

Стратешки план за развој на Слоу Фуд Македонија 2018-2020



Издавач: **Slow Food Macedonia © 2018**

Дизајн и графичко уредување: **Горан Трсунов**
Фото кредит © **Slow Food Macedonia**

Стратешки план за развој на Слоу Фуд во Македонија 2018-2020

СОДРЖИНА

1. Вовед 9
2. Визија, мисија и филозофија 10
3. Стратешки цели и насоки за програмски активности 11
4. Структура на организацијата 33
5. Соработка со засегнати страни 34
6. Следење и оценка на стратешкиот план 36
7. Прилози 37

РЕЧНИК НА КОРИСТЕНИ ТЕРМИНИ И КРАТЕНКИ:

Агроекологија - наука која ги користи еколошките принципи во воспоставувањето и управувањето со одржливите агроекосистеми

Активизам за храна - форма на граѓански активизам кој во центарот на своето делување го става прашањето од каде доаѓа храната и укажува колку е штетно масовното производство, притоа нагласувајќи ја неопходноста и потребата да се обезбеди квалитетна храна до современиот потрошувач

Алијанса на готвачи и Слоу Фуд – глобална мрежа на готвачи, координирана од Слоу Фуд фондацијата за биодиверзитет, кои се залагаат за заштита на локалниот биодиверзитет на храна и ги поддржуваат малите производители, преку секојдневната употреба на производите од Арката на вкусови, Президиумите и Тера Мадре заедниците во нивните кујни

Арка на вкусови – онлајн каталог воспоставен и координиран од страна на Слоу Фуд фондацијата за биодиверзитет, во кој се презентираат видови, сорти, раси и преработени производи на кои им се заканува опасност од исчезнување, кои се дел од културите и традициите на локалните заедници од целиот свет.

Благосостојба на животни - физичка и социјална состојба на животните што се постигнува со исполнување на условите утврдени со закон, вклучувајќи, но не ограничувајќи се само на сместувањето, животната средина, исхраната, медицинската нега и социјалниот контакт

Волонтеризам во Слоу Фуд - вреднувана алатка во Слоу Фуд за личен и развој на конвивиумите и заедниците на храна

Гастрономија – наука која го проучува односот помеѓу храната и културата, уметноста на подготвување и служење на храна, вклучувајќи ги стиловите на готвење и проучувањето на регионите на потекло и уживањето во храната

ГМО – кратенка за Генетски Модифицирани Организими

Грасрутс (Grassroots) – иницијатива (групирање на луѓе) во локалната заедница со цел превземање на колективни активности на локално ниво за поттикнување на промени на локално, регионално, национално или меѓународно ниво. Користејќи самоорганизација, ги поттикнуваат членовите на заедницата да дадат придонес со преземање одговорност и акција во нивната заедница и најчесто се поврзани со донесување одлуки одоздола нагоре, затоа се сметаат за поприродни или спонтани од потрадиционалните структури на моќ. Воспоставувањето на конвивиумите во Слоу Фуд се одличен пример за вакви иницијативи

Диско супа – клубска забава со добра музика која се комбинира со готвење на протестна супа од зеленчук кој вообичено би завршил во отпад и дружење на младите активисти на СФММ со испраќање на пораки за редуцирање на губитоците со фрлање на храна.

Добра, чиста и правична храна – филозофскиот пристап на Слоу Фуд кон храната, базиран на концептот е дефиниран од три меѓусебно поврзани принципи: добра, чиста и правична

Еко-гастрономија – нов термин на Слоу Фуд, кој ги потенцира силните врски помеѓу чинијата и планетата, преку фактот дека нашите избори за храна имаат големо влијание врз здравјето на животната средина и општеството.

Едукација за вкус - методологија на Слоу Фуд кон едукацијата за храна базирана на повторното промовирање и обука на сетилата и проучување на сите аспекти на храната и нејзиното производство.

Ит-ин (Eat-in) – гастро-политички настан, форма на протестен оброк на јавно место, кој ги зајакнува човечките односи и колективната свест преку споделување на храна и идеи. Учесниците на настанот делуваат со заедничка идеја, понесувајќи и споделувајќи храна, подготвена според филозофијата на Слоу Фуд.

ЗОП – кратенка за Заштитени ознаки за потекло,според националното и европското законодавство

Заедници на храна - групи на мали производители, обединети околу одржливото производство на одреден квалитетен производ кој е тесно поврзани со географската област. Терминот е воведен од Слоу Фуд во 2004 година на првиот настан на Тера Мадре и истиот ја одразува новата идеја за локална економија базирана на земјоделството, храната, традицијата и културата.

Конвивиум (con vivere = да се живее заедно) - локални ограноци на Слоу Фуд кон кои пристапуваат членовите на Слоу Фуд, автономни групи кои претставуваат градивни клетки на мрежата на организацијата. Поттикнати како грасрут иницијативи, членовите играат директна и активна улога во заедницата, заживувајќи ја во пракса филозофијата на Слоу Фуд на локално ниво и помагајќи ја промената на глобалниот систем на храна, истовремено станувајќи дел од меѓународната мрежа на истомисленици.

Ко-производител - свесен потрошувач кој ја надминува пасивната улога на консумирање и се интересира за начинот на кој е произведена, за нејзините производители и проблемите со кои се соочуваат при тоа. На тој начин активно поддржуваајќи ги производителите, стануваме дел од производствениот процес. Терминот ко-производител е наметнат од Слоу Фуд за да се потенцира како нашите колективни избори на храна може да придонесат за големи промени во начинот на кој се одгледува, произведува и дистрибуира храната.

Мастер оф фуд (Master of food) – еднодневни курсеви за храна кои им помагаат на луѓето да постигнат свесност преку своите перцепции. Започнувајќи со сетилата преку кои се доживуваат нови искуства, па продолжува со практични активности и теоретски лекции за производството и квалитетот на храната.

Нео-гастрономија или "нова гастрономија" - концепт на гастрономија според Слоу Фуд, како мултидисциплинарен пристап кон храната, слобода на избор и модел на едукација, кој ги препознава силните врски помеѓу чинијата, планетата, луѓето и културата. Терминот е наменет да кореспондира со еволуцијата на Слоу Фуд, која започнала со првична цел да ја брани добрата храна, гастрономското задоволство и забавеното темпо на животот (ено-гастрономија), а потоа логично ги проширило своите интереси со цел да ги прифати прашањата како квалитетот на животот и здравјето на планетата во која живееме (еко-гастрономија) кој ни овозможува да ги живееме нашите животи што е можно поквалитетно, користејќи ги ресурсите кои се вредни за нас, а истовремено водејќи грижа за животната средина

Пазар на фармери - Светска мрежа на пазари на фармери кои работат според начелата на филозофијата на Слоу Фуд, на кои со доверба можете да купите квалитетна храна директно од производителите по правични цени за потрошувачите и за производителите со што се поттикнува локалната економија.

Президиум – модел на поддршка на група на производители на одреден автентичен производ кој е во ризик за исчезнување, која го одржува квалитетот на производств, ги штити локалните средини и екосистеми, ги обновува традиционалните методи за преработка, ги заштитува локалните раси и локалните сорти на растенија.

Работилница за вкус – методолошки пристап на Слоу Фуд, за едукација за храната заснован на дегустација на производите со тренинг на сетилата и проучување на сите аспекти на храната и нејзиното производство. Дегустацијата како редовен елемент во рамки на работилницата, нуди можност да се добие еден нов, алтернативен и стимулативен вид на знаење.

Салоне дел Густо (Salone del Gusto -Салон на Вкусот) е биенален настан организиран од страна на Слоу Фуд, регионот Пиемонт и градот Торино, започнат од 1996 година. На настанот се презентира храна со висок квалитет, како одговор на стандардизацијата на храната, создадена од глобализираниот пазар, со што се дава значаен акцент на зачувување на гастрономското, културното и еколошкото наследство, а се помага и ревитализацијата на локалните микроекономии.

Систем на храна – релативно нов термин, кој се користи често во дискусиите за исхраната, храната, земјоделството, здравјето, економскиот развој на заедницата. Системот на храна ги вклучува сите процеси и инфраструктура вклучени во обезбедувањето на храна за населението: одгледување, берба, преработка, пакување, транспорт, маркетинг, потрошувачка и фрлање на храната како отпадок. Исто така ги вклучува потребните влезови и резултатите генерирани во секој од овие чекори. Системот за храна функционира во рамките и под влијание на социјалните, политичките, економските и еколошките контексти и потребните човечки ресурси кои обезбедуваат работна сила, истражување и образование.

СФММ (Слоу Фуд Млади Македонија) - автономна организација во рамки на мрежата на Слоу Фуд Македонија, која ги обединува младинските членови и активисти на Слоу Фуд, истата е дел од меѓународната младинска мрежа на Слоу Фуд

Слоу фиш (Slow Fish) – кампања на Слоу Фуд за заштита на малите рибарски заедници, кревките водни екосистеми заедно со биодиверзитетот на риба во нив и одговорната потрошувачка на риба.

Слоу Фуд фондација за биодиверзитет – фондацијата е оперативно тело на Слоу Фуд за заштита на биодиверзитетот на храна. Проектите на фондацијата се алатки за промоција на модел на земјоделство, кои се заснова на локалниот биодиверзитет со почит кон почвата и локалната култура, во хармонија со животната средина и има за цел да обезбеди суверинитет на храната и пристап до добра, чиста и правична храна за сите заедници.

Слоу Фуд Травел (Slow Food Travel) - нов модел за туризам, кој се состои од посети на туристи и размени со фармери, пекари, лозари... кои заедно со готвачите кои ги готват нивните производи и се домаќини на нивните имоти и водичи низ локалните традиции, со цел да им се приближат на туристите зачувувањето на биодиверзитетот на храната и разбирање на локалните култури, идентитети и гастрономија.

Слоу Бир (Slow Beer) – каталог за промоција на локални занаетчиски пива и концепт на производство, според филозофијата на Слоу Фуд, со употреба на локално одгледани ингредиенти и произведени од страна на мали пивари

Слоувајн (Slowine) – каталог на вина кој поддржува и промовира мали винарии кои користат традиционални техники, работат со почит кон животната средина и поднебјето, и зачувување на биолошката разновидност на сорти на грозје кои се дел од локалното наследство.

Социјална економија - нов социо-економски модел, заснован на принципите на еднакви можности, правична дистрибуција на богатството и социјалната одговорност за индивидуите и групите во општеството кои не се во можност да ги искористат можностите за да ги подобрат нивните животи или не можат тоа да го сторат поради социјални, здравствени и други причини

Тера Мадре (Terra Madre-Мајка Земја) - проект иницран од Слоу Фуд, со цел да се заштитат и поддржат малите производители, да им се даде глас и видливост, да се подигне свеста за вистинската вредност на нивната работа и да им се обезбедат неопходните услови за работа во подобри услови.

Тера Мадре ден – глобална прослава на мрежата Тера Мадре на 10 декември во локалните заедници на храна и конвивиумите на Слоу Фуд, под мотото „Јади локално, размислувај глобално“

Тера Мадре фондација –.ги организира и финансира меѓународниот настан Тера Мадре и другите сродни иницијативи на интернационално, регионално и национално ниво, со цел да се осигура континуитетот на Тера Мадре и да ги координира партнерите кои ја поддржуваат оваа голема мрежа.

Чииз (Cheese-Сирење) – биенален фестивал на сирење, кој е дел од кампањата за зачувување на употребата на сурово млеко во производството на сирење. Фестивалот се одржува во Бра, Италија, во седиштето на Слоу Фуд. Првото издание е одржано во 1997 година.



1. ВОВЕД

Македонија е мошне богата со разновидни земјоделски производи и храна во голема мера поради својата географска положба, каде се вкрстуваат различни климатски влијанија, разиграниот рељеф и присуството на различни почвени типови, водените ресурси, потоа традиционалните занимања и економија на населението, во контекст на историските, културните и верските влијанија.

Предизвиците со кои се соочуваме во Македонија, поврзани со системот на храна денес се причинети од ефектите на индустријализацијата и глобализацијата, при што се придонесува за губење на биолошката разновидност и автохтоните сорти и раси, загадувањето на почвата и водата, уништување на животната средина, здравствени проблеми кај возрасните и децата, заради неухранетост или дебелина, фрлањето на храна, се поголемите социо-економски разлики и намалувањето и стареењето на популацијата која се заминава со земјоделство во руралните средини.

Во последните години развојните политики во Македонија се фокусирани на брз економски раст, базиран на развојот на индустријата и пазарните принципи на големите дистрибутивни синџири а притоа не водејќи доволно грижа ги пониските социјални и економски слоеви на населението. Следствено на тоа, во развојот на локалната култура се тргнува во потрага за нови, воведени вредности, без да се разгледаат влијанијата и последиците од сето тоа.

Слоу Фуд во Македонија, преку своето делување промовира алтернативен модел на систем на храна, заснован на промоција и едукација за важноста и вредноста на локалниот биодиверзитет, почитување на знаењето и работата на малите производители и зачувувањето на животната средна, локалните теротории и култура.

Слоу Фуд Македонија негува пристап на слушање и учење од локалните заедници во текот на изминатите години, со цел да ја утврди сопствената улога во општеството и да превземе активности во нивна полза. Преку овие разговори и дискусии, го развивме овој стратешки план заедно со конвивиумите и останатите групи во Македонија. Идеите и предлозите се плод на стекнатото искуство, во многу различни области, од страна на повеќе поединци кои дадоа придонес во градењето на иднината на Слоу Фуд , како координатори на работата во групи, преку еден пристап кој е инклузивен и ангажиран со цел да ги собере целата позитивна енергија, која нашите заедници се способни да ја за генерираат.

Документот презентиран на овие страници е производ на елаборациите кои произлегуваат од повеќето средби, работилници и размена на идеи и предлози од секој од нас и истиот е конципиран во два дела. Првиот дел дава преглед на нашата визија, мисија и филозофија за храната во Македонија со сите свои врски, во кои се обидовме да се потенцира она што треба и може да се подобри или промени. Во вториот дел, се сумирани и нагласени стратешките цели и приоритети на оперативната програма кои ние би сакале да се постигнат во следните три години.



2.ВИЗИЈА, МИСИЈА И ФИЛОЗОФИЈА

Слоу Фуд верува во „нова гастрономија“ како слобода на избор, како едукација и мултидисциплинарен пристап кон храната кој ни овозможува да ги живееме нашите животи што е можно подобро и поквалитетно, користејќи ги ресурсите кои се вредни за нас, а истовремено водејќи грижа за животната средина.

Слоу Фуд се залага за добра, чиста и правична храна за сите:

ДОБРА– значи вкусна храна способна да ги стимулира и задоволи сетилата на консументот и дава задоволство додека се јаде.

ЧИСТА- значи здрава храна, произведена во хармонија со природата, каде производителот ја почитува животната средина, благосостојбата на животните и човековото здравје.

ПРАВИЧНА- Слоу Фуд верува дека храната е универзално право на секој. Преку овозможување на еднакви услови за плаќање на производителите и пристапни цени за потрошувачите

Визија на Слоу Фуд Македонија:
Одржлива храна базирана на зачувувањето на биодиверзитетот и традицијата.

Мисија на Слоу Фуд Македонија:
Преку едукација кампањи и промоција, градиме гастрономска култура инспирирана од традицијата, разновидните земјоделски производи од локалните производители и знаењето на новите генерации за одржлив развој.



3.СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ И НАСОКИ ЗА ПРОГРАМСКИ АКТИВНОСТИ

Стратешки приоритет 1: Градење на мрежата на Слоу Фуд

Стратешка цел 1.1: Да се зајакне системот на континуирана мобилизација на членство и негово активирање преку волонтерски и активистички ангажмани во Слоу Фуд

Слоу Фуд е отворена организација која што е составена од различни членови и токму тоа ја прави организацијата уште посилна. Во Слоу Фуд членовите играат важна улога во организирањето на различните настани, а исто така земаат учество во различни активности на локално, национално и интернационално ниво. Членовите можат да се приклучат во локалните конвивиуми или пак да основаат нови конвивиуми. Тие се дел од локалните заедници, но исто така се и активни во широката интернационална мрежа на Слоу Фуд. Како член на Слоу Фуд, секој може да помогне во промената на системот на храна и да стане дел од интернационалната мрежа на истомисленици, производители и ко-производители, да асистира и да го поддржува производсвото и дистрибуцијата на храна и да учествува во промоцијата на едукативните проекти ширум Македонија. Со самото зачленување во организацијата, секој член има и етички придобивки.

Повеќе членови, значи организација богата со повеќе идеи, ова е мотото кое нè води. Да се разгледа проширувањето на базата за членство како приоритет, со барање за нови членови што ќе значи проширување на радиусот на нашите активности, истражување на нови контексти. Можноста за комбинирање на овие акции нè води до прагот од преку 1.000 членови како можна цел во наредните три години. Овој раст не треба да биде само квантитативен, туку и квалитативен, раст што го фаворизира процесот на трансформација , од веќе воспоставената перцепција на организација која обезбедува услуги, во организација која гради взаемен однос и солидарност.

Волонтерството во Слоу Фуд Македонија се разбира и вреднува како одлична алатка за личен и развој на заедницата. Волонтерството е практика на членовите и активистите кои работат за доброто на останатите, наменета за промовирање добра, чиста и правична храна и подобрување на квалитетот на животот. Програмите во Слоу Фуд Македонија се планираат, креираат и остваруваат базирани на концептот на волонтерство и активното учество на членовите. Волонтерите се активни членови на СФМ и дел од работниот тим во организацијата и се дел од процесот на донесување на одлуки. Волонтерите се обучуваат и им се нуди можност да работат на соодветни проекти, да бидат вклучени во организирањето на активностите и да даваат логистичка поддршка на настаните на Слоу Фуд.

Активизмот за храна како форма на организирано дејствување е во основата на Слоу Фуд млади Македонија. Активизмот означува преземање и спроведување на одредена акција

со цел да се предизвикаат посакуваните промени. Активизмот значи неприфаќање на пасивната улога на која се сведени младите во услови на „модерниот консумеризам“ и нивно ангажирање за подигање на свеста на поединецот и влијаење врз процесот на одлучување за прашањата поврзани со производството, дистрибуција и консумирање на храна. Активизмот може да биде насочен кон институциите, кон економските центри на моќ или кон јавноста.

Резултат 1.1.1 Зголемување на бројот на членови и нивната активност во конвивиумите

Показател 1: % на зголемување на членството на Слоу Фуд за период од три години

- **Почетна состојба 1:** 200
- **Таргет 1:** 1000

Показател 2: % на активно членството во Слоу Фуд

- **Почетна состојба 2:** 30%
- **Таргет 2:** зголемување за бројот на активни членови на 50% до 2020 година

Сет активности:

- Работилници со конвивиум лидерите и активистите за зголемување на нивната мотивираност за ново членство;
- Креирање на водичи за членови (промотивни материјали и флаери) и правилник за бенефиции;
- Креирање на сервисен центар за членови со достапна дата-база;
- Воспоставување на алатки за информирање на членовите за активностите на Слоу Фуд мрежата и настани;
- Кампања за анимација и зачленување на нови членови и отвореност на организацијата за истите;
- Вклучување на членови на состаноци и за време на годишното собрание на конвивиумите, идентификување прифаќање и реализација на нивните идеи на локално ниво;
- Предлагање на членови за конкретни функции, членување во работни групи и тела;
- Обука за 20 лица за лидери и активисти за промоција, мобилизација и управувавње со членство.

Резултат 1.1.2: Зголемен број на волонтери и активисти во Слоу Фуд

Показател 1: зголемување на број на волонтери во Слоу Фуд конвивиуми

- **Почетна состојба 1:** 12
- **Таргет 1:** 72

Показател 2: зголемување на број на активисти во СФММ

- **Почетна состојба 2:** 20
- **Таргет 2:** 80

Показател 3: стажанти и волонтери на подолг период во национална организација

- **Почетна состојба 3:** 2
- **Таргет 3:** 4

Показател 4: раст на нови иницијативи, проекти и активности поттикнати од волонтерите и активистите

- **Почетна состојба 4:** 10
- **Таргет 4:** 15 во 2020 година

Сет активности:

- Активирање на членовите како волонтери преку доделување на конкретни задачи, подготовка на описи на волонтерски места и сл;
- Подготовка и реализација на локални иницијативи и настани во конвивиумите;
- Организирање на тренинзи подготовка и реализација на кампањи и настани;
- Подготовка на правилник за работа со волонтери и регулирање на нивниот статус согласно законската регулатива;
- Активистички ангажмани во СФММ:
  - кампањи и различни акции за подигање на јавната свест;
  - организирање на Ит-ин, Диско супа или друг вид настани за анимирање на младите и локалната заедница за одредени прашања поврзани со храната;
  - организирање на кампови за активисти преку СФММ;
  - петиции и други форми на обезбедување на поддршка од младите и локалната заедница за одредени иницијативи;
  - обезбедување помош и поддршка на младите производители и фармери;
  - бојкотирање производи од одредени компании и преференцијално купување на локални производи од мали производители;
  - лобирање;
  - протести и директни акции со цел вршење на отворен притисок, врз економски центри на моќ или властитеза остварување на своите цели.

Стратешка цел 1.2: Функционална структура и дефиниран статус на мрежата со конвивиумите како градивни клетки на мрежата

Активностите на конвивиумите се многу значајни за Слоу Фуд бидејќи тие ја пренесуваат и оживуваат филозофијата на организацијата на локално ниво. Секој конвивиум формиран како грасрут иницијатива, организира бројни настани, почнувајќи од едноставни вечери каде членовите се наоѓаат и ги споделуваат меѓусебно своите импресии и задоволство од добрата храна, исто така ги посетуваат локалните производители и фарми, ораганизираат конференции и дискусии, филмски проекции, едукации за децата и на возрасните, промовираат Пазари на фармерите и многубројни настани и проекти со цел да се запознаат со локалната храна и производители на истите, за потоа да се информираат останатите за нив. Конвивиумите и членовите кои волонтираат во нив, се столбот на Слоу Фуд. Конвивиумот создава локална мрежа помеѓу сите оние кои што делат една иста идеја “јадењето е земјоделски чин кој создава гастрономски чин ”.

Националната организација врши координација на мрежата на Слоу Фуд во Македонија, развива програми и иницијативи за развој и градање на капацитетите на истата. Истотака ги развива програмските сеглементи кои се имплементираат на национално и локално ниво од страна на конвивиумите и другите групи, со истовремено застапување и лобирање за различните проблеми и идеи пред националните и интернационалните чинители, преку организирање и реализација на различни настани, кампањи, вмрежувања и соработка со други организации и чинителни кои би можеле да помогнат во тој процес.

Резултат 1.2.1 Воспоставен функционален систем за континуирано воспоставување на нови конвивиуми

Показател: број на нови конвивиуми во мрежата на Слоу Фуд

- **Почетна состојба:** 10,
- **Таргет:** 16

Сет активности:

- Изготвување на процедури и правила за основање на нови конвивиуми и регистрација на здружение;
- Водич за функционирање на конвивиум со практични насоки;
- Номинација од страна на искусен конвивиум до Националниот одбор на СФМ;
- Градење на капацитетите на потенцијалните нови конвивиуми (иницијативи) од страна на искусен конвивиум (тутор);
- Барање на локална поддршка (локални власти, компании, училишта, универзитети);
- Подготовка на протокол за користење на логоа на СФ;
- Подготовка на протокол за прибирање фондови;
- Обуки за тимовите во конвивиумите;
- Техничко и просторно опремување и уредување на конвивиумите.

Резултат 1.2.2: Воспоставен формално-правен субјект Мрежа Слоу Фуд Македонија

Показател: Решение од Централен регистар на мрежата Слоу Фуд

- **Почетна состојба:** 0%
- **Таргет:** 100% реализирано

Сет активности:

- Работилница со лидери и иницијатори за утврдување на формата и правниот статус;
- Споделување на искуства од СФ интернационал и други организации;
- Користење на расположиви ресурси од конвивиуми (човечки, материјални, финансиски).

Резултат 1.2.3: Воспоставување на функционални процедури за учество и работа на конвивиумите и членовите во процесот на планирање и донесување на одлуки во мрежата

Показател: Број на применети акти и процедури за работа на телата и органите

- **Почетна состојба:** 0,
- **Таргет:** 5

Сет активности:

- Подготовка на правилник за собрание на мрежата и основање на националната организација (користење на правни совети и искуства од други мрежи на СФ на национално ниво од други земји и други мрежи во МК);
- Подготовка и реализација на Собрание на делегати;
- Избор на тела и органи и подготовка на деловници за нивна работа;
- Регистрација на правен субјект;
- Воспоставување на национална канцеларија;
- Донесување на правилници за оперативно функционирање на мрежата.

Резултат 1.2.4 -Функционална национална канцеларија

Показател 1: број на навремено и комплетно изготвени документи, програми и проекти согласно доделените надлежности и предвидените проекции на годишно ниво

- **Почетна состојба 1:** 0
- **Таргет 1:** 80% од сите планирани документи, акти и проекти се изготвени

Показател 2: Канцеларии на Слоу Фуд

- **Почетна состојба 2:** 1
- **Таргет 2:** 3

Показател 3: Број на персонал во национална канцеларија

- **Почетна состојба 3:** 3
- **Таргет 3:** 12

Показател 4: Менаџирање на проекти од национална организација

- **Почетна состојба 4:** 2
- **Таргет 4:** 7

Сет на активности:

- Организациски развој:
  - Подготовка на стратешки документи;
  - Подготовка на годишна програма;
  - Подготовка на проектни аплиакции;
  - Координирањена проектите и подготовка на нови;
  - Мониторинг на конвивиумите и нивна евалуација;
  - Партнерства и вмрежувања;
  - Развој на Тера Мадре мрежата;
  - Управување и структура на ресурси;
  - Односи со јавност и медиуми;
  - Финансиско и административно работење;
- Работа и одржување на членство:
  - Мотивација преку програмски активности;
  - Подготовка на пакет на придобивки за членството (изработка, промоција и развој на дополнителни услуги за членството);
- Идентификување на заеднички потреби на различни засегнати страни:
  - Календар на активности на мрежата на Слоу Фуд.

Стратешка цел 1.1.3: Воспостававени на афилијации на мрежата

Воспоставувањето на афилијациите е во насока на ширење на дејноста на мрежата и нејзино јакнење. Афилијациите ја помагаат и опслужуваат работата на мрежата, но придонесуваат и за нејзината финансиска одржливост пред се на институционално ниво и во отсуство на грантови од донатори наменети за оперативно функционирање на восопоставените тела, органи и позиции. Афилијациите во своето воспоставување и работа го користат моделот на социјална економија и оствареният профит ќе биде реинвестиран во спроведувањето на активности и програми кои што ќе одговорат на потребите во локалните заедници.

Резултат 1.3.1: Основана Агенција за промоција и маркетинг

Показател: број на комплетирани акти и документи за основање на Агенцијата во однос на планираните

- **Почетна состојба:** 0
- **Таргет:** 100% комплетирани документи за воспоставување

Сет активности:

- Подготвителна фаза: формирање на професионален тим за комуникации во рамки на националната организација Слоу Фуд Македонија;
- Анализа за економска оддржливост и развој на концепт на основа на социјално претприемништво;
- Соработка и градење на капацитетите заедно со партнерска организација, специјализирана за социјално претприемништво;
- Изнаоѓање на ресурси и воспоставување.

Резултат 1.3.2: Подготвена анализа и развоен план на Слоу Фуд ХАБ

Показател: % на комплетирани документи и акти во однос на планираните

- Почетна состојба: 0%
- Таргет: 100%

Сет активности:

- Подготовка на развоен план и дизајн на ХАБот;
- Анализа за одржливост на ХАБот;
- Воспоставување соработка со Општина Новаци и нивно вклучување во процесот на планирање и дизајн;
- Барање на потенцијални донатори за реализација на инвестицијата.

Стратешка цел 1.4: Унапредување на соработката и поддршката на мрежите координирани од страна на Слоу Фуд Македонија

Тера Мадре Македонија е мрежа на локалните организации на Слоу Фуд во Македонија, асоцијации на производители, неформални групи на младински активисти, експерти и готвачи кои работат со една заедничка цел: заштита и промоција на локалната храна. Националната мрежа е инспирирана од светската мрежа на Тера Мадре, чиј координатор е Слоу Фуд.

Тера Мадре Македонија е повод за покана од страна на Слоу Фуд Македонија кон сите чинители да седнат на трпезата и заедно да придонесат за подобра храна утре за сите нас во Македонија; да го промовира зачувувањето на биодиверзитет на храна и им дава глас на малите фармери и семејните производства и го вреднува нивниот труд и знаење; го промовира одржливото земјоделство и зачувувањето на животната средина.

Слоу Фуд Македонија преку јакнење на капацитетите на конвивиумите ќе го поттикнува нивно поврзување со другите членови на Тера Мадре Македонија, ќе ја поттикнува децентрализираната соработка, вклучувајќи повеќе вештини, активни партнери и асоцијаци во развој на проекти за едукација, развој и интеграција, во поддршка на заедниците на храна, како крајна цел. Истовремено преку Тера Мадре Македонија ќе се посочуваат актуелните прашања и проблеми во локалите заедници на храна и ќе се зајакнува улогата на Слоу Фуд Македонија во општеството како предводник и гласноговорник пред институциите, во насока на нивно решавање.

Заедниците на храна, се темелот на мрежата на ТММ. Затоа мора да ги поддржеме, особено оние, кои сеуште ги почитуваат принципите на „добра и одржлива храна“, да им посветиме внимание и на оние кои исто така сеуште не се многу добри, да ги придружуваме во нивните позитивни промени. За оваа цел на располагање ни се многуте алатки на Слоу Фуд, како: Алијансата на готвачи, Слоу Фуд Травел, Пазар на фармери, дегустации, вечери, конференции, национални и интернационални настани на Слоу Фуд, притоа треба да изберат најсоодветните и по потреба да се адаптираат.

Слоу Фуд Млади Македонија (СФММ) – Вклучувањето на помладата генерација е од суштинско значење за нашата мрежа, во комбинирањето на нивните визии за иднината и нивните сопствени проекти.

“Организација, без организација на млади, нема иднина”: ова се зборовите на Карло Петрини, при основањето на младинската мрежа. СФММ денес претставува мрежа на активисти под 30 годишна возраст и во следниот период треба да се шири во нашата земја со основање на повеќе активистички групи, кои би се стекнале со повеќе искуства. На младинските групи потребно е да им се овозможи подршка од конвивиумите. Оваа стратешка цел, мора да се имплементира со цел да се зголеми бројот на групи и активисти, кои би станале потоа млади членови , но пред сè со зголемување на квалитетот на активностите со посебен осврт на едукацијата, со цел да се промовира меѓу помладата генерација целосната слика за организацијата.

Слоу Фуд во Македонија е во служба и на младите луѓе, ги помага промените и создавањето на нови работни места. Бидејќи младите луѓе не се само млади членови, туку и идните производители и чувари на вредностите на Слоу Фуд.

Нашата мрежа на младинските активисти потребно е да им овозможува меѓугенерациска размена на искуства во постигување на нашата заедничка визија. Секоја генерација “знае” работи различни и комплементарни задачи. Секоја генерација е „своја“, не само благодарение на оние што му претходеа, туку и благодарение на оние кои доаѓаат после нив.

Резултат 1.4.1: Ширење и координација на мрежата на Тера Мадре Македонија

Показател 1: број на членови на мрежата (организации, институции, поединци: експерти, професори, готвачи...)

- **Почетна состојба 1:** 30
- **Таргет 1:** 80

Показател 2: број на заедници на производители во мрежата на Тера Мадре Македонија

- Почетна состојба 2: 15
- Таргет 2: 40

Сет активности:

- Зголемен број на членови во Тера Мадре мрежата (прилог);
- Ажурирање на мрежата и вклучување на нови членови (поединци и групи на производители, здруженија, кооперативи, експерти, универзитети, готвачи, младински групи, организации;
- Анимирање на членовите на мрежата;
- Организација на настанот Тера Мадре Македонија во Битола (2018, 2020);
- Изработени и донесени документи со ставови на учесниците на настаните.

Резултат 1.4.2: Поддршка за унапредување на работата на мрежата на Слоу Фуд Млади Македонија (СФММ)

Показател: формирани секции на СФММ

- Почетна состојба: 2
- Таргет: 8

Сет активности:

- Издавање на Водич за мобилизација на младински активисти со цел зголемување на број на млади активисти со СФММ;
- Подготовка на сет со тренинзи и организирање на работилници со млади за мобилизација во СФММ;
- Организирање на кампови за тренинг и јакнење на волонтерскиот и активистичкиот дух за храна кај младите;
- Организирање на активности заедно со студентски организации и младински групи на темата храна;
- Отворање на секции во рамки на конвивиумите, универзитетите, средните училишта и локалните заедници (прилог);
- Зголемен број на младински иницијативи за кампањи и настани на СФММ во актиелизирање на одредени прашања (фрлена храна, ГМО, зачувување на автохтони семиња, благосостојба на животни и др).

Стратешка цел 1.5: Зголемување на фондовите на мрежата, подобар пристап до донатори и соработка со нив и транспарентност на мрежата

Организација која има намера да влијае во економското ткиво на општеството, не може да биде поразлична од економското опкружување околу себе.

Изнаоѓањето на фондови се повеќе и повеќе комплицирано, особено меѓу јавните агенции и институции. Во исто време, обемот на проектите што Слоу Фуд ги работи има потреба од проширување на расположливиот буџет.

Повиците за аплиакција на проекти, соработката со институции и компании, претставуваат многу важна можност за обезбедување на ресурсите во корист на нашите активности. За да може оваа можност целосно да се материјализира, ќе треба да се посвети повеќе внимание на човечките ресурси и формирање на тим за оваа намена, на централно и на локално ниво.

Значи, во иднина, полесно ќе се користат иницијативите за поддршка на проекти, со идентификација на партнери и донатори, вклучително и преку онлајн кампањи. Всушност, мрежата може да биде важна поддршка за подобро да се пренесат кампањите за прибирање финансиски средства за конкретни проекти. Исто така во врска со прибирањето на средствата ќе биде одлучувачко вклучување на конвивиумите, почнувајќи од потребата да дел од собраните ресурси, да се искористат со цел да се направат побрзи активности, но и да се стимулираат локалните конвивиуми да бидат активни во потрагата по нови извори на финансирање. За оваа намена се планира да се изготви, врз основа на упатствата одобрени од Слоу Фуд Интернационал, етичкиот кодекс за барања за финансиските поддржувачи, кои би се согласувале со начелата на филозофијата на нашата организација, со цел да се прошири листата на спонзори.

Резултат 1. 5.1 Поволна финансиска состојба на Слоу фуд базирана на разновидни извори на средства

Показател 1: % извори на средства од кои Слоу Фунд обезбедува фондови (споредба планирани извори со функционални извори на средства)

- **Почетна состојба 1:** 30%
- **Таргет 1:** 80% функционални извори на средства во однос на планираните

Показател 2: проектиран годишен буџет на организацијата

- **Почетна состојба 2:** 43.600 евра
- **Таргет 2:** 237.415 евра

Показател 3: број на донатори и спонзори

- **Почетна состојба 3:** 12
- **Таргет 3:** 36

Сет активности:

- Подготовка на шема на извори на финансирање:
- Членарина – редовно ажурирање на членството и собирање на членарина;
- Кампањи за прибирање на фондови (директни донации со организирање на настани, онлајн...);
  - Подготовка на водич и програма за организирање на настани и кампањи за прибирање на средства на ниво на цела мрежа;
- Спонзорства и донации од приватни компании:
  - Формирање на пакет со понуди за рекламирање и поддршка на СФ (веб, публикации, настани);
  - Правилник за користење на логоата на СФ кај спонзорите;
- Проектни апликации (до странски и домашни донатори):
  - Следење на повици за проектни апликации и нивна подготовка;
  - Тренинзи за пишување на прокетни апликации;
  - Ангажирање на персонал кој би работел наа оваа задача;
  - Подготовка на документација и апликација на проекти.
- Оперативни грантови:
  - Комуникација, соработка и партнерства со донатори на оперативни грантови;
  - поднесување на барање за грантови;
- Грантови од институции:
  - Комуникација, соработка и партнерства со јавни инстуции;
  - поднесување на проектни апликации;
- Профитни активности на Слоу Фуд:
  - Продажба на публикации (од 2018 година);
  - Продажба на сувенири и други брендирани производи (од 2018 година);
  - Остварена добивка на афилијации;
  - Агенција за промоција и продажба на Слоу Фуд производи;
  - Продажни активности во ресторанитe.

Резултат 1.5.2: Подобрена отчетност и стекнување на поголема доверба во работата и делувањето на Слоу Фуд во Македонија, од членовите, донаторите и јавноста

Показател: % на наоди на од извршена финансика ревизија на годишно ниво

- **Почетна состојба:** ќе се земе бројот на наоди од првата година кога ќе се врши ревизија
- **Таргет:** за три години 90% од наодите се решени и отстранети

Сет активности:

- Изготвување и публикување на годишни извештаи за работата на Слоу Фуд во Македонија и финансиски извештаи на националната организација, СФММ и локланите организациии:
  - Составување на тим за подготовка на извештаите од сите сектори за работа на Слоу Фуд (програмски, комуникации и административно-финансиско работење);
  - Објавување на извештаи;
- Ангажирање на надворешна ревизија (екстерен аудит):
  - Ангажирање на ревизорска куќа;
  - Обезбедување на увид на сите потребни документи;
  - Обезбедување на финасиски средства за ангажман на ревизорската куќа;

Стратешка цел 1.6: Воспоставен функционален систем на интерна (хоризонтална и вертикална) и екстерна комуникација

Комуникациите за Слоу Фуд се од суштинско значење и широко прифатена алатка за размена и споделување на богатите идеи на членовите и често употребувана за нашите пораки да стигнат до секого. Комуникациите се од витално значење на повеќе нивоа - меѓународно, национално и локално ниво, како и на хоризонтално во централната структура или локалните конвивиуми, како и помеѓу нив во вертикално ниво, се со цел да ги направи поефикасни и ефективни нашите внатрешни и надворешни комуникациски процеси.

Унапредувањето на вертикалната и хоризонталната комуникација претпоставува активен дијалог со локалните конвивиуми и групи, кои треба се придржуваат до утврдените насоки и се задолжителни за да обезбедат суштинска и стилска конзистентност, толкувања и обезбедуваат ефикасност и препознатливост на Слоу Фуд.

Комуникациските алатки служат за обезбедување на едукација, работење и консултации. На тој начин се овозможува да се развиваат способностите и капацитетите на локалните групи, чија работа е потребно е да се врши под менторство, со потребната експертиза и динамичност и техничка поддршка со ресурси со помош на специјализирана платформа.

Паралелно ќе работиме на воспоставување на канцеларија за комуникации со обучен персонал и соработници, со задача за реализација на активностите за информирање на јавноста. За таа цел, покрај постојаниот ангажман на лица во канцеларијата, ќе се градат капацитетите на групата на соработници на Слоу Фуд, како и со новинари и медиуми кои постојано ја следат нашата работа.

Преку наградбата на капацитетите на постојните канали за информирање ќе се воспостават и нови, следејќи ги трендовите и технолошките унпредувања во оваа сфера, на тој начин да се подобриме текот на информациите кои потекнуваат од локално ниво, со ширење на информациите и знаењето од конвивиумите, да ги промовираме локалните култури, територииите и производителите, нивните приказни и пораки да ги пренесеме до пошироката јавност.

Резултат 1.6.1: Воспоставен ефикасен состем за размена на информации на сите нивоа со цел подобрена информираност на конвивиумите и членовите за активностите и ресурсите што ги имаат на располагање

Показател: број на применети ефективни канали за интерна комуникација

- **Почетна состојба:** 5 канали за интерна комуникација, со мала фрекфренција на примена
- **Таргет:** 6 канали за интерна комуникација, со интензивна фрекфренција на примена

Сет на активности:

- Хоризонтална интерна комуникација:
  - Креирање на контакт листа од секој конвивиум и негова „лична карта“ – која е специфичноста на секој конвивиум (кој што прави,);
  - Агенда на активности на секој конвивиум;
- Вертикална интерна комуникација:
  - Прибирање на сите информации од страна на главен координатор (или Агенција за промоција) која ги дисперзира и координира агендите;
  - Обезбедување на заеднички сервер достапен за секој конвивиум и членовите со датотека.

Развој на капацитетите и надградба на каналите за интерна комуникација:

- **Работен план:** изготвување на план за состаноци со предлог агенди и нивно комуницирање;
- **Состаноци:** според утврдениот план, водење на записници и нивно споделување;
- **Телефон:** обезбедување на мобилни телефони на вработените со цел непречена комуникација;
- **Меил:** отворање на професионални адреси на сите лидери, вработени и соработници;
- **Споделен север:** замена на досегашниот Дропбокс сервер со облак технологија и нејзино уредување, развој и надградба, информирање и воведување во работата на корисниците;
- **Интранет:** користење и уредување на постојниот сервер со документи и податоци.

Резултат 1.6.2: Воспоставен функционален сектор во Слоу Фуд Македонија на информирање на општата публика за дејноста и активностите на мрежата на Слоу Фуд во Македонија

Показател: број на вклучени соработници, новинари и поединци во одделот за промоција на мрежата

- **Почетна состојба:** 3 соработници
- **Таргет:** 3 вработени и 3 соработници

Сет на активности:

- Интерни правила и процедури за екстерна комуникација и PR;
- Тренинзи и работилници за членовите на тимот за комуникации на СФ (вработени и соработници);
- Ширење на мрежата на медиуми и новинари во Македонија и од светот, со кои СФМ остварува соработка;
- Развој на плантофмата на slowfood.mk и нови веб сајтови со специјализирани содржини;

- Развој, раст и на капацитетите и работата на профилите на СФМ, кампањите и на конвивиумите на социјалните мрежи;
- Продукција на публикации, документарни филмови;
- Издавање на електронски њузлетер за информирање на членовите на Слоу Фуд и електронски весник и за поширокатa јавност.

Резултат 1.6.3: Воспоставени и управувани канали за комуникации и информирање на општата публика за дејноста и активностите на мрежата на Слоу Фуд во Македонија

Показател: број на канали за комуникација и нивен обем

- **Почетна состојба:** 5 канали (портали на Слоу Фуд: 4, фанови на социјални мрежи: 86.000, продукција: 8 , публикации: 1 медиумски куќи: 5);
- **Таргет:** 6 канали (портали на Слоу Фуд: 14, фанови на социјални мрежи: 192.000, е-њузлетери претплатници: 80.000, продукција: 10, публикации: 8 медиумски куќи: 10).

Сет на активности:

- Сопствени портали: Развој на плантофмата на slowfood.mk и нови веб сајтови со специјализирани содржини;
- Профили на социјални мрежи: оцијални Развој, раст и на капацитетите и работата на профилите на СФМ, кампањите и на конвивиумите на социјалните мрежи;
- Платформа за електронски њузлетер: заинформирање на членовите на Слоу Фуд, и електронски весник и за поширокатa јавност;
- Соработка со медиумски куќи: Соработка со PR и маркетинг агенции;
- Продукција: видеа и документарни филмови;
- Публикации: публикации, видеа и документарни филмови.

Стратешки приоритет 2: Програмски определби и активности

Стратешка цел 2.1.: Зачувување на биодиверзитетот преку поддршка на малите производители и примена на одржливите методи на производство

Локалните сорти, плодови на селекцијата во земјоделството, се важни затоа што низ вековите ги прилагодувале условите на нивната територија, се поотпорни на стресот во животната средина и имаат помала потреба од вода, ѓубрива и пестициди. Истото важи и за автохтоните раси, способни за да преживеат дури и во повеќето недостапни области (како што се планинските области). Без биодиверзитетот како основа е невозможно да се зборува за одржливо земјоделство и не е можно да се гарантира пристап до храна. Работата на Слоу Фуд денес е фокусирана на зачувувањето на биодиверзитетот, тема со која е поврзан, од своето основање, со цел да се овозможи универзалното право на задоволство, за што од суштинско значење е да знаеме да ја цениме и оценуваме храната. Каталогот Арка на вкусови мора да остане почетна точка на нашата работа, во која ќе ги каталогизираме сортите, расите и производите на кои им се заканува ризик од исчезнување.

Слоу Фуд мора да биде фокусиран на поддршката на малите фарми и прозводители, како чувари на биодиверзитетот, со кои е потребно да работиме на обезбедување на нивен пристап на пазарот. Президиумите се од суштинско значење да ги практикуваме нашите идеи во пракса. Преку овој модел на проект ни се овозможува да се запознаеме со проблемите во производствениот синџир, да го разбереме односот на малите производители со пазарот.

Да промовираме размена на информации помеѓу помалите производители, да ја зајакнеме нивната општествена улога и културен идентитет. Така би ги зголемиле можностите за директниот маркетинг на нивните производи, притоа користејќи се со алатки кои ни се на

располагање за промоција на производите кои носат ознаки на Президиумите и заштитени ознаки на потекло (ЗОП).

Преку нашите проекти: Пазари на фармери, Слоу Фуд Травел и Алијансата на готвачи, исто така да ги поддржиме во формирањето на заеднички продажни места, како и форми на здружување управувани директно од производителите, во форма на продажни кооперативи, преку кои се промовира краток синџир на дистрибуција, со намалување на посредниците меѓу производителите и потрошувачите. На тој начин да овозможиме квалитетните производи да станат нашироко познати и достапни.

Слоу Фуд е организација која креира политики, предлага регулативи и промовира предлози за надминување на тие пречки со кои производителите повеќе не можат сами да се справат.

Потребно е истовремено да им демонстрираме на институциите дека биодиверзитетот е економски и социјален ресурс, неопходен за „прогресот“, кој може да ги издигне руралните области и да се создадат нови работни места за младите луѓе.

Затоа е неопходно да се промовираат производители, кои остваруваат приходи од земјоделството, кои преку сопственото земјоделско производство, промовираат и заштита на животната средина и пејзажот во кој тие живеат и работат. Новата форма на приходи, добиени од производството и продажбата ги вклучува и приходите од директниот маркетинг кој сами го реализираат преку потенцијалните форми на агротуризам со поддршка од националните и локалните власти. На тој начин да го вратиме достоинството на заедниците на храна во руралните средини.

Резултат 2.1.1: Мапирање и каталогизација на производи и формирање на дата база производители со податоци за нив со цел утврдување на нивните потреби

Показател 1: мапирани и каталогизирани производи во Арката на вкусови

- **Почетна состојба 1:** 36 производи поставени на Арктата на вкусови во 2016 година
- **Таргет 1:** 92 производи до 2020 година

Показател 2: мапирани и каталогизирани производи во Арката на вкусови

- **Почетна состојба 2:** 36 производи поставени на Арктата на вкусови во 2016 година
- **Таргет 2:** 92 производи до 2020 година

Сет активности:

- Надградба на менаџирањето на проектот со вклучување на помлади соработници и поактивен пристап на конвивиумите за овој проект;
- Обезбедување на тренинзи од страна на националната организација меѓу членовите на конвивиумите;
- Спроведување на теренски истражувања со цел, мапирање на локалниот биодвиерзитет во рамки на конвивиумите;
- Поддршка во изготвувањето на формите за апликација;
- Основање на национална комисија за разгледување на апликациите;
- Комуникација со Слоу Фуд фондацијата за биодиверзитет.

Резултат 2.1 2: Подобрени капацитети на производителите преку вмрежување и нивно окрупнување за заеднички настап на пазарот

1.Президиуми

Показател 1: број на воспоставени и менаџирани президиуми

- **Почетна состојба 1:** 5 проекти
- **Таргет 1:** 11 проекти

Сет активности:

- Спроведување на теренски истражувања со цел, мапирање на локалниот биодвиерзитет и изнаоѓање на кандидати за президиуми;
- Подршка од научни институции и експерти во процесот на воспоставување на президиумите;
- Разгледување на потенцијалните проблеми на производителите и изнаоѓање на можни решенија;
- Истражување на моменталното законодавство и организирање на тренинг, со цел размена на искуства меѓу производителите;
- Додавање на вредност на производите од президиумите, поддршка за брендирање, дизајн на пакување и маркетинг на производите;
- Изнаоѓање на пазари и канали за дистрибуција на производите, поставување на посебни полици со производи од президиумите во маркетите;
- Организирање на промоции и промотивни настани во поддршка на производителите
- Означување на производите и добивање на специјализирани ознаки (президиум лого, ознака за потекло, органска храна...).

2.Кооперативи

Показател 2: број на функционални земјодлески кооперативи кои се дел од Слоу Фуд мрежата

- **Почетна состојба 2:** 0
- **Таргет 2:** 5

Сет активности:

- Спроведување на теренски посети и состаноци со производителите од президиумите и други групи;
- Соработка со МЗШВ и потенцијални донатори за воспоставување и управување со кооперативите;
- Подршка од научни институции и експерти;
- Истражување на моменталното законодавство и организирање на тренинг, со цел размена на искуства;
- Формирање на кооператива за дистрибуција и продажба на производи од президиумите и другите производители.

Резултат 2.1 3: Развој на модели за скратување на синџирот на дистрибуција на храната од прозводител до консумент

1.Алијанса на готвачи во Слоу Фуд

Показател 1: број на членови на Алијансата на готвчи во Слоу Фуд

- **Почетна состојба 1:** 0 проекти
- **Таргет 1:** 3 проекти

Сет активности:

- Формирање на група на готвачи;
- Тренинзи и презентации на производи од Арка на вкусови и Президиуми на посебни работилници со готвачите;
- Проучување на традиционалните рецепти и техникии на подготовка на храна;
- Иновации во македонската кујна;
- Заедничко креирање на мениа во ресторани;
- Креирање на веб платформа за нивна промоција;
- Организирање на настани за нивна промоција и пробирање на фондови во локалните конвивиуми.

2. Слоу Фуд Травел

Показател 2: број на ресторани и даватели на агротуристички услуги, вклучени во проектот

- **Почетна состојба 2:** 0
- **Таргет 2:** 40

Сет активности:

- Студија за потенцијалите, потребите и можностите за развој на концептот на Слоу Фуд Травел;
- Мапирање и интервјуирање на потенцијални ресторани;
- Обуки и поврзување ос локалните производители;
- Вклучување на готвачи за тренинзи и креирање на мениа;
- Промотивни настани;
- Креирање на веф платформа и мобилна апликација со понуди;
- Промоција на концептот;
- Евалуација на ресторaните и нивната понуда.

3.Пазари на фармери

Показател: активни учесници во проектите за скратување на синџирот

- **Почетна состојба 3:** 0 проекти
- **Таргет 3:** 4 проекти

Сет активности:

- Студија за потенцијалите, потребите и можностите за развој на пазарите и нивното опкружување;
- Мапирање и вклучување на локалните производители;

- Соработка и поддршка од страна на локалните власти;
- Промоција на концептот и реализираните пазари;
- Креирање на водич за пазарите за нивна работа и принципи и критериуми;
- Промотивни активности и програма за работа;

Резултат 2.1.4: Придонес кон подобрување на законските рамки и политиките за храна со цел заштита на локалниот биодиверзитет преку анализи, препораки и предлози за нови и подобрени законски решенија

Показател: Креиран и имплементиран, еден функционален правилник во рамки на Законот за безбедност на храна

- **Почетна состојба:** 0
- **Таргет:** 2

Сет активности:

- Воспоставување функционален тим за анализа на законодавните рамки со цел застапување пред институциите;
- Посетување на обуки и ангажирање на експерти, кои ќе ги изградат капацитетите на човечките ресурси кои ќе застапуваат одредени политики;
- Подоготвка на документи со ставови, национални стратегиии и предлог програми и законски измени и правилници;
- Воспоставување на комуникација со државни институции и корелација со научни институции кои ќе допринесат за значењето на документот со став (position paper);
- Организирање на петиции и кампањи за вршење на измените на регулативата и донесување на нова.

Стратешка цел 2.2: Промена на навиките во исхраната и свесноста за важноста на храната кај консументите преку едукација

Ние веруваме во вредноста на задоволството, но и во влијанието на она што го јадеме врз културата, општеството и животната средина. Едукацијата за нас значи промовирање на задоволството од храната и повторно откривање на значењето кое го имаат: богатата трпеза; почитувањето на годишните времиња; достапноста на разновидни вкусови и места; како и секојдневното донесување одлуки во однос на купувањето храна. Преку курсевите за храна, училишните градини и останати проекти ние сме посветени на едуцирањето за консумирање добра, чиста и правична храна.

За оваа цел, Слоу Фуд ги разви иновативните формули за работлиниците за вкус, курсевите за Мастер од фуд, така што способноста за оценување на вкусот и цената на храната станало наследство на сите, а не останува привилегија за богатите или искусни дегустатори. Сега, крајно е време да се оди на истата патека со биолошка разновидност, нагласувајќи ги околностите во кои живееме.

Воспоставен модел за едукација на деца, зголемен број на училишта кои имаат воспоставена програма за Сензорна едукација и училишни градини. Проекти кои ги спроведуваат на локално ниво од страна на конвивиумите и е главна алатка за училишните активности наменети за едукација во однос на храната и екологијата.

Резултат 2.2.1: Училишни програми за едукација

1.Сензорна едукација

Показател 1: број на училишта кои го имплементирале моделот
- Почетна состојба 1: 3
- Таргет 1: 20

Сет активности:
- o Воведување на програмата во градинки и основни училишта;
- o Проценка на просечни потребни ресурси;
- o Подготовка на приручници за едукација;
- o Формирање на тим за изведување на програмата;
- o Тренинг на едукатори и наставници;
- o Подготовка и реализација на програмата;
- o Следење и оценка на ефектите и реализацијата на програмата;
- o Вметнување во училишната програма (наставни часови).

2.Училишни градини

Показател 2: број на училишта кои го имплементирале моделот
- **Почетна состојба 2:** 1
- **Таргет 2:** 12

Сет активности:
- o Кампања за училишни градини, за анимирање на училитата и заедниците и прибирање на фондови;
- o Подготовка на приручници за училишни градини;
- o Проценка на просечни потребни ресурси;
- o Формирање на тим за работа на програмата;
- o Обуки на наставниците и координаторите на градините;
- o Подготовка и реализација на градините;
- o Следење и оценка на релизацијата на програмата и постигнатите резултати;
- o Вметнување во училишната програма (наставни часови);

Резултат 2.2.2: Консументите започнуваат да ги менуваат своите навики за консумација на одредени производи

Показател 1: теми на воспоставени курсеви и изготвена програма за нив
- **Почетна состојба 1:** 2 изготвени теми се ставени во функција
- **Таргет 1:** 10 изготвени теми

Показател 2: учесници опфатени со курсевите кои по истекот на неколку месеци по завршување на курсевите изјавуваат дека ги промениле своте консумерски навики
- **Почетна состојба 2:** 80
- **Таргет 2:** 400

Сет активности:

- Воспоставување модел за спроведување на курсевите;
- Воспоставување модел за пред и пост евалуација на навиките на консументите;
- Дефинирање на темите;
- Изготвување на материјал за учење и структура на курсевите;
- Избор и тренинг на предавачи;
- Обезбедување на простор;
- Изработка на годишен распоред за изведување на курсевит;е
- Креирање и доврѕување на веќе започнатите 5 курсеви воведување уште 5 до 2020 година;
- Воспоставување модел за промотори/предавачи;

Стратешка цел 2.3: Зголемена информираност на пошироката јавност, преку организирани кампањи, публикации, њузлетери и стаии за работата на мрежата и за теми актуелни за Слоу Фуд

Слоу Фуд во Македонија сеуште е недоволно позната организација на пошироката јавност. Сликата која јавноста ја има за нас е со измешани перцепции, за што всушност станува збор?

Добриот имиџ е предуслов за препознаеност и позитивно прифаќање на Слоу Фуд. Визуелната појава од една страна и начинот на кој се презентираме и изборот на каналите преку кој ќе се врши истото е исклучително важен елемент за запознавање на јавноста со нашата работа и придобивањето на нови членови во организацијата.

Во наредните години Слоу Фуд значително ќе се посвети да го подобри својот имиџ во општеството преку модернизирање и креирање на позитивен и модерен брендинг кој лесно ќе допира до јавноста со што ќе привелекува нови членови во организацијата. Дополнително преку изградениот бренд партнерите и институциите ќе ја гледаат Слоу Фуд во вистинското светло како сериозна организација која е современа и обединува многу чинители и поединци.

Во наредните години ќе биде можне важно да можеме да ги развиваме локалните активности и проекти, бидејќи така ќе ја зајакнеме мрежата и ќе се манифестира секојдневната посветеност, бидејќи комуникацијата исто така ја надградува нашата мрежа, нѐ прави да бидеме свесни и да сме во тек со сите збиднувања во нашата мрежа и сите заедно, да се чувствуваме обединети во еден проект.

Алатки со кои ни се на располагање, медиумите, нашите интернет страни,социјалните мрежи, пешатени и електронски брошури, публикации и видеа, со чија помош ќе ги промовираме локалните производи и малите производители, ќе актуелизираме одредени проблеми ипрашања, и ќе креираме нови потрошувачки навики, преку јакнење на свеста за изборот на храна кој секојдневно го правиме.

Резултат 2.3.1: Промовирање на теми актуелни за Слоу Фуд

Показател: број на актуелизирани теми и кампањи во пошироката јавност преку медиумите

- **Почетна состојба:** 3 во 2016 година
- **Таргет:** до 8 во 2020 година

Сет активности:

- Медимско експонирање и менаџирање на кампањи и настани;
- Актуелизирање на прашањата во јавноста и пред институциите;
- Теми за работа:
  - директна продажба и пристап на пазар;
  - благосостојба на животни;
  - намалување на консумација на месо;
  - климатските промени во земјоделеството;
  - забрана за одредени групи на пестициди;
  - „грабање на заемјата“;
  - исчезнување на пчелите;
  - забрана за ГМО семиња;
  - слоу фиш;
  - слоу бир;
  - слоу вајн;
  - младите во земјоделството.

Резултат 2.3.2: Воспоставен обем на фрекфренција на информации преку фунакционални канали за комуникација со општата јавноста

Показател 1: капацитети и обем на на воспоставени фунакционални канали за комуникација со општата јавноста

- **Почетна состојба:** да се внесе сега кои канали за комуникација ги имате со општа јавност(како број и вид);
- **Таргет:** да се избори и внесе колку имате во план да воспоставите нови канали да функционираат во следните три години.

Сет на активности:

- СФ кампањи – креирана и успешно споведена кампања за промоција на Сф мрежата, активности:
  - Дефинирање на мото (key message) доближување до јавноста со помош на тим за односи со јавноста
- Портали, е-алатки – воспоставен и функционален портал и е-алатки за промоција и споделување на информации за работата на СФ мрежата (минимум 100.000 прегледи неделно на социјалните мрежи) – активности:
  - Обезбедување на финансиски средства со цел формирање на стручен тим и закупување на интернет простор;
  - Изготвување на материјали (статии, актуелни теми, дебати, мислења);
  - Одржување на порталот и редовно ажурирање со користење на специфични е-алатки и дистрибуција на информации кон поширокатa јавност.
- Приказни, публикации - Формиран новинарски тим, тим за графички дизајн и изработка на три актуелни брошури и промотивен материјал, активности:
  - Дефинирање на јасни програмски целини и интервјуа со цел, ангажирање на критична маса на новинари кои би се бавеле со темите.

Резултат 2.3.3: Подготовка на публикации (печатени и онлајн) и видеа за промоција на работата на Слоу Фуд

Показател: број на подготвени публикации (печатени, онлајн) и видеа за промоција на работата на Слоу Фуд

- **Почетна состојба:** 8 во 2017 година
- **Таргет:** 20 во 2020 година

Сет на активности:

- Продукција на публикации, промотивни видеа и документарни филмови и
- Издавање на електронски њузлетер за информирање на членовите на Слоу Фуд и електронски весник и за поширокатa јавност
- Продукција на промотивни материјали, брендирани акцесорис, облека и сувенири во соработка со мануфактури кои се занимаваат со таа дејност

Стратешка цел 2.4: Поддршка и спроведување активности и настани на интернационално, национално и локално ниво, во поддршка на промоцијата на локалните производи и актуелизирање на прашањата битни во Слоу Фуд

Слоу Фуд организира од големи меѓународни настани кои ја соединуваат глобалната мрежа од целиот свет за да споделат знаења и искуства, до локални настани во конвивиумите, каде ја доближува во реалноста до секој поединец филозофијата на организацијата

Слоу Фуд во Македонија е редовен учесник на меѓународните настани, а во рамки на нашите конвивиуми и во нашата мрежа се одржуваат голем број на настани, кои имаат за цел промовирање на добра, чиста и правична храна, како и прослава на локални производи и традиции.

Резултат 2.4.1: Презентација на делегација од Слоу Фуд Македонија на интернационалните настани во организација на Слоу Фуд

Показател: број на организирани делгации

- **Почетна состојба:** 2 настани годишно во 2017 година
- **Таргет:** Поставете тарегт на годишно ниво колку информативни настани сакате да организирате

Сет активности:

- Комуникација со организаторите и добивање на информации и насоки за организација;
- Обезбедување на фондови и спонзорства за подготовка на македонската делегација;
- Изготвување на план за презентација;
- Изготвување на критериуми и предлагање на делегати од страна на различните групи;
- Организирање на пратка со производи за презентација ;
- План за комуникација и известување на медиумите за претставувањето и активностите за време на настанот;
- Подготовка на промотивни материјали;
- Документирање (фотографии, видеа, текст, изјави) на учеството на настанот;
- Евалуација на учеството на настанот;

Резултат 2.4.2: Организација и реализација на национални настани на кои се презентира работата на целата мрежа на Слоу Фуд Македонија

Показател: Реализација и раст на националните настани организирани од страна на Слоу Фуд Македонија

- **Почетна состојба:** реализиран еден национален настан-Тера Мадре Македонија, Битола во 2016 година
- **Таргет:** реализација на 3 национални настани: Тера Мадре Македонија, Битола во 2018 и 2020 година, Салон на вкусовите, Скопје во 2019 година

Показател 2: број на делегати на настаните на Тера Мадре Македонија

- **Почетна состојба 2:** 150
- **Таргет 2:** 250

Сет активности:

- Планирање, прибирање на фондови и организација на настаните;
- Организирање на информативни сесии во рамки на конвиивумите и другите групи;
- Давање на предолози за содржини во програмата на настаните;
- Донесување на предлог заклучоци, документи со заеднички изградени ставови и поракиод настаните;
- Евалуација на реализацијата на настаните;

Резултат 2.4.3: Локалните заедници се подобро информирани за филозофијата на Слоу Фуд и ангажирани во зачувување на биодиверзитетот и подобрени знаењата за храната

Показател: број на организирани информативни настани со членовите и активистите

- **Почетна состојба:** 1 настан во 2016 година
- **Таргет:** најмалку по 1 во секој конвивиум

Сет активности:

- Редовна понуда на регионални и локални настани за подобра информираност и вклучување на локалните заедници (теми: Арка на вкусови, Биодиверзитет на млеко, Не за ГМО, Slowine...);
- Подготовка на календар на активности;
- Изработка на програми на локално ниво;
- Подготовка на промотивни материјали;
- Дефинирање на работни групи;
- Обезбедување на средства за реализација;
- Евалуација на реализацијата на настаните;

Резултат 2.4.4: Организирани локални и регионални настани – да се информира населението за активностите на Слоу Фуд

Показател: број на организирани регионални настани

- **Почетна состојба:** 10 настани во 2017 година
- **Таргет:** 30 настани во 2020 година

Сет активности:

- Развој на предлог форми и содржини на локалните настани;
- Организирање на локални настани според програмите и во поддршка (рамки) на кампањите на националната организација;
- Воспоставување нови контакти меѓу производители и консументи (кратење на синџирот на храната);
- Подготовка на темплејт план за организација и реализација на настани;
- Поддршка за организација и реализација на настаните од страна на националната организацијата;
- Рзвој на сет мерки и активности за анимирање нови членови и нови конвивиуми (ширењена мрежата) во текто на реализацијата на настаните;

Стратешка цел 2.6: Користење на достапните резултати од истражувања во поддршка на мали производители, за да се утврди влијанието на начинот на производство на храна

Во Македонија кога зборуваме за науката во земјоделството и производството на храна, првата асоцијација е скоро секогаш агро-прехранбената индустрија. Поголемиот дел од сегашните наставни програми и научни истражувања не ги земаат во предвид потребите на земјоделството од малите и семејни производства. Истотака не се доволно имплеметирани во наставните програми и третирани во истражувањата темите како егроекологија и одрливо производство но и консумација на храна. Овие теми и посветеноста од страна на истражувачите кон нив се од суштинско значење за работата на Слоу Фуд во Македонија, како еден вид на поткрепа и верификација на нашиот ангажман во општеството за битноста и актуелноста на прашањата, во контекст на нивното институционално регулирање.

Во следниот период Слоу Фуд , особено преку мрежата на Тера Мадре Македонија, ќе стави посебен акцент на научната покрепа на својата работа, преку соработка и вклучување на повеќе универзитетски професори и експерти од областите на интерес и работа на Слоу Фуд, преку спроведување на заеднички истражувања и нивна презентација преку научни трудови и студии.

Резултат 2.6.1: Воспоставена база на научно истражувачки трудови и информации на располагање на производителите и институциите

Показател: број на спроведени истражувања/објавени трудови

- **Почетна состојба:** 2
- **Таргет:** вкупно 9 (2018-2020)

Сет активности:

- Преглед на завршени истражувања на научни проекти кои ја поддржуваат традиционалната храна;
- Организирање на семинари и конференции и научни собири на теми на кои се споредуваат традиционалните и индустриските производства;
- Поттикнување и соработка на научни институции за работа на вакви теми;
- Објава на трудови во меѓународни престижни списанија;
- Изработка на студии;



4.СТРУКТУРА НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Мрежата на Слоу Фуд во Македонија, во изминатите 10 години и досегашниот развој прерасна во неформална мрежа која ја сочинуваат 9 воспоставени конвивиуми ширум територијата на Македонија, Слоу Фуд Млади Македонија како автономна организиација на младите членови и активисти, воспоставени 5 президиуми и поширока мрежа од 30 субјекти и поединци членови на мрежата на Тера Мадре Македонија.

Во насока на понатамошниот развој на мрежата, во согласност со начелата и политиките на слоу Фуд Интернационал, планирано е официјализирање на мрежата, со основање на национална организација „Слоу Фуд Македонија“, како „чадор“ организација на локалните членки на мрежата.

Стратешкиот план за развој на Слоу Фуд 2018-2020, во голем дел ги опфаќа активностите во процесот на воспоставување и регулирање на делувањето на националната организација, како и во понатамошното делување и улога која би ги вршела во име на целата мрежа на национално ниво.



5. СОРАБОТКА СО ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ

Мрежата на Слоу Фуд во Македонија, активно ќе соработува со повеќе засегнати страни, со цел координација, размена на искуства и ресурси и зацврстување на својата позиција и улога во поширокиот контекст на делување.

Слоу Фуд Интернационал

Слоу Фуд Македонија е дел од мрежата на Слоу Фуд Интернационал, која делува на меѓународно ниво. Мрежата на Тера Мадре со сите идеи и енергија го зајакнува скелетот на Слоу Фуд и направи уникатен и препознатлив бренд во целиот свет. Храната е единствен јазик меѓу различните јазици и тоа е нашата најголема сила. Оваа сила мора да го најде своето вистинско место.
Слоу Фуд Македонија, со цел размена на искуства и примена на методологија на работа тесно ќе соработува со Слоу Фуд Интернационал, преку менторство и партнерства при работата на заеднички проекти.
Планирано е и партиципација на член од Слоу Фуд Интернационал во бордот на директори на нашата национална организација, со што покрај досегашната улога на програмскиот директор задолжен за Македонија, би се создал директен линк за комуникација и размена на информации и координација на активностите.

Владини, реионални и локални институции

Слоу Фуд станува организација способна да ги сензибилизира институциите да бидат донесени закони и политики кои ќе ја олеснат егзистенцијата и работата на малите производители кои, индивидуално или здружени, ги произведуваат и продаваат своите производи.
Слоу Фуд е организација која креира политики преку храната. Ефективноста на тие политички активности не може да се поразлични од правилата и законите водени од производството, дистрибуцијата и консумацијата на храна, на локално или национално ниво.
Новото земјоделство базирано на „добра, чиста и правична храна“ има потреба од нови инструменти за интерпретација и регулација.
Административните пречки, начинот на оданочување на земјоделското производство, мерките за стимулирање на ваквото производство, регулативите кои го регулираат производството, дистрибуцијата и консумацијата на овие производи, се само некои од елементите се во можност да длабоко се промени системот на храна и за кои сметаме дека ние може да се предложат предлози, корекции и дополнувања на законската рамка секој пат кога ќе треба.
Еднакво важна кампањата во поддршка за подигнување на свеста која Слоу Фуд може да ја носи кон консументите, да го поддржува пристапот кој е повеќе ориентиран кон потрошувачката на „нашето земјоделство“.
Притоа мораме да го пронајдеме вистинскиот начин на поврзување со институциите, нашиот глас потребно е да е силен, сигурен и лесно да се разликува.

Универзитети и експерти

Слоу Фуд развива блиска соработка со универзитетите и експертите во Македонија.
За нас универзитетите се најважната точка на теоретски и експериментален развој во областите на земјоделството и храната. Тоа е позитивен резултат од досегашната соработка и партнерство за постигнување на нови повисоки цели. Во соработка со нашите универзитети и истражувачки институти во нашата земја, треба да се обединиме во нашето секојдневно делување, особено во рамки на мрежата на Тера Мадре Македонија: обединување на различни сфери на знаење, различен поглед за истите прашања. Знаењето на земјоделците, занаетчиите, готвачи и научници, заедно со она што професорите и студентите го носат со себе, нивните култури и искуства: тоа е целта, врз основа на која ги градиме заедничките проекти и модели на меѓусебно поврзување.

Невладини организации од секторот на делување

Слоу Фуд не делува како „синдикат“ или лоби, туку формира работни групи и тесна соработка со организации од секторот на делување и ја одржува комуникацијата и размената на информации. Ова не е само да обезбеди функционалнос и покохезивна визија во заедничкото делување во секторот пред институциите за прашања, за кои треба да има проактивен отколку реактивен пристап.

Приватни компании

Слоу Фуд е континуирано соработува со приватни компании со кои изнаоѓа заеднички интереси во рамки на своето делување, а во насока на обезбедување на поддршка и промоција. Притоа таа соработка ќе се надградува и секогаш ќе се темели на филозофијата и начелата на организацијата и сите обезбедни ресурси од страна на компаниите транспарентно ќе бидат употребени за понатамошен развој и поддршка на активностите.



6.МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА СТРАТЕШКИОТ ПЛАН

За успешно и доследно спроведување на Стратешкиот план ќе се спроведе соодветен мониторинг во периодот кој го покрива овој документ, како и оценка на достигнувањата во секоја година. За таа цел ќе се формира работна група раководена од член на Националниот одбор, за да го следат текот и динамиката на спроведувањето на овој Стратешки план. Оваа работна група ќе изготвува и поднесува извештај до членовите на Националниот одбор и ќе предлагаат неопходни промени и усогласувања за достигнување на утврдените цели.

Следењето на спроведувањето на годишните програми на активности преку кои ќе се реализираат и остваруваат стратешките цели, континуирано ќе го врши Националниот одбор, со поднесување на извештаи, кои ќе содржат информации за прогресот и успехот на имплементација, како и заклучоци и препораки во функција на ефективно и ефикасно спроведување на планот. За следење на активностите се утврдени показатели преку кои се мери степенот на остварување на целите како и извори на верификација, во рамки на деталниот план на активности кој што е во прилог на стратешкиот план.

Сет активности:

- Изготвување на Годишен акционен план за реализација на активностите од Стратешкиот план, во согласност со стратешките цели и поставените показатели и таргети за актуелната година (подготовка како предлог во ноември-декември претходна година, донесување на Национален совет во февруари за тековна година);
- Изготвување на календар со активности на локални и национално ниво и негово усогласување согласно стратешките цели на мрежата;
- Евалуација на реализацијата на годишниот план за тековна година (ноември-декември и финализирање во јануари наредна година) согласно поставените таргети и негова презентација пред Националниот совет, пред донесувањето на планот за тековната година:
  - Претставување на реализацијата на таргетите (во %) за секоја стратешка цел и за целокупниот годишен план, во процесот на негово изготвување;
  - Претставување на трендот на реализација на стартешките цели по години;
- Изработка на годишен извештај (алманах) со презентација на реализирани активности, дополнет со финансиски и ревизорски извештаи за информирање на поширокатa јавност.



7.ПРИЛОЗИ

Прилог 1: Филозофијата на Слоу Фуд: Добра, чиста и правична храна

Ние може да направиме одлучувачки придонес за зачувување на биодиверзитетот, само ако имаме храброст да предложиме пристап кој започнува од локалните територии и заедниците, кој користи јасен и едноставен јазик, со кој не ги теоретизира конкретните одговори, во кои се среќаваат аспектите на животната средина, како и социјалните и економските аспекти. На крајот на краиштата, нашиот придонес ќе биде уште поважен толку повеќе можеме да создадеме поголема мрежа способна за поврзување на производите, производителите и животната средина со цел да се зголеми зачувувањето на биодиверзитетот, во уште пошироки, посложени и поправични рамки.

Слоу Фуд верува во „нова гастрономија“ како слобода на избор, како едукација, мултидисциплинарен пристап кон храната кој ни овозможува да ги живееме нашите животи што е можно подобро и поквалитетно, користејќи ги ресурсите кои се вредни за нас.

Слоу Фуд се залага за добра, чиста и правична храна за сите:

ДОБРА– значи вкусна храна способна да ги стимулира и задоволи сетилата на консументот и дава задоволство додека се јаде. Добра е свежата и сезонска храна, набрана кога плодовите се природно зрели, за разлика од тие кои се селектираат заради нивната можност да издржат подолг временски период и транспорт на долги релации. Разнобразност на храната од домородните видови, раси и сорти. Локално прифатливи сорти и раси кои се отпорни на болести и одговараат на потребите на локалното население. Добра храна е онаа која придонесува за развојот на локалната заедница и во зачувувањето локалните пејзажи и регионалноста. Храна која е дел од општествената култура и идентитет.

ЧИСТА- значи здрава храна, произведена во хармонија со природата, каде производителот ја почитува животната средина, благосостојбата на животните и човековото здравје. Производство кое го осигурува опстанокот на традиционалните и одржливите методи на производство кои имаат позитивно влијание врз нашите локални екосистеми. Храна со „мал број километри“, помал транспорт, помалку пакување и без употреба на заштитни средства, што значи и помалку загадување на животната средина. Чистата храна е добра за човекот, но добра и за нашата планета.

ПРАВИЧНА- Слоу Фуд верува дека храната е универзално право на секој. Храна која е чесна и социјално одговорна, достапна за сите, без оглед на приходот, со пристапни цени за потрошувачите и фер услови за плаќање на малите произведители. Преку правичната храна се почитува достоинството на производителите и правилно се вреднува нивниот труд, каде секој добива правична заслуга и признание за неговата работа.

Право на уживање и споделување на одговорност

Слоу Фуд верува дека секој има основното право на задоволство од добра храна и следствено на тоа и одговорноста за заштита на наследството на храна, култура и традиција кои го прават возможно ова задоволство.
Уште од почетокот на нашето патување со Слоу Фуд, го избравме „бавниот начин“ , во форма на средба, дијалог, отвореност кон другите, во посветена изградба на нов хуманизам, кој не се одржува на „јас“, туку со „ние“ и во центарот на вниманието зема во предвид сеопфатен суштински поглед за тоа кој може да се постигне со ангажманот на секого од нас, со активностите и резултатите на мрежата на Тера Мадре.
Поборници сме на нова ориентација, не-експертска или надвор од вообичаените текови, но тоа може да се зборува секој ден на секој жител на планетата, носејќи во себе желба да влезе во обичноста на секојдневниот живот. Затоа, нашата визија е, и мора да продолжи да биде универзална, во името на основното право на задоволство, кое ќе биде целосно со признанието дека ќе го споделиме со сите недоволно исхранети луѓе денес .

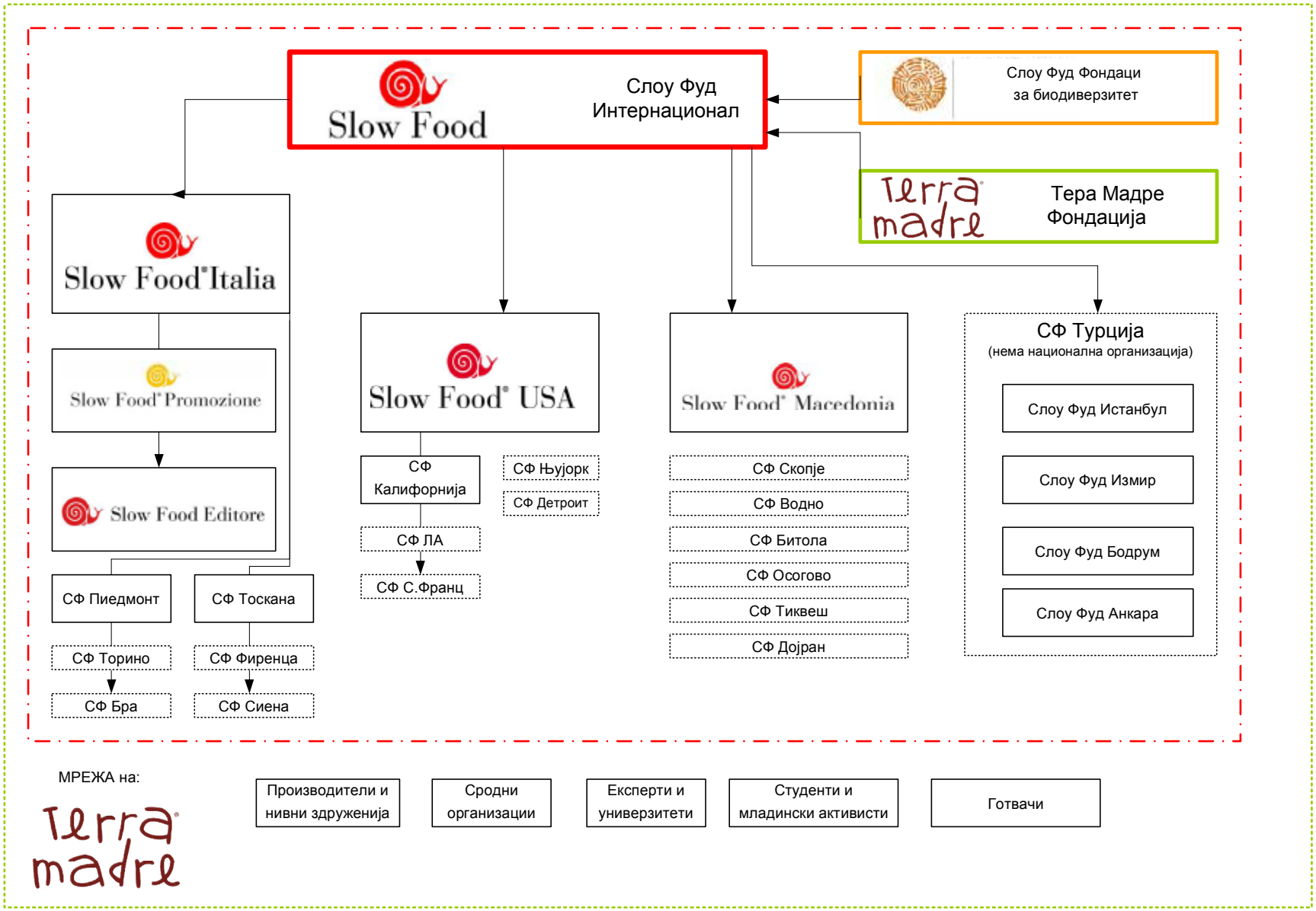
Постојат достигнувања на цивилизацијата на еден народ, како што се обидуваме да кажеме со години, како храната, земјоделството или индустријализација, кои се во тесна врска со добивање на правото на универзалното добро и убаво.
Затоа нашиот поглед не е хедонистички поглед на животот, туку антрополошка мисија со социјална и револуционерна цел. Со еден збор: култура. Културата и земјоделството имаат исто потекло и се главна карактеристика на еволуцијата на човечкиот род. Затоа веќе една деценија се обидуваме да ги презентирамево Македонија преку нашите проекти: Арката на Вкусови и Президиумите, националните кампањи и настани.

Всушност, тоа е смислата за „напредокот“, според Слоу Фуд, објавен уште во 1989 година, во Манифестот за своето воспоставување. Каде се нагласува важноста на сензорниот квалитет на храната и едукацијата за вкусот, а не неговото осиромашување, кој може да придонесе за развој на вистинската култура, како оваа нова визија, подготвена со размена на знаење и искуства, кои би го овозможиле напредокот, а веќе се вградија во темелите кои овозможија Гастрономијата да се сфати како збир на политики, економија, култура, општествените науки и земјоделство теоретизирани уште од Жан Антхелм Брилат Саварин, при што се потребни да се изодат повеќе чекори напред за да можеме да уживаме денес .

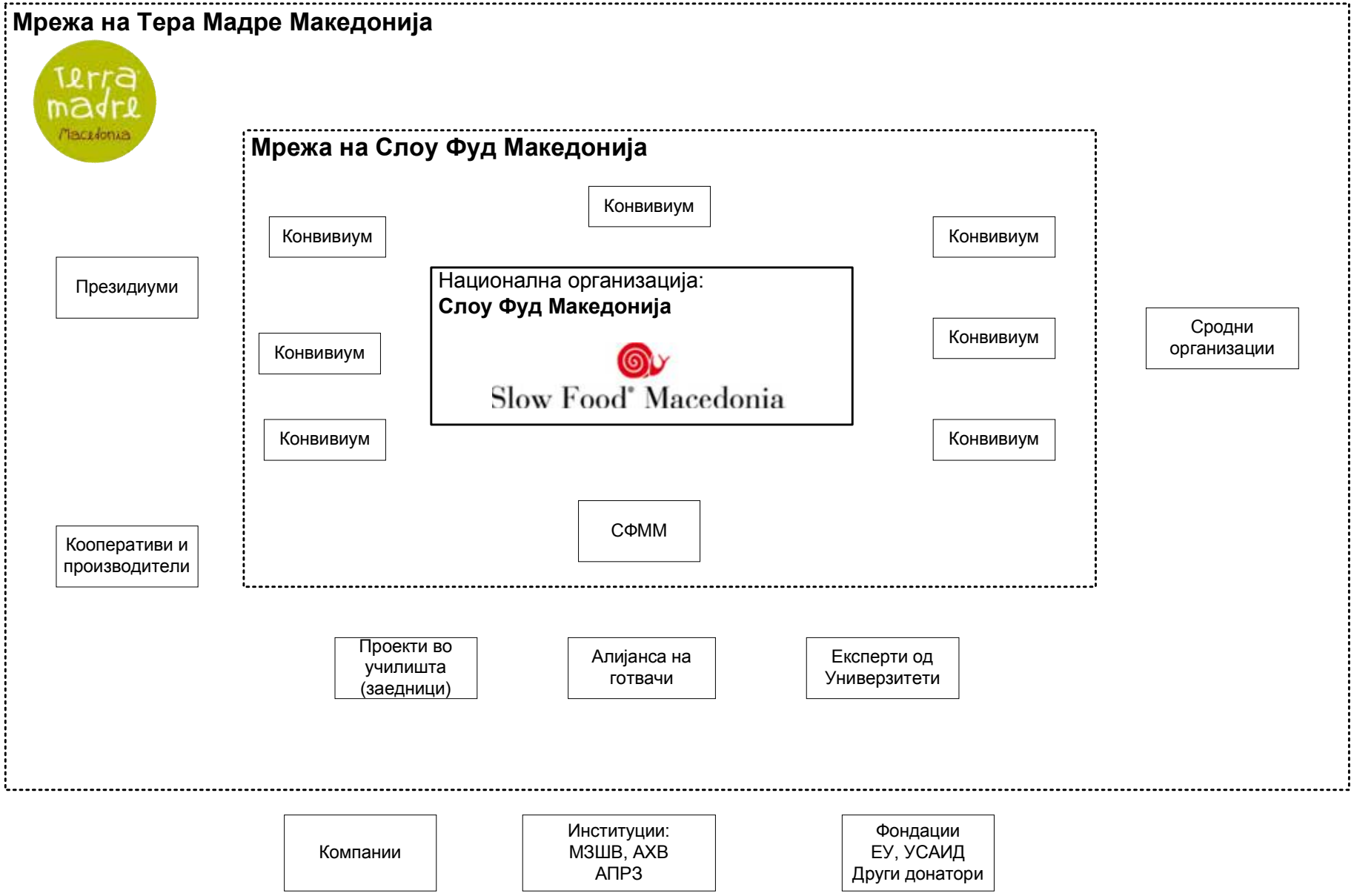
После една деценија ангажман и делување во Македонија, чувствуваме потреба да се стремиме да се шири нашата порака и нашите вредности кои може да се реализираат во секое ќоше на нашата земја, до каде може да допре мрежата на Тера Мадре. Всушност, ние и понатаму треба да се потпираме на фармерите и производителите, наставниците во училиштата, касапите, мајсторите за сирења, готвачите, експертите, младите и студентите, кои пристапуваат кон ова „бавно патување“ кон задоволство.

На нашите трпези потребно е да ги комбинираме задоволството од вкусување на храна и одговорноста која ја имаме пред идните генерации бидејќи преку чинијата која е секојдневно е пред нас ние го гарантираме опстанокот на многу сорти, раси, производи и методи и техники на преработка, како и опстанокот на малите производители во руралните средини.
Така ќе придонесеме за зачувување на локалниот биодиверзитет на храна и одржливите традиционални техники на производство, со поддршка на малите производители и едукацијата на идните генерации и консументите генерално за одговорно консумирање на храната, се со цел зачувување на животната средина и природните ресурси. Заедно сите да пристапиме кон актуелизирање на прашањата и решавање на проблемите кои се од суштинско значење во изградбата на локалниот систем на храна.

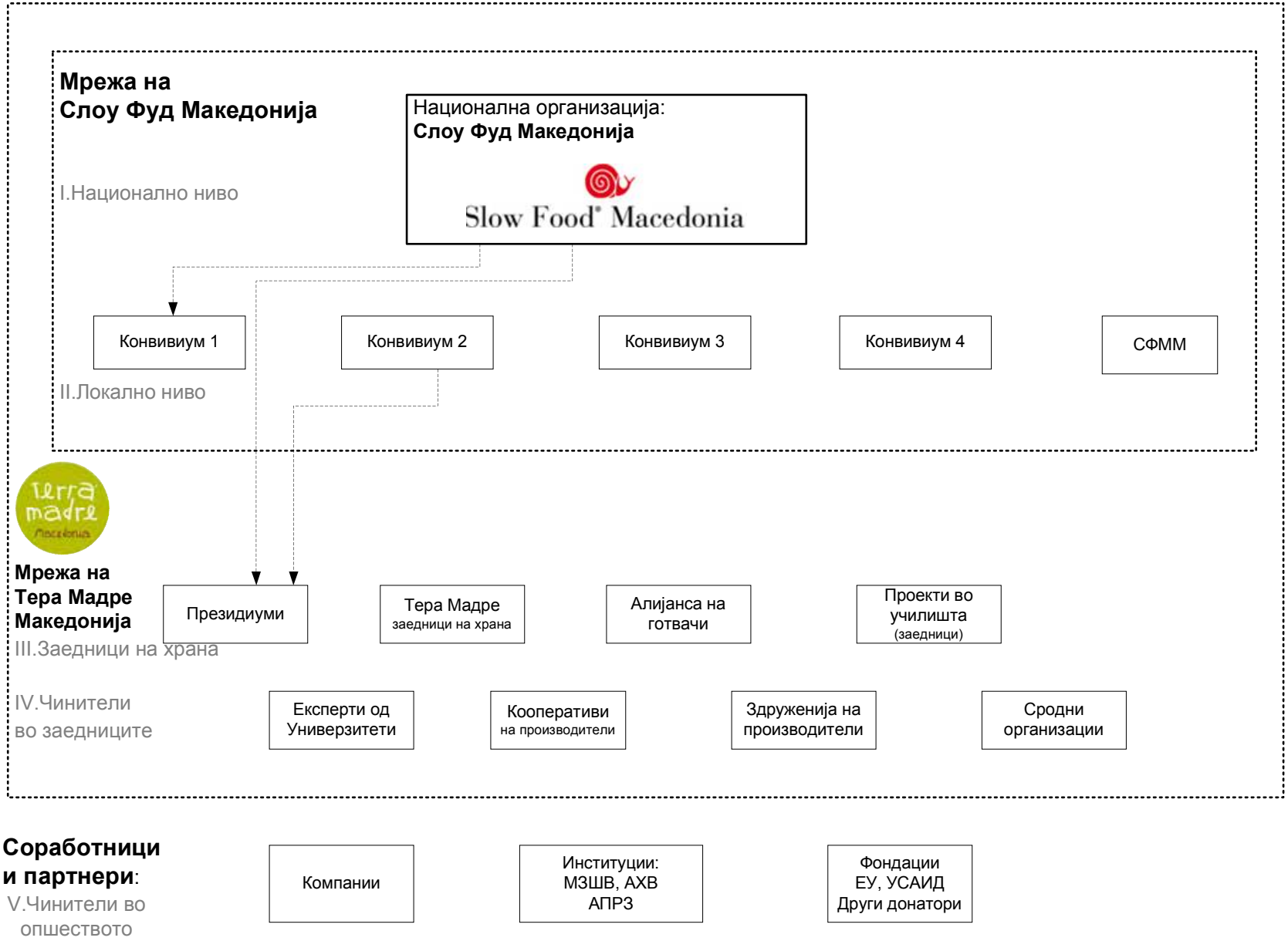
Прилог 2: Графикони со организациона структура на СФМ и начини на делување
Графикон 1: Актуелна организациона шема на Слоу Фуд на интернационално ниво



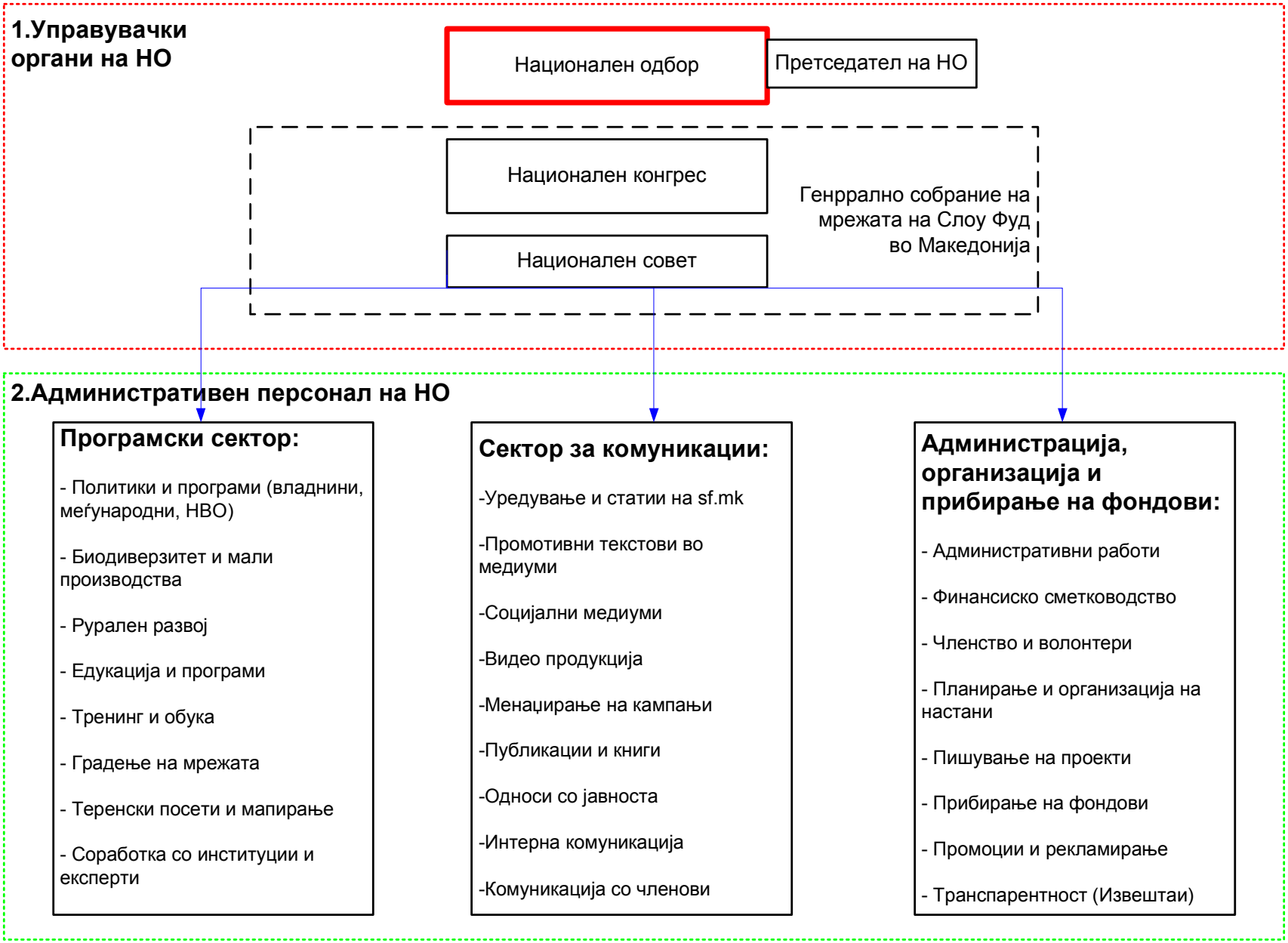
Графикон 2: Предлог организациона структура на националната мрежа на Слоу Фуд во Македонија, според шемите од други држави во кои има воспоставени национални организации



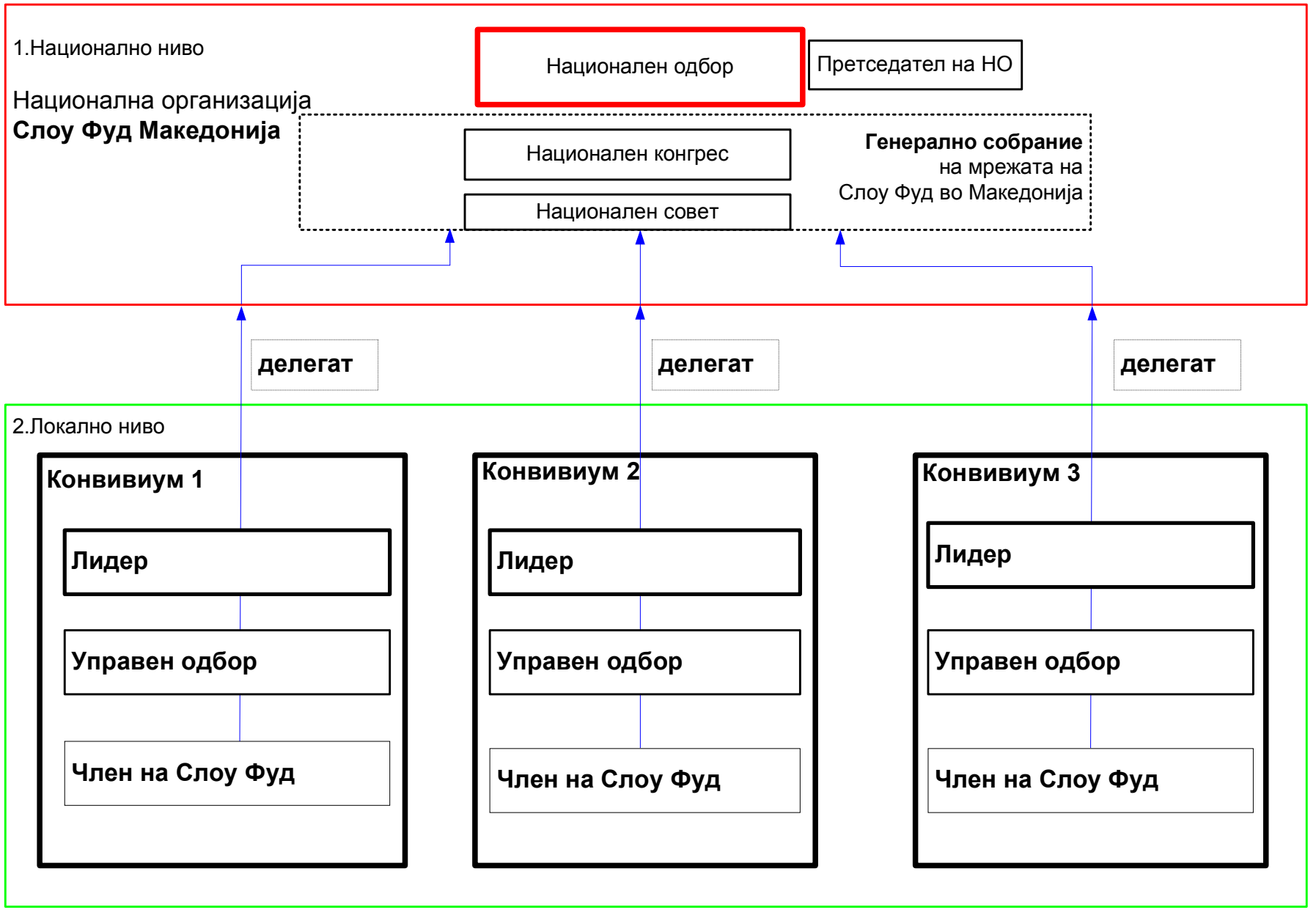
Графикон 3: Ветикална поставеност на мрежата на Слоу Фуд во Македонија



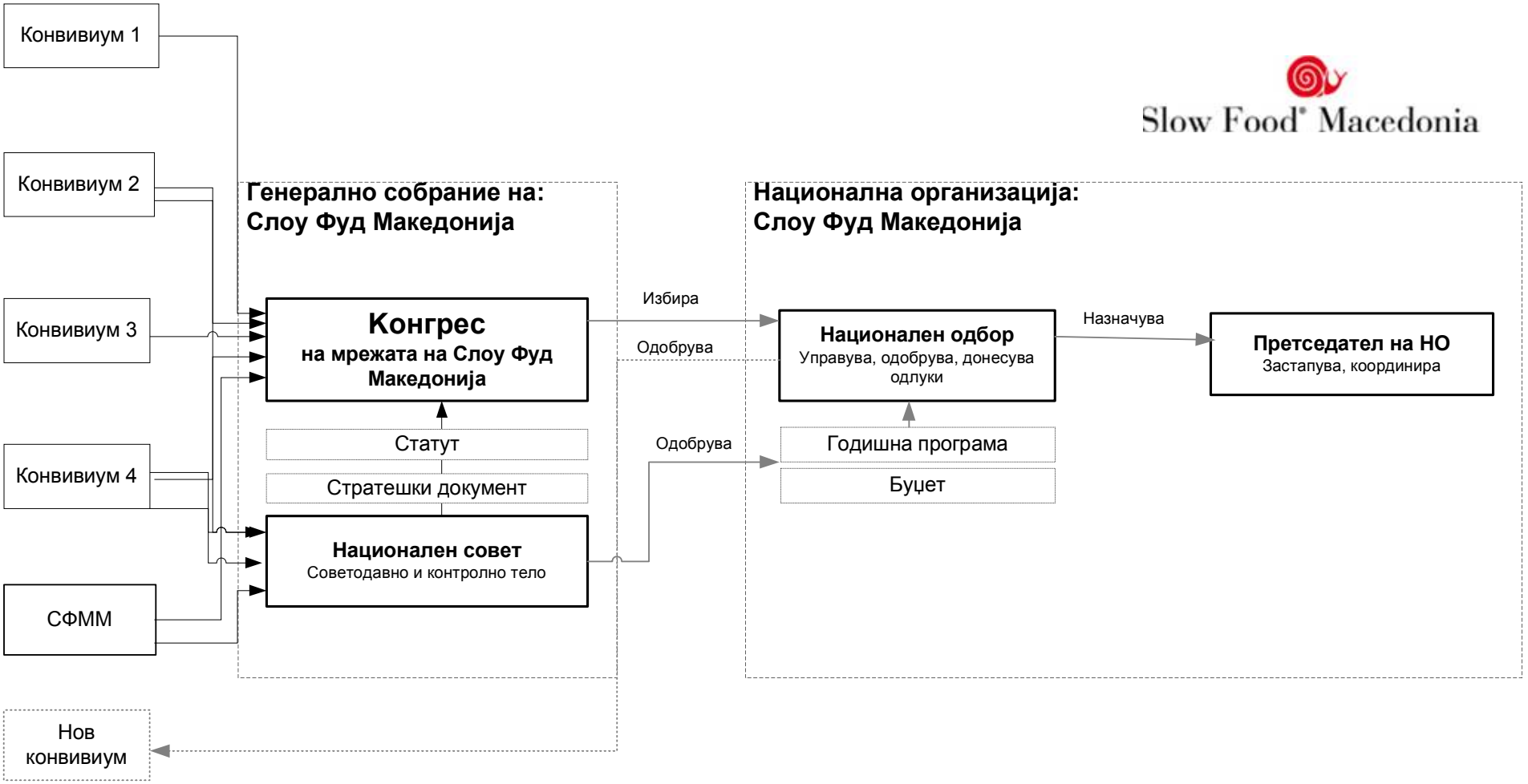
Графикон 4: Внатрешна организација на Националната организација Слоу Фуд Македонија



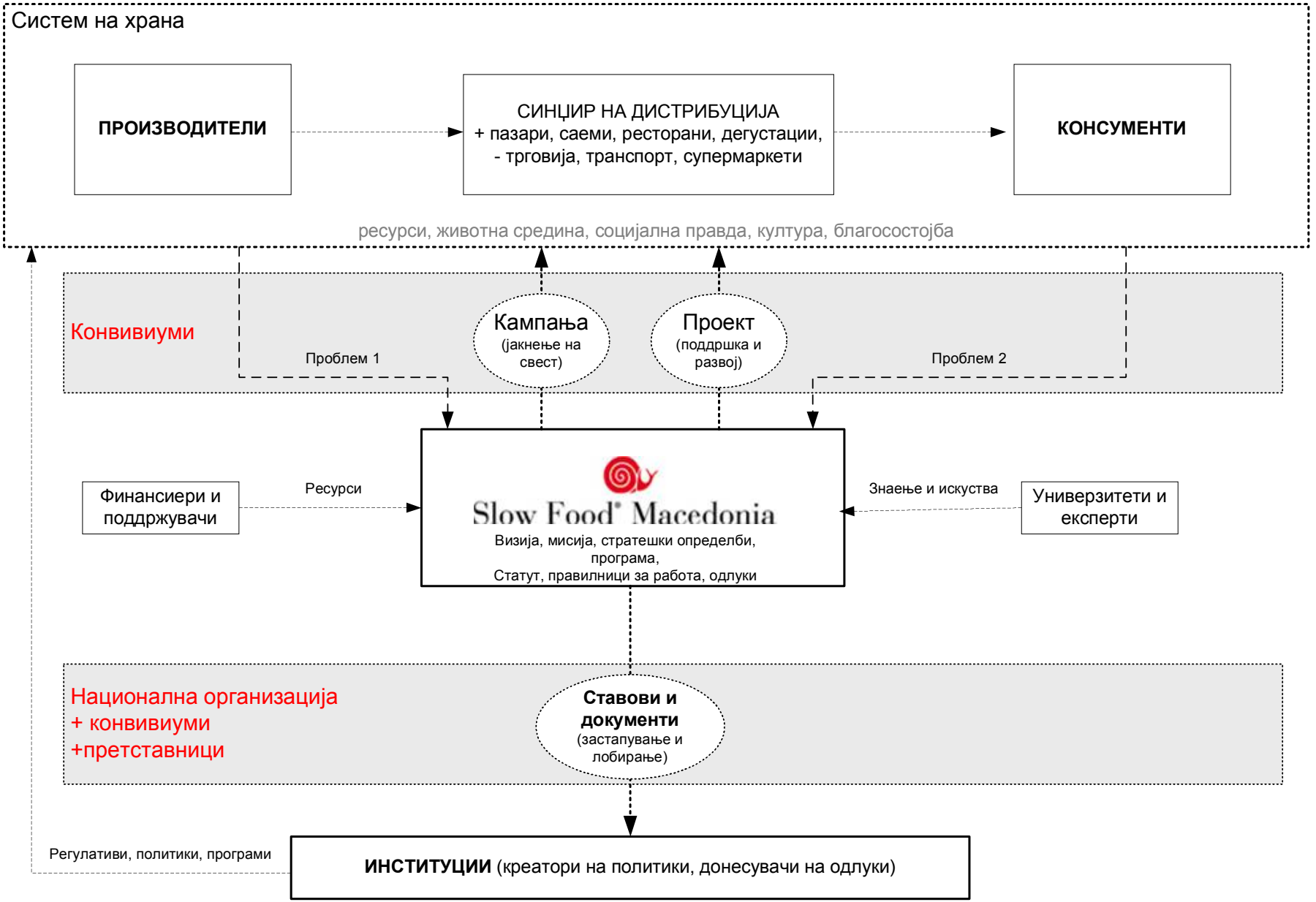
Графикон 5: Патот на делегирање на претставници во органите на мрежата на Слоу Фуд Македонија



Графикон 6: Избор и именување на претставници во органите на Националната организација на Слоу Фуд Македонија



Графикон 7: Начин на делување и активности на мрежата на Слоу Фуд во Македонија



Прилог 3: Табеларен приказ на стратешките приоритети и цели со одредените показатели и таргети

Стратешки приоритети	**Стратешки цели**	**Резултат**	**Показатели**	**Таргети** (2017 => 2020)
1.Градење на мрежата на Слоу Фуд	**1.1.**Да се зајакне системот на континуирана мобилизација на членство и негово активирање преку волонтерски и активистички ангажмани во Слоу Фуд	1.1.1. Зголемување на бројот на членови и нивната активност во конвивиумите	• број на зголемување на членството на Слоу Фуд за период од три години • % на зголемување на активните членови во Слоу Фуд конвивиумите	• 200 =>1000 вкупен број на членови • 30% => 50% активини членови
		1.1.2.Зголемен број на волонтери и активисти во Слоу Фуд	• зголемување на број на волонтери во Слоу Фуд конвивиуми • зголемување на број на активисти во СФММ • стажанти и волонтери на подолг период во национална организација	• број на волонтери во СФ конвивиуми, 12 => 72 • број на активисти во СФММ , 20 =>80 • број на стажанти и волонтери во СФМ, 2 => 4
			• раст на нови иницијативи, проекти и активности поттикнати од волонтерите и активистите	• секоја година се зголемува бројот на нови покренати и спроведени иницијативи од 10 => 15
	1.2.Функционална структура и дефиниран статус на мрежата со конвивиумите како градивни клетки на мрежата	1.2.1.Воспоставен функционален систем за континуирано воспоставување на нови конвивиуми	• број на нови конвивиуми во мрежата на Слоу Фуд	• 10 => 16 број на конвивиуми
		1.2.2.Воспоставен формално-правен субјект Мрежа Слоу Фуд Македонија	• Решение од Централен регистар на мрежата Слоу Фуд	• Реализирано 100%

		1.2.3.Воспоставување на функционални процедури за учество и работа на конвивиумите и членовите во процесот на планирање и донесување на одлуки во мрежата	• Број на применети акти и процедури за работа на телата и органите	• Донесени и во функција се сите потребни и планирани акти, 0 =>5
		1.2.4.Функционална национална канцеларија	• број на навремено и комплетно изготвени документи, програми и проекти согласно доделените надлежности и предвидените проекции на годишно ниво • Канцеларии на Слоу Фуд • Број на персонал во национална канцеларија • Менаџирање на проекти од национална организација	• 80% од сите планирани документи, програми и проекти се изготвени • Функционални канцеларии 1 => 3 • Персонал во национална канцеларија: 3 => 12 • Менаџирање на проекти: 2 => 7
	1.3.Воспостававени на афилијации на мрежата	1.3.1.Основана Агенција за промоција и маркетинг	• % на комплетирани акти од планираните	• 0% => 100%
		1.3.2.Подготвена анализа и развоен план на Слоу Фуд ХАБ	• % на комплетирани документи и акти во однос на планираните	• 0% => 100%
	1.4.Унапредување на соработката и поддршката на мрежите координирани од страна на Слоу Фуд Македонија	1.4.1. Ширење и координација на мрежата на Тера Мадре Македонија	• број на членови на мрежата	• Зголемување 50% (2016) => 75% (2018) => 100% (2020)
		1.4.2. Поддршка за унапредување на работата на мрежата на Слоу Фуд Млади Македонија (СФММ)	• број на членови на мрежата • Секции • Индивидуални членови	• Од 20

	1.5.Зголемување на фондовите на мрежата, подобар пристап до донатори и соработка со нив и транспарентност на мрежата	1.5.1.Поволна финансиска состојба на Слоу фуд базирана на разновидни извори на средства	• %извори на средства од кои Слоу Фунд обезбедува фондови (споредба планирани извори со фуинкционални извори на средства) • планиран годишен буџет на организацијата (во евра) • број на донатори и спонзори	• 30% => 80% фнкционални извори на средства во однос на планираните • 43.600 евра => 237.415 евра • 12 => 36
		1.5.2.Подобрена отчетност и стекнување на поголема доверба во работата и делувањето на Слоу Фуд во Македонија, од членовите, донаторитеи и јавноста	• % на наоди на од извршена финансиска ревизија на годишно ниво	• ќе се земе бројот на наоди од првата година кога ќе се врши ревизија • Таргет: за три години 90% од наодите се решени и отстранети
	1.6.Воспоставен функционален систем на интерна (хоризонтална и вертикална) и екстерна комуникација	1.6.1.Воспоставен ефикасен состем за размена на информации на сите нивоа со цел подобрена информираност на конвивиумите и членовите за активностите и ресурсите што ги имаат на располагање	• број на применети ефективни канали за интерна комуникација	• да се избори и внесе колку имате во план да воспоставите нови канали да функционираат во следните три години
		1.6.2.Воспоставен функционален оддел во СФМ на информирање на општата публика за дејноста и активностите на мрежата на Слоу Фуд во Македонија	• број на вклучени соработници, новинари и поединци во одделот за промоција на мрежата	• Почетна состојба: внесете сега колку имате • Таргет:поставете таргет колку лица сакате да вклучите
		1.6.3.Воспоставен функционален оддел во СФМ на информирање на општата публика за дејноста и		

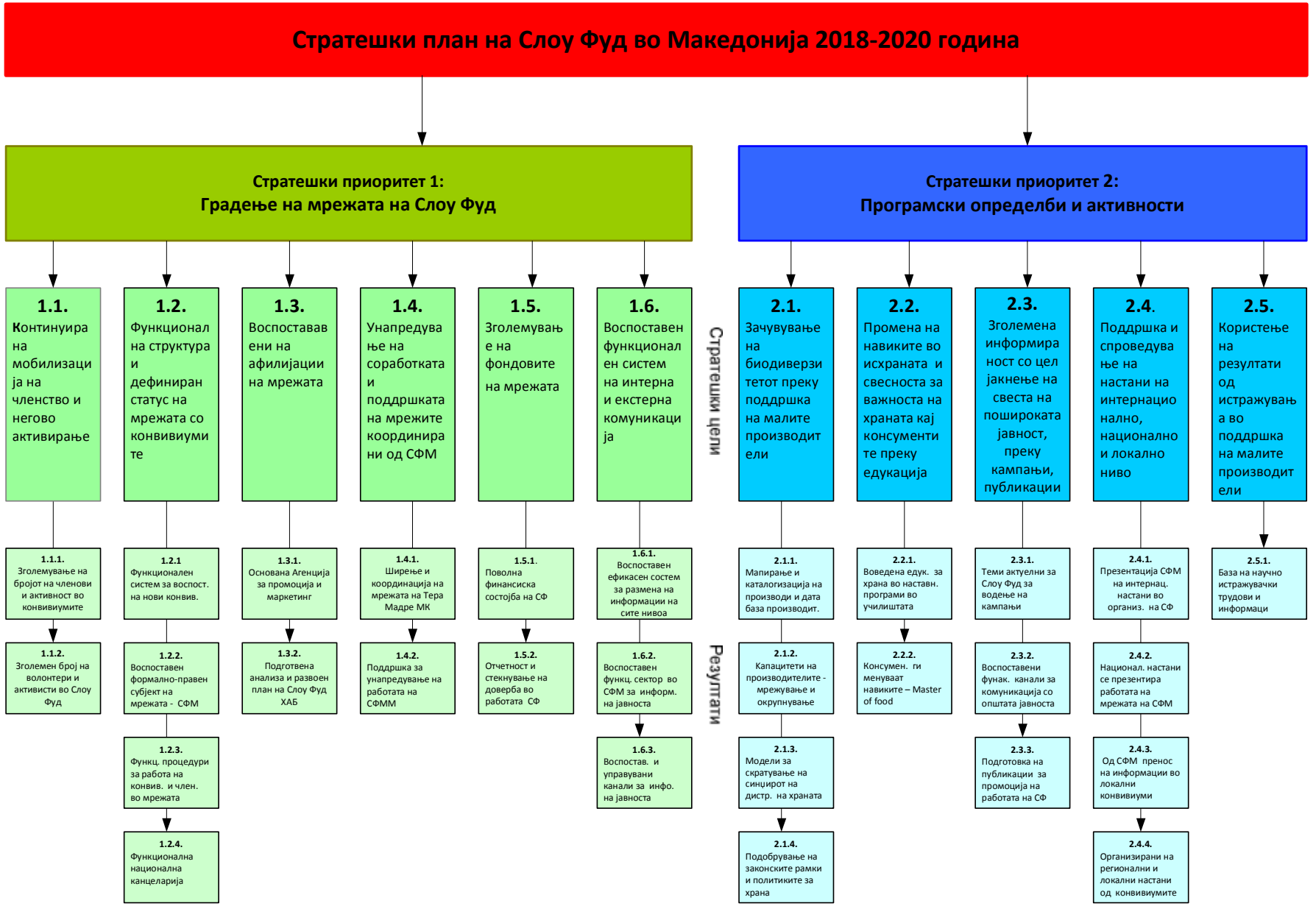
2.Програмски определби и активности	**2.1.**Зачувување на биодиверзитетот преку поддршка на малите производители и примена на одржливите методи на производство	2.1.1.Мапирање и каталогизација на производи и формирање на дата база производители со податоци за нив со цел утврдување на нивните потреби	• Арка на вкусови (производи) • Дата база на производители (број на производители)	• Производи на Арката на вкусови: 42 => 92 • Производители: 120 => 420
		2.1.2.Подобрени капацитети на производителите преку вмрежување и нивно окрупнување за заеднички работилници и настап на пазарот за промоција и продажба на нивните производи • тренинзи(знаења) • застапување • пазари	• број на функционални земјодлески кооперативи кои се дел од СФ мрежата • (президиуми, • Заедници/здруженија на производители • Кооперативи,	• Президиуми: 5 => 11 • Тера Мадре заедници на производители: 32 => 72 • Кооперативи: 0 => 5
		2.1.3.Развој на модели за скратување на синџирот на дистрибуција на храната од прозводител до консумент	• Бројки на вклучени субјекти: • Готвачи во алијанса • Ресторани, • Слоу Фуд Травел • Пазари на фармери)	• Ресторани: 0 => 40 • Готвачи: 6 => 30 • Пазари: 0 => 3
		2.1.4.Придонес кон подобрување на законските рамки и политиките за храна со цел заштита на локалниот биодиверзитет преку анализи, препораки и предлози за нови и подобрени законски решенија	• Креиран и имплементиран, еден функционален правилник во рамки на Законот за безбедност на храна • предлог правилници • документи со став	• Променети закони и правилници: 0 => 3 • Подготвени и објавени документи со став на Слоу Фуд: 0 => 10

	2.2.Промена на навиките во исхраната и свесноста за важноста на храната кај консументите преку едукација	2.2.1.Воведена едукација за храна во наставните програми во училиштата	• Воведена сензорна едукација во училишната програма во училиштата	• 20 училишта за три години се дел од мрежата на училишта во кои се спроведува програмата
			• Воспоставени и функционални училишни градини во рамки на училишните дворови	• Воспоставени 12 училишни градинита за три години
		2.2.2.Консументите започнуваат да ги менуваат своите навики за консумација на одредени производи	• % на учесници опфатени со Мастер курсевите кои по истекот на неколку месеци по завршување на курсевите изјавуваат дека ги промениле своте консумерски навики	• Теми: 2 => 10 • Слушатели: 80 => 400
	2.3.Зголемена информираност со цел јакнење на свеста на пошироката јавноста, преку организирани кампањи и објава на публикации, њузлетери и стаии за работата на мрежата и актуелните теми за Слоу Фуд	2.3.1.Теми актуелни за Слоу Фуд за водење на кампањи	• Број на актуелни теми за Слоу Фуд	• 3 => 8
		2.3.2. Воспоставени фунакционални канали за комуникација со општата јавноста	• да се внесе сега кои канали за комуникација ги имате со општа јавност(како број и вид)	• статии на СФ портали: 120 => 360 • е-њузлетери: 5 => 30 • статии во медиуми: 60 => 200
		2.3.3.Подготовка на публикации (печатени и он лине) и видеа) за промоција на работата на Слоу Фуд	• внесете сега колку има	• 8 => 18 (во 2020)

	2.4.Поддршка и спроведување активности и настани на интернационално, национално и локално ниво, во поддршка на промоцијата на локалните производи и актуелизирање на прашањата битни во Слоу Фуд, во поддршка на кампањите	2.4.1.Презентација на делегација од Слоу Фуд Македонија на интернационалните настани во организација на Слоу Фуд	• Број на настани на кој се претставува делегација на СФМ	• Најмалку на 2 меѓународни настани годишно • Треа Мадре, Торино и Тера Мадре Балкан (2018, 2020) • Слоу Фиш, Чииз (2019)
		2.4.2.Организација и реализација на национални настани на кои се презентира работата на целата мрежа на Слоу Фуд Македонија	• Број на национални настани	• Еден национален настан годишно • Тера Мадре Македонија (2018, 2020) Битола • Салон на вкусовите (2019) Скопје
		2.4.3.Локалните заедници се подобро информирани и ангажирани во зачувување на биодиверзитетот и едуцирани за подобрување на животните навики -од националната пренос на информации во локални конвивиуми	• број на организирани информативни настани	• 10 => 30 настани (во 2020)
		2.4.4.Организирани регионални/локални настани од страна на конвивиумите– да се информира населението за идеите на Слоу Фуд -локалните самостојно си организираат настани	• број на организирани регионални настани	• 10 => 48 (во 2020)

	2.5.Користење на достапните резултати од истражувања во поддршка на малите производители, за да се утврди влијанието на начинот на производство на храна.	2.5.1.Воспоставена база на научно истражувачки трудови и информации на располагање на производителите и институциите	• број на спроведени истражувања/ • објавени трудови • изработени студии	• 2 => 9 (вкупно)

Прилог 4: Приказ на стратешкиот план во дијаграм



Прилог 5: Табела со проектираните таргети за стратешките цели по години (2018-2020 година)

			Таргети по години			
Ред. бр.	**Резултат (точка)**	**Резултат (опис и број)**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
1	**1.1.1.**	Членови во Слоу Фуд	200	500	800	1.000
2	**1.1.1.**	Активно членство	60	175	320	500
3	**1.1.2.**	Волонтери во конвивиумите	12	24	48	72
4	**1.1.2.**	Активисти во СФММ	20	40	60	80
5	**1.1.2.**	Стажанти и волонтери на подолг период	2	3	4	4
6	**1.1.2.**	Иницијативи на волонтери и активисти	10	11	13	15
7	**1.2.1.**	Конвивиуми	10	12	14	16
8	**1.2.2.**	Формално-правен субјект Мрежа Слоу Фуд Македонија (%)	70	30	/	/
9	**1.2.3.**	Функционални процедури за работа	3	2	/	/
10	**1.2.4.**	Канцеларии на Слоу Фуд	1	2	2	3
11	**1.2.4.**	Број на персонал во национална канцеларија	3	6	9	12
12	**1.2.4.**	Менаџирање на проекти од национална организација	2	3	5	7
13	**1.3.1.**	Основана Агенција за промоција и маркетинг (%)	0	30	50	20
14	**1.3.2.**	Анализа и развоен план на Слоу Фуд ХАБ (%)	25	25	25	25
15	**1.4.1.**	Заедници на производители во ТММ	15	25	30	40
16	**1.4.1.**	Членови во мрежата на ТММ (субјекти и поединци)	30	50	60	80
17	**1.4.2.**	СФММ групи	2	4	6	8
18	**1.5.1.**	Функционални извори на средства во однос на планираните (%)	30	45	60	80
19	**1.5.1.**	Годишен буџет (евра)	43.600	108.700	169.010	237.415
20	**1.5.1.**	Донатори и спонзори	12	24	26	36
21	**1.5.2.**	Годишни извештаи (наративни и финансиски)	1	2	3	3
22	**1.5.2.**	Екстерни проверки (аудит) од ревизорска куќа	0	1	1	1
23	**1.6.1.**	Канали за интерна комуникација	5	6	6	6
24	**1.6.2.**	Соработници во оддел за комуникации	5	6	7	10
25	**1.6.2.**	Медиуми / новинари кои го следат СФ	6	8	10	12
26	**1.6.3.**	Портали и блогови на Слоу Фуд	4	7	12	14
27	**1.6.3.**	Претплатници на електронски њузлетер	0	30.000	60.000	80.000
28	**1.6.3.**	Фанови на социјални медиуми	86.000	122.000	162.000	192.000

29	**2.1.1.**	Арка на вкусови (број на производи)	42	58	75	92
30	**2.1.1.**	Производители вклучени во мражата на Тера Мадре	120	180	320	420
31	**2.1.2.**	Президиуми	5	7	8	11
32	**2.1.2.**	Кооперативи	0	2	3	5
33	**2.1.3.**	Членови на Алијанса на готвачи	6	15	20	30
34	**2.1.3.**	Ресторани и хотели (вклучени во Слоу Фуд Травел)	0	10	30	40
35	**2.1.3.**	Пазари на фармери	1	2	3	4
36	**2.1.4.**	Променети (донесени) регулативи	0	1	2	3
37	**2.1.4.**	Документи со став на Слоу Фуд	1	3	2	4
38	**2.2.1.**	Училишта вклучени во програмата за „Сензорна едукација“	3	8	15	20
39	**2.2.1.**	Училишни градини	1	3	8	12
40	**2.2.2.**	Мастер курсеви за храна (теми)	2	5	7	10
41	**2.2.2.**	Слушатели на Мастер курсеви за храна	80	200	280	400
42	**2.3.1.**	Кампањи и теми за промовирање и застапување	3	5	6	8
43	**2.3.2.**	Статии на slowfood.mk	120	180	240	360
44	**2.3.2.**	Издадени е-њузлетери	5	15	20	30
45	**2.3.2.**	Статии во весници, портали, радио и ТВ прилози	60	120	160	200
46	**2.3.3.**	Публикации (печатени, онлајн, видео)	8	12	15	18
47	**2.4.1.**	Учество на делегација на СФМ на интернационални настани на СФ	2	2	2	2
48	**2.4.2.**	Организација на национални настани	1	1	1	1
49	**2.4.3.**	Локални настани за информирање на заедниците со НК на СФМ	10	15	20	30
50	**2.4.4.**	Локални и регионални настани организирани од конвивиумите	10	36	42	48
51	**2.5.1.**	Истражувачки, научни трудиви и студии	2	2	3	4



www.slowfood.mk