**Informacja z II spotkania grupy tematycznej ENRD "*Konkurencyjność i gospodarka oparta
na wiedzy na obszarach wiejskich*" (Smart and Competitive Rural Areas), które odbyło się 24.02.2016 r. w Brukseli. Celem spotkania była prezentacja dobrych praktyk oraz dyskusja na temat tego, jakie innowacyjne narzędzia mogą pomóc w docieraniu do rynków zbytu oraz gdzie przy tej okazji są szanse na rozwinięcie agro-biznesu.**

**Tematem spotkania był rozwój wartości dodanej oraz poprawa dostępności do rynków.**

*Opracowanie: Błażej Jendrzejewski, Zakład Modelowania Ekonomicznego, Instytut Rozwoju Wsi
i Rolnictwa PAN.*

1. **1 sesja interaktywna: Jakie są kluczowe potrzeby i możliwości które mogą być rozwijane w celu dotarcia do nowych rynków i umożliwienia przedsiębiorczości oraz wartości dodanej?**
2. Szerokopasmowy dostęp do Internetu: *(w przypadku Polski występuje oddalenie kilkanaście kilometrów od 100 tysięcznego miasta, bardzo mała dostępność opcji dostawców internetowych, a Internet ma zazwyczaj ograniczony transfer miesięczny)*
	* Rozwinięcie technologii oraz platform sieciowych (telefony, komputery)
	* Rozwinięcie umiejętności oraz zmiana postrzegania technologii informatyczno-komunikacyjnych (ICT) (w przypadku Polski pojawia się potrzeba zwiększania umiejętności rolników)
	* Rozwinięcie alternatywnych sposobów promocji oraz sprzedaży produktów (Użycie telefonów, sieci socjalnych) – *wśród możliwości wymienić należy promocję usług Agro-cateringu, a w przypadku Polski: portale bezpośredniej sprzedaży produktów ekologiczny i lokalnych przez rolników, na przykład www.odrolnika.pl, www.paczkaodrolnika.pl, www.lokalnyrolnik.pl*
3. Powstanie organizacji rolniczych – sprzedaż detaliczna - zrzeszających małe i średnie przedsiębiorstwa – *w tej kwestii* *można wykorzystać RDP LEADER*
4. Większa przejrzystość dostępnych danych – *Łatwiejszy dostęp do biznes planów/danych przeniesie się na właściwe wycenianie produktów przez rolników.*
5. Potrzeba lepszego zrozumienia rynku - u*życie kryteriów selekcji w dostępie do danych; rolnicy, jako czynnik zmieniający zachowania klientów – na przykład przez innowacyjne produkty: Belgia –milky icecubes, cherry on the go.*
6. Rozwinięcie umiejętności biznesowych rolników (doradztwo i rozwój umiejętności) – *rozwiązaniem może być powstanie/użycie pośredników handlowych (market broker).* Przykład: Katalonia –program treningowy, Belgia – Rada konsultancyjna (BE-Flanders), Niemcy- Konkurencja/konkurs dla najlepszych pomysłów.
7. Umożliwić/stworzyć sprzyjające nauce środowiska – wymiana oraz powstawanie nowych pomysłów i idei – w tej kwestii pomocne może się okazać rozwiązanie, gdy narodowe sieci mogą stworzyć takie środowiska i połączyć międzynarodowych udziałowców. Przykład: Austria: Lokalne Grupy Działania zapewniają wsparcie międzydyscyplinarne na potrzeby koordynacji między sąsiadującymi regionami. Szkocja: LGDy wspierają przedsiębiorstwa.
8. Potrzeba dalszego wsparcia po fazie początkowej.
9. Doradztwo względem dostępnych dopłat. Przykład: LGDy w Austrii.
10. Internet jako narzędzie dostępu do lokalnych produktów.
11. Public food: Promowanie lokalnych produktów może być niezgodne z europejskimi zasadami konkurencji!

**Podsumowanie:**

**Potrzeby:**

* Doradztwo oraz rozwijanie umiejętności rolniczych
* Dalsze wsparcie po pierwszej fazie –fazie wdrożenia
* Promowanie zakupu lokalnych produktów przez instytucje państwowe może powodować problem z przepisami unijnymi w zakresie konkurencji
* Polepszenie znajomości rynku przez rolników
* Tworzenie organizacji/klasterów rolniczych
* Stwarzanie środowiska sprzyjającemu nauce rolników
* Doradztwo względem dostępnych dotacji
* Rozwój technologii komunikacyjno-informatycznych
* Wykorzystanie nowych sposobów komunikacji pomiędzy udziałowcami.

**Możliwości:**

* Większe użycie Internetu dla promocji i sprzedaży produktów
* Powstanie i rozwój maklerów na rynkach rolnych
* Zastosowanie kryterium selekcji w dostępie do danych
* Zwiększanie roli rolników w zmienianiu zachowań klientów
* Powstanie środowiska sparzającemu nauce
* Innowacja produktów
* Umiejętności biznesowe rolników/ lepsze biznesplany
* Agro-katering
1. **2 sesja interaktywna: Gdzie powinniśmy rozwijać narzędzia i działania aby je wesprzeć:**
2. Nabywanie nowych umiejętności:
	* Usługi doradcze
	* Wyspecjalizowane rolnicze szkoły średnie ( w przypadku Polski może to być droga na uniwersytety rolnicze)
	* Wykorzystywane materiały dydaktyczne powinny być oparte na prawdziwych przykładach (case study)
3. Ułatwianie dostępu do ziemi dla młodych rolników
	* Rumunia: Wsparcie dla emerytowanych rolników przez dotacje,
	* Włochy: Międzypokoleniowa kooperacja – niezależna od własności ziemi
4. Krajowe Sieci Obszarów Wiejskich (NRN) powinny używać metod pozwalających uzyskać dostęp do udziałowców zgodnie z ich działalnością.
5. Stworzenie grup tematycznych
6. Wykorzystanie narodowych stowarzyszeń rolników np. Wspólna konferencja Copa Cogeca
z NRN
7. Roadshows (tematyczne wycieczki edukacyjne dla rolników): jak promować lokalne produkty i tworzyć wartość dodaną. Przykład: Belgia: Sprzedaż lokalnych produktów w kościołach. Centra miasteczek zostają przebudowane na place zabaw i miejsca spędzania czasu wolnego zamiast pełnienia funkcji parkingów.
8. Doradztwo powinno rozwijać zaufanie pośród różnych udziałowców w łańcuchu dostaw
9. Szkoły letnie
10. Stworzenie „Mapy” oraz „przewodników” do już dostępnych dla udziałowców narzędzi online.
11. Konsultacje Społeczne w przypadku Polski.
12. Wykorzystanie sieci europejskich w zwiększeniu świadomości udziałowców o różnych dostępnych dotacji w celu maksymalnego wykorzystania interaktywnych modeli innowacji.
13. Stworzenie specjalnych Europejskich „case studies” przedstawiających, co funkcjonuje, a co nie sprawdza się w danych warunkach. Arkusze informacyjne dostosowane do specjalnych potrzeb udziałowców.
14. W przypadku Polski pomoc Państwa w otwieraniu nowych rynków exportu produktów (aktualny przykład Polska konina do Japonii, drób oraz produkty mleczarskie na Kubę).