

От къси вериги за доставки на храни до устойчиво земеделие в градските хранителни системи: хранителната демокрация като вектор на прехода

Всички искаме храната да е безопасна, да може са проследим съставките ѝ, а твърденията за ползата от нея да са доказани. ЕС гарантира, че земеделските стопани, производителите и супермаркетите осигуряват висока степен на безопасност за своите продукти и предоставят достъпна информация за потребителите относно всички съставки и техния произход.

Здравето ни е свързано със здравето на животните. Хиляди животински видове живеят заедно с нас на тази планета. Около 30 % от храните в Европа са с животински произход, а две трети от земеделските култури се използват за изхранване на животни. Трябва да опазваме здравето на животните, да ги храним правилно и да се грижим за тях, за да защитим и собственото си здраве.

Храната се добива от природата. Изменението на климата и глобализацията променят хранителната екосистема. Опазването на ландшафта, реките и моретата е много важно за безопасността на нашите храни, за опазване на здравето и за да се радваме на живота си.

Всички обичаме хубаавата и качествена храна. Тя носи здраве на нашите семейства, поддържа културата и традициите и създава хубави спомени. Накратко, храната е част от нашата идентичност.

Всички закони и стандарти на ЕС в секторите на земеделието, животновъдството и производството на храни имат за цел опазване на здравето. Значително по обем законодателство на равнище ЕС обхваща цялата верига на производство и преработка на храни в рамките на Съюза, както и внасяните и изнасяните стоки.

Държавите от ЕС прилагат тези хармонизирани стандарти и контролират тяхното спазване. ЕС извършва проверки на прилагането и ефективността на законодателството и контрола, а освен това осигурява обучение за отговорните европейски и международни органи. са съсредоточени в 4 основни области на защита:

- Хигиена на храните: предприятията от хранителната промишленост – от фермите до ресторантите, включително тези, които внасят хранителни продукти в ЕС, трябва спазват законодателството на ЕС в областта на храните.
- Здраве на животните: санитарен контрол и мерки за домашните любимци, селскостопанските животни и дивата флора и фауна, наблюдение и контрол на болестите и проследяване на движението на всички селскостопански животни.

- Здраве на растенията: откриването и ликвидирането на вредители на ранен етап предотвратява разпространението им и гарантира наличието на здрави семена.
- Замърсители и остатъчни вещества: извършване на мониторинг, за да не попадат замърсители в храните и фуражите. За местните и вносните хранителни и фуражни продукти се прилагат максимално допустими норми.

За чистотата на храните се грижат:

- Система за бързо предупреждение за храни и фуражи (RASFF);
- Интегрирана компютризирана ветеринарна система (TRACES);
- База данни на ЕС за пестицидите;
- Система за нотифициране на фитосанитарно залавяне (EUROPHYT).

Европейският орган за безопасност на храните (ЕОБХ) предоставя независими оценки на риска и научни становища, които се използват при изготвянето на стандартите на ЕС за безопасност на храните.

Целите на европейската политиката за безопасност на храните са две: да защитава здравето на хората и интересите на потребителите и да насърчава гладкото функциониране на европейския вътрешен пазар. В резултат на това Европейският съюз гарантира установяването и спазването на стандарти за контрол в областта на хигиената на фуражите и храните, здравето на животните, здравето на растенията и предотвратяване на замърсяването на храните от външни вещества. Съюзът също така регулира етикетването на хранителните и фуражните продукти.

Правното основание е член 43, член 114, член 168, параграф 4 и член 169 от ДФЕС.

Общ контекст на европейското законодателство

В резултат на поредица от кризи, свързани с храните за хора и фуражите за животни (например появата на СЕГ и уплахата от диоксините) политиката за безопасност на храните на ЕС претърпя мащабна реформа в началото на 2000-те години. Това доведе до развитието на подхода „от фермата до трапезата“, чиято цел е да гарантира високо равнище на безопасност на всички етапи от процеса на производство и дистрибуция за всички хранителни продукти, пуснати на пазара в ЕС, независимо дали са произведени в рамките на ЕС или внесени от трети страни. Това законодателство съставлява комплексна и интегрирана система от правила, обхващащи цялата хранителна верига — от животинските фуражи и здравето на животните, растителна защита и производството на храни, до преработката, съхраняването, транспорта, вноса и износа, както и продажбите на дребно. Тези правила ще бъдат доразвити в контекста на стратегията на Комисията „от фермата до трапезата“, която беше представена през 2020 г. като част от Европейския зелен пакт.

Постижения

А. Общо законодателство

Рамков регламент от 2002 г. установява общите принципи и изисквания на законодателството в областта на храните и фуражите в ЕС, като се взема под внимание „принципът на предпазвателните мерки“ (вж. фиш 2.5.1). Регламентът определя подхода за оценка на риска и установява общи разпоредби за проследимост на храните и фуражите. Той въведе системата за бързо предупреждение в сферата на храните и фуражите, която позволява на държавите членки и Комисията бързо да обменят информация и да съгласуват реакциите си при заплахи за здравето, произлизащи от храни или фуражи. Той създаде също така Европейския орган за безопасност на храните (ЕОБХ), натоварен с оценяване

и предоставяне на информация за всички рискове, свързани с хранителната верига. След проверка за пригодност, и в отговор на Европейската гражданска инициатива относно глифосата,

ЕС преразглежда своето общо законодателство в областта на храните с цел да се подобри прозрачността на оценките на риска на ЕОБХ и независимостта на базовите научни изследвания, както и сътрудничеството с държавите членки в областта на осигуряването на експерти и данни. Комисията си постави като задача да преразгледа други ключови законодателни актове в областта на новите храни, ГМО, пестицидите, материалите, предназначени за контакт с храни, и добавките в храните, така че да бъдат хармонизирани с преразглеждането на общото законодателство в областта на храните и да се повиши прозрачността.

В. Хигиена на храните

През април 2004 г., в рамките на подхода „от фермата до трапезата“ беше приета нова законодателна рамка, известна като Пакет за хигиената, която засяга хигиената на храните, определя специфични хигиенни правила за храните от животински произход и създава рамка на Общността за официален контрол върху продуктите от животински произход, предназначени за консумация от човека, която също така определя специфични правила за прясно месо, двучерупчести мекотели, мляко и млечни продукти. Пакетът за хигиената на храните поставя отговорността пряко върху различните участници в хранителната верига посредством саморегулиращата се система, която използва метода на анализ на риска и контрол на критичните точки и е контролирана чрез официални проверки, които трябва да се провеждат от компетентните органи. Приложенията към регламента бяха актуализирани през март 2021 г.

С. Замърсяване на храната

Замърсяването на хранителните продукти може да възникне по естествен път или в резултат от практики за отглеждане или производствени процеси. С цел опазване на общественото здраве, максимално допустимите количества на някои замърсители в храните, например нитрати, тежки метали и диоксини, биват редовно определяни и преразглеждани. Остатъчните вещества в храните могат също така да произлизат от животни, отглеждани за производство на храни, които са били третирани с ветеринарномедицински продукти или изложени на въздействието на пестициди и биоциди. Максимално допустимите граници на остатъчни вещества биват периодично определяни и актуализирани. Съдържащите неприемливо количество замърсители храни не могат да бъдат предлагани на пазара в ЕС.

Освен това съществуват правила относно материалите, предназначени за контакт с храни, например материали за транспортиране или обработка на храни, както и опаковъчни материали и артикули за кухнята или за сервиране. Рамков регламент, изменен през 2019 г., излага общите изисквания за всички съответни материали и предмети, като гарантира, че тези материали не могат да прехвърлят своите съставки в храните на нива, опасни за здравето на човека; за 17-те материали и продукти, предназначени за контакт с храни, изброени в приложение I към него, могат да бъдат приети специфични мерки на ЕС, съдържащи по-подробни разпоредби; Във връзка с пластмасите, например, ограниченията по отношение на употребата на бисфенол А бяха въведени за използване в пластмасови шишета за хранене на кърмачета.

Д. Етикетиране на храните

Правната рамка относно етикетирането на хранителните продукти е предназначена да гарантира достъп на потребителите до ясна, разбираема и надеждна информация относно съдържанието и състава на продуктите, с оглед опазване на тяхното здраве и състояние. Така

например алергените като соя, глютен или лактоза, трябва да бъдат ясно обозначени на опаковката. Основната новост на приложимия от декември 2016 г. нов регламент относно информация за храните за потребителите е изискването производителите да посочват наличието на алергени в неопакowanите храни, например в ресторанти и столови, произхода на непреработените меса (за някои видове меса, различни от телешко, което вече трябва да бъде етикетирано за произход), както и наличието на имитации на храни като растителни продукти, заместващи сирене или месо. Специални разпоредби относно етикетирането на произхода определят подробностите, като изискват (с някои изключения) обозначаването на мястото на отглеждане и мястото на клане на предварително опаковано прясно, охладено или замразено месо от свине, овце, кози и домашни птици.

Етикетирането, представянето или рекламирането на храните не трябва да заблуждава потребителите. Има ясни правила за разрешените хранителни и здравни претенции (например „ниско съдържание на мазнини“ или „високо съдържание на хранителни влакнини“ или твърдения относно връзката между храните и здравето). Подобни претенции следва да се основават на научни доказателства и могат да бъдат намерени в публичния регистър на ЕС.

Регламент от 2013 г. относно храните за специфични групи, актуализиран през 2021 г., премахва понятието за широка категория от „диетични“ храни в полза на правила за специфични уязвими групи потребители, например кърмачета и малки деца, хора със специални медицински състояния и тези на нискокалорични хранителни режими за регулиране на телесното тегло.

Е. Вещества, влагани в храни

Добавките в храните, хранителните ензими или ароматизантите за храни, известни също така като „подобрители в храните“, са вещества, които обикновено не се консумират като самостоятелна храна и биват нарочно добавяни към хранителните продукти, за да изпълнят някои технологични функции като оцветяване, подслаждане или консервиране. Съществуват правила, уреждащи процедурата за даване на разрешение, условията за употреба и етикетирание на тези вещества. Същото се отнася за хранителните добавки като витамините и минералите, които могат да бъдат добавяни към храни, за да ги обогатят или да подчертаят специфичните им хранителни характеристики, при условие че фигурират в специфични списъци на разрешените вещества и разрешените им източници.

Е. Здравеопазване на животните и растително здраве

Нормативната уредба на ЕС съдържа общи разпоредби относно надзора, уведомяването и лечението на инфекциозни заболявания и техните носители, с оглед да се осигури безопасността на хранителната верига. Първоначалната законодателна рамка за организирането на официалния контрол беше установена с цел осигуряване на проверка на съответствието със законодателството в областта на фуражите и храните и правилата за опазване здравето на животните и хуманното отношение към тях. През май 2013 г. Комисията представи нов пакет от законодателни мерки, който включва предложения относно здравето на животните, здравето на растенията, растителния репродуктивен материал и официалния контрол. Пакетът предоставя един в по-голяма степен основан на риска подход за защита на здравето на животните, с цел да се повиши ефективността на официалния контрол, така че да се избегнат хранителните кризи и случаите на измами във възможно най-голяма степен. Новият законодателен акт на ЕС относно здравето на животните (регламент относно заразните болести по животните), който бе приет през март 2016 г. и ще се прилага от април 2021 г., е съсредоточен върху предотвратяването и изкореняването на болести по животните чрез изясняване на отговорностите и гарантиране

на ранното откриване и контрол. Новият фитосанитарен режим (регламент относно [защитните мерки срещу вредителите по растенията](#)) има за цел защитата на селскостопанските култури, плодовете, зеленчуците и горите срещу въвеждането или разпространението на вредители или болести. Той стана приложим в по-голямата си част от декември 2019 г., както и [новият регламент относно официалния контрол](#), който също така включва здравето на растенията и страничните животински продукти;

Г. Законодателство по отношение на фуража за животни и етикетирането на фуража

Операторите в сектора на фуражите трябва да гарантират, че всички етапи на производството, обработката и дистрибуцията под техен контрол, са в съответствие с правилата на ЕС за хигиената на фуражите и трябва да гарантира пълна проследяемост. Това включва вноса и износа на фуражи от и за трети страни. Производителите са длъжни да поддържат колкото се може по-ниско разумно постижимо ниво на риска от биологично, химично и физическо замърсяване на фуражите, животните и животинските продукти при хранене на животни, отглеждани за производство на храни. Специална директива определя максимално допустимите граници за нежелани вещества във фуражите, включително за тежки метали, и забранява разреждането на заразените фуражни суровини. Правилата в областта на етикетирането и продажбата на фуражи са установени, за да се гарантира високо ниво на безопасност на фуражите и, в крайна сметка, на опазване на общественото здраве, както и да се предостави подходяща информация за ползвателите и потребителите. Разпоредбите относно ветеринарномедицинските продукти и медикаментозните фуражи бяха актуализирани с два нови регламента (съответно Регламент (ЕС) № 2019/6 и № 2019/4).

Н. Нови храни

Новите храни, а именно храни, които не са консумирани в значителна степен в рамките на ЕС преди май 1997 г., трябва да преминат оценка за безопасност преди да бъдат пуснати на пазара на ЕС. Считано от 2018 г. се прилага [нов регламент](#), който позволява по-лесен достъп до иновативни храни, като в същото време се поддържа високо равнище на безопасност на храните. С него се въвежда опростено, централизирана за целия ЕС онлайн процедура за разрешаване на нови храни и на традиционни храни от трети страни (считани за нови храни в ЕС). Преди да получат разрешение, ЕОБХ извършва централизирана научна оценка на безопасността, като определя условията за използване, обозначението им като храни и изискванията за етикетирание. Всички разрешени нови храни ще фигурират в позитивен списък. До влизането в сила на специфично законодателство относно храните от клонирани животни, тези храни попадат в обхвата на горепосочения регламент и следователно следва да бъдат етикетирани по съответния начин.

І. Относно генетично модифицираните организми (ГМО)

„Генетично модифициран организъм“ (ГМО) означава „организъм, с изключение на човешкия организъм, в който генетичният материал е бил променен по начин, който не настъпва естествено при чифтосване и/или естествена рекомбинация“. Растения могат да бъдат модифицирани с модерни биотехнологии, например, за да бъдат направени устойчиви спрямо болести или да се увеличи реколтата от тях. В съответствие с принципа на предпазливост, ЕС е въвел строга законодателна рамка за отглеждане или пускането на пазара на ГМО, които се използват за храна или фураж. Преди даден ГМО да може да бъде пуснат на пазара, ЕОБХ, заедно с научните организации в държавите членки, извършва научна оценка на риска, така че да се изключи всякаква опасност за здравето на човека или на животните и за околната среда. След получаване на становището на ЕОБХ, Комисията (която може да се отклони от него), изготвя проект на решение, предоставящо или отказващо

разрешението, след гласуване с квалифицирано мнозинство от експертен комитет, съставен от представители на държавите членки. В случай на „липса на становище“, т.е. ако не е налице квалифицирано мнозинство „за“ или „против“ разрешаването, окончателното решение се взема от Комисията. Всеки разрешен хранителен продукт или фураж, произведени от или съдържащи ГМО, трябва да бъде проследим и ясно обозначен като такъв, така че потребителите да могат да направят информиран избор. Държавите членки имат възможност да ограничават или забраняват отглеждането на съдържащи ГМО култури на своя територия, дори ако това е разрешено на равнището на ЕС.

Българското законодателство в сектор „Храни“:

Закон за управление на агрохранителната верига;

Закон за храните и наредбите:

- Наредба № 5 от 2020 г. за здравните изисквания към животните, от които се добиват храни;
- Наредба № 7 от 2020 г. за условията и реда за вземане на проби и лабораторно изпитване на храни;
- Наредба № 2 от 2021 г. за специфичните изисквания към безопасността и качеството на храните, предлагани в детските заведения, училищните столове и обектите за търговия на дребно на територията на училищата и на детските заведения, както и към храни, предлагани при организирани мероприятия за деца и ученици;
- Наредба за специфичните изисквания за извършване на хранително банкиране и контрола върху тази дейност;
- Наредба № 7 от 18 февруари 2021 г. за условията и реда за издаване на стикер за удостоверяване регистрацията на превозните средства за транспортиране на храни;
- Наредба за предоставянето на информация на потребителите за храните;
- Наредба за изискванията към бързо замразените храни;
- Наредба № 11 от 14.07.2021 г. за мерките за контрол върху определени субстанции и остатъци от тях в живи животни и храни от животински произход, предназначени за консумация от хора;
- Наредба за специфичните изисквания към млечните продукти;
- Наредба № 10 от 2021 г. за специфичните изисквания към производството на храни от животински произход в кланични пунктове;
- Наредба за изискванията към някои частично или напълно дехидратирани млека, предназначени за консумация от човека;
- Наредба за специфичните изисквания към казеини и казеинати, предназначени за консумация от човека;
- Наредба за изискванията към екстрактите от кафе и цикория;
- Наредба за изискванията към какаото и шоколадовите продукти;
- Наредба № 12 от 18 ноември 2021 г. за специфичните изисквания при търговията с храни от разстояние;
- Наредба № 14 от 9.12.2021 г. за хигиената на храните;

- Наредба за хранителните добавки;
- Наредба за изискванията към използването на екстракционни разтворители при производството на храни и хранителни съставки.

Иновациите и развитие в селското стопанство и храните във Франция

Представяме резултатите от изследването, което е направено Съвместно изследователско звено „Иновации и развитие в селското стопанство и храни“, Френския национален институт за селскостопански изследвания, Монпелие 34060, Франция и Консултанта на свободна практика, Монпелие 34000, Франция¹.

В индустриализираните нации местните хранителни мрежи обикновено се анализират чрез алтернативни хранителни системи, въпреки факта, че те са много по-разнообразни, отколкото това би предполагало. Във Франция „късите хранителни вериги“ са както продължение на дълга традиция, така и скорошна тенденция, която сега се простира отвъд активистите, както и до потребителите и производителите. Този документ ще изследва условията, при които тези вериги могат да променят практиките и познанията на обикновените участници в градските хранителни системи, от производителите до градските потребители и създателите на политики, в областта на селското стопанство и устойчивостта. Той ще разгледа казуса за създаването и развитието на градски пазар на открито, който е анализиран с помощта на интервенционно изследване с принос от икономическа социология. Ще подчертаем как личните отношения, които се насърчават от контекста на участие, подпомагат развитието на практиките и знанията. Ние също така ще илюстрираме как една система за етикетиране на продуктите се е появила като посреднически ресурс и е увеличила промените, както и участието в ретериториализацията на градската хранителна система. Като описва конкретен израз на хранителната демокрация, която се разпространява във Франция чрез свободна колективна търговска марка, и като показва нейната роля в прехода на „обикновените“ участници към по-устойчиво земеделие, този документ ще хвърли нова светлина и върху местните хранителни вериги. като традиционни къси хранителни вериги и ще изискват повече изследвания по темата. и има увеличени промени, както и участие в ретериториализацията на градската хранителна система. Като описва конкретен израз на хранителната демокрация, която се разпространява във Франция чрез свободна колективна търговска марка, и като показва нейната роля в прехода на „обикновените“ участници към по-устойчиво земеделие, този документ ще хвърли нова светлина и върху местните хранителни вериги. като традиционни къси хранителни вериги и ще изискват повече изследвания по темата. и има увеличени промени, както и участие в ретериториализацията на градската хранителна система. Като описва конкретен израз на хранителната демокрация, която се разпространява във Франция чрез свободна колективна търговска марка, и като показва нейната роля в прехода на „обикновените“ участници към по-устойчиво земеделие, този документ ще хвърли нова светлина и върху местните хранителни вериги. като традиционни къси хранителни вериги и ще изискват повече изследвания по темата.

Ключови думи: къси хранителни вериги ; градски хранителни системи; хранителна демокрация; ретериторизация; етикетиране на

¹ <https://www.mdpi.com/2077-0472/6/4/57/htm>

1. Въведение

От 90-те години на миналия век в индустриализираните страни „алтернативните“ хранителни мрежи като цяло се изследват в светлината на инициативи, поставящи под въпрос основния агроиндустриален модел. Въпреки че алтернативното им измерение беше обсъдено, всички тези инициативи споделят едно и също „обещание“ за по-устойчиви начини за производство, преработка и/или продажба на храни, които демонстрират „обръщане към качеството“ и в селското стопанство и в консумацията.

Първоначално бяха разгледани два вида алтернативни инициативи: справедлива търговия и „местни хранителни мрежи“. Въпреки това, ограничавайки фокуса върху поддържаните от Общността земеделски системи (CSA), фермерски пазари или обществени градини, изследванията на алтернативни местни хранителни мрежи не обърнаха много внимание на това как тези инициативи могат да променят практиките на своите заинтересовани страни, както случаите често предполагат „ангажирани актьори с отговорно поведение по отношение на устойчивостта“. Освен това селскостопанското измерение на тези мрежи остава малко проучено извън общите препратки към биологичното земеделие. Една по-нова област на изследване разшири обхвата на „алтернативните“ хранителни вериги, като надхвърли оспорването на каналите, насочени директно към потребителите, и анализирайки развитието на „вериги за доставки, базирани на ценности“ като междинни вериги, в които участниците споделят ангажимент към социални, екологични и/или икономически ценности. Тъй като тези вериги са посветени на предоставянето на висококачествена регионална храна на потребителите, е по-вероятно те да бъдат набавени от средното селско стопанство и следователно една от ценностите им е да подкрепят „средното земеделие“, чийто спад в Съединените щати е бил обект на нови опасения. Това увеличение на обхвата се появи наскоро и във Франция чрез концепцията за вериги от средно ниво, която също може да се разглежда като нов принос към по-старата група от изследвания по темата „икономика на качеството“ в селскостопанския сектор. В тези вериги обаче качеството на продукцията е предпоставка и потребителите са готови да плащат за конкретни ценности, с които са наясно, въпреки че може да се направи повече по въпросите на комуникацията и рекламата.

Следователно изследването на тези вериги не се занимава основно с това как те биха могли да насърчат повторното свързване на производството и потреблението с качеството и стойностите и до каква степен това би могло да повлияе на практиките на производство или потребление. Следователно целта на този документ е да проучи условията, при които местните хранителни вериги в градските хранителни системи могат да доведат до еволюция в практиките и познанията на „обикновените“ участници без или с ограничени умения в селското стопанство и/или осъзнавайки устойчивостта към по-устойчиво земеделие. В този документ градските хранителни системи ще бъдат разгледани, използвайки определението за хранителна система като „начинът, по който хората се организират, за да произвеждат, разпределят и консумират храната си“, от гледна точка на градските и крайградските потребители, и отнасящи се не само до градското земеделие.

Настоящата разработка разглежда Франция като цяло и в частност се разглежда казуса с пазара на открито, чието иновативно управление, разработено етап по етап от обикновените актьори, които се учат, докато се движат напред, сега се разпространява в цяла Франция чрез безплатно колективна търговска марка, създавайки по този начин инструмент за хранителна демокрация. Тази статия се структурира по следния начин: в първия раздел се започва с кратко описание на контекста на казуса чрез представяне на историята на късите хранителни

вериги и мястото, което те заемат днес във Франция. След това се представя основната идея в теорията на икономическата социология, чрез която се разработва настоящото изследване: че икономическите дейности са вградени в социалните структури.

Във втория раздел се представят използваните материали и методи.

В третия раздел се разработва траекторията на пазара на открито, показвайки как отношенията и системата за етикетиране като посреднически ресурс са насърчили процесите на обучение към устойчиво земеделие.

В последния раздел се обсъждат постигнатите резултати по отношение на изследванията на алтернативните хранителни вериги, както и въпросите в икономическата социология, и се призовава за по-нататъшен анализ на конкретни изрази на хранителна демокрация, отворени за „обикновени участници“ в градските хранителни системи.

2.1. От алтернатива до къси хранителни вериги, началото ѝ във Франция

В индустриализираните нации фокусът върху алтернативните хранителни системи в научната литература крие по-широка реалност за местните хранителни мрежи. Във Франция например, както и в Южна и Източна Европа, има дългогодишна традиция на директна местна продажба: първите римски форуми от древността са били физически пазари, където местните фермери продават продукцията си на местните жители. Въпреки че значението на местните пазари намалява с развитието на Рим, отстъпвайки място на търговията на едро, те са преоткрити през Средновековието в западните страни като обществени устройства, под ръководството на кралете. Те се превърнаха в квартални пазари между градовете и провинцията; Превърнаха се в привилегирани места за занаятчии и продавачи, които купуват директно от местните фермери. Тези „къси хранителни вериги“ съчетават дребномащабната търговия с практики на общуване, докато пазарната икономика се развива с външна търговия и чуждестранни търговци. Въпреки това, през 18-ти век местните пазари не представляват връщане към архаичните форми на социалност, защото бяха основните стратегически пазари, особено за големи или дребни местни фермери. Те също така поддържаха важната социална функция, а за местните власти представляваха привилегирани инструменти за местно развитие. Тяхната роля естествено намалява с индустриализацията на Европа и развитието на транспорта на дълги разстояния, урбанизацията и техническия напредък. По този начин те насърчиха „селскостопанската революция“ (или прилагането на продуктивна логика) и осъществяването на големи промени във вида на консумираната храна с появата на преработената храна, както и в организацията на разпределението на храните: масовото разпространение започна своя грандиозен възход през 60-те години на миналия век, когато вносът на американския модел на супермаркети в Западна Европа, който предлага ниски цени чрез масова продажба, самообслужване и потискането на „малките“ посредници се утвърждава. Това развитие увреди структуриращия сектор на потребителските кооперации във Франция, въпреки че това движение запази значителна тежест в други европейски страни като Италия и Швеция.

Във Франция през 60-те и 70-те години, въпреки че малките ферми са първите, които изчезват, неиндустриалното селско стопанство продължава в две различни форми: първата е тясно свързана с „продукта на произход“ (създадената система от „географски указания“ през 1905 г. и разработена под ръководството на държавата) се използва широко в секторите на сиренето и виното; тук етикетът AOC (*Appellation d'Origine Contrôlée*) или IGP (*Indication Géographique Protégée*) се използва главно от производителите, за да достигнат отвъд местните пазари и да гарантират специфичното качество в дългите вериги, супермаркетите и международната търговия.

Обратно, втората форма се отнасяше до натуралното стопанство и разчиташе на директните продажби на земеделските и местните пазари. Някои от нейните участници се опитаха да формират съпротивителни движения чрез „селски борби“ и бяха допълнени от новопоявили се групи, които насърчаваха „връщането към природата“. Макар и маргинализирани, тези утопични движения участваха в поддържането и обновяването на дребномащабното земеделие, както и директните продажби, тъй като бяха тясно свързани с биологичното земеделие и допринесоха за създаването на колхозни магазини през 70-те години, особено в южната част на селското стопанство. източно от Франция.

До 80-те години на миналия век във Франция директните продажби се развиват в малките и средните ферми като източник на диверсификация на приходите. Въпреки проблемите процентът на стопанствата, практикуващи директни продажби, се е увеличил от 19% през 1979 г. на 27% през 1989 г. Директните продажби често се извършват от съпруги на фермери, които в повечето случаи не се ползват от официален статут. Тази дейност обаче беше слабо призната от селскостопанските организации и в публичните политики и стана още по-малко призната с течение на времето, когато бе изправена пред сериозна икономическа криза, Директните продажби се превърнаха в начин — а в някои случаи и единствен начин — за поддържане на дейността за някои фермери. Признаването на ролята на директните продажби би предполагало признаването както на границите на агроиндустриалния модел, така и на приноса на жените и новодошлите в селското стопанство.

През 90-те години много малки ферми изчезнаха и процентът на стопанствата, практикуващи директни продажби, спадна до 15%, докато местните открити пазари бяха доминирани от търговци на дребно, които снабдяват от търговци на едро и дългите вериги. Въпреки това, средата трябваше да се промени през 2000-те.

Първо, активисткото измерение на директните продажби беше подновено и заредено със създаването на първия АМАР, директно вдъхновено от групите за солидарни покупки, които се развиха в Япония (teikei) и Северна Америка (поддържано от общността земеделие). Развитието на тази система се възползва от кризата с лудите крави, която в по-широк план накара много потребители – не само активисти – да търсят повече гаранции за храна чрез етикетиране или чрез набавяне директно от производителите.

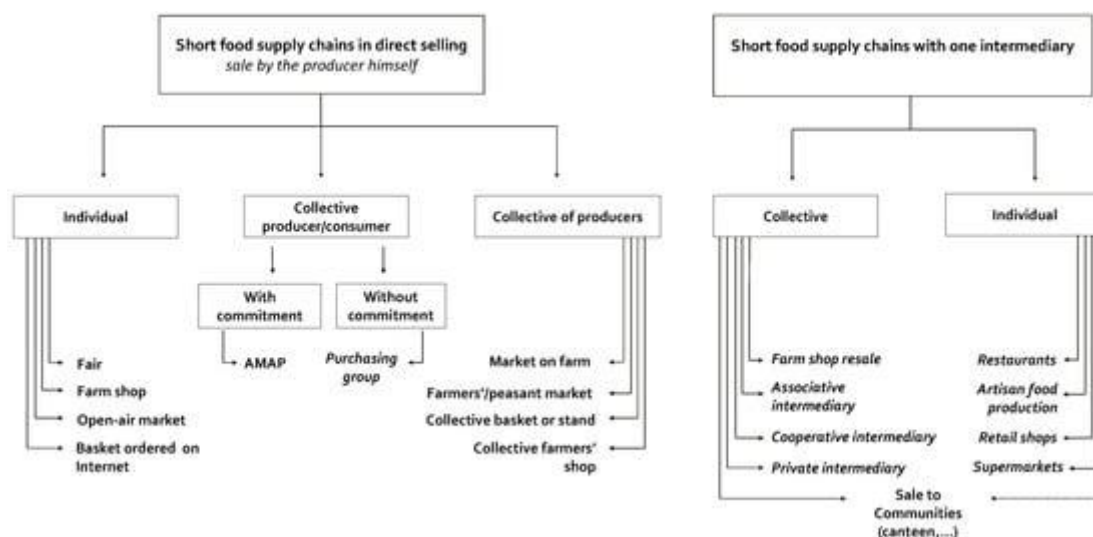
Подновеният интерес на потребителите към директните продажби, създаден от загрижеността за използването на безопасни продукти, предизвика признаването на „късите хранителни вериги“ от политиките: през 2009 г. „късите хранителни вериги“ бяха официално определени като „системи за продажба, включващи не повече от един посредник“ от работна група, създадена от Министерството на земеделието, представляваща различните заинтересовани страни в тези вериги, и тяхното развитие беше подкрепено чрез специфичен национален план.

Министерството привилегира директните продажби, но фокусът върху „късите хранителни вериги“ беше начин за насърчаване на местните обществени поръчки в кетъринга (дори ако местните обществени поръчки в кетъринга на храни често предполагаха повече от един посредник, както ще бъде показано във втората стъпка, натискът на Министерството и местните власти също да подчертаят „близките хранителни вериги“).

2.2. Преоткриването на многообразието, предизвикано от проблемите на устойчивостта

За първи път въпроси относно късите хранителни вериги бяха включени във френското национално селскостопанско преброяване през 2010 г. Това разкри, че 20% от фермите (около 100 000) са били включени в късите хранителни вериги. Късите хранителни вериги,

съгласно официалната дефиниция във Франция, имат максимум един посредник. По-общо, тяхното разнообразие може да бъде оценено чрез обединяване на броя на посредниците (0 до 1), индивидуалното спрямо колективното измерение и географското разстояние между производителите и потребителите ([Фигура 1](#)).



Фигура 1. Разнообразие от къси хранителни вериги във Франция през 2016 г. (Източник: автори, в курсив, вериги, които не са непременно местни.)

Преброяването показва, че директните продажби във ферми и на открити пазари представляват късите вериги, които се използват най-много от фермерите, далеч пред АМАР и местните доставки в кетъринга, въпреки че те са широко медиатизирани.

За 40% от тези ферми късите вериги представляват повече от три четвърти от техния оборот;

За 10% от стопанствата в къси вериги, последните представляват по-малко от 10% от техния оборот.

Късите вериги в по-голямата си част са разработени в специфични региони (отвъдморски територии, Корсика, югоизточна Франция) и в специфични сектори (мед, плодове и зеленчуци). Фермите в къси вериги са по-малки от тези в дългите вериги (със среден размер от 39 хектара срещу 73), представляват по-голяма работна сила (1,9 FTE (еквивалент на пълно работно време; 1 FTE съответства на годишната работа на един работник на пълен работен ден) срещу 1,4),

Успоредно с това проучване Министерството на земеделието отдели специални средства за генериране на нова представа за тези вериги: едно от най-спешните искания, както от министерството, така и от професионалисти, беше:

- да се получат технически и икономически справки в подкрепа на нарастващия брой хора, освен активисти, навлизане в земеделието с непосредствено намерение да продават в къси хранителни вериги;
- преориентиране на ферми, които искат да диверсифицират своите търговски обекти поради икономическата криза, засягаща дългите вериги, които продължават няколко години.

Чрез широк набор от национални запитвания бяха идентифицирани различни видове бизнес и технически модели, което потвърди разпространението на късите вериги сред „конвенционалните“ фермери, както и тяхното значение за обновяването на селскостопанската професия. Успоредно с това бяха заделени публични средства за

провеждане на национално проучване на потребителите, за да се детайлизират практиките им по отношение на късите хранителни вериги. През 2013 г. 42% от респондентите декларираха, че са купували храна в къси вериги през месеца, предхождащ запитването. Този резултат е в съответствие с други проучвания, показващи трайна диверсификация на източниците за доставка на храни от потребителите, което води до намаляване на пазарните дялове на супермаркетите във Франция. Оказва се, че пазарите на открито са най-популярната къса верига, въпреки че не са съвсем кратки, тъй като търговците на дребно в по-голямата си част все още купуват от търговци на едро. Освен това, докато се установи, че потребителите, които купуват в къси вериги в дългосрочен план (>5 години), са по-възрастни, добре образовани и със средни доходи, новите потребители (<1 година) са по-млади, по-малко образовани и с по-нисък доход. Докато първата категория съответстваше с профила, подчертан в много проучвания за потребителите на алтернативни хранителни мрежи в индустриализираните нации, втората категория потвърди, че процесът на разпространение в късите вериги във Франция надхвърля новите участници сред фермерите.

Във френския контекст, където късите вериги бяха едновременно традиционни и се подновяваха от алтернативни форми, които се използват все повече и повече от неактивисти, от производители до потребители, техният принос за развитието на (по) устойчиви хранителни системи сега трябваше да бъде изследван. От една страна, пионерите на алтернативните хранителни мрежи подчертаваха риска от „конвенционализация“ на късите вериги, както в случая на биологичното земеделие, чието разпространение в някои региони и страни доведе до по-ниски стандарти за устойчивост, особено по отношение на производствените методи. Въпреки това във Франция не бяха налични общи данни, които да потвърдят или опровергават тази хипотеза, докато официалната дефиниция не включва никакви критерии, свързани с производството. От друга страна, някои автори подчертават интереса към съвместното съществуване на различни форми на земеделие и хранителни вериги за устойчивост на хранителната система: в този случай фокусът често е бил поставян върху продоволствената сигурност.

Въпросът за съвместното съществуване също беше разгледан при изследване на „хибридните“ системи, съчетаващи характеристиките на дългите и късите вериги, както в случая на местни доставки в кетъринга. Независимо от това, анализите не достигат до надлъжна оценка на въздействието на това съвместно съществуване или на тези хибридни системи — като други изрази на разпространение на къси вериги — върху обикновените участници: върху потребителите, които доставят в различни хранителни вериги, но също и върху „конвенционалните“ фермери и на местните френски политици, които напоследък показваха все по-силна подкрепа за развитието на къси вериги.

До каква степен влизането им в къси вериги би могло да промени техните представи, практики, знания и очаквания относно тяхната хранителна система и по-точно селскостопанското ѝ измерение?

За да оценим тези промени, ние предлагаме да използваме теорията на икономическата социология, в която се вижда, че участниците се развиват по отношение на тяхната среда.

2.3. От вграждане към релационен подход към промени в късите хранителни вериги

Понятието „вграденост“ често се използва за характеризиране на алтернативни местни хранителни мрежи в противовес на агроиндустриалния модел: докато последният се свързва с анонимни, „студени“ и често некоректни отношения, местните хранителни мрежи са представени като *благоприятстващи лични, автентични, доверливи и честни отношения. Така те са „вградени“ в (близките) социални отношения, докато*

агроиндустриалният модел представлява отделянето на хранителния сектор от социалните структури.

Следователно може да се направи паралел с историческия процес, подчертан от Полани: отделянето на пазарната икономика от социалната сфера, след индустриализацията на западните нации в началото на 20-ти век. Въпреки това, дори агроиндустриалният модел остава вграден в социалните структури, въпреки че те са различни от тези, които обикновено характеризират алтернативните хранителни мрежи. **Понятието за вграденост е аналитична рамка, която е разработена в икономическата социология, в която икономическите действия се считат за повлияни, както във формите, така и в техните резултати, от социалната среда на участниците.** По-специално, в англезичната световна традиция на икономическа социология, възродена от Уайт и Грановетър през 1970-те години, социалните отношения се смятат за мощни фактори на влияние чрез тяхната функция като вектори на информация, обучение, социален контрол, сътрудничество и конкуренция, които насърчават иновациите, както и процесите на заключване.

Във Франция, където се разпространяват късите хранителни вериги, ние възприехме тази идея, за да анализираме какви са социалните отношения между участниците, без тези отношения да са непременно положителни и до каква степен влияят върху практиките и знанията на обикновените участници, особено във връзка с селското стопанство, чрез казус на пазар на открито, който се е развил с течение на времето като „хибридна“ хранителна верига.

3. Материал и методи

Изследваният случай е за пазар на открито, разположен в Южна Франция, в малкото градче Грабелс (7000 жители), разположено в гъста крайградска зона на 10 км северно от голям град Монпелие (300 000 жители). Този пазар е създаден през 2008 г. с помощта на изследовател от Националния институт за селскостопански изследвания, който координира редакцията на тази статия. Новоизбраната през 2008 г. местната власт смята, че пазарът ще бъде добър инструмент за укрепване на социалните връзки в неговия сънлив град. Освен това те искаха да подобрят достъпа до прясна и достъпна храна за жителите на града със средни и ниски доходи чрез този пазар. По този начин създаването на пазара е водено от загриженост, свързано с „съвместно живеене“ и е насочено към задоволяване на индивидуалните основни нужди на жителите от самото начало.

Този пазар бързо се представи на изследователя като добър пример за „разширен случай на изследване“. След Мичъл, „случай“ (или „социална ситуация“) се дефинира като „подробно изследване на събитие (или поредица от свързани събития), за което анализаторът вярва, че показва (или показва) действието на някои идентифицирани общи теоретични принципи“. От това определение разказът за събитие или поредица от събития не представлява непременно казус. Мичъл разграничава три вида случаи: случаи, използвани за илюстриране на по-обща явления; случаи, в които дадено събитие или поредица от събития разкриват как общите принципи на социалната организация се изразяват в специфични контексти и случаи, които попадат в обхвата на по-голям казус и съответстват на лонгитюдния анализ на социална ситуация, който е по-способен да идентифицира процеси и поредица от събития. Какъвто и да е изборът, според Мичъл, изборът на даден случай трябва да бъде направен въз основа на неговата сила да проследява, а не на неговата типичност. Изследването на даден казус представлява интерес само ако се използва теоретичен модел, който придава обобщеност на случая. Освен това случаят беше проучен с помощта на интервенционен подход към изследването. Това може да се разбира като разширение на изследването на действието: използвано за първи път от Левин в неговото теренно

изследване на груповата динамика, изследването на действието оттогава е прието от различни дисциплини и по различни модалности. Изследователите, използващи този подход, споделят убеждението, че изследването на действието не е просто метод, а е и научен подход, който произтича от „среща на желание за промяна и изследователско намерение“ и демократичен процес, включващ участието на не-изследователи в идентифицирането на проблемите, както и в производството на научното и практическото познание.

Изследванията за интервенция, които са основно разработени в областта на науките за управлението, се основават на същите принципи. Въпреки това, докато изследванията за действие се ограничават до „подготовка на група за промяна“, интервенционните изследвания продължават до формализирането на промяната, предизвикана от участниците, и изграждането на инструменти за управление, за да се улесни прилагането на тази промяна. Въпреки това, както в изследванията за действие, така и в интервенционните изследвания, „изследователите трябва да останат изследователи“, с други думи, „накарайте полето да говори“, като изведете целите и логиката на участниците и след това предадете тази логика и тези цели обратно на партньорите, за да им помогнете да стигнат до собствените си заключения. Те абсолютно не трябва да стават предписващи. Работата в екип и редуването на участие (привързаност) с наблюдение и дистанциране (откъсване) помага на изследователите да запазят своята роля: пазарът на Грабелс беше наблюдаван и следван по този начин, чрез сътрудничество между изследовател и дългогодишни студенти, които редуваха задачите за провеждане на интервюта, наблюдение, посредничество и съвместно проучване. Двама от тях са участвали в редакцията на този документ.

От създаването си пазарът на открито се управляваше от конкретен екип (от 5 души преди създаването му до 10 след това), а след това ние наблюдавахме и участвахме в техните срещи (около четири или пет годишно) и чрез редовни индивидуални интервюта лице в лице с членовете на екипа. По същия начин преките участници на пазара, които продават продукти там, бяха редовно интервюирани (производители, занаятчии, търговци на дребно; около 30 души), а някои от техните доставчици на продукти и суровини бяха обект на периодични интервюта (около 30 души). Успоредно с това проследихме група от 20 потребители в продължение на шест години (след въвеждането на системата за етикетиране) и от време на време провеждахме интервюта с по-големи извадки от потребители. Пазарът привличаше 400 клиенти всяка седмица през 2008 г. и това се увеличи до 700 до 2015 г., което възлиза на 1500-2000 потребители, включително техните семейства, които също се хранят с продукцията. Първоначално се опитахме да имаме представителна извадка, покриваща различни критерии (възраст, пол, доход), а през по-късните години, за да ни позволи да анализираме въздействието на късоверижната дифузия, се фокусирахме върху скорошни потребители, за които беше известно, че не са загрижени по въпросите на селското стопанство или устойчивостта преди навлизането на пазара. Във всички случаи помолихме хората да ни обяснят какво са направили по отношение на храната и тяхната хранителна система (практики), защо са направили това (оправдания, които могат да включват ценности, навици, ограничения, знания и преди всичко, според нашата теоретична рамка, социални отношения), ако са променили практиките и/или отношенията си наскоро или не (особено след като са навлезли на пазара), защо или защо не,

В същото време, за да съпоставим практиките и знанията със социалните отношения, ние разработихме качествен и количествен мрежов анализ за оценка на еволюцията на разнообразни отношения (диалог, обмен на съвети, приятелство) и „неотношения“ (конфликт, нарушени отношения, наблюдение) по-точно, що се отнася до храните и хранителните системи: между преките участници на пазара (пълна мрежа) и между конкретни индивиди (мрежа на егото). Нашето надлъжно изследване на казуса е подробно описано по-долу чрез траекторията на пазара и ще илюстрира как някои събития са

причинили развитието на този пазар и неговите заинтересовани страни, по-специално чрез създаване или нарушаване на някои отношения. Резултатите също така включват как този пазар повлия на участниците и институциите в по-голям мащаб, към обновен начин за възприемане на прехода на градските хранителни системи към по-устойчиво земеделие.

4. Резултати

4.1. Първи период: Откриването на въпроса за ретериториализацията на хранителната система

През 2008 г. новоизбраният местен орган на Grabels искаше да създаде пазар с цел укрепване на социалните връзки и предоставяне на прясна и достъпна храна. Кметът делегира тази мисия на малък доброволен екип от жители на Грабел, които подкрепиха избора му, а екипът беше контролиран от един от неговите заместници. По това време, в национален контекст, в който както безопасността на храните, така и късите хранителни вериги предизвикват нарастващ интерес, два вида пазари стават все по-медиатизирани: пазарите на биологични продукти от една страна и „пазарите на земеделските производители“, запазени за производители, в които препродажбата на продукцията от друга страна беше забранена. Въпреки това, членовете на екипа бяха наясно, че не искат първото, тъй като е „твърде елитарно“, или второто, което им се струваше, че предлага твърде нередовно снабдяване за създаването на солидно място за срещи на жителите. В Grabels наистина основната цел беше да се насърчат по-добрите отношения между жителите в градски контекст. Разбира се, втората цел също беше важна: осигуряването на прясна и достъпна храна. Като се има предвид това, класическият пазар на открито, доминиран от търговците на дребно, които продават подобни продукти на супермаркети, не заинтересува членовете на екипа. Те предпочетоха да подкрепят „местното дребно земеделие“, пред всичко останало, като начин да бъдат сигурни, че имат безопасна и прясна храна. Те обаче не знаеха как да процедират, нито при създаването на пазар, нито при набирането на дребни и местни фермери. Един член на екипа, преподавател в Центъра за висше образование по селскостопански науки в Монпелие, чул за работата по „късите хранителни вериги“, извършена от изследовател, който също бил свързан с това училище: Двете се свързали по между си, за да се разберат по-добре тези вериги, тъй като самата преподавателка обучавала студенти по биотехнологии, купувала храна в супермаркетите и била много далеч от тази област на обучение. Тя свързва един с друг изследователя и екипа. Всички се съгласиха, че късите хранителни вериги са добър компромис, тъй като позволяват на търговците на дребно да снабдяват директно от производителите, да прегрупираат различни доставки и по този начин да предлагат широка гама от продукти, за които знаят произхода и за които могат да обяснят методите на производство. **Така екипът реши да създаде пазар на открито, предпочитайки къси вериги с 0 до 1 посредници.** Изследователят, в сътрудничество със студентите, започна да следи екипа; на този етап, пазарът все още не беше казус за изследователката, която просто проучваше ситуацията, но ѝ предлагаше помощ.

Членовете на екипа активираха слабите си връзки за набиране на участници на пазара, но установиха, че:

- регионът е специализиран в лозарството и в производството на плодове и зеленчуци, предназначени за дълги вериги и износ;
- около Грабелс почти не са останали фермери и особено дребни фермери
- „местните“ занаятчийски набавяха повечето от суровините си от пазари на едро.

Чрез нови диалогови връзки по отношение на хранителните системи те осъзнаха как процесът на урбанизация и прилагането на агроиндустриалния модел оформят техния регион.

Това направи процеса на набиране труден и екипът откри проблема с ретериториализацията на хранителната система с неговите предизвикателства и трудности. Чрез слабите си връзки членовете на екипа се свързаха с по-големи фермери, които се специализираха в ограничена гама от продукти и бяха в процес на преориентиране на своите търговски обекти към къси вериги. В този момент, тъй като тези фермери имаха затруднения да обяснят ситуацията си, изследователят и/или нейните ученици действаха като говорители. Като представители на „средно селско стопанство“, което беше твърде голямо, за да бъде социално интегрирано в алтернативни хранителни вериги, и твърде малко, за да бъде конкурентоспособно в контекста на нарастващата конкуренция от ферми от други европейски страни. Тези фермери се сблъскаха с икономически и технически трудности: тяхното производство вече не беше адаптирано към агроиндустриален модел, нито отговаряше на основните очаквания на потребителите по отношение на късите вериги (разнообразие, вкус). Освен това, както е потвърдено от мрежовия анализ, те не са се възползвали от съветите на службите за съвети в земеделието, които са насочени към по-големи ферми, нито са се възползвали от алтернативните селскостопански организации, тъй като са били твърде свързани с агроиндустриалния модел. Освен това те не получиха подкрепа от селскостопанските публични политики. Въпреки че тези фермери не отговарят на „образа“, който търсят, членовете на екипа на Grabels, далеч от проблемите във връзка със селското стопанство, започва постепенно да се разбира положението на тези фермери. Пазарът окончателно е създаден през 2008 г. с 20 участници, включително 10 производители от различни сектори (зеленчуци, плодове, зехтин, козе сирене...), 5 търговци на дребно и 5 занаятчии, някои от които от повече от 100 километра. Кметът разшири управлението на пазара, като включи градския директор по правни въпроси, трима участници на пазара (двама производители и един занаятчия) и двама потребители в допълнение към първоначалния екип, за да осигури удовлетвореността на местните жители.

„Обикновените“ потребители, които не са свързани с алтернативни проблеми, бяха избрани да представляват общото население на Grabels. Изследователят беше поканен да участва в разширения управителен комитет и тя се възползва от възможността да обсъди условията с неговите членове: пазарът на Grabels представлява „изследване на казус“ в по-широка интервенционна изследователска програма, посветена на създаването на нови знания за късите хранителни вериги; неговите членове, партньори в изследването и производители на знание, а не „субекти“ на експеримент, както в някои експериментални подходи, разработени в социалните науки.

Комитетът трябваше да напише харта, за да ограничи достъпа до пазара на продавачите, предпочитащи къси и местни вериги и по този начин те се надяваха да гарантират прясна храна за местното население. За да влязат на пазара, продавачите трябваше да продават предимно собствените си сурови продукти или продукти, закупени чрез един посредник, или да предлагат предимно преработена храна, приготвена предимно от суровини, доставяни директно на производителите. Освен това продукцията и суровините трябваше да идват от разстояние не повече от 150 километра. Въпреки това пазарът беше отворен за малки количества продукция от дълги вериги, тъй като комитетът смяташе, че някои основни продукти – като праз, чесън и лимони – не могат да се произвеждат лесно в рамките на този периметър. Що се отнася до методите на производство, тъй като повечето от членовете на комитета бяха градски и не знаеха нищо за селското стопанство, те ограничиха изискванията си до основните стандарти за „защитане на околната среда и животните и добрите условия на труд“, които оставаха до този момент теоретични. Ново събитие, което оспорва връзките на

„доверието“, ще доведе до развитие на отношенията на комитета и фермерите с устойчивостта на селското стопанство.

4.2. Втори период: Криза на доверието и добавяне на въпроса за устойчивост

Пазарът стартира добре, с високо ниво на удовлетвореност сред потребителите по темата за осигуряване на социални връзки и прясна храна. Въпреки това двама от пазарните производители не спазиха „моралния“ договор, който стои зад хартата:

- Първият от тях показва красиви и вкусни плодове, привличайки клиенти, като предлагаше безплатни проби, но след това продадоха дефектни и не толкова вкусни, особено на по-малко бдителни стари хора, които са били скрити зад висококачествените плодове.
- Вторият произвежда козе сирене от замразено мляко, закупено в Испания.

В първия случай потребителите се оплакват директно в комисията, а във втория, информацията идва от други производители на пазара, илюстрираща как социалния контрол между учатниците е ключов компонент на колективните действия и в пазарната динамика.

Комитетът осъзна, че дори животинската продукция е сезонна: при производството на козе сирене е необходимо прекъсване на производството на мляко, за да се даде възможност на малките козлета да се хранят. Могат да се използват техники за разширяване и по този начин да може сезонно да се коригира производството, но дали това е „естествено“ или не?

Комитетът обсъди това и местни експерти, с които се свързва изследователят, потвърдиха, че пазарният производител на козе сирене е използвал тези техники. Комисията смята, че този производител при никакви обстоятелства не може да остане на пазара, тъй като е лъгал, че сиренето му е произведено от собственото му произведено мляко. В по-общ план, от обясненията на този експерт и от единствения органичен земеделски производител, продаващ на пазара, комисията научи как извънсезонното производство разчита на специфични техники, наследени от агроиндустриален модел, изискващ високо ниво на вложени средства, и тези техники им се сториха „неестествени“, „индустриални“, „вредни“ и потенциално „опасни“. По този начин те изразиха новата си визия за „устойчивост на селското стопанство“, като решиха да направят хартата по-строга, за да осигурят само сезонна продукция, от плодове и зеленчуци до животновъдство, която идва от земеделие с ниски вложени средства и неиндустриални производствени методи. Освен това комисията осъзнава, че пазарът се нуждае от повече контрол, тъй като преките връзки с производителите не са достатъчни, за да се получат гаранции. Всъщност обикновените потребители без съмнение се доверяваха на продавачите. Докато производителят на плодове и производителя на козе сирене бяха изключени от пазара, тъй като се смятаха за „измамници“, останалите продавачи, включително фермерите със средно земеделие, трябваше да адаптират предлагането си, за да изпълнят новите критерии.

Тези „афери“ и тяхното въздействие върху предлагането на пазара засилиха съмненията на потребителите: могат ли те да бъдат сигурни, че продукцията е безопасна и че идва от къси вериги?

Негативните слухове се разпространяват из местните мрежи и някои клиенти се отказват от пазара. Вследствие на това, за да успокои потребителите, заместник-кметът, отговарящ за координирането на комисията, предложи етикетиране на всички продукти: тези етикети, които са задължителни във всички търговски обекти съгласно френското законодателство, трябва да информират потребителите за естеството на продукцията, нейната цена, а в случай на плодове и зеленчуци, страната на произход. За сурови продукти, където съмненията са силни, заместник-кметът предложи да се посочи чрез използването на цветни етикети, че

продуктът идва от къса верига и спазва критериите за устойчивост на селското стопанство, определени от комисията и включени в хартата. Тази идея накара членовете на комисията да участват в разработването на нова система за етикетиране, а изследователският екип им помогна да я формализират.

Зелен етикет върху продукцията **означаваше директна продажба от производител**, транспортиране от не повече от 150 км извън Грабелс, зачитане на сезоните, производство без промишлени техники и с прилични условия на труд и достъпна цена. За комисията зеленият цвят беше начин да информира потребителите, че могат да закупят продукта без съмнение.

Оранжев етикет показва, че **продукцията се продава от посредници**, които са ги закупили директно от производител, лично познат на тях, или от група производители, за които те могат да гарантират; освен това, всички други критерии за зелен етикет се прилагат и към оранжевия етикет. Както при светофарите, оранжевото беше използвано, за да насърчи потребителите „да бъдат внимателни“ и да разпитат посредника за производителя, който стои зад продукта.

Други продукти от дълги вериги и/или неспазващи дефинираните критерии за устойчивост бяха етикетираны в **лилаво**, а не в червено, тъй като комисията не искаше да сигнализира, че са забранени или опасни, просто искаха да накарат потребителите да „мислят“.

Внедряването на системата за етикетиране не беше лесно; комисията трябваше да убеди продавачите, които сега бяха по-многобройни (30 постоянни, около 30 случайни) и това подтикна членовете, които не са земеделски производители, да научат повече за селското стопанство и да присъединят към местната хранителна система. Горди от иновациите, които са изградили колективно върху първоначалната идея на зам.кмета, те също така обясняват значението ѝ на своите приятели и съседи и това повишава репутацията им в общността, като им дава новата роля на съветник.

Системата за етикетиране се появи като междинен обект, източник както на нови знания, така и на нови отношения между заинтересованите страни. Важно е, че производителите също станаха горди да участват в иновацията и ускори диверсификацията на своето производство с помощта на съвети от по-напреднали партньори, за да имат повече зелено етикетираны продукти и/или разшириха отношенията си с местните си колеги, за да имат повече продукти с оранжев етикет. Пазарът навлезе в третия си период, където влиянието му придоби ново измерение, както на местно, така и на национално ниво.

4.3. Трети период: Инструмент за хранителна демокрация за градските хранителни системи

Внедряването на цветни етикети върху всички продукти, предлагани на пазара, задоволи много от потребителите, които не са се осмелили да разпитват продавачите. Прилагането му беше контролирано от комитета, като по този начин се адаптираха системите за гарантиране на участие, които бяха експериментирани в международен план в биологичното земеделие и в Nature and Progress (частна търговска марка, носена от мрежа от производители на биологични продукти, следвайки по-строги указания от френския официален органичен етикет) и АМАР мрежи във Франция. Въпреки това контролът остана важен въпрос, който предполагаше умения и информация от контролорите и това предизвика повече технически дискусии в рамките на комисията, между градските представители на местната власт и потребителите и производителите. Въпреки това, най-ефективният начин за коригиране на отклоненията от страна на продавачите остават обратната връзка от потребителите към комисията, от една страна, и социалният контрол между продавачите, от друга. Всъщност потребителите изглежда обръщат повече внимание на продукцията след въвеждането на

цветни етикети и предпочитат тези, които са етикетирани като къси вериги (зелено, оранжево). Въпреки че повечето потребители не разполагаха с умения, за да бъдат сигурни в отклоненията, те вече имаха увереността да уведомят комисията за своите съмнения, директно или чрез приятел, който беше в контакт с комисията.

В същото време изследователският екип и кметът на Грабелс представиха общия си експеримент на съответните си мрежи и това заинтересува различни медии, както национални, така и европейски. Няколко местни власти и сдружения на производители и граждани се свързаха с комисията Grabels, за да приложат системата и на тяхна територия. Тези искания накараха комисията да защити инициативата, чиято система за етикетирание беше само най-видимата част. Беше предложена колективна търговска марка, която да включва хартата, системата за етикетирание и контрола на участието, за безплатна, но наблюдавана употреба. Като публични институции и партньори изследователската институция и местните власти бяха избрани за съсобственици на търговската марка, която можеше да се прилага за пазари на открито и магазини, които смесваха различни вериги във Франция. Въпреки това, тъй като хранителните системи се различават от един регион в друг, изследователят посочи, че критериите за „местни“ и „устойчиви“ може да не са същите като в Grabels: случаят Grabels демонстрира как критериите са били договорени от ограниченията и ресурсите на селското стопанство около Грабелс от една страна, и от приоритетите на местните комитетски членове от друга. Освен това тези приоритети бяха променени и критериите бяха засилени. Същевременно запазвайки целта за сигнализиране на устойчивата продукция от къси вериги към потребителите, „рамковата търговска марка“, наречена Случаят с Grabels показва как критериите са били договорени от ограниченията и ресурсите на селското стопанство около Grabels, от една страна, и от приоритетите на членовете на местните комитети, от друга. Освен това тези приоритети бяха променени и критериите бяха засилени. Същевременно запазвайки целта за сигнализиране на устойчивата продукция от къси вериги към потребителите, „рамковата търговска марка“, наречена *Ici.C.Local* (Иновации за сътрудничество и информация в местните вериги). Следователно тези иновации за сътрудничество ще трябва да бъдат присвоени и адаптирани на местно ниво; „местни“ и „устойчиви“ критерии ще трябва да бъдат определени въз основа на основните принципи от които ще се ръководи местен териториален комитет, представляващ различните заинтересовани страни в хранителната система (производители, занаятчии, търговци на дребно, потребители, местни власти и местни партньори). Що се отнася до устойчивостта, обаче, зачитането на сезоните беше запазено като задължителен критерий, тъй като комитетът разглеждаше това като първа стъпка към по-устойчива хранителна система и се гордее, че техният експеримент насърчи промените в други региони.

Таблица 1. Критерии на системата за етикетирание за търговска марка *Ici.C.Local*, коригирани в случая Grabels.

Произвеждайте етикети за използване на открити пазари и магазини за търговия на дребно			
Задължителни критерии в рамката-търговска марка, които трябва да се спазват във всеки случай	• Директна продажба • Уважение към сезоните	• Продажба чрез един посредник • Продукти, закупени от посредник на познат лично производител или група производители, за които могат да гарантират • Уважение към сезоните	- Продажба чрез повече от един посредник
Задължителни критерии в рамката-търговска марка,	• „Местни“ продукти и • „Устойчиви“ продукти		

които трябва да бъдат коригирани на местно ниво			
Критериите са коригирани или добавени на пазара на Grabels	• „Местна“ продукция: идваща от ферма на не повече от 150 км от Grabels • „Устойчиви“ продукти: ○ Забрана на промишлени техники (отопляеми оранжерии, батерии...) и ГМО ○ Земеделие с ниски вложения ○ Достъпни цени ○ Достойни условия на труд	Добавени критерии: Зачитане на сезоните	Критериите са коригирани или добавени на пазара на Grabels

През юни 2016 г. във Франция бяха в процес на формиране няколко местни комитета с цел адаптиране на търговската марка към тяхната територия и прилагането ѝ на нов пазар, на съществуващ пазар и/или в магазини за търговия на дребно. Комисиите, които бяха най-напреднали, бяха открити в градските хранителни системи, където разликата между потребителите и селското стопанство е по-голяма, докато ретериториализацията на хранителната система се очертава като нова избирателна тактика за създателите на градска политика. Инициативата беше обсъдена и в други страни, по-специално в Испания и в Италия. Във всеки случай преговорите около „местно“ и „устойчиво“ бяха повече от всичко възможност за дебат, за научаване на местната хранителна система и един от друг и за колективен избор на това, върху което може да се фокусира и да се даде приоритет на местно ниво, по отношение на селското стопанство. Например, в един случай комисията прекара дълго време в обсъждане на определението за „устойчива“ продукция, преди да реши, че има повече ключови критерии, които трябва да бъдат изпълнени за „устойчиво земеделие“. Успоредно с това в Grabels експериментът беше разширен, за да се включат и преработени продукти в отговор на изискванията на потребителите и занаятчиите. Въпреки това, етикетването с къса верига на преработените продукти е много по-сложно.

Разпространението на марката обаче не беше мирен процес и предизвика известно напрежение между институциите и професионалните организации, занимаващи се със селското стопанство и/или регионалното икономическо развитие. Някои бяха собственици на търговски марки, които посочват „селскостопанска продукция“ или „местна/регионална продукция“ и смятаха, че *Ici.C.Local* се конкурира с тяхната марка. Всъщност *Ici.C.Local* е съвместим и допълва другите официални етикети, знаци за качество и търговски марки, както е доказано в Grabels. По-нататъшните дискусии с институционални участници разкриха, че проблемът не е търговски; те бяха обезпокоени от разпространението на двата основни принципа зад *Ici.C.Local*: прозрачност и участие. В техните случаи критериите не са били непременно споделени с потребителите и последните не са участвали в определянето или преразглеждането им. Въпреки че двата принципа не са обезпокоителни, когато се използват в алтернативни системи като АМАР, за някои институции те представляват заплаха, когато се прилагат към „обикновените“ градски хора и пазарите на открито, от които във Франция има повече от 8000.

5. Дискусия

5.1. Основни точки на дискусия в изследванията на алтернативни хранителни вериги

Този казус подчертава как местните градски политици и потребителите, които имат малка връзка със селскостопанските въпроси, са започнали да разбират и присвояват предизвикателствата на ретериториализацията на хранителната система. Хибридният пазар на открито, който съчетава правила от конвенционалните пазари (тук противоположни на „алтернативните“ хранителни вериги, а не на биологичния сектор), като задължителни информационни етикети върху всички продукти, с алтернативни хранителни мрежи, привилегиращи късите вериги, е резултат от техните процеси на обучение и преговори между това, което искат, и това, което може да се направи в техния регион по отношение на фермери, занаятчии и търговци на дребно.

Вече по-опитната местна власт Grabels разширява пазарния експеримент и в момента участва в проект за инсталиране на нови фермери в града, използвайки земи, които е закупила и ще отдава под наем на новодошлите. По този начин казусът демонстрира как ретериториализацията на хранителната система се оформя и дава смисъл в специфичния му контекст. Той също така демонстрира, използвайки лонгитудинен подход, стъпките, чрез които инициативата еволюира от електорални грижи към „алтернатива“. В този смисъл, като същевременно допринася за литературата, подчертавайки важността за реализация на инициативите за осигуряване на алтернативна храна по отношение на мястото и историята, нашият казус директно се отнася до по-новите изследвания за прехода на (конвенционалните) хранителни системи към по-устойчиви.

Освен това, като се фокусира върху мрежите, този казус потвърждава, че новите отношения или съдържанието на отношенията, насърчавани от пазара, са изиграли ключова роля в този двоен процес на ретериториализация и преход: чрез набиране на продавачи за дискусии в рамките на комисията и между приятели в пазарния ден, междуличностните отношения са осигурили информация и съвети, които в много наблюдавани случаи представляват ресурси за мислене и действие по различен начин по отношение на селското стопанство и храните. Този резултат може да не изглежда оригинален, тъй като изследването на алтернативни хранителни мрежи също подчертава как хората, които са по-загрижени за проблемите на устойчивостта, влияят и учат другите за решаването на тези проблеми. Въпреки това, тези проучвания са склонни да се фокусират върху влиянието върху потребителите от страна на лидерите на инициативата, считани или описвани като „морални предприемачи“. В случая на Грабелс отношенията с влияние и обучение не изразяват никаква конкретна стратегия от никого и се разпределят между участниците. Анализът на мрежата за съвети разкри как някои участници се появяват като „експерти“ в специфични контексти и по отношение на конкретни въпроси, въпреки че може да не са били считани за квалифицирани и/или лидери преди и може да не се считат за модел след това: например биологичният фермер, продаващ на пазара, се появи като източник на знания относно сезонността, докато фермерите предпочетоха да обсъдят диверсификацията на своето производство с друг производител, въпреки че са „конвенционални“. Освен това, докато изследванията на алтернативните хранителни системи често се фокусират върху потребители, които са повлияни и обучени от морални предприемачи, този казус обръща по-голямо внимание на фермерите, които в този случай са предимно конвенционални фермери, преориентиращи своите дистрибуторски вериги. Тук казусът насочва натиска на (градските) потребители, което беше подчертано в редките изследвания на производителите в алтернативни хранителни системи: разработена е и хартата, предизвикваща промени в

производството за по-добро изпълнение на критериите от самите производители, участвали и в решенията за хартата.

Може да се запитаме защо „конвенционалните“ фермери със „средно земеделие“ са приели повече ограничения в случая с Grabels, в който те са получили, чрез комисията, възможността да изразят себе си и да се противопоставят.

Две са основните причини, които произтичат от проучването:

първо, те също изглежда се гордеят с участието си в инициативата отличаваща се с активно участие и иновация, която ги цени и се медиатизира, особено в региона, и това ги мотивира да се „постигат по-добре“ целите;

второ, промените (диверсификация, по-малко използване на суровини), предизвикани от пазара на Grabels, изглеждат ефективни икономически, в Grabels и в другите им търговски обекти, още повече, че преходът е прогресивен, подкрепен от нови отношения за съвети с партньори, които се насърчават от пазара и не са свързани с твърде много разходи.

Техническите и икономическите условия на прехода на фермата към по-устойчиво земеделие все още не се вземат предвид от социалните учени, работещи по алтернативни или къси хранителни вериги. Този казус, за който са допринесли студентите по агрономия и икономика на селското стопанство, предлага първоначална представа, но призовава за по-нататъшни плуридисциплинарни изследвания, особено защото има по-голям спектър от производства в *Ici.C.Local* дифузия, сред която преработените продукти отворят нови предизвикателни въпроси относно условията на преход: например намаляване на оборудването, поддръжка на близки кланици и др.

5.2. Обратно към икономическата социология, излизане отвъд релационния редукционизъм

Използвайки икономическата социология като рамка в тази статия, ние се фокусирахме върху ролята на социалните отношения в траекторията на пазара и в еволюцията на практиките и знанията на неговите заинтересовани страни, в рамките на опита от ретериториализацията на тяхната хранителна система. Вниманието към съдържанието на връзките ни позволи да отидем отвъд анализите, които са склонни да идеализират „вградеността“ или „социалните връзки“ в местните хранителни вериги. Всъщност „измамниците“ демонстрираха, че местните вериги не са непременно пространства на доверие и взаимно уважение. Освен това мрежовият анализ показва също, че някои отношения между продавачите са прекъснати поради засилената конкуренция, насърчена от разширяването на пазара. Освен това, разширяването се е облагодетелствало от това „отрицателно“ лице на вградеността, както е подчертано в изследванията на икономическата социология на социалното изграждане на пазарите: като и двамата си сътрудничат за успеха на пазара (принос към хартата, съвети борси) и конкуриращи се един срещу друг, продавачите структурираха и поддържаха стабилността на пазара.

Независимо от това, в случая с пазара на Grabels, специфичното му устройство изигра съществена роля отвъд конкретните отношения като източници на влияние, обучение, преговори, социален контрол и т.н. – системата за етикетиране. Представихме го по-горе като „посреднически обект“, който насочва участниците да обменят това, което знаят и от кого го искат, и да изграждат нови знания и съюзи за постигане на общите си цели.

Понятието за междинен обект идва отчасти от теорията на актьора и мрежата, който обръща повече внимание на не-човеците, в иновационните процеси, както и в изграждането на пазари, отколкото на други рамки в социалните науки и в частност в социологията.

Следвайки тази идея, се поставя под въпрос принципа на симетрията в теорията на актьора и мрежата, която разглежда хората и нечовеците по един и същи начин, Гросети подчертава как „ресурсите за посредничество“ извън междуличностните отношения играят основна роля в икономическите дейности:

- Тези ресурси могат да бъдат правила или устройства, официално и предварително предназначени за улесняване на координацията между участниците, без да се налага да бъдат обвързани един с друг;
- Тези ресурси могат също да бъдат обекти или лица, които допринасят за координацията *ad hoc*, без да са били разглеждани в тази светлина преди.
- В случая с Grabels, задължителните етикети на продукти, каквито могат да се намерят на всеки открит пазар или магазин за търговия на дребно, са трансформирани в ресурси за посредничество, а тяхната ефективност надхвърля местната ситуация: тъй като тези ресурси са лесни за достъп и поддържат два основни принципа на прозрачност и участие.

Въпреки че този казус завърши с пресичане с голямото количество литература за етикетирането на храни, то тази литература е подкрепена от разпространението на етикети за безопасност и качество на храните от 90-те години на миналия век в индустриализираните страни и разпространението им в развиващите се страни в отговор на притесненията на потребителите и/или като средство за пазарна диференциация. И в двата случая това става с нарастващото участие на частния сектор. Като се има предвид тази литература, нашите резултати могат да се разглеждат в контекста на две линии на мисли.

По отношение на алтернативните хранителни вериги е доказано, че етикетите подкрепят повторното свързване на производството с потреблението в „разширени къси вериги“, както е илюстрирано в случай на AOC/IGP, цитиран във въведението — въпреки че вече не се считат за алтернативни хранителни системи във Франция — докато късите вериги лице в лице и в близост разчитат на лични отношения. Направени изводи:

- В Европа етикетите, посветени на тези алтернативни вериги, изглежда съчетават атрибути на продукцията, място и процес. В Grabels етикетът се оказва необходим, за да успокои потребителите, въпреки преките отношения с производителите.
- Етикетът гарантира, че продавачите познават в детайли продуктите, които предлагат, вместо да гарантират (местен) произход или (устойчиви) продукти или процеси;
- Етикетът също така гарантира, че тесните им отношения с продуктите са били контролирани на местно ниво, от частно-публичен комитет, който по този начин представлява както индивидуални, така и общи интереси.

Тези различия потвърждават, че пазарът на Grabels не е замислен и изграден като алтернативна хранителна верига, въпреки че в по-голямата си част е кратък. Те също могат да бъдат разбрани от гледна точка на прехода, тъй като новите видове етикети и модалности на контрол (участие, децентрализиран, частно-публичен) могат да бъдат уместни в подкрепа на „деконвенционализацията“ на хранителните системи. Направени изводи:

- От една страна, някои изследвания показват ограниченото използване на екоетикети от страна на потребителите, особено когато тези потребители не са много загрижени от въпроса за устойчивостта.
- От друга страна, други изследвания показват как етикетите могат да подкрепят развитието на рефлексивното потребление от неактивисти, от примери за мляко с етикет „не съдържа хормони“, до продукти с етикет „без ГМО“. Въпреки това

проблемът често се разглежда в ситуации, когато етикетирането предизвиква по-висока цена, което може да ограничи въздействието му върху практиките.

Във всеки случай, в Grabels, където въвеждането на етикети не увеличи цените, тяхното въздействие изглежда по-малко поради етикета сам по себе си, отколкото от местната социална динамика, която той насърчава. Този резултат изисква по-контекстуализирани и дългосрочни анализи на етикетирането на храните в контекста на нарастването на системите за гарантиране на участие, за да се улесни дебатът за това какви видове етикети могат да подкрепят появата на „демократия на храните“ и по какъв начин, както и – или вместо – неолибералното управление.

5.3. Изграждане на претериториализация на хранителната система и преход чрез хранителна демокрация

Концепцията за „демократия на храните“, която беше въведена от Ланг през 90-те години на миналия век, се появи като начин за противовес на нарастващия контрол на корпоративните фирми върху хранителните системи в лицето на оттеглянето на държавата, както и за противодействие на липсата на участие на потребителите. в тези системи. Необходимостта от демократизиране на хранителните системи чрез насърчаване на участието на членове на обществеността в управлението им не е просто политически въпрос, ако храната се разглежда като „местоположение на демократичния процес“, а не като „инструмент за контрол“ за потребителите. За Ланг това е и конкретен начин за насърчаване на достъпа до здравословна храна, която се произвежда по устойчив начин за всички.

Хасанеин развива концепцията, като обвързва колективните действия, засилващи ролята на гражданите в хранителните системи по-тясно с колективната дефиниция за „устойчивост“, чрез социални движения и инициативи на гражданското общество. Тя демонстрира, че образованието е необходимо, за да даде възможност на потребителите да бъдат информирани и активни и да участват в разработването на решения на общи проблеми, в селското стопанство и готвенето, както и в културата и практиката на демокрацията. По този начин „демократията на храните не е само цел или крайна точка, освен това процесите, използвани за постигане на хранителна демокрация, са от решаващо значение за нашето разбиране за нея“. Въпреки това, малкото конкретни примера за тази концепция са свързани с алтернативни хранителни мрежи и са преописани като „граждански хранителни мрежи“ като следствие, докато условията за включване на „обикновени“ актьори и карането им да променят своите практики не се проучват допълнително, както е посочено във въвежданията. Разбира се, казусът Grabels сам по себе си не е достатъчен, за да създаде стабилен материал по този въпрос, но проследяването на други групи, прилагащи *Ici.C.Local*, предоставя възможност за напредък: не само по отношение на участието на обикновените актьори но също и в тяхната „лична трансформация“ (самоувереност) в рамките на инициативата, която може да повлияе — положително или отрицателно — на тяхното участие. **Всъщност в Grabels гордостта да участваш в иновативна система, която се разпространява в други територии, както и да бъдеш партньор в изследователско проучване, беше ключов фактор в процеса на преход.**

От друга гледна точка, търговската марка *Ici.C.Local*, формализирана от пазара на Grabels, може да се разбира като един от възможните подходи за разработване на „териториални хранителни проекти“ (*Projets Alimentaires Territoriaux*) във Франция: насърчаван от държавата в Закона за земеделието на 2014 (*Loi d'Avenir Agricole*) и в момента се укрепва с нов закон за „териториално закрепване на храни“. Предложен от депутата на Зелените Б. Ален, този закон има за цел да „разработи правна среда, която насърчава местното закрепване на храна“. Приет от Френското национално събрание през януари 2016 г., законът беше одобрен от Сената, що се отнася до преместването на храна, въпреки че Сенатът

отхвърли предложението за налагане на повече органична храна в общественото хранене. Териториалните хранителни проекти се тълкуват като местно съгласуване около храната, с цел изграждане на по-устойчиви хранителни системи. Този контекст ще създаде нови казуси, които ще тестват колко разнообразни са изразите на хранителната демокрация като *Ici.C.Local* може да придобие по-голямо въздействие. Той също така ще предостави нови ресурси за сравняване на градските и селските ситуации, от една страна, за поставяне под въпрос демократичното и трансформиращо измерение на повече институционални устройства като градските хранителни съвети, „възстановяване“ на местното ниво в индустриализираните страни, от друга.

6. Заключение

Местните хранителни мрежи в по-голямата си част са изследвани чрез инициативи, в които участниците се определят чрез своята разлика или противопоставяне на агроиндустриалния модел – или „корпоративния хранителен режим“ – който все още доминира в хранително-вкусовата промишленост. Въпреки това, както вече беше подчертано от скорошни работи за „земеделието на средата“, в тези мрежи може да се наблюдава по-голяма реалност. Това е особено вярно във Франция, където директните продажби са традиционна система за дистрибуция и където „късите хранителни вериги“ са официално определени и се подкрепят от последните публични политики.

Навлизането на „обикновени“ участници, от производители до потребители, и включително местни политици, постави под въпрос капацитета на тези къси вериги да насърчат прехода към по-устойчиви хранителни системи, особено в градските и крайградските райони. **Като разгледахме казуса на градски пазар на открито и с помощта на приноса от икономическата социология, ние илюстрирахме как междуличностните отношения са източник на нови знания, които позволяват на участниците с малко или никакво осведоменост относно проблемите на селското стопанство и/или устойчивостта, да мислят и действат различно.** Ние също така демонстрирахме съществената роля на системата за етикетирание като посредник и като посреднически ресурс, което допринесе много за оформянето на траекторията на пазара и на неговите участници, по-специално като генерира гордост от тях.

Взаимоотношенията, както и ресурсите за посредничество, се оказаха релевантни характеристики в процеса на преход към по-устойчиви практики в разглежданата тук градска хранителна система. Тъй като пазарите на открито са традиционна форма на хранителна верига във Франция, се опитахме да хвърлим нова светлина върху традиционните видове хранителни вериги, които биха могли да бъдат обновени като мрежи за преход към устойчиво земеделие, особено в градските хранителни системи, ако се вземат предвид като възможни фокуси на социални иновации.

Източници на информация:

Юна Шифоло, Сара Милет-Амрани и Ариел Канард, превод на публикацията на български език от източника: <https://www.mdpi.com/2077-0472/6/4/57/html>, академични редактори: Giaime Berti, Moya Kneafsey, Larry Lev, Irene Monasterolo и Sergio Schneider

<https://campaigns.efsa.europa.eu/eu-and-my-food/index-bg.htm>

https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/food-safety_bg

<https://op.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/b70d1b20-499a-11e7-aea8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>

https://op.europa.eu/bg/browse-by-subject?p_p_id=eu_europa_publications_portlet_search_executor_SearchExecutorPortlet_INSTANCE

<https://op.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/ae2efe31-ae98-11ec-83e1-01aa75ed71a1/language-bg/format-PDF/source-258630009>

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/bg/sheet/51/food-safety>

<https://www.mzh.government.bg/bg/politiki-i-programi/politiki-i-strategii/politiki-po-agrohranitelnata-veriga/zakonodatelstvo-v-oblastta-na-agrohranitelnata-veriga/evropejsko-zakonodatelstvo/>

Проект „Подкрепа на предприемачеството в областта на вътрешната преработка на качествени селскостопански продукти в областите Еврос, Хасково, Смолян и Кърджали“ (QUALFARM), е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от национални фондове на страните, участващи в Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014–2020.

Съдържанието на този материал е изцяло отговорност на Сдружение „Съюз за възстановяване и развитие“ и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.