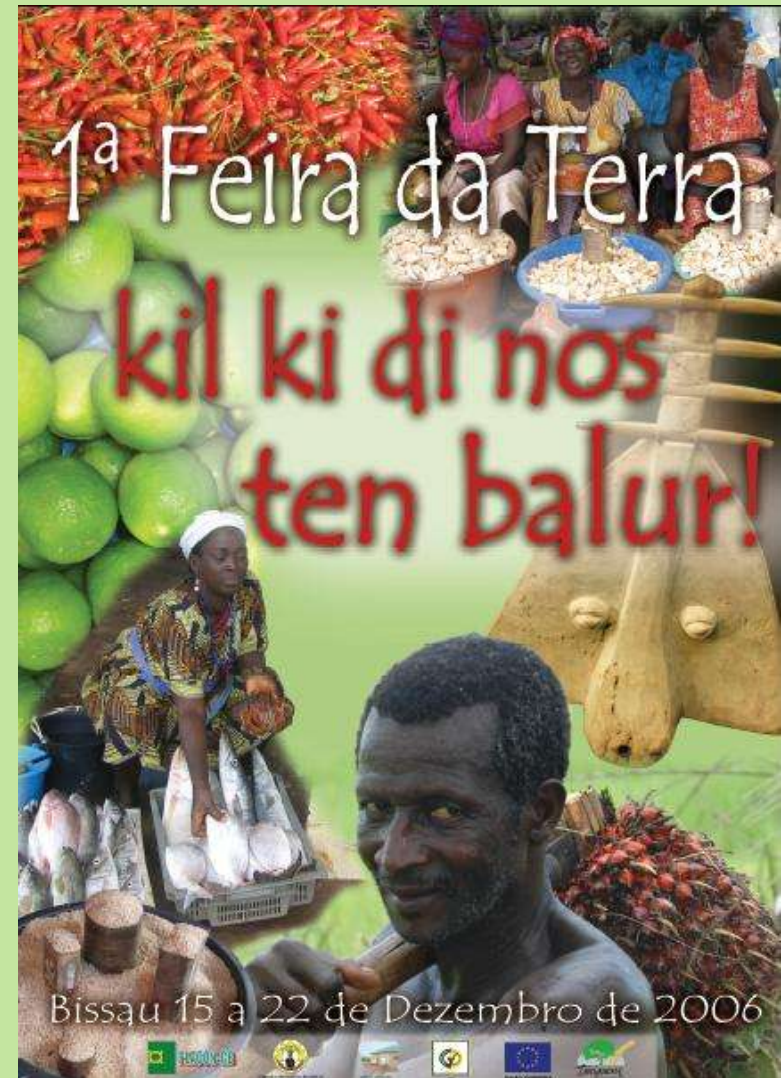


Projecto Kil ki di nos tem Balur

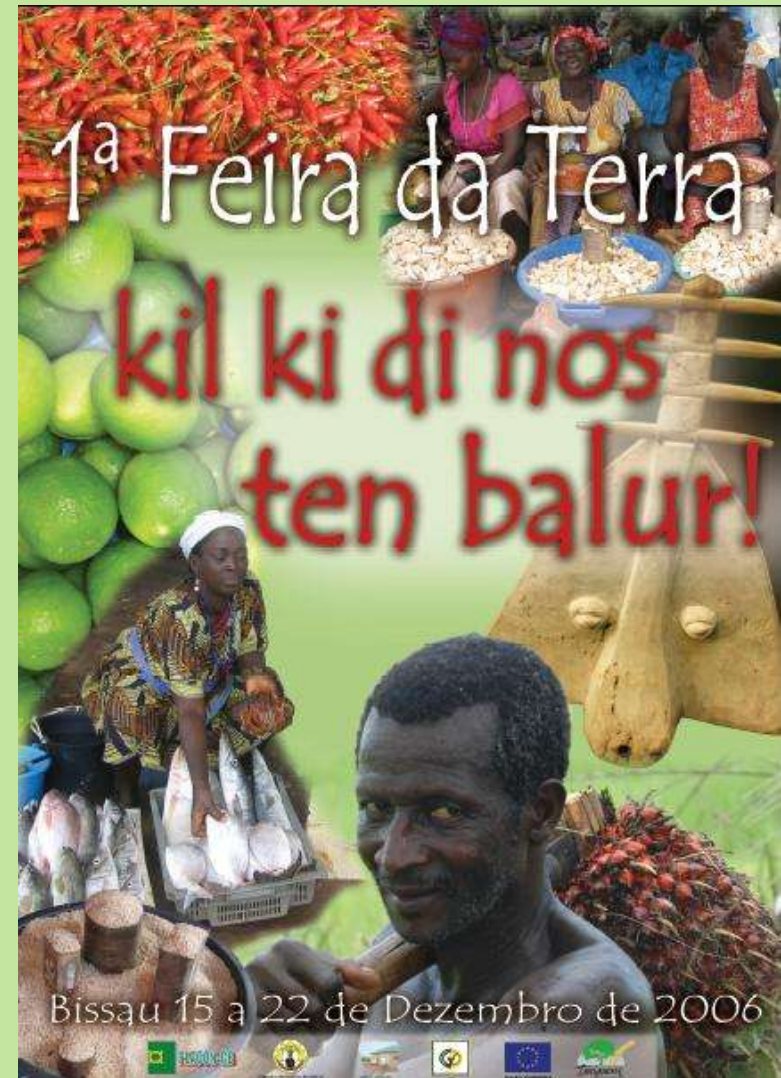
Historial:

- 6 produtos da linha KKDNTB com boa aceitação do público, que aliam ambiente, cultura e economia (Projecto Espaço da Terra)
- Vertente comercial e do marketing incipiente
- Necessidade de alianças e economia de escala para maior eficácia
- Necessidade de associar : produção/transformação – comercialização/marketing – informação público – plaidoyer
- Necessidade de promoção do consumo nacional: ***Kil ki di nos tem balur!***



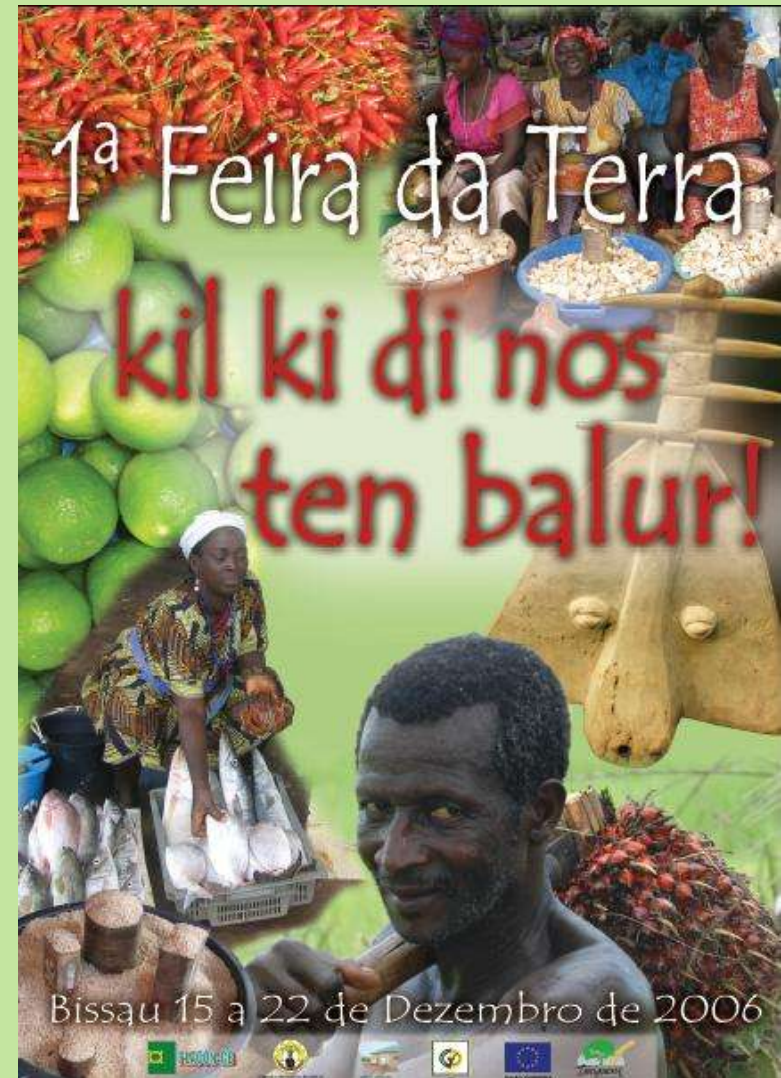
Objectivo específico

Criar uma aliança entre produtores, comerciantes, consumidores e organizações de apoio de modo a mobilizar estes actores a favor do comércio e do consumo de Produtos da Terra, visando aumentar o volume e a diversidade dos produtos transaccionados.



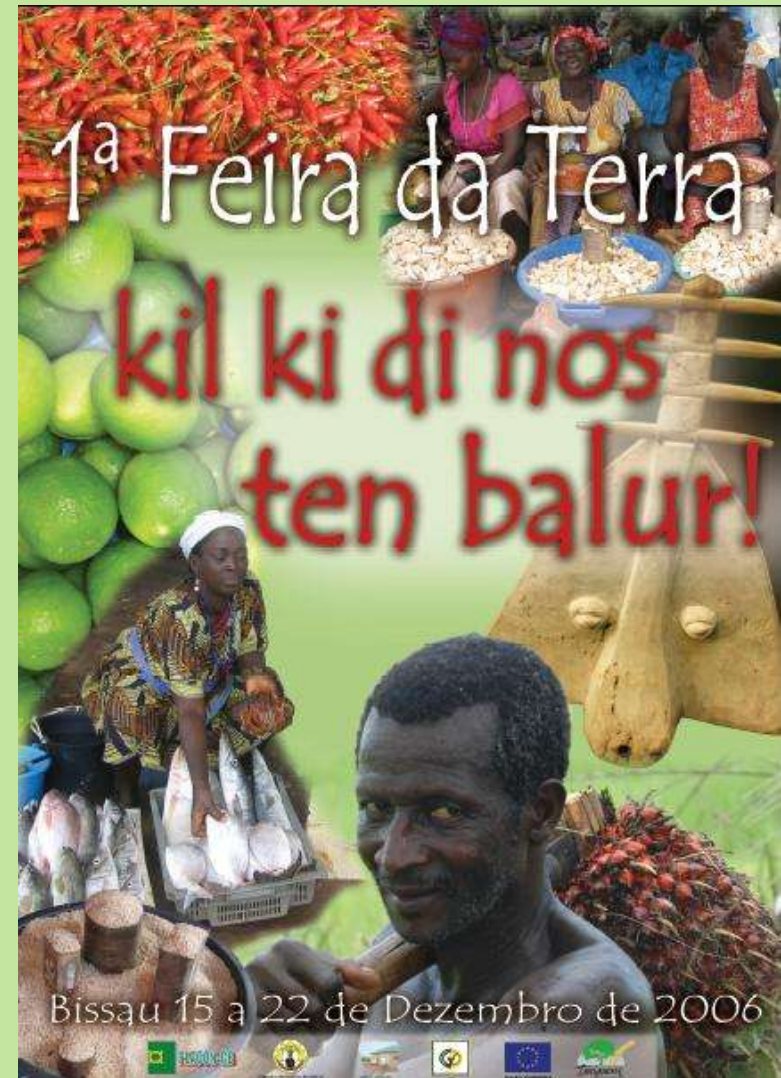
Resultados Esperados

1. A comercialização de Produtos da Terra é fortalecida e potenciada
2. A procura dos produtos locais aumenta devido a um número crescente de consumidores que altera os seus padrões de consumo e dá preferência aos Produtos da Terra.
3. Conhecimento sobre produtos e saberes da biodiversidade é produzido, divulgado e alimenta a acção e os actores relevantes associados.



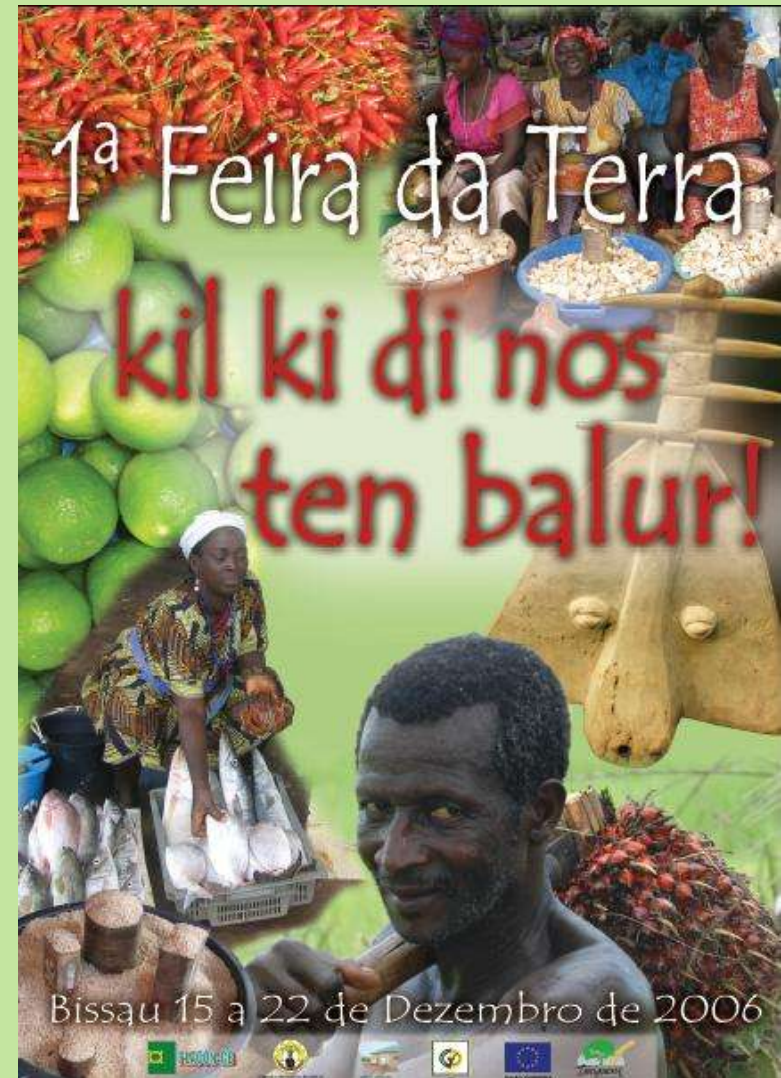
Principais Actividades 1/2

1. Reforço capacidades produtores (6 unidades produção KKDNTB)
2. Reforço das capacidades da Tiniguena na área da comercialização
3. Trabalho em rede sobre a promoção dos Produtos da Terra
4. Rede de jovens promotores do consumo nacional
5. Materiais de promoção e informação (reportório produtos e postos de venda, catálogo PT, exposições, calendários, postais)



Principais Actividades 2/2

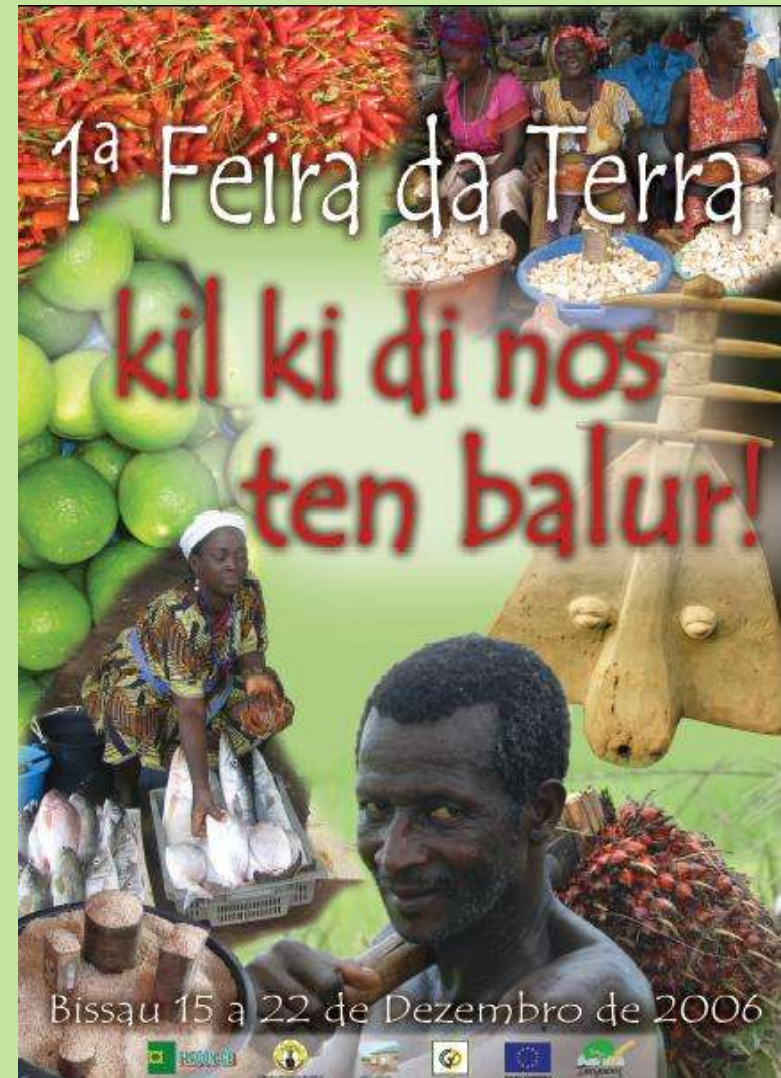
6. Promoção gastronomia tradicional guineense (festivais, programas TV)
7. Trabalho com artistas que cantam e divulgam os PT (festivais, CD)
8. Organização de eventos (Encontros de Produtores, Feira da Terra, Jornadas de Consumo Nacional)
9. Dinamização da produção de conhecimento (estudos e publicações)
10. Oficinas e conferências (na Universidades, Conf. CPLP)



Por uma valorização económica e cultural da Biodiversidade da GB

Produtos da Terra:

- 1) *Oriundos da Biodiversidade*
- 2) *Com enraizamento Cultural*
- 3) *Economicamente viável*



Consumir Natural, Consumir Nacional !