



Erasmus+ KA2 project STORIE

A vidéki vállalkozások kapacitásának fejlesztése szellemi kulturális örökségen alapuló, fenntartható turisztikai termékek létrehozására és népszerűsítésére

Támogatási megállapodás száma: 2018-1-HU01-KA202-047746

Szellemi termék 3: STORIE meglátások és tapasztalatok Szakmai összefoglaló

Az Európai Bizottság támogatása a kiadvány elkészítéséhez nem jelenti a tartalom jóváhagyását, amely csak a szerzők véleményét tükrözi, és a Bizottság nem tehető felelőssé a kiadványban található információk bármilyen felhasználásáért.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tartalom

1.	BEMUTATKOZÁS _____	3
2.	CÉLCSOPORT _____	4
3.	STORIE: A PROJEKT _____	4
4.	KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGTURIZMUS ÉS POLITIKA EURÓPÁBAN _____	5
5.	PÉLDÁK: A SZELLEMI KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGEN ALAPULÓ FALUSI TURISZTIKAI TAPASZTALATOKAT TÁMOGATÓ HELYI / REGIONÁLIS ÖNKORMÁNYZATOKRA _____	8
6.	MIT JELENT A TERMÉKKLUB? _____	12
7.	FALUSI TURIZMUS A COVID UTÁN _____	13
8.	ZÁRÓ MEGJEGYZÉSEK _____	17
9.	VONATKOZÓ LINKEK _____	17

1. Bemutakozás

A STORIE Erasmus+ projekt célja a vidéki kisvállalkozások versenyképességének javítása, szaktudásuk és kapacitásuk olyan irányú fejlesztésével, amely a szellemi kulturális örökségen alapuló fenntartható turisztikai termékek tervezésére és népszerűsítésére fókuszál. A projekt egy innovatív tanulási programot és egy online tanulási eszközt vezet be, amelyek elősegítik a helyi vállalkozói közösségek fejlődését és lehetővé teszik a kísérleti tesztelést a turisztikai tapasztalatokról a partnerek régióiban.

A STORIE közvetlen célcsoportja a turisztikai szektorba tartozó vagy ahhoz kapcsolódó vidéki kisvállalkozások (vezetők és alkalmazottak), amelyek a következő NACE-kódokkal (a gazdasági tevékenységek statisztikai besorolási szabványa az EU-ban) kapcsolatos tevékenységeket végzik:

- I55 szállás,
- I56 Étel- és italszolgáltatás,
- C10 - Élelmiszer-termékek gyártása
- C11 - Italgyártás
- N79 Utazási iroda, utazásszervező és egyéb helyfoglalási szolgáltatások és kapcsolódó tevékenységek
- R93 - Sporttevékenységek, szórakoztató és rekreációs tevékenységek
- R91 - Könyvtárak, levéltárak, múzeumok és egyéb kulturális tevékenységek

Az egyéb potenciális célcsoport közé tartoznak azok a vidéki cégek, amelyek fontolóra veszik jövőbeni turisztikai szerepvállalásukat, vagy együttműködnek az elsődleges célcsoporttal az idegenforgalmi termékek fejlesztésében:

- A1 - Növény- és állattenyésztés, vadászat és kapcsolódó szolgáltatási tevékenységek
- A3 - Halászat és haltenyésztés
- C13 - Textilgyártás
- C14 - Ruházati cikkek gyártása
- C15 - Bőr és hasonló termékek gyártása
- C16 - Fa, valamint fa- és parafatermékek gyártása, a bútork kivételével; szalma és fonott áruk gyártása
- C32 - Egyéb gyártás
- G47 - Kiskereskedelem, a gépjárművek és motorkerékpárok kivételével

A STORIE projekt érintettei:

1. egyesületek, amelyek a vidéki (turisztikai) szektor vállalatait képviselik.
2. minden szinten (a középiskolától a felsőoktatásig) működő szakképzési szervezetek, amelyek képzéseket indítanak (formális és nem formális) a falusi turizmus és a kapcsolódó ágazatok cégei számára.
3. politikai döntéshozók és állami szervek az idegenforgalom és a kapcsolódó területeken
4. a helyi vidéki közösségekben élő emberek (a szellemi kulturális örökség megőrzőjeként és közvetítőiként).

A projekt 3 szellemi terméket fejlesztett ki:

- O1 - STORIE tanulási program
- O2 - STORIE tanulási eszköz
- O3 - STORIE meglátások és tapasztalatok

A STORIE Meglátások és Tapasztalatok olyan célzott útmutatók, kézikönyvek, ajánlások, amelyek támogatják a projekt szélesebb körű bevezetését és elterjesztését. Mindegyik útmutató a projekt érintettjeinek egy meghatározott csoportját célozza, azzal a szándékkal, hogy támogassa a vidéki kisvállalkozásokat minél gazdagabb turisztikai vonzerő kialakításban és továbbfejlesztésében, felhasználva az STORIE projekt kísérleti tapasztalatait:

1. A STORIE Vidéki Turisztikai Élmények egy gyűjtemény, amelyet a STORIE Tanulási eszköz segítségével készítettek és teszteltek a partnerszágokban. Célja, hogy útmutatóként szolgáljon a tapasztalatok bővítéséhez a partner- és más országokban. Ez a gyűjtemény közvetlenül a STORIE célcsoportjait és érintettjeit célozza meg.

2. A STORIE Útmutató az oktatóknak tartalmaz tanácsokat és ajánlásokat a vidéki turisztikai szektor kisvállalkozásai számára kidolgozott képzési programokhoz. Figyelembe veszi az informális képzési lehetőségeket, valamint egy javaslatot a formális oktatásba történő integrációhoz különböző szinteken. Ez az útmutató a szakképzési szervezeteknek szól.

3. A STORIE Útmutató a döntéshozók számára ajánlásokat tartalmaz a szellemi kulturális örökségen alapuló vidéki turisztikai tapasztalatok bővítésének és marketingjének támogatásáról.

Jelen útmutató tehát az STORIE-n belül az érdekelt felek szélesebb körű meglátásainak és tapasztalatainak része.

2. Célcsoport

Jelen szakpolitikai összefoglaló a politikai döntéshozóknak, a politikát befolyásolóknak és az állami szervek munkatársainak szól helyi, regionális és nemzeti szinten, az idegenforgalom és az idegenforgalmi képzésre vonatkozó politikával és stratégiával kapcsolatosan.

Ez az összefoglaló támogatja a program megértését és ösztönözi a szellemi kulturális örökségen alapuló fenntartható falusi turisztikai termékek fejlesztését és népszerűsítését.

A partnerek régióiban a STORIE megközelítését és eredményeit alkalmazva, a vidéki turisztikai ágazatban dolgozó emberek készségeinek és kompetenciáinak fejlődését eredményezi majd, ami pozitív hatással lesz ezekre a vállalkozásokra, csökkenteni fogja a munkanélküliséget. További eredménye a szellemi kulturális örökség ápolása és felelősségteljesebb felhasználása, ami helyi és regionális szinten is kifejtetheti pozitív hatását.

3. STORIE: a project

Jelen útmutató az Erasmus+ STORIE stratégiai partnerség projekt keretében készült, a projekt 2018 és 2020 között valósult meg.

A falusi turizmus próbál tenni a falvak elnéptelenedése ellen, ösztönzi a környezet megőrzését és javítását, segít megtartani a „hagyományos” készségeket, növeli a közösség erejét és a helyi identitást. A jól irányított falusi turizmus nagyszerű eszköz lehet a kulturális örökség megőrzésében és népszerűsítésében, és rengeteg ember életét gazdagíthatja.

Az utóbbi években a falusi turizmus terén megfigyelhető tendencia az egyedi, hiteles élmények iránti növekvő érdeklődés és a megnövekedett minőségi elvárások. A falusi turisztikai kínálat azonban továbbra is rendkívül széttagolt. Nagyszámú, régióként szétszórta, többnyire családi tulajdonban működtetett vállalkozásból áll, melyek vendégszerető fogadtatást kínálnak a turisták számára, de hiányzik a következetesség a szolgáltatások minősége tekintetében, azaz a különböző szolgáltatások részleges bevonása egy kész turisztikai termékbe.

A legtöbb EU országban támogatják a fenntartható turizmust, ez viszont az egész turisztikai ágazatnak csak egy kis részét teszi ki és tekintetben sok még a kihasználatlan lehetőség. A legtöbb vidéki vállalkozó nem rendelkezik sem termékfejlesztési ismeretekkel és készségekkel, sem idővel és pénzügyi forrásokkal ahhoz, hogy kihasználja ezeket az ösztönző lehetőségeket.

A vidéki és ökoturizmus iránti érdeklődés növekedése új vállalkozásokat és regionális fejlődési lehetőségeket teremt, de csak azoknak, akik megfelelő stratégiával és készségekkel rendelkeznek. A turisztikai célpontok közötti éles verseny új ismereteket, készségeket és közös erőfeszítéseket igényel minden szinten - a döntéshozóktól a mikrovállalkozásokig. Egy vonzó turisztikai termék fejlesztését megkönnyítheti az együttműködés, a koordináció és a

támogatás, valamint annak megértése, hogyan lehet felhasználni a régió egyedi jellemzőit egy emlékezetes turisztikai élmény létrehozásához.

A STORIE project javítja a vidéki kisvállalkozások versenyképességét azáltal, hogy fejleszti készségeiket és kapacitásukat a szellemi kulturális örökségen alapuló fenntartható turisztikai termék létrehozásában és népszerűsítésében (kézműves termékek, kulináris élmények, zene, történetek, szokások stb.). A megtervezett tanulási program átfogó rálátást biztosít a kulturális turisztikai termékfejlesztéshez, a hatékony és fenntartható terméktervezéshez szükséges kompetenciákhoz és feladatokhoz, valamint ösztönzi a vidéki kisvállalkozások közötti együttműködést és elősegíti a helyi üzleti közösségek fejlődését.

4. Kulturális örökségturizmus és politika Európában

4.1 Bemutató

Európa a leglátogatottabb turisztikai célpont a világon, a turizmus a nagy gazdasági rendszerek központi eleme, amely jelentősen hozzájárul a fejlődéshez és a munkahelyteremtéshez valamennyi tagállamban. Néhány releváns adat az Európai Unió idegenforgalmáról:



Forrás:: European Commission (2021)

- az EU GDP-jének 10%-át adja
- 2,4 millió vállalkozás, melynek több mint 90%-a kis- és középvállalkozás (kkv)
- globális szinten 40%-os vezető szerepet töltenek be a turisztikai célú látogatások
- az európaiak 85%-a a nyári nyaralását az Európai Unióban tölti
- 0,56 euró hozzáadott értékkel járul hozzá a turizmusban termelt minden 1 Euróhoz

A turizmus sok kis- és középvállalkozást (kkv) foglal magába Európában, és számos tevékenységre kiterjed: a turistáknak nyújtott szolgáltatások közé tartoznak a szállodák és egyéb szálláshelyek, a gasztronómia (például éttermek vagy kávézók), a közlekedési szolgáltatók, idegenvezetők valamint a kulturális és szabadidős létesítmények széles köre (például színházak, múzeumok, régészeti lelőhelyek, szabadidős parkok vagy sporttal kapcsolatos létesítmények).

Az Európai Unió jelenlegi turisztikai helyzete tagadhatatlanul nehéz időszakon megy keresztül a COVID-19 járvány következményei miatt. Amint azt az alábbi infografika mutatja, a COVID-19 nagy hatással van az európai turisták jövedelmére.

Impact on global tourism



Impact on EU tourism



Forrás:: European Commission (2021)

A partnerségben az idegenforgalomtól nagymértékben függő tagállamok (a GDP% -ában): Horvátország (25%), Ciprus (22%) és Spanyolország (15%). Igaz az idegenforgalom a GDP kevesebb, mint 10% -át teszi ki Magyarországon és Litvániában, így bár kevésbé függenek a turizmustól, viszont a nemzetgazdaság jelentős hányadát képviselik.

Ebben az összefüggésben a STORIE projekt egy olyan komplex kihívásnak felel meg, amelynek célja a vidéki kisvállalkozásoknál dolgozók készségeinek és kompetenciáinak fejlesztése a szellemi kulturális örökségen és fenntarthatóságon alapuló turisztikai élmények kitalálása és kifejlesztése érdekében. Ugyanakkor szintén ezzel kapcsolatban fontos hangsúlyozni az ilyen típusú képzés fontosságát, mivel a vidéki kisvállalkozások munkatársainak fontosabb, mint valaha, hogy a készségfejlesztés történjen versenyképességük fokozása érdekében, valamint amennyire csak lehetséges meg kell felelniük ügyfeleik igényeinek.

Az alábbiakban az Európai Unióban a közelmúltban végrehajtott főbb turisztikai politikák következnek, amelyeket a STORIE projekt minden egyes országára vonatkozóan ismertetünk.

4.2 Európai politikák a vidéki kulturális örökségturizmus területén

A STORIE projekt érdeklődési körével és céljaival összhangban az alábbiakban összefoglaljuk az Európai Unió néhány legfontosabb politikáját, finanszírozási programját és kezdeményezését.

Finanszírozási programok:

- A COSME a vállalkozások versenyképességének, valamint a kis- és középvállalkozásoknak nyújtott uniós program volt, amely 2014 és 2020 között működött, és amelynek fő célja a kkv-k finanszírozási forrásokhoz való hozzáféréseinek megkönnyítése életciklusuk különböző szakaszaiban. A program társfinanszírozta a fenntartható, határokon átnyúló turisztikai termékeket, valamint az idegenforgalmi szezonon kívüli turizmus

népszerűsítésére irányuló tevékenységeket. További információ: [COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises. | Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs](#)

- A LEADER-t (Liaison among Actors in Rural Economic Development) több mint 20 évvel ezelőtt hozták létre a vidékfejlesztés támogatása céljából, a helyi vállalkozások ipari, üzleti vállalkozói és munkaügyi szerkezet stb. fejlesztésének ösztönzésére. Ennél fogva ez a program közvetlen hatással van a regionális turizmus fejlődésére az EU tagországaiban, továbbá a falusi turizmus az egyik fő tevékenységi területe.
- The European Recovery and Resilience Mechanism (2021): Turisztikai fenntarthatósági tervek, amelyek elősegítik az érett (telítődött) turisztikai célpontok népszerűsítését és megújítását, amelyek költségvetése ennek a programnak köszönhetően 83% -kal emelkedik 2021-re, 59-ről 683 millió euróra.

Kezdeményezések:

- Az EDEN - European Destinations of Excellence célja egy fenntartható turisztikai fejlesztési modell népszerűsítése az egész EU-ban, felhívja a figyelmet az európai turisztikai célpontok értékeire, sokszínűségére és közös jellemzőire. A kezdeményezés éves országos versenyeken és promóciós kampányokon alapul a fenntartható turizmus fejlesztése érdekében, amelyek eredményeként minden résztvevő országban kiválasztanak és népszerűsítenek egy „kiváló turisztikai úticélt”. További információ: [EDEN - European Destinations of Excellence | Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs](#). Nézze meg a következő videót néhány már díjnyertes úti cél felfedezéséhez: [EDEN: discover Europe's hidden sustainable tourist destinations](#).
- EU turisztikai minőségi címke: A minőségi címkék használata világszerte bevált gyakorlat az idegenforgalmi ágazatban, különösen a vendéglátás területén. Célja, hogy referenciaértékeket nyújtson a fogyasztók számára a vásárlási döntések meghozatalához. A fenntarthatósági címkék számos különféle jellemzőt vagy gyakorlatot tartalmazhatnak, beleértve: a helyszín egyedi jellemzőit; a veszélyeztetett tájak, ökoszisztémák, környezet védelmének szükségessége; a sajátos szervezeti magatartás; a környezet minősége vagy egy egész régió megjelölése a fenntarthatóvá márkánévvvel.

Az elkövetkező években célszerű figyelembe venni azokat a tendenciákat és aggályokat is, amelyek nagymértékben befolyásolják az EU-tagállamok turisztikai ágazatának helyzetét.

5. Példák: a szellemi kulturális örökségen alapuló falusi turisztikai tapasztalatokat támogató helyi / regionális önkormányzatokra

5.1 MAGYARORSZÁG

Magyarországon a kormány prioritásként kezeli az idegenforgalom kérdését, ezért felügyelete és kezelése közvetlenül a Miniszterelnöki Hivatalé. A miniszterelnök kabinetfőnöke a kormány tagjaként felelős az idegenforgalomért és a vendéglátásért. Különleges miniszteri biztos szervezi a kapcsolatokat a hazai turizmus fejlesztésében részt vevő hazai és külföldi vállalkozásokkal, gazdasági szereplőkkel, figyelemmel kíséri a 2030-as Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia végrehajtását, a feladatok kezelését és az érintett szereplők közötti kapcsolatokat. A Magyar Turisztikai Ügynökség (www.mtu.gov.hu) biztosítja az idegenforgalom szakmai irányítását, a stratégiai tervezéstől a megvalósítás támogatásáig. Ez az ügynökség állami hatáskörű szervezet. Feladatai közé tartozik képzési programok, műhelyek szervezése vagy mások által szervezett turisztikai műhelyek szakmai felügyelete (például a KONTAKT-osé), termékfejlesztés is. E tekintetben a „Nemzeti Turizmusfejlesztési Konceptió 2014–2024” kezdeményezés a nemzeti értékek kiemelésének és megerősítésének horizontális alapelveit követi, mint például az egyediség, a fenntarthatóság, a környezettudatosság, a biztonság, valamint a társadalmi és szakmai felelősség. A dokumentum tartalmazza a magyarországi turizmus helyzetelemzését és a 2014-2024 közötti időszak célkitűzéseit. A turizmusfejlesztési koncepció célja egy innovatív, kreatív, magas színvonalú termék- és kínálatfejlesztés; a versenyképességet javító környezet kialakítása; munkahelyek megőrzése és létrehozása; turisztikai menedzsment szervezetek létrehozása és megerősítése; valamint a magyar turisztikai szektor nemzetközi és keleti nyitása. A stratégia a lassú, zöld, egészséges és fenntartható turizmus néhány általános szempontját tartalmazza.

Egy másik erős és állami tulajdonú szereplő a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (www.magyardurisztikaiszovetseg.hu). Ez egy ernyőszervezet, amely 37 nagy turisztikai egyesületet tömörít Magyarországon. A fő célkitűzések közé tartozik a képzési és fejlesztési készségek és kompetenciák értékelése is. Valójában most online tanfolyamokat kínál, de 2021 folyamán workshopokat és képzési lehetőségeket is biztosít. Ez a „szövetségek szövetségéeként” működő egyesület lehetőséget kínál az idegenforgalom különböző szegmenseiben érdekelt felek számára, hogy összehangolják információs, képzési és továbbképzési igényeiket, és ne párhuzamos fejlesztéseket indítsanak, hanem olyan platformot hozzanak létre, amelyen keresztül valamennyi tagszervezet számára elérhetőek a magyar turizmus értékes szolgáltatásai.

Ezeket kívül van egy, kifejezetten a falusi turizmussal foglalkozó szervezet, a Falusi Turizmus Országos Szövetsége (www.falusturizmus.eu). Ez egy érdekképviseleti szervezet.

A helyi és regionális Turisztikai és Desztináció Menedzsment (TDM) szervezetek is részt vesznek a turisztikai szereplők fejlesztésében, ösztönzik az együttműködést, képzések, konferenciák vagy workshopok szervezését. Nagyon sok Turisztikai és Desztináció Menedzsment (TDM) szervezet van Magyarországon, ezeket a Magyar TDM Szövetség tömöríti (www.mtdmsz.hu).

5.2 CIPRUS

Cipruson az idegenforgalom a gazdaság nagyon fontos szektora, ezért a 2030-as Nemzeti Turisztikai Stratégia célja a ciprusi turizmus fenntartható fejlesztése, amely pozitívan befolyásolja a gazdaságot, a társadalmat és a környezetet. A stratégia központi eleme, hogy Ciprus megfeleljen a következőknek: a) egész éven át tartó úticél; b) minőségi úticél; c) digitálisan intelligens úticél; d) egy olyan hely, ahol minden lakos profitálhat a turizmusból. A tízéves stratégia célja a jövedelem 30% -os növekedése és a látogatók számának 4 milliőről 5,15 millióra növelése 2030-ra. Ez a stratégia számos tevékenységet tartalmaz, amelyeket különböző minisztériumok és szakmai szervezetek egymással együttműködve, koordináló szerepe pedig az idegenforgalmi minisztériumnak (Deputy Ministry of Tourism) lesz.

Az idegenforgalmi minisztérium (**Deputy Ministry of Tourism**) ([Home Page](#) | [Visit Cyprus - Deputy Ministry of Tourism](#)) a ciprusi turisztikai ágazat stratégiai és felügyeleti hatósága, felelős a nemzeti turisztikai stratégia kidolgozásáért, Ciprus megjelenítéséért és népszerűsítéséért, mint turisztikai úticél, valamint az idegenforgalmi jogszabályok végrehajtásáért. A minisztériumnak számos irodája van az egész szigeten, amelyek turisztikai információk központként is működnek.

A helyi hatóságok, mind az önkormányzatokként és közösségként is felelősek a városok turisztikai úticélként való népszerűsítéséért. A nagyobb települések főállású turisztikai szakembereket alkalmaznak, és egyes területeken több település és közösség közös turisztikai egyesületeket hoz létre, hogy népszerűsítse területét vagy kerületét.

A Ciprusi Agroturisztikai Vállalkozást (**Cyprus Agrotourism Company**) a Ciprusi Turisztikai Szervezet (Cyprus Tourism Organisation) hozta létre azzal a céllal, hogy koordinálja a falusi turisztikai tevékenységeket a szigeten. A Társaság csak 7 taggal indult, és ma már több mint 80 tagja van (olyan tulajdonosok, akik turisztikai céllal újították fel a vidéki házaikat), 2019-ben Cipruson 100 hagyományos ház és butikhotel található. A szervezetnek van egy weboldala, amely lehetővé teszi a turisták számára, hogy tájékozódjanak a rendelkezésre álló falusi turisztikai lehetőségekről és szállást foglaljanak nyárra: www.agrotourism.com.cy.

Ciprusi Fenntartható Turizmus Kezdeményezés (CSTI) [The Cyprus Sustainable Tourism Initiative \(CSTI\)](#) egy független szervezet, amelyet 2006-ban hoztak létre. A CSTI célja, hogy a turisztikai keresletet (utazásszervezők, ügynökök) összehozza a turisztikai erőforrásokkal Cipruson (kistermelők és közösségek) a turizmus fenntartható megközelítésének kialakítása érdekében. A turisták számára emlékezetes élményt nyújtva ez a megközelítés egyértelmű gazdasági hasznot jelent a tömegturizmus által marginalizált falvak számára is, miközben minimalizálja a káros társadalmi-gazdasági és környezeti hatásokat.

5.3 LITVÁNIA

Litvániában számos szervezet támogatja a falusi turizmust és a szellemi kulturális örökség termékeit. A Lithuania Travel a litván turisztikai marketingért és promócióért felelős nemzeti turisztikai fejlesztési ügynökség, amely a Gazdasági és Innovációs Minisztérium felügyelete alá tartozik. A Lithuania Travel stratégiai célja, hogy felhívja a turisták figyelmét az ország vonzó, idegenforgalom szempontjából jelentős területeire és ösztönözze a külföldről bejövő és a belföldi utazásokat. Másrészt ez a hazai turisztikai szektor nemzetközi versenyképességének növelését is célozza, miközben hozzáadott értéket teremt a litván gazdaság számára ([Lithuania Travel: Tourism Lithuania](#)).

Egy másik szervezet az Etnikai Kultúra Megőrzésének Tanácsa (Council for the Safeguarding of Ethnic Culture), amely a litván kormányhoz tartozik szakértőként és tanácsadóként olyan stratégiai kérdésekben, mint az etnikai kultúra állami védelmének és politikai fejlesztése, valamint a szellemi kulturális örökség védelme. Ez a szervezet biztosítja továbbá Litvánia nemzeti jogrendszerében az etnikai kultúra állami védelmét és elősegíti az etnikai kultúra fejlődését. A tanács célja még az etnikai kultúra állami védelmének megerősítése, a nemzeti öntudat megőrzése, az etnikai kultúra életképességének és Litvánia egyenlő részvételének biztosítása a világ kulturális életében. Ez a tanács szemináriumokat, versenyeket, különféle tevékenységeket szervez Litvánia legjobb etnikai csoportjai számára ([Etninés kultūros globos taryba](#)).

Egy másik fontos szervezet a Földművelésügyi Minisztérium Nemzeti Vidékfejlesztési és Képzési Osztálya. Ez az osztály foglalkozik az összes litván tanúsított kézműves nyilvántartásával, terjeszti és népszerűsíti a róluk szóló információkat, tanfolyamokat szervez számukra stb. További információ található erről: [About national heritage | Lietuvos Tautinis Paveldas](#). Az előző elképzelés nyomán a litván kormány a hagyományos kézműves mesterségek nemzeti szintű ösztönzése céljából jóváhagyott egy 2012 és 2020 között zajló programot, ami hazai kézműves termékek védelmét és piacaik fejlesztését célozza. Litvánia Földművelésügyi Minisztériuma, Kulturális Minisztérium, Gazdasági Minisztérium, Környezetvédelmi Minisztérium és a Gazdasági Minisztérium alá tartozó Litván Idegenforgalmi Főosztály, önkormányzatok és más intézmények vettek részt a fent említett program végrehajtásában.

Egyéb érintett szervezetek a következők:

- Litván Kulturális Tanács (Lithuanian Council for Culture). E tanács küldetése a kultúrpolitikai prioritásokkal összhangban a kultúra és a művészetek diverzifikált fejlesztésének és terjesztésének lehetővé tétele, biztosítva az elkülönített források ésszerű felhasználását; a szakértelmen alapuló kultúrpolitika végrehajtását; elemezni a kultúrpolitikát befolyásoló kulturális és művészeti folyamatokat. Litvánia minden kulturális eseményén jelen vannak, nemcsak a falusi turizmus és a szellemi kulturális örökség ágazataiban, hanem ez az intézmény időnként forrásokat is elkülönít a szellemi kulturális örökség területén megvalósuló projektekhez. 2021-ben pályázati felhívást tettek közzé, amelynek célja a nemzeti örökség és a szellemi kulturális örökség megőrzése és ösztönzése az országban ([Lithuanian council for culture](#)).
- Litván Nemzeti Örökség Teremtők és Alkotók Szövetsége (Lithuanian Association of National Heritage Producers and Creators) - nem kormányzati, független állami jogi személy, önkéntes alapon, egyesítve a nemzeti örökséggel foglalkozó természetes és / vagy jogi személyeket. Az egyesület küldetése a litván nemzeti örökség megteremtőinek és alkotóinak egyesítése Litvánia régi hagyományainak, művészetének és kultúrájának megőrzése érdekében. Az egyesület igyekszik a lakosságot tájékoztatni és felvilágosítani a nemzeti örökségi jelekkel ellátott kézműves termékek hitelességéről és értékeiről.
- Litván Vidéki Turisztikai Szövetség (Lithuanian Countryside Tourism Association LCTA) - a STORIE konzorcium litván partnere. A szervezet teljes mértékben kapcsolódik a falusi turizmushoz, erőfeszítéseket tesz annak érdekében áll, hogy a vidéki kisvállalkozók láthatóvá és versenyképpessé váljanak az országban. A szövetségnek (LCTA) volt egy sor projektje, amelyek teljes egészében kapcsolódtak a szellemi kulturális örökséghez - az egyik a „helyi ízek”, a másik a „helyi kézművesség” volt. Mindkét projekt bemutatta a litván hagyományokat, az ételeket, a kézművességet, a néprajzi régiókat és az ott élő embereket. Tudjon meg többet: [Skonių kelias | skoniukelias.lt / Crafts](#)

5.4 HORVÁTORSZÁG

A Turisztikai Minisztérium az idegenforgalommal kapcsolatos politika, stratégiák és jogszabályok kidolgozásáért felelős nemzeti közigazgatási szerv a horvát parlament Idegenforgalmi Bizottságával együtt. A nemzeti turisztikai promóciók a Horvát Nemzeti Idegenforgalmi Hivatalhoz (Croatian National Tourist Board CNTB) tartoznak. Regionális és helyi szinten vannak adminisztratív hivatalok is, amelyek a turizmusért és a vendéglátásért felelnek. Itt arra a fő kezdeményezésre lehet felhívni a figyelmet, amely a „Horvát Köztársaság turisztikai fejlesztési stratégiája 2020-ig” (**Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020**) volt. Ennek célja az idegenforgalmi szektor vonzerejének és versenyképességének növelése az erőforrás-gazdálkodás fejlesztésén keresztül, amely megfelel a fenntartható kereskedelem hosszú távú alapvető gazdasági, társadalmi és esztétikai kritériumainak, valamint a jólét növekedésének, a kulturális integritás és a létfontosságú ökológiai rendszerek és a biológiai sokféleség megőrzésének.

Egyéb nemzeti politikák:

- A Horvátország 365 (**Croatia 365**) program, melyet a szezonális csökkentése céljából hoztak létre, vonzó és versenyképes, hozzáadott értéket kínáló desztináció kidolgozása az idény előtti és utáni időszakban. A projekt hat termékterületre összpontosít: kultúra, bor és gasztronómia, kerékpározás, üzleti utak, wellness és egészség, valamint aktív pihenés, így a szellemi kulturális örökség része.
- A **Croatia 365 Gourmet** egy olyan digitális platform, amelyet a CNTB fejlesztett ki a horvát gasztronómiai régiók (valamint borászatok, éttermek és olajtermelés) népszerűsítésére.

További releváns állami szervezetek: Regionális Önkormányzati Egységek (Regional Self-Government Units), Horvát Gazdasági Kamara (Croatian Chamber of Economy), Megyei Idegenforgalmi Tanács (County Tourism Board) Városok,

Önkormányzatok és Városok Turisztikai Bizottsága, Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, nonprofit szervezetek, VTA Fejlesztési Ügynökség (s Development Agency VTA) stb.

Például regionális szinten az „Iztria régió turisztikai fejlesztési kiemelt terve 2015–2025” (**Tourism Development Master Plan for the Region of Istria 2015-2025**) fontos politikaként jelenik meg az utóbbi időben. A dokumentum célja, hogy célirányos megoldásokat kínáljon a korábban meghatározott elképzelésekre és prioritásokra, nemrégiben egy marketingtervvel is kiegészítették. Ez a terv meghatározza a fejlesztési prioritásokat, amelyekre konkrét intézkedéseket dolgoztak ki. Foglalkozik a szálláshely-fejlesztéssel, elsősorban a meglévő szálláskapacitások kategorizálásának javításával, valamint a tematikus kis szállodák fejlesztésével. Intézkedéseket hoztak az infrastruktúra és egy megfelelő sportinfrastruktúrára fejlesztésére is. Ezen kívül az uniós finanszírozásnak hozzá kell járulnia az iztriai turisztikai desztináció vonzerejének és versenyképességének növelését szolgáló kulcsfontosságú projektek megvalósításához. Ezeknek a turisztikai projekteknek a többsége hozzájárulhat a fenntartható turizmus fejlődéséhez, mivel a hagyományos életmód, a helyi iztriai termékek, valamint kulturális és természeti élményeken alapulnak (LAG Istria Personal Communication, 2017).

5.5 SPANYOLORSZÁG

Az idegenforgalmi államtitkár, aki a spanyol Ipari, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Minisztériumhoz tartozik, a turizmus területén a legmagasabb állami hatóság. Végső soron a nemzeti idegenforgalommal kapcsolatos politikák és stratégiák meghatározásáért felelős. A Turespaña egy autonóm testület, amely Spanyolország turisztikai célpontként történő marketingjéért felelős (<https://www.tourspain.es/es-es>). A 2018–2020 közötti időszakra szóló stratégiai marketing terv egy paradigmaváltást vont maga után a nemzeti turisztikai szektorban, a termék / ajánlat helyett az idegenforgalomra helyezve a hangsúlyt. Egy másik testület a SEGITTUR, amely az innováció előmozdításáért felelős a spanyol turisztikai szektorban. Dolgozik az állami szektorban (új promóciós modellek és csatornák, intelligens desztinációk kezelése és létrehozása stb.), és a magánszektorban (vállalkozók támogatása, fenntarthatóbb és versenyképesebb irányítás, a spanyol technológia exportja). Mivel a digitalizáció az idegenforgalommal kapcsolatos politikák egyik fő tengelye 2021-ben, így SEGITTUR éves költségvetése 92% -kal növekedett, annak érdekében, hogy ösztönözze az ágazat vállalatait olyanokra, mint Intelligens turisztikai desztináció modell, valamint a digitális átalakulási és innovációs terv.

A fő nemzeti politikák a következők:

- Horizont 2020 spanyol idegenforgalmi terv (Spanish Tourism Plan Horizon 2020): fő célja a nemzeti turisztikai stratégia versenyképességének megerősítése olyan kérdések támogatásával, mint a fenntarthatóság, Spanyolország gazdag kulturális örökségének népszerűsítése, a turisztikai termékek és a kínált élmények specializálása és differenciálása stb. [Plan del Turismo Español Horizonte 2020](#)
- Fenntartható turisztikai stratégia 2030 (Sustainable Tourism Strategy 2030): nemzeti turisztikai menetrendként kerül kialakításra, hogy közép- és hosszú távon megoldást kínáljon az ágazat kihívásaira, előmozdítva a fenntarthatóság három pillérét: társadalmi-gazdasági, környezeti és területi. Ennek érdekében egy olyan részvételi folyamatot támogattak, amelybe ágazati és autonóm közösségeket vontak be. A következő tényezőket alakítják: a társadalmi-gazdasági növekedés, a természeti és kulturális értékek megőrzése, a társadalmi jólét, a részvétel és a kormányzás, az ágazat változásaihoz való állandó alkalmazkodás és Spanyolország mint nemzetközi turisztikai célpont vezető szerepének megerősítése. [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030](#)

Ezen kívül regionális szinten különféle idegenforgalmi osztályok működnek, amelyek a turizmus népszerűsítésére szakosodtak a spanyol autonóm közösségekben. Hasonlóképpen sok hasonló igazgatás létezik tartományi, regionális vagy helyi szinten. Extremadurában a regionális Turisztikai Tanács egy tanácsadó, konzultációs testület idegenforgalmi kérdésekben. Érdemes megemlíteni a [Patrimonio Inmaterial de Extremadura](#) munkáját is, amely nemrégiben kezdett el működni (2021. január), célja Extremadura szellemi örökségének megvédése, népszerűsítése a témában készült tanulmányait, dokumentálják az értékeket. Célkitűzéseinek elérése érdekében egy weboldalt és

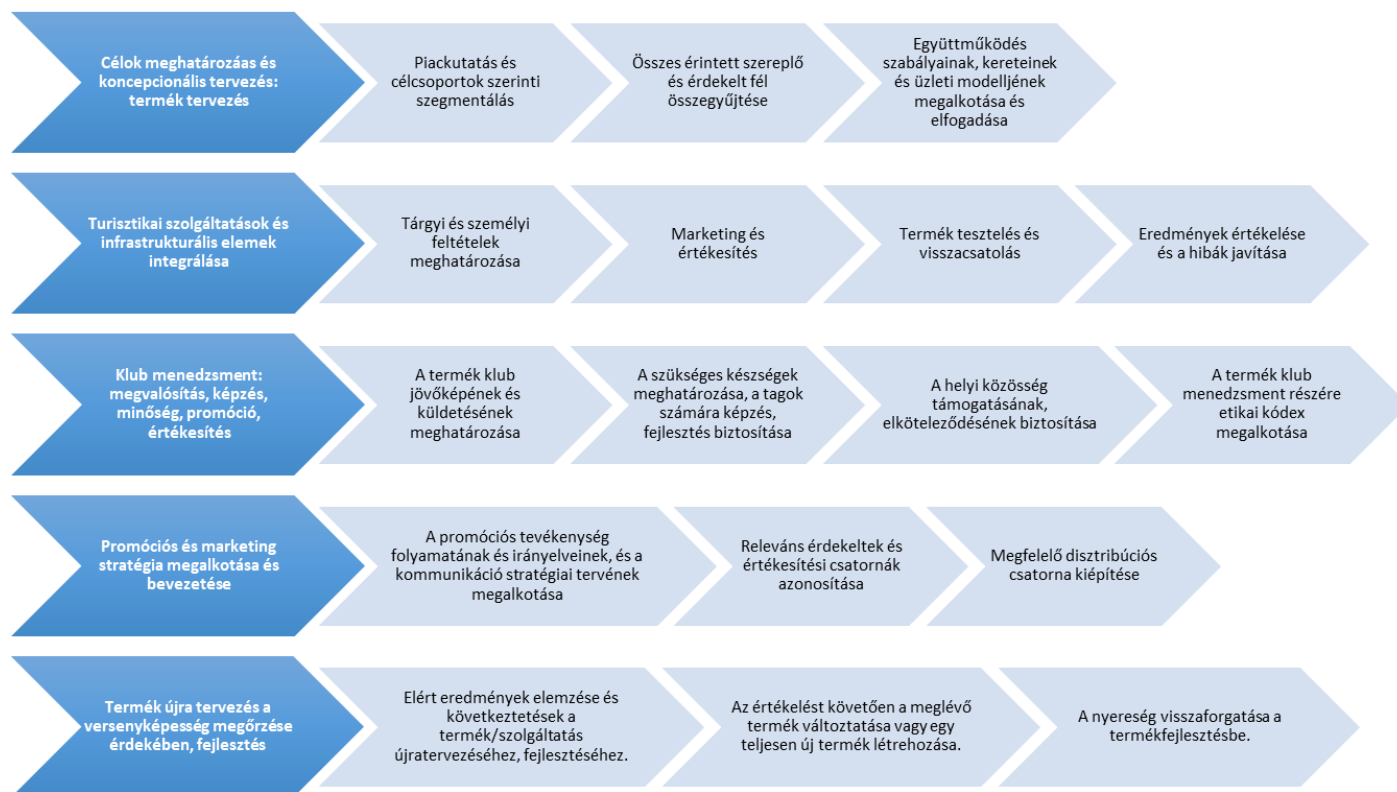
egy alkalmazást fejlesztettek ki, amely megkönnyíti az információhoz jutást a hagyományokról, legendákról, népszerű fesztiválokról vagy a regionális gasztronómiáról, ruházatról vagy zenéről. Extremadurában a "Extremadura rejtett kincsei" ("Hidden Treasures of Extremadura") kezdeményezés fontos szerepet játszik a vidéki kulturális turizmus megerősítésében a régióban ([Tesoros Ocultos](#)), bár ebben az esetben a kézzelfogható kulturális örökségre helyezik a hangsúlyt.

6. Mit jelent a Termékklub?

A Termékklub egy közös gondolkodási, tervezési és irányítási eszköz, amely több állami hatóság, magánszervezet, egyesület vagy érintett fél bevonását jelenti, azzal a céllal, hogy új termékeket tervezzenek vagy a meglévő termékek / kezdeményezések értékét növeljék együttműködésük révén. Ideális esetben egy közigazgatás vagy egy állami szervezet támogatásával és / vagy erős szervezetek támogatásával rendelkezik, melyek a termékklub szponzorai vagy nagykövetői.

Egy turisztikai termékklub esetében a résztvevő szervezetek közös ötletet, projektet vagy kezdeményezést dolgoznak ki annak érdekében, hogy egy turisztikai célpontot egy adott terméken vagy szolgáltatáson keresztül népszerűsítsenek. Minden termékklubnak be kell tartania az összes tag által tiszteletben tartott szabályrendszert és folyamatot, például azt, hogy a közös érdek érvényesüljön az egyén felett. Javasoljuk továbbá az együttműködési és integrációs folyamat kiterjesztését, valamint a helyi közösségek, közigazgatás és vállalkozások bevonását, szinergiák és partnerségek létrehozását, valamint egységes fellépést.

A termékklub létrehozásánál a következő lépéseket kell követni:



További információk és valós példák a STORIE IO2 – Termék klub módszerek (Product Club Methodology) dokumentációban találhatóak.

Nézze meg az Európai Bizottság videóját: [Tourism product club](#)

7. Falusi turizmus a COVID után

Amint a dokumentum korábbi szakaszaiban kifejtésre került, a COVID-19 okozta válság és a kapcsolódó mobilitási korlátozások súlyosan érintették az európai turizmust. Az európai idegenforgalmi növekedés várhatóan 2023-ig a 2019-es szint alatt marad. A 2020-as év első négy hónapjában, Európában drámai 44% -os visszaesés tapasztalható a nemzetközi turista forgalomban 2019 azonos időszakához képest - a globális mutatókkal összhangban csökkent. A turisztikai munkahelyek elvesztése Európában 2020-ban nagyon nagymértékű lehet, 14,2–29,5 millió között mozoghat. A bizonytalanság továbbra is uralkodik, a járványkorlátozások időtartama kulcsfontosságú lesz az ágazat veszteségének nagyságában. (forrás: [Tourism | Fact Sheets on the European Union](#), 2021).

Az Európai Bizottság erőfeszítéseket tesz, hogy biztosítsa az állampolgárok, az áruk és a szolgáltatások szabad mozgását, az egészségvédelmi és biztonsági intézkedések teljes betartásával. Ezen hatások enyhítése és az idegenforgalmi szektor helyzetének megerősítése érdekében az EU olyan intézkedéseket hozott, mint például az „Európa következő generációja” (*“Europe Next Generation”*) program, amely egy fenntarthatóbb, ellenállóbb és igazságosabb Európa felépítését igyekszik felgyorsítani. A másik kezdeményezés az [Re-Open EU](#) platform létrehozása, ahol naprakész információk találhatóak az európai területen meglévő mobilitási korlátozásokról, valamint a kapcsolatok és a közlekedés helyreállítását elősegítő információk, ajánlások a biztonsági és egészségügyi intézkedésekről.

A következő szakaszban bemutatjuk a STORIE projekt partnerországainak helyzetét.

7.1 MAGYARORSZÁG

A turizmus ezrek számára nyújt megélhetést, 420 000 ember dolgozik ebben az iparágban, és Magyarországon a GDP 13% -át adja az idegenforgalom. 2020 márciusa óta komoly gondok vannak ebben az ágazatban, hiszen a társadalom jelentős részét érintik a COVID-korlátozások. A magyar turizmusnak nagy szüksége van a segítségre, a magyar kormány felismerve a helyzet súlyosságát, az elsők között jelentett be cselekvési tervet az idegenforgalom és a vendéglátás támogatására, amely európai szinten is példaértékű volt. A gazdaság-védelmi intézkedések magukban foglalták a hitel moratóriumot, járulékkedvezményeket, hitelprogramokat, bértámogatásokat vagy adócsökkentéseket, valamint a turisztikai fejlesztések támogatására irányuló programokat. Az intézkedések elsődleges célja a munkahelyek megmentése és a vállalkozások életben tartása volt és jelenleg is az. A Magyar Turisztikai Ügynökség nagy marketing kampányt indított a belföldi turizmus fellendítése érdekében. A június 1-jén elindított másfél hónapos kampány célja nemcsak a turizmus növelése a nyári főszezonban, hanem a járvány utáni magyar belföldi turizmus újrarendezése is. Több mint 500 szállás, étterem, gyógyfürdő és egyéb turisztikai szolgáltató csatlakozott a kampányhoz kedvezményes ajánlatokkal. A tavaszi nyitást követően a belföldi turizmus Magyarországon soha nem látott eredményeket ért el "a belföldi turizmus lett az új külföldi turizmus", július-augusztus hónapokban meghaladta a 2019-es adatokat.

A járvány második hullámában a kormány ismét intézkedéseket tett az ágazat megsegítésére. A támogatás egyetlen feltétele, hogy a munkavállalókat ne bocsássák el, és hogy kapjanak bért ezért az időszakért. A második hullám miatt lezárt határok Budapest turizmusát újra lenullázta, és a vidék is nehéz helyzetbe került. A szállodaipar hosszú ideig súlyos válságban marad. Szakértők szerint a legjobb esetben is legalább tíz hónapnak kell eltelnie ahhoz, hogy az ágazat elérje a járvány előtti szintet. A jelenlegi helyzetben az alapvető cél a lehető legjobb felkészülés a vendégek érkezésére.

7.2 CIPRUS

A Paphosi Szállodák Szövetsége (Paphos Hotels Association) szerint a Covid-19 járvány következtében 2020 volt az utóbbi idők legnehezebb éve az idegenforgalom számára. Rendkívül kevés turista érkezett Ciprusra, a szállodáknak pedig be kellett tartaniuk az egészségügyi intézkedéseket és a protokollokat, ami rendkívül megnehezítette üzemeltetésüket. 2020-ban az idegenforgalmi ágazat bevételei körülbelül 85%-kal csökkentek. 2020 tavaszától számos olyan intézkedés van érvényben az idegenforgalmi szektor számára, amelyek célja a COVID-19 válság hatásainak enyhítése. Például azok a vállalkozások, akik a járvány miatt részben vagy egészben bezárni kényszerülnek, bértámogatást kapnak, juttatásokat kínálnak azoknak az önálló vállalkozóknak is, akiknek jövedelme a pandémiával kapcsolatos korlátozások miatt jelentősen csökkent. 2020 júniusában új rendszert indítottak a légitársaságok támogatására, ösztönözve a légitársaságokat arra, hogy alacsony utasszám mellett is repüljenek. A szállásadás áfáját 9%-ról 5%-ra csökkentették egy 6 hónapos periódusra. 2020 második felében 98 szálloda és egyéb szálláshelyszolgáltató csatlakozott az őszi kezdeményezéshez, amely vonzó árakat és csomagokat ajánlott fel a helyi turisták számára. Ez a programot az idegenforgalmi minisztérium (Deputy Ministry of Tourism) támogatta. Célja a turisztikai idény meghosszabbítása és a turisztikai vállalkozások támogatása a látogatók számának növelésével a sziget egyes területein.

Az idegenforgalmi minisztérium (Deputy Ministry of Tourism) az ágazat helyreállítására vonatkozó új terve három pilléren alapszik: marketing és promóció, az infrastruktúra javítása és a turizmus speciális formáinak megerősítése, valamint a falusi turizmus versenyképesség javítása Ciprus vidéki, hegyvidéki és távoli területein. 2021 januárjában bejelentették, a Turisztikai Minisztérium az eddigi legnagyobb digitális kampányt indítja, amelynek célja a turizmus népszerűsítése. A második pillér a minisztérium 2021-es korszerűsítési programja a következő területeken: kerékpározás, búvárkodás, kulturális nevezetességek, strandok, borutak, vallási turisztikai helyszínek stb. Egyéb ösztönzőket is bevezet az idegenforgalom speciális formáihoz, például körutazásokhoz, konferenciákhoz, az ország turisztikai termékeit megismertető kirándulásokhoz. A minisztérium tíz olyan minőségi jelzéssel ellátott programot fog népszerűsíteni, mint például a különleges útvonalak, a ciprusi reggeli, a tanösvények és a „kóstolás Cipruson”. Digitális platformot hoznak létre, ahol figyelemmel kísérik Ciprus turisztikai hírnevét, mint úti cél, és mint szolgáltató. A visszajelzések alapján meg tudják majd hozni a szükséges intézkedéseket az idegenforgalmi termék fejlesztése érdekében. 2021-ben egyedi projekteket szeretnének megvalósítani. Ezek által növekedni fognak a sziget autentikus élményei, beleértve a 300 kilométeres autentikus útvonalat, amely összeköti a közösséget. Ciprus volt az első uniós ország, amely bejelentette, hogy 2021 márciusától feltétel nélküli belépést engedélyez az oltott turisták számára.

Ezen kívül, 2021 januárjában az Európai Bizottság bejelentette, hogy az EU tagállamokat támogató szabályok alapján egy 86,6 millió eurós támogatást kapnak azok a ciprusi idegenforgalmi ágazatban tevékenykedő vállalatok, akiket (beleértve az utazási csomagok szervezőit, szállodai vállalkozásokat és autókölcsönzőket) érint a koronavírus kitörése. Az állami támogatás olyan garanciák formájában valósul meg, amelyek célja a már jóváhagyott foglalási utalványok fedezetének biztosítása. Ezek a foglalási utalványok az utazást megrendelő vagy a szervezett utazások szervezői számára lettek kiállítva és törölték vagy 2020. október 31. előtt lefoglalt egyedi turisztikai szolgáltatásokra vonatkoztak.

7.3 LITVÁNIA

Annak ellenére, hogy a COVID korlátozások hatással voltak az Európai Unió egészére, Litvánia tekintetében az volt a tapasztalat, hogy a falusi turisztikai szolgáltatóknak nagyon jó 2020-as nyara volt, mert az emberek többsége az országon belül utazott a szabadsága alatt. Természetesen rengeteg rendezvényt lemondtak, így az ágazat nagyobb szereplőinek több vesztesége volt, mint a kis turisztikai szolgáltatóknak. Azok tudtak a legjobban működni, akik alkalmazkodtak a helyzethez és az igényekhez (szolgáltatásokat kínáltak kis csoportok és családok számára).

Fontos megemlíteni, hogy a litván kormány külön alapot hozott létre az idegenforgalmi szektor számára a COVID okozta károk csökkentése érdekében. Az ötlet az volt, hogy ösztönözze az idegenforgalmi ágazat innovatív tevékenységét és segítse az ágazatot a jelenlegi helyzethez való alkalmazkodásban. Nagyon sok vállalat pályázott erre

a támogatásra, ami remek lehetőséget és pénzügyi támogatást nyújtott termékeik diverzifikálásához. Egyes szervezetek új weboldalakat, mások virtuális alkalmazásokat hoztak létre, sok vállalat szemináriumokat szervezett marketing és más témákban.

A COVID második hulláma szigorúbb korlátozásokhoz vezetett Litvánia szinte minden üzleti területén. Az idegenforgalmi szektor majdnem teljes leállítása megtörtént december közepe és február vége között és talán majd tovább is tart. Nagyon sok cég - szállodák, múzeumok, éttermek, tanyák stb. – kapott országosan támogatását, mivel bezárt a világjárvány idején. Az országos turisztikai felmérés azt mutatja, hogy 95% reméli és hiszi, hogy Litvániában a korlátozások csak 2021 májusáig fognak tartani és a legnépszerűbb szezonban - nyáron – már működhetnek. 87% úgy véli, hogy 2021 nyarán a turisták többsége belföldi lesz, és sajnos 30% gondolja úgy, hogy csőd miatt meg kell szüntetnie a vállalkozását.

7.4 HORVÁTORSZÁG

Horvátország Idegenforgalmi és Sportminisztériuma intézkedéseket tett a COVID-19 nemzeti turisztikai ágazatra gyakorolt következményeinek enyhítésére, ami az ország gazdasága szempontjából az egyik legjelentősebb volt. Ezek közül néhány olyan intézkedést lehet kiemelni, amelyek célja a pénzügyi veszteségek enyhítése volt, úgymint:

- 2020-ban a háztartásban vagy családi vállalkozásban vendéglátó-ipari szolgáltatást nyújtó személyek mentesülnek az éves idegenforgalmi átalányadó felének megfizetése alól, amit kötelesek a táborkempingek megfizetni ágyanként és szálláshelyenként. Ezen kívül teljesen mentesülnek a pótlások után fizetendő idegenforgalmi adó fizetése alól 2020-ra.
- Mentesség a 2019-es koncessziós díj változó részének megfizetése alól azokra a turisztikai területekre, amelyek táborkemping területén találhatóak. 2020-ban haladék a koncessziós díj rögzített részének megfizetésére szintén a táborkemping területén található turisztikai területek esetén. Ezenkívül jóváhagyták a 2019-es koncessziós díj változó részének fizetése alóli mentességet a helyi önkormányzat (Units of Local Self-government – ULS) tulajdonában lévő turisztikai területekre nyújtott koncessziók esetében. Hasonló halasztás érvényes az önkormányzati (Units of Local Self-government – ULS) tulajdonban lévő turisztikai földterületre vonatkozó koncesszió 2020-ig történő koncessziós díjának fix részére.
- Az Idegenforgalmi Minisztérium és a Horvát Újjáépítési és Fejlesztési Bank megkötötte a **"Megállapodás az idegenforgalmi ágazatban a vállalkozók számára a likviditási intézkedések végrehajtására vonatkozó üzleti együttműködésről"**, amely lehetővé tette a CBRD közvetlen kamatmentes hiteleinek jóváhagyását. Az aláírt megállapodás előírja, hogy az Idegenforgalmi Minisztérium 26 millió HRK összegű forrást biztosít a COVID – 19 intézkedések által érintett, turisztikai tevékenységet folytató vállalkozók számára nyújtott likviditási kölcsön után legfeljebb két százalékponttal csökkenti a kamatlábát. **Az idegenforgalmi tevékenységet folytató kkv-k COVID-19 intézkedése átmeneti intézkedésként kerül végrehajtásra** a működő tőkehitelzési programon belül, és azokra a kérelmekre alkalmazzák, amelyeket a CBRD befogadott és jóváhagyott 2020. december 31-ig, vagy amíg a biztosított források kimerülnek. Hiteljogosultság nem létezik, a CBRD minden egyes kérelemre vonatkozóan külön határozatot hoz.

További információ a kormány politikájáról: [Measures of the Ministry of Tourism to help the economy due to the coronavirus epidemic](#)

A hazai falusi turisztikai helyzetről nemrégiben készült tanulmány, Dr. Tubić, a viroviticei középiskolából azt állítja, hogy világos szakpolitikai útmutató és az ösztönzés hiánya számottevő hatással van a horvát turisztikai szektorra. Az említett tanulmány szerint: „*A falusi turisztikai rendszer valamennyi érdekeltje (akár állami, akár magán) számára nyilvánvaló, hogy a falusi turizmus fejlesztésére nincs olyan dokumentum, ami a jövőre vonatkozó stratégiai fejlesztést tartalmazná. A hazai idegenforgalmi politika megalkotói és társalkotói felismerték az együttes koordináció fontosságát és szükségességét, valamint összekapcsolják az érdekelt szervezetek szereplőit az egyes szervezetek hiányosságainak leküzdése érdekében. A vertikális és horizontális együttműködés megteremtésével, mindhárom*

együttműködési irányban, az érdekszövetség, mint a fenntartható versenyképesség mintája számos előnyhöz járul hozzá, ami a nemzeti turisztikai politika megalkotóinak és munkatársainak véleménye (magában foglalja: közös termék / szolgáltatás megteremtését, támogató üzleti környezet kialakítását, innovatívabb üzleti együttműködést és aktív hálózatépítést a köz- és oktatási szektorral stb.) ”.

7.5 SPANYOLORSZÁG

Az idegenforgalmi ágazat a nemzeti GDP körülbelül 12%-át teszi ki. Ez az ágazat 2020 elején az ország társadalombiztosítási rendszeréhez tartozók számának 13,6%-át foglalkoztatta. Ezért egyértelmű, hogy a spanyol turisztikai ágazat értékláncát a leginkább érintette a COVID-válság.

2020 szeptemberéig a Spanyolországba érkező külföldi turisták száma 16,83 millió volt, ami 43 milliós csökkenést jelent 2020-ban. 2020. első nyolc hónapjában Spanyolországba csak 15,7 millió turista érkezett, ami 73%-kal kevesebb, mint 2019. ugyanezen időszakában, amikor 58,1 millió turista érkezett az Országos Statisztikai Intézet (INE) adatai szerint. 2020. első nyolc hónapjában a külföldi turisták összes kiadása is 73,8%-kal csökkent az előző év azonos időszakához képest, 16 747 millió euró volt.

A spanyol kormány 2020 nyarán kidolgozta programját „Az idegenforgalmi ágazat fellendítésének terve: a biztonságos és fenntartható turizmus felé a COVID után ” (*Plan to Boost the Tourism Sector: Towards Safe and Sustainable Tourism post-COVID*). A program gazdasági, munkaügyi és pénzügyi intézkedések és politikák összefoglalóját tartalmazza, annak érdekében, hogy az ágazatot ért negatív következményeket enyhítsék. A fő cél, hogy életben tartsák az idegenforgalmat és megmentsek az attól függő munkahelyeket, továbbá erősítsék a versenyképességet, és ha az élet új normális keretei kialakulnak, az ágazat mielőbbi fellendülését elősegítsék. További információ: [Plan To Boost the Tourism Sector in Spain](#)

Extremadurában csakúgy, mint az ország többi részén, a régió látogatóinak száma és ez által a jövedelmek jelentős csökkenése 2020 folyamán szembetűnő volt, különösen a nyári kampány alatt. A turisztikai szektor újbóli aktiválása és fellendítése érdekében a régió döntéshozói többek között a következő intézkedéseket tették:

- Az idegenforgalmi szektor újra aktiválásának terve: 7 millió euró állami támogatást jelent az Extremadura régió vidéki turizmusának újra indításához a COVID első hullámát követő lecsillapított, normális fázisokban. Ez a beruházás az idegenforgalmi ágazatban a kv-k fennmaradását támogatja (szállodák, éttermek, szolgáltatások stb.) a likviditás fenntartását biztosító hitelek nyújtásával.
- Turisztikai utalványprogram: a helyreállítási terv részeként és a helyi turisztikai kereslet ösztönzése és versenyképességének javítása érdekében turisztikai csomagokat és szolgáltatásokat kínálnak a régió polgárai számára, melyeket 2021 márciusáig élvezhetnek. A két millió euróért kibocsátott utalványokat a közösségi médiában folytatott intenzív kampány révén népszerűsítették "Extremadura vár rád" címmel, valamint olyan élményeket is nyújtanak, mint például az "Extremadura Gourmet. Nyári ínycsiklós élmények. "

Hasonlóképpen 2020 második felében az Extremadura közigazgatási szervei megerősítették, hogy új turisztikai termékek és szolgáltatások fejlesztésén dolgoznak (például gasztronómiai útvonalak a régió legjobb éttermein keresztül vagy a Way of Szent Jakab 2021, Szent Jakab éve), valamint a korábbi kezdeményezéseken, például a fent említett Rejtett kincsek aktualizálásán.

8. Záró megjegyzések

A STORIE Tanulási eszköz (Learning Tool) ismereteket nyújt a vállalkozások tulajdonosainak, menedzsereinek és munkatársainak arról, hogyan javíthatják tevékenységüket a szellemi **kulturális örökségen alapuló új fenntartható idegenforgalmi élmények szolgáltatása révén**. A STORIE termékklub (STORIE Product Club Methodology) módszertana segítséget nyújt egy idegenforgalmi termékklub létrehozásához és menedzseléséhez, megteremtve az együttműködést az állami szervek, a helyi vállalkozások és az érdekelt felek között. Célja a régió turisztikai célpontként való népszerűsítése. A STORIE Insights releváns információkat nyújt a politikai döntéshozók, oktatók és turisztikai vállalkozások számára. Így az idegenforgalom és az idegenforgalmi képzés területén folytatott szakpolitikákhoz és stratégiákhoz is. A helyi, regionális és nemzeti szintű szakpolitikai döntéshozók, politikai irányítók és állami szervek alkalmazottai felhasználhatják a STORIE anyagokat és eredményeket a versenyképesebb vállalkozás irányába a régiójukban, különösen akkor, ha ez egy olyan releváns gazdasági szektor a partnerségi országokban, amelyet a COVID 2020 márciusa óta nagymértékben érintett.

- A helyi / regionális, falusi turisztikai szektor jobb felkészítése az előttük álló kihívásokra és az EU- n belüli turisztikai szektor tendenciáinak kihasználására, amivel képesek azonosítani az ágazat legsürgetőbb kihívásait és a lehetséges megoldásokat a vállalatokkal folytatott együttműködések révén. Az IO3 Policy Brief lehetővé teszi a döntéshozók számára, hogy tisztában legyenek a jelenlegi válság enyhítésére irányuló különböző politikákkal és döntésekkel.
- Az ágazat versenyképesebbé tétele, több üzlet, több foglalkoztatás és ellenállóbb vállalkozások létrehozása. A szellemi kulturális örökségen alapuló fenntartható turisztikai termékek / szolgáltatások javítják az idegenforgalmi célpontokat, megerősítve ezzel üzleti tevékenységüket is.
- A termékklub módszertana ösztönözi az együttműködést és jobb pozícióhoz vezet a turisztikai célpontok népszerűsítésében.

9. Vonatkozó linkek

- [The EU helps reboot Europe's tourism | European Commission](#)
- [Mapping of Cultural Heritage actions in European Union policies, programmes and activities](#)
- [Inventory of Policies related to Sustainable Tourism](#)
- [Sustainable tourism: an opportunity for regions to benefit from their cultural and natural heritage](#)
- [Cultural heritage in EU policies](#)
- [Research for TRAN Committee - European Tourism Labelling](#)
- [European Union Tourism Trends](#)
- [Hacia un ecosistema turístico europeo sostenible, innovador](#)
- [Tesoros ocultos](#)
- https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/200620_20_PlanTurismo.pdf
- [Measures of the Ministry of Tourism to help the economy due to the coronavirus epidemic](#)