



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MODUŁ 6

Sprzedaż prosto z ogródka



6. Sprzedaż prosto z podwórka (gospodarstwa)

6.1. Przeniesienie sprzedaży z podwórka, produkty regionalne

Ostatnie lata pokazały, że pozornie niezachwiana pozycja globalizacji w światowym handlu jest podważana. Problemy, które prowadzą do wzrostu cen praktycznie wszystkiego, związane są z transportem międzykontynentalnym, wojną na Ukrainie, rosnącymi cenami energii, nieproporcjonalną rabunkową eksploatacją zasobów naturalnych, a ich katalizatorem była także pandemia wirusowa. To, co jeszcze niedawno wydawało się stabilne i niezmiennie, teraz jest zmienne i często niepewne. Nie tylko Europa, ale i inne kraje zaczynają wspierać rodzimych producentów, którzy często byli na marginesie zainteresowania, bo paradoksalnie taniej było sprowadzić towar z drugiego końca świata.

Mniejsze wsparcie dla globalnych marek

X

Większy nacisk na regionalne marki





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Kampanie marketingowe i promocyjne, w dużej mierze wspierane przez władze publiczne, zaczynają przekierowywać konsumentów na produkty regionalne. Przejawia się to w szczególności w promocji marek, które producent może uzyskać dla swoich towarów na pewnych, z góry określonych warunkach. Trend ten znajduje odzwierciedlenie nie tylko w poszczególnych krajach, ale również na poziomie Unii Europejskiej. Celem tych działań jest:

wsparcie

krótkie łańcuchy dostaw żywności

i ekonomia cyrkularna



EU-funded projects to promote regional products in the regions



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Krótkie łańcuchy dostaw żywności (SFSC) można zdefiniować jako alternatywne metody sprzedaży, które zmniejszają odległość od pola do stołu i zbliżają producentów do konsumentów. Jednocześnie rośnie znaczenie społeczności lokalnej.

Do form tych należą:

- **rynki i targowiska rolników,**
- **sprzedaż pudełkowa,**
- **sprzedaż bezpośrednia z podwórka / gospodarstwa itp.**

Te formy relacji dostawca-odbiorca mają pozytywny wpływ na środowisko, gospodarkę, społeczeństwo, zdrowie i dobrobyt oraz przyczyniają się do trwałości tych systemów.



Each country has specific varieties of fruit (Gardening Exhibition - Czech Republic)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sprzedaż z podwórka można określić jako:

- bezpośrednią sprzedaż małych ilości produktów w miejscu produkcji
- sprzedaż na rynkach i targowiskach
- dostawę do lokalnego sklepu detalicznego, który dostarcza produkty do konsumenta (za lokalny sklep detaliczny uważa się sklep z odpowiednim asortymentem produktów, położonych najbliżej gospodarstwa hodowcy).



Sale from the yard - herbal soaps (Zahrada U malíře - Czech Republic)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Szczególne warunki sprzedaży prosto z podwórka

Sprzedaż żywności z podwórka jest regulowana przez prawo krajowe i poza wspólnym rdzeniem, jakim jest higiena żywności, może na nią wpływać szereg norm z różnych sektorów. Ponieważ zasoby poszczególnych przepisów krajowych podkreślają zasady o różnym charakterze w tym kontekście, niektóre z tych przepisów specyficznych dla danego kraju zostały wyróżnione.



Sale from the yard - apricot processing



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Kraj	Definicja punktów "lokalnych" sprzedaży detalicznej, dla celów zwolnienia od podatku sprzedaży z podwórka	Kilka nietypowych zasad dotyczących sprzedaży z podwórka
Czechy	Całe Czechy	
Słowacja	Cała Słowacja	
Niemcy	promień 100 km w przypadku zwierząt upolowanych, w pozostałych przypadkach bez ograniczeń	Wyjątki od zakazu otwierania sklepów w niedziele i święta zależą od przepisów krajowych
Austria	brak ograniczeń	Sprzedaż wewnętrzna produktów jest ograniczona do wymienionych towarów
Polska	Województwa macierzyste i województwa sąsiednie	Specjalny system podatku dochodowego od sprzedaży bezpośredniej produktów spożywczych
Francja	Promień 80 km	
Węgry	Region pochodzenia lub promień 40 km	Instytut tzw. "stołów wiejskich dla gości" umożliwiający sprzedaż w systemie, określonej części produktów nie będących własnością
Włochy (Friuli-Venezia Giulia)	Prowincje macierzyste i sąsiednie	Rozpoczęcie działalności uzależnione jest od uprzedniej zgody zakładu w zakresie standardów higieny



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



W większości krajów sprzedaż z podwórka wykorzystuje zwolnienia z unijnego rozporządzenia o higienie żywności

Producent jest odpowiedzialny za bezpieczeństwo i jakość wprowadzanej na rynek żywności oraz jej właściwe oznakowanie.



- Nawet mniejsze sady czynią postępy w zakresie technologii uprawy (Česká republika)

Automat na farmie - sprzedaż produktów mlecznych 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu (Farma mleczna Boubín, Republika Czeska)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sprzedaż z podwórka - mały ogródek może zapewnić zróżnicowaną całoroczną ofertę warzyw i ziół (Zahrada U malíře - ČR)



Przekąski w gospodarstwie z sezonowych składników (SRN)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Przedsiębiorstwa społeczne często korzystają z wyprzedaży we własnych sklepach i uświadamiają społeczność lokalnej zakres swojej, często zajęciowej, działalności (Domov sv. Anežky, Týn nad Vltavou, ČR)