

На населението на Готланд открай време му се налагало да търси нови начини да си изкарва прехраната и то винаги търси нови пазари за продуктите си, като се стреми да намери специална ниша, за да се диференцира от продуктите, предлагани от други райони. Проектът по линия на ЛИДЕР+ спомогнал за създаването на дружество, което да извършва продажби от името на производителите на хранителни стоки на острова (Saljbolag fur livsmedelsproducenter) и да разкрие нови възможности в континенталната част на Швеция. Това е проект за работа в мрежа, управляван от „Матон Готланд“ („Maton Gotland“) (Готланд, „островът на храните“), който беше избран през 2005 г. от МИГ на Готланд по ЛИДЕР+, като най-добрият проект на острова. „Матон Готланд“ и дистрибуторът му на дребно имат изключително добри резултати и ни дадоха възможност да си имаме традиционна ферма, да обработваме продуктите си сами и да излизаме на съвършено нови пазари. ЛИДЕР+ ни предостави уникална възможност, която се опитваме да използваме и да развиваме по възможно най-добрия начин, казва ръководителят на проекта Од Норман във фермата Еймунд (Ejmund) в общината Рома Централен Готланд.

Стратегия за качествени продукти от регион Монтиферу - Сардиния (Италия), **МИГ Монтиферу, Баригаду, Синус**

От 50-те години на XX век районът на МИГ Монтиферу, която включва Баригаду и Синис, претърпя високо ниво на миграция на населението от селските към градските райони. В резултат селското стопанство и други традиционни дейности загубиха работната сила, а също и знанията и уменията, необходими за производство на регионалните традиционни продукти. Постепенното влошаване на демографската ситуация дълбоко засегна местната общност, като създаде усещане за загубване на местна идентичност чрез изчезването на традиционните нрави и обичаи. Появиха се също и екологични проблеми в резултат на спирането на земеделските дейности, като ерозия на почвата и изчезване на екологични и ендемични видове. Основната цел на МИГ в Монтиферу бе да оживи социално-икономическата система на региона, основаваща се на животновъдството и дребните занаятчийски частни фирми. Тази цел беше постигната чрез:

- добавяне на стойност към местните продукти и улесняване на техния достъп до местните пазари;
- опазване на природните ресурси, които са застрашени от изчезване; подобряване на образа на Монтиферу; възстановяване на социално-културното наследство на местната общност (нравите и обичаите, които по-рано са характеризирали селския живот в областта).

МИГ работи по процеса на добавяне на стойност и подпомагане на местната селскостопанска продукция да достигне пазара. Проектът е насочен към типично местно сирене, наречено „Казицолу“ (Casizolu), направено от мляко от специална подрода добитък - Modicano Sarda. Кравите пасат на пасището и дават мляко със специфичен вкус на „гора и листа“. Инвестициите в производството на сиренето „Казицолу“ са насочени към: подобряване на производствения процес, планиране на хранителната безопасност, курсове за обучение, финансиране на обработката, маркетингово подпомагане, създаване на мрежа с други местни качествени продукти (мед, екстра чист зехтин, вино „Малвазия“), засилване на присъствието на сиренето в сектора на кетъринга на високо ниво, както и подпомагане на производителите да се справят с търсенето чрез управленски техники на верига от доставчици.

Ферми Гелнбароу, Ирландия Графство Лаоис (Laois) е разположено в централната част на Ирландия и заема площ от почти 172 000 хектара. Около 70% от неговото население живее в селски райони и на селското стопанство се падат 20% от основните източници на доходи. Средният размер на едно земеделско стопанство е 30 хектара, а

общият им брой е 3000. В рамките на инициативата ЛИДЕР+ Местната икономическа група - Дружество за развитие на селските райони в Лаоис по ЛИДЕР (LEADER Rural Development Company) (ЛИДЕР Лаоис) - избрало темата „Добавяне на стойност към местните продукти“. Дружеството вече било работило много със земеделските производители с ниски доходи по линия на ЛИДЕР II във връзка с: развитието на стопанската им дейност и на бизнес уменията им с цел повишаване на доходите от техните ферми и проучване на стратегии, които биха осигурили дългосрочна жизнеспособност на техните източници на средства за препитание. Дружеството осъществило и голямо проучване по линия на ЛИДЕР II за възможностите за разработка на регионална марка. След събеседвания с доставчици, търговци на дребно и потребители ЛИДЕР Лаоис стигнало до заключението, че има потенциал за надграждане над чувството за лоялност, което хората от Лаоис изпитвали към своя край, чрез разработката на пазарна ниша за висококачествена селскостопанска продукция от местни суровини и с местна преработка и създаване на регионалната марка. При утвърждаването на регионална марка възникнали редица предизвикателства, включително разработката на организационна структура, която да надзирава развитието на марката. Тъй като марката би наблегнала на висококачествената продукция, осигуряването на качеството, безопасността и проследяемостта, то стандартите и процедурите биха били много важни. Необходимо било, също така, местните производители на хранителни стоки да бъдат запознати с всичко това, да се стимулират по-силните връзки между тях и производителите, както и да се разработят маркетингови инициативи.

Първата стъпка, която ЛИДЕР Лаоис трябвало да предприеме, била да се обърне към местен преработвател на месо и да предложи да се създаде регионална марка, която да включва първокачествен продукт. На преработвателя се гарантирало високо качество на суровината срещу споразумения за определени цени за доставчиците.

Местният продукт, на свой ред, трябвало да получи цена за първокласно качество в Лаоис. След провеждане на преговори месопреработвателят дал принципното си съгласие за сключване на договор с местните селскостопански производители, чрез който да се гарантират качеството и цената.

Ценността на „Лидер“ проличава от множеството стойностни проекти, подпомогнати в последните години, които имат реално влияние върху всекидневния живот на хората, живеещи в селските райони. Примерите, посочени тук, дават представа за разнообразието и творческия характер на стратегиите за развитие на селските райони, въведени от МИГ в различни региони на Европа. Те също показват, че МИГ са използвали добре възможностите, предоставени им от програмата „Лидер“ за сътрудничество на регионално, национално и европейско равнище, както и да създават връзки, за да споделят опит и добри практики.