

charakteryzują się mocnymi i słabymi stronami. W związku z tym postulowane jest wypracowanie modelu, dzięki któremu możliwe będzie wspieranie rozwoju rynku produktów lokalnych przy jednoczesnym współistnieniu z rynkiem produktów ogólnokrajowych oraz globalnych. W ramach niniejszego działania proponuje się:

- **Przeprowadzenie okresowych przeglądów obowiązujących aktów prawnych** pod względem możliwości uproszczenia zasad oraz wymogów związanych z wprowadzaniem na rynek produktów lokalnych oraz regionalnych. Celem działania w tym zakresie jest zidentyfikowanie potencjalnych szans związanych z możliwością rozwoju rynku produktów lokalnych dzięki ocenie zasadności oraz ewentualnego zmniejszenia reżimu związanego ze spełnieniem specyficznych wymogów koniecznych do wprowadzenia produktów regionalnych na rynek w przypadku produkcji małoskalowej. W przypadku możliwości wprowadzenia ułatwień - włączenie ich do systemu prawnego. [L]
- **Rozwijanie platformy współpracy lokalnych producentów oraz sprzedawców** w celu tworzenia bardziej efektywnych kanałów sprzedaży produktów lokalnych i regionalnych. Wprowadzenie produktu regionalnego wytwarzanego w małej skali na rynek często przekracza możliwości pojedynczych producentów. W związku z tym proponuje się wdrożyć działania sprzyjające łączeniu się drobnych producentów w większe grupy. Do proponowanych działań zaliczyć można organizowanie pomocy prawnej, prowadzenie szkoleń w zakresie budowy kanałów sprzedaży, pomoc w zakresie promowania produktów lokalnych. [U F]
- **Dokonanie rewitalizacji lokalnych/tradycyjnych miejsc sprzedaży produktów regionalnych** poprzez dokonanie przebudowy lokalnej infrastruktury handlowej (np. placów i targowisk). Proces ten powinien być powiązany z ogólnymi strategiami oraz programami mającymi na celu rewitalizację obszarów zurbanizowanych (ze szczególnym uwzględnieniem centrów małych peryferyjnych miast) oraz obszarów wiejskich. [F]

### 9.2.2. *Działanie D.2.2. Tworzenie warunków sprzyjających promocji produktów ekologicznych*

Podejmowane na różnych szczeblach działania związane z popularyzacją produktów ekologicznych nie przynoszą wystarczających efektów. Jednym z powodów takiego stanu rzeczy jest brak zaufania konsumentów do zamieszczanych na produktach informacji środowiskowych oraz brak wiedzy na temat rzeczywistej wartości stosowanych oznaczeń. Działania mające na celu uporządkowanie tej sytuacji będą efektywne w przypadku podjęcia skoordynowanych działań regulatorów, producentów oraz sprzedawców. W ramach niniejszego działania proponuje się:

- **Stworzenie powszechnie dostępnej bazy danych o zasięgu ogólnopolskim** zawierającej informacje na temat istoty stosowanych przez producentów oznaczeń środowiskowych, dzięki którym możliwe będzie zweryfikowanie tzw. twierdzeń środowiskowych (informacji o cechach środowiskowych) oraz porównanie poszczególnych produktów w zależności od przyjętych kryteriów. Opracowanie ww. bazy poprawi dostęp do informacji pozwalających na dokonanie wyborów konsumenckich z uwzględnieniem czynnika środowiskowego oraz ilości emisji generowanych przez dany produkt w całym cyklu życia. Natomiast sektor handlu będzie mógł lepiej ocenić portfolio oferowanych przez siebie produktów z uwzględnieniem ich

