalósításának teljes költségvetését. Csökkenti a termékeladásra szánt időt, heti egyszer történik a termények kiosztása, közösen kialakított, néhány órás időintervallumban – így a termelő koncentrálhat a termelésre, nem kell az értékesítésre túl sok időt szánnia. Elsősorban a leginkább kitétt termelőknek szól, azok közül, akik részben létfenntartásra rendezkedtek be. Hozzájárul új munkahelyek létrejöttéhez és a fiatalok bevonását bátorítja a mezőgazdasági szektorba. Az eddigi romániai

tapasztalatok alapján a termelők rászorultsága alapján történő választás mellett fontos figyelembe venni a termelő pénzgazdálkodási tapasztalatait is, ugyanis a programban volt már rá példa, hogy leginkább a szociális szempontokat vették figyelembe a szervezők, és az illető nem tudta teljesíteni a szerződés feltételeit, mivel a ráfordítások egy részét nem kezelte megfelelően.

Ennél összetettebbek a mozgalom társadalmi hatásai, amelyek a gazdálkodás megbecsültségét, a termelők és a fogyasztók közötti kapcsolatot, a társadalmi tőkét, a szolidaritást, a környezeti szempontok iránti érzékenységet érintik. Tapasztalatok alapján a program kedvez a termelők megbecsültségének, növekedésének és a mindennapi munkájukkal való elégedettségük fokozásának. Favorizálja az interperszonális és intergenerációs kommunikációt, az információáramlást, egyes kulturális, társadalmi, környezeti értékek tudatosodását, a helyi tudás értékesítését, mind a mezőgazdasági, mind a gasztronómiai területen. Hozzájárul a bizalom, a társadalmi tőke és a város-vidék közötti társadalmi kohézió növekedéséhez. Hozzájárul az egészséges termékek fogyasztásának fontosságáról szóló tájékoztatási szint növeléséhez, kedvez a gyermekek mezőgazdasági termékek előállításáról szóló információkhoz való hozzájutásának. Promoválja a társadalmi szolidaritást és a felelős magatartást, hozzájárul a civil kurázi „növekedéshez” az állampolgárok körében. A termelőknél szervezett események hozzájárulhatnak a közösségfejlesztéshez és új szolgáltatások kialakulásához.

A gazdasági és társadalmi hatásokon túl a környezet állapotát is befolyásolja a program: a vegyszerek kizárása, a szállítási távolság rövidege, a vetésforgó, a növénytársítás, a csomagolóanyagok visszaszorítása kedvezően hatnak. A környezetbarát eljárásokat (természetes trágya használata, vegyi gyomirtók és növényvédő szerek hiánya), a helyi biológiai sokszínűség megőrzését, a helyi, nem génmódosított vetőmagok használatát favorizálja. Promoválja a helyi termékek fogyasztását, amelyek kis távolságról származnak, ezáltal a szállítás környezeti hatása kisebb. Favorizálja a természeti erőforrások (talaj, víz) felelős használatát, a csomagolóanyagok csökkentését.

Középtávon a KÁTM fogyasztókra gyakorolt hatása azok fogyasztási, vásárlási, táplálkozási, életvezetési szokásainak megváltozása lehet. A fogyasztók, e hosszú távú tapasztalat révén, megváltoztatják bizonyos gasztronómiai szokásaikat, több helyi, tájjellegű, szezon-specifikus, egészségesebb alapanyagot használva fel. Közvetve általános fogyasztási szokásaikat is érinti, megváltozhat, komplexebbé, árnyaltabbá válhat a hasznos és kevésbé hasznos tárgyakra alkotott felfogásuk¹⁶.

16 Egy angliai felmérés eredményei alapján ezeket a változásokat a fogyasztók természetesként és könnyű átmenetként fogják fel. Egy KÁTM-ben való aktív részvétel pozitív

Ahogy az észrevehető, egy partnerség működésének nem csak egyéni, hanem közösségi szinten is vannak hatásai. Figyelemfelkeltő, tájékoztató, nevelő, mozgósító céljait társadalmi-gazdasági jelentősége egészíti ki. Ugyan jelenleg a KÁTМ partnerségeknek megvan az „ára” mind a szervezők, mind a termelők, mind a fogyasztók részéről (folyamatos kapcsolattartás, vegyszerek kizárása, hosszú távú elköteleződés), a hasznai mind a termelők, mind a fogyasztók szempontjából számosabbak (anyagi biztonság, egészséges élelmiszer stb.), az általuk beindított változások komplexitása révén egyre relevánsabbakká válnak, és egyre többen érdeklődnek annak működése, megvalósíthatósága iránt.

5. KÁTМ partnerségek romániai elterjedése és kialakult változatai

Romániában Mihaela Vețan¹⁷ nevéhez fűződnek a mozgalom gyökerei, aki 2007-ben indította útjára az első hazai kezdeményezést Temesváron, Franciaországból „importálva”, adaptálva azt. A kezdeményezés tehát a francia AMAP modellből indult ki, és román nyelven az ASAT elnevezést kapta (Asociația pentru Susținerea Agriculturii Țărănești). Az eddigi néhány éves tevékenység egy úttörő, kísérleti szakaszra és egy kiterjesztési, „mintaátadási” szakaszra bontható.

(1) A KÁTМ úttörő szakasza

A modell tesztelése érdekében (2008–2010 között), a következő főbb tevékenységek zajlottak:

Találkozókat, vitákat szerveztek gazdálkodókkal, az akadémiai közeg és a (romániai és franciaországi) civil társadalom képviselőivel, a modell adaptációja, megvalósíthatósági lehetőségeinek elemzése céljából. Nyilvános bemutatókat tartottak, amelyek célja a szolidaritási partnerség prezentálása különböző csoportok körében: fogyasztók, termelők, hatóságok képviselői¹⁸. Beazonosítottak egy, a támogatásban és népszerűsítésben érdekelt

környezethez való viszonyulást is jelent, ezek az értékek pedig együttesen fontos szerepet töltenek be a családi szocializációban.

17 2007-ben Mihaela Vețan az Európa Tanács részéről egy pilótaprojekt (Temesvár – mint közös felelősségvállalási terület) koordinátora volt, ebben a szerepkörében több a szociális és szolidáris gazdaság tárgykörébe tartozó újító kezdeményezés elindítója az Európa Tanács (www.coe.int) és az IRIS Platform (www.iris-network.eu) támogatásával. Jelenleg Mihaela Vețan az CRIES Egyesület elnöke (www.cries.ro).

18 2007–2009 között több találkozót szerveztek a Mezőgazdasági, Munkaügyi, Családügyi Minisztérium képviselőivel – mivel ez a fajta kezdeményezés szociális szempontból is újító jellegű.

aktív fogyasztói magot a kezdeményezés temesvári beindítása érdekében. Bevonták az első kistermelőt a KÁTM együttműködésbe. További nyilvános találkozót, kampányt, népszerűsítési esemény szerveztek a fogyasztók toborzása céljából, ezek szlogenje a következő volt: Fogyassz egészségesen, és támogasd a helyi mezőgazdaságot!

Az úttörőszakaszban adaptálták az alapvető munkaeszközöket, a partnerségek működéséhez: a chartát, a szerződés-modellt, a költségvetés-készítési eszközöket, a termelés tervezésének eszközeit.

A 2008-2010 közötti periódusban az alkalmazhatóság több aspektusát tesztelték: a fogyasztói¹⁹ csoportok önszerveződési képessége, a felek egymáshoz való viszonyulása, a bizalmi viszonyok kiépülése, a fogyasztói családok számának növekedése, a termelési kapacitás stb.

2008-ban választották ki az első termelőt, Belence községből, Temes megyéből. A gazdálkodó kiválasztási kritériumai között annak fejlesztési potenciálja is számított. A partnerség 20 fogyasztói családdal indult, és az első 3 évben a kezdeményező személy illetve szervezet hathatós támogatását élvezte, a fogyasztói csoport konszolidációja és az együttműködés fejlesztése érdekében²⁰.

Az első év során a termelő 18-féle zöldséget termesztett, és egy kísérleti árszámítást vezetett be, amely minden termék esetén egy rögzített árat jelent, a piaci árak átlagából számolva. Első év lévén a fogyasztók elfogadták, hogy ne a sajátos - a termeléshez szükséges forrásokból kiinduló - költség-számítási mechanizmusok alapján történjen az árak megállapítása²¹.

A pilótaprojekt növekedési üteme látványos volt, 2009-re a fogyasztó családok száma elérte a 100-at. 2012-ben 160 család vett részt Temesvárról és Lugosról, a zöldségkosarak kiosztási periódusa 7 hónap (májustól novemberig).

Ebben a periódusban a farm 5-6 hektárt használ termelésre, 3 állandó alkalmazottal működik (a termelő, a felesége és egy állandó segítő), a nyári időszakban pedig további szezonmunkásokkal vagy napszámosokkal (3-4 részidős foglalkoztatott) dolgozik.

19 A román nyelvben a fogyasztó (consumator) helyett a *consumactor* kifejezést használják, ami a fogyasztó és a szereplő/cselekvő szavak kombinációjából jött létre, és a fogyasztás révén történő aktivitást hangsúlyozza.

20 Az Urgenci Platform támogatta a termelő két tanulmányútjának költségeit: Aubagnebe, Franciaországba (2008) és Japánba (2010).

21 2012-ben az egyik nyomónkövetési látogatás alkalmával megállapították, hogy továbbra is ezt az árszámítási módot alkalmazza.

A bemutatott pilótaprojekt nem tekinthető reprezentatívnak a KÁTМ kezdeményezésekre, mivel egy, a biotermékek előállításával foglalkozó üzleti vállalkozás irányába fejlődött. A KÁTМ partnerségekhez viszonyítva a következő főbb eltéréseket mutatja: Árszámítási mód: termékenkénti rögzített ár, a piaci árak átlagolásából; nem átláthatóak a termelési költségek és a termelő jövedelmei, tehát nem teljesül a méltányos ár és az átlátható partnerségi viszony. *Szolidaritáshiány*: ha egy termény tönkremegy a termelőtől függetlenül, azaz nem az ő mulasztásának következményeként (természeti katasztrófa, kritikus meteorológiai körülmények), a veszteséget a termelő viseli; ha valamely terményekből többlet termelődik, azt nem osztja szét a fogyasztói csoport tagjai között. *Változó kosár-ár*: a fogyasztók kilónkénti árat fizetnek. *A fogyasztók nem nyújtanak segítséget a termelőnek* a kiosztás megszervezésében, a csoporton belüli kommunikációban, a farmlátogatások megszervezésében.

Ez az üzleti megfontolás, amely mellett a termelő döntött a fogyasztók egy részének távozásához vezetett, ez utóbbiak inkább viselkedtek egy gazdasági tranzakció résztvevőiként, mint egy partnerség tagjaiként.

Úgy gondoljuk, hogy a bemutatott termelő által működtetett modell felúton van a közvetlen értékesítési rendszerek és a KÁTМ szolidaritási partnerségek között. Az utóbbi években az említett termelő „függetlenedett”, megszerezte a biominősítést, saját értékesítési helyszínt bérel. De a kezdeményezés tagadhatatlan előnyökkel rendelkezik a konvencionális piaccal összehasonlítva és úttörő szerepe van a közösség által támogatott mezőgazdaság eszméjének romániai elterjesztésében.

(2) A modell kiterjesztése, mintaátadás

2011-ben a CRIES Egyesület két további csoport kialakítását támogatta Temesváron, két Arad megyei zöldségtermesztő körül. Ez a két újabb csoport tiszteletben tartja az eredeti alapelveket.

Az egyik Gyorok községben termel, hozzávetőleg 20 temesvári fogyasztó családdal működik együtt, 0,45 hektáron gazdálkodik, egy állandó alkalmazott és egy részidős foglalkoztatott dolgozik a háztartásban.

A másik Németság községben termel, 50 temesvári fogyasztó családdal áll szerződéses viszonyban, 1,6 hektáron gazdálkodik, 2 állandó és egy részidős munkaerő dolgozik a háztartásban.

2012-ben a CRIES Egyesület egy pilótaprojekt elindítását támogatta Kolozsváron több helyi önkéntes segítségével.

A modell kiterjesztésének fázisában azokat a kistermelőket célozzák, akiknek komoly nehézségeik vannak a termékeik értékesítése során, és szo-

ciális szempontból rászorulnak a programra. A partnerségek fokozatosan, a kiszolgált fogyasztók számának növekedése révén bővülnek. Különös figyelmet szentelnek ebben a fázisban a partnerségek fenntarthatóságának, a fogyasztók bevonásának ösztönzése, a termelők szervezői és kommunikációs készségeinek fejlesztése révén.

2012-2013 folyamán a CRIES Egyesület a partnerségek számának kiterjesztését tűzte ki célul országos szinten Arad, Bukarest, Kolozsvár, Iași, Nagyvárad, Székelyudvarhely és Szeben városokban. Ennek érdekében tájékoztató kampányokat szerveztek potenciális fogyasztók és termelők körében. A 2014-es év folyamán az ország különböző pontjain 14 termelő vett részt a programban. A termelők közül ketten magyarok (egyik Malomfalván, a másik Ótelken gazdálkodik). A 2016-os szezonra várhatóan tovább bővül a termelők és fogyasztói családok köre, ugyanis Medgyesen is indul a hálózatba tartozó csoportosulás, illetve a többi városban is bővítést terveznek a szervezők.

Székelyudvarhelyi tapasztalatok

Székelyudvarhelyre „szerencsés véletlenek” következtében jutott el a kezdeményezés, éspedig a szerző temesvári vendégtanárkodása idején kezdték meg tőle a CRIES Egyesület vezetői, hogy a mozgalom népszerűsítésére Szebent vagy Brassót látja-e alkalmasabbnak helyszíneként. A két nagyváros helyett így lett egy kisváros a központi régióbeli célpont. Székelyudvarhelyen 2013-ban indult a pilótaprojekt, és azóta folyamatosan sikeresnek bizonyul. A kezdeményezés négy civil szervezet, a Székelyudvarhelyi Községi Alapítvány, Civitas Alapítvány, Gyulaféhevári Caritas - Vidékfejlesztés, Agora Munkacsoport ajánlásával indult. Ezek közül az utóbbi kettő vállal jelenleg is aktív szerepet a partnerség működésében, a Caritas a zöldegek számára ideális helyszínt biztosít, a városközpontban elhelyezkedő (tehát könnyen megközelíthető) székhelyének pincéjében, míg az Agora a szervezésben, népszerűsítésben veszi ki az oroszlánrészét. A székelyudvarhelyi kezdeményezés több szempontból is egyedülállónak számít. Elsősorban, a romániai helyszínek közül ez az egyedüli kisváros, amelyben tesztelésre került a program, az volt ugyanis a kezdeti hipotézisünk, hogy nagyvárosokban inkább megtalálhatók azok a fogyasztói csoportok, amelyek egyfelől nem rendelkeznek vidéki családi, rokoni kapcsolatokkal, ahonnan beszerezhetik a zöldegeiket, másrészt megjelennek a biozöldegek iránti keresleti oldalon. Másodsorban a székelyföldi talaj- és klímaviszonyok eltérnek az ország síkvidéki területein jellemző szerkezettől, tehát ilyen szempontból is kihívást jelentett a program kipróbálása. Ezzel kapcsolatban az a hipotézis merült fel, hogy a zöldegek sokféleségét, illetve a szezon hosszát

behatárolják a helyi adottságok. Ez a feltételezés is megcáfolódott. Harmad-sorban egyedülálló a kezdeményezés abban a tekintetben is, hogy ezen a helyszínen a leghatékonyabb a terület kihasználása. Ez utóbbi összetevő a Ferencz Lehel – egy fiatal, ugyanakkor tapasztalt és szaktekintélynek számító kertészmérnök – által kialakított vetésszerkezetnek, illetve növénytar-tási tervnek köszönhető, amelynek segítségével egy család számára a kö-zösen megtervezett mennyiségeket 25-féle zöldségből mindössze 2 ár terü-leten sikerül előállítani. Országos szinten nem kis kihívást jelent a helyi ve-tőmagok beszerzése, de ebben a tekintetben is jelentős előrelépések történ-tek az elmúlt években a térségben, sikerült ugyanis feltérképezni olyan ter-melőket, akik őshonos tájfajták sokszorosításával foglalkoznak. Ugyanak-kor nehézségekbe ütközik ezeknek a magoknak az elfogadtatása a helyi termelőkkel, ugyanis nem annyira „biztonságosak” a terméshozam prog-nosztizálása szempontjából, mint a kereskedelemben megtalálhatók.

Székelyudvarhelyen tehát 2013-ban egy malomfalvi termelő lépett part-nerségre 18 fogyasztói családdal (az a tapasztalatunk, hogy egy 26-30 áras területről ennyit tud egy termelő ellátni, és fordítva: ennyi család képes el-tartani egy termelőt). Nagyon „szerencsés” egymásratalálás volt ez, ugyanis mind a termelő, mind a köré csoportosuló családok megértették a program lényegét. Az együttműködés sikerének legadekvátabb mutatója, hogy gya-korlatilag nem beszélhetünk lemorzsolódásról, tehát azóta is a programban maradtak a fogyasztói családok, és harmadik sikeres szezont zártuk. A 2016-as „évadra” pedig továbbra is a programban marad mind a 18 család. A jelenlegi fogyasztók szerepe igen jelentős a program népszerűsítésében, pozitív tapasztalataikat átadva keletkezett az ő hálózataikból egy szintén 18 családból álló várólistánk az első év folyamán, akik számára kerestünk egy új termelőt. 2014-ben tehát a program kiegészült egy újabb termelő és to-vábbi 18 család belépésével. Ennek az újabb csoportnak a tapasztalatai ve-gyesek voltak. Egyfelől: míg az első csoport egy jelentős része a helyi Rotary klubból került ki, tehát ismerték egymást, ami nagy előny, a második cso-port családjai kevésbé álltak kapcsolatban egymással a programot megelő-zően, másfelől: a termelő hozzáállása sok tekintetben különbözött a prog-ramban előírtaktól. Volt alkalmunk egy természeti csapást (árvizet) követő-en élesben kipróbálni a szolidaritás működését a gyakorlatban. Ezzel kap-colatban pozitív tapasztalatokról számolhatunk be. Azonban 2015 tava-szán, egy héttel a zöldségek első kiosztását megelőzően, az utóbbi terme-lőnk visszalépett a programból, ami azt jelenti, hogy mutatóink a 2013-as évben említettekkel azonosak. Ekkor jöttünk rá arra is, hogy a szerződés-ünk, amely tartalmazza az alapelveket, értékeket, szabályokat, részleteket,

költségvetést, a zöldségek kiosztásának havi bontását stb. elsősorban a termelőt védi. A jelen írás keletkezésének időpontjában folyamatban van egy következő, ezúttal székelyszentkirályi fiatal (1979-es születésű) termelő bevonása a programba, miközben a potenciális fogyasztói családok várólistája lassan tovább gyarapszik. Terveink között szerepel, hogy más székelyföldi kisvárosokban is elősegítjük a program beindulását, megfelelő szervezők, illetve termelők számára történő tudás-átadás révén, ehhez azonban külső erőforrások bevonására van szükség.

A program közösségfejlesztő funkciója/pillére abban áll, hogy a hét héten keresztül történő heti találkozások mellett évente egy-két alkalommal a termelés helyszínén történik meg a zöldségek átvétele, amelynek során egy hosszabb időtartamú, kötetlenebb kommunikációra is sor kerül a csoport tagjai között, továbbá 2013, illetve 2014 folyamán az egyik helyi „fesztivál” főzőversenyére is beneveztünk csapatként, amelynek szintén érezhető hozadékaik vannak.

Kiegészítő termékek kínálatával is igyekszünk további termelőket helyzetbe hozni, ezeket már nem szerződéses alapon, házi tojás, szárnyas hús, sajt beszerzése vált lehetővé a programban résztvevők számára ugyanazon a helyszínen, illetve tervezzük gyümölcsstermesztők bevonását is.

Számokban kifejezve 25-féle idényzöldséghez juthat hozzá a program révén egy család (mindenki azonos mennyiségben részesül, ami kb. egy 4 személyes család heti zöldségigényeit elégítheti ki, természetesen vannak családok, amelyeknek ez a mennyiség túl soknak, illetve túl kevésnek bizonyul) 31 héten keresztül (májustól novemberig) úgy, hogy a zöldségek sokfélesége változó évszaktól függően. Ennek ellenértékeként méltányos árat fizetnek, amelyet a termelési, szállítási, csomagolási (törekszünk ezek visszaszorítására a lehetőségekhez mérten), illetve humán erőforrás költségekből, valamint 2015-től kezdődően tapasztalatcserékre elkülönített utazási költségekből számoltunk ki. A fizetés összesen nyolc részletben történik, amelyből egy ősszel a szerződéskötéskor (előleg az előkészítő munkálatok elvégzésére), a többi hét pedig minden hónap első találkozásakor. Az önkéntesség családonként évente mintegy 3 órai munkát jelent (zöldségek egyenlő részekre osztása, átvétele és fizetési ívek aláíratása), amely messze alulmúlja a piacon töltött időt, amelyet néha bizonytalan származású és előállítású zöldségek begyűjtésével tölthetünk, ugyanakkor, bár hangulatában különbözik a piacitól, ezáltal is alkalom nyílik a fogyasztó-termelő, fogyasztó-fogyasztó viszonyban közvetlen kommunikációra.

Végül fontosnak tartjuk az önkéntesség kapcsán megjegyezni, hogy ez a program nem részesül pályázati finanszírozásban, szándékosan, a stabilitá-

sának biztosítása érdekében. A szervezői munkák is önkéntesen zajlanak, továbbá terveink szerint egy-egy termelő körül optimális esetben 2-3 év alatt megerősödik, konszolidálódik a fogyasztói családok csoportja, így bízunk benne, hogy ennél hosszabb távú „bábáskodásra” nem lesz szükség, az önálló sodó partnerség helyett pedig új csoport kialakításának segítésére lehet fordítani az így felszabaduló energiákat.

Az első évek tapasztalatai alapján országos szinten megmutatkozó nehézségek a KÁTM működésében

a) Fogyasztók:

A fogyasztók körében alacsony a tájékozottsági szint az egészséges, helyi termékekre alapuló, sokszínű táplálkozás jelentőségéről. A szocialista mezőgazdasági modellben elterjedté vált a vegyszerek használata az élelmiszerek előállításában, a korszak öröksége nyomán többnyire – akik anyagilag megengedhetik maguknak – továbbra is így védekeznek a termelést akadályozó gyomok, kórokozók ellen. A rendszerváltás után kiszélesedett a fogyasztási javak skálája, ezáltal a megvásárolható élelmiszerek mennyisége, minőségi és származási sokszínűsége is burjánzásnak indult. Mivel a vásárlási prioritások között kiemelt helyen esik latba a termék ára, gyakori az olyan termékek fogyasztása, amelyek előállítása során sem környezeti, sem társadalmi szempontokat nem vesznek figyelembe.

A fogyasztók tartózkodnak a partnerségek szervezési munkálataitól (az aktív mag kialakulásának nehézségei). Ebben a tekintetben számolunk kell azokkal a kulturális különbségekkel, amelyek a kelet-közép-európai társadalmakat elválasztják a mozgalomnak kiindulási pontként otthont adó társadalmaktól. Romániai viszonylatban ehhez a civil önszerveződési hagyományhoz hozzátartozik a szocialista periódus öröksége, amelyben korlátozott volt az állampolgári kezdeményezés, illetve állami kontroll alatt vált kötelezővé a társadalmi munka. Ennek hatásai érezhetőek az 1989-et követően kibontakozó civil élet sajátosságaiban. Az önkéntes munkára tehát nem egyszerű rászoktatni a fogyasztókat, de az udvarhelyi tapasztalatok alapján idővel változik a többségük: első alkalommal passzívabbak, később – már saját élmények birtokában – nyitottabban, készségesebben viszonyulnak a kiosztás, a farmlátogatás, a termelővel való kapcsolattartás megszervezésében, lebonyolításában. A piacon a néha kétes származású zöldségek válogatásával, lemeretésével stb. eltöltött idővel összehasonlítva az évente 3 órányi önkéntes munka, amelyet a székelyudvarhelyi fogyasztók vállalnak, az előbbinek a töredéke.

Azáltal hogy országos szinten viszonylag kevés hasonló alternatív kezdeményezés és a felelős fogyasztásra koncentráló akció van, nehézkes a fogyasztók

tájékoztatása, kevés, töredékes információ jut el hozzájuk a mezőgazdasági kistermelők kihívásairól.

A fogyasztók megtartása, érdeklődésük fenntartása szintén kihívást jelent - az eddigi tapasztalatok alapján általában a fogyasztók fele újította meg szerződését ugyanazzal a termelővel. Azt gondoljuk, hogy a szerződéses viszonyt azok nem folytatják a következő szezonban, akik nem értették meg kezdettől a kezdeményezés lényegi jellemzőit, illetve akiknek nem voltak reálisak az elvárásai az együttműködéssel szemben. Az említetteken kívül további kilépési okokként szolgáltak a következők: a megtermelt zöldség mennyisége, a fogyasztók kötelezettségei, az életformaváltás nehézségei (az idényzöldségek sokfélesége és mennyisége a korábbi táplálkozási, főzési, befőzési szokások megváltoztatását teszi szükségessé a fogyasztók többsége esetén, ami a hús fogyasztás csökkenésével, az étrend kiegészülésével, új receptek elsajátításával, akár szemléletmód formálással is együtt jár), anyagi nehézségek, valamint kommunikációhiány a termelő és a fogyasztók között. Az udvarhelyi program első termelője ilyen szempontból „szerencsés” helyzetben van, ugyanis elhanyagolható a lemorzsolódók száma a programból, a családok döntő többsége többéves régiséggel tagja a hálózatnak. Persze nem ajándékba kapott szerencsés helyzet ez, a fogyasztók hűségükkel honorálják, hogy a termelő szívvel-lélekkel minden megtesz a kötelezettségein felüli teljesítés érdekében.

Megjelennek más közvetlen értékesítési kezdeményezések, amelyeket a közösség által támogatott mezőgazdaság eszméjével társítanak. Az utóbbi években egy sor különböző formájú kezdeményezés jelent meg, amely zöldségkosarat kínál internetes rendeléssel, házhoz-szállítással stb., ezek közül egyesek igen költségesnek és átverésnek bizonyultak, mások jól kiegészítik a helyi gazdaságot erősítő kezdeményezéseket. Ez utóbbiak között említettük a bevezetőben a Székelyudvarhelyen működő Átalvető, illetve a Marosvásárhelyen többéves régiséggel rendelkező Webkamra programot. Mivel Udvarhelyen a Caritas vidékfejlesztési szakosztálya működteti az Átalvető programot, és a KÁTM átadási helyszínét szintén a Caritas ajánlotta fel, a lakosság gyakran az Átalvető részeként helyezi el a KÁTM-et. Feltehetően a negatív tapasztalatok az alternatív értékesítési rendszerekkel szembeni bizalom csökkenéséhez és a KÁTM téves értelmezéséhez vezettek.

Attól is idegenkednek egyes fogyasztók, hogy hosszú távra tervezzenek. A KÁTM-ben egy teljes szezonra lehet szerződni. Ami rendszeres költségtérítéssel és zöldségfelhasználással jár. Ebben a tekintetben szintén a kulturális különbségekre utalnék vissza, amelyek a kelet-európai társadalmak és a konszolidált demokráciák között húzódnak. Nagyobb bizonytalanságérzet, nehezebb elköteleződés jellemző véleményem szerint nálunk.

Egyes fogyasztók sokallják a bérletért, zöldségekért fizetett összegeket. A méltányos árszámítási mechanizmus a termelési költségek, inputok és a humán erőforrás, szállítás, csomagolás költségeit tartalmazza, tehát nem különkénti zöldségárakat. A piaci, üzleti zöldségárakkal való összehasonlítás irreleváns, mivel a programban kizárt a vegyszerek használata. A kelet-nyugat különbségek abban is megnyilvánulnak, hogy míg tőlünk nyugatabbra az ökológiai gazdálkodás során megtermelt zöldségek árakban kifejezett megbecsültsége magas, addig nálunk erre egy szűkebb szegmensnek van igénye, bár az árak messze elmaradnak a biozöldségekétől. A fogyasztók toborzása során azt feltételeztük, hogy a kisgyermekes családok és a kulturális elit nyitottan fog viszonyulni a kezdeményezéshez, ezért kismamák levelezőlistáin, tanárok, színészek körében próbáltuk népszerűsíteni a programot Székelyudvarhelyen. Nem jártunk sikerrel ezekben a csoportokban, a visszautasítás egyik motivációja pedig a bérlet ára volt.

b) Termelők

Tartózkodás a modell kipróbálásától a következő okokból: a termelők egy része nem kész sokféle zöldséget termesztani vegyszerek használata nélkül; tart attól, hogy szerződésben vállaljon kötelezettségeket stabil számú fogyasztóval szemben, nem nyitott arra, hogy átláthatóvá tegye a fogyasztók előtt az árszámítását és a termelési módját.

A sokféle zöldség természetes és tervezett módon történő termesztéséhez szükséges tudás és tapasztalat hiánya: azok a termelők sem rendelkeztek előzetes tudással és tapasztalattal, akik már részei a rendszernek, és azok sem, akik potenciális tagjai, érdeklődnek annak bevezetése iránt.

Nehézkés a kapcsolattartás a fogyasztókkal: egyes termelőket kommunikációs készségeik akadályozzák a fogyasztókkal való szorosabb kapcsolat-tartásban (többségük nem használ számítógépet, internetet, közösségi oldalakat erre a célra sem).

Kompetencia-elégtelenség a pénzügyi tervezés terén: ez abból adódik, hogy a részben létfenntartásra berendezkedett gazdaságokat általában nem jellemzi a pontos pénzügyi tervezés és szervezés.

6. Következtetések, jövőperspektívák

Az írás a közösség által támogatott mezőgazdaságot próbálta kontextualizálni, a bevezetőben a helyi gazdaságot erősítő kezdeményezések sorában, majd a nemzetközi szinten elterjedt modellek között. Foglalkozott a mozgalom alapelemeivel, más közvetlen értékesítési rendszerekhez viszonyított sajátosságaival, gazdasági, társadalmi, környezeti és közösségi

hatásaival. Romániai karrierjén belül kiemelt figyelmet szenteltünk a szé-
kelyudvarhelyi tapasztalatoknak, illetve az elmúlt években felmerült nehé-
ségeknek.

Az egyes fejezetek során többször megfogalmazódott, hogy a mozgalom
szempontjából kiemelt jelenőséggel bírnak azok a kulturális különbségek,
amelyek a kelet-közép-európai társadalmakat elválasztják a konszolidált de-
mokráciáktól (önkéntességhez való viszony, hosszú távra tervezés, vegy-
szermentes zöldségek megbecsültsége stb.).

A nyugati társadalmakban ez a szegmens folyamatos növekedéssel jelle-
mezhető, amely nem csak a kezdeményezések, fogyasztók, termelők, be-
vont területek számával mérhető, hanem azokkal a beruházásokkal is, ame-
lyeket az utóbbi periódusban eszközöltek. Az együttműködések rugalmas-
ságának köszönhetően a gazdasági válság hatásai kisebb mértékben befo-
lyásolták azok működését.

Romániában kezdeti szakaszában tart ez a mozgalom. A modell sikeres
megvalósítása bizonyos fontos társadalmi változásokat von magával²², kül-
ső és belső tényezők függvénye. Külső tényezők között említhető a Románi-
ában domináns fogyasztási modell, a vásárlóerő csökkenése az utóbbi évek-
ben a lakosság körében (a termékválasztás legfőbb kritériuma az ár), a nagy
áruházláncok behatolása az élelmiszerpiacra, az importból származó ter-
mékek fogyasztásának nagy aránya, az informális hálózatokon működő köz-
vetlen értékesítési rendszerek felbomlása még a szocialista periódusban.
Belső tényezőnek számít a partnerségek szervezési és fejlesztési módja, a
fogyasztókkal és termelőkkel való kommunikáció kezelése. Például ameny-
nyiben nem alkalmazzák a lehető legnagyobb mértékben az alapelveket és
kritériumokat, kialakulhatnak elhajlások a modellben, amelyek befolyásol-
ják a működését. Erre vonatkozóan rendelkezünk empirikus tapasztalatok-
kal az ország más városaiban, amennyiben az eredeti modell valamely verzi-
ója kerül alkalmazásra, mind a fogyasztókat, mind pedig a termelőt rendki-
vül nehéz (ha egyáltalán lehetséges) visszatéríteni az eredeti változathoz.

22 Ezen változások mutatói, a közösségek, termelők és fogyasztók száma mellett a szer-
vezetek, cégek, szövetkezetek, amelyek azért jöttek létre, hogy promoválják, támog-
assák, terjesszék a modelleket, valamint azok az anyagok, könyvek, tanulmányok,
amelyek az utóbbi két évtizedben jelentek meg, illetve az események, konferenciák,
szervezett képzések, amelyek a KÁTM témára fókuszálnak, ennek mediatiszálásával
együtt. A honlapok, online és offline anyagok között nem csak civil szervezetek ál-
tal disszeminált információkat találunk, hanem egyes egyetemek, hatóságok szintén
foglalkoznak a témával, készülnek kutatások, szakosodnak erre, ezek a mutatók az
előbbiekkal együtt a mozgalom bizonyos mértékű intézményesülését támasztják alá.

Azt feltételeztük, hogy a modellt nem importálni kell, azaz érintetlenül átvenni, hanem adaptálni a sajátos helyi viszonyokra. Ehhez képest az elmúlt évek tapasztalatai arról győztek meg, hogy az elhajlások kudarchoz vezetnek (a fogyasztók lemorzsolódásához), illetve a többi közvetlen értékesítési programhoz hasonló rövid távú tervezéshez. Egy másik kihívás az egyen-súly megtartása a kezdeményezést promováló szervezet (ha van ilyen) és az együttműködés tagjai között, akik könnyebben visszaléphetnek feladatok előtt, nem vállalva felelősen a partnerség működtetését (erre vonatkozóan is találunk példát az eddigi működés során).

A KÁTМ romániai terjesztésében a CRIES egyesület azt a stratégiát követte, hogy kifejlesztett egy kezdeményezői hálózatot országos szinten olyan személyekből és szervezetekből, akik egyetértenek a modell értékeivel és alapelveivel és önkéntes alapon vállalják ennek az alternatívának a népszerűsítését. 2014 őszén a Cries Egyesület alapítói létrehoztak egy kifejezetten erre a célra szolgáló szervezetet, az ASAT Egyesületet, amely a következő periódusban felvállalja a népszerűsítés mellett a termelők információ- és tapasztalatcseréjének koordinálását is. 2015 őszén pedig megtörtént a program levédése.

Ugyanakkor a KÁTМ sikere Romániában nagymértékben függ szervezési és kommunikációs kompetenciáktól, és egy bizalmi viszony kialakításának kapacitásától fogyasztók és termelők között.

Egy, az Egyesült Államokban készült felmérés szerint a modell leginkább hatékony kommunikálása személyes interakciók révén történik. Ezek az eredmények visszaigazolják a kezdeményezők tapasztalatait nem csak Amerikában, hanem a posztszocialista társadalmakban is²³.

Ebből a szempontból a partnerségek disszeminálásában a hangsúly a fogyasztó–termelő párosra kell kerüljön. Fontos, hogy új együttműködések indítása során a kezdeményezők kapjanak önkéntes segítséget már tapasztalattal rendelkező fogyasztóktól és termelőktől. Ugyanakkor fontos a terep-

23 A kutatások adatai alapján az információk anyagoknak nincs jelentős szerepük a mozgalom népszerűsítésében. Ez nem azt jelenti, hogy nincs szükség írott anyagokra a modell értékeiről, kritériumairól, működéséről, előnyeiről, elemeiről, szükséges lépéseiről stb., de a személyes tapasztalatok hitelessége meghaladja bármelyik másik módszer hatékonyságát. Úgy gondoljuk, hogy a KÁTМ-ról szóló információk terjesztésében az írott anyagok kiegészítő szerepet játszanak, fontos, hogy ezeket felelősen használjuk, lehetőleg elektronikus formátumban, minél kevesebb nyomtatott példányban.

látogatások megszervezése, amelyeken potenciális fogyasztók és termelők győződhetnek meg a modell működéséről²⁴.

Szintén fontos szerepet játszanak azok a szervezetek, amelyek részben vagy teljes egészében a KÁTM népszerűsítésének szentelik tevékenységüket. Nemzetközi szinten kiemelkedő szerepet tölt be az Urgenci hálózat. A hálózatnak 2008 és 2011²⁵ között volt egy, a partnerséget disszemináló programja Európa keleti felén.

Nem gondoljuk, hogy ennek a mozgalomnak sorsa vagy feladata lenne a tömegessé válás, de az eddigi tapasztalatok alapján jelentős szerepet játszhat a helyi gazdaságot erősítő kezdeményezések, alternatívák között.

Felhasznált irodalom

*** *CSA Action Manual*. Soil Association, http://library.uniteddiversity.coop/Food/Community_Supported_Agriculture_Action_Manual.pdf

*** Programul Național de Dezvoltare Rurală, versiunea 2009, www.madr.ro

*** *The impact of community supported agriculture*. Soil Association, 2011, www.soilassociation.org

Adam, Katherine L.: *Community supported agriculture*. National Sustainable Agriculture Information Service, 2006. www.attra.ncat.org

Bálint János: Direktmarketing: a magyar vidék termékeinek közvetlen értékesítése. In Bálint János et al. (szerk.): *Vidékfejlesztés, vidékfejlesztés intézményrendszere*, Debreceni Egyetem ATC AVK, Budapest, 2007.

Binimelis, Rosa - Descombes, Charles-Andre: *Comercialització en circuits curts*. Escola Agraria de Manresa, 2010.

Bruch, Megan L. - Ernst, Matthew D.: *A Farmer's Guide to Marketing through Community Supported Agriculture*. The University of Tennessee, Institute of Agriculture, 2010.

Henderson, Elisabeth - Van En, Robyn: *Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture*. Chelsea Green Publishing, 2007.

24 Ezeknek a látogatásoknak a költségei nem feltétlenül magasak, és az érdeklődő résztvevők finanszírozhatják, hogy közülük egy fogyasztó és egy termelő részt vegyen egy tanulmányúton. Mivel az ország több pontján működik már KÁTM, az utazási és szállási költségek egyre elérhetőbbek.

25 A tevékenység mennyiségi mutatókban kifejezve: a projektben 12 ország vett részt, 37 akció zajlott le, 126 tapasztalatcsere, 121 farmlátogatás, 56 nyilvános találkozó, hozzávetőleg 1500 fogyasztó, illetve 450 termelő vett részt. Emellett a projekt mellett 2011-2013 között egy Grundtvig program is zajlott (CSA4Europe), 8 ország részvételével 100 tapasztalatcserevel.

Martinez, Steve et al.: *Local Food Systems Concepts, Impacts, and Issues*. Economic Research Report Nr 97, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, May 2010.

Perry, Jill - Franzblau, Scott: *Local Harvest*. A Multifarm CSA Handbook, SARE, 2010.

Soil Association: *A Share in the Harvest*. An action manual for community supported agriculture, 2nd edition, www.soilassociation.org.

Veraldi, Donato Tomasso: *Report on the future for young farmers under the ongoing reform of the CAP*. EC, 2008.

http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/ciolos/headlines/speeches/2010/10/20101014_en.htm

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Agricultural_census_2010_-_provisional_results

<http://www.joaa.net/english/teikei.htm>

<http://www.localharvest.org/csa/>

<http://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2012/02/Comunicat-date-provizorii-rpl-2011.pdf>

www.asat.ecosapiens.ro

www.asatromania.ro

www.caritas-ab.ro

www.civitas.ro

www.coe.int

www.cries.ro

www.gobetermek.ro

www.green-agera.ro

www.iris-network.eu

www.joaa.net

www.olivades.com

www.szka.org

www.szekelygyumolcs.ro

www.szekelytermek.ro

www.tarnalact.ro

www.transylvania-authentica.ro

www.urgenci.net

www.varoshaza.ro