

# STRATEGJIA KOMBËTARE E ZHVILLIMIT TË AGROTURIZMIT NË SHQIPËRI

Janar 2024



# MIRËNJOHJE

Ky dokument është hartuar në kuadër të Programit për Zhvillimin e Qëndrueshëm Rural, zbatuar nga GIZ Albania për llogari të Ministrisë Federale Gjermane për Bashkëpunim Ekonomik dhe Zhvillim (BMZ). Në përgatitjen e këtij dokumenti, ka dhënë kontributin e tij eksperti ndërkombëtar Av. Filippo de Miccolis Angelini, me mbështetjen e Shpresim Domit, Doktor i Shkencave dhe ekspert i agroturizmit, si dhe ekspertja vendase për zhvillimin rural, Znj. Eldisa Zhebo (Lloshi).

Emërtimet e përdorura dhe materiali i paraqitur në këtë dokument informues nuk nënkuptojnë shprehjen e ndonjë opinioni nga ana e Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Pikëpamjet e shprehura në këtë dokument informues i përkasin autorit/autorëve dhe jo domosdoshmërisht pasqyrojnë pikëpamjet apo politikat e GIZ.



Implemented by

**giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development  
and Cooperation SDC

State Secretariat for  
Economic Affairs SECO

## Përmbajtja

1.	Arsyetimi .....	5
2.	Qëllimi strategjik.....	6
2.1	Një strategji për agroturizmin shqiptar .....	6
2.2	Metodologjia dhe integrimi me kuadrin strategjik ndërkombëtar dhe kombëtar .....	7
2.3	Sektorët e bujqësisë dhe turizmit në Shqipëri; një perspektivë për agroturizmin .....	15
3.	Analiza strategjike .....	18
3.1.	Agroturizmi në Shqipëri; një analizë e situatës .....	18
3.2.	Përvojat e tjera ndërkombëtare të lidhura me zhvillimin e agroturizmit.....	23
3.3.	Sfida e bujqësisë shumëfunktionale.....	28
3.4.	Agroturizmi në Shqipëri deri më sot; Mundësitë dhe risqet.....	30
4.	Zgjedhja strategjike: vizioni, misioni dhe prioritetet strategjike .....	34
5.	Zbatimi strategjik dhe ndikimi i strategjisë.....	53
6.	Shtojcat.....	64

**Lista e figurave:**

Figura 1. 10 objektivat e Politikës së Përbashkët Bujqësore Evropiane (CAP).....	9
Figura 2. Fokusi i strategjisë “Nga ferma në tavolinë” .....	10
Figura 3. Disa shifra lidhur me agroturizmin në Itali.....	26
Figura 4. Agroturizmi dhe zhvillimi shumëfunksional .....	29
Figura 5. Numri i parashikuar i agroturizmeve të certifikuara, të ardhurat në vit dhe ndikimi përmes rritjes së cilësisë.....	62
Figura 6. Punësimi në sektorin të agroturizmit.....	64

**Lista e tabelave:**

Tabela 1. Mundësitë dhe risqet për zhvillimin e agroturizmit në Shqipëri.....	31
Tabela 2. Një përmbledhje e treguesve dhe kompetencave.....	54

## 1. Arsyetimi

Ky dokument strategjik e pati zanafillën te një pyetje: A mund të jetë sot agroturizmi një opSION i mirë për të kontribuar në ekonominë dhe zhvillimin rural të Shqipërisë, duke i bërë ballë pandemisë dhe krizave ekonomike dhe energjetike që kanë pllakosur botën?

Kësaj pyetjeje do t'i japim një përgjigje pohuese përmes hartimit të një strategjie që buron nga një vizion zhvillimi dhe që arrin të përmbushë objektivat e përmirësuar për ekonominë dhe shoqërinë shqiptare, duke marrë në konsideratë situatën e ndërlikuar ekonomike, sociale dhe infrastrukturore, si dhe duke siguruar një sistem zbatimi dhe matjeje.

Janë pikërisht krizat e viteve të fundit ato që kanë nxjerrë në pah aftësinë e mirë ripërtëritëse të sektorit të agroturizmit dhe rëndësinë që ka kjo veprimtari shumëdimensionale, në veçanti për zonat më pak të zhvilluara.

Kjo për shkak se agroturizmi ka mundur të përshtatet më mirë se çdo industri tjetër me evolucionin në konsum dhe në nevojat e udhëtarëve, jo vetëm nga pikëpamja e turizmit dhe veprimtarisë pritëse, por edhe nga pikëpamja e mundësisë për të ofruar produkte bujqësore të vendit, që nuk prodhohen në masë dhe që kanë një karakter unik dhe qëndrueshmëri të lartë.

Kemi pikasur një rritje të rolit të konsumatorit, i cili tashmë nuk është më thjesht përdorues, por edhe bashkëprotagonist në përvojën e tij të konsumit, njësoj si pritësi i tij apo prodhuesi. Blerësit e produkteve janë gjithnjë e më të interesuar për aspekte të ndryshme të produkteve, si prejardhja e tyre, benefitet për shëndetin dhe aspektet shëndetësore, vlera gastronomike dhe përdorimet e tyre tradicionale në kuzhinë. Po kështu, edhe qëndrueshmëria e produktit po merr një rëndësi gjithnjë e më të madhe, jo vetëm për nga pikëpamja e ndikimit energjetik dhe mjedisor, por edhe për nga pikëpamja e qëndrueshmërisë sociale të produktit.

Kemi vënë re se, në kontekstet që ata vizitojnë, konsumatorët nuk dëshirojnë të jenë vrojtues pasivë që thjesht shijojnë përvojën e tyre si udhëtarë, por zgjedhin të bëhen pjesë e këtyre konteksteve, qoftë edhe vetëm për kohëzgjatjen e udhëtimit. Udhëtari krijon një lidhje me kontekstin rural pritës, duke përzgjedhur ushqim dhe verë apo produkte artizanale vendase me qëllimin për të mbështetur bujqësinë dhe ekonominë vendase. Në disa raste, krijohet madje edhe një zinxhir i virtytshëm furnizimi në sajë të blerjeve periodike të produkteve në distancë - qoftë si individ apo përmes grupeve të organizuara të blerësve - ose përmes adoptimëve simbolike të kafshëve apo pemëve.

Kjo nevojë e shoqërisë së sotme kaotike dhe komplekse, e cila përshkallëzohet edhe më tej nga kompleksitetet e krizave ndërkombëtare të shkaktuara nga pandemitë, tensionet midis shteteve, konfliktet dhe krizat energjetike e klimatike, do t'i kushtëzojë gjithnjë e më tepër

zgjedhjet e konsumatorit, i cili tek agroturizmi gjen përmbushjen e këtyre nevojave, duke konsoliduar kështu një tendencë që ka lindur thuhetse dyzet vite më parë.

Agroturizmi ka luajtur një rol kyç në zhvillimin shumëfunksional të bujqësisë evropiane që prej viteve 1980, duke zgjeruar fushëveprimin e fermave që operojnë në sektorin bujqësor. Ferma nuk shihet më thjesht si një qendër për prodhimin e ushqimeve, por edhe si një qendër për përpunimin, ofrimin e shërbimeve për popullsinë e gjerë dhe mbrojtjen e mjedisit dhe peizazhit, duke kontribuar kështu në krijimin e vendeve të reja të punës dhe nxitjen e ekonomisë vendase.

Ndër veprimtaritë e shumëllojshme prej të cilave është karakterizuar bujqësia shumëfunksionale, agroturizmi ka qenë dhe mbetet pa dyshim forca shtytëse. Mbi të gjitha, ajo është nisma që ka kontribuar në hapjen e territoreve rurale, të cilat karakterizohen rëndom nga një shkëputje ekonomike dhe sociale prej botës së jashtme. Kjo ka ardhur falë pritjes së flukseve të turistëve, qoftë vendas apo të huaj, dhe hapjes së kanaleve të reja tregtare. Ky proces ndryshimi, i cili është shoqëruar me krijimin e marrëdhënieve të reja midis identitetit vendas, mjedisit dhe prodhimit bujqësor, i ka kthyer zonat rurale në një destinacion tërheqës për nga pikëpamja e ekonomisë vendase.

Ky sektor ka rezultuar gjithashtu i suksesshëm në uljen e varësisë së sektorit bujqësor nga ndihma shtetërore dhe logjika e subvencionimit, duke krijuar sipërmarrje të vogla dhe të mesme tejet dinamike, të drejtuara nga të rinjtë dhe të orientuara drejt dixhitalizimit.

Shumë syresh kanë si pikë të tyre të fortë praninë e grave, nisur nga një element tradicional i sektorit të bujqësisë.

Shqipëria ka tre industri kryesore: bujqësinë, turizmin dhe natyrën. Agroturizmi arrin t'i ndërthurë me sukses të tre këto fusha.

## 2. Qëllimi strategjik

### 2.1 Një strategji për agroturizmin shqiptar

Kjo strategji është një dokument i qeverisë shqiptare që synon përkufizimin e vizionit kombëtar lidhur me sektorin e agroturizmit, ndër të tjera përmes zhvillimit të bujqësisë nga një pikëpamje shumëdimensionale dhe valorizimit të produkteve bujqësore vendase.

Si rrjedhojë, ky dokument politik parashtron objektivat e përgjithshme dhe të posaçme, si dhe masat për zbatimin e tyre, përmes një sistemi zbatimi dhe matjeje që do të mundësojë, me kalimin e kohës, verifikimin e arritjes së objektivave të identifikuar.

Në këtë dokument, sektori i agroturizmit trajtohet si formë e një fenomeni bujqësor, e kështu si një prej veprimtarive që mund të kryejë një fermë për të rritur të ardhurat e saj

dhe për të përmirësuar e optimizuar burimet e fermës dhe të tokës. Thënë ndryshe, agroturizmi konsiderohet si një veprimtari e bazuar te ferma, shoqëruar me shërbime të fushës së turizmit. Për këtë qëllim, theksi do të vihet tek arritja e objektivave që kanë të bëjnë me zhvillimin shumëfunksional të veprimtarive bujqësore, si orientimi i tyre drejt përpunimit, zinxhirit të shkurtër të furnizimit dhe diferencimit të produkteve, si dhe te bërja e zgjedhjeve të qëndrueshme jo vetëm për të përmbushur nevojat mjedisore, por edhe për të zhvilluar një konkurrueshmëri dhe aftësi ripërtëritëse më të lartë.

Nëse agroturizmi dhe bujqësia arrijnë t'i shfrytëzojnë këto mundësi duke zgjeruar territorin e tyre, ato do të kthehen në një forcë të vërtetë shtytëse për zhvillimin e zonave rurale dhe më pak të zhvilluara të vendit.

## 2.2 Metodologjia dhe integrimi me kuadrin strategjik ndërkombëtar dhe kombëtar

Kjo strategji, e cila zhvillohet nën suazën e Ministrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, por edhe me bashkëpunimin e ministrive të tjera, bazohet në analizimin dhe vlerësimin e programeve ekzistuese në nivel ndërkombëtar, evropian dhe kombëtar, në ballafaqimin me aktorët e përfshirë në këtë strategji dhe në një studim krahasues me situatat në vendet fqinje apo me pikat e referimit për shoqërinë shqiptare.

Përpara intervistave dhe ballafaqimeve, është kryer një shqyrtim në tavolinë. Gjatë kësaj faze, është bërë një shqyrtim i detajuar i dokumenteve politike (ligjeve, strategjive etj.) që lidhen drejtpërdrejt dhe tërthorazi me zhvillimin e agroturizmit (shihni shtojcën 1). Mbi bazën e këtij shqyrtimi në tavolinë, dhe veçanërisht në sajë të analizimit të kuadrit ligjor (pra dokumenteve) lidhur me agroturizmin, u konstatua se:

- Objektivi i politikës së qeverisë lidhur me agroturizmin është shprehur në Ligjin 93/2015, pika 2, neni 4; Agroturizmi mbështet zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm të zonave rurale nëpërmjet mbrojtjes së ambientit, ruajtjes së traditave dhe promovimit të produkteve tipike të zonës.
- Vendimi i Këshillit të Ministrave nr. 22, datë 12 janar 2018, në lidhje me miratimin e kriterëve për certifikimin e veprimtarisë së agroturizmit: Agroturizmi mbështet zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm të zonave rurale nëpërmjet mbrojtjes së mjedisit, ruajtjes së traditave dhe promovimit të produkteve tipike të zonës. Prej formulimeve të këtyre dy dispozitave legjislative, duket qartë se agroturizmi përkufizohet kryesisht si një veprimtari mbështetëse për zhvillimin e turizmit rural, që orientohet drejt një përdorimi të qëndrueshëm të zonave rurale dhe që ka si synim ruajtjen e produkteve tipike.
- Në Ligjin 9817/2007 “Për bujqësinë dhe zhvillimin rural”, veprimtaria e agroturizmit nuk përmendet shprehimisht, por jepen thjesht indicie të përgjithshme lidhur me mbështetjen për nxitjen e turizmit.

Siç u theksua edhe më lart, gjatë kësaj faze u shqyrtuan gjithashtu edhe politikat bujqësore më të fundit në nivel evropian. Në këtë kuadër, u analizuan dokumentet e mëposhtme politike:

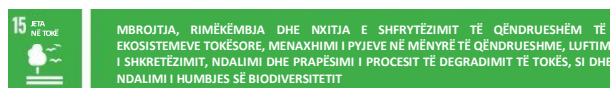
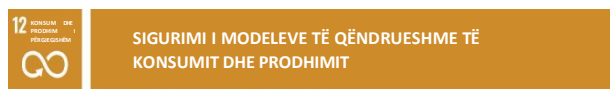
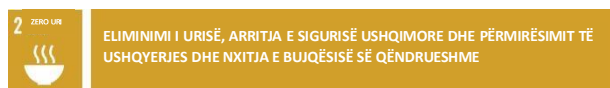
- Kuadri Financiar Shumëvjeçar (MFF) 2021 - 2027
- Politika e Përbashkët Bujqësore (CAP) 2021-2027 dhe regjimi i tranzicionit 2021-2022
- Pakti i ri i Gjelbër për Evropën
- Gjenerata e re e BE-së
- Strategjia “nga ferma në tavolinë”
- Politikat e Italisë dhe vendeve të tjera të BE-së për zhvillimin e bujqësisë dhe të agroturizmit

### 2.2.1 Integrimi me kuadrin strategjik ndërkombëtar

Gjatë hartimit të dokumentit, është marrë në konsideratë skenari ndërkombëtar kompleks i shkaktuar nga pandemia e Covid dhe kriza ndërkombëtare e shkaktuar nga konflikti Rusi-Ukrainë, ngjarje të cilat sollën nevojën për përditësim të përmbajtjes së planeve strategjike të publikuara përpara këtyre situatave të jashtëzakonshme të tri viteve të fundit.

Për zhvillimin e kësaj strategjie, u morën në shqyrtim dokumentet dhe planet kombëtare dhe ndërkombëtare në vijim:

Së pari, u analizuan burimet ndërkombëtare përpara se të vijohej me analizimin e strategjive dhe politikave evropiane. Rrjedhimisht, studimi filloi me Axhendën 2030 për Zhvillim të Qëndrueshëm, të miratuar në vitin 2015 nga të gjitha vendet anëtare të Kombeve të Bashkuara. Objektivat e Axhendës 2030 që merren në konsideratë në këtë strategji, pjesë e objektivave të përzgjedhura nga Strategjia e Bujqësisë, Zhvillimit Rural dhe Peshkimit (SBZHRP), janë si më poshtë:





Strategjia do t'i kushtojë vëmendje të veçantë nxitjes së barazisë gjinore, respektimit të të drejtave të njeriut dhe të minoriteteve dhe përfshirjes. Siç është vepruar për strategjinë SBZHRP<sup>1</sup>, respektimi i këtyre të drejtave dhe parimeve mund të monitorohet nga Grupet për Menaxhimin e Integruar të Politikave (GMIP), nën koordinimin e Kryeministrit.

OZhQ-të e lartpërmendura lidhen me politikat më të fundit të Komunitetit Evropian. Ky është një aspekt i rëndësishëm për Shqipërinë, pasi ministrat e çështjeve evropiane dhanë miratimin e tyre politik për çeljen e negociatave të anëtarësimit me Shqipërinë më 24 mars 2020, anëtarët e Këshillit Evropian miratuan konkluzionet më 26 mars 2020 dhe BE-ja çeli negociatat për anëtarësimin e Shqipërisë më 19 korrik 2022. Kësisoj, hartimi i politikave në Shqipëri, si në kontekstin e përgjithshëm ashtu edhe në kontekstin specifik të sektorit të bujqësisë, duhet të jetë në përputhje me Politikën e Përbashkët Bujqësore Evropiane. Bazuar në zhvillimet e lartpërmendura, strategjia i është referuar Planit Kombëtar të Integritimit Evropian (PKIE) 2022-2024, dhe përkatësisht kërkesave dhe objektivave të parashtruara në kapitullin 11 të negociatave (Bujqësia dhe Zhvillimi Rural)<sup>2</sup>.



Figura 1. 10 objektivat e Politikës së Përbashkët Bujqësore Evropiane (CAP)

<sup>1</sup> Strategjia e Bujqësisë, Zhvillimit Rural dhe Peshkimit 2021 - 2027 e Shqipërisë (SBZHRP)

<sup>2</sup> Specifikisht në lidhje me Kapitullin 11 "Bujqësia dhe Zhvillimi Rural", theksohet si më poshtë:

- Krijimi i regjistrit të fermerëve, përmirësimi i regjistrit të kafshëve të gjalla dhe plani i zbatimit për regjistrat e Rrjetit të të Dhënave të Kontabilitetit të Fermave (FADN), me qëllim sigurimin e të dhënave konsistente, sistematike dhe të certifikuara për hartimin e politikave.
- Rritja dhe sigurimi i kapaciteteve administrative që nevojiten për përgatitjen dhe zbatimin e nëntë masave të programit IPARD III (2021-2027) duke garantuar kushtet për akreditim nga BE-ja.
- Plotësimi i kuadrit rregullator për vreshtarinë dhe verën, skemat e cilësisë dhe prodhimin organik: sigurimi i kapaciteteve institucionale dhe administrative për zbatimin e tyre.
- Rritja e vazhdueshme e buxhetit të shtetit për bujqësinë, zhvillimin rural dhe peshkimin, duke koordinuar mbështetjen financiare të brendshme me mbështetjen e ofruar përmes IPARD.
- Finalizimi i reformës së shërbimit të këshillimit bujqësor, duke e integruar atë në sistemin tërësor të njohurive dhe novacionit, në përputhshmëri të plotë me sistemin AKIS të implementuar në kuadër të zbatimit të PPP-së në shtetet anëtare të BE-së.

Për këtë qëllim u analizua edhe Politika e Përbashkët Bujqësore (CAP)<sup>3</sup>, një grup rregullash që Bashkimi Evropian i ka vendosur vetes qysh prej krijimit të tij, duke njohur rëndësinë thelbësore të sektorit bujqësor për një zhvillim të drejtë e të qëndrueshëm të shteteve anëtare.

Për periudhën 2023-2027, Politika e Përbashkët Bujqësore (CAP) do të bazohet në dhjetë objektiva kryesore. Me fokus tek aspektet sociale, mjedisore dhe ekonomike, këto objektiva do të jenë baza mbi të cilën vendet e BE-së do të zhvillojnë planet e tyre strategjike për CAP-në.

Politika e re e përbashkët bujqësore 2023-27 do të jetë çelësi që do të garantojë të ardhmen e bujqësisë dhe pylltarisë, duke përmbushur objektivat e Paktit të Gjelbër Evropian, si një mjet kyç për realizimin e ambicieve të strategjisë “Nga ferma në tavolinë” (Farm to Fork) dhe strategjisë për biodiversitetin. Strategjia “nga ferma në tavolinë” synon të përshpejtojë tranzicionin e BE-së drejt një sistemi ushqimor të qëndrueshëm.

Së fundmi, është analizuar edhe strategjia RePowerEU,<sup>4</sup> përmes së cilës Komisioni Evropian planifikon t’i japë fund varësisë nga importet e lëndëve djegëse fosile prej Rusisë. REPowerEU është një plan për kursimin e energjisë, prodhimin e energjisë së pastër dhe diversifikimin e burimeve të furnizimit me energji.



Figura 2. Fokusi i strategjisë “Nga ferma në tavolinë”

## 2.2.2 Integrimi me strategji të tjera dhe me kuadrin rregullator

Kërkesat e BE-së dhe kërkesat e tjera ndërkombëtare janë integruar në strategjitë më të fundit, si dhe në SBZHRP, e cila luan një rol kryesor në kontributin progresiv ndaj angazhimeve të Axhendës së Gjelbër për Ballkanin Perëndimor. Kësisoj, në hartimin e këtij dokumenti, analiza e strategjive kombëtare ka ruajtur një rol kryesor, duke synuar një integrim sa më të mirë të planifikimit të shprehur në këtë dokument dhe lehtësimin e veprimit të qeverisë dhe strukturës administrative për arritjen e objektivave të përcaktuara këtu. Plani Kombëtar i Integritimit Evropian (PKIE) 2022-2024<sup>5</sup>, dhe përkatësisht kërkesat

<sup>3</sup> <https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/new-cap-2023-27>.

<sup>4</sup> [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/repower-eu-affordable-secure-and-sustainable-energy-europe\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/repower-eu-affordable-secure-and-sustainable-energy-europe_en)

<sup>5</sup> [http://integrimi-ne-be.punetejashtme.gov.al/wp-content/uploads/2022/02/NPEI\\_2022-2024\\_EN-.pdf](http://integrimi-ne-be.punetejashtme.gov.al/wp-content/uploads/2022/02/NPEI_2022-2024_EN-.pdf)

dhe objektivat e parashtruara në kapitullin 11 të negociatave (Bujqësia dhe Zhvillimi Rural), janë përdorur si një pikë e rëndësishme referimi.

Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim (SKZHIE) 2015-2020 dhe drafti i SKZHIE III, si dhe Strategjia e Bujqësisë, Zhvillimit Rural dhe Peshkimit 2021-2027, janë marrë plotësisht në konsideratë. Më pas Këshilli i Ministrave miratoi (SKZHIE) III 2022-2030, me vendimin Nr.88 22.2.2023.

Specifikisht, SKZHI II (2015-2020) parashikon në Shtyllën 4 garantimin e rritjes së zhvillimit rural me anë të ndërlidhjes dhe përdorimit të qëndrueshëm të burimeve dhe zhvillimit të territorit. Ndër të tjera, ky dokument strategjik ka marrë në konsideratë objektivat e mëposhtme:

- 1) Nxitja e prodhimit të qëndrueshëm dhe cilësor të ushqimeve nëpërmjet zhvillimit të një sektori agro-ushqimor konkurrues dhe novator, që mund t'i bëjë ballë trysnisë së konkurrencës
- 2) Garantimi i menaxhimit të qëndrueshëm të burimeve natyrore dhe ndërmarrja e veprimeve për klimën
- 3) Zhvillimi i balancuar i territorit në zonat rurale me anë të promovimit të diversifikimit të veprimtarive ekonomike, krijimit të vendeve të punës, përfshirjes sociale dhe përmirësimit të kushteve të jetesës
- 4) Menaxhimi efektiv i fondeve publike për bujqësinë dhe zhvillimin rural, nëpërmjet hartimit të ligjeve dhe akteve nënligjore në lidhje me menaxhimin e fondeve, monitorimit dhe publikimit të rregullt të raporteve mbi fondet e përdorura dhe listave të përfituesve

Këto objektiva strategjike janë integruar tërësisht në SBZHRP 2021-2027, e cila, në zbatim edhe të dispozitave të Deklaratës së Përparësive të Qeverisë 2021-2025 për Bujqësinë, Zhvillimin Rural dhe Peshkimin, thekson shprehimisht në lidhje me objektin e kësaj strategjie se zhvillimi i bujqësisë dhe zonave rurale realizohet përmes:

- 1) Përmirësimit të vazhdueshëm të cilësisë së jetës në zonat rurale dhe diversifikimit të hapësirave dhe mundësive për veprimtari ekonomike: Nxitjes së eliminimit të diferencave midis standardeve të jetesës në zonat rurale dhe në ato urbane nëpërmjet investimeve të vazhdueshme në infrastrukturën publike rurale në funksion të veprimtarive ekonomike të aktorëve bujqësorë, si p.sh. përmes investimeve në ujësjellës dhe kanalizime, në furnizimin me energji elektrike, në shëndet dhe arsim, në infrastrukturën rrugore dhe në përmirësimin e teknologjisë dhe njohurive mbi

teknologjitë e avancuara të prodhimit, si dhe përmes mbështetjes për rritjen e ndërveprimit ekonomik dhe social midis aktorëve.

- 2) Rritjes së eksportit të produkteve bujqësore dhe produkteve të peshkimit dhe rritjes së vlerës së shtuar në vend nëpërmjet: targetimit të investimeve për zgjerimin e zinxhirit të vlerës në përpunimin bujqësor; lehtësimit të blerjes së makinerive dhe pajisjeve për përpunimin bujqësor duke ofruar një skemë zhvlerësimi të përsheptuar me dyfishin e normës së aplikuar për ndërmarrjet ekzistuese; rritjes së aksesit në tregjet e reja ndërkombëtare përmes informimit dhe lehtësimit të marrëveshjeve tregtare; përmirësimit të standardeve të produkteve bujqësore përmes përkrahjes së prodhimit organik dhe prezantimit të standardeve që lehtësojnë eksportet, siç është GLOBALG.A.P. etj.
- 3) Zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit rural dhe agroturizmit nëpërmjet: Përkrahjes së diversifikimit të veprimtarive ekonomike në zonat rurale përmes mekanizmave mbështetës për rritjen e numrit të ndërmarrjeve të agroturizmit dhe fjetinave; Masave stimuluese për imigrantët dhe të rinjtë dhe për një përfshirje më të madhe të grave në këtë sektor.

Vizioni i Strategjisë së Bujqësisë, Zhvillimit Rural dhe Peshkimit 2021-2027 është krijimi i një bujqësie që merr në konsideratë një dimension të gjerë e kompleks, përfshirë këtu qëndrueshmërinë, novacionin dhe sfidat mjedisore e sociale. Gjithashtu, kjo strategji synon të nxisë një zhvillim bujqësor që është më i aftë për t'i bërë ballë trysnisë së kërkesave të tregut të brendshëm dhe ndërkombëtar dhe është plotësisht në përputhje me përparësitë, si dhe të përballet me sfidat e procesit të harmonizimit dhe anëtarësimit në BE. Vlera e strategjisë është synimi që ajo ka për të pasur një bujqësi shumëdimensionale dhe shumëfunktionale. Kësisoj, krahas synimit për siguri ushqimore dhe rritje të prodhimit, strategjia i vendos vetes edhe një mision ambicioz i cili do të konkretizohet nëpërmjet kësaj strategjie për agroturizmin. Strategjia synon të mbështesë, të zhvillojë dhe të forcojë më tej disa funksione të tjera me rëndësi të veçantë për shoqërinë dhe grupe të ndryshme konsumatorësh të produkteve jashtë prodhimit bujqësor, gjë që nga ana tjetër kontribuon në ekonomi dhe redukton varfërinë. Në këtë kuadër, synohen objektivat e mëposhtme:

- Kontributi në sektorin e bujqësisë nëpërmjet garantimit të produkteve ushqimore të sigurta me vlerë të lartë ushqyese për konsumatorët, duke kontribuar kështu në shëndetin e popullsisë dhe tërthorazi në aftësinë për punë;

- Kontributi në zhvillimin e sektorit të turizmit rural dhe kulturor, duke përfshirë turizmin kulturor, turizmin rural dhe agroturizmin, përmes ndikimit pozitiv në peizazh, mirëmbajtjes së kullotave dhe livadheve etj.; dhe
- Kontributi në biodiversitet dhe në mjedis duke minimizuar ndikimin e praktikave të dëmshme në prodhimin e produkteve bujqësore, blegtorale dhe të peshkimit, përmes reduktimit të përdorimit të PMB-ve dhe antibiotikëve ose trajtimit të mbetjeve nga veprimtaria ekonomike e sektorit sipas standardeve të larta.

Vizioni dhe misioni i SBZHRP 2021-2027 konkretizohen specifikisht në këtë strategji, e cila thekson karakterin shumëfunksional dhe bujqësor të veprimtarisë pritëse të agroturizmit. Sektori i bujqësisë ka gjithashtu një dimension që lidhet posaçërisht me tregun e turizmit dhe me strategjitë që qeveria synon të zbatojë për këtë sektor.

Referenca për këtë aspekt është Strategjia Kombëtare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2019-2023 (VKM nr. 413 / 19.6.2019) në lidhje me zhvillimin e qëndrueshëm të agroturizmit/turizmit rural. Strategjia thekson vizionin e mëposhtëm: “Shqipëria, një destinacion mikpritës, tërheqës dhe autentik për zhvillimin e qëndrueshëm të potencialit ekonomik, natyror dhe social të vendit”. Agroturizmi përfshihet në turizmin tematik. Kjo kategori përfshin forma specifike të turizmit, të tilla si agroturizmi, turizmi i eventeve dhe i biznesit, turizmi kulturor (trashëgimia, historia, besimi etj.), turizmi i kulinarisë dhe verës dhe turizmi shëndetësor (ujërat termale, shërbimet e mirëqenies dhe ato mjekësore) etj. Strategjia përcakton gjithashtu një sërë objektivash specifike dhe politike që mund të implementohen në këtë dokument: mbrojtja e zonave natyrore, zhvillimi turistik i zonave rurale, integrimi midis veprimtarive të ndryshme turistike, zhvillimi i turizmit jashtë sezonit, valorizimi i produkteve tipike, dixhitalizimi, konsolidimi i të dhënave, përmirësimi i ofertës në terma sasiorë dhe cilësorë.

Strategjia Kombëtare e Rinisë 2022-2029, e cila ka tre objektiva politike, është marrë gjithashtu në shqyrtim për rëndësinë që ajo ka për zhvillimin e turizmit:

- **Objektivi i parë politik i strategjisë:** pjesëmarrja aktive e të rinjve në shoqëri dhe fuqizimi i tyre për të shprehur opinionet e tyre. Politikat ndërsektorale për rininë koordinohen, mbi bazën e analizës, me mekanizma të mirëfinancuar.
- **Objektivi i dytë politik i strategjisë:** mbështetja dhe nxitja e novacionit të të rinjve dhe rritja e aftësive dhe profesionalizimit të të rinjve përmes arsimit cilësor në fushën

e TIK-ut dhe në fusha të tjera të zhvillimit dixhital, duke rritur dhe përmirësuar mundësitë për hyrjen në tregun e punës.

- **Objektivi i tretë politik i strategjisë:** mirëqenia aktive, shëndetësore, fizike, sociale dhe mendore e të rinjve. Siguria, mbrojtja dhe përfshirja e të gjitha kategorive të të rinjve, veçanërisht atyre që janë të ekspozuar ndaj risqeve apo të marxhinalizuar.

Sektorit të agroturizmit i mungon një studim mbi fushat kryesore të interesit. Një plan kombëtar me rëndësi për këtë sektor është Plani i Përgjithshëm Kombëtar i Territorit (PPKT) “Shqipëria 2030”, i cili është dokumenti i parë për planifikimin kombëtar të territorit për periudhën 2015-2030. PPKT-ja përfaqëson harmonizimin e një qasjeje të integruar ndaj zhvillimit urban me sektorë të tjerë strategjikë, të tillë si turizmi, bujqësia, energjetika, transporti, sektori i banesave dhe aspekte të tjera, të cilat ndërthuren me qëllimin e zhvillimit afatgjatë dhe të qëndrueshëm të vendit. Me interes të madh është edhe Plani i Përgjithshëm Kombëtar për Potencialin Turistik<sup>6</sup>, ku janë cilësuar itineraret kulinare- agroturistike. Harta ilustron zonat e klasifikuara si ZONA ME RËNDËSI KOMBËTARE për shkak të vlerës që ato kanë për planifikimin dhe zhvillimin e qëndrueshëm të territorit. Megjithatë, mungon një studim organik mbi fushat kryesore të interesit për zhvillimin e agroturizmit.

Programi kombëtar i quajtur “Programi i integruar për zhvillimin rural - Programi i 100 fshatrave (PIZHR)”, i cili synon nxitjen e turizmit rural dhe stimulimin e qytetarëve për zhvillimin e industrive të tilla si bujqësia dhe artizanati, ishte një nismë e katër ministrive të qeverisë shqiptare për të ndihmuar në rritjen e ekonomive rurale përmes zhvillimit të 100 fshatrave bazuar në potencialin e tyre turistik. Projekti parashikonte investime infrastrukturore për shndërrimin e fshatrave dhe ngritjen e rrjeteve të zhvillimit dhe investimit në turizmin rural dhe ekoturizëm, duke nxitur njëkohësisht zhvillimin ekonomik rural përreth secilës prej zonave historike. Rimëkëmbja e fshatrave kishte për synim të ndihmonte banorët që të ruanin dhe të përmirësonin mjetet e jetesës në fshatrat e tyre të banimit përmes tregtimit të produkteve bujqësore, por edhe përmes nxitjes së turizmit rural dhe promovimit të produkteve dhe zejtarisë vendase dhe tradicionale. Në vitin 2018, Strategjia Kombëtare për Zhvillimin Rural 2014-2020 (strategjia pararendëse e SBZHRP 2021-2027) pësoi ndryshime në sajë të miratimit të programit kombëtar “Programi i Integruar për Zhvillimin Rural - Programi i 100 fshatrave (PIZHR)”, përmes të cilit 100 fshatra u identifikuan si zona me potencial për zhvillimin rural në përgjithësi, e veçanërisht për zhvillimin e agroturizmit. Zhvillimi i agroturizmit ishte një prej objektivave më të rëndësishme të këtij programi. Më specifikisht, ky program kombëtar synonte krijimin e (1)

<sup>6</sup>

<https://planifikimi.gov.al/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=1338&token=96953532e65c437ef3ce7d56a422db3138735d9f>

rrjetit të agroturizmit shqiptar, (2) rrjetit të inkubatorëve të produkteve tradicionale, (3) rrjetit të markave/dyqaneve të produkteve shqiptare dhe tradicionale.

Në tërësi, të gjitha dokumentet strategjike të mësipërme e kanë përmendur, qoftë drejtpërdrejt apo tërthorazi, rëndësinë e agroturizmit. Në këtë kuadër, analiza e këtyre dokumenteve të rëndësishme strategjike kombëtare nxjerr në pah mungesën e një plani strategjik për zhvillimin e agroturizmit dhe, më tej, domosdoshmërinë e ekzistencës së një dokumenti të tillë, i cili mund të harmonizojë potencialin e bujqësisë me atë të turizmit.

### 2.3 Sektorët e bujqësisë dhe turizmit në Shqipëri; një perspektivë për agroturizmin

Politikëbërja në nivel qendror dhe vendor ka treguar se bujqësia dhe turizmi janë prioritetet e zhvillimit socio-ekonomik të qëndrueshëm dhe afatgjatë të Shqipërisë. Për shembull, bazuar në ligjin aktual<sup>7</sup>, bujqësia dhe turizmi janë dy nga pesë sektorët e përcaktuar si më të rëndësishmit për tërheqjen e investimeve strategjike të brendshme dhe/ose ndërkombëtare.

Shqipëria ka një popullsi totale prej rreth 2 845 955 banorë (1 janar 2020, INSTAT 2020), prej të cilëve 1 429 088 janë femra. Dendësia e popullsisë është 100 banorë për km<sup>2</sup> (p.sh., në Itali është 189). Popullsia rurale është 964 791 banorë (pra 33,9% e popullsisë totale). Kjo shifër sa vjen e po ulet, veçanërisht në zonat marxhinale dhe të disavantazuara. Kjo tendencë përshkallëzohet pa dyshim nga emigrimi në rritje i të rinjve drejt qyteteve apo jashtë shtetit, me një risk të vazhdueshëm shpopullimi të zonave malore dhe fshatrave rurale.

Ekonomitë e zonave rurale dominohen kryesisht nga bujqësia, e cila, megjithatë, është përgjithësisht konvencionale e rrallëherë shumëfunktionale dhe zhvillohet në prona me sipërfaqe tokësore shumë të vogël. Kontributi i bujqësisë në totalin e vlerës së shtuar bruto në ekonomi (VShB) është rreth 22% e VShB-së kombëtare dhe, në vitin 2019, 36,4% e totalit të forcave punëtore ishte e angazhuar në bujqësi, pylltari dhe peshkim, me një rënie totale prej mbi 10% gjatë dekadës së fundit për shkak të emigrimit dhe rritjes së prodhimtarisë. Mesatarja e pagës mujore bruto në bujqësi, pylltari dhe peshkim arrin zakonisht vlerën e mesatares kombëtare. Në vitin 2020, kjo vlerë ishte 33 359 lekë.

Prodhimi bujqësor dominohet nga fermat e vogla dhe fermat familjare, prej të cilave 85% klasifikohen si të vogla. Gjatë periudhës 2020-2022, pjesërisht për shkak të përfshirjes së një pjese të konsiderueshme të fermerëve në skemat kombëtare të mbështetjes, ku mbështetja me naftë luante një rol thelbësor, numri i fermerëve me NIPT u rrit ndjeshëm. Për rrjedhojë,

<sup>7</sup> Ligji nr. 55/2015, "Për arsimin profesional në Republikën e Shqipërisë".

në vitin 2021 dhe gjatë muajve të parë të vitit 2022, numri i fermerëve të pajisur me NIPT u dyfishua krahasuar me periudhën 2017-2020. Pandryshueshmëria e sipërfaqes mesatare të tokave bujqësore prej 1,2 ha, së bashku me fragmentimin dhe të drejtat e paqarta të pronësisë, përbëjnë sfidat kryesore për rritjen dhe konkurrueshmërinë e sektorit të bujqësisë.

Bujqësia shqiptare është ende në pamundësi për t'u pozicionuar në treg në mënyrë të identifikueshme. Prodhimet e synuara për eksport blihen kryesisht me qëllimin për t'u transferuar në zinxhirët e huaj të furnizimit dhe rrallëherë arrijnë të pozicionohen në treg si produkte me karakter unik që përfaqësojnë vendin e tyre të origjinës. Kjo mangësi vjen qartazi si rrjedhojë e mungesës së një procesi certifikimi që mund t'i identifikojë produktet, e veçanërisht ato tradicionale, si "Made in Albania", duke rezultuar kështu në mosnjohjen e produkteve, gjë që përbën disavantazh për turizmin (ushqimi është shpeshherë përfaqësuesi kryesor i një territori për nga pikëpamja e turizmit), si dhe në pamundësinë e zhvillimit të produkteve turistike, si ushqimi dhe vera, dhe "turizmit të eksperiencave" i cili lidhet ngushtë me produktet vendase.

Edhe për sa i përket turizmit, Shqipëria ka ende potencial të pashfrytëzuar dhe identifikohet rëndom ose me turizmin bregdetar me çmime mjaft konkurruese, ose me zonat e saj me natyrë të egër, me mungesë shërbimesh dhe me kapacitete të dobëta akomodimi.

Siç dihet tashmë, turizmi në mbarë botën u përball me vështirësi gjatë pandemisë së Covid-19. Megjithatë, ai ka shfaqur aftësi të mira ripërtëritëse. Në sektorin e turizmit, shpejtësia e rikuperimit mbetet e ulët dhe jo e njëtrajtshme në rajone të ndryshme të botës. Kjo për shkak të ndryshimeve në kufizimin e lëvizjes, shkallën e vaksinimit dhe sigurinë e udhëtarëve.

Në Shqipëri, turizmi është një prej sektorëve me potencialin më të madh për nxitjen e zhvillimit socio-ekonomik të vendit. Turizmi është një sektor me rritje të shpejtë në ekonominë shqiptare, kryesisht falë atraksioneve të shumta turistike, pozitës gjeografike strategjike dhe përpjekjeve të qeverisë për promovimin e turizmit<sup>8</sup>. Shqipëria po fiton një reputacion gjithmonë e më të madh në rang ndërkombëtar si destinacion turistik, kjo falë maleve, liqeneve, lumenjve, plazheve dhe pyjeve të shumta, faunës së egër të pasur dhe klimës, plotësuar nga një trashëgimi kulturore e larmishme (arkeologji, arkitekturë, folklor dhe artizanat). Gjithashtu, Shqipëria ka një potencial të madh për zhvillimin e industrisë së turizmit falë pozitës së saj gjeografike në kontinentin evropian, e cila tërheq rreth 51% të fluksit të vizitorëve nga mbarë bota, shumica prej të cilëve vizitojnë vende të rajonit mesdhetar<sup>9</sup>, ku ndodhet edhe Shqipëria. Shqipëria ka pritur rreth 21 milionë vizitorë ndërkombëtarë gjatë periudhës 2013-2017, me një rritje mesatare deri në 12% në vit

<sup>8</sup> Domi, S., Keco, R., Capelleras, J. L., & Mehmeti, G. (2019). Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance: The case of Albania. *Economics & sociology*, 12(3), 67-85.

<sup>9</sup> UNWTO (2020). *International Tourism Highlights; Botimi i vitit 2020*. Madrid, Spanjë.



(INSTAT, 2018). Sipas INSTAT (2022), në vitin 2021 mbërritën në Shqipëri rreth 5 688 649 vizitorë jorezidentë (ndërkombëtarë), me një qëndrim mesatar prej 3 netësh. Një vizitor shpenzon mesatarisht 80-120 euro në ditë. Për sa i përket qëllimit të vizitës, rreth 5 411 591 persona e vizituan Shqipërinë për pushime, për të vizituar të afërmit etj., ndërsa 100 249 të tjerë e vizituan atë për qëllime biznesi dhe profesionale. Megjithatë, ndryshe nga pritshmëritë e krijuara gjatë periudhës së Covid-19, numri i vizitorëve ndërkombëtarë në Shqipëri e ka tejkaluar tashmë atë të vitit 2019 (pra të një viti përpara COVID-19). Më specifikisht, gjatë periudhës janar-shtator 2022, numri total i vizitorëve ndërkombëtarë arriti 6 428 665, krahasuar me 6 406 038 vizitorë në vitin 2019. Këto shifra janë tejet inkurajuese. Megjithatë, mbetet ende problem fakti se pjesa më e madhe e këtij fluksi vizitorësh ndërkombëtarë është e përqendruar kryesisht në zonat bregdetare (ku kemi turizëm në masë) dhe më pak në zonat e brendshme (p.sh. zonat rurale).

Referuar INSTAT-it, kontributi i drejtpërdrejtë i udhëtimit dhe turizmit në PBB në vitin 2019 ishte 8,5%, ndërsa kontributi total i udhëtimit dhe turizmit në PBB ishte 26,2%. Për sa i përket shpërndarjes së punësimit, ky sektor ka gjeneruar në mënyrë të drejtpërdrejtë rreth 93 500 vende pune (7,7% e numrit total të vendeve të punës), ndërsa kontributi total, përfshirë këtu edhe vendet e punës të mbështetura në mënyrë të tërthortë nga kjo industri, ishte 24,1% e numrit total të punës (291 500 vende pune).

Shqipëria është një vend i përshtatshëm për zhvillimin e agroturizmit, falë atraksioneve të shumta turistike që ajo ka (pra burimeve natyrore dhe antropogjene), si dhe falë burimeve bujqësore. Sikurse tregohet më lart, bujqësia dhe turizmi janë aktualisht dy sektorë mjaft të rëndësishëm dhe me prioritet për zhvillimin e ardhshëm socio-ekonomik afatgjatë. Prandaj, strategjitë që krijojnë mundësi zhvillimi që ndërlidhin këta dy sektorë të rëndësishëm janë padyshim thelbësore. Për ta përmbledhur, agroturizmi është një mjet që mund të nxisë zhvillimin e qëndrueshëm rural në përgjithësi, e veçanërisht në zonat e marxhualizuara.

Megjithatë, për shkak të vazhdimësisë së emergjencës së shkaktuar nga Covid-19 në disa shtete, por sidomos për shkak të konfliktit Rusi-Ukrainë, situata e ekonomisë globale nuk është e lehtë për t'u interpretuar. Inflacioni është në nivelet e tij më të larta në SHBA dhe në Eurozonë (9,1% në gusht), ndërsa energjia ka arritur çmime të papërballueshme për shoqëritë dhe familjet në shumë shtete<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup>ISPI: Institute for International Political Studies, Global Watch, n° 115, September 2022, Italy

### 3. Analiza strategjike

#### 3.1. Agroturizmi në Shqipëri; një analizë e situatës

Agroturizmi në Shqipëri rregullohet nga Ligji nr. 93/2015 “Për turizmin”, konkretisht nga pika 2, neni 4 i tij, si dhe nga Vendimi i Këshillit të Ministrave nr. 22, datë 12.1.2018, i ndryshuar. Prej këtyre burimeve normative, jemi në gjendje të nxjerrim përkufizimet e mëposhtme për agroturizmin: sipas ligjit nr. 93, “agroturizmi” është veprimtaria pritëse që zhvillohet në një fermë ose strukturë tjetër bujqësore, 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 turizmit të qëndrueshëm të zonave rurale nëpërmjet mbrojtjes së ambientit, ruajtjes së traditave dhe promovimit të produkteve tipike të zonës”. Sipas VKM-së nr. 22, “agroturizmi” është një formë e veçantë e turizmit rural, e orientuar drejt përdorimit të burimeve lokale të turizmit, dhe ka si synim nxitjen e modeleve alternative të zhvillimit të produkteve turistike, nxitjen e prodhimit bujqësor/blegtoral, zhvillimin e zonave rurale si dhe krijimin e një tregu të ri për produktet bujqësore/blegtorale.

Kësisoj, nga pikëpamja e kuadrit ligjor, agroturizmi shihet kryesisht si një nënkategori e turizmit rural dhe jo si një formë e drejtpërdrejtë e bujqësisë shumëfunktionale. Në praktikë, nuk bëhet dallim midis agroturizmit dhe agroturizmit të certifikuar. Në fakt, agroturizmi është i vështirë për t’u kategorizuar dhe shpeshherë mund të konsistojë thjesht në një restorant fshati, ndërsa agroturizmi i certifikuar i nënshtrohet një procesi certifikimi që mundëson një regjim tatimor të lehtësuar (TVSH të reduktuar në normën 6%, tatim mbi fitimin në normën 5%, përjashtim nga taksa e ndikimit në infrastrukturë për investimet).

1. Nga një pikëpamje objektive, në lidhje me përmasat e shoqërisë, kriteret janë:
  - a) Ferma që kanë të paktën 1 (një) hektar tokë për kultivimin e kulturave bujqësore
  - b) Ferma blegtorale që rrisin të paktën 10 krerë gjedhë ose 100 dele / dhi apo 200 zogj;
  - c) Njësi bujqësore që kanë si veprimtari të tyre përpunimin e produkteve bujqësore, blegtorale dhe të akuakulturës dhe që përmbushin kriteret e përcaktuara në pikën 6 dhe germet “a” dhe “b”,
2. Nga një pikëpamje objektive, në lidhje me strukturën e fermës, kriteret janë:
  - a) Struktura akomodimi me 6 deri në 30 dhoma;

b) Struktura që ofrojnë ushqime dhe pije; Ushqimet dhe pijet e ofruara në këto struktura duhet të përmbushin këto kritere:

i) të paktën 30% e sasisë së tyre duhet të jenë produkte të fermës;

ii) të paktën 40% e sasisë së tyre duhet të ketë origjinë vendase nga brenda territorit të bashkisë ku ushtrohet veprimtaria e agroturizmit;

iii) sasia maksimale e produkteve me origjinë tjetër (jashtë zonës) nuk duhet të tejkalojë 30%.

c) Përvoja lidhur me prodhimin bujqësor.

Në terma të përgjithshëm, një agroturizëm aspirant që synon të pajiset me certifikim zyrtar duhet të përmbushë njëkohësisht të gjitha kushtet e lartpërmendura, pra të jetë një fermë bujqësore që ofron ushqim dhe pije, akomodim dhe veprimtari rekreative. Nga intervistat u konstatua se këto kushte janë bërë pengesë për rritjen e ndjeshme të numrit të strukturave të agroturizmit të pajisura me certifikim zyrtar. Megjithatë, ka nisur një proces për ndryshimin e **VKB nr. 22, i cili** është ende në zhvillim.

Rrjedhimisht, për agroturizmin nevojitet një kuadër i ri ligjor i cili ta përkufizojë atë si veprimtaria bujqësore e pritjes, shërbimit dhe akomodimit, e ushtruar qoftë individualisht apo në bashkëpunim nga një fermer i cili përdor kryesisht produktet e tij apo ato të fermave të tjera shqiptare. Siç theksohet edhe më lart, nga një pikëpamje sistematike, agroturizmi gjen aktualisht rregullim nga legjislacioni për turizmin, i cili shpreh qëllime që lidhen kryesisht me zhvillimin e turizmit rural. Turizmi rural është një nënkategori e turizmit. Megjithatë, ai nuk duhet të konsiderohet si një segment që i përket vetëm turizmit, apo si i veçuar nga segmentet e tjera të tregut të turizmit, siç është turizmi kulturor, turizmi i biznesit, turizmi i ujërave termale, turizmi i sporteve dimërore. Megjithatë, duke qenë se turizmi është më tepër një koncept i krahut të kërkesës, turizmi rural mund të përshkruhet me anë të përkufizimit të mëposhtëm bazë: “turizëm rural janë veprimtaritë e personave që udhëtojnë dhe qëndrojnë në zona rurale (pa turizëm në masë), jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm, për më pak se një vit resht, qoftë për argëtim, biznes apo qëllime të tjera (përveçse për ushtrimin e një veprimtarie përkundrejt shpërblimit nga brenda vendit që vizitohet)”. Gjithashtu, UNWTO e përkufizon turizmin rural si “një lloj veprimtarie turistike ku përvoja e vizitorit lidhet me një gamë të gjerë produktesh të lidhura ngushtë me veprimtaritë në natyrë, bujqësinë, stilin e jetesës/kulturën rurale, peshkimin dhe soditjen.

**Për fat të keq, në Shqipëri nuk ka të dhëna zyrtare lidhur me turizmin rural në përgjithësi dhe sektorin e agroturizmit në veçanti. Prandaj, për qëllimet e këtij**

**dokumenti, do të përdorim të dhënat më të besueshme që disponojmë, por duke theksuar se plotësimi i kësaj mangësie do të jetë një ndër objektivat e vetë strategjisë.**

Referuar Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit<sup>11</sup>, numri i strukturave të certifikuara të agroturizmit është 25 dhe 31 janë në proces certifikimi paraprak. Bazuar në këto të dhëna dhe informacione të kufizuara, mund të themi se agroturizmi në Shqipëri, e veçanërisht agroturizmi i certifikuar, nuk është mjaft i përhapur. Masat administrative nuk janë të mirëstrukturuara për shkak të mungesës së kuadrit legjislativ dhe administrativ, ndërsa kompetencat administrative janë të çorganizuara dhe fokusohen kryesisht tek objektivat që lidhen me turizmin rural ose përdorimin e fondeve të IPARD.

Procedura e certifikimit zbatohet në fakt nga një komision ndërministror i përbërë nga përfaqësues të Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit (3 anëtarë) dhe të Ministrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural (2 anëtarë). Regjistri i strukturave të certifikuara të agroturizmit mbahet nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, e cila bashkëpunon edhe me Ministrinë e Shëndetësisë për monitorimin e pajtueshmërisë me kriteret. Procedura e certifikimit kërkon pajisjen me NIPT-in e fermerit ose, për shoqëritë e bashkëpunimit bujqësor (SHBB), organizatat e menaxhimit të peshkimit (OMP) dhe personat fizikë dhe juridikë, pajisjen me NIPT/NUIS.

Procedura e certifikimit, e cila duhet të paraqitet pranë Ministrisë së Turizmit, fokusohet kryesisht te një hetim paraprak që u paraprin investimeve të IPARD. Kjo është e vetmja lidhje reale me strukturën administrative të Ministrisë së Bujqësisë. Rrjedhimisht, aktet nënligjore udhëhiqen nga vizioni i shprehur në ligjin për turizmin, sipas të cilit agroturizmi duhet të përmbushë funksionin primar të promovimit të turizmit rural, qëllim ky i cili, ndonëse padyshim i dobishëm, nuk lejon shfrytëzimin e plotë të potencialit të një sektori që është me rëndësi thelbësore për zhvillimin e bujqësisë dhe valorizimin e prodhimeve vendase, si dhe për zgjidhjen e problematikave kritike të zonave rurale marxhinale.

Sektorit i nevojitet padyshim një ligj i posaçëm që synon përcaktimin e qëllimeve të tij, kriterëve, kufijve operacionalë, sistemit të monitorimit, rezervimit të emrave, strukturimit të veprimtarive administrative dhe koordinimit midis ministrive.

Kjo bazë ligjore do të duhej të integrohej në kuadrin e një teorie të përgjithshme të fermës shumëfunktionale, që do të gjente zbatim të plotë në një ligj organik për bujqësinë (pra me anë të një reformimi të ligjit 9817 të vitit 2007), me qëllim përmbledhjen e të gjithë fenomenit të bujqësisë në një udhëzues të qartë për operatorët e sektorit dhe zyrat administrative.

<sup>11</sup> <https://turizmi.gov.al/licensa-certifikata-leje/>

Në çdo rast, mbetet me rëndësi thelbësore nevoja për bashkëpunim midis Ministrisë së Turizmit dhe Ministrisë së Bujqësisë, bashkëpunim i cili duhet të shtrihet edhe në fazën e promovimit të sektorit në tregun e turizmit.

Procedura e certifikimit nuk e merr në konsideratë çështjen e pronësisë së tokës. Problemi i pasigurisë së pronësisë së tokës paraqet një pengesë të madhe për krijimin e bizneseve, gatishmërinë për të kryer investime, aftësinë e bankave për të dhënë kredi, potencialin e tërheqjes së investimeve të huaja dhe hartimin e politikave të zhvillimit lidhur me pronat e paluajtshme. Për marrjen e kësaj certifikate, fermerët i paraqesin Agjencisë Rajonale të Ekstensionit Bujqësor (AREB) aktin e blerjes së tokës ose certifikatën e pronësisë apo kontratën e qirasë, së bashku me një kopje të dokumentit të identifikimit. Pra, pronësia e tokës është çështje që lidhet me procedurën e regjistrimit të *fermerit*.

Dokumenti në lidhje me disponueshmërinë e tokës kërkohet për qëllime certifikimi.

Certifikimi është i vlefshëm për pesë vite dhe më pas duhet të rinovohet, gjë që mund t'i marrë shumë kohë tatimpaguesit. Do të ishte më efikase që detyrimi për rinovimin e certifikimit të parashikohej vetëm në rastet kur ka ndryshim të parakushteve subjektive dhe objektive që lidhen me kërkesën për certifikim, duke parashikuar gjithashtu edhe një regjim sanksionesh.

Për të arritur një harmonizim më të mirë të kësaj strategjie me objektivat kombëtare, është e këshillueshme që legjislacioni i ri të përfshijë përdorimin e skedarit FADN, duke hequr kësaj një barrë për qytetarët. Është e rëndësishme të theksohet rëndësia e krijimit të regjistrimit të FADN-së për sigurimin e të dhënave konsistente, sistematike dhe të certifikuara për hartimin e politikave.

Procedura e certifikimit mund të efektivizohet duke thjeshtuar aspekte të caktuara që janë aktualisht të lidhura ngushtë ose me sektorin e turizmit, ose me dhënien e fondeve të IPARD, me qëllim nxitjen e një veprimtarie administrative efikase dhe një veprimi politik më pak të varur nga logjika e investimeve të financuara, që sot janë padyshim me rëndësi thelbësore.

Për këtë qëllim, vlen të theksohet se ekziston një qasje problematike e të drejtës civile ndaj sektorit të bujqësisë, e cila ka prirjen që t'i japë trajtimin, përpunimit ose manipulimit të produkteve një trajtim tatimor të njëjtë me atë të veprimtarive bujqësore, në vend që t'i trajtojë ato si veprimtari tregtare.

Siç cilësohet në studimin “Analiza e agroturizmit në Shqipëri dhe rekomandime për një model agroturizmi shqiptar”, me mbështetjen e Programit për Zhvillimin e Qëndrueshëm Rural (SRD) të Deutsche Gesellschaft für International Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,

bujqësia i nënshtrohet një strategjie tatimore që i trajton të gjitha aspektet e bujqësisë njësoj. Për shembull, një fermë që ndodhet në një zonë marxhinale apo të disavantazhuar, e cila përpunon një produkt dhe e shet atë, i nënshtrohet të njëjtit trajtim tatimor si një biznes i një zone të urbanizuar që thjesht blen qumësht, e përpunon dhe e shet atë. Ky trajtim i barabartë që bën e drejta private dhe legjislacioni tatimor rrezikon ta bëjë sektorin bujqësor jotërheqës, duke kontribuar kështu në dobësimin e vazhdueshëm të sektorit. Nga ana tjetër, lypset që bujqësia në Shqipëri të kthehet sa më shpejt në një sektor tërheqës, veçanërisht për të rinjtë, të cilët aktualisht shkurajohen së tepërmi nga sfidat orografike, burokratike dhe të rentabilitetit që paraqet kjo veprimtari.

Konceptimi i përpunimit, trajtimit, shitjes dhe valorizimit të produkteve bujqësore si veprimtari bujqësore, si dhe tërheqja e veprimtarive tipike dhe atyre jotipike drejt sektorit bujqësor, shoqëruar me politika të favorshme tatimore, të punësimit dhe të sigurimeve shoqërore, përbëjnë parakushte për një politikë zhvillimi për sektorin që do të garantojë që vlera e shtuar të qëndrojë brenda zinxhirit të furnizimit dhe të gjenerojë të ardhura për fermerët. Ky vizion është parakushti që bën të mundur që agroturizmi të konsistojë jo thjesht në restorante apo hotele të thjeshta fshati, por të shërbejë si një forcë shtytëse për zhvillimin e zonave rurale.

Agroturizmi në Shqipëri është një katalizator i zhvillimit rural. Referuar Shoqatës Shqiptare të Agroturizmit, një agroturizëm i vetëm punëson mesatarisht 9 punëtorë të përhershëm (dhe 8 të tjerë sezonalë)<sup>12</sup>, të cilët janë më së shumti anëtarë të familjes, por edhe pjesëtarë të komunitetit vendas. Nga ky këndvështrim, agroturizmi shërben si një instrument për parandalimin e shpopullimit të zonave rurale. Pjesa më e madhe e fermave të agroturizmit zotërohen/menaxhohen nga meshkuj (78%). Megjithatë, duke marrë në konsideratë stafin në tërësi, 61% e tyre janë femra dhe pjesa tjetër janë meshkuj. Kjo tregon se agroturizmi kontribuon vërtet në fuqizimin e femrave në zonat rurale.

Madhësia mesatare e një agroturizmi për nga pikëpamja e sipërfaqes së tokës është 10ha, ndërkohë që kjo mesatare është 1,2ha për fermat bujqësore në Shqipëri. Pra, agroturizmi kontribuon në rritjen e madhësisë së fermave për nga aspekti i sipërfaqes së tokës, kjo për shkak se agroturizmi është një veprimtari e larmishme që ushtrohet në ferma.

Subjektet e agroturizmit menaxhohen më së shumti nga të rinjtë. Kështu, moshë mesatare e sipërmarrësve në agroturizëm është 40 vjeç. Kjo është një shifër premtuese, duke parë situatën aktuale ku të rinjtë po braktisin gjithnjë e më tepër zonat rurale, duke i konsideruar ato si jotërheqëse për të jetuar.

Agroturizmet janë ndërmarrje rurale me një rrjet të gjerë kontaktesh. Të dhënat nga Shoqata Shqiptare e Agroturizmit tregojnë se çdo fermë agroturizmi kryen transaksione ekonomike

---

<sup>12</sup> Numri mesatar i punëtorëve me kohë të plotë në muaj është 11,6.

me rreth 22 fermerë vendas, prej të cilëve ato blejnë prodhime bujqësore vendase. Për më tepër, pjesë e rrjetit të agroturizmit janë, në mënyrë të drejtpërdrejtë apo të tërthortë, edhe operatorë të tjerë ekonomikë, si agjencitë turistike, bizneset e transportit, përpunuesit dhe ndërmjetësit e tjerë të zinxhirit bujqësor të vlerës. Agroturizmi në Shqipëri kontribuon në ruajtjen e peizazheve dhe në shtimin e vlerës së tyre. Gjithashtu, fermat e agroturizmit zbatojnë teknika prodhimi më të qëndrueshme dhe në harmoni me mjedisin. Deri në 60% e produkteve të ofruara nga agroturizmet prodhohen në tokat e tyre dhe bazohen në varietete vendase. Rreth 83,1% e tyre prodhojnë produkte organike (ndonëse vetëm 9% e tyre janë të certifikuara si të tilla), 84,1% e tyre përdorin fara autoktone dhe 65,5% janë në përputhje me standardet HACCP.

Nxitësi kryesor që i shtyn vizitorët të vizitojnë fermat e agroturizmit është ushqimi vendas, pasuar nga akomodimi dhe veprimtaritë rekreative. Një agroturizëm pret mesatarisht 7610 vizitorë në vit. Kohëzgjatja mesatare e një vizitori në një fermë agroturizmi është 2 ditë, ndërsa shpenzimet e tij mesatare janë rreth 40 euro në ditë. Pjesa më e madhe e vizitorëve janë ndërkombëtarë. Për një numër kaq të madh vizitorësh ndërkombëtarë dhe vendas, agroturizmi është një promovues i rëndësishëm i ushqimit vendas dhe i burimeve të tjera vendase.

Tipologjia dominuese mes subjekteve të agroturizmit shqiptar është ajo e fermave që kryejnë edhe veprimtari shërbimi (turizëm), si p.sh. akomodim, veprimtari rekreative dhe shërbime të ushqimit dhe pijeve. Një agroturizëm ka mesatarisht 6 dhoma për akomodim dhe 23 tavolina restoranti.

Ndonëse nuk janë të dokumentuara zyrtarisht, këto të dhëna japin padyshim një panoramë të vlefshme të sektorit, që duket se konfirmon të dhënat pozitive të përfutura nga përvojat e agroturizmit nëpër Evropë.

### **3.2. Përvojat e tjera ndërkombëtare të lidhura me zhvillimin e agroturizmit**

Nga pikëpamja e ofertës, do të ishte e arsyeshme të theksohej se agroturizmi në Shqipëri është ende në fazat e hershme të zhvillimit. Kështu, kuadri ligjor lidhur me industrinë e agroturizmit u prezantua për herë të parë vetëm në vitin 2018, i cili shënoi fazën fillestare të njohjes me këtë fenomen dhe të formalizimit të tij. Duke iu referuar sërish të dhënave të Shoqatës Shqiptare të Agroturizmit, vjetërsia mesatare e agroturizmeve në Shqipëri është 5 vite (më i vjetri është 20-vjeçar). Ndërkohë që në Shqipëri vetëm 25 prej tyre janë të certifikuara zyrtarisht, në Itali ka mbi 25 000 subjekte agroturizmi të certifikuara si të tilla.

Nga pikëpamja e politikëbërjes në Shqipëri, agroturizmi pranohet si një fenomen i konsoliduar dhe si një mjet drejt zhvillimit rural. Megjithatë, krahasuar me vende të tjera ku kjo industri është mjaft e zhvilluar (p.sh. Italia dhe SHBA-të), hartimi i politikave lidhur me agroturizmin është ende në zanafillë. Kështu, në rastin e Italisë, ekzistojnë 112 akte normative të miratuara dhe të zbatuara zyrtarisht lidhur me industrinë e agroturizmit, ndërsa në Shqipëri është miratuar vetëm një VKB dhe 2 akte nënligjore të posaçme. Ky dimension është i rëndësishëm për t'u theksuar, pasi konfirmon se politikëbërja aktive ndikon realisht në zhvillimin e agroturizmit<sup>13</sup>.

Në Itali, agroturizmi është një histori e vërtetë suksesi në sferën e bujqësisë. Ai është perceptuar gjithmonë si një fenomen që i përket sektorit të bujqësisë dhe si një mekanizëm shtytës për zhvillimin e bujqësisë me anë të rritjes së të ardhurave për fermat e vogla dhe të mesme. Përveç faktit që ai i përgjigjet nevojës për rimëkëmbje të trashëgimisë kulturore rurale, e cila është tejet e përhapur dhe ka shpeshherë një vlerë të madhe historike dhe arkitekturore, agroturizmi ka edhe një faktor strategjik që ka fituar njohje të menjëhershme. Ky faktor ka të bëjë me aftësinë e qenësishme të këtij sektori për të shkëputur varësinë e ofertës turistike nga faktori sezonal, si dhe me aftësinë e tij për të shërbyer si një kanal tregtar thelbësor për zinxhirin e shkurtër bujqësor të vlerës. Ky potencial jo vetëm që u realizua plotësisht me Ligjin nr. 96 të vitit 2006, por shërbeu gjithashtu si një pikë qendrore për ligjin e vitit 2001 për orientimin e bujqësisë. Ky ligj, së bashku me ndryshimet e tij të mëpasshme, mundësoi njohjen e veprimtarive të përpunimit, trajtimit, tregtimit dhe valorizimit të produkteve bujqësore si pjesë e bujqësisë shumëfunktionale. Ky zhvillim i bujqësisë italiane i orientuar drejt aspektit shumëfunktional u shoqërua me një politikë fiskale lehtësuese, gjë që tërhoqi investime dhe i dha shtysë prodhimit vendas përkundrejt importeve. Në modelin italian, që e gjejmë të përfaqësuar këtu si shembull të shumëfunktionalitetit, të gjitha potencialet e sektorit bujqësor janë shfrytëzuar plotësisht, nga veprimtaria pritëse e deri te prodhimi i energjisë, nga shitjet e drejtpërdrejta e deri te veprimtaritë edukative e sociale, nga kontraktimi e deri tek ushqimi i përgatitur në rrugë (street food).

Në Itali, modeli i kooperativave dhe i bashkimeve të fermerëve është gjithashtu mjaft i përhapur. Kjo ka kontribuar në aftësinë e sektorit për të mbrojtur interesat sektoriale dhe për të zhvilluar në mënyrë virtuozë zinxhirë të tërë furnizimi. Në këtë aspekt, është me interes studimi i kryer në kuadër të Rrjetit Kombëtar Rural, i quajtur "Ekselenca rurale". Studimi tregon sesi larmishmëria e përvojave të mbledhura dëshmon evoluimin e veprimtarisë shumëfunktionale të fermave. Evoluimi i ofertës së turizmit të fermës i bën zonat rurale më tërheqëse dhe kontribuon në rivitalizimin e tyre. Këto janë ferma të cilat, në

<sup>13</sup> Grillini, G., Sacchi, G., Chase, L., Taylor, J., Van Zyl, C. C., Van Der Merwe, P., ... & Fischer, C. (2022). Vlerësimi cilësor i skemave të mbështetjes së zhvillimit të agroturizmit në Itali, SHBA dhe Afrikën e Jugut. Qëndrueshmëria 14(13), 7903.



përpjekje për të diversifikuar burimet e të ardhurave, jo vetëm që ofrojnë një shërbim, por përcjellin gjithashtu edhe njohuritë, kulturën, historinë dhe aspekte të mjedisit e peizazheve të botës rurale.

Në pothuajse të gjitha këto ferma, oferta tipike me fjetje dhe ushqim plotësohet nga një gamë veprimtarish të ndryshme, që variojnë nga veprimtari didaktike e deri në veprimtari rekreative/edukative, veprimtari stimuluese të shqisave dhe veprimtari të eksperiencave, të cilat kanë për synim që t'i shtyjnë vizitorët të njihen me karakteristikat unike të territorit<sup>14</sup>.

Mundësitë për novacion, kënaqësia e rizbulimit të traditave të lashta dhe kontakti me një publik ndërkombëtar dhe me interes të lartë e ka kthyer agroturizmin në një biznes mjaft tërheqës edhe për të rinjtë dhe gratë. Mjafton të kujtojmë se në Itali, rreth 31,5 për qind e pronarëve të fermave janë gra, ndërsa 10 për qind janë të rinj. Kjo përqindje rritet nëse u referohemi vetëm fermave me veprimtari shumëfunktionale. Për shembull, në fermat që ofrojnë veprimtari edukative, 41% e pronarëve të tyre janë gra, ndërsa në rastin e fermave të agroturizmit, 35% e tyre zotërohen nga gra.

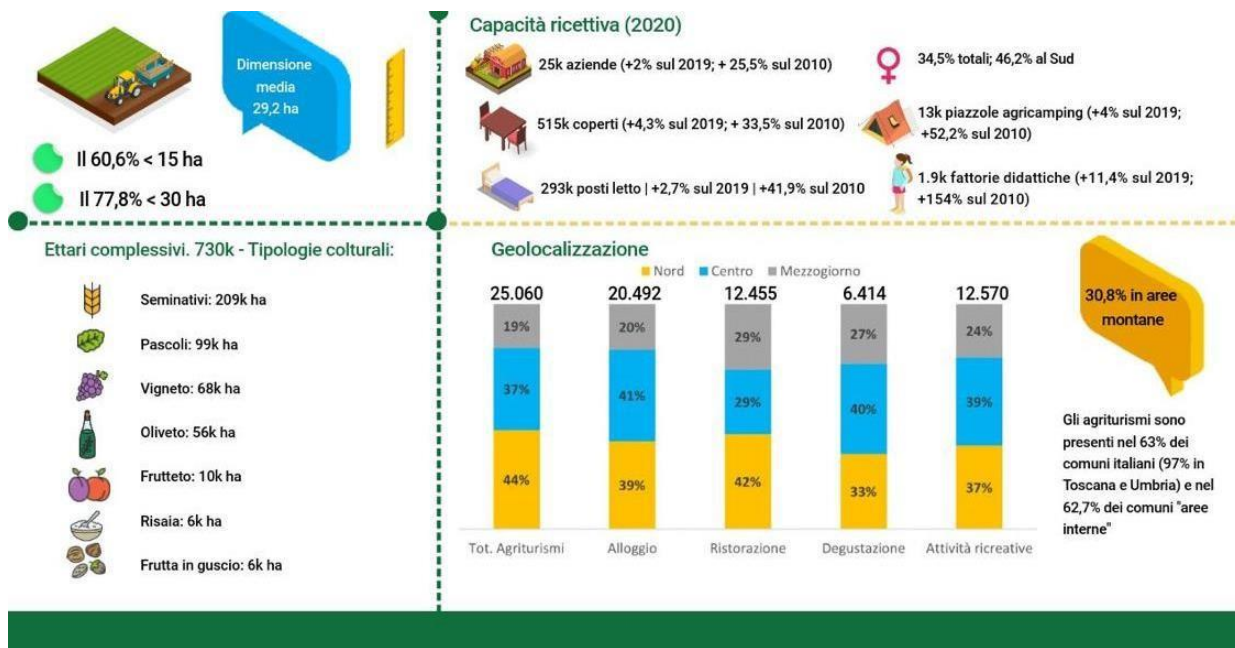
Gjinia femërore përfaqësohet më së shumti nga grupmosha të vjetra, ku roli menaxherial është më në linjë me rolin në familje. Ky fenomen, i cili është i njëjtë në të gjitha vendet e BE-së, konfirmohet në Itali nga të dhënat e censusit që tregojnë një theksim të fenomenit të grupmoshat 65 vjeç e lart.

---

<sup>14</sup> Oferta është mjaft e larmishme dhe arrin të optimizojë burimet e territorit. Për shembull, një fermë organike në Parkun Kombëtar të Pyjeve të Casentino-s ofron ekskursione me guidë, ecje në natyrë për të zbuluar bukuritë e natyrës, apo shëtitje informuese të udhëhequra nga fermerët për t'u njohur me rrugët ku kalojnë kafshët e egra. Ferma ofron gjithashtu mundësinë për të marrë pjesë në "censusin" e ujve brenda parkut. Në Abruzzo, një tjetër fermë organike që ndodhet midis dy parqeve kombëtare dhe një rezerve rajonale, përfaqëson një realitet strategjik për shfrytëzimin e potencialit dhe rritjen turistike të një zone malore marxhinale në risk shpopullimi, e cila ka ruajtur mjaft mirë bukuritë e saj natyrore. Nëpërmjet propozimeve edukative, seminareve (si kurset për çështjet mjedisore, prodhimin organik, proceset e prodhimit të djathit, ushqimet natyrore dhe produktet tipike) e, mbi të gjitha, përvojave, ferma synon të rrisë ndërgjegjësimin, të reklamojë atë çfarë natyra ka për të ofruar dhe të promovojë rizbulimin e vlerave kulturore që lidhen me traditat vendase. Për këtë qëllim, shoqëria është angazhuar në rrjetin e "ushqimit të ngadaltë" dhe në "seminaret e shijes", përvoja të cilat mundësojnë njohjen nga afër me ushqimin për të kuptuar cilësinë e tij, kur është e mundur edhe përmes kontaktit të drejtpërdrejtë me prodhuesit.

Shoqëria ka prezantuar gjithashtu edhe një projekt novator në fushën e turizmit, nëpërmjet të cilit synon t'u lejojë vizitorëve të saj të përfshihen në traditën e lashtë të transhumancës së kopesë gjatë muajve të verës, duke u dhënë atyre mundësinë të jetojnë në kontakt të drejtpërdrejtë me natyrën dhe me komunitetet e fshatrave të vogla malore.

Në Itali, agroturizmi përbën 32% të veprimtarive përkatëse të bujqësisë dhe pësoi rritje edhe gjatë periudhës së pandemisë. Prodhimi i energjisë, i cili në bujqësinë italiane perceptohet si një veprimtari e dobishme për shtimin e të ardhurave të fermerëve, synon parandalimin e përhapjes së impianteve të mëdha të energjisë së rinovueshme për një ndikim sa më të vogël në peizazh dhe për një shpërndarje më të gjerë nëpër territor, duke krijuar një zinxhir të shkurtër furnizimi edhe për energjinë. Afërsisht 35% e veprimtarive përkatëse lidhen me kontraktimin (rreth 14%) dhe me përpunimin, trajtimin dhe shitjen e produktit (21%). Ekzistojnë vetëm agroturizme të certifikuara me rezervim të emrit, në përputhje me kuadrin legjislativ kombëtar dhe ligjet e ndryshme rajonale që mund të përcaktojnë kriteret specifike për verifikimin e prevalencës së veprimtarisë bujqësore. Numri i fermave të agroturizmit në Itali, nga thuhet 25 000, është rritur me mbi 25% në dhjetë vite, ndërsa kapacitetet e uljes në tavolina (rreth 515 000) janë rritur me 33,5% dhe kapacitetet e fjetjes janë rritur me 42% brenda së njëjtës periudhe. Rreth 46% e fermave ndodhen në jug dhe sipërfaqja mesatare e



tyre është 29 hektarë, ndërsa sipërfaqja mesatare e të gjitha fermave italiane është 10 hektarë.

Figura 3. Disa shifra lidhur me agroturizmin në Itali

Në Toskana dhe në Umbria, 97% e bashkive kanë të paktën një agroturizëm, ndërkohë që kjo shifër arrin 31% në zonat malore, gjë që tregon një shpërndarje dhe degëzim unik. Ligji i parë i posaçëm është ligji nr. 730 i vitit 1985.

Ndonëse modeli italian i zhvillimit të agroturizmit konsiderohet si më i miri në mbarë botën, ka edhe vende të tjera në rajonin e Ballkanit që po e konsiderojnë agroturizmin gjithnjë e më shumë si një mundësi për zhvillim rural.

Siç cilësohet në studimin e FAO-RASP<sup>15</sup>, bujqësia është një fenomen tashmë i përhapur në mbarë kontinentin evropian, përfshirë këtu edhe vendet e Ballkanit dhe të Evropës Lindore. Në Kroaci, fermat e para familjare turistike u regjistruan në vitin 1998 dhe operojnë në përputhje me ligjin për biznesin e kateringut<sup>16</sup>. Në Rumani, veprimtaritë e agroturizmit inkurajohen nga qeveria sipas dispozitave të ligjit për turizmin (kreu VI). Megjithatë, agroturizmi konsiderohet më së shumti si veprimtari e turizmit rural. Në Kroaci, agroturizmi (i cili njihet si akomodim në ferma) nisi të zhvillohej nga fundi i viteve 1990 dhe ka pësuar rritje konstante me kalimin e viteve. Sot, në Kroaci ka 352 struktura të regjistruara akomodimi në ferma turistike. Numri më i madh i njësive të regjistruara ndodhet pranë zonave bregdetare. Në rastin e Serbisë, koncepti i agroturizmit përdoret në mënyrë të ndërkëmbyeshme me turizmin rural dhe përkufizohet si akomodim në ferma dhe njësi akomoduese agroturizmi. Agroturizmi në Serbi përkufizohet si një fenomen që u ofron turistëve një “ambient fshati” përmes një përvoje unike ndërveprimi me njerëzit, kulturën dhe natyrën, duke i lejuar ata të shijojnë mënyrën autentike të jetesës në fshat. Në rastin e Greqisë, koncepti i zhvillimit të agroturizmit shfrytëzohet si mjet për mbrojtjen e vlerave tradicionale dhe të trashëgimisë etnografike dhe, për rrjedhojë, ndikimi i tij ekonomik konsiderohet si me rëndësi të madhe për zonat rurale<sup>17</sup>.

Edhe vende të tjera në rajon, si Maqedonia e Veriut, Kosova dhe Mali i Zi, e konsiderojnë turizmin si një mjet për diversifikimin në ferma dhe si një instrument politikëbërës për diversifikimin e veprimtarive të ekonomisë rurale, pra kryesisht atyre që lidhen me turizmin rural.

Megjithatë, në tërësi, ndonëse disa vende aplikojnë rregulla me fuqi detyruese të bazuara në një kuadër ligjor (p.sh. Italia), në vende të tjera, shoqatat private përcaktojnë kryesisht standarde cilësie (p.sh. Austria, Gjermania).

<sup>15</sup> FAO-RASP (2020). Zhvillimi i agroturizmit në Shqipëri, rasti i rajoneve të Malësisë së Madhe, Belshit dhe Korçës. Dokument për shprehje qëndrimi. FAO, Tiranë.

<sup>16</sup> Grgić, I., Zrakić, M., Velaga-Gudelj, A. (2015). Agroturizmi në Kroaci dhe në disa vende të BE-së.

<sup>17</sup> Petrović, M. D., Radović, G., & Terzić, A. (2015). Një panoramë e zhvillimit të agroturizmit në Serbi dhe në vendet e Bashkimit Evropian. *International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM)*, 4(2), 1-14.

### 3.3. Sfida e bujqësisë shumëfunktionale

Modelet objekt i studimit krahasimor, si dhe analiza e sektorit, thjesht e forcojnë bindjen se agroturizmi ka një natyrë strategjike për ekonominë shqiptare. Edhe analiza e tregut të bujqësisë dhe atij të turizmit na tregon se bujqësia dhe turizmi po ndërthuren gjithnjë e më shumë me njëra-tjetrën dhe se strategjitë e ndërmarra në një prej dy sektorëve kanë gjithnjë prirjen të ndikojnë edhe te sektori tjetër. Oferta e bizneseve të agroturizmit po ndryshon, me një theks gjithmonë e më të madh te promovimi, rritja dhe përmirësimi i vlerës së mjedisit dhe ambientit rural,

I takon bujqësisë dhe turizmit shqiptar që të mësojë nga arritjet e shteteve të tjera si Italia, Skocia dhe Greqia. Marrëdhënia midis turizmit dhe bujqësisë është intensifikuar që pas krijimit të konceptit të produktit turistik-territorial, një ofertë e integruar (det, parqe natyrore, mal, art) e ndërthurur me përmbajtje “eksperiencash” që lidhen ngushtë me kontekstin territorial (tradita, ushqim dhe verë, mjedis, kulturë).

Këtu, është me rëndësi thelbësore që të krijohet një lidhje e ngushtë midis bujqësisë, natyrës dhe turizmit. Veprimtaria e pritjes dhe akomodimi bujqësor janë shpeshherë pika e nisjes për kontaktin e turistëve me botën natyrore, qoftë për nga aspekti konjitiv, eno-gastronomik dhe ai i eksperiencave. Gjithashtu, akomodimi në shtretër është një element thelbësor për shfrytëzimin e zonave marxhinale dhe të disavantazuara, të cilat kanë shpeshherë një vlerë të madhe për nga aspekti i peizazhit dhe mjedisit.

Megjithatë, siç tregon edhe përvoja e Italisë, agroturizmi mund t’u përgjigjet nevojave të shumta. Ai ka arritur të përfaqësojë me sukses zhvillimin sektorial, duke vepruar si stimul për modernizimin e fermave dhe për rritjen e kapaciteteve në teknologji dhe në ambiente përpunimi. Por mbi të gjitha, ai është karakterizuar nga valorizimi i të gjitha burimeve që zotërojnë zonat rurale (burime njerëzore, fizike, mjedisore, të peizazhit etj.), duke arritur një shkallë të lartë integrimi midis komponentëve dhe sektorëve të sistemit vendor.

Agroturizmi është, pra, një mundësi e mirë për të ngushtuar hendekun midis zonave rurale më pak të zhvilluara dhe pjesës tjetër të ekonomisë, duke mundësuar rimëkëmbje për zonat në vështirësi e duke i dhënë fund prapambetjes që ka shtyrë shumë të rinj të largohen nga Shqipëria për të gjetur punë gjetkë. Nuk është rastësi që në Shqipëri janë hapur shumë agroturizme të shkëlqyera nga të rinj që kanë përfutur përvoja jashtë shtetit në sektorin e turizmit, në agroturizëm apo në fermat e sektorit të ullinjve dhe vitikulturës. Në këto agroturizme, njohja e potencialit të territoreve të tyre ka nxitur përfutimin e përvojave dhe rritjen e kapitalit.

Agroturizmi është një ndër sektorët e parë që janë në gjendje të mbulojnë të gjitha nevojat për zhvillim të zonave rurale dhe të optimizojnë të gjithë potencialin e zonave bujqësore. Rrjedhimisht, ai duhet të orientohet drejt synimeve specifike më ambicioze, sesa thjesht të kontribuojë në përhapjen e turizmit rural.

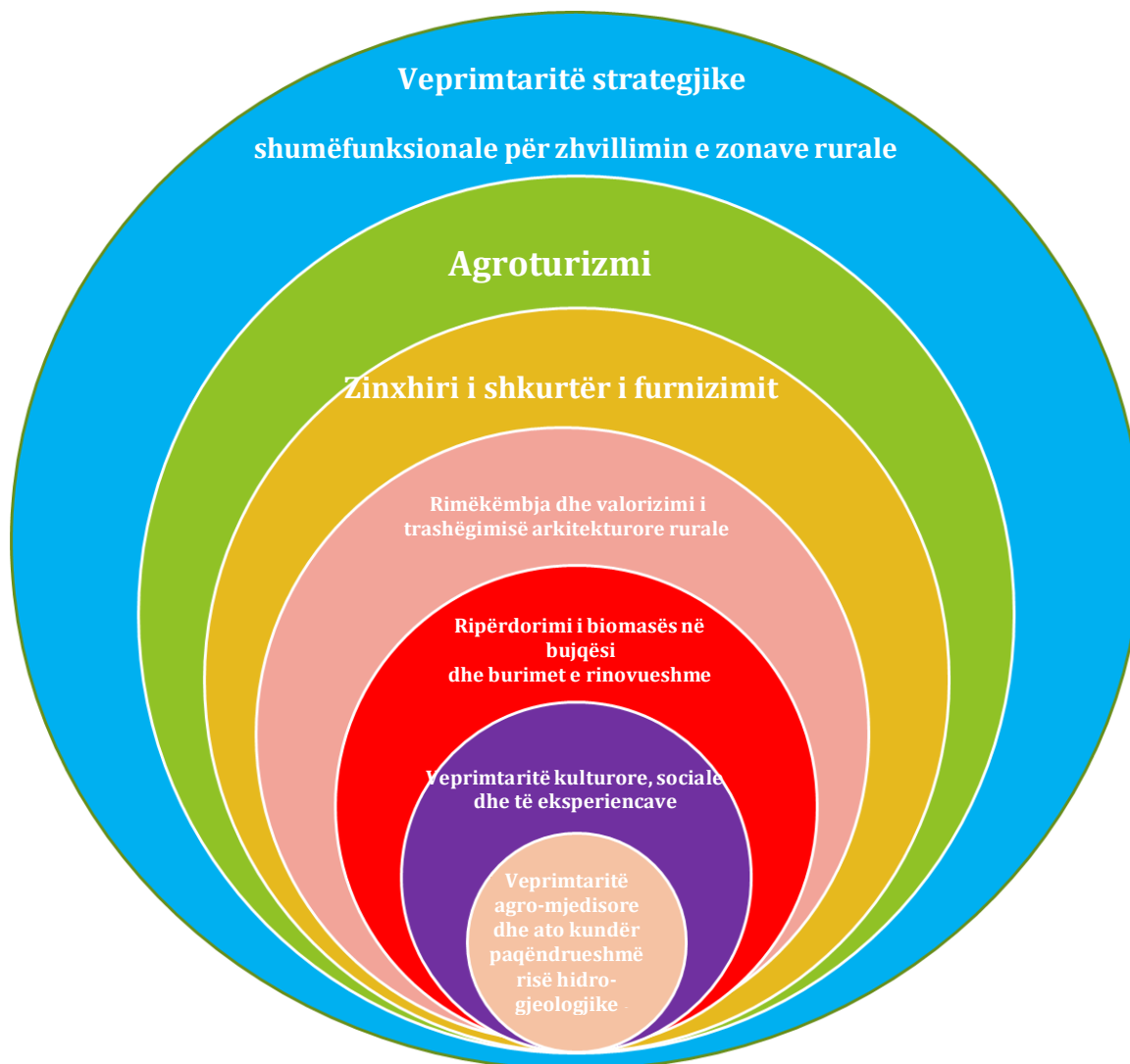


Figura 4. Agroturizmi dhe zhvillimi shumëfunksional

Agroturizmi arrin të shfrytëzojë me sukses potencialin e sferës bujqësore me qëllim zhvillimin shumëfunksional, i cili është me rëndësi thelbësore për përmirësimin e zonave rurale dhe për ofrimin e një veprimtarie pritëse autentike dhe unike, në përputhje me pritshmëritë e tregut dhe të karakterizuar nga një shkallë e lartë aftësisht ripërtëritëse, si dhe nga zotësia për të nxitur “kapitalin vendas” që karakterizon një zonë të caktuar.

### 3.4. Agroturizmi në Shqipëri deri më sot; Mundësitë dhe risqet

Fenomeni i agroturizmit në Shqipëri filloi dhe u zhvillua kryesisht si një fenomen i rritjes së ofertës turistike dhe gastronomike në zonat rurale, pra si një formë turizmi e lidhur me përdorimin e ndërtesave të zonave rurale dhe me përdorimin e produkteve nga fermat përreth agroturizmit apo prodhimeve të vetë agroturizmit. Fenomeni lidhet kryesisht me ushqimin dhe më pak me veprimtarinë pritëse dhe akomodimin. Ky fenomen është tejet i fragmentuar dhe karakterizohet nga një mungesë e homogjenitetit të ofertës në territore të ndryshme të shtetit.

Sektori shqiptar i agroturizmit mund të përfaqësojë një risi dhe zbulim në tregun ndërkombëtar të turizmit. Ai ka padyshim pikat e forta dhe të dobëta të të dy sektorëve, por me karakteristikat e veta të veçanta.

Shqipëria përfshihet në listën e vendeve me potencial të madh për trashëgiminë natyrore, historike dhe kulturore dhe me një numër të madh atraksionesh natyrore, nga bregdeti i Adriatikut dhe i Jonit e deri te parqet kombëtare dhe natyrore, zonat e mbrojtura, ligatinat etj.

Pengesa e parë për shijimin e këtyre zonave natyrore është vështirësia për t'i aksesuar ato, si për shkak të mungesës së një rrjeti rrugor apo mungesës së transportit publik, ashtu edhe për shkak të sinjalistikës së varfër rrugore. Problemi i infrastrukturës rrugore ndikon së tepërmi te strukturat e agroturizmit, të cilat ndodhen pothuajse të gjitha në zona të thella. Nga takimet në terren gjatë studimit "Analiza e agroturizmit" të mbajtur në zonë, si dhe nga takimet konsultative me Shoqatën Shqiptare të Agroturizmit, përpjekjet për promovimin e turizmit në vend pengohen shpeshherë nga pamundësia, veçanërisht për grupet e vogla dhe të mesme të turistëve, për të planifikuar itinerare ose nga koha e tepërt që nevojitet për të arritur destinacione të ndryshme dhe atraksione turistike dhe kulturore.

Monumentet kulturore në Shqipëri, të cilat janë thuhetse 2000, përfaqësojnë një burim thelbësor që e vë vendin tonë në vend të dytë në pellgun e Mesdheut për nga dendësia e monumenteve kulturore. Për fat të keq, mungesa e njohurive lidhur me to dhe vështirësia për t'i aksesuar ato ose mungesa e shërbimeve e zerojnë këtë pasuri të madhe. Në fakt, shifrat e vizitorëve janë në nivele jo të kënaqshme. Gjithashtu, mungon integrimi i burimeve natyrore dhe kulturore që ofrohen nga strukturat e agroturizmit, shpeshherë si të vetmet burime për të ofruar veprimtarinë pritëse në zonat e largëta dhe marxhinale.

Ndërlikimet lidhur me legjislacionin aktual janë të konsiderueshme. Ndonëse lehtësia për të hapur një restorant apo një biznes që ushtron veprimtari pritëse në zonat rurale mund të

theksohet si aspekt pozitiv, konsumatori e ka të pamundur të bëjë dallimin midis dy llojeve të agroturizmit (atij të certifikuar dhe jo të certifikuar) në treg, gjë që krijon konfuzion dhe shpeshherë reputacion të keq lidhur me origjinalitetin dhe karakterin unik të ofertës. Për më tepër, vendimi për të zgjedhur kritere agronomike specifike për certifikim, ndonëse nxitet nga nevoja për të qartësuar kufijtë e ndërhyrjes së shtetit për sa u përket subvencioneve, mbart riskun e kufizimit të mundësive ekonomike dhe të sipërmarrjes për lloje të caktuara fermash. Gjithashtu, lind nevoja që të miratohen ndryshime legislative për përshtatjen e kritereve me nevojat e ndryshueshme të sferës së prodhimit.

Pavarësisht se përhapja e një numri të madh mikro-fermash paraqet, nga njëra anë, një tipar karakteristik, në realitet, problemet lidhur me pronësinë e tokës dhe fragmentimin e pronës së fshatarëve e bëjnë të vështirë tërheqjen e investimeve dhe zbatimin në praktikë të një modeli të stilit italian të fokusuar te prevalenca, duke pasur parasysh numrin e vogël të fermave të regjistruara dhe numrin e kufizuar të shoqërive që janë të afta të shesin lëndë të para dhe produkte bujqësore të gjurmueshme. Gjithashtu, kjo ngadalëson mundësinë e implementimit të një sistemi kontrolli për garantimin e pajtueshmërisë me kërkesat ligjore, dhe paraqet shpeshherë një nivel të lartë kompleksiteti.

Biodiversiteti i pasur i bujqësisë shqiptare, tradita e gjatë e përdorimit të bimëve të egra dhe aromatike, autenticiteti i prodhimeve dhe metodave tradicionale, varietetet e shumta në vreshta dhe ullishte (që përbëjnë përgjithësisht një risi për turistët ndërkombëtarë), prodhimi i mjaltit në zona të largëta dhe marxhinale, mishrat e shkëlqyer dhe kopetë e egra që enden zonave malore i mahnisin turistët dhe i nxisin ata të provojnë, blejnë e eksperimentojnë me prodhimet vendase. Këto thesare shqiptare përbëjnë bazën e një agroturizmi të suksesshëm, i cili arrin të promovojë dhe të rrëfejë historinë e zonës duke dëshmuar njëkohësisht pasurinë e madhe të trashëgimisë rurale: kapitalin njerëzor dhe pasionin e burrave dhe grave që arrijnë të përftojnë edhe prej tokave më të egra prodhime autentike me vlera të mëdha për shëndetin. Kjo mund të arrihet nëse miratohet një infrastrukturë legislative për bujqësinë që i jep përparësi shumëfunksionalitetit, informimit, trajnimit dhe llojit të mirë të burokracisë.

Në këtë kuptim, veprimet e deritanishme të Shoqatës Shqiptare të Agroturizmit përbëjnë një praktikë të mirë, jo vetëm duke përmbushur nevojën për përfaqësim, por edhe duke shërbyer si shembulli i parë i një organi ndërmjetës, një rol që shpeshherë mungon në sferën e bujqësisë, me qëllimin për të siguruar shtrirjen e planifikimit kombëtar dhe ndërveprimin konstruktiv midis bazës së prodhimit dhe qeverisë qendrore në nivelin vendor.

*Tabela 1. Mundësitë dhe risqet për zhvillimin e agroturizmit në Shqipëri*

Mundësitë	Risqet
Pasuria në burime natyrore, edhe nga aspekti i biodiversitetit dhe peizazhit	Mosnjohja e trashëgimisë natyrore dhe e asaj arkeologjike historike
Pjesa më e madhe e territorit është e orientuar drejt prodhimit bujqësor ose drejt përdorimit të burimeve të botës së egër	Ferma të përmasave të vogla që janë shpeshherë rezultat i bujqësisë tradicionale që synon kryesisht plotësimin e nevojave vetjake
Rritja e interesit për produktet tipike, organike, të egra ose shëndetshme	Mungesa e legjislacionit për shumëfunktionalitetin Prodhimi dhe përpunimi i produkteve bujqësore barazohet me transformimin e thjeshtë të produkteve të palëve të treta Mungesa e një certifikimi për markat dhe produktet shqiptare Mosbesimi që ekziston në sferën e bujqësisë ndaj certifikimeve dhe burokracive
Interesi për blerjen dhe konsumin e produkteve nga një zinxhir i shkurtër furnizimi	Vonesat krahasuar me ekonomitë e tjera mesdhetare dhe vështirësitë në rikthimin e produkteve tipike nga periudha përpara komunizmit
Rritja e numrit të përdoruesve të interesuar për aktivitetet në ambiente të jashtme dhe kontaktin me natyrën	Vështirësitë për të aksesuar zonat e peizazheve me vlerë, mungesa e infrastrukturës dhe e transportit publik
Dendësia e ulët e popullsisë dhe peizazhet e gjera të paprekura nga pikëpamja natyrore dhe e ndotjes	Fragmentim ekstrem në fshatrat e vogla pa marketing territorial dhe me një veprimtari të pakoordinuar të bashkive
Aftësia ripërtëritëse e turizmit, dhe në veçanti e agroturizmit	Presioni i tepërt mbi zonat bregdetare që kanë shpeshherë turizëm në masë dhe risku i komprometimit të këtyre zonave nga pikëpamja mjedisore, si dhe përqendrimi i investimeve te turizmi sezonal



Mundësitë	Risqet
Prirja e zonave rurale për turizëm aventuror	Mungesa e shtretërve dhe cilësia e dobët e ofertës, që përkon me perceptimin e zonave larg bregdetit si zona me një ofertë të dobët turistike
Hapja e tregjeve të reja ndërkombëtare nga Ballkani pas heqjes së barrierave tregtare të CEFTA-s	Pasiguritë e lidhura me krizën Rusi-Ukrainë
Tregu i turizmit është ende në kërkim të destinacioneve të reja të pazbuluara, veçanërisht për tregjet anglo-saksone dhe ato të Evropës Veriore.	Mungesa e standardeve të përshtatshme për akomodimin e turizmit ndërkombëtar të nivelit të mesëm dhe të lartë, mungesa e kategorizimit të strukturave dhe konfuzioni lidhur me emërtimin e kategorive të ofertës turistike krahasuar me tregje të tjera
Klima e favorshme për rregullimin e turizmit sipas stinëve	Ndryshimet klimatike
Mundësia e krijimit të një oferte turistike të plotë	Komunikimi i dobët midis operatorëve të ndryshëm në sektorin e turizmit dhe sferës së bujqësisë dhe asaj agro-ushqimore
Lehtësia e lidhjes me zona të tjera turistike, si ato të Italisë, Greqisë, Malit të Zi, Maqedonisë së Veriut, Kosovës etj.	Niveli i ndryshëm i ofertës turistike Mungesa e të dhënave për sektorin dhe hendeku i madh dixhital
Popullsia e re	Shkalla e lartë e emigrimit dhe përfshirja e ulët e grave

## 4. Zgjedhja strategjike: vizioni, misioni dhe prioritetet strategjike

### 4.1 Vizioni

Nxitja e zhvillimit të agroturizmit shqiptar si një demonstrim i një veprimtarie pritëse autentike dhe cilësore, të përhapur në të gjithë territorin, të integruar me kontekstin mjedisor dhe të peizazhit, që arrin të garantojë integrimin e të ardhurave të fermerëve përmes zhvillimit të qëndrueshëm dhe novator, duke ruajtur vazhdimësinë e komuniteteve në zonat rurale dhe malore, si dhe valorizimin e traditës, biodiversitetit dhe potencialit të kapitalit njerëzor, që synon përfshirjen e të rinjve dhe grave, duke krijuar një sipërmarrje dinamike dhe të qëndrueshme, e cila mund të shfrytëzojë potencialin e bujqësisë shumëfunktionale dhe të territorit.

### 4.2 Misioni

Strategjia synon të mbështesë zhvillimin e agroturizmit përmes zbatimit të një qasjeje të bujqësisë shumëfunktionale dhe, rrjedhimisht, të sigurojë një ndikim pozitiv në mirëqenien e komunitetit rural. Gjithashtu, ajo propozon që të kontribuojë në zhvillimin shumëfunktional të proceseve bujqësore, që mund të ofrojnë produkte cilësore dhe të sigurta, duke ruajtur traditën dhe biodiversitetin e territorit, duke shmangur shpërdorimin e ushqimit, ndikimin e praktikave bujqësore të dëmshme dhe përdorimin e pesticideve, përmes përdorimit të Praktikave më të Mira të Menaxhimit dhe nxitjes së prodhimit organik. Strategjia synon gjithashtu të harmonizojë aktivitetin administrativ të ministrisë në fushën e agroturizmit.

Sa i takon zbatimit të vizionit të shprehur dhe përmbushjes së misionit, janë identifikuar dy Prioritetet Strategjike të mëposhtme, bashkë me objektivat specifike përkatëse:

- 1. Përmirësimi i ofertës së agroturizmit të certifikuar**
- 2. Ruajtja e kapitalit vendas dhe njerëzor përmes zhvillimit të qëndrueshëm.**

### 4.3 Prioriteti strategjik 1: Përmirësimi i ofertës së agroturizmit

Përmirësimi i ofertës së agroturizmit, nëpërmjet një rregulloreje të re sektoriale, me fokus te sasia dhe cilësia duke:

- ❖ Ritur numrin e agroturizmeve të certifikuara dhe numrin e shtretërve dhe ulëseve të ofruara, duke u fokusuar kryesisht te territoret dhe zonat me potencialin më të lartë për agroturizëm.

- ❖ Përmirësuar cilësinë e ofertës, përmes ushqimeve dhe verërave tipike dhe autentike, akomodimit dhe aktiviteteve rekreative në përputhje me standardet, që mund të garantojnë një përfshirje në turizmin ndërkombëtar dhe përmes një niveli dixhitalizimi që bën të mundur shfrytëzimin e të gjitha mundësive të tregut.
- ❖ Promovuar shoqatat sektoriale dhe bashkëpunimin ndërmjet palëve të interesit.

### **Objektivat specifike:**

- 1.1 Rritja e numrit të agroturizmeve të certifikuara
- 1.2 Përmirësimi i cilësisë së shërbimeve dhe i veprimtarive pritëse
- 1.3 Rritja e aksesit në dixhitalizim
- 1.4 Lehtësimi i bashkëpunimit ndërmjet sipërmarrësve dhe aktorëve në sektorët e bujqësisë dhe turizmit.

#### **4.3.1 Objektivi specifik 1.1: Rritja e numrit të agroturizmeve të certifikuara**

Ky objektivi synon të rrisë numrin e subjekteve të agroturizmit për të garantuar shfrytëzimin e një territori të fragmentuar dhe të ndërlikuar nga pikëpamja logjistike, kryesisht në zonat malore ose të thella, ku duhet zhvilluar infrastruktura. Masat do të ndihmojnë me qartësimin e konfuzionit aktual në treg, ku ekzistojnë një sërë pseudo-subjektsh të agroturizmit, që shpeshherë janë plotësisht të shkëputura nga aktiviteti bujqësor, të cilat paraqesin konkurrencë të konsiderueshme për agroturizmet e certifikuara si ferma shumëfunksionale.

Formulimi i masave:

Siç u përmend më sipër, shpeshherë kuadri ligjor aktual përbën pengesë ndaj numrit në rritje të fermave agroturistike, si dhe kufizon qëllimet që lidhen drejtpërsëdrejti me zhvillimin e këtij sektori.

Aktualisht, sektori i bujqësisë ka mungesë të rregulloreve të përgjithshme që synojnë përkufizimin e konceptit të një biznesi bujqësor në përputhje me sfidat e sektorit dhe të gatshëm për të shfrytëzuar mundësitë e tregut. Dëshira për të gjetur fillesat e agroturizmit te një fenomen bujqësor nënkupton vlerësimin e zhvillimit shumëfunksional të bujqësisë shqiptare, dhe kjo kërkon një strukturë ligjore, administrative dhe fiskale që synon zhvillimin e një sektori me rëndësi thelbësore për shtetin.

Rrjedhimisht, do të ishte e përshtatshme që të miratohej një ligj që synon përcaktimin e kufijve ndërmjet bujqësisë dhe sektorëve të tjerë, duke kërkuar valorizimin e të gjithë potencialit të ofruar nga shumëfunksionaliteti i botës së bujqësisë dhe duke maksimizuar

përdorimin e fondeve ekzistuese përmes kanalizimit të tyre drejt zonave rurale që kanë vështirësitë më të mëdha për t'u zhvilluar.

Nga ana tjetër, ligji për agroturizmin do të ketë këto detyra: të përcaktojë qëllimet e sektorit, duke dhënë një përkufizim për agroturizmin, duke identifikuar aktivitetet që mund të ushtrohen (përfshirë këtu aktivitetet edukative dhe sociale); të përcaktojë kriteret për certifikim, kompetencat dhe procedurat administrative, kriteret për rezervimin e emrave, si dhe zhvillimin e sistemin e monitorimit dhe të sanksioneve.

Ligji për agroturizmin duhet të rregullojë edhe peshkimin turistik, duke e konsideruar atë një lloj aktiviteti shumëfunktional, që ka të njëjtin qëllim dhe potencial me agroturizmi dhe që kryhet nga sipërmarrësit për qëllime peshkimi dhe mbarështimi të peshqve. Kjo do të lehtësonte lidhjen me turizmin në zonat bregdetare dhe do të nxiste investimet në sektorin e mbarështimit të peshqve, duke e bërë më të larmishme ofertën gastronomike të agroturizmit dhe duke pasur një ndikim pozitiv te objektivi specifik 1.2.

Sapo të jetë identifikuar kompetenca pranë Ministrisë së Bujqësisë, procedura e re e certifikimit do të zbatohet me dekret ministror. Në planin afatshkurtër, parashikohet që baza për vlerësimin e komponentit objektiv të parakushteve për regjistrim, d.m.th. të dhënat agronomike, do të merren ex officio nga regjistri i FADN-së. Do të ishte e përshtatshme të merrej në konsideratë edhe mundësia e zbatimit të regjistrit të FADN-së bashkë me të dhënat agroturistike të fermës, sapo të merret certifikimi. Kjo bëhet në mënyrë që të disponohen të dhëna të agreguara për madhësinë e shoqërisë, të cilat mund të përdoren për të monitoruar performancën e strategjive dhe për të marrë të dhëna që janë aktualisht tejet të fragmentuara apo, në disa raste, joekzistente. Masat e Strategjisë Kombëtare për Zhvillimin Rural lidhur me Regjistrin e Fermerit dhe sistemin e identifikimit të parcelave përbëjnë bazën e regjistrit të FADN-së dhe sigurisht që do të jenë parakusht për certifikimin. Kështu që procedura nuk duhet të bazohet në hetimin paraprak për marrjen e fondeve publike, por në një procedurë administrative të thjeshtuar.

Delegimi i kompetencës administrative kërkon riorganizimin dhe përmirësimin e zyrave, të cilat, përmes trajnimeve specifike, do të jenë në gjendje që t'u përgjigjen me shpejtësi nevojave të përdoruesve dhe të garantojnë përpunim të shpejtë.

Mospërmbushja e parakushteve të certifikimit në regjistrin e FADN-së do të rezultojë në mosdhënie të certifikimit. Certifikimi nuk ka afat përfundimi dhe nuk duhet të rinovohet, përveç rasteve kur ka ndryshime në kërkesat minimale objektive ose subjektive. Rrjedhimisht, Regjistri i Fermerit do të plotësohet me të dhëna sipas zhvillimit të fermës. Gjatë hartimit të kriterëve të reja të certifikimit duhet të merret në konsideratë fakti nëse duhen ruajtur disa lloje të caktuara dokumentesh të nevojshme. Kërkesa për marrëveshje me guidat turistike paraqitet jokonsistente lidhur me konceptin shumëfunktional të fermës,

ndërsa do të ishte e përshtatshme që të hiqej kërkesa për një plan biznesi, duke qenë se kjo kërkohet për financimet në kuadër të programit IPARD ose për financimet e tjera publike apo nga donatorët.

Ekziston nevoja për një studim të transpozuar në një akt administrativ që mund të orientojë strategjinë më afër objektivave reale dhe nevojave të territoreve, si dhe për të identifikuar zonat bujqësore që kanë zhvillim kompleks.

Planet strategjike, sa i takon ndarjes sipas zonave, nuk përfshijnë specifikimin për sektorin e agroturizmit.

#### **Masat:**

- 1.1.1 Miratimi i ligjit kuadër për bujqësinë dhe shumëfunktionalitetin (masë ndërsektoriale).
- 1.1.2 Miratimi i ligjit për agroturizmin dhe peshkimin turistik (masë ndërsektoriale).
- 1.1.3 Zhvillimi i departamentit të agroturizmit dhe i procedurës së re të certifikimit.
- 1.1.4 Optimizimi i regjistrit të FADN-së, edhe për procedurën e certifikimit dhe të dhënat e agroturizmit.
- 1.1.5 Promovimi i një studimi të zonave me interes për agroturizmin dhe integrimi i tij me një studim të zonave që kanë vlerën më të lartë natyrore, historiko-kulturore dhe të peizazhit dhe që kanë prodhime me vlerë të shtuar dhe të lartë (vaj, verë etj.).
- 1.1.6 Zhvillimi i informacionit për territoret dhe promovimi i masave ekzistuese për diversifikim të turizmit rural dhe të agroturizmit.

#### **Treguesit:**

1. *Miratimi i ligjit kuadër për bujqësinë dhe shumëfunktionalitetin brenda vitit 2025.*
2. *Miratimi i ligjit për agroturizmin dhe peshkimin turistik brenda vitit 2025.*
3. *Numri i agroturizmeve të certifikuara: Numri i të dhënave hyrëse për strukturat e certifikuara të agroturizmit - n°25; Treguesi i synuar - 100 agroturizme të certifikuara deri në vitin 2027.*
4. *Miratimi i procedurës së re të certifikimit.*
5. *Zgjerimi i stafit në departamentin e agroturizmit.*
6. *Përdorimi i regjistrit të FADN-së për qëllime certifikimi brenda vitit 2027.*
7. *Studim për zonat agroturistike më me interes dhe me vlerë më të lartë.*
8. *Numri i eventeve në vit, në zona të ndryshme të Shqipërisë, të planifikuara në bazë të planit studimor të masës 1.1.5 për zhvillimin e fondeve.*

#### 4.3.2 Objektivi Specifik 1.2: Përmirësimi i cilësisë

Përmirësimi i cilësisë së shërbimeve dhe i veprimtarive pritëse në sektorin e agroturizmit, duke rritur më tej numrin e operatorëve të certifikuar, është thelbësor për të garantuar uniformitetin, të paktën në lidhje me standardet minimale, sa i takon ofertës së akomodimit dhe të shërbimit të vakteve. Agroturizmi duhet të përmbushë pritshmëritë e tregut në lidhje me mjediset dhe produktet e shëndetshme, pastërtinë e ambienteve, përmirësimin e produkteve vendase dhe të fermës, kapacitetin për të treguar historikun e territorit, si dhe për të garantuar dhe mbështetur qëndrueshmërinë dhe përfshirjen sociale.

##### **Formulimi i masave:**

Objektivi i përfitimit të një klientele ndërkombëtare dhe vendosja në një pozitë konkurruese në sferën e turizmit kërkon arritjen e disa standardeve minimale specifike për agroturizmet e certifikuar.

Në bashkëpunim me Ministrinë e Shëndetësisë dhe me atë të Turizmit, do të përgatitet një udhëzues për standardet minimale që do të zbatohen për sektorin e ushqimit dhe veprimtarive pritëse, për të ofruar mbështetje të qartë dhe të menjëhershme për bizneset, si dhe për standardet e kërkuara nga aktorët ndërkombëtarë në fushën e turizmit.

Në reformën legjislative të paraqitur në masën nr. 1.1.2, do të përfshihet një kurs trajnimi i detyrueshëm prej të paktën 90 orësh në lidhje me kuadrot rregullatorë dhe fiskalë, sigurinë në punë, sigurinë ushqimore dhe analizën e rreziqeve dhe e pikave kritike të kontrollit (HACCP), rregulloret e higjienës dhe të shëndetësisë dhe për aspektet e tjera bazë për të nisur një biznes etj.

Në kuadrin e ofertës turistike të Shqipërisë konstatohet një përdorim jouniform i kategorizimeve të strukturave akomoduese, si dhe i përdorimit dhe vlerësimit përmes yjeve. Agroturizmi mund të përbëjë, duke marrë parasysh numrin e ulët të strukturave, një sektor të shkëlqyer për të vendosur një praktikë të mirë lidhur me kategorizimin dhe përdorimin e tij. Duke i diferencuar strukturat agroturistike sipas cilësisë së shërbimeve të ofruara (tualet, ajër i kondicionuar, internet falas, ngrohje, përvoja...), zgjedhjet e qëndrueshme (prodhime organike, kursim energjie, prodhim energjie nga burime të rinovueshme), llojit të prodhimeve të shoqërisë dhe produkteve të përdorura gjatë administrimit (Specialitete Tradicionale të Garantuara (STG), (Tregues Gjeografikë të Mbrojtur (TGJM), Emërtime Origjine të Mbrojtura (EOM)). dhe certifikimeve, është e mundur që konsumatorët të orientohen më mirë dhe t'i japin një vlerë më të madhe ofertës së agroturizmit, si dhe të udhëzojnë sipërmarrësit drejt standardeve më të larta. Vendosja e standardeve minimale të përbashkëta dhe subjektet e mbrojtura dhe të certifikuar të agroturizmit, që janë objekt i kategorizimeve, përbëjnë parakushtin për krijimin e një marke të përbashkët për

Agroturizmin Shqiptar të Certifikuar, duke lehtësuar përfshirjen e subjekteve të agroturizmit në tregun e turizmit.

Tregu i turizmit, veçanërisht tregu turistik vendas, nuk mund të kufizohet thjesht te turizmi sezonal. Horizonti duhet zgjeruar edhe te shërbimet e veprimtarive pritëse që karakterizohen nga një rëndësi sociale dhe edukative dhe që i përgjigjen nevojës për të lidhur qytetet me zonat rurale, si dhe për ta bërë bujqësinë një element të identitetit dhe kulturës. Veprimtaritë agroturistike përfshijnë edhe aktivitetet edukative dhe sociale, të cilat kanë shumë rëndësi në diversifikimin e ofertës dhe në përfshirjen e grave dhe të rinjve. Agroturizmi edukativ ose social mund të shërbejë si urë lidhëse ndërmjet zonave urbane dhe rurale, si dhe të zbatojë nisma sociale në zonat ku disponueshmëria e shërbimeve dhe aktivitetëve është më komplekse. Në këtë mënyrë, agroturizmi funksionon si rrjet socializimi.

### **Masat:**

- 1.2.1 Miratimi i kartës së cilësisë për veprimtaritë pritëse në Shqipëri dhe i udhëzuesit të standardeve për termat e higjienës së ambienteve dhe sigurisë ushqimore.
- 1.2.2 Miratimi i një kursi të detyrueshëm trajnimi prej të paktën 90 orësh.
- 1.2.3 Përfshirja e kategorisë së fermave sociale në ligjin për agroturizimin (veprimtaritë me bazë edukative dhe sociale).
- 1.2.4 Kurs trajnimi i detyrueshëm prej të paktën 60 orësh, që nevojitet për të marrë certifikimin si fermë sociale.
- 1.2.5 Promovimi i njohjes së praktikave më të mira të agroturizmit dhe i bujqësisë shumëfunktionale përmes takimeve në rang territori dhe përmes publikimeve.
- 1.2.6 Promovimi i ceremonisë së çmimeve të ekselencës për agroturizmin shqiptar (5 fitues në 5 kategori të ndryshme: ekselencë në ushqim; ekselencë në veprimtarinë e pritjes; ekselencë në qëndrueshmëri; ekselencë në përfshirje sociale; ekselencë në bujqësi).
- 1.2.7 Miratimi i një klasifikimi të bazuar te shërbimet dhe aktivitetet dhe në kontekstin historiko-kulturor dhe të peizazhit, si dhe te qëndrueshmëria dhe gjithëpërfshirja e ofertës së agroturizmit.
- 1.2.8 Promovimi i kurseve të trajnimit në gjuhë specifike për sektorin e veprimtarive pritëse dhe të kateringut, dhe të rregulluar sipas fjalorit të nevojshëm për përvojat e konsumit të ushqimit dhe verës.
- 1.2.9 Hartimi i një Studimi për strukturat agroturistike që mund të aksesohen nga personat me aftësi të kufizuara. Inkurajimi i agroturizmit që ofron shërbime për personat me aftësi të kufizuara, duke përfshirë edhe elemente të heqshme.
- 1.2.10 Miratimi dhe promovimi i markës Agroturizëm Shqiptar i Certifikuar (CAA)

### **Treguesit:**

1. *Miratimi i kartës së cilësisë*
2. *Miratimi i udhëzuesit*
3. *Miratimi i kursit të detyrueshëm të trajnimit*
4. *Miratimi kuadrit ligjor për fermat sociale*
5. *Numri i personave të trajnuar në kursin e detyrueshëm të agroturizmit, 100 persona deri në vitin 2024 dhe 200 persona deri në vitin 2027.*
6. *Numri i fermave sociale të certifikuara, 50 deri në vitin 2027.*
7. *Numri i personave të trajnuar në kursin e detyrueshëm për bujqësinë sociale, 50 persona deri në vitin 2027.*
8. *Studim për praktikat më të mira të agroturizmit në Shqipëri ndërmjet viteve 2025 dhe 2027.*
9. *Realizimi i seminarit praktik nr. 6 mbi territorin, për të ndarë rezultatet e studimit me 300 pjesëmarrës brenda vitit 2027.*
10. *Publikimi i praktikave më të mira në sektorin e agroturizmit.*
11. *Organizimi i ceremonisë së çmimeve të ekselencës për agroturizmin shqiptar çdo 2 vite, që nga viti 2025.*
12. *Numri i personave të trajnuar për njohuri mbi gjuhët e huaja, 100 persona brenda vitit 2027.*
13. *Studim për veprimtaritë pritëse në raport me personat me aftësi të kufizuara.*
14. *Miratimi i klasifikimit të strukturave agroturistike brenda vitit 2025.*
15. *Miratimi i markës CAA brenda vitit 2025.*

### **4.3.2 Objektivi specifik 1.3.: Rritja e aksesit në dixhitalizim**

Agroturizmi si një praktikë e mirë për rritjen e aksesit në dixhitalizim: sektori i turizmit kërkon një kapacitet të lartë për të shfrytëzuar potencialin e rrjeteve sociale dhe të mjeteve dixhitale. Gjithnjë e më shumë, përdoruesit po kërkojnë një përvojë gjithëpërfshirëse që mund të ndahet me të tjerët, duke shumëfishuar kështu marketingun e territorit. Përvoja dixhitale është tashmë pjesë e vlerësimit të përgjithshëm të klientit në lidhje me akomodimin e rezervuar apo vaktet e shërbyera, si dhe me produktet e blera në internet ose me zgjedhjen e aktiviteteve që mund të bëhen gjatë pushimeve. Krahas të qenit një mjet i domosdoshëm për kryerjen e rezervimeve, mjeti dixhital mund të kthehet në një sistem që garanton marrjen e të dhënave nga sektori dhe lehtëson përfshirjen e shoqërive në përdorimin e platformave që synojnë reduktimin e burokracive dhe lehtësimin e komunikimit ndërmjet sipërmarrësit dhe aktiviteteve administrative dhe promovuese.

### **Formulimi i masave:**



Për tregun e turizmit, por edhe për shitjen e drejtpërdrejtë të produkteve, mjetet dixhitale, mediat sociale dhe interneti shërbejnë si aleatë për hapjen e shoqërive dhe për një zhvillim më të shpejtë të pozitës në treg, në rang kombëtar por veçanërisht edhe në atë ndërkombëtar. Vetë përvoja e udhëtimeve është tashmë e rrethuar nga përvoja dixhitale: udhëtarët gjithnjë e më shumë i bëjnë zgjedhjet e tyre përmes kontrollit në internet sa i takon reputacionit të një shoqërie apo një destinacioni dhe po marrin gjithnjë e më shumë pjesë drejtpërsëdrejti në promovimin e destinacioneve dhe ndarjen e përmbajtjeve dhe përvojave.

Rrjedhimisht, kemi një pritshmëri të lartë të përdoruesve lidhur me aspektin dixhital sa i takon destinacionit të pushimeve, si dhe lidhur me përvojën e psonisjes. Në një botë ku blerjet po bëhen gjithnjë e më tepër përmes platformave dixhitale, bizneset e vogla po e hasin sfidën, por edhe mundësinë, që të kenë prezencë në internet dhe media sociale, me përmbajtje të dobishme dhe opsione blerjeje mirëfunktionale ose sisteme rezervimi që ecin me hapin e teknologjisë. Përdorimi i saktë i këtyre mundësive lejon zhvillimin e shpejtë të pozitës në treg me kosto shumë të ulët. Por ndonjëherë, kjo arrihet përmes trajnimit të duhur të operatorëve të sektorit (agroturizëm, ferma, tregje fermerësh, shoqata fermerësh, guida turistike) të cilët, nëse edukohen siç duhen, mund të jenë promovuesit e vërtetë të territorit dhe zonave rurale.

Përhapja e dixhitalizimit e bën më të lehtë që administrata publike të shpërndajë shërbimet në internet, dhe i jep mundësinë përdoruesve që të jenë pjesë e strategjive duke propozuar evente, përvoja, oferta ose që të komunikojnë të dhëna të vlefshme për një panoramë statistikore të sektorit. Përmes përdorimit të mjetit dixhital, qytetarët dhe sipërmarrësit dëshmojnë rëndësinë e një burokracie etike, që është parakusht për zbatimin e planeve strategjike, përdorimin e fondeve publike dhe për përhapjen e një kulture më moderne të biznesit.

Përmes mjetit dixhital, mund të reduktohet distanca dhe mund të zbatohen politikat në zonat e marxhinalizuara dhe në territoret tejet të fragmentuara, si dhe qytetarëve mund t'u komunikohen mundësitë ekzistuese.

Investimet në rrjetin broadband, financimi i harduerëve dhe softuerëve për bizneset, përdorimi i teknologjive wireless dhe përdorimi i një rrjeti falas të Wi-Fi, janë elemente të domosdoshme për arritjen e objektivave të strategjisë.

### **Masat:**

1.3.1 Promovimi i investimeve broadband, dhe i teknologjive wireless, në zonat rurale.

1.3.2 Zhvillimi i portalit të agroturizmit në Shqipëri edhe për komunikimin e mbërritjeve dhe largimeve të vizitorëve, me gjenerim automatik të statistikave. Përfshirja në portal e fermave që ofrojnë përvoja - dyqane organike pranë fermave dhe tregje fermerësh.

- 1.3.3 Përmirësimi i portalit përmes informacionit sektorial, nëpërmjet komunikimit të ndërsjellë mbi aktivitetet promovuese, eventet dhe ofertat.
- 1.3.4 Inkurajimi i promovimit të sistemit të Menaxhimit të Marrëdhënieve me Klientin (CRM), motorëve online të rezervimit dhe menaxherëve online të kanaleve përmes financimit ose blerjes së harduerëve dhe softuerëve, si dhe trajnimeve specifike.
- 1.3.5 Promovimi i kursit bazë të trajnimit për përdorimin e mjeteve të TI-së dhe shitjeve në internet përmes Agjentëve në Internet për Udhëtimet (OTA), motorëve online të rezervimit të drejtpërdrejtë, menaxherëve online të kanaleve dhe përmes tregtisë elektronike.
- 1.3.6 Promovimi i njohurive dhe përdorimi i portaleve të administratës publike, që ofrojnë shërbime për bizneset dhe qytetarët.
- 1.3.7 Promovimi i kurseve të trajnimit për mediat sociale, si dhe i trajnimeve të fokusuara në marketing - kryesisht trajnime për të rinjtë dhe gratë.
- 1.3.8 Program për Wi-Fi falas.
- 1.3.9 Përgatitja e një udhëzuesi mbi reputacionin dhe optimizimin e përvojës dixhitale të vizitorëve.

#### **Treguesit:**

1. *Shuma e fondeve të përdorura për të mundësuar rrjetin broadband duke përfshirë transmetimin wireless, në zonat rurale dhe të disavantazuara.*
2. *Krijimi i portalit për agroturizmet e certifikuara në Shqipëri.*
3. *Përfshirja e subjekteve 100% të certifikuara të agroturizmit në portal, duke përfshirë profilin e tyre të plotë.*
4. *Numri i agroturizmeve të financuara për blerjen e pajisjeve teknologjike dhe softuerëve, 40 brenda vitit 2027.*
5. *Numri i personave të trajnuar përmes kurseve për softuerët për qëllime turizmi, 100 brenda vitit 2027.*
6. *Numri i personave të trajnuar për marrjen e njohurive dhe përdorimin e portaleve të administratës publike, 100 brenda vitit 2027.*
7. *Numri i personave që kanë kryer kurse trajnimi për mediat sociale, si dhe trajnime të fokusuara në marketing - kryesisht trajnime për të rinjtë dhe gratë, 200 brenda vitit 2027 (60% të rinj dhe gra).*
8. *Numri i fermave me Wi-Fi falas, 100 brenda vitit 2027.*

#### **4.3.3 Objektivi specifik 1.4.: Lehtësimi i bashkëpunimit ndërmjet sipërmarrësve dhe aktorëve të tjerë në sektorët e bujqësisë dhe turizmit.**

Promovimi i shoqatave sektoriale dhe i bashkëpunimit ndërmjet palëve të interesit: sektori i turizmit arrin që të shfrytëzojë të gjitha mundësitë e tregut kur merr trajtën e një sistemi që lidh aktorët e ndryshëm sektorialë. Krahas kësaj, fragmentimi i territorit dhe madhësia e vogël e shoqërive kanë nevojë për agregim, në mënyrë që të mundësohet qarkullimi vertikal dhe dydrejtimësh (qeveri-qytetar-qeveri) i nevojave dhe zgjidhjeve sektoriale, i informacionit dhe trajnimit, si dhe i konsulencës dhe pikave kritike.

### **Formulimi i masave:**

Një destinacion turistik është i suksesshëm dhe ka prezencë në treg nëse aktorët e sektorit të turizmit arrijnë të zhvillojnë plane, burime dhe njohuri të përbashkëta.

Kalimi drejt kompetencës administrative mund të rezultojë në integrimin e paplotë të agroturizmit në politikat e turizmit, gjë që do të ishte një hap pas për turizmin shqiptar, duke marrë parasysh kapacitetin e shkëlqyer të këtij sektori për të qenë një atraksion i mrekullueshëm për të gjithë sektorin dhe një instrument strategjik për ofertën jashtë sezonit turistik. Për këtë arsye, është shumë e rëndësishme përfshirja e ministrive përkatëse dhe e përfaqësuesve të shoqërive në elementet e ofertës dhe politikave, duke integruar veprimtaritë pritëse me burimet e ushqimit dhe verërave të botës së agroturizmit.

Të gjitha veprimtaritë pritëse mund të përfitojnë nga përvojat atraktive agroturistike, të ofruara turizmi i verës dhe ai kulinar në zonat rurale. Prandaj, është e rëndësishme që të krijohet një model bashkëpunimi ndërmjet turizmit rural dhe tradicional, edhe përmes mjeteve dixhitale.

### **Masat:**

- 1.4.1 Promovimi i përfshirjes me shoqatat më përfaqësuese të sektorit të agroturizmit dhe MBZHR-së, në kuadër të Grupit Tematik për Zhvillimin e Turizmit dhe Mjedisit dhe Prefektët e Qarqeve, të kryesuar nga Zëvendësministri i Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit, përgjegjës për sektorin, sipas Vendimit të Këshillit të Ministrave, nr. 157, datë 22.10.2018”.
- 1.4.2 Studimi krahasimor me shoqatat më përfaqësuese për të verifikuar pikat kritike të sistemit dhe nevojat administrative dhe rregullatore për përmirësim, përmes një ankete vjetore. Ngritja e Këshillit Kombëtar për Agroturizmin dhe Bujqësinë Shumëfunktionale (MBZHR, MTM, Ministria e Shëndetësisë, përfaqësues të AKPA-s, përfaqësues të shoqatës së agroturizmit, përfaqësues të shoqatës së fermerëve, përfaqësues të bashkive etj).
- 1.4.3 Zhvillimi dhe promovimi i Programit #AlBe, që është program ndërgjegjësues për ndarjen e përvojave në fermë në rrjetet sociale përmes shoqatës të agroturizmit dhe vizitorëve duke zhvilluar një konkurs vjetor për përdorimin e një hashtagu të përbashkët.

- 1.4.4 Promovimi i seminareve praktike me Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit lidhur me eventet biznes-biznes (B2B) për operatorët turistikë, palët e interesit në sektorin e turizmit, operatorët e sektorit të bujqësisë dhe fermat shumëfunktionale (përfshirë prodhuesit e verës, djathit, vajit të ullirit), për të krijuar mundësi biznesi, për të zhvilluar oferta që synojnë rregullimin e turizmit sipas sezoneve, si dhe zhvillimi i paketave që krijojnë lidhje ndërmjet zonave bregdetare dhe zonave jobregdetare.
- 1.4.5 Nxitja e zhvillimit të itinerareve turistike që gërshetojnë operatorët turistikë tradicionalë, agroturizmin dhe përvojat në fermë, si dhe synojnë të rrisin zhvillimin e ofertës jashtë sezonit turistik.
- 1.4.6 Promovimi i eventeve B2B me agjencitë turistike shqiptare dhe operatorët turistikë përmes ekskursioneve në ferma, në subjekte të certifikuara të agroturizmit, në ferma të prodhimit të verës, të vajit të ullirit, në ferma me prezencë afatgjatë në treg dhe që realizojnë shitje të drejtpërdrejta.

#### **Treguesit:**

1. Përfshirja e një përfaqësuesi të agroturizmit dhe e një përfaqësuesi të MBZHR-së në Grupin Tematik për Zhvillimin e Turizmit dhe Kulturës dhe Prefektët e Qarqeve.
2. Ngritja e Këshillit Kombëtar për Agroturizmin dhe Bujqësinë Shumëfunktionale (KKABSh) brenda vitit 2025, sipas ligjit të parashikuar në masën 1.1.2.
3. Takime tremujore të KKABSh-së, duke përfshirë raportet vjetore.
4. Zhvillimi i konkursit në kuadër të programit #ALBe, brenda vitit 2025.
5. 1 seminar praktik dhe 1 event B2B për aktorët e turizmit brenda vitit 2026, dhe organizimi i 6 seminareve praktike/eventeve deri në vitin 207.
6. 1 ekskursion edukativ (familiarization tour) në një agroturizëm të certifikuar dhe fermë shumëfunktionale për operatorët turistikë dhe agjentët turistikë brenda vitit 2025.

#### **4.4 Prioriteti strategjik 2: Ruajtja e kapitalit vendas dhe njerëzor përmes zhvillimit të qëndrueshëm**

Në mënyrë që të shmanget humbja e kapitalit njerëzor, biodiversitetit dhe traditës, veçanërisht në zonat e disavantazuara dhe të marxhinalizuara, duhet mundësuar zhvillimi shumëfunksional dhe i qëndrueshëm i fermave, duke inkurajuar përfshirjen e të rinjve dhe grave.

- ❖ Zhvillimi i kapitalit njerëzor dhe vendas i zonave të disavantazuara dhe të marxhinalizuara për të ngadalësuar ciklin e përkeqësimit.
- ❖ Promovimi i përfshirjes së të rinjve dhe grave për të frenuar emigracionin.

- ❖ Promovimi i zhvillimit të qëndrueshëm të orientuar drejt prodhimit organik, ruajtjes së energjisë, burimeve të rinovueshme të energjisë dhe parandalimit të shpërdorimit të ushqimit.
- ❖ Mbrojtja dhe promovimi i biodiversitetit dhe i produkteve tipike, duke përmirësuar produktet e prodhuara në Shqipëri.

### **Objektivat specifike:**

- 2.1 Lehtësimi i vazhdimësisë së punës së fermerëve në zonat e disavantazuara
- 2.2 Përfshirja e grave dhe të rinjve
- 2.3 Zhvillimi i qëndrueshëm
- 2.4 Përforcimi i karakterit unik të prodhimeve bujqësore shqiptare

#### **4.4.1 Objektivi Specifik 2.1: Lehtësimi i vazhdimësisë së punës së fermerëve në zonat e disavantazuara**

Ndërprerja e ciklit të përkeqësimit në zonat rurale, duke lehtësuar vazhdimësinë e punës së fermerëve në zonat e disavantazuara: nëse nuk ka zhvillim bujqësor, një zonë është e destinuar të rrënohet, të braktiset dhe të degradohet dhe rrjedhimisht të jetë më pak tërheqëse për të gjithë sektorin e turizmit. Vazhdimësia e punës së fermerëve në zonat rurale është prioritet edhe për rikuperimin e trashëgimisë rurale dhe mbijetesën e fshatrave.

#### **Formulimi i masave:**

Udhëtarët që eksplorojnë Shqipërinë, përmes njohjes me traditat dhe historikun e popullit, zbulojnë identitetin tipik të kombit. Ata mësojnë një rrëfenjë të mbushur me njohuri të lashta për bujqësinë, biodiversitetin dhe bukurinë e egër të peizazheve, ku ekzistenca e komuniteteve është një element thelbësor për turizmin dhe zhvillimin shumëfunksional të këtyre territoreve.

Potenciali i zonave më të thella të vendit gjendet në të gjitha përvojat e trashëguara nga të moshuarit, nga të rinjtë entuziastë, nga këmbëngulja dhe mençuria e grave, të cilat janë gurët e themelit të fermave familjare. I gjithë ky potencial përbëhet nga respekti për natyrën, mikpritja autentike, aromat dhe shijet unike që i mrekullojnë të huajt që jetojnë çdo ditë në "rrëmujën" e zonave tejet të urbanizuara. Kjo është një trashëgimi e papërsëritshme që duhet mbrojtur dhe përmirësuar.

Përfshirja e komuniteteve në zonat e marxhinalizuara dhe të disavantazuara, ekonomitë e të cilave janë kryesisht me bazë rurale, është një element kyç për strategjitë gjithëpërfshirëse

qeveritare dhe për arritjen e synimeve. Qasja sipas programit evropian LEADER gjen vend në legjislacionin aktual, por nuk është institucionalizuar ende sa i takon strategjisë së zhvillimit vendor. Në vazhden e zhvillimit rregullator dhe administrativ, bashkitë duhet të përfshihen në shkallë më të lartë, dhe duke marrë parasysh natyrën e fragmentuar të territorit, ato mund të garantojnë një qasje pjesëmarrëse me qytetarët, edhe në lidhje me zhvillimin e Grupeve Vendore të Veprimit (GVV).

Krahas të qenit një instrument për zhvillimin e bujqësisë, agroturizmi mund të jetë një aktor thelbësor i zëjtarisë vendase, gjë që lidhet shpesh me prodhimin bujqësor tradicional ose përdorimin e mbetjeve nga bujqësia ose veprimtaritë në pyje. Ekzistenca e prodhimeve artizanale vendase i bën komunitetet më tërheqëse nga pikëpamja turistike dhe mund të krijojë sinergji të rëndësishme përmes agregimit dhe qasjeve pjesëmarrëse.

Në këtë mënyrë, bizneset e agroturizmit veprojnë si agregatorë socialë, veçanërisht ku janë në gjendje të realizojnë aktivitete me natyrë sociale dhe edukative në zonat periferike të vendit, ku mangësitë infrastrukturore janë më të dukshme.

#### **Masat:**

- 2.1.1 Përforcimi i prioriteteve për investimet në zonat e disavantazuara në risk shpopullimi.
- 2.1.2 Promovimi i takimeve informative në zonat e marxhinalizuara në lidhje me potencialin e agroturizmit, turizmit rural dhe shumëfunktionalitetit.
- 2.1.3 Promovimi dhe identifikimi i “patriarkëve” të bujqësisë dhe i komunitetit “kujdestar” të biodiversitetit për të ruajtur traditat, larminë biologjike dhe për të zhvilluar më tej kapitalin njerëzor dhe për të përfshirë komunitetet dhe fshatrat në zonat e marxhinalizuara.
- 2.1.4 Promovimi në shkallë më të gjerë i pjesëmarrjes aktive dhe të vazhdueshme të qytetarëve në proceset e vendimmarrjes në zonat rurale përmes zhvillimit lokal pjesëmarrës/Zhvillimit Lokal të Udhëhequr nga Komuniteti (ZHLUK), përmes një qasjeje të bazuar te programi LEADER dhe nëpërmjet përfshirjes më të madhe të departamenteve të bujqësisë në bashki.
- 2.1.5 Përfshirja e qasjes sipas programit LEADER në ligje, sipas masave 1.1.1 dhe 1.1.2.
- 2.1.6 Përmirësimi i programeve të GVV-ve dhe GVV-ve për peshkimin.
- 2.1.7 Bashkëpunimi i bizneseve të agroturizmit me bizneset e vogla vendase të artizanatit.
- 2.1.8 Realizimi i një studimi mbi sektorin e punësimit në fermat agroturistike dhe bujqësore, në zonat me riskun më të madh të shpopullimit dhe në zonat e disavantazuara.

- 2.1.9 Nxitja e zhvillimit të veprimtarive të agroturizmit që synojnë ofrimin e aktiviteteve edukative dhe sociale (p.sh. kopshte për fëmijë me qasje ekologjike, seminare praktike në shoqëritë e përpunimit, projekte përgatitore për kalimin nga shkolla në punë) me qëllim plotësimin e mangësive në zonat e marxhinalizuara dhe të nënzhvilluara.

**Treguesit:**

1. *Shuma e fondeve të alokuara kryesisht në zonat e disavantazhuara.*
2. *Numri i agroturizmeve të financuara në zonat e disavantazhuara.*
3. *Numri i takimeve të zhvilluara me fermerët në zonat e disavantazhuara.*
4. *Studim për “patriarkët” e bujqësisë dhe komunitetet “kujdestare” të biodiversitetit.*
5. *Miratimi dhe përfshirja e qasjes së programit LEADER në ligj, sipas masave 1.1.1 dhe 1.1.2.*
6. *Studim brenda vitit 2025 për hendekun social dhe edukativ të zonave të disavantazhuara dhe të marxhinalizuara dhe për mundësitë e fermave me karakter social dhe edukativ për të reduktuar hendekun ekzistues.*

**4.4.2 Objektivi specifik 2.2: Përfshirja e grave dhe të rinjve**

Përforcimi i agroturizmit si një proces zhvillimi gjithëpërfshirës i të rinjve dhe grave: përvojat ndërkuftare tregojnë se të rinjtë dhe gratë luajnë një rol kyç në këtë veprimtari. Në zonat rurale, gratë janë shpeshherë “kujdestaret” e përpunimit të produkteve dhe përgatitjes së ushqimit, duke qenë guri i themelit të fermave në më të shumtën e rasteve. Përvojat në fermë, si p.sh. kurset e gatimit, degustimet dhe vizitat mundësojnë transferimin e kësaj trashëgimie, ndërsa aktivitetet sociale dhe edukative ofrojnë mundësinë e diversifikimit të bujqësisë tradicionale, përgatitjes së ushqimit dhe aktiviteteve të pastrimit. Ky objektivi jo vetëm që ka specifikat e tij për të arritur objektivat e strategjisë, por ka edhe vlerë transversale që shtrihet në të gjithë strategjinë.

**Formulimi i masave:**

Emigrimi i të rinjve përbën një risk aktual gjithnjë e në rritje që përcaktohet kryesisht nga vështirësia e mikro-fermave në zonat rurale të marxhinalizuara (95% e fermave shumëfunktionale) për të gjeneruar të ardhura. Zhvillimi i mikro-sipërmarrjeve të të rinjve që synon zgjerimin e sipërfaqeve bujqësore të përdorshme është thelbësor. Njësoj i rëndësishëm është edhe fokusi te kulturat bujqësore dhe sektorët që garantojnë një vlerë të shtuar më të madhe. Aktivitetet e lidhura me to që rezultojnë nga zhvillimi shumëfunktional janë thelbësore për arritjen e këtyre objektivave.

Kapaciteti për të tërhequr investime nga shumë të rinj shqiptarë që kanë lënë atdheun e tyre për të punuar dhe për të fituar kapital dhe përvojë është një aspekt kyç. Praktikrat më të mira na tregojnë se shumë prej subjekteve më të shkëlqyera të agroturizmit janë krijuar nga të rinj që kanë fituar përvojë jashtë vendit dhe kanë sjellë modele novatore biznesi në lidhje me bujqësinë shumëfunktionale, si dhe me ushqimin e verërat, të cilat mund të përforcojnë veçantinë e prodhimeve shqiptare dhe traditat e territorit.

Fuqizimi i grave luan një rol strategjik në zhvillimin e agroturizmit, “turizmin e eksperiencës” dhe në zinxhirin e shkurtër të furnizimit. Duke marrë parasysh përbërjen familjare në ferma dhe llojin më të përhapur të bujqësisë tradicionale në territorin shqiptar, gratë konsiderohen si “thesare” të vërteta të njohurive për përpunimin e produkteve dhe përdorimet tradicionale të prodhimit vendas. Përvojat e huaja tregojnë edhe një prirje të madhe të popullsisë femërore për aktivitete edukative dhe sociale, të cilat kjo strategji synon t'i zbatojë në zhvillimin shumëfunktional të fermave. Për këtë arsye, agroturizmi mund të jetë një instrument për të promovuar të drejta dhe mundësi të barabarta për gratë, duke krijuar sipërmarrje dinamike, unike, të orientuara drejt zinxhirit të furnizimit, të cilat kanë një vlerë të lartë për zhvillimin social të komuniteteve dhe fshatrave.

Gratë dhe të rinjtë duhet të jenë objekt synimi përmes masave specifike të financimit për të minimizuar vështirësitë e këtyre grupeve për të aksesuar kreditë bankare dhe për të nxitur zhvillimin ndërbreznor.

### **Masat:**

- 2.2.1 Promovimi i ekskursioneve edukuese mbi agroturizmin dhe bujqësinë shumëfunktionale për shkollat, të rinjtë dhe gratë.
- 2.2.2 Promovimi i heqjes së taksave për blerjen e tokave nga të rinjtë dhe gratë.
- 2.2.3 Nxitja e zhvillimit ndërbreznor (kalimi i traditës nga brezi në brez).
- 2.2.4 Promovimi i garancive shtetërore të pjesshme për huatë lidhur me investimet nga të rinjtë dhe gratë për agroturizmin social dhe edukativ.
- 2.2.5 Realizimi i një studimi për sistemin e punësimit të të rinjve dhe grave në fushën e bujqësisë dhe për ndikimin e politikave që synojnë fleksibilitet më të lartë të tregut të punës lidhur me bujqësinë, përmes modeleve sezonale të punësimit për të rinjtë dhe gratë, në kombinim me politikat e tatimit dhe kontributet e sigurimit shoqëror.
- 2.2.6 Promovimi i rregulloreve të sigurisë në punë përmes stimujve për trajnimin dhe blerjen e pajisjeve të mbrojtjes personale për ata që punësojnë të rinjtë dhe gratë.
- 2.2.7 Përgatitja e një studimi për punët që nevojiten në sektorin e agroturizmit dhe në fermat shumëfunktionale, që ka si synim kryerjen e kurseve të specializuara përmes stazheve në ferma.
- 2.2.8 Promovimi i kurseve të specializuara përmes stazheve në fermat shumëfunktionale dhe të agroturizmit.



**Treguesit:**

1. Numri i grave biznesmene, 45% brenda vitit 2025 dhe 55% brenda vitit 2027
2. Numri i grave të punësuara në sektorin e agroturizmit, 60% brenda vitit 2025 dhe 65% brenda vitit 2027
3. Numri i të rinjve biznesmenë, 30% brenda vitit 2025 dhe 40% brenda vitit 2027
4. Numri i të rinjve të punësuar në sektorin e agroturizmit, 45% brenda vitit 2025 dhe 55% brenda vitit 2027
5. Ekskursionet edukative, 20 brenda vitit 2025 dhe 40 brenda vitit 2027
6. Miratimi i reduktimit të taksave për blerje të tokave nga të rinjtë dhe gratë
7. Numri i subjekteve të agroturizmit me zhvillim ndërbreznor
8. Numri i fermave sociale të të rinjve dhe grave
9. Realizimi i një studimi brenda vitit 2027 për sistemin e punës dhe punësimit
10. Takime dhe seminare praktike për sigurinë në punë, 6 brenda vitit 2025 dhe 18 brenda vitit 2027
11. Numri i personave të trajnuar për sigurinë në punë, 100 brenda vitit 2025 dhe 200 brenda vitit 2027
12. Realizimi i një studimi brenda vitit 2026 për punët e kërkuara në sektorin e agroturizmit
13. Numri i studentëve që kryejnë stazhe në sektorin e agroturizmit, 100 brenda vitit 2027

**4.4.3 Qëllimi specifik 2.3: Zhvillimi i qëndrueshëm**

Dhënia e stimujve për kursimin e energjisë dhe përdorimin e burimeve të rinovueshme të energjisë për një agroturizëm të qëndrueshëm dhe më konkurrues, të orientuar drejt prodhimit organik.

**Formulimi i masave:**

Ndryshimet klimatike imponojnë zgjedhje të ndërjegjshme të synuara drejt minimizimit të ndikimit në mjedis dhe përdorimit të lëndëve djegëse fosile: minimizimi i përdorimit dhe vetive të dëmshme të pesticideve, përkrahja e prodhimit të qëndrueshëm të ushqimeve, nxitja e një konsumi më të qëndrueshëm të ushqimeve dhe orientimi drejt dietave të shëndetshme përbëjnë sfida të reja për bujqësinë shqiptare dhe duhet të rakordohen me nevojën për zhvillim të ekonomisë sonë. Reduktimi i shpërdorimit të energjisë dhe ushqimit përbën një nevojë emergjente, me qëllim reduktimin e barrës së veprimtarive njerëzore, minimizimin e përdorimit të burimeve të ujit dhe të tokës dhe garantimin e një përdorimi më të drejtë të burimeve natyrore. Trashëgimia e pasur e bimëve të egra, mjekësore dhe aromatike dhe flora dhe fauna e jashtëzakonshme e Shqipërisë kërkojnë një nxitje të prodhimit organik nëpërmjet agroturizmit vendas. Megjithatë, qëndrueshmëria nënkupton

gjithashtu përdorimin e burimeve të rinovueshme me kosto të ulëta energjetike dhe uljen e varësisë nga burimet e huaja të energjisë

Përdorimi i burimeve alternative të energjisë është një faktor konkurrueshmërie i cili mundëson reduktimin e kostove për shoqëritë, si dhe shërben si një mjet i rëndësishëm kundër ndotjes. Agroturizmi mund të jetë një prej veprimtarive ku implementimi i politikave të kursimit të energjisë dhe diferencimi i burimeve të energjisë është më i lehtë. Ndryshe nga strukturat e akomodimit në zonat e urbanizuara, agroturizmet dhe fermat kanë në dispozicion sipërfaqe toke për ndërtim dhe zotërojnë lëndë të para sekondare dhe mbetje prodhimi të përshtatshme për prodhimin e energjisë.

Agroturizmi mund të kontribuojë në edukimin e qytetarëve mbi konsumin e qëndrueshëm dhe në përhapjen e një vale të re ndërgjegjësimit mjedisor te brezi i ri nëpërmjet veprimtarive edukative.

### **Masat:**

- 2.3.1 Nxitja e prodhimit, përdorimit dhe shitjes së produkteve organike në bizneset e agroturizmit.
- 2.3.2 Nxitja e takimeve informuese mbi prodhimtarinë organike dhe mbi rregulloret e reja lidhur me produktet organike.
- 2.3.3 Nxitja e një diferencimi për fermat organike dhe ato të energjisë së rinovueshme në kategorizimin e përmendur në masën nr. 1.2.7.
- 2.3.4 Përgatitja e një regjistri të prodhuesve organikë shqiptarë dhe produkteve organike të përpunuara, i cili të jetë i lehtë për t'u konsultuar dhe t'u mundësojë operatorëve gjetjen e të dhënave të kontaktit të agroturizmeve.
- 2.3.5 Promovimi i ruajtjes së bimëve të egra mjekësore dhe të konsumueshme, si dhe i përdorimit, përpunimit, tregtimit dhe valorizimit të tyre në agroturizëm.
- 2.3.6 Promovimi, nëpërmjet fermave sociale, i zakoneve të duhura të të ushqyerit dhe sjelljeve të mira të konsumit për të minimizuar shpërdorimin e ushqimit dhe prodhimin e mbetjeve.
- 2.3.7 Përgatitja e një udhëzuesi për të gjithë vizitorët e fermave për të rritur ndërgjegjësimin mbi kursimin e energjisë dhe shmangien e shpërdorimit të ushqimit.
- 2.3.8 Nxitja e investimeve për rikualifikimin energjetik të ndërtesave të agroturizmeve, si dhe e investimeve në energjinë e rinovueshme për vetëkonsum, duke përdorur, ndër të tjera, kreditet tatimore si stimul financiar.
- 2.3.9 Nxitja e veprimtarive të fermave sociale me synim edukimin në fushën e energjisë dhe mjedisit, duke bashkëpunuar edhe me shkollat.

### **Treguesit:**

1. *Numri i agroturizmeve me prodhimtari organike të certifikuar, 30% brenda vitit 2027*

2. *Numri i seminareve dedikuar agroturizmit në lidhje me prodhimtarinë organike dhe kuadrin rregullator, 6 brenda vitit 2027*
3. *Prezantimi i certifikimit të prodhimtarisë organike si kategori e veçantë në kategorizimet e agroturizmit sipas masës 1.2.7 brenda vitit 2025*
4. *Regjistri online i prodhuesve organikë të certifikuar brenda vitit 2025*
5. *Evenimente lidhur me bimët e egra, 6 brenda vitit 2027*
6. *Botim lidhur me bimët e egra brenda vitit 2027*
7. *Numri i evenimenteve të organizuara nga fermat sociale mbi zakonet e mira të jetesës dhe reduktimin e mbetjeve, 20 brenda vitit 2027*
8. *Miratimi i një udhëzimi për kursimin e energjisë dhe reduktimin e mbetjeve brenda vitit 2025*
9. *Numri i agroturizmeve me investime të financuara për kursimin e energjisë dhe prodhimin e energjisë së rinovueshme*
10. *Numri i evenimenteve të organizuara nga fermat sociale për edukimin në fushën e energjisë dhe mjedisit, 20 brenda vitit 2027*

#### **4.4.4 Qëllimi specifik 2.4: Përforcimi i karakterit unik të prodhimeve bujqësore shqiptare**

Promovimi i karakterit unik të prodhimeve bujqësore shqiptare: kërkesa e tregut për produkte që garantojnë origjinën e prodhimeve bujqësore dhe benefitet e tyre për shëndetin sa vjen e po rritet. Promovimi, përmes agroturizmit, i markës “Made in Albania” dhe shndërrimi i karakterit unik të produktit në një element konkurrueshmërie turistike dhe tregtare.

##### **Formulimi i masave:**

Turisti që preferon një turizëm të ngadaltë josezonal e të lidhur me natyrën e orienton konsumin e tij gjatë pushimeve në kërkim të produkteve bujqësore vendase. Kjo preferencë përkthehet gjithashtu në kërkesën për përvoja që e lejojnë atë të mësojë rreth metodave të prodhimit dhe historisë së atij produkti dhe njerëzve që e kanë trashëguar atë brez pas brezi, si dhe japin njohuri sesi ky produkt mund të përftohet dhe përpunohet apo edhe thjesht të blihet. Kësisoj, turistët kthehen shpeshherë në konsumatorë të rregullt të atij produkti ushqimor apo vere.

Në mungesë të fermave shumëfunktionale që shesin produkte karakteristike, është vështirë që fermat e agroturizmit të kenë produkte të tregtueshme apo të jenë në gjendje të blejnë prodhime bujqësore vendase për përdorim në veprimtaritë e fermës.

Pa një zhvillim i cili të garantojë më shumë hapësirë për fermerët në zinxhirin e vlerës, sektori i bujqësisë do të mbetet jotërheqës për investitorët dhe të rinjtë.

Produktet e markës STG (Specialitete Tradicionale të Garantuara), TGJM (Treguesi Gjeografik i Mbrojtur) dhe EOM (Emërtim Origjine i Mbrojtur) paraqesin një potencial të rëndësishëm, por ato duhet të shoqërohen edhe me certifikimin e produktit me qëllim identifikimin e tij si 100% të prodhuar në Shqipëri, në mënyrë që të vërtetohet marka shqiptare dhe të lehtësohet pozicionimi i veprimtarive turistike jashtë vendit. Agroturizmi mund të shërbejë si një ndër ambasadorët e parë të këtij certifikimi, duke qenë se konsumatorët presin që produktet me origjinë shqiptare të mbizotërojnë në agroturizme dhe në përvojat e tyre të udhëtimit nëpër Shqipëri.

Karakteri unik i produkteve dhe aftësia për të ruajtur traditat, si dhe prodhimi në shkallë të vogël, duhet të harmonizohen me nevojën për produkte që janë të sigurta dhe të përshtatshme për t'u hedhur në treg apo për t'u konsumuar. Mund të jetë i dobishëm hartimi i një Plani Kombëtar Kontrolli shumëvjeçar që bazohet në modelin e dispozitave të Titullit V të Rregullores (BE) 2017/625 dhe që synon të përshkruajë sistemin e masave zyrtare të kontrollit përgjatë të gjithë zinxhirit ushqimor, duke parashikuar përjashtimet dhe kufizimet e duhura bazuar në sasi të prodhuara, llojet e produkteve dhe llojin dhe shtrirjen e tregut referencë. Në kuadër të planit, 10 zonat e parashikuara në nenin 1, paragrafi 2 të Rregullores (BE) 2017/625, të cilat përbëjnë zona ku kryhen kontrole zyrtare për verifikimin e pajtueshmërisë me legjislacionin e BE-së, përfshijnë përdorimin dhe etiketimin e emërtimeve të mbrojtura të origjinës, treguesve gjeografikë të mbrojtur dhe specialiteteve tradicionale të garantuara. Për rrjedhojë, legjislacioni duhet të shoqërohet me një plan të përshtatshëm kontrolli

#### **Masat:**

- 2.4.1 Ligji për certifikimin e produktit Made in Albania/Prodhuar në Shqipëri.
- 2.4.2 Shpërndarja e prodhimeve të vogla vendase apo tradicionale dhe lehtësimet administrative të parashikuara.
- 2.4.3 Zhvillimi i procedurës së prodhimit dhe certifikimit të produkteve STG, TGJM dhe EOM për përdorim dhe shitje në agroturizme.
- 2.4.4 Promovimi dhe informimi mbi etiketimin e produkteve dhe trajtimin e përpunimit e sigurt të produkteve bujqësore dhe zhvillimi i një Plani Kombëtar Kontrolli që përfshin përdorimin dhe etiketimin e emërtimeve të mbrojtura të origjinës, treguesve gjeografikë të mbrojtur dhe specialiteteve tradicionale të garantuara.
- 2.4.5 Lehtësimi dhe promovimi i lidhjes midis fermerëve dhe agroturizmit

- 2.4.6 Në kuadër të ligjit mbi masat 1.1.1 dhe 1.1.2, dhënia e stimujve për veprimtaritë degustuese dhe ato të eksperiencave për produktet STG, TGJM, EOM dhe “Made in Albania”
- 2.4.7 Nxitja e rakordimit midis zinxhirëve të furnizimit me vlerë të shtuar të lartë (si vaji dhe vera) dhe agroturizmit, me qëllim krijimin e itinerareve dhe paketave të ushqimit dhe verës.

#### **Treguesit:**

1. Numri i seminareve edukative mbi prodhimet e vogla vendase apo tradicionale dhe lehtësimet administrative, 4 brenda vitit 2024 dhe 12 brenda vitit 2027
2. Numri i produkteve të regjistruara si STG, TGJM dhe EOM, 50 brenda vitit 2027
3. Numri i fermave të regjistruara si prodhuese të STG, TGJM dhe EOM, brenda vitit 2027
4. Numri i agroturizmeve të regjistruara si prodhuese të STG, TGJM dhe EOM, brenda vitit 2027
5. Numri i takimeve edukative dedikuar agroturizmeve dhe fermerëve lidhur me etiketimin e produkteve dhe lehtësimin e bashkëpunimit, 24 brenda vitit 2027
6. Miratimi i Planit Kombëtar të Kontrollit që përfshin produktet STG, TGJM, EOM dhe ato “Made in Albania”, brenda vitit 2027
7. Përfshirja e veprimtarive degustuese dhe atyre të eksperiencave me produktet STG, TGJM, EOM dhe ato “Made in Albania” në ligjet e përmendura në masat 1.1.1 dhe 1.1.2, të miratuara brenda vitit 2025
8. Numri i seminareve midis zinxhirëve të produkteve bujqësore me vlerë të lartë dhe agroturizmeve, 4 brenda vitit 2027

## **5. Zbatimi strategjik dhe ndikimi i strategjisë**

Zbatimi i strategjisë është përgjegjësi e Ministrisë së Bujqësisë në bashkëpunim me ministrinë e tjera të përfshira sipas masave individuale.

Monitorimi dhe zbatimi janë përgjegjësi e:

**Niveli I:** Ministrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rurala si institucion kryesor, i cili do të jetë përgjegjës për koordinimin e punës me zyrat dhe ministrinë e përfshira

**Niveli II:** Një grupi monitorues ndërqeveritar të përbërë nga një përfaqësues nga Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, një nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit dhe përfaqësues të ministrive të tjera të përfshira. Çdo gjashtë muaj, këtij grupi i paraqitet një raport monitorimi i përgatitur nga departamenti për zhvillimin rural dhe departamenti për turizmin rural.

Raporti diskutohet dhe grupi miraton masa për zbatimin e përgjithshëm të strategjisë, duke u fokusuar te ndikimi i reformave edhe në kuadër të SKZHIE dhe SMBZHR 2021-2027

**Niveli III:** KKABSh-së, e cila do të kryejë një vlerësim të përvitshëm të rezultateve të raportit nga niveli 2. KKABSh-ja do të jetë gjithashtu përgjegjëse për bashkëpunimin me organizatat ndërkombëtare në fushën e bujqësisë dhe agroturizmit dhe me donatorët për mbështetjen e zbatimit të strategjisë dhe lehtësimin e shpërndarjes së rezultateve nëpër territore, si dhe për analizimin e të gjitha vështirësive që paraqet partneriteti dhe aktorët.

*Tabela 2. Një përmbledhje e treguesve dhe kompetencave*

Më poshtë jepet një tabelë që përmbledh treguesit e masave me përgjegjësitë përkatëse.

Për të treguar rëndësinë më të madhe që kanë disa masa në raport me disa të tjera, masat 1.1.1 dhe 1.1.2 përbëjnë sigurisht një element kyç në zhvillimin e strategjisë. Miratimi i ligjeve të parashikuara përbën një element thelbësor reformimi për sektorin bujqësor, veçanërisht nëse integrohet me qasjen LEADER (masat 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6), me një përdorim të saktë të GVV-ve dhe me një përfshirje të drejtpërdrejtë të bashkive.

Një tjetër element kyç është zhvillimi i regjistrit FADN (masa 1.1.4), i cili do të përbëjë bazën për zhvillimin e certifikimit të produkteve, certifikimit organik, projekteve të zinxhirit të furnizimit dhe zhvillimit.

Masat 1.2.2 dhe 1.2.3 e bëjnë ofertën e agroturizmit më të kualifikuar dhe më të gjerë, duke zgjeruar rolin e sektorit të agroturizmit në shoqërinë shqiptare. Po kështu, trajnimi i parashikuar në masat 1.3.5, 1.3.6, 1.3.7 lejon shfrytëzimin e të gjitha potencialeve të tregut të turizmit, duke përfshirë edhe gratë dhe të rinjtë, si dhe ngushtimin e hendekut dixhital.

Lloji i treguesit	Emri i treguesit	Masat	Lidhja me prioritetin strategjik	Lidhja me objektivin specifik	Udhëzimet e përfshira	Të dhënat hyrëse	Qëllimi i ndërmjetëm	Qëllimi përfundimtar
<b>Rezultat</b>	Miratimi i ligjit kuadër për shumëfunktionalitetin	1.1.1	1	1,1	MBZhR	--	--	2025
<b>Rezultat</b>	Miratimi i ligjit për agroturizmin	1.1.2	1	1,1	MBZhR	--	--	2025
<b>Numër</b>	Numri i agroturizmeve të certifikuara	<i>Treguesi tërthorë</i>	1	1.1	MBZhR	25	--	100 në 2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i procedurës së re të certifikimit	1.1.3	1	1.1	MBZhR	--	--	2025
<b>Numër</b>	Stafi i departamentit të agroturizmit	1.1.3	1	1.1	MBZhR	--	--	6 në 2027

<b>Rezultat</b>	Regjistri FADN për certifikimin	1.1.4	1	1.1	MBZhR	--	80% gati në 2025	100% gati në 2027
<b>Rezultat</b>	Zonat në studim për agroturizmin	1.1.5	1	1.1	MBZhR	--	--	2027
<b>Numër</b>	Evenimente	1.1.6	1	1.1	MBZhR	--	--	2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i kartës së cilësisë	1.2.1	1	1.2	MBZhR, MSh	--	--	Miratuar në 2025
<b>Rezultat</b>	Udhëzuesi për sigurinë	1.2.1	1	1.2	MBZhR, MSh	--	--	Miratuar në 2025
<b>Rezultat</b>	Miratimi i kursit të detyrueshëm të trajnimit	1.2.2	1	1.2	MBZhR	--	--	Miratuar në 2025
<b>Numër</b>	Kurse trajnimi	1.2.2	1	1.2	MBZhR	--	--	100 persona të trajnuar në vitin 2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i kategorisë së fermës sociale	1.2.3	1	1.2	MBZhR	--	--	Miratuar në 2025
<b>Numër</b>	Numri i fermave sociale të certifikuara	1.2.3	1	1.2	MBZhR	--	--	25 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i personave të trajnuar në fushën e fermave sociale	1.2.4	1	1.2	MBZhR	--	--	50 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Studim për njohjen e praktikave më të mira	1.2.5	1	1.2	MBZhR	--	studim i kryer brenda vitit 2025	studim i kryer brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Seminare dhe takime në terren lidhur me praktikat më të mira	1.2.5	1	1.2	MBZhR	--	--	6 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Praktikat më të mira në publikimin për agroturizmin	1.2.5	1	1.2	MBZhR	--	Publiki mi brenda vitit 2025	Publikim i ri brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Çmimet e ekselencës në agroturizëm	1.2.6	1	1.2	MBZhR	--	1 në 2025	Në total 2 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Klasifikimi i agroturizmit	1.2.7	1	1.2	MBZhR, MTE, MSh	--	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	Persona të trajnuar në kurse të gjuhëve të huaja	1.2.8	1	1.2	MBZhR, ME, MR	--	--	100 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Studim për veprimtaritë pritëse për	1.2.9	1	1.2	MBZhR, MSh	--	--	Përfunduar brenda vitit 2027

	personat me aftësi të kufizuara							
<b>Rezultat</b>	Miratimi i markës CAA	1.2.10	1	1.2	MBZhR, MTE	--	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	shuma e fondeve për rrjetin me brez të gjerë në zona	1.3.1	1	1.3	MBZhR	--	--	--
<b>Rezultat</b>	Implementimi i portalit për agroturizmin	1.3.2, 1.3.3	1	1.3	MBZhR	--	--	100% i përfunduar brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Certifikimi 100% i agroturizmeve në portal	1.3.2, 1.3.3	1	1.3	MBZhR	--	80% brenda vitit 2025	100 % brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Agroturizmet e financuara për softuerë dhe harduerë për Menaxhimin e Marrëdhënieve me Klientin (CM), motorët online të rezervimit dhe menaxherët online të kanaleve	1.3.4	1	1.3	MBZhR	--	--	40 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Persona të trajnuar	1.3.5	1	1.3	MBZhR, ak	..	--	100 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Persona të trajnuar	1.3.6	1	1.3	MBZhR, ak	..	--	100 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Persona të trajnuar	1.3.7	1	1.3	MBZhR, ak	..	--	200 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Ferma me WIFI falas	1.3.8	1	1.3	MBZhR, ...	..	--	100 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Ndryshimi i përbërjes së grupit tematik për zhvillimin e turizmit dhe kulturës	1.4.1	1	1.4	MBZhR, MTE	..	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Rezultat</b>	Miratimi i KKABSh	1.4.2	1	1.4	MBZhR, MTE, MSh, shoqatat, bashkitë	..	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Rezultat</b>	Konkursi #ALBe	1.4.3	1	1.4	MBZhR, MTE	--	--	Përfunduar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	Seminar dhe event B2B me aktorët e turizmit	1.4.4, 1.4.5, 1.4.6	1	1.4	MBZhR, MTE, bashkitë, shoqatat	--	1 brenda vitit 2025	6 në total brenda vitit 2027



					e agroturizmit			
<b>Numër</b>	Ekskursione në ferma në agroturizme të certifikuara	1.4.6	1	1.4	MBZhR, MTE, shoqatat e agroturizmit	--	--	1 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Shuma e fondeve të alokuara në zonat e disavantazuara	2.1.1	1	2.1	MBZhR	--	--	--
<b>Numër</b>	Numri i agroturizmeve të financuara në zonat e disavantazuara dhe zonat marxhinale	2.1.1	2	2.1	MBZhR	--	--	--
<b>Numër</b>	Takime në zonat e disavantazuara	2.1.2, 2.1.4	2	2.1	MBZhR, bashkitë, GVV	--	--	24 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Studim për "patriarkët" e bujqësisë dhe komunitetet "kujdestare" të biodiversitetit	2.1.3, 2.1.4	2	2.1	MBZhR, bashkitë, GVV	--	Filluar brenda vitit 2024	Përfunduar brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i qasjes LEADER	2.1.5, 2.1.4, 1.1.1, 1.1.2	2	2.1	MBZhR	--	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	GVV në veprim	2.1.4, 2.1.5	2	2.1	MBZhR, bashkitë, GVV	--	--	--
<b>Rezultat</b>	Studim mbi hendekun social dhe edukativ të zonave të disavantazuara dhe mundësia e fermave sociale	2.1.9	2	2.1	MBZhR, Ministria e Arsimit, Ministria e Shëndetësisë, GVV	--	--	Përfunduar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	Numri i grave pronare të bizneseve	Treguesi i tërthortë	2	2.1	MBZhR	--	45% brenda vitit 2025	55% brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i të rinjve (nën 40 vjeç) pronarë të bizneseve	Treguesi i tërthortë	2	2.1	MBZhR	--	30% brenda vitit 2025	40% brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i grave të punësuar	Treguesi i tërthortë	2	2.1	MBZhR	--	60% brenda vitit 2025	65% brenda vitit 2027

<b>Numër</b>	Numri i të rinjve (nën 40 vjeç) të punësuar	Tregues i tërthortë	2	2.1	MBZhR	--	45% brenda vitit 2025	55% brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Ekskursione edukative	2.2.1	2	2.2	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, AKPA, AKAFPK, MSHRF	--	20 në 2025	40 në 2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i blerjeve me zbritje tatimore për të rinjtë dhe gratë	2.2.2	2	2.2	MBZhR, MFE	--	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	Numri i subjekteve të agroturizmit me zhvillim ndërbreznor	2.2.3	2	2.2	MBZhR, MFE	--	--	20 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i fermave sociale të të rinjve dhe grave	2.2.4	2	2.2	MBZhR	--	50% në 2025	60% në 2027
<b>Rezultat</b>	Studim për sistemin e punës dhe punësimit	2.2.5	2	2.2	MBZhR, AKPA, AKAFPK, MSHRF	--	Filluar në 2024	Përfunduar në 2027
<b>Numër</b>	Takim dhe seminar për sigurinë në punë	2.2.6	2	2.2	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, AKPA, AKAFPK, MSHRF	--	6 brenda vitit 2025	18 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Persona të trajnuar për sigurinë në punë	2.2.6	2	2.2	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, AKPA, AKAFPK, MSHRF	--	100 brenda vitit 2025	200 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Studim mbi punët e kërkuara në sektorin e agroturizmit	2.2.7	2	2.2	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, AKPA, AKAFPK	--	--	Përfunduar brenda vitit 2026
<b>Numër</b>	Numri i studentëve që kryejnë stazhe në	2.2.8	2	2.2	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe	--	--	100 brenda vitit 2027

	fushën e agroturizmit				Sportit, AKPA, AKAFPK			
<b>Numër</b>	Numri i fermave të agroturizmit të certifikuara si organike	2.3.1	2	2.3	MBZhR	--	--	30% brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Seminar për prodhimin dhe certifikimin organik	2.3.2	2	2.3	MBZhR	--	--	6 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Certifikimi organik si kategori në masën e klasifikimit 1.2.7	2.3.3	2	2.3	MBZhR	--	--	Miratur brenda vitit 2025
<b>Rezultat</b>	Regjistri online i fermave organike	2.3.4	2	2.3	MBZhR	--	--	Përfunduar në 2027
<b>Numër</b>	Evente lidhur me bimët e egra	2.3.5	2	2.3	MBZhR	--	--	6 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Publikim dedikuar agroturizmeve, restoranteve dhe fermerëve lidhur me bimët e egra	2.3.5	2	2.3	MBZhR	--	--	Publikimi brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i evenimenteve të organizuara nga fermat sociale mbi zakonet e mira të jetesës dhe reduktimin e mbetjeve	2.3.6	2	2.3	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, Ministria e Shëndetësisë	--	--	20 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Udhëzues mbi kursimin e energjisë dhe reduktimin e mbetjeve	2.3.7	2	2.3	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit, Ministria e Shëndetësisë	--	--	Miratur brenda vitit 2025
<b>Rezultat</b>	Numri i agroturizmeve të financuara	2.3.8	2	2.3	MBZhR, MFE	--	--	20 brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i evenimenteve të organizuara nga fermat sociale për edukimin në fushën e energjisë dhe mjedisit	2.3.9	2	2.3	MBZhR, Ministria e Arsimit dhe Sportit	--	--	20 brenda vitit 2027

<b>Numër</b>	Seminar për prodhimet tradicionale dhe lehtësimet administrative	2.4.2	2	2.4	MBZhR, MINISTRI A E SHËNDE TËSISË	--	4 në 2025	12 në 2027
<b>Numër</b>	Numri i produkteve të regjistruara si STG, TGJM dhe EOM	2.4.3	2	2.4	MBZhR	--	--	50 të regjistruara brenda vitit 2027
<b>Numër</b>	Numri i fermave të regjistruara si prodhuese të STG, TGJM dhe EOM	2.4.3	2	2.4	MBZhR	--	--	--
<b>Numër</b>	Numri i agroturizimeve të regjistruara si prodhuese të STG, TGJM dhe EOM	2.4.3	2	2.4	MBZhR	--	--	--
<b>Numër</b>	Numri i eventeve	2.4.4, 2.4.5	2	2.4	MBZhR, MINISTRI A E SHËNDE TËSISË, AKPA,	--	--	24 brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Miratimi i Planit Kombëtar të Kontrollit	2.4.4	2	2.4	MBZhR, MINISTRI A E SHËNDE TËSISË	--	--	Miratuar brenda vitit 2027
<b>Rezultat</b>	Veprimtaritë e degustimit dhe ato të eksperiencave në ligjet e përmendura në masat 1.1.1 dhe 1.1.2	2.4.6	2	2.4	MBZhR	--	--	Miratuar brenda vitit 2025
<b>Numër</b>	Seminar mbi zinxhoret e produkteve bujqësore me vlerë të lartë	2.4.7	2	2.4	MBZhR	--	--	4 brenda vitit 2024

Në lidhje me **ndikimin e strategjisë** mund të parashikojmë sa më poshtë:

Për fat të keq, në terma ekonomikë, siç deklarohet në këtë dokument, ka mungesë të të dhënave të agreguara dhe zyrtare për të llogaritur saktë ndikimin në aspektin e xhirove të agroturizmit dhe në ekonominë kombëtare. Sidoqoftë, në bazë të studimeve të marra në

konsideratë në strategji, duke presupozuar se xhiroja e një subjekti të agroturizmit është rreth 142,000 euro në vit dhe krahasuar me objektivin e pasjes së 100 subjekteve të certifikuara të agroturizmit deri në vitin 2027, ne mund të parashikojmë se do të kemi një ndikim në vlerën 14,2 milionë euro, krahasuar me 3,55 milionë euro në vit për 25 subjektet aktuale të certifikuara të agroturizmit.

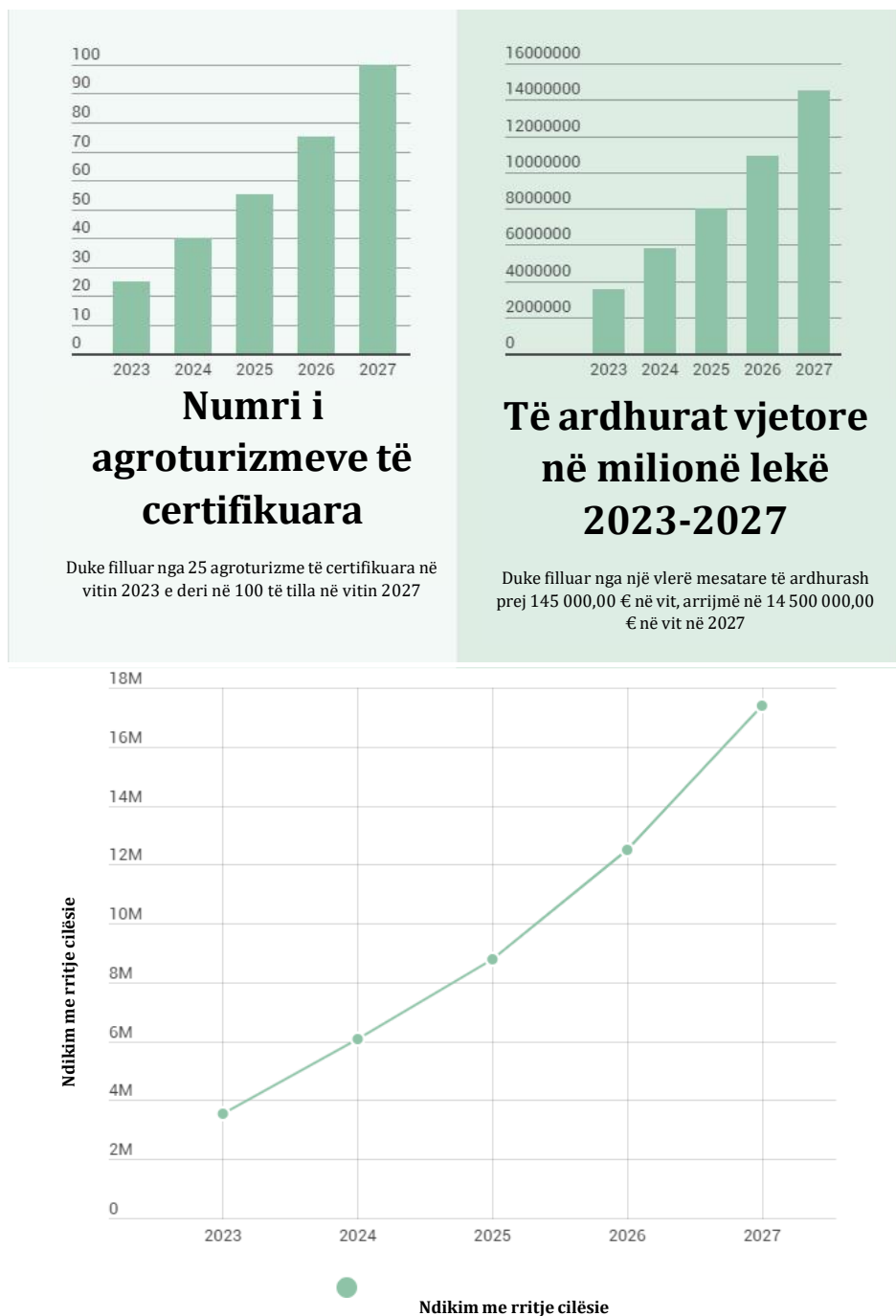


Figura 5. Numri i parashikuar i agroturizmeve të certifikuara, të ardhurat në vit dhe ndikimi përmes rritjes së cilësisë

Duke pasur parasysh se zbatimi i strategjisë do të rezultojë në rritje të cilësisë së shërbimeve, mund të parashikojmë një rritje të çmimeve me kalimin e kohës, shoqëruar edhe me

inflacionin aktual, pra midis 35% dhe 40% në pesë vitet e mbuluara nga strategjia, d.m.th. një rritje totale prej 17,4 milionë në vit. Kësaj xhiroje i duhet shtuar edhe ndikimi pozitiv në të ardhurat e prodhimit bujqësor, i cili me siguri do të përmirësohet për sa i përket çmimeve të shitjes dhe sasive të shitura.

Ndikimi do të jetë i rëndësishëm edhe në fermat vendase, me përqindje që do të variojnë në varësi të kapacitetit për të përfituar nga mundësitë e shumëfunktionalitetit dhe tregut të krijuar nga fluksi i turistëve. Në mënyrë të arsyeshme mund të presim një rritje të xhiros në fermat që ndodhen në afërsi të subjekteve të agroturizmit, në një interval prej 10% deri në 30%.

Sa i takon punësimit, mund të konsiderojmë se çdo fermë punëson mesatarisht 17 persona në vit, 8 prej tyre sezonalë dhe 9 të përhershëm, duke përfshirë anëtarët e familjes. Pra, duke marrë parasysh nevojën e punësimit në 200 subjekte agroturizmi të paktën 3400 persona do të punësohen deri në vitin 2027, shumica prej të cilëve do të jenë gra dhe të rinj.

Nëse dëshirojmë të vlerësojmë njësitë e punës në vit për punëmarrësit me kohë të plotë për katër muaj (qershor, korrik, gusht, shtator). do të kryejmë përlllogaritjen e mëposhtme: 8 (nr. i punëmarrësve) X 1 (100% orë) X 0,333 (katër të dymbëdhjetat sepse ata kanë punuar për katër muaj nga 12 të tillë): 2,64. Nëse konvertojmë punën e 8 punëmarrësve sezonalë në njësi pune me kohë të plotë, për një vit të plotë, mund të shtojmë të dhënat e 9 punëmarrësve josezonalë dhe rezultati është 11,64 punëmarrës josezonalë me kohë të plotë në vit (1164 për 100 subjekte agroturizmi).

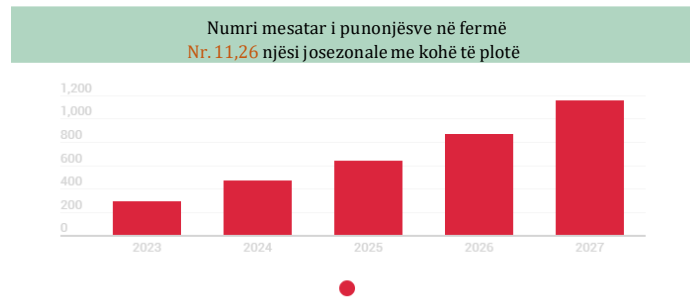


Figura 6. Punësimi në sektorin të agroturizmit

## 6. Shtojcat

Shtojca 1. Lista e dokumenteve ligjore të marra nën shqyrtim gjatë fazës së studimit të dokumentacionit:

- VKM nr. 440, datë 3.6.2020, “Për disa ndryshime dhe shtesa në Vendimin nr. 410, datë 27.6.2012, të Këshillit të Ministrave, “Për përcaktimin e rregullave dhe të procedurave të ndryshimit të kategorive të resurseve të tokës”.
- VKM nr. 696, datë 30.10.2019, “Për përcaktimin e kufijve territorialë, hidrografikë të baseneve ujore në Republikën e Shqipërisë dhe të qendrës e përbërjes së këshillit të secilit prej tyre”.
- VKM nr. 566, datë 31.07.2019, “Për disa shtesa dhe ndryshime në Vendimin nr.22, datë 12.1.2018, të Këshillit të Ministrave, “Për miratimin e kritereve e të procedurave për certifikimin e veprimtarisë së agroturizmit dhe ndërtimin e strukturave/objekteve në funksion të tij”, të ndryshuar.
- VKM nr. 583, datë 03.10.2018, “Për disa ndryshime dhe shtesa në Vendimin nr. 22, datë 12.01.2018, “Për miratimin e kritereve për certifikimin e veprimtarisë së agroturizmit”.
- VKM nr. 373, datë 20.6.2018, “Për përcaktimin e kontratës tip për dhënien me qira të tokave bujqësore”, i ndryshuar.
- VKM nr. 21, datë 12.1.2018, “Për disa shtesa në VKM nr. 709, datë 29.10.2014, të Këshillit të Ministrave, “Për miratimin e strategjisë ndërsektoriale për zhvillimin rural dhe bujqësor 2014– 2020”.
- VKM nr. 22, datë 12.1.2018, “Për miratimin e kritereve për certifikimin e veprimtarisë së agroturizmit”, i ndryshuar.
- VKM nr. 283, datë 01.04.2015, “Për përcaktimin e tipave, rregullave, kritereve dhe procedurave për ndërtimin e objekteve për prodhimin, ruajtjen dhe përpunimin e produkteve bujqësore dhe blegtorale, në tokë bujqësore”, me të gjitha ndryshimet.
- VKM nr. 460, datë 22.05.2013, “Për përcaktimin e kritereve, rregullave dhe procedurave për dhënien me qira të tokave bujqësore në pronësi të shtetit”.
- VKM nr. 410, datë 27.06.2012, “Për përcaktimin e rregullave dhe të procedurave të ndryshimit të kategorive të resurseve të tokës”, i përditësuar.
- VKM nr. 532, datë 31.10.2002, “Për mënyrat e ushtrimit të funksioneve nga seksionet e administrimit dhe të mbrojtjes së tokës në qark dhe në zyrat e menaxhimit dhe të mbrojtjes së tokës në komunë dhe/ose bashki”.



- Ligji nr. 92/2014, “Për tatimin mbi vlerën e shtuar”.
- Ligji nr. 9901, datë 14.4.2008, “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare”.
- Ligji nr. 106/2016, “Për prodhimin biologjik, etiketimin e produkteve biologjike dhe kontrollin e tyre”.
- Ligji nr. 87/2013, “Për kategorizimin e prodhimit, emërtimin dhe tregtimin e vajit të ullirit”.
- Ligji nr. 9441/2005, “Për prodhimin, grumbullimin, përpunimin dhe tregtimin e qumështit dhe të produkteve me bazë qumështi”.