
Analizë e Agroturizmit në Shqipëri



*Empowered lives.
Resilient nations.*

Analizë e Agroturizmit në Shqipëri

JANAR 2017

Ky është një studim i pavarur me porosi të zyrës së PNUD në Shqipëri për Agjencinë Shqiptare të Zhvillimit të Investimeve, me financim nga Fondi për Jetësimin e Rezultateve të Përbashkëta (Delivering Results Together Fund).

Autori: Aelita Mani

Redaktoi: Iain Wilson



*Empowered lives.
Resilient nations.*

Tabela e përmbajtjes

1.	Përcaktimi dhe rishikimi i disa praktikave të mira	6
2.	Agroturizmi në Shqipëri: kuadri rregullator, tipologjia, potenciali dhe nevojat	12
2.1	Fermat agroturistike dhe aktivitetet agroturistike	13
2.2	Situata aktuale e agroturizmit në Shqipëri	15
2.3	Llojet e agroturizmit në Shqipëri	19
2.4	Analiza SWOT e Sektorit	28
3.	Konsiderata dhe rekomandime të përgjithshme	30
4.	Shtojca	32

1. Përcaktimi dhe rishikimi i disa praktikave të mira

Turizmi është një nga industritë me rritjen më të shpejtë dhe të vazhdueshme në botë dhe një burim i rëndësishëm të ardhurash për shumë vende. Ai është gjithashtu një nga nxitësit më të fortë të tregtisë botërore, mirëqenies dhe begatisë, e orientuar nga njerëzit dhe në shërbim të kërkesave të tyre. Ky sektor shikohet si një nxitës kryesor i progresit social-ekonomik për të krijuar standarde më të mira jetese nëpërmjet krijimit të vendeve të punës dhe ndërmarrjeve, gjenerimit të të ardhurave, eksportit dhe zhvillimit të infrastrukturës, të cilat ndihmojnë në promovimin e kulturave dhe produkteve të ndryshme dhe rigjallërimin e ekonomive lokale.

Në këtë kuadër, turizmi konsiderohet një komponent i rëndësishëm në rritjen ekonomike të një vendi, si dhe një mekanizëm nxitës për zhvillim të qëndrueshëm, i cili vazhdon të jetë qëllimi kryesor dhe sfida e qeverisjes në nivel vendor, kombëtar dhe ndërkombëtar në shumë vende, qofshin këto vende të zhvilluara apo vende në zhvillim. Ndër objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm, ajo që theksohet sot është edhe rëndësia e turizmit të qëndrueshëm.

Turizmi përbën kategorinë kryesore të tregtisë ndërkombëtare në shërbime. Si një nënkategori e eksporteve mbarëbotërore, turizmi renditet i treti pas karburanteve dhe kimikateve dhe para produkteve ushqimore dhe automobilave. Në shumë vende në zhvillim, turizmi renditet si sektori i parë në eksporte, duke njohur diversifikim të madh.

Një qasje e re për turizëm të qëndrueshëm dhe gjithëvjetor me potencial të madh zhvillimi po konsiderohet agroturizmi -nënkategori e turizmit rural-, si një mjet për të diversifikuar të ardhurat e fermerëve dhe banorëve në zonat rurale dhe malore, duke u bërë në vetvete një objektiv i ri për të përmirësuar kushtet e jetesës dhe investimet e tyre. Agroturizmi përfshin resorte, ferma, vizita/udhëtime agro-kulturore, pushime, aktivitete mikpritëse (shpesh jo përfituese), të cilat tërheqin vizitorë në fshat/zonat rurale. Agroturizmi është një koncept hibrid që bashkon elemente komplekse të dy industrive - bujqësisë dhe udhëtimit/turizmit - për të hapur tregje të reja fitimprurëse për produktet e fermës dhe shërbimet dhe për të ofruar përvoja të reja udhëtimi për një treg më të madh rajonal.

Një qasje e re për turizëm të
qëndrueshëm dhe gjithëvjeter
me potencial të madh zhvillimi
po konsiderohet agroturizmi
-nënkategori e turizmit rural-, si një
mjet për të diversifikuar të ardhurat
e fermerëve dhe banorëve në zonat
rurale dhe malore,



Agroturizmi është kryesisht aty ku kryqëzohen bujqësia dhe turizmi, duke kombinuar mjediset rurale dhe natyrore me produktet dhe shërbimet bujqësore dhe turistike, si në rastet kur fermat ftojnë publikun në pronën e tyre për të përjetuar jashtë dymve të shtëpisë dhe rutinës së përditshme argëtime të bazuara në aktivitetet e fermës: përfshirja vullnetarisht në punët e fermës, si mjelja e bagëtive, apo pjesëmarrja në konkurse për vjeljen/korrjen e produkteve të ndryshme bujqësore, kalërimet apo shëtitjet me makineri bujqësore në ambientet e fermës, degustimet e prodhimeve të shëndetshme (bio ose organike), përfshi këtu pijet alkoolike dhe joalkoolike, apo produkte të tjera tipike të zonave, duke përfshirë prodhimet karakteristike të zonave: gliko (marmelatë), reçelra, turshi, mjaltë.

Në këtë kontekst vjen edhe ky studim për evidentimin e potencialeve në agroturizëm, duke synuar t'u vijë në ndihmë qeverisjes vendore dhe qendrore për të hartuar strategji dhe politika mbështetëse afatgjata zhvillimi dhe promovimi për sektorin, si dhe fermerëve, agro-bizneseve dhe të interesuarve të tjerë të përfshirë në aktivitetin e turizmit në përgjithësi dhe agroturizmit në veçanti.

Termi “agriturizëm”- ose “agroturizëm” - e ka origjinën nga Italia dhe është përdorur për t’iu referuar **fermave aktive që ofrojnë disa dhoma, shpesh në vendbanime rurale dhe tradicionale, si një burim shtesë të ardhurash**. Ky term ka fituar popullaritet dhe përkufizimi është zgjeruar duke përfshirë fermat më moderne se ato në zonat rurale dhe bujqësia në vetvete ka humbur funksionin e saj parësor. Ai është shndërruar në një sektor biznesi më vete. **Fermat tashmë janë një pjesë e një qasjeje integrale** në biznes, të cilat drejtojnë dhe gjenerojnë fitime duke e lidhur bujqësinë me turizmin. Megjithatë, të gjitha sipërmarrjet e agroturizmit ofrojnë komplekse tradicionale ndërtesash të vendosura në fusha ose zona pyjore, me ushqim të freskët tradicional, paqe dhe qetësi. Për listën e përkufizimeve, shihni shtojcën 2.

Në përgjithësi, agroturizmi përfshin një gamë të gjerë veprimtarish, duke përfshirë blerjen e prodhimit drejtpërdrejt nga ferma, mbledhjen e frutave, ushqyerjen e kafshëve, si dhe fjetjen dhe ngrënien në fermë.

Agroturizmi është një nga sektorët me rritjen më të shpejtë në industrinë e ekoturizmit. Ai po ofron një “niche” turizëm (turizëm i aktiviteteve specifike në ambient te hapur) që është pjesë e një industrie në rritje në shumë vende në mbarë botën, ku disa nga vendet ku ai ekziston tashmë përmendim Australinë, Kanadanë, Shtetet e Bashkuara, Filipinet, Majorkën dhe Italinë. Terma të tjerë që lidhen me agroturizmin janë “aktivitete argëtimi në fermë”, “produkt me vlerë të shtuar”, “tregtim drejtpërdrejt në fermë” dhe “bujqësi e qëndrueshme”.

Duke shqyrtuar vendet që konsiderohen si raste të mira për promovimin dhe zhvillimin e sektorit të agrobiznesit, mund të arrihet në përfundimin se ato ndajnë një sërë tiparësh të përbashkëta. Këtu përfshihen interesat e përbashkëta për **kuadrin rregullator për zhvillim të qëndrueshëm të sektorit** si një nxitës i rëndësishëm për krijimin e vendeve të punës duke ruajtur traditën, kulturën dhe ekonominë vendase. Megjithatë, duke harmonizuar veprimtaritë bujqësore dhe jobujqësore, vëmë re se mundësia më e mirë është që të gjendet një “niche” (vend) që e bën një zonë apo shtet të veçantë dhe unik - një atraksion që kërkohet vazhdimisht nga turistët e tërhequr nga zonat me produkte të promovuara me strategji marketingu të mirëfillta dhe të rafinuara. Që prej vitit 1985, agroturizmi në Itali është rregulluar zyrtarisht me

Agroturizmi është një nga sektorët me rritjen më të shpejtë në industrinë e ekoturizmit. Ai po ofron një “niche” turizëm që është pjesë e një industrie në rritje në shumë vende në mbarë botën



një ligj shtetëror, të ndryshuar në vitin 2006. Ligji në fjalë përcakton kërkesat bazë për marrjen e titullit “*agroturizëm*” dhe u delegon qarqeve përkatëse të drejtën për të rregulluar më tej këtë çështje. Agroturizmi italian tërheq vizitorë nga e gjithë bota. Në Itali, një fermë tipike agroturistike janë vreshtat për prodhimin e verës. Nga 19 000 ferma në Itali, shumica e tyre (60 për qind) ndodhen në zona kodrinore dhe pjesa tjetër në male dhe vende të tjera. Këto kodra janë një tipar dallues i peizazhit italian dhe janë vënë në shfrytëzim për të rritur investimet dhe për të promovuar agroturizmin. Nga 1,8 milionë turistë që prekin agroturizmin e vendit çdo vit, një milion janë nga Italia dhe pjesa tjetër nga pjesët e tjera të botës. Vihet re një interes në rritje nga të huajt dhe në këtë drejtim, një promovim i madh me strategji gjithëpërfshirëse marketingu, duke përfshirë edhe përdorimin e mediave sociale, ka kontribuar në rritjen e interesit dhe të numrit të vizitorëve. Të ardhurat mesatare nga sektori janë rreth 1 miliard euro në vit dhe janë të rritje.

Agroturizimi është mjaft i përhapur në Shtetet e Bashkuara të Amerikës dhe të ardhurat e gjeneruara nga ky sektor janë rritur në mënyrë të vazhdueshme. Agroturistët mund të zgjedhin nga një gamë e gjerë veprimtarish, duke përfshirë vjeljen e frutave dhe perimeve, kalërimin, degustimin e mjaltit, marrjen e informacionit rreth verës dhe prodhimit të djathit, si dhe blerjet në dyqanet dhe në standat e fermës

për prodhime lokale dhe rajonale ose dhurata artizanale. Gjatë viteve të fundit, të ardhurat e gjeneruara nga feramat që merren me agroturizëm janë rritur në mënyrë të qëndrueshme; në vitin 2013, 24 për qind më shumë se pesë vite më parë.

Qeveritë e këtyre vendeve kanë ofruar mbështetje të madhe në ngritjen e një kuadri rregullator fleksibël që nxit dhe mbështet zhvillimin e këtij lloji biznesi me masa konkrete. Ato po kërkojnë të mbështetin në mënyrë aktive atë që tashmë është një “niche” e suksesshme për operatorët e turizmit dhe fermerët. Këto qeveri delegojnë shumë përgjegjësi dhe nxitin me stimuj këshillat e qarqeve dhe qeverisjet vendore të interesuara për të mbështetur drejtpërdrejt rritjen dhe forcimin e agroturizmit si gjenerues i rëndësishëm i të ardhurave dhe punësimit në nivel lokal. Një faktor kyç është zhvillimi i planeve lokale strategjike dhe specifike për territoret për të nxitur rritjen dhe zhvillimin ekonomik, ku komunitetet dhe prodhuesit lokalë kanë vendimmarrje dhe luajnë një rol të rëndësishëm.

Një tipar i rëndësishëm në zhvillimin dhe promovimin e suksesshëm të agroturizmit është **identifikimi i asaj çfarë përbën një “niche” për një vend dhe zhvillimi i planeve dhe ndërhyrjeve të përshtatura që theksojnë karakteristikat e veçanta.** Në Filipine, turistët mund të vizitojnë plantacionet e mëdha të ananasit, për të përjetuar bujqësinë në feramat e mëdha lokale dhe për të shijuar prodhimet e tyre, si dhe mund të vizitojnë ferma shumë më të vogla, si feramat e orkideve dhe bletëve, si dhe plantacione të vogla të specializuara në rritjen e prodhimeve ekzotike tropikale: frutat e pemës së dragoit (*Hylocereus undatus*) ose papaja (*Caricaceae*). Një qasje integruese në Grenadë ka rritur jashtë mase interesin e turistëve. Një nga resortet më të mira të agroturizmit në Karaibe “Belmont Estates” gjendet në Grenadë. Kjo pasuri treqindvjeçare ka një lulëzim të biznesit të arrëmyshkut dhe kakaos. Belmonti ka një fermë organike dhe një restorant që shërben ushqim tradicional grenadian me përbërës të rritur në atë zonë. Ndërkohë, veçantia e largësisë, izolimit dhe qetësisë e bëjnë Majorkën një pikë të nxehtë turistike ku përvojat bujqësore kombinohen me ushqimin për mysafirët, me gatime të përgatitura me përbërës të rritur në atë zonë. Në Tajvan, adhuruesit e çajit mund të nisin një turne të specializuar bujqësor me fokus në plantacionet e çajit në ishull, ku kultivohen disa nga gjethet më të çmuara të botës.

Nëse vendasit flasin një gjuhë të huaj, veçanërisht anglisht, dhe nëse janë të trajnuar mirë për të ofruar mikpritje dhe shërbim të kënaqshëm, përbën një avantazh.

Ka raste interesante dhe të shkëlqyera, ku janë krijuar partneritete midis sipërmarrjeve të kërkimit dhe agroturizmit me përfitime të ndërsjella. Për shembull, Universiteti i Kalifornisë ka një program për fermat e vogla që i ndihmon kultivuesit të krijojnë biznese agroturizmi të bazuara në arsimim.

Në thelb të pjesës më të madhe të këtyre bizneseve qëndron zinxhiri i vlerave që u ofron turistëve një përvojë të plotë sapo arrijnë në një destinacion atraktiv. Në këtë rast, angazhimi me operatorët turistikë dhe puna me shoqatat e bizneseve është një aspekt i rëndësishëm që diversifikon ofertën dhe rrit shanset për të kënaqur klientët. Shoqata e Bujqësisë e Havait ofron burime për turistët që dëshirojnë të kenë një përvojë në një fermë tropikale ose që thjesht dëshirojnë të mësojnë dhe të shijojnë produktet bujqësore më të mira të vendit. Shoqatat e biznesit mund të luajnë një rol të rëndësishëm në këtë drejtim.

2. Agroturizmi në Shqipëri:

kuadri rregullator, tipologjia, potenciali dhe nevojat

Ekspertë të ndryshëm të agroturizmit japin përkufizime të ndryshme për agroturizmin dhe vende të ndryshme kanë specifikat e tyre. Në përgjithësi, agroturizmi përkufizohet gjerësisht si një lloj veprimtarie agro-kulturore që tërheq njerëzit dhe i nxit ata të vizitojnë ferma ose vende të tjera larg nga qendrat urbane. Agroturizmi mbështet zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm të zonave rurale nëpërmjet mbrojtjes së mjedisit, ruajtjes së traditave dhe promovimit të produkteve tipike të zonës.¹ Si i tillë, përkufizimet më të zakonshme në thelb janë në kombinim i jetës në fermë dhe elementëve të industrisë së turizmit. Në Shqipëri, përkufizimi i “agroturizmit” i përdorur deri më sot është ai i përcaktuar në ligjin nr. 93/2015 “Për turizmin” dhe te Manuali i Agroturizmit¹ i përgatitur nga Programi i Mbështetjes së Shoqatave Rurale.²

Ligji nr. 93/2015 “Për turizmin” parashikon përkufizimin e mëposhtëm: *Agroturizëm është veprimtaria pritëse që zhvillohet në një fermë ose njësi tjetër agrokulturore, me qëllimin për të tërhequr vizitorë, shpeshherë duke u mundësuar atyre pjesëmarrjen në veprimtaritë bujqësore ose veprimtaritë e tjera ndihmëse që zhvillohen në atë mjedis bujqësor.* Ndërsa në manualin e agroturizmit, agroturizmi përkufizohet si... *“Çdo aktivitet ekonomik që ndodh kur udhëtimi lidhet me produktet, shërbimet ose eksperiencat bujqësore. Agroturizmi është aktiviteti i një ferme i bazuar në një biznes të hapur për publikun.*

Shpesh hasen edhe forma të agro-ekoturizmit, ku agroturizmi dhe ekoturizmi kanë të përbashkëta dhe njëkohësisht kompensojnë njëri-tjetrin. Ndërsa agroturizmi bazohet në fermat dhe u mundëson turistëve që të provojnë prodhimet e fermës dhe të marrin pjesë në aktivitetet e saj, ekoturizmi bazohet në turizmin e natyrës dhe aktivitetet në natyrë (ekskursione, ngjitje etj.). Fermerët, përpos mikpritjes së turistëve në ambientet e fermës, organizojnë edhe guida në parqet natyrore ose në shpellat në zonën e tyre.

1 Përgatitur në kuadër të projektit FARMTOUR “Zhvillimi i agroturizmit në Shqipërinë Veriore dhe në Zonën Lindore të Malit të Zi” i financuar nga Bashkimi Evropian në kuadër të Programit IPA të bashkëpunimit ndërkufitar Shqipëri-Mali i Zi

2 RASP, një organizatë e specializuar për zhvillimin e zonave rurale

Aktualisht, zhvillimi i agroturizmit në Shqipëri është në hapat e tij të parë. Shumë biznese nuk kanë kushtet për të mirëpritur turistët dhe produktet lokale shpesh janë të pamjaftueshme për t'i shërbyer turizmit. Krijimi i një strukture për agroturizëm kërkon investime të mëdha kapitale në dy drejtime, për veprimtaritë bujqësore dhe jobujqësore dhe për futjen e një mentaliteti të ri dhe klimën e mirë të bashkëpunimit midis operatorëve të ndryshëm të turizmit dhe prodhuesve bujqësorë. Ndërkohë, ka shumë potencial dhe oferta atraktive që duhet të konsiderohen si pjesë e një sistemi dhe të shfrytëzohen në interes të krijimit të mundësive të reja.

2.1 Fermat agroturistike dhe aktivitetet agroturistike

Fermat agroturistike mbështesin stabilitetin ekonomik në zonat rurale, kontribuojnë në qëndrueshmërinë e mjedisit dhe promovojnë dhe mbrojnë sistemet lokale të ushqimit, duke u ofruar vizitorëve mundësi unike për të mësuar në lidhje me fermat. Fermat agroturistike ofrojnë aktivitete të soditjes së peizazhit për grupe dhe individë, produkte për t'i provuar/shijuar, për t'i blerë si suvenire apo për t'i dhuruar.

Në këtë kontekst, produktet dhe shërbimet e agroturizmit mund të kategorizohen në tri grupet të gjera tematike:

1. atraksione të palëvizshme, të tilla si fermat historike, fermat që banohen, muzetë, objektet e përpunimit të ushqimit dhe zonat e parqet natyrore
2. ngjarje të bazuara në një temë bujqësore: të tilla si konferencat, panairët bujqësore dhe festivalet e ushqimit
3. shërbime në lidhje me strehimin, guidat dhe turnetë, shitjet me pakicë të produkteve bujqësore dhe aktivitetet sportive, si peshkimi, kalërimi, ngjitja në mal apo shëtitjet në parqet natyrore.

Mundësitë për aktivitete dhe shërbime agroturistike praktikisht janë të pafundme dhe mund të përfshijnë pothuajse çdo gjë dhe çdo aktivitet në një fermë apo agrobiznes, si:

- edukim apo shkëmbim përvojash që përfshijnë gatime karakteristike lokale, prodhim dhe tregtim të produkteve të konservuara në mënyra tradicionale (turshi, reçelra, lëngje edhe pije), produkte të kultivuara në fermë ose produkte të egra të zonës, produktet e baxhove, degustim i pijeve të ndryshme në kantina, përfshirje në punë të ndryshme në fermë, në stallat e bagëtive duke u kujdesur dhe ushqyer bagëtitë, pjesëmarrje në shërbimet bujqësore, pemëtari, bletari

- shprehje të mikpritjes gjatë qëndrimit në fermë (krijimi i kushteve që vizitori të ndjehet sa më mirë dhe përmbushja e dëshirave të tij, ngrohtësia familjare, bashkëbisedimi për kulturën, zakonet, përdorimi i veshjeve tradicionale, fotografimi, orientimi dhe shoqërimi të turistëve gjatë tureve
- shitje të produkteve direkt në fermë ose jashtë saj, në derën e shtëpisë ose pranë rrugëve, tregjeve lokale, në ngjarje të veçanta
- aktivitete jashtë fermës: (gjueti, kalërim, ecje, ngjitje në mal, vizita në parqe kombëtare, fotografimi në pika turistike të afërta, njohja me florën dhe faunën lokale, peshkim dhe sporte dimërore, si ski.

Bazuar në përvojat më të mira ndërkombëtare të agroturizmit, në punimet e studiuesve të ndryshëm dhe në manualin e agroturizmit të hartuar nga RASP, në tabelën 1 paraqiten disa prej aktiviteteve të agroturizmit që hasen më shpesh dhe janë më të praktikuarat në Shqipëri.

Tabela 1. Aktivitetet kryesore të agroturizmit në Shqipëri:

njohje me jetën në fermë
akomodim, përvoja pune, demonstrime të veprimtarive bujqësore, vjelje e frutave dhe perimeve, korrije, shirje, përpunim i qumështit, ushqyerje e kafshëve, qethje e deleve, tjerje e leshit
guida dhe ture edukative dhe teknike në fermë
akomodime agroturistike, fjetje duke përfshirë mëngjesin, pushime aktive
aktivitete kulinare dhe ushqimi (mbledhja e produkteve bujqësore, gatimi dhe përpunimi i tyre)
kamping në ambientet e fermave
festivale bujqësore, panairë sezonale lokale, shfaqje artistike
shëtitje me makineri bujqësore në ambientet e fermës
resorte apo restorante që shërbejnë produkte bio ose organike nga fermat apo kopshtet e tyre
konkurse kulinare me gatime tipike dhe tradicionale
vizita në biznese agro-përpunimi, baxho, shitblerje e produkteve në vendin e prodhimit
organizim i evenimenteve familjare apo i evenimenteve të punës në ambientet e fermës
vizita në kantina vere apo distileri, degustim ose shitblerje e produkteve në vendin e prodhimit
tregjet e hapura të fermerëve, blerje me pakicë në ferma
aktivitete peshkimi, gjuetie
organizime sportive, kalërim, gara me kafshë
vizita në kopshte zoologjike lokale me kafshë të buta
shëtitje me varkë, kanoe, kajak, lundrim në lumë
përvoja me jetën e egër apo vëzhgim i jetës së egër
agro-ekoturizëm, ecje në natyrë, vizita në shpella dhe monumente natyrore

Bazuar në analizën e të dhënave dytësore, intervistat dhe shkëmbimet e përvojave me pronarët dhe administratorët e agrobizneseve në Shqipëri, identifikohen dy lloje profilesh të caktuara të agroturizmit në Shqipëri:

- **Gastronomia:** një ndërveprim autentik i një turisti me një fermer, kultivues ose shef kuzhine që e shoqëron atë në një udhëtim drejt zbulimit të shijeve të ushqimeve dhe pijeve të një zone të veçantë)
- **Enoturizmi:** vizitat në vreshtat, kantinat e verës, festivalet e verës, pjesëmarrja në eventet e konkurset e degustimit të verës, të cilat janë jashtëzakonisht tërheqëse për turistët.

2.2 Situata aktuale e agroturizmit në Shqipëri

Në kontekstin shqiptar, agroturizmi përcaktohet në kuadrin e Ligjit nr. 93/2015, një ligj i përgjithshëm për turizmin që e përcakton këtë sektor në nenin 5.2, si më poshtë: Agroturizëm është veprimtaria pritëse që zhvillohet në një fermë ose njësi tjetër agrikulturore, me qëllimin për të tërhequr vizitorë, shpeshherë duke u mundësuar atyre pjesëmarrjen në veprimtaritë bujqësore ose veprimtaritë e tjera ndihmëse që zhvillohen në atë mjedis bujqësor. Agroturizmi mbështet zhvillimin e qëndrueshëm në zonat rurale duke ruajtur natyrën, duke mbrojtur traditën dhe duke promovuar produktet tipike të zonës.

Ekzistojnë një sërë dokumentesh të tjera për agroturizmin dhe që e identifikojnë atë si një aktivitet me potencial ekonomik që synon zhvillimin e qëndrueshëm, si Draft-strategjia për Zhvillimin e Turizmit, Strategjia Kombëtare për Bujqësinë dhe Zhvillimin Rural 2010–2014, ligji nr. 93/2015 “Për turizmin”, planet e përgjithshme lokale të bashkive (një proces në vazhdim për të cilin pritet që në vitin 2017 të 61 bashkitë të kenë një plan), strategjitë e zhvillimit rajonal, Manuali i Agroturizmit i përgatitur nga RASP në kuadër të programit IPA të bashkëpunimit ndërkufitar Shqipëri-Mal i Zi.

Në nivel makro, meqenëse mungon një kuadër ligjor gjithëpërfshirës, këshillohet të kryhet një analizë funksionale e kuadrit ligjor dhe strategjive për zhvillimin e sektorit dhe të zhvillohet një propozim që përmban akte ligjore dhe nënligjore. Kjo ka si qëllim të sigurojë një mjedis mundësues me stimuj për të gjithë aktorët përkatës, qoftë për investimet lokale apo ato të huaja. Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve

(AIDA) mund të luajë një rol në këtë drejtim dhe të ndërmarrë një analizë përmes porositjes së një analize ligjore. Mund të kërkohet mbështetje nga programet ndërkombëtare të donatorëve dhe partnerët për zhvillim (shih sugjerimet e detajuara në shtojcën 1).

Për sa i përket turizmit rural, agroturizmit dhe fermave të agroturizmit, nuk janë nxjerrë ende statistika zyrtare në lidhje me numrin e tyre, të ardhurat, dhe shpeshtësinë e vizitorëve.

Rëndësia dhe saktësia e mbledhjes së të dhënave dhe mbi të gjitha mbledhja e të dhënave të ndara janë elemente të rëndësishme që përbëjnë një bazë për analizën që mundëson monitorimin e sektorit dhe ndihmon në nxjerrjen e përfundimeve në mënyrën përkatëse. Është me rëndësi që të shqyrtohet me kujdes dhe të jepet një përkufizim më i detajuar duke përfshirë veçoritë që bëjnë diferencën duke qenë se ato ndihmojnë në zhvillimin e profileve të duhura të aktorëve, operatorëve dhe institucioneve, si dhe të marrëdhënieve ndërmjet tyre. Të dhënat e tabelës 2 paraqesin një pasqyrë të vendndodhjeve dhe përqendrimeve të agrobizneseve në Shqipëri, ku vihet re një përqendrim i madh në Tiranë.

Tabela 2. Numri i agrobizneseve dhe sipërmarrjeve të agroturizmit në dhjetë qarqe të Shqipërisë

Agrobiznes									
Tirane	Shkoder	Elbasan	Fier	Korce	Lezhe	Vlore	Diber	Berat	Gjirokaster
35	4	11	7	10	4	6	0	0	0

Agroturizem									
Tirane	Shkoder	Elbasan	Fier	Korce	Lezhe	Vlore	Diber	Berat	Gjirokaster
22	0	2	2	3	1	0	2	0	1

Nga verifikimi i objektit të aktivitetit për treguesin agroturizëm, rezultoi se vetëm një subjekt, në Baldushk të Tiranës, është regjistruar për aktivitet bujtinë dhe agroturizëm. Subjektet e tjera nuk i përkasin këtij sektori dhe as fushës së bujqësisë.

Duke iu referuar të dhënave të Census-it 2011, një familjeje fermere tipike në Shqipëri ka 3,9 anëtarë. Duke pasur parasysh që këto ferma janë kryesisht biznese familjare, është vlerësuar që numri i të punësuarve në to të jetë 1-4 anëtarë për familje.



Ndërsa, sipas Regjistrit të Ndërmarrjeve 2015,³ figurojnë 19 543 fermerë (Tabela 3) të regjistruar si ndërmarrje aktive sipas formës ligjore të pajisur me numrin e identifikimit të personit të tatueshëm (NIPT), që përbëjnë tetë për qind të totalit të ndërmarrjeve aktive, dhe nga këta fermerë, 1564 kanë përfaqësuese ligjore femra.

Sipas INSTAT-it, fermerët e regjistruar në fund të vitit 2014 dhe gjatë vitit 2015 janë pajisur me numër NIPT-i dhe i nënshtrohen skemës së kompensimit të prodhuesve bujqësorë për qëllime të TVSH-së. Duke iu referuar të dhënave të Census-it 2011, një familjeje fermere tipike në Shqipëri ka 3,9 anëtarë. Duke pasur parasysh që këto ferma janë kryesisht biznese familjare, është vlerësuar që numri i të punësuarve në to të jetë 1-4 anëtarë për familje.

Duke iu referuar informacionit të dhënë nëpërmjet kontaktit të drejtpërdrejtë ose intervistave, në Shqipëri gjenden forma të ndryshme të agroturizmit, duke filluar nga shtëpitë e thjeshta deri te resortet komplekse që ofrojnë një sërë aktiviteteve nga ato që përmenden më sipër.

3 INSTAT, 2015

Shqipëria ka potencial të madh bujqësor dhe mund të zhvillojë një agroturizëm të fuqishëm nëpërmjet gastronomisë, enoturizmit, rritjes së bletëve, prodhimit të mjaltit, ullinjve dhe vajit të ullirit. Disa nisma interesante, të përqendruara kryesisht në qarkun e Tiranës, Shkodrës dhe Beratit dhe më pak në Korçë, Gjirokastrë dhe Dibër, po krijojnë tashmë një profil të vetin dhe po gjenerojnë të ardhura.

Tabela 3. Ndërmarrjet aktive në 12 qarqe të Shqipërisë dhe forma e tyre ligjore

Qarqet Prefec- tures	Gjithsej Total	Ferma Farmers	Persona Fizike Physical Persons	Persona Juridike Juridical Persons	%			
					Gjithsej Total	Ferma Farmers	Persona Fizike Physical Persons	Persona Juridike Juridical Persons
Gjithsej Total	152.288	19.543	103.414	29331	100	100	100	100
Berat	7.205	2.439	4129	637	4,7	125	40	2,2
Diber	2.850	75	2230	545	1,9	0,4	2,2	1,9
Durres	13.125	88	9.932	3.105	8,6	0,5	9,6	10,6
Elbasan	11.493	1.927	8.203	1.363	7,5	9,9	7,9	4,6
Fier	19.199	6.628	10.704	1.867	12,6	33,9	10,4	6,4
Gjirol- kaster	3.661	352	2599	710	2,4	1,8	2,5	2,4
Korce	11.609	4.070	6.446	1.093	7,6	23,8	6,2	3,7
Kukes	1.543	88	1.087	368	1,0	0,5	1,0	1,3
Lezhe	4.902	378	3700	824	3,2	1,9	3,6	2,8
Shkoder	10.299	2275	6.453	1.571	6,8	11,6	6,2	5,4
Tirane	54.237	529	38.425	15.283	35,7	26	37,2	37,2
Vlore	12165	694	9.506	1.965	8,0	3,6	9,2	6,7

Agroturizmi është një shembull i zhvillimit ekstra-agrokulturor i fermave dhe zonave rurale. Ai përfshin njohuri të zgjeruara nga fusha e ekonomisë, organizimit, marketingut dhe menaxhimit. Agroturizmi është shumë i rëndësishëm si për komunitetin rural, edhe për atë urban, dhe mund të ketë funksione të ndryshme, si gjenerimi i të ardhurave, punësimi dhe akomodimi, aktivizimi i zonave rurale, ruajtja e burimeve natyrore dhe argëtimi dhe edukimi i komunitetit urban.

Grupet funksionale më të zakonshme janë ato socio-psikologjike, ekonomike dhe mjedisore. Funksioni i grupit të parë lidhet me rritjen e respektit për komunitetin rural, promovimin e kulturës dhe mundësitë e prezantimit të mënyrës tradicionale të jetesës

së komuniteteve rurale për ato urbane. Funksionet ekonomike lidhen me nxitjen e zhvillimit të bujqësisë, hortikulturës dhe blegtorisë, duke krijuar burime të ardhurash shtesë për fermat dhe qeverisjen vendore. Funksionet mjedisore kanë të bëjnë me mbrojtjen e mjedisit natyror dhe kujdesin ndaj mjedisit rural. Më poshtë paraqitet një analizë e situatës në gjashtë qarqe të Shqipërisë: Tiranë, Shkodër, Dibër, Korçë, Gjirokastrë dhe Berat, të cilat mbulojnë gjithsej 18 bashki.

2.3 Llojet e agroturizmit në Shqipëri

Agroturizmi në Shqipëri po zgjerohet me shpejtësi. Gjatë vizitave, kërkimeve dhe intervistave të zhvilluara në qarqet e marra në studim janë evidentuar forma të ndryshme të agroturizmit në varësi të specifikave të biznesit, gjeo-ekonomisë, kulturës dhe traditave, kushteve socio-ekonomike, klimës, burimeve natyrore, mjedisit, biodiversitetit dhe veçantive të secilit qark. Format e ndryshme variojnë nga organizimet e thjeshta deri te resortet me aktivitete komplekse të diversifikuara sipas fushave të agropërpunimit. Këto nxiten dhe mbështeten nga turizmi historik dhe kulturor i rajoneve, festat lokale dhe ditët e panairëve. Format më të shpeshta të agroturizmit në Shqipëri përfshijnë kulinarinë, vreshtarinë, bletarinë, ullishtarinë dhe prodhimin e vajit të ullirit, blegtorinë dhe baxhot, akomodimin (fjetje dhe mëngjes), agroturizmin dhe ekoturizmin, ecjen në natyrë, vizitat në shpella dhe monumente natyrore, festivalet dhe konkurset në panairot lokale sezonale, si dhe resortet.

Këto forma agroturizmi i hasim pothuajse në të gjitha zonat e studimit, por më së shumti i gjejmë në qarkun e Tiranës dhe Shkodrës, Beratit dhe më pak në Korçë, Gjirokastrë dhe Dibër.

Agroturizmi i kulinarisë dhe gastronomisë

Shumë rajone në të gjithë botën dhe së fundi edhe në Shqipëri po përdorin përvojat e tyre të kulinarisë dhe ato bujqësore për të diversifikuar zhvillimin e produkteve të tyre turistike. Vitet e fundit kanë dëshmuar shfaqjen e “agroturizmit të kulinarisë”, të krijuar për të tërhequr klientët në fermë duke ofruar produkte dhe “ushqime të vërteta”, si dhe një sërë shërbimesh, duke përdorur teknikat artizanale, duke festuar sipas traditave lokale dhe duke ofruar varietete ose produkte nga raca kafshësh që rrallë shihen sot.

Agroturizmi i kulinarisë është një ndërveprim autentik midis udhëtarit ose turistit dhe fermerëve, kultivuesve dhe shefave të kuzhinës që të çojnë drejt zbulimit të shijeve të ushqimeve dhe pijeve gjeografikisht të veçanta. Aktivitetet janë të pafundme - restorante pranë fermave që përdorin produktet e tyre bio ose organike, vizita në baxho e kantina, përpunimi i produkteve të ndryshme dhe degustimi i tyre, gatime sezonale, teknika tradicionale të konservimit të ushqimeve, organizimi i drekave/darkave festive në fermë me ushqime të njohura për karakteristikat e tyre të veçanta. Në të gjitha rastet, format e organizimit janë të tipit ferma familjare.

Agroturizmin e kulinarisë shpesh e gjejmë të ndërthurur me atë të verërave, të blegtorisë dhe baxhove, si dhe me akomodimin, në përgjithësi në funksion të njëra tjetrës. Aktivitete të tilla të agroturizmit janë të shumta, pasi sot restorantet në zonat rurale dhe malore ofrojnë një cikël të mbyllur të shërbimit “nga ferma deri te ushqimi në tavolinë”, për të garantuar sigurinë ushqimore, shijen autentike të produkteve bio apo organike dhe për të bërë diferencën nga të tjerët. Brenda këtij grupimi gjejmë forma të ndryshme organizimi, nga resortet me shërbim gjithëpërfshirës te restorantet e vogla në zemër të fermave dhe nga enoturizmi tek agroturizimi dhe ekoturizmi. Në Shqipëri janë krijuar një sërë biznesesh të agroturizmit, ku përfshihen sa më poshtë:

Tiranë

- “Uka Farm”: enoturizëm, agroturizëm kulinarie, klasa me tematika studimi
- “Vila Shehi”: enoturizëm, agroturizëm kulinarie, klasa me tematika studimi
- “Nano Resort”: resort me shërbim gjithëpërfshirës, akomodim, agroturizëm kulinarie, pak enoturizëm, aktivitete në fermë, peshkim
- “Nari Lundër”: agroturizëm kulinarie, prodhime bulmeti, prodhime të verërave, prodhim të vajit të ullirit
- “Bujtina e Diellit”: agroturizëm kulinarie

Korçë

- “Ferma Sotira”, Leskovik: resort me shërbim gjithëpërfshirës, akomodim, agroturizëm kulinarie, ekoturizëm, kalërim
- “Te Agai”, Tushemisht: agroturizëm kulinarie
- “Te Themion Naska”, Zvirinë, Korçë: agroturizëm kulinarie

Dibër

- “Vila Bruçi,” resort me shërbim gjithëpërfshirës: akomodim, agroturizëm kulinarie, pak enoturizëm dhe aktivitete në fermë, ekoturizëm

Berat

- Qato Hotel & Restaurant, Bogovë, Skrapar: resort me shërbim gjithëpërfshirës, akomodim, agroturizëm kulinarie, pak enoturizëm, aktivitete në fermë, ekoturizëm
- “Kantina Çobo”: enoturizëm, agroturizëm kulinarie

Gjirokastrë

- “Oda e Hasan Beut,” Tepelenë: agroturizëm kulinarie

Shkodër

- “Gardenland Resort,” Barbullush, Shkodër: resort me shërbim gjithëpërfshirës, akomodim, agroturizëm kulinarie, aktivitete në fermë, vizitë në serra
- “Hani Perparim Laçi,” Pukë: agroturizëm kulinarie, aventurë, ski, ekoturizëm, akomodim

Në agroturizëm të gjitha shërbimet ndërthuren me njëra-tjetrën. Agroturizmi i kulinarisë nuk ka të bëjë vetëm me shijimin e ushqimit, por edhe me memorizimin e përvojës me ushqimin, njerëzit, vendin, kulturën dhe traditën, duke u bërë një promovues jo vetëm të ushqimit por të të gjithë rajonit.

Ushqimi është një pjesë shumë e rëndësishme e kulturës së një rajoni; kultura gastronomike e zonës prezantohet nëpërmjet përgatitjes së pjatave karakteristike që pasqyrojnë identitetin kulturor dhe trashëgiminë e zonës, duke e kthyer turizmin e ushqimit në një avantazh të mundshëm dhe konkurrues që të bëjë dallimin nga destinacionet e tjera dhe që të përdoret si mënyrë marketingu për të tërhequr më shumë vizitorë.

Nga ana tjetër, gatimet karakteristike të zonave të veçanta kanë krijuar “markën” e tyre, ndonëse e paregjistruar akoma si markë rajonale ose kolektive, siç janë tava e dheut tiranase, pula me qull dhe plot gatime të tjera. Ruajtja e traditës dhe e reputacionit të mirë ka të bëjë ndër të tjera edhe me teknikat e gatimit, cilësinë e ushqimit dhe sigurinë ushqimore.

Po ashtu, pjesë e atraksioneve turistike të agroturizmit janë edhe panairët e frutave në çdo fermë lokale apo kuzhinë krahinore, të cilat jo vetëm do të ishin burim fitimi në këndvështrimin e biznesit, por edhe do të hidhnin dritë mbi veçantitë e secilës krahinë. Agroturizmin e gastronomisë e gjejmë në të gjitha qarqet.

Turizmi i vreshtarisë dhe kantinave të verës (enoturizmi)

Turizmi i vreshtarisë, i kantinave dhe i verës (enoturizmi) është pjesë e agroturizmit dhe njëkohësisht mund të jetë pjesë e ekoturizmit, gastronomisë dhe turizmit të qëndrueshëm. Enoturizmi përfaqëson një nga dukuritë e reja të turizmit dhe është sigurisht më i dukshmi në lëvizjet e turistëve. Këto produkte përmbajnë një referencë të fortë të territorit ku janë prodhuar dhe, njëkohësisht, përfaqësojnë në treg zonat gjeografike, traditat dhe trashëgiminë e tyre kulturore, si dhe shërbejnë për të identifikuar komunitetet lokale përkatëse. Për këtë arsye, produktet tipike mund të përkufizohen si “produkte territoriale intensive” nga pikëpamja e numrit të përgjithshëm të turistëve që tërheqin.

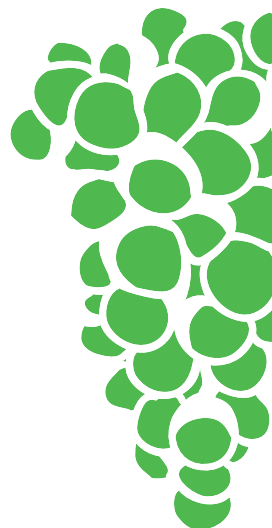
Përkufizim: **Enoturizmi konsiston në vizitat në vreshtat dhe në kantinat e verës, festivalet e verës, pjesëmarrjen në shfaqjet e konkurset e degustimeve, të cilat janë faktorët kryesorë tërheqës për vizitorët.**

Aktivitetet: Në shumicën e rasteve këto aktivitete përfshijnë vizita në kantinat e verës ose në afërsi të vendit ku prodhohet vera. Zakonisht vizitorët mësojnë rreth historisë së verës dhe mënyrës së prodhimit të saj. Më pas shijojnë verërat dhe mund të blejnë shishe të vogla për konsum personal ose për dhuratë.

Turizmi i verës dhe i kantinave të verës ekziston tashmë edhe në Shqipëri dhe është bërë pjesë e tureve tematike, duke krijuar destinacione të caktuara. Në të vërtetë, gjatë 20 viteve të fundit numri i vreshtave dhe i kantinave është rritur ndjeshëm. Njerëzit i janë kthyer tokës dhe punës, duke kërkuar të ringjallin traditën familjare dhe t’u japin më shumë shanse dhe mundësi brezave të ardhshëm. Ekziston një lidhje midis enoturizmit, trashëgimisë dhe turizmit, veçanërisht për sa i përket verërave të prodhuara nga varietete tipike të zonës, me marka të njohura, siç janë rastet e verërave të prodhuara nga rrushi “Kallmet” në zonën e Zadrimës. Cilësia e verës në vetvete ndihmon gjithashtu në evidentimin e lokaliteteve si destinacione turistike.

Përfitimet e enoturizmit: Rritja e shitjeve (të paktën në 50% të kohës, një vizitor

Gjatë 20 viteve të fundit numri i vreshtave dhe i kantinave është rritur ndjeshëm. Njerëzit i janë kthyer tokës dhe punës, duke kërkuar të ringjallin traditën familjare dhe t'u japin më shumë shanse dhe mundësi brezave të ardhshëm.



blen të paktën një artikull); marzhet e larta (shitje të drejtpërdrejta) pa kosto marketingu apo komisione të ndërmjetme; vizitorët mund të japin opinione/reagime të drejtpërdrejta; rritja e të ardhurave për dyqanet, restorantet, hotelet dhe komunitetin lokal.

Për sa i përket moshës së konsumatorëve, studime të ndryshme të kryera për interesa të industrive të pijeve kanë arritur në përfundimin se konsumatorë të verërave janë përgjithësisht grupmoshat mbi 25 vjeç. Interesi për enoturizmin përfshin degustimin e verës, marrjen e njohurive rreth saj, vizitat në mjediset rurale (bukuria e vreshtave, marrja e njohurive të përgjithshme rreth bujqësisë), shijimin e ushqimit dhe verës, si dhe turizmin gastronomik. Në aspektin shëndetësor, konsumi mesatar i verës ndihmon në reduktimin e yndyrave dhe në uljen e sëmundshmërisë kardiale.

Në të gjashta qarqet e studimit, turizmi i kantinave të verës është forma e agroturizmit më e zhvilluar dhe e hasur më shpesh, pas agroturizmit të kulinarisë. Në secilin qark ka kantina me marka tashmë të konsoliduara; në Tiranë, Berat, Shkodër, Përmet, Korçë dhe Burrel. Disa prej kantinave kanë një cikël të mbyllur të prodhimit të verës pasi kanë krijuar një markë të mirënjohur dhe të qëndrueshme, si dhe janë kthyer në destinacione turistike. Disa shembuj të tillë janë kantinat “Kuçi”, “Uka” dhe “Shehi” në Tiranë, kantinat “Çobo”, “Nurrellari” dhe “Luani” në Berat, kantina “Kajoshi” në Zadrime të Shkodrës dhe “Medaur” në Koplik, të cilat mirëpresin vizitorë gjatë gjithë vitit dhe organizojnë festa të vërteta në sezonin e vjeljes së rrushit.

Blegtoria

Gjedhët: Sipas raportit të INSTAT-it “Statistikat e Bujqësisë dhe Blegtorisë, 2015”, numri i gjedhëve në 2015 (Tabela 4) ka qenë 504 169 krerë, nga 499 600 krerë që ishte në 2014, duke shënuar një rritje prej një për qind. 71 për qind e gjedhëve janë lopë qumështi. Qarqet ku është përqendruar mbarështimi i gjedhit janë Fieri (14% të numrit total të krerëve në shkallë vendi), Elbasani (13%) dhe Tirana e Shkodra (10%). Gjirokastra është qarku me numrin më të vogël të gjedhëve në vend, me 4,7 për qind të numrit total.

Tabela 4. Numri i krerëve (000) të gjedhëve⁴

Emërtimi	2013	2014	2015
Gjedhë	498	500	504
Lopë	356	358	357
Të imta	2723	2804	2850
Të leshta	1856	1896	1918
Dele	1413	1419	1417
Të dhirta	867	904	932
Dhi	656	695	700
Derra	152	172	171
Dosa	12	12	11
Njëthundrake	93	91	91
Kuaj	35	32	31
Shpendë	8928	6493	8558
Pula	5934	6645	5323
Bletë/Koshere	246	261	271

Të leshta: Numri i të leshtave nuk ka pasur ndryshime të dukshme gjatë viteve të fundit. Në vitin 2015, numri i të leshtave ka qenë 1 918 000 krerë ose 1,2% më shumë se në vitin 2014. Kategoria kryesore e të leshtave janë delet e qumështit, të cilat përbëjnë 74% të totalit të tufës. Qarqet ku është më i përqendruar mbarështimi i të leshtave janë Vlora (18%), Gjirokastra (15%) dhe Fieri (14%). Lezha është qarku me numrin më të vogël të të leshtave, me 1,7% të totalit të numrit të krerëve në të gjithë vendin.

4 INSTAT, Statistikat e Bujqësisë dhe Blegtorisë, 2015

Të dhirta: Në vitin 2015 numri i tyre ka qenë 932 000 krerë, nga 904 000 krerë në vitin 2014, duke shënuar një rritje vjetore prej 3,1%. Kategoria kryesore janë dhitë e qumështit, të cilat përbëjnë 75% të totalit të tufës. Qarqet ku është më i përqendruar mbarështimi i të dhirtave janë Gjirokastra (15%), Elbasani (14,1%) dhe Vlora (13,6%). Durrësi është qarku me numrin më të vogël të të dhirtave, me 2,3% ndaj totalit.

Derrat: Në vitin 2015 numri i tyre ishte 171 400 krerë, nga 172 500 krerë që ishin në vitin 2014, duke shënuar një rënie vjetore me 0,6%. Përqendrimi më madh i tyre haset në Lezhë (37%) dhe Shkodër (28%). Qarqet me numrin më të vogël janë Kukësi (1,7%) dhe Gjirokastra (0,7%). Gjatë vitit 2015 prodhimi i përgjithshëm blegtoral ishte relativisht i qëndrueshëm krahasuar me një vit më parë: prodhimi i qumështit u ul lehtësisht me 0,2 për qind, prodhimi i mishit peshë e gjallë u rrit me 1,9 për qind, ndërsa prodhimi i vezëve u ul me 0,6 për qind.

Kjo situatë dhe tendenca në prodhimet blegtorale në mënyrë indirekte paraqesin një panoramë të përgjithshme të turizmit blegtoral, duke pasur parasysh traditën gastronomike dhe kulturën e konsumit të mishit bazuar në traditat rajonale.

Rritja e numrit e të dhirtave (shihni më lart), nga 867 000 krerë që ka qenë në vitin 2013, shpjegohet me rritjen e kërkesës për këtë produkt, si rezultat i ndryshimit të sjelljes dhe ndërgjegjësimit të konsumatorit gjatë dy dekadave të fundit, për ushqime me cilësi të lartë, të shëndetshme dhe që përmbajnë pak kolesterol. Aktualisht, konsumatorët i kushtojnë më shumë vëmendje origjinës së produktit, mënyrës së prodhimit dhe sigurisë ushqimore në përgjithësi. Të gjitha këto kanë çuar në rritjen e krerëve, të tufave dhe komplekseve me të dhirta, e shoqëruar me reklama për produkte ekologjike lokale, si marka tregtare. Një nga tregjet më të mira për këto produkte janë turizmi rural dhe agroturizmi. Agroturizmi i blegtorisë gjendet në qarqe të ndryshme, si më poshtë:

Tiranë: “Bio-farm Alpine Lundër”, Nari Lundër; ferma e bagëtive “Natural Farming”, Ndroq; ferma “Kurveleshi”, Tiranë; “Nano Resort”, Dais, Tiranë; “Bujtina e Diellit”, Baldushk, Tiranë; Ferma Gjeli, Tiranë.

Korçë: “Ferma Sotira”.

Berat: “Qato Hotel & Restaurant”, Bogovë, Skrapar.

Gjirokastrë: “Oda e Hasan Beut”, Tepelenë.

Shtatë nga nëntë shembujt e sipërpërmendur operojnë në fushën e agroturizmit të gastronomisë, gjë që tregon edhe kërkesën në rritje dhe gatishmërinë e turistëve për të marrë këtë produkt. Nga ana tjetër, fermat po investojnë në raca më produktive, të cilat i rrisin në komplekse me cikël të mbyllur, duke minimizuar dëmin që shkakton kullotja e të dhirtave në ekosistem dhe në biodiversitet.

Bletaria ka qenë një aktivitet i rëndësishëm tradicional bujqësor në Shqipëri që daton nga koha e Ilirëve. Falë kushteve të favorshme klimatike, diversitetit të madh të florës dhe punës këmbëngulëse të bletarëve, në Shqipëri prodhohet mjaltë me aroma nga më të ndryshmet dhe që përmban vlerat kurative të bimëve ku kanë kullotur bletët. Bletaria praktikohet në të gjithë Shqipërinë, por rajonet që shquhen më shumë për bletari janë Shkodra, Puka, Tropoja, Tirana, Pogradeci, Vlora, Gjirokastra dhe Saranda.

Statistikat e INSTAT-it⁵ për bletarinë në vitet 2013-2015 tregojnë një trend në rritje, me rritje të numrit të tyre nga 246 000 bletë në vitin 2013 në 271 000 në 2015. Megjithatë, pavarësisht këtyre treguesve pozitivë, nga studimi ynë u evidentua se numri i fermave të bletëve që janë të vizitueshme si destinacion turistik është shumë i vogël, pasi bletërritësit kanë më shumë koshere bletësh të lëvizshme në funksion të kullotave sesa koshere fikse dhe përpunimin e mjaltit (centrifugim-paketim) e kryejnë në mënyrë artizanale, në ambiente pune te papërshtatshme për t'u vizituar. Po ashtu, ruajtja dhe paketimi lënë për të dëshiruar e nuk garantojnë cilësinë e produktit, mungon etiketimi dhe marka tregtare, tregtimi bëhet pa infrastrukturë mbështetëse dhe aktiviteti ka një sezonalitet të shkurtër.

Megjithatë, mjalti është duke u bërë gjithnjë e më shumë një produkt turistik interesant si rezultat i ndërgjegjësimit të popullsisë për vlerat ushqyese, kurative e organoleptike, si dhe si rezultat i interesit për cilësinë dhe sigurinë ushqimore, marketingut dhe kuriozitetit për këtë mrekulli të natyrës. Të gjitha këto së bashku, kanë bërë që bletaria të konsiderohet si destinacion turistik alternativ që ofron një përvojë të mirëfilltë në harmoni të ngushtë me natyrën, traditën dhe trashëgiminë, duke krijuar më shumë mundësi punësimi dhe vetë-administrimi, veçanërisht për gratë dhe të rinjtë. Në këtë mënyrë, turizmi i bletarisë do të shërbente si një mekanizëm për të zbutur problemet social-ekonomike të rajoneve, duke kontribuar në përmirësimin e qëndrueshëm të kushteve të jetesës së popullsisë rurale dhe malore.

5 INSTAT, Statistikat e Bujqësisë dhe Blegtorisë, 2015

Në Shqipëri ka rreth 150 fabrika të përpunimit të vajit të ullirit.

Shifrat variojnë, por vendi prodhon mesatarisht 29 000 tonë vaj ulliri në vit. Çuditërisht, konsumi për frymë i vajit të ullirit në vend është më i vogël se në vendet e tjera.



Turizmi i vajit të ullirit

Me prirjen aktuale në rritje të klientëve për konsum të ushqimeve organike dhe BIO, me ndërgjegjësimin e vazhdueshëm mbi sigurinë ushqimore, çështjet e ushqimit dhe shëndetit, kërkimi, gjetja dhe ndarja e këtyre mënyrave të shëndetshme të ushqyerjes dhe jetesës, po shndërrohen në një veprimtari tërheqëse dhe madje, në disa raste, magjepsëse në Shqipëri.

Ulliri ka qenë pjesë e qytetërimit mesdhetar që mijëra vjet më parë. Ulliri dhe vaji i ullirit janë përdorur në sallata, në gatime, në mjekësi, për prodhimin e sapunit dhe ndriçimit. Sot, pjesa më e madhe e ullinjve në botë kultivohen në rajonin e Mesdheut. Shqipëria ka më shumë se 10-11 milionë ullinj që prodhojnë 22 varietete⁶. Disa nga varietetet më të njohura të ullirit shqiptar janë “Kalinjot”, “Krypi” i Beratit, “Bardhi” i Tiranës, “Krypsi” i Elbasanit, “Mixan” dhe “Himara”, të cilat përbëjnë 85 për qind të prodhimit në vend dhe janë të një cilësie shumë të lartë. 1,3 milionë ullinj janë drurë qindravjeçarë.

6 <https://invest-in-albania.org/albanians-consume-10-kg-of-olives-per-year/>

Në Shqipëri ka rreth 150 fabrika të përpunimit të vajit të ullirit⁷. Shifrat variojnë, por vendi prodhon mesatarisht 29 000 tonë vaj ulliri në vit. Çuditërisht, konsumi për frymë i vajit të ullirit në vend është më i vogël se në vendet e tjera. Konsumi maksimal i vajit të ullirit është rreth tre litra për frymë maksimumi, nga prodhimi i brendshëm, ndërsa në vende si Italia, Spanja, Greqia, konsumi është pesë herë më e lartë. Kjo industri gjeneron rreth 30 milion euro.

Të gjitha këto statistika tregojnë potencialin e madh të këtij sektori për agroturizëm. Një shembull i agroturizmit në praktikë shihet tek ‘Tre Miqtë’, një aktivitet që operohet nga Vladimir Pasmaçiu, i cili së bashku me mysafirët e tij organizojnë mbledhjen e ullirit në shtator dhe festimet e prodhimit të parë. Një filozofi e nxitjes së rritjes së drurëve të ullirit, për të rritur prodhimin, për të mbështetur industrinë e vajit të ullirit, me prodhim të standardeve më të larta, në mënyrë që të mund të eksportohet në tregjet evropiane dhe botërore, do të ishte mbështetje e drejtpërdrejtë edhe për agroturizmin.

2.4 Analiza SWOT e Sektorit

Bashkitë po e shqyrtojnë mundësinë e agroturizmit në varësi të karakteristikave të kulturës dhe traditës së tyre lokale, të biznesit, të klimës dhe të burimeve natyrore.

⁷ <http://agroweb.org/?id=10&l=2114&ln=en&url=albanians-have-their-way-with-table-olives-while-foreign-markets-get-the-best-extra-virgin-oil>

Pika të forta · Është një mjet për zbutjen e varfërisë dhe migrimit · Krijon mundësi punësimi dhe vetë-administrimi në zonat rurale · Fuqizon gratë në aspektin social, politik dhe ekonomik · Bazohet në traditën e fermerëve për prodhimin e produkteve bujqësore dhe blegtorale, në peizazhin piktoresk, klimën, ushqimet BIO dhe organike, mjedisin e pastër, si dhe në kulturën dhe mikpritjen e banorëve vendas · Përfshin tregjet bujqësore, kantinat dhe vreshtaritë, fermat akomoduese, aktivitete dhe ngjarje, të tilla si festivale dhe panairë bujqësore · Promovon histori suksesi	Pikat e dobëta · Informalitet dhe shumë ferma të paregjistruara, pavarësisht nga fushata e qeverisë për regjistrimin e fermave dhe të agrobizneseve · Një numër i madh i agrobizneseve dhe i bizneseve të agroturizmit janë ndërmarrje të vogla me burime të kufizuara financiare · Kanë pak njohuri rreth marketingut dhe punojnë pa një vizion dhe strategji të qartë · Sezonaliteti
Mundësitë · Hartimi i një baze të plotë ligjore për agroturizmin · Krijimi i kalendarit të festave lokale · Certifikime BIO dhe organike · Certifikime ISO për të rritur cilësinë dhe sigurinë ushqimore · Krijimi i një identiteti në treg; krijimi dhe regjistrimi i markave · Trajnime për ofrimin e shërbimeve profesionale · Kurse të gjuhëve të huaja · Trajnimi i të rinjve për traditat dhe zakonet · Subvencione për të nxitur produktet autentike vendase · Krijimi i agro-tureve me tematika të ndryshme, si rrugë kantinash · Rivlerësimi i aseteve për të krijuar një agroturizëm me sa më pak shpenzime	Kërcënimet · Burime të kufizuara financiare · Dëmtim i imazhit dhe autenticitetit nga pseudo agroturizmi · Cilësi e ulët shërbimi · Mungesa e një kuadri ligjor dhe rregullator

5. Konsiderata dhe rekomandime të përgjithshme

Nevoja për mbështetje mund të inkuadrohet në tri kategori të mëdha, në nivelin makro, mezzo dhe mikro (Shtojca 3), sipas temave e mëposhtme: i) promovimi i një mjedisi mbështetës për agroturizmin, ii) mbështetja e zhvillimit të njohurive dhe forcimi i aftësive për sektorin dhe forcën e tij punëtore, dhe iii) kërkimi i stimuljeve financiarë dhe i investimeve kapitale, duke synuar fondet e brendshme, por edhe investimet e huaja. Specifikimet për secilën nga temat e kategorive të ndryshme janë përmbledhur më poshtë.

Krijimi i një mjedisi mbështetës për sektorin, me një kuadër rregullator me strategji të qartë

- Një kuadër rregullator i përmirësuar me stimulje dhe i konsultuar me aktorët kyç, përfshirë shoqatat dhe dhomën e tregtisë
- Strategji me vizion afatgjatë; krijimi i një vizioni dhe përgatitja e një plani veprimi me kostot financiare
- Një sistem monitorimi dhe vlerësimi për identifikimin e lëvizjeve financiare dhe monitorimin e ndikimit
- Krijimi dhe forcimi i shoqatave të profesionistëve që punojnë në zinxhirin e vlerave të agroturizmit dhe nxitja e ndërveprimit mes tyre. Një rrjet i shoqatës mund të jetë jo vetëm një mjet jo vetëm për të mbështetur lobimin dhe advokimin e interesit të grupeve, por edhe për ndarjen e njohurive, shkëmbimin e përvojave, mbledhjen e të dhënave dhe trajnimin në nivel kolegësh.

Mbështetja e njohurive dhe aftësive, me ngritjen e kapaciteteve, trajnime, kërkime dhe zhvillim

- Hartimi i planeve strategjike dhe financiare, me perspektiva afat-mesme dhe afat-gjata dhe me një plan financiar nga i cili do të përfitojë agroturizmi në çdo zinxhir vlerash

- Përgatitja e planeve të biznesit të kreditueshme nga bankat, për të mundësuar përmirësimin e konkurrueshmërisë dhe qëndrueshmërisë së bizneseve private të angazhuara në ofrimin e shërbimeve të agroturizmit
- Trajnimi dhe orientimi për hartimin e planeve të marketingut dhe zbatimin e tyre në ferma ose jo ferma, duke marrë në konsideratë përdorimin e mediave sociale dhe arritjen te klientët me oferta cilësore dhe tërheqëse
- Arsimim dhe formim profesional në shërbime të turizmit, shërbime ndihmëse që synojë aftësi të veçanta dhe aftësi të përgjithshme të drejtimit të biznesit
- Zhvillimi i marketingut
- Krijimi i platformave të ndërmjetësimit ku “kërkesa takon ofertën” në agrobiznes, një ndërfaqe ku agrobizneset mund të reklamojnë shërbimet e tyre dhe të mund të arrijnë klientët dhe kompanitë turistike.

Kërkimi i kapitalit për investim

- Hartimi i skemave financiare dhe ngritja e një skeme monitorimi dhe vlerësimi për të parë ndikimin e mbështetjes financiare te sektorët
- Hartimi i skemave për kapital fillestar, investitorë privatë dhe bono inovacioni
- Negocimi dhe ndërmjetësimi për investime kapitali nga investime të huaja dhe nga ndihma për zhvillim
- Përdorimi i instrumenteve të ndryshme financiare
- Zbatimi dhe përdorimi i zgjatur i faktoringut të llogarive të arkëtueshme
- Zbatimi dhe përdorimi i zgjatur i qirasë financiare (leasing)
- Skema garancie për partneritete publike-private.

Shtojca

Shtojca 1. Përmbledhje e rekomandimeve për agroturizmin, për AIDA-n

Niveli	Ekzistuese	Mund të bëhet	Roli i AIDA-s
Makro strategjia dhe kuadri ligjor	Draft-strategjia e fundit e turizmit e MZHETTS' Strategjia kombëtare për bujqësinë dhe zhvillimin rural, 2014–2020 (VKM nr. 709, dt. 29.10.2014, Fletorja Zyrtare nr. 169, f. 8483) Ligji nr. 93/2015, "Për turizmin" Planet e zhvillimit lokal të bashkive Strategjia e zhvillimit rajonal Manuali i agroturizmit ² i përgatitur nga RASP	Analizë funksionale e kuadrit ligjor dhe strategji e rekomandime për hartimin e akteve nënligjore që do të mbushin boshllëqet që janë identifikuar në sistemin aktual ligjor	AIDA mund të porosisë një analizë të tillë dhe të vendosë për hapat e mëtejshëm
Mezo të dhëna, studime dhe institucione	Ministritë: raporte periodike INSTAT: raporte periodike Universitetet: kërkime dhe përditësim të të dhënave	Përmirësimi i shkëmbimit të të dhënave dhe marrëdhëniet mes aktorëve kryesorë gjatë gjithë fazave të zhvillimit Studimi dhe promovimi i modeleve të suksesshme në Shqipëri: Mrizi i Zanave, Çobo, Natyral, Ferma e Bletëve Morava dhe Plasa, Korçë, për të analizuar dhe reflektuar mbi faktorët e suksesit dhe mësimet e nxjerra për të ardhmen	Krijimi i një portali informativ ku të gjitha grupet e interesit të mund të paraqesin ofertat e tyre. AIDA mund të jetë host-i i tij? Studimi dhe analiza e historive të suksesit bazuar në raste konkrete (mund të vihen në portal dhe të promovohen si praktika të mira)

Mikro raste të veçanta për mbështetje	Mungon një qasje e konsoliduar metodologjike Vendosja dhe mbështetja e rasteve të veçanta: Bujtinë dhe agroturizëm	Hartimi i një metodologjie për përgatitjen e një produkti integral që u shërben të gjithë aktorëve dhe tregjeve Ndërlidhja e të gjitha hallkave: partneriteti me biznese të tjera, lidhja me shkollat (praktika profesionale) Përgatitja e një kalendarit promovues që lidh ngjarjet: jeta kulturore dhe socio-ekonomike e rajonit Ngritja e kapaciteteve të ofrës: mbështetja e fermerëve dhe fermave që të rrisin konkurrueshmërinë e tyre; akses në tregje duke i përgatitur ata për konkurrencën e ashpër dhe një kërkesë e vazhdueshme për rritje të cilësive Mësime në fushat e ekonomisë, aftësi organizative, marketingut dhe menaxhimit; menaxhim projekti dhe eventesh; menaxhim i pritshmërive dhe i reagimit ndaj opinionioneve (edhe kur ato janë negative) Ngritja e kapaciteteve për krijimin e partneriteteve me biznese të tjera me buxhete më të mëdha për marketingun, të cilat mund të jenë me të vërtetë produktive (kanatinat mund të ekspozojnë djathtëra, restorantet mund të ofrojnë produkte lokale, si vezë të freskëta, shurube dhe reçelra të bëra vetë, mish organik dhe nënproduktet e tij) Organizimi i festave sezonale ose vjetore të vjeljes së rrushit në shtator, duke përdorur dhe ruajtur traditën dhe duke e shndërruar atë në një festë të madhe Përfshirja e agrofermave të konsoliduara në ture Rritja e financimeve nëpërmjet një granti të posaçëm për agroturizmin	Aktivitetet promovimi në çdo qark të Shqipërisë Përgatitja dhe zhvillimi i agrotureve Certifikimi dhe promovimi i markave Organizimi i trajnimeve për përgatitjen teorike të fermerëve sipas një programi specifik Dhënia e informacionit dhe vendosja e lidhjeve mes aktorëve, si dhe përfshirja në diskutimet e çështjeve dhe të rezultateve të tyre Zhvillimi i një produkti financiar që konsiston në ide për biznese të reja dhe ture familjarizimi Për bizneset ekzistuese, financimi i marketingut dhe promovimi i tureve familjarizuese duke ndarë kostot
---------------------------------------	--	---	--

Shtojca 2. Fjalor i termave

Biznes i agroturizmi është një term që përdoret për një ndërmarrje turistike të krijuar nga fermerët në bazë të prodhimit dhe të punës së tyre; përgjithësisht është një ndërmarrje e vogël, e lidhur me avantazhet e zonave rurale.

Ekoturizëm është një formë turizmi e orientuar veçanërisht në natyrë. Pjesëmarrësit kanë një vetëdije ekologjike dhe ndjeshmëri kundrejt natyrës.

Fermë⁸ është njësia ekonomike bazë në bujqësi dhe në veprimtaritë ekonomike që lidhen të. Konsiston në një sipërfaqe toke apo veprimtari që kryesisht i kushtohet prodhimit dhe menaxhimit të ushqimit dhe prodhimit, përfshirë bagëtinë.

Fermat agrare janë ferma të cilat përveçse janë ndërmarrje agrare, ofrojnë edhe shërbime turistike, duke përshtatur burimet natyrore dhe të mirat materiale për nevojat e turistëve.

Agroturizmi i gastronomisë/kulinarisë është ndërveprim autentik i një udhëtari ose turisti me fermerët, kultivuesit dhe shefat e kuzhinës që çojnë në zbulimin e shijeve të ushqimeve dhe pijeve të zonës.

Enoturizmi konsiston në vizitat në vreshtat, kantinat e verës, festivalet e verës, dhe pjesëmarrjen në panaiet dhe konkurset e degustimeve.

Produkt bujqësor⁹ është një produkt bimor apo shtazor, i cili prodhohet në fermë, si dhe produktet që rrjedhin nga faza e parë e përpunimit të këtij produkti bimor apo shtazor.

Produkt agroushqimor¹⁰ është produkti bujqësor dhe produkte të tjera ushqimore të përpunuara.

Cilësia e shërbimeve agrare është niveli i shërbimeve të ofruara nga fermeri. Në shumicën e rasteve ajo varet nga faktorë të tillë si: cilësia e objekteve, dhomat dhe shërbimet e ofruara.

8 Ligji nr.9817, datë 22.10.2007 "Për bujqësinë dhe zhvillimin rural", neni 2 "Përkufizimet"

9 Ligji nr.9817, datë 22.10.2007 "Për bujqësinë dhe zhvillimin rural", neni 2 "Përkufizimet"

10 Ligji nr.9817, datë 22.10.2007 "Për bujqësinë dhe zhvillimin rural", neni 2 "Përkufizimet"

Elementet (produktet) e agroturizmit përfshijnë akomodimin, atraksionet natyrore, lehtësirat e disponueshme, aktivitetet e kohës së lirë dhe shërbimet e tjera të mundshme.

Mënyrat konstante të prodhimit në agroturizëm përfshijnë shtëpinë e fermerit, akomodimin e ofruar dhe elementë të tjerë për turizëm: kuajt, biçikletat, varkat, kajaket.

Mënyrat alternative të prodhimit në agroturizëm përfshijnë pajisjet e apartamentit dhe mobilet e apartamentit.

Turizmi alternativ (i balancuar) përfshin shërbimet që u ofrohen turistëve nga një ndërmarrje e vogël familjare për një numër të vogël turistësh.

Turizmi i butë lidhet me kënaqësitë e ofruara nga bukuritë natyrore të rrethinave dhe aktivitete të kohës së lirë, kryesisht për familjen ose për grupe të vogla.

Turizmi masiv, ose i ashtuquajtur turizmi i shpejtë, përfshin grupe të mëdha, për të cilët krijohet një program standard i udhëtimit/vizitave.

Turizmi rural përfshin çdo formë turizmi që zhvillohet në një mjedis rural që shfrytëzon vlerat natyrore, kulturore dhe vlerat e peizazhit mjedisor.

Bujqësi e qëndrueshme¹¹ është bujqësia, e cila është e aftë të mbijetojë nga ana ekonomike dhe sociale dhe që nuk e degradon mjedisin në një afat të gjatë.

11 Ligji nr.9817, datë 22.10.2007 "Për bujqësinë dhe zhvillimin rural", neni 2 "Përkufizimet"

Shtojca 3. Përmbledhje e bizneseve që operojnë në fushën e agroturizmit

Nr	Kompania	Produkti	Kontakt	Adresa	Rrethi
1	Ferme Sazan FERIKU	Molle, Dardha		Greve Peshkopi	Dibër
2	Ferme Neshi BAKMETI	Molle, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
3	Ferme Oshamir FERUKU	Molle, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
4	Ferme Zahir DEDAJI	Qersh, Kumbulla, Dardha		Greve Peshkopi	Dibër
5	Ferme Medin KRYEMADHI	Molle, Qersh, Ara		Greve Peshkopi	Dibër
6	Ferme Peshum FERUKU	Molle, Kumbull, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
7	Ferme Lahiri DEDAJI	Moller, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
8	Ferme Vilson FERUKU	Moller, Dardha, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
9	Ferme Alben I. QOKU	Molle, Kumbull		Kilopisht, Magellari	Dibër
10	Ferme Xhelil QOKU	Molle, Kumbull		Kilopisht, Magellari	Dibër
11	Ferme Ylli QOKU	Molle, Dardha, Qersh		Kilopisht, Magellari	Dibër
12	Ferme Nuri TAFIJI	Molle, Qersh, Lajthi		Kilopisht, Magellari	Dibër
13	Ferme Arsen (ILUM)	Molle, Dardha, Qersh		Kilopisht, Magellari	Dibër
14	Ferme Bajram QOKU	Grur, Mizer, Jonkhe		Kilopisht, Magellari	Dibër
15	Ferme Dylber KATIU	Molle, Kumbulla, Lajthi		Kilopisht, Magellari	Dibër
16	Ferme Fatim ALLIJI	Molle, Qersh, Dardha		Kilopisht, Magellari	Dibër
17	Ferme Faton GAZIDED	Molle, Dardha, Qersh, Ara		Brezhdan Tomiri Peshkopi	Dibër
18	Ferme Mirat GAZIDED	Fasule, Grur, Mider, Jonkhe		Brezhdan Tomiri Peshkopi	Dibër
19	Ferme Nexhmedin GAZIDED	Molle, Dardha, Fasule, Ara		Brezhdan Tomiri Peshkopi	Dibër
20	Ferme Halil GAZIDED	Ara, Mider, Jonkhe, Fasule	halilgazidede@gmail.com	Brezhdan Tomiri Peshkopi	Dibër
21	Ferme Daliq KESHI	Miser, Grur, Fasule, Jonkhe		Majtare Magellari Diber	Dibër
22	Ferme Rishm KESHI	Lope, Vica, Grur, Miser		Majtare Magellari Diber	Dibër
23	Ferme Azol HALIU	Lope, Qumesht, Pacane, Fasule		Grashdan Magellari Diber	Dibër
24	Ferme Kevin KURTI	Molle, Kumbulla, Qersh	kevin.kurti@gmail.com	Grashdan Magellari Diber	Dibër
25	Ferme Shpetim FERUKU	Molle, Dardha, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
26	Ferme Hyzan FERUKU	Molle, Kumbulla, Qersh		Greve Peshkopi	Dibër
27	Ferme Tofik QOKU	Molle, Geshterja, Lajthi, Jonkhe	tofikqoku@gmail.com	Kilopisht Magellari	Dibër
28	Ferme Levdan BEGO	Lure, Qesh, Peshq, Fasule		Vojnik Magellari	Dibër
29	Ferme Admir HOKHA	Grur, Miser, Jonkhe, Fasule	admirhokha@gmail.com	Tomiri Diber Rruga Ahmed Bej Karasani	Dibër
30	Ferme Sanderi SHKODER	Molle, Geshterja, Lajthi	sanderiskoder@gmail.com	Kilopisht, Magellari	Dibër
31	Ferme Mirjan TORSA	Molle, Qersh, Ara	mirjantorsa@gmail.com	Shmicer, Peshopi	Dibër
32	Ferme Behar DEJIA	Molle, Jonkhe, Grur, Miser	dejdjenar@yahoo.com	Magellari	Dibër
33	Ferme Gentian QOKU	Dardha, Molle, Geshterja	gentianqoku@gmail.com	Kilopisht, Magellari	Dibër
34	Ferme Arsen DIFIKU	Molle		Fshati Greve karburant Difeku rruga nacionale	Dibër

Nr	Kompania	Produkti	Adresa	Rrethi
1	Kompleksi Blegtoral	Qumesht llope, djath, mish vici, vaze pulje, mjalte	Lunxheri, Kallaz, Garbovica	Gjirokaster

Nr	Kompania	Produkti	Adresa	Krethi
1	Guzin Geli	Ullinj, Vica (prodhon dhe per konsum vertjak fruta perime)	Korçez, Berat	Berat
2	Ferma Medi Gjirshi	hurma, lqthi, lidan ullinj	Orizaj Berat	Elerat
3	Ferma Alush Bresha	qershij, ullinj	mbreshtan	Berat
4	Ferma Idriz Hajdari	vica, figje thate	Nove,	Berat
5	Ferma Medho Dodoveci	vica, keca	Nove,	Elerat
6	Ferma Derisidh Kotollaku	Ullinj, Vica (prodhon dhe per konsum vertjak fruta perime)	Nove,	Berat
7	Ferma Fati Mema	Ullinj,	Veleshtnje	Berat
8	Ferma Ali Mema	Ullinj, Vica	Veleshtnje	Berat
9	Ferma Petal Koroni	Ullinj	Lezhtje	Elerat
10	Ferma Margarita Sheti	Ullinj	Starov	Berat
11	Ferma Adeline Meco	ullinj	Allambrez	Berat
12	Ferma Ister Sinani	Vica, molle	Allambrez	Elerat
13	Ferma Flamur Bardha	ullinj, qershij, mushje	Zhitom	Berat
14	Ferma Avni Kotollaku	ullinj	Nove,	Berat
15	Ferma Sami Delica	vica, qershij, ullinj	Vodice	Elerat
16	Ferma Nake Hoshallari	ullinj	Orizaj	Berat
17	Ferma Adiatik Cuni	Qershij	Pronovik	Berat
18	Ferma Elake Mullis	ullinj, mush	Starov	Elerat
19	Ferma Resmi Kanaci	ullinj, figje thate	Dukanas	Berat
20	Ferma Beso Mucollari	ullinj, figje thate	Mucollaj	Berat
21	Ferma Gwim Gorishi	ullinj, kumbulla, figje thate	Bregai	Berat
22	Ferma Kodet Memari	ullinj, mush	Floshak	Elerat
23	Ferma Bujar Guro	mush, figje thate	Roshnik	Berat
24	Ferma Sybi Breganaku	ullinj	Frashkan	Berat
25	Ferma Myqerem Kotollaku	ullinj, qershij	Nove,	Elerat
26	Ferma Asmit Zani	vica, figje thate	Kostren	Berat
27	Ferma Luan Shehu	Ullinj, mush	Dushnik	Berat
28	Ferma Asmit Gere	ullinj, qershij	Zhitom	Elerat
29	Ferma Sejdin biri	ullinj, mush	Roshnik	Berat
30	Ferma Meship Dushiku	ullinj, figje thate, mush	Karkarjoc	Berat
31	Ferma Haki Filipaj	ullinj	Flabjak	Elerat
32	Ferma Cimi Hoshallari	ullinj, figje thate	Bogdan	Berat
33	Ferma Vullnet Kajo	ullinj, figje thate, vica	Nove,	Berat
34	Ferma Festim Mamurani	ullinj, qershij, figje thate	Nove,	Elerat
35	Ferma Mestan Kotollaku	ullinj, figje thate, vica	Nove,	Elerat
36	Ferma Flamur Yelciani	ullinj, vaj ulliri	Gjroven	Berat
37	Ferma Fatmir Selenica	ullinj, fasule	Zhitom	Berat
38	Ferma Nance Kotollaku	ullinj, vica	Zhitom	Elerat
39	Ferma Bandhi Kotollaku	ullinj, qershij, mush, vica	Zhitom	Berat
40	Ferma Agon Nazeraj	ullinj, bizele	Bregai	Berat
41	Ferma Marike Cerani	Domate	Vertop	Elerat

Nr	Kompania	Produkti	E-mail	Adresa	Rrethi
1	Ferma Koro Isari	mush vici	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Korco km 5	Enkele
2	Ferma Anzile Mejsi	Gengja, qumesht	Agrikorre@gmail.com	Rruga Korco - Pojani km 15	Enkele
3	Ferma Engjellush KASA	keca, qumesht	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Korco km 10	Enkele
4	Ferma Shervat LICO	Gengja, qumesht	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Korco km 5,	Enkele
5	Ferma Drosi DROSKA	qengja, qumesht dele	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Korco, km 12 fshati Starja	Enkele
6	Ferma Eljon JANCI	keca	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Leskovik km 2 fshati Behovill	Enkele
7	Ferma Remur LICO	vica	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Leskovik km 5 fshati Tac	Enkele
8	Ferma Sabri ZAMBI	molle	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele Leskovik, km 7, fshati Tac	Enkele
9	Ferma Aldi LICO	qengja, qumesht dele	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Leskovik, km 6 fshati Tac Lart	Enkele
10	Ferma Agim VUOI	mush vici	Agrikorre@gmail.com	Rruga Enkele - Leskovik km 8, fshati Korovo	Enkele

