



Cofinanțat de  
Uniunea Europeană



PUBLICAȚIE PRACTICĂ

# Patrimoniul gastronomic ca resursă pentru dezvoltare locală

---

Ghid practic pentru Grupurile de Acțiune Locală

**De la rețete și produse locale la locuri de muncă, competențe și cooperare între teritorii**

O publicație a Echipei GALosfera

Ediția 2026



CENTRU DE FORMARE  
PROFESIONALĂ  
PENTRU ADULȚI



## Despre această publicație

Patrimoniul gastronomic nu înseamnă doar produse și rețete. El include cunoștințe, tehnici, ingrediente, peisaje, ocupații, ritualuri, sărbători și relații între oameni. Pentru un GAL, gastronomia poate lega agricultura, turismul, cultura, educația, incluziunea și dezvoltarea economică într-o intervenție teritorială coerentă.

Ghidul oferă un cadru practic pentru identificarea resurselor gastronomice, implicarea comunității, promovarea responsabilă, dezvoltarea competențelor și pregătirea proiectelor de cooperare. Accentul este pus pe valoarea păstrată în teritoriu, nu pe promovarea izolată a unui produs sau eveniment.

### Cui se adresează

Echipelor GAL, membrilor parteneriatelor locale, producătorilor, unităților de alimentație, punctelor gastronomice locale, meșteșugarilor, furnizorilor de formare, autorităților, organizațiilor culturale, operatorilor turistici și organizațiilor active în ocupare și incluziune.

### Cum se folosește

- Pentru diagnoza rapidă a patrimoniului gastronomic și a lanțului valoric local.
- Pentru consultarea comunității și selectarea inițiativelor cu impact real.
- Pentru planuri de ocupare, formare, antreprenariat și incluziune.
- Pentru proiecte de cooperare interteritorială și transnațională.

#### Limită importantă

Ghidul nu înlocuiește verificarea condițiilor de finanțare, a normelor sanitar-veterinare, fiscale, comerciale, de proprietate intelectuală, protecție a datelor sau organizare a evenimentelor. Cerințele aplicabile se verifică pentru fiecare activitate și beneficiar.

Coordonare editorială: Asociația PRO UNESCO



## Cuprins

| Capitol | Temă                                            | Pag. |
|---------|-------------------------------------------------|------|
| 1       | Patrimoniul gastronomic și rolul GAL-ului       | 4    |
| 2       | Inventarierea și selecția resurselor locale     | 7    |
| 3       | Promovare, evenimente, rute și lanțuri scurte   | 10   |
| 4       | Ocupare, competențe și formare                  | 15   |
| 5       | Antreprenoriat și incluziune                    | 19   |
| 6       | 12 idei de proiecte pentru GAL-uri              | 22   |
| 7       | Cooperare între GAL-uri                         | 25   |
| 8       | Implementare, indicatori și plan de 100 de zile | 29   |

## Principiul central

### Nu promovăm doar gustul

O inițiativă solidă păstrează cunoașterea locală, recunoaște comunitatea purtătoare, creează venituri corecte, formează oameni, reduce risipa și construiește legături între producători, servicii și vizitatori.

## Rezultatul urmărit

La final, GAL-ul ar trebui să poată răspunde la cinci întrebări:

1. Ce patrimoniu avem?
2. Cine îl păstrează?
3. Ce valoare poate produce fără a-l banaliza?
4. Ce competențe și locuri de muncă sunt necesare?
5. Cu cine putem coopera pentru o scară mai bună?



## 1. Ce este patrimoniul gastronomic?

Patrimoniul gastronomic este o formă de patrimoniu viu. Nu se reduce la o listă de preparate «vechi», ci include practicile prin care o comunitate produce, pregătește, consumă și transmite hrana. UNESCO folosește noțiunea de foodways pentru a surprinde legăturile dintre agricultură, pescuit, ritualuri, tehnici culinare, biodiversitate, cunoașterea naturii și viața socială.

| Componentă           | Exemple locale                                | Ce trebuie documentat                     |
|----------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Ingrediente          | soiuri, rase, plante spontane, pește, lactate | origine, sezon, disponibilitate, presiuni |
| Produce și preparate | pâine, brânzeturi, conserve, supe, deserturi  | rețetă, variații, tehnică, ocazie         |
| Cunoaștere           | fermentare, afumare, uscare, păstrare         | cine știe, cum se transmite, ce se pierde |
| Spații               | stână, moară, cuptor, piață, gospodărie       | funcție, acces, stare, poveste            |
| Practici sociale     | mese comunitare, târguri, sărbători           | participanți, reguli, sens local          |
| Ocupații             | brutar, cioban, pescar, bucătar, ghid         | competențe, venit, succesiune             |

### Patrimoniu viu, nu decor

O rețetă fără practicieni, ingrediente și contexte de transmitere devine doar conținut de promovare. GAL-ul trebuie să urmărească viabilitatea: există oameni care practică? tinerii pot învăța? activitatea poate genera un venit decent? resursa naturală este folosită sustenabil?

## Principii pentru o promovare responsabilă

| Principiu                     | Aplicare practică                                                                            |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comunitatea decide            | Purtătorii patrimoniului participă la documentare, selecție și utilizarea poveștii.          |
| Atribuire corectă             | Sunt menționate persoanele, localitățile și sursele; acordul este documentat.                |
| Autenticitate fără rigiditate | Sunt prezentate variațiile locale; nu se inventează o singură versiune «oficială».           |
| Beneficii distribuite         | Promovarea conduce spre vânzări, servicii, formare și oportunități pentru actorii locali.    |
| Siguranță și conformitate     | Degustările, producția, etichetarea și evenimentele respectă cerințele aplicabile.           |
| Sustenabilitate               | Se evită presiunea excesivă asupra resurselor, sezonalitatea falsă și risipa.                |
| Accesibilitate și incluziune  | Informația, spațiile și activitățile sunt gândite pentru categorii diferite de public.       |
| Măsurare                      | Se urmăresc nu doar vizualizări, ci venituri locale, colaborări, competențe și continuitate. |

### Trei riscuri de evitat

- Folclorizarea: poveste simplificată pentru turiști, ruptă de sensul comunitar.
- Extragerea valorii: imaginea locului este folosită, dar venitul pleacă din teritoriu.
- Uniformizarea: produsele și evenimentele devin identice, deși teritoriile sunt diferite.

#### Test rapid

Dacă inițiativa dispare după terminarea finanțării și nu lasă competențe, relații, produse sau venituri locale, a fost în principal o campanie, nu o intervenție de dezvoltare.



## Rolul GAL-ului

GAL-ul nu trebuie să devină producător, agenție de turism sau organizator permanent. Rolul său distinct este de a conecta actorii și de a transforma resurse dispersate într-un sistem teritorial funcțional.

| Rol                       | Acțiuni concrete                                          | Limită sănătoasă                          |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Catalizator               | convoacă actorii, creează încredere, formulează viziunea  | nu substituie organizațiile locale        |
| Cartograf                 | inventariază resurse, nevoi, competențe și lacune         | nu proclamă autenticitatea fără dovezi    |
| Intermediar               | leagă producători, turism, educație, ocupare și finanțare | nu favorizează netransparent operatori    |
| Laborator                 | testează prototipuri mici și învață din rezultate         | nu extinde înainte de validare            |
| Constructor de capacitate | formează echipe, sprijină standarde și instrumente comune | nu reduce formarea la participare formală |
| Partener de cooperare     | aduce scară, schimb de practici și acces la piețe         | nu copiază modele fără adaptare           |

## Guvernanță recomandată

- Grup tematic gastronomic, cu reprezentare publică, privată și civică.
- Reguli publice de selecție a produselor, poveștilor și beneficiarilor promovării.
- Acorduri privind imagini, mărci, date, contribuții și utilizarea materialelor comune.
- Calendar anual, buget, responsabilități și raportare accesibilă comunității.



## 2. Inventarul gastronomic local

Inventarul este un proces participativ, nu un catalog făcut din birou. Scopul său este să identifice ce există, ce este vulnerabil, ce poate fi transmis și ce poate susține activități economice responsabile.

### Etape

1. Stabiliți aria, temele, criteriile și echipa de documentare.
2. Consultați surse existente: monografii, registre, muzee, colecții, presă și cercetări.
3. Nominalizați purtători ai cunoașterii prin apel deschis și recomandări comunitare.
4. Realizați interviuri, observație, fotografii și documentare a proceselor, cu acord.
5. Validați informațiile în întâlniri locale și acceptați existența variantelor.
6. Clasificați elementele după viabilitate, risc, potențial și nevoia de sprijin.
7. Publicați numai informația pentru care există acord și o utilizare clară.

### Fișa minimă a unui element

| Câmp              | Întrebare                               |
|-------------------|-----------------------------------------|
| Denumire locală   | Cum este numit de comunitate?           |
| Loc și comunitate | Unde și de către cine este practicat?   |
| Descriere         | Ingrediente, tehnici, sezon, context?   |
| Transmitere       | Cine îl poate preda și cui?             |
| Viabilitate       | Este practicat, rar sau în pericol?     |
| Dovezi            | Interviuri, imagini, surse, obiecte?    |
| Acorduri          | Ce poate fi publicat și în ce condiții? |
| Oportunități      | Formare, produs, experiență, cooperare? |

## Harta actorilor și a lanțului valoric

Un preparat ajunge la consumator printr-un lanț de oameni și servicii. Cartografierea trebuie să includă actorii vizibili și invizibili: furnizori de materie primă, procesatori, transport, ambalare, piețe, bucătari, ghizi, formatori, instituții și organizații comunitare.

| Categorie    | Actori de identificat                      | Întrebări                                           |
|--------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Resurse      | fermieri, crescători, culegători, pescari  | Există volum, sezonabilitate și continuitate?       |
| Transformare | procesatori, brutării, gospodării, PGL     | Ce capacitate și ce autorizări sunt necesare?       |
| Piață        | magazine, piețe, HoReCa, achizitori        | Ce cerere, preț și standarde există?                |
| Experiențe   | ghizi, pensiuni, muzee, evenimente         | Cum se leagă gustul de loc și poveste?              |
| Cunoaștere   | seniori, meșteri, școli, cercetători       | Cine poate documenta și transmite?                  |
| Sprijin      | GAL, UAT, ONG, AJOFM, furnizori de formare | Ce resurse, servicii și finanțări pot fi conectate? |



## Matrice influență–interes

- Influență mare / interes mare: implicați în guvernare și decizii.
- Influență mare / interes redus: demonstrați beneficiile și reduceți barierele.
- Influență redusă / interes mare: oferiți voce, sprijin și acces la oportunități.
- Influență redusă / interes redus: informați și monitorizați schimbarea.

### Întrebarea dificilă

Cine lipsește de la masă? De regulă: lucrătorii sezonieri, femeile care păstrează rețete fără statut economic, tinerii, micii producători neorganizați și persoanele vulnerabile.

## Cum selectăm ce promovăm?

Nu toate elementele inventariate trebuie promovate imediat. Unele au nevoie mai întâi de documentare, transmitere, refacerea resursei sau clarificarea drepturilor și responsabilităților.

| Criteriu         | Întrebare de selecție                                 | Scor 1–5                 |
|------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------|
| Relevanță locală | Este recunoscut de comunitate și legat de teritoriu?  | <input type="checkbox"/> |
| Viabilitate      | Există practicieni, resurse și capacitate?            | <input type="checkbox"/> |
| Transmitere      | Poate genera ucenicie sau formare?                    | <input type="checkbox"/> |
| Valoare locală   | Poate produce venit distribuit în teritoriu?          | <input type="checkbox"/> |
| Diferențiere     | Este distinct fără artificii de marketing?            | <input type="checkbox"/> |
| Sustenabilitate  | Respectă resursele, sezonalitatea și bunăstarea?      | <input type="checkbox"/> |
| Incluziune       | Creează acces și oportunități pentru grupuri diverse? | <input type="checkbox"/> |
| Fezabilitate     | Poate fi testat legal și operațional?                 | <input type="checkbox"/> |

## Decizie în patru categorii

| Categorie          | Acțiune                                                               |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Promovare imediată | Element documentat, viabil, conform și pregătit pentru piață.         |
| Dezvoltare         | Are potențial, dar necesită standardizare, competențe sau investiții. |
| Salvgardare        | Este vulnerabil; prioritatea este documentarea și transmiterea.       |
| Nu promovăm încă   | Riscurile, conflictele sau lipsa dovezilor sunt prea mari.            |



### 3. Povestea produsului și identitatea teritorială

O poveste bună nu inventează origini spectaculoase. Ea arată legătura verificabilă dintre oameni, loc, resurse și practică. Publicul trebuie să poată înțelege ce este distinct, cine păstrează cunoașterea și de ce produsul aparține aceluia teritoriu.

#### Structura unei povești credibile

1. Locul: peisaj, climă, resurse și istorie relevantă.
2. Oamenii: practicieni, familii, comunități și ocupații.
3. Procesul: ingredient, tehnică, sezon și timp.
4. Sensul: când se consumă, ce relații și valori exprimă.
5. Prezentul: cum continuă, se adaptează și susține traiul local.
6. Dovada: surse, mărturii și elemente care pot fi verificate.
- 7.

##### Model de text

În [LOCALITATE], [PRODUSUL/PREPARATUL] este legat de [RESURSĂ/PRACTICĂ]. Este realizat de [PRACTICIENI], folosind [TEHNICĂ] în perioada [SEZON]. Tradiția este transmisă prin [MOD], iar astăzi contribuie la [ROL CULTURAL/ECONOMIC]. Informația a fost documentată prin [SURSE].

#### Ce evităm

- „Rețetă secretă de sute de ani” fără dovadă.
- Etichete precum autentic, unic sau tradițional folosite fără criterii.
- Fotografii cu persoane sau proprietăți fără acord.
- Promisiuni privind sănătatea sau calitatea care nu pot fi demonstrate.

### Promovarea digitală

Platforma digitală trebuie să conducă publicul către oameni, locuri și acțiuni. O hartă frumoasă fără informații actualizate, program, contact și posibilitate de rezervare sau cumpărare produce vizibilitate, nu valoare economică.

| Conținut              | Format                      | Regulă de calitate                  |
|-----------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Fișă produs/preparat  | pagină scurtă + fotografii  | surse, producător, sezon, acces     |
| Portret de practician | interviu, video scurt       | acord, atribuire, limbaj firesc     |
| Hartă gastronomică    | hartă filtrabilă            | date actualizate și accesibilitate  |
| Calendar              | evenimente și ateliere      | responsabil de actualizare          |
| Rută                  | itinerar, durată, rezervare | capacitate reală și plan alternativ |
| Bibliotecă            | rețete, povești, metode     | drepturi de utilizare și versiuni   |
| Conținut social       | serii tematice              | mesaj coerent, link spre acțiune    |

#### Indicatori mai buni decât numărul de vizualizări

- Solicitări, rezervări, vizite, vânzări și revenirea clienților.



- Număr de operatori locali activi și distribuția beneficiilor.
- Conținut creat împreună cu comunitatea și elemente documentate.
- Tineri implicați, competențe dobândite și colaborări noi.

#### Principiu

Datele de contact, programul și disponibilitatea trebuie revizuite periodic. Informația greșită afectează încrederea întregii destinații.

## Evenimente gastronomice cu impact

Un eveniment nu este un scop în sine. El poate testa produse, conecta furnizori, atrage vizitatori, transmite competențe și crea comenzi. Dacă rămâne doar o scenă cu standuri, efectul economic și educațional este redus.

### Șase componente

| Componentă      | Întrebare practică                                          |
|-----------------|-------------------------------------------------------------|
| Curatoriere     | Cine participă și după ce criterii publice?                 |
| Poveste         | Cum este explicată legătura cu teritoriul?                  |
| Experiență      | Ce poate vedea, face sau învăța vizitatorul?                |
| Piață           | Cum se facilitează vânzarea și comenzile ulterioare?        |
| Competențe      | Ce demonstrații, ateliere sau mentorat sunt incluse?        |
| Sustenabilitate | Cum gestionăm transportul, vesela, apa, energia și risipa?  |
| Accesibilitate  | Cum participă familii, seniori și persoane cu dizabilități? |
| Evaluare        | Ce date colectăm și ce schimbăm data viitoare?              |

### Formate alternative

- Masă comunitară cu ingrediente documentate și gazde locale.
- Piață profesională producător–restaurant–magazin.
- Laborator de rețete între seniori, tineri și bucătari.
- Festival itinerant între localități, nu concentrat într-un singur centru.
- Săptămână gastronomică în restaurante și puncte locale, cu meniu comun tematic.

## Rute și experiențe gastronomice

O rută este un produs comun, nu o listă de puncte pe hartă. Are o promisiune clară, o ordine logică, servicii compatibile, program, rezervare, standarde minime și responsabilitate pentru coordonare.

| Element | Conținut minim                |
|---------|-------------------------------|
| Temă    | o poveste care leagă opririle |



| Element    | Conținut minim                               |
|------------|----------------------------------------------|
| Public     | profil, interese, mobilitate, buget          |
| Traseu     | durată realistă, distanțe, sezonabilitate    |
| Opriri     | activitate concretă, capacitate, contact     |
| Servicii   | masă, cazare, ghidaj, transport, cumpărături |
| Calitate   | criterii comune și feedback                  |
| Rezervare  | canal unic sau procedură clară               |
| Siguranță  | alergenii, acces, urgențe, vreme             |
| Venit      | reguli transparente de preț și distribuție   |
| Coordonare | organizație și responsabil desemnat          |

## Prototip înainte de lansare

Testați ruta cu 8–12 persoane care nu cunosc zona. Măsurați timpul real, claritatea informațiilor, confortul, calitatea interacțiunii, cheltuiala locală și punctele de blocaj. Corectați înainte de promovarea largă.

### Semnal de alarmă

Dacă experiența depinde de o singură persoană, de un singur sezon sau de apeluri improvizate în ziua vizitei, produsul nu este încă pregătit pentru piață.

## Lanțuri scurte și piețe locale

Promovarea patrimoniului gastronomic are efect economic atunci când cererea se transformă în tranzacții locale stabile. Lanțurile scurte pot reduce distanța dintre producător și consumator, dar au nevoie de logistică, agregare, standarde, planificare și încredere.

| Model                | Avantaj                               | Condiție critică                         |
|----------------------|---------------------------------------|------------------------------------------|
| Coș săptămânal       | cerere previzibilă                    | coordonarea volumelor și livrării        |
| Piață periodică      | contact direct și testare             | calendar, selecție, continuitate         |
| Hub alimentar        | agregare și servicii comune           | guvernanță și cost operațional           |
| Achiziție HoReCa     | volum și vizibilitate                 | specificații, facturare, constanță       |
| Meniu teritorial     | poveste comună între operatori        | ingrediente și reguli verificabile       |
| Platformă de comenzi | acces și date despre cerere           | actualizare, logistică, responsabilitate |
| Grup de cumpărare    | relație stabilă producător–consumator | organizare și comunicare                 |

## Rol posibil pentru GAL

- Analiza barierelor și facilitarea acordului între actori.
- Testarea unui model pilot, fără a crea dependență permanentă de GAL.



**Cofinanțat de  
Uniunea Europeană**



- Formare în costuri, preț, planificare, calitate și cooperare.
- Conectarea la soluții logistice, digitale și de finanțare.



## 4. Gastronomia și ocuparea locală

Patrimoniul gastronomic poate susține locuri de muncă directe și indirecte. Unele sunt ocupații existente care au nevoie de profesionalizare; altele apar prin combinarea competențelor culinare cu turismul, comunicarea, logistica sau digitalizarea.

| Zonă       | Roluri și activități                              | Competențe-cheie                        |
|------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Producție  | producător, procesator, brutar, lucrător sezonier | tehnică, igienă, planificare            |
| Servire    | bucătar, ajutor, ospătar, gazdă PGL               | producție culinară, relația cu clientul |
| Turism     | ghid, coordonator rută, facilitator atelier       | interpretare, siguranță, limbi          |
| Comerț     | vânzare, achiziții, relații HoReCa                | preț, negociere, trasabilitate          |
| Logistică  | colectare, depozitare, transport                  | planificare, temperatură, evidență      |
| Comunicare | fotografie, conținut, administrare platformă      | storytelling, digital, drepturi         |
| Formare    | mentor, maestru, formator                         | demonstrație, evaluare, transmitere     |
| Coordonare | manager destinație, rețea, eveniment              | parteneriat, buget, monitorizare        |

### Calitatea ocupării contează

Numărul de activități temporare nu este suficient. GAL-ul trebuie să urmărească durata contractelor, venitul, securitatea muncii, sezonabilitatea, accesul femeilor și tinerilor, progresul profesional și capacitatea afacerilor de a menține locurile de muncă.

## Diagnoza locală a competențelor

Un plan de formare eficient pornește de la cerere, nu de la cursurile disponibile. GAL-ul poate combina interviuri cu angajatori, observația proceselor, date despre ocupare, discuții cu furnizori și evaluarea practică a competențelor.

### Întrebări pentru angajatori și operatori

- Ce posturi sunt greu de ocupat și în ce perioade?
- Ce sarcini nu sunt realizate la standardul necesar?
- Ce schimbări de piață, tehnologie sau reglementare apar?
- Ce competențe pot fi învățate la locul de muncă și cine poate fi mentor?
- Ce bariere împiedică participarea: transport, program, îngrijire, cost, alfabetizare?

### Matrice nevoie-răspuns

| Nevoie observată   | Răspuns posibil            | Dovadă de rezultat           |
|--------------------|----------------------------|------------------------------|
| Servire neuniformă | atelier practic + mentorat | observație la locul de muncă |
| Lipsa costării     | modul de cost și preț      | fișă de cost completă        |
| Promovare slabă    | laborator foto și conținut | profil și calendar publicat  |



| Nevoie observată   | Răspuns posibil                          | Dovadă de rezultat       |
|--------------------|------------------------------------------|--------------------------|
| Cooperare dificilă | facilitare și exercițiu de ofertă comună | acord și ofertă pilot    |
| Lipsa succesorilor | ucenicie/mentorare intergenerațională    | competență demonstrată   |
| Sezonalitate       | competențe multiple și planificare       | mai multe surse de venit |

#### Regulă

Participarea la curs nu este rezultat. Rezultatul este competența demonstrată și folosită în muncă sau într-o activitate economică.

## Planul de formare

| Pas             | Decizie                                   | Document              |
|-----------------|-------------------------------------------|-----------------------|
| 1. Cerere       | roluri, sarcini, standarde și volum       | analiza nevoilor      |
| 2. Public       | profil, nivel, bariere și disponibilitate | fișa grupului-țintă   |
| 3. Rezultate    | ce va putea face participantul            | matrice de competențe |
| 4. Parcurs      | module, practică, mentorat, vizite        | plan de formare       |
| 5. Evaluare     | dovezi și criterii observabile            | grilă și portofoliu   |
| 6. Transfer     | cum se aplică la locul de muncă           | plan individual       |
| 7. Monitorizare | ocupare, venit, utilizare, progres        | raport la 3/6 luni    |

## Formate potrivite

- Ateliere scurte pentru o sarcină concretă.
- Demonstrații în gospodărie, atelier, fermă sau bucătărie.
- Mentorat între practicieni și învățare intergenerațională.
- Vizite de studiu cu temă, fișă de observație și plan de aplicare.
- Microcredite interne sau insigne de competență, dacă sunt clar definite și nu sunt prezentate drept calificări oficiale.
- Cursuri autorizate atunci când ocupația, standardul și obiectivul o cer.

## Selecția furnizorului

Evaluati experiența practică, capacitatea de adaptare la teritoriu, formatorii, echipamentele, accesibilitatea, evaluarea competențelor și sprijinul post-formare. Prețul cel mai mic nu compensează un program fără practică și transfer.



## Propunere de program modular

| Modul                | Conținut aplicat                                | Produs final        |
|----------------------|-------------------------------------------------|---------------------|
| Patrimoniu viu       | documentare, acord, poveste, variații           | fișă validată       |
| Siguranță alimentară | igienă, alergeni, flux, autocontrol             | checklist aplicat   |
| Produs și experiență | ofertă, capacitate, calitate, rezervare         | prototip testat     |
| Cost și preț         | cost complet, marjă, pachet, sezonabilitate     | fișă de cost        |
| Vânzare și relații   | client, HoReCa, piață, negociere                | ofertă comercială   |
| Comunicare digitală  | foto, text, hartă, calendar, date               | pagină publicabilă  |
| Sustenabilitate      | aprovizionare, deșeuri, energie, biodiversitate | plan de reducere    |
| Cooperare            | reguli, roluri, brand comun, conflicte          | acord pilot         |
| Mentorat             | demonstrație, feedback, evaluare                | plan de transmitere |

### Evaluare practică

Participanții pot fi evaluați printr-un portofoliu: fișa elementului gastronomic, un produs sau o experiență demonstrată, fișa de cost, conținutul de promovare, un plan de conformitate și un plan de aplicare. Evaluarea trebuie să arate ce poate face persoana, nu ce definiții poate reproduce.

#### Legătura cu angajarea

Invitați angajatori și operatori la definirea sarcinilor, mentorat și evaluarea finală. Sprijinul pentru ocupare trebuie să continue prin consiliere, potrivire cu posturi, stagii sau sprijin pentru activitate independentă.



## 5. Antreprenoriat gastronomic

Nu orice rețetă trebuie transformată într-o afacere. Un demers viabil rezolvă o nevoie, are capacitate de livrare, preț realist, cerere testată și respectă cerințele aplicabile.

| Întrebare                     | Dovadă minimă                                      |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|
| Cine cumpără?                 | interviuri, precomenzi, test de piață              |
| Ce problemă rezolvă?          | beneficiu concret pentru client                    |
| Ce este local?                | origine, proces, oameni, trasabilitate             |
| Putem livra constant?         | capacitate, calendar, furnizori                    |
| Care este costul complet?     | materii, muncă, utilități, ambalaj, taxe, pierderi |
| Ce cerințe se aplică?         | verificare cu autorități și specialiști            |
| Cum vindem?                   | canale, prețuri, logistică, responsabil            |
| Ce se întâmplă în extrasezon? | produse, servicii sau competențe complementare     |

### Punctul gastronomic local

În România, punctul gastronomic local are un cadru legal specific. El poate fi relevant pentru valorificarea producției primare locale și a rețetelor zonei, dar înființarea și funcționarea trebuie pregătite pe baza legislației și a ghidurilor ANSVSA în forma actuală. GAL-ul poate informa, facilita formarea și conecta inițiatorii cu autoritățile competente; nu trebuie să promită autorizarea.

### Sprijin util

- Preincubare, testare, mentorat, costare și acces la piață.
- Servicii comune: fotografie, ambalaj, logistică, rezervări și contabilitate.

## Incluziune și oportunități pentru tineri

Gastronomia poate crea puncte de intrare pe piața muncii, dar există riscul concentrării persoanelor vulnerabile în activități slab plătite și sezoniere. Intervenția GAL trebuie să urmărească progresul profesional și accesul la roluri diverse.

### Măsuri pentru tineri

- Laboratoare de documentare digitală și interviuri cu practicieni.
- Stagii rotative: producție, servire, promovare, ghidaj și logistică.
- Mentorat plătit și proiecte reale cu portofoliu verificabil.
- Provocări de inovare: ambalaj, reducerea risipei, rezervări, accesibilitate.
- Sprijin pentru revenirea în teritoriu după studii sau experiență externă.



## Măsuri pentru grupuri vulnerabile

| Barieră           | Răspuns                                             |
|-------------------|-----------------------------------------------------|
| Transport         | formare mobilă, orar corelat, sprijin de deplasare  |
| Îngrijire         | program flexibil și servicii de sprijin             |
| Nivel educațional | învățare demonstrativă și materiale vizuale         |
| Lipsa experienței | stagiu, mentor, sarcini progresive                  |
| Echipamente       | laborator comun sau trusă de lucru                  |
| Discriminare      | criterii transparente și monitorizarea participării |
| Sezonalitate      | competențe transferabile și servicii complementare  |

### Indicator de calitate

Nu doar câte persoane participă, ci câte finalizează, demonstrează competențe, intră în muncă, își cresc venitul sau continuă după 6–12 luni.

## Ecosistemul local de sprijin

| Partener                     | Contribuție posibilă                               |
|------------------------------|----------------------------------------------------|
| Producători și operatori     | locuri de practică, mentorat, cerere de competențe |
| UAT și instituții culturale  | spații, patrimoniu, calendar, servicii publice     |
| AJOFM și servicii de ocupare | informare, mediere, măsuri active, date            |
| Furnizori de formare         | programe, evaluare și autorizare unde este cazul   |
| Școli și licee               | orientare, proiecte, practică, voluntariat         |
| Universități și cercetători  | documentare, metode, evaluare, inovare             |
| ONG-uri                      | incluziune, comunitate, voluntariat, drepturi      |
| HoReCa și turism             | piață, testare, integrarea ofertelor               |
| Autorități competente        | informare privind cerințe și conformitate          |
| Alte GAL-uri                 | scară, schimb, produse și promovare comună         |

## Acordul de parteneriat trebuie să clarifice

- Scopul, contribuțiile, costurile și deciziile comune.
- Utilizarea datelor, imaginilor, mărcilor și conținutului.
- Criteriile de participare și gestionarea conflictelor de interese.
- Responsabilitatea pentru calitate, conformitate și comunicare.
- Durata, ieșirea din parteneriat și continuitatea după finanțare.



## 6. 12 idei de proiecte pentru GAL-uri

### 1. Atlas gastronomic viu

Inventar participativ, hartă digitală și arhivă de interviuri.

#### Rezultate

fișe validate, conținut cu acord, plan de transmitere

### 2. Școala meșterilor gustului

Mentorat intergenerațional pentru tehnici vulnerabile.

#### Rezultate

perechi mentor–ucenic, portofolii, demonstrații

### 3. Laboratorul rețetelor de sezon

Ateliere între producători, bucătari și tineri.

#### Rezultate

meniuri testate, fișe de cost, calendar sezonier

### 4. Meniul teritoriului

Ofertă comună în restaurante și puncte gastronomice.

#### Rezultate

criterii, meniu, formare, monitorizare

### 5. Ruta gusturilor locale

Itinerar pilot cu rezervare și standarde comune.

#### Rezultate

traseu testat, ofertă, ghizi și evaluare

### 6. Piața profesională locală

Întâlniri producători–HoReCa–comerț.

#### Rezultate

catalog B2B, cereri, contracte sau comenzi pilot

### 7. Bucătărie mobilă de formare

Echipament și formare itinerantă în sate.

#### Rezultate

module practice și acces pentru zone izolate

### 8. Fără risipă, cu gust local

Soluții pentru surplus, subproduse și meniuri circulare.

#### Rezultate

audit, prototipuri, reducere măsurată

### 9. Tineri reporteri gastronomici

Documentare, foto, video și hărți realizate de tineri.



#### Rezultate

portofolii, conținut verificat, competențe digitale

### 10. Incubator de experiențe

Preincubare pentru ateliere, degustări și servicii.

#### Rezultate

prototipuri, costuri, teste cu public

### 11. Gusturi accesibile

Adaptarea experiențelor pentru seniori și persoane cu dizabilități.

#### Rezultate

audit, formare, materiale și trasee accesibile

### 12. Observatorul gastronomiei locale

Date anuale despre actori, competențe, ocupare și piață.

#### Rezultate

tablou de bord și recomandări pentru SDL

#### Selecție

Alegeți proiectul după problemă, actori și capacitate. O idee atractivă nu este automat eligibilă, sustenabilă sau potrivită teritoriului.



## 7. De ce cooperare între GAL-uri?

Cooperarea este justificată când produce un rezultat pe care un singur teritoriu nu îl poate obține eficient: o masă critică de produse, o rută mai lungă, o metodă comună, acces la piață, competențe rare sau o poveste culturală care traversează granițe.

| Motiv bun              | Exemplu                                             | Dovadă                            |
|------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Complementaritate      | munte-câmpie, producție-turism                      | ofertă comună coerentă            |
| Scară                  | catalog, platformă, campanie, piață B2B             | cost/actor redus, cerere mai mare |
| Învățare               | un GAL are practică matură, altul testează          | metodă transferată și aplicată    |
| Continuitate culturală | același traseu istoric sau tehnic în mai multe zone | poveste documentată împreună      |
| Mobilitate             | schimburi pentru cursanți, mentori și operatori     | competențe și planuri de aplicare |
| Inovare                | laborator comun digital, logistic sau circular      | prototip și evaluare comparată    |

### Cooperarea slabă

- Vizite fără obiective, selecție și aplicare ulterioară.
- Broșură comună fără ofertă, responsabil și actualizare.
- Parteneri aleși doar pentru eligibilitate sau geografie.
- Activități identice în teritorii diferite, fără adaptare.

#### Test

Dacă eliminăm partenerul, rezultatul rămâne același? Dacă da, cooperarea nu este încă justificată.

## Zece modele de cooperare

### 1. Ruta interteritorială

O temă comună, opriri complementare, rezervare și standarde.

#### Parteneri-cheie

GAL-uri + producători + operatori turistici + actori culturali/formare, selectați în funcție de model.

### 2. Academie gastronomică rurală

Module comune, mentori locali, mobilități și evaluare practică.

#### Parteneri-cheie

GAL-uri + producători + operatori turistici + actori culturali/formare, selectați în funcție de model.

### 3. Atlas digital comparativ

Documentare comună, metodologie și hartă multiteritorială.

#### Parteneri-cheie

GAL-uri + producători + operatori turistici + actori culturali/formare, selectați în funcție de model.



#### 4. Piață B2B a GAL-urilor

Catalog, întâlniri cu cumpărători și logistică pilot.

##### Parteneri-cheie

GAL-uri + producători + operatori turistici + actori culturali/formare, selectați în funcție de model.

#### 5. Festival itinerant

Ediții rotative, curatoriere comună și transfer de public.

##### Parteneri-cheie

GAL-uri + producători + operatori turistici + actori culturali/formare, selectați în funcție de model.

#### 6. Rețea de puncte gastronomice

Schimb de practici, formare, promovare și standarde voluntare.

##### Rezultat comun

Metodă, produs sau serviciu folosit în toate teritoriile, nu doar activități paralele.

#### 7. Laborator pentru lanțuri scurte

Testarea agregării, comenzilor și livrărilor în teritorii diferite.

##### Rezultat comun

Metodă, produs sau serviciu folosit în toate teritoriile, nu doar activități paralele.

#### 8. Ucenicie între teritorii

Mentori și cursanți pentru ocupații sau tehnici rare.

##### Rezultat comun

Metodă, produs sau serviciu folosit în toate teritoriile, nu doar activități paralele.

#### 9. Gastronomie fără risipă

Soluții comune pentru surplus, ambalaje și subproduse.

##### Rezultat comun

Metodă, produs sau serviciu folosit în toate teritoriile, nu doar activități paralele.

#### 10. Foodways fără frontiere

Cooperare transnațională pe practici alimentare înrudite și dialog cultural.

##### Rezultat comun

Metodă, produs sau serviciu folosit în toate teritoriile, nu doar activități paralele.



## Cum pregătim proiectul de cooperare

| Etapă          | Întrebare                                 | Livrabil                       |
|----------------|-------------------------------------------|--------------------------------|
| Problemă       | Ce nu poate rezolva un singur GAL?        | notă de justificare            |
| Parteneri      | Ce contribuție unică aduce fiecare?       | profil și scrisoare de interes |
| Rezultat comun | Ce va exista și va fi folosit de toți?    | descriere și standard          |
| Activități     | Ce este comun și ce este local?           | plan de lucru                  |
| Guvernanță     | Cine decide, coordonează și controlează?  | acord și matrice RACI          |
| Buget          | Ce costuri sunt comune și cum se împart?  | buget justificat               |
| Riscuri        | Ce se întâmplă dacă un partener întârzie? | registru și plan B             |
| Evaluare       | Cum demonstrăm valoarea cooperării?       | indicatori și metodă           |
| Continuitate   | Cine menține rezultatul?                  | model operațional              |

### Fișa conceptului comun

#### Model

Titlu • problemă • teritorii • grupuri vizate • patrimoniu comun/complementar • rezultat comun • activități locale și comune • roluri • calendar • buget • indicatori • riscuri • comunicare • continuitate.

### Prima întâlnire între parteneri

Nu începeți cu lista de activități. Începeți cu problema, dovezile și contribuția fiecărui teritoriu. Acordul asupra rezultatului comun trebuie să precedă împărțirea bugetului.



## 8. Monitorizare și indicatori

| Dimensiune     | Indicatori posibili                                                              |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Patrimoniu     | elemente documentate și validate; practicieni implicați; acorduri                |
| Transmitere    | mentori; cursanți; competențe demonstrate; continuare la 6 luni                  |
| Economie       | operatori activi; comenzi; venit local; produse/experiențe menținute             |
| Ocupare        | persoane angajate; activități independente; retenție; calitatea locului de muncă |
| Cooperare      | parteneri activi; instrumente comune; inițiative continuate                      |
| Piață          | rezervări; vânzări; clienți recurenți; contracte B2B                             |
| Incluziune     | participare, finalizare și rezultate pe grupuri                                  |
| Mediu          | aprovizionare locală; deșeuri; ambalaje; sezonabilitate                          |
| Capacitate GAL | personal format; procese; parteneriate; surse de finanțare                       |

### Fișa indicatorului

#### Câmpuri

Denumire • definiție • formulă • unitate • sursă • valoare de bază • țintă • frecvență • responsabil • dezagregare • limită de interpretare.

### Ce nu trebuie confundat

| Activitate               | Rezultat                                    |
|--------------------------|---------------------------------------------|
| Am organizat 5 ateliere  | 32 persoane demonstrează competența         |
| Am publicat o hartă      | 18 operatori primesc solicitări prin hartă  |
| Am realizat o vizită     | 6 practici sunt adaptate și aplicate        |
| Am organizat un festival | vânzări, colaborări și revenirea publicului |

## Plan de acțiune în 100 de zile

| Perioadă      | Acțiuni                                              | Rezultat                           |
|---------------|------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Zilele 1–20   | mandat, grup tematic, hartă actori, surse existente  | cadru și echipă                    |
| Zilele 21–40  | interviuri, inventar rapid, diagnoza competențelor   | listă validată de resurse și nevoi |
| Zilele 41–60  | selecție, consultare, idei și parteneri de cooperare | portofoliu scurt de concepte       |
| Zilele 61–80  | prototip de eveniment/rută/formare și test cu public | date de fezabilitate               |
| Zilele 81–100 | revizie, buget, roluri, indicatori și calendar       | plan anual aprobat                 |



## Checklist înainte de lansare

- ☐ Comunitatea și practicienii au participat la decizie.
- ☐ Poveștile, imaginile și datele au surse și acorduri.
- ☐ Oferta are capacitate, preț și responsabil pentru actualizare.
- ☐ Cerințele juridice și de siguranță au fost verificate.
- ☐ Există o legătură concretă cu ocuparea sau competențele.
- ☐ Beneficiile și costurile sunt distribuite transparent.
- ☐ Indicatorii măsoară rezultate, nu doar activități.
- ☐ Există un plan de continuitate după finanțare.

## Surse oficiale orientative

- UNESCO – patrimoniu cultural imaterial și foodways: <https://ich.unesco.org/>
- EU CAP Network – LEADER și cooperare: [https://eu-cap-network.ec.europa.eu/networking/leader/leader-explained\\_en](https://eu-cap-network.ec.europa.eu/networking/leader/leader-explained_en)
- Comisia Europeană – indicații geografice și scheme de calitate: [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes_en)
- Comisia Europeană – Pact for Skills: <https://pact-for-skills.ec.europa.eu/>
- MADR – produse tradiționale și sisteme de calitate: <https://www.madr.ro/ind-alimentara.html>
- ANSVSA – puncte gastronomice locale și ghiduri: <https://www.ansvsa.ro/comunicare/campanii-ansvsa/puncte-gastronomice-locale/>
- Portal Legislativ – Legea nr. 412/2023 privind punctele gastronomice locale: <https://legislatie.just.ro/public/DetaliiDocument/277492>