



**Erasmus + KA2 projekt STORIE**

**Razvoj kapaciteta ruralnih poduzeća za dizajniranje i promicanje održivih turističkih proizvoda temeljenih na nematerijalnoj kulturnoj baštini**

Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava br. 2018-1-HU01-KA202-047746

**Intelektualni output 3: STORIE Uvidi i iskustva**

**Iskustva ruralnog turizma**

*The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

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



## SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>3</b>
<b>2. CILJNA SKUPINA .....</b>	<b>4</b>
<b>3. STORIE: PROJEKT .....</b>	<b>4</b>
<b>4. ISKUSTVA RURALNOG TURIZMA .....</b>	<b>5</b>
<b>5. POSTOJEĆA ISKUSTVA RURALNOG TURIZMA POVEZANA S NEMATERIJALNOM KULTURNOM BAŠTINOM ....</b>	<b>6</b>
<b>6. ZAKLJUČNE PRIMJEDBE.....</b>	<b>20</b>
<b>7. PRILOG 1. PROGRAMI NASTALI TIJEKOM RADIONICA KLUBA PROIZVODA .....</b>	<b>20</b>

## 1. Uvod

Erasmus + projekt STORIE ima za cilj poboljšati konkurentnost malih ruralnih tvrtki razvojem njihovih vještina i kapaciteta za dizajniranje i promicanje održivih turističkih proizvoda temeljenih na nematerijalnoj kulturnoj baštini. Projekt uvodi inovativan program učenja i mrežni alat za učenje koji olakšava razvoj lokalnih poslovnih zajednica i testira pilot turistička iskustva u partnerskim regijama.

Izravna ciljna skupina STORIE-a su male ruralne tvrtke (menadžeri i zaposlenici) koje pripadaju ili su povezane s turističkim sektorom, a koje provode aktivnosti povezane sa sljedećim NACE kodovima:

- I55 smještaj,
- I56 Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića,
- C10 - Proizvodnja prehrambenih proizvoda
- C11 - Proizvodnja pića
- N79 Putničke agencije, organizatori putovanja i ostale usluge rezervacije i srodne djelatnosti
- R93 - Sportske aktivnosti i zabavne i rekreacijske aktivnosti

**Druga potencijalna ciljna skupina** uključuje ruralne tvrtke koje razmatraju svoje buduće uključivanje u turistički sektor ili surađuju s primarnom ciljnom skupinom u razvoju turističkih proizvoda:

- A1 - Proizvodnja bilja i životinja, lov i srodne uslužne djelatnosti
- A3 - Ribolov i akvakultura
- C13 - Proizvodnja tekstila
- C14 - Proizvodnja odjeće
- C15 - Proizvodnja kože i srodnih proizvoda
- C16 - Proizvodnja drva i proizvoda od drva i pluta, osim namještaja; proizvodnja proizvoda od slame i pletarskih materijala
- C32 - Ostala proizvodnja
- G47 - Trgovina na malo, osim motornih vozila i motocikala

Dionici STORIE-a su:

1. Udruge koje predstavljaju tvrtke iz ruralnog (turističkog) sektora.
2. SOO organizacije na svim razinama (od niže srednje do tercijarne) koje pružaju obuku (formalnu i neformalnu) tvrtkama iz ruralnog turizma i srodnih sektora.
3. Donositelji politika i javna tijela u području turizma i srodnih područja.
4. Ljudi koji žive u lokalnim ruralnim zajednicama (u njihovoj ulozi zaštitnika i prenositelja nematerijalne kulturne baštine).

Projekt je razvio 3 intelektualna outputa:

- O1 - STORIE Program učenja
- O2 – STORIE Alat za učenje
- O3 – STORIE Uvidi i iskustva

Vodiči za STORIE uvide i iskustva ciljani su vodiči, priručnici, preporuke koji podržavaju šire prihvaćanje i uvođenje projekta. Svaki je vodič usmjeren na određenu skupinu dionika u projektu, čiji je konačni cilj podrška malim ruralnim poduzećima u stvaranju i razvoju bogatih turističkih iskustava koristeći inspiraciju iz pilot iskustava provedenih u okviru STORIE-a:

1. STORIE Iskustva ruralnog turizma, zbirka je iskustava ruralnog turizma stvorenih i testiranih pomoću alata za učenje STORIE u partnerskim zemljama, a cilj mu je poslužiti kao vodič za razvoj daljnjih iskustava u partnerskim

i drugim zemljama. Usmjerena je i prema izravnim ciljnim skupinama STORIE-a, kao i prema svim relevantnim dionicima.

2. STORIE Vodič za edukatore sadrži lekcije i preporuke za razvoj programa obuke za mala poduzeća u sektoru ruralnog turizma. Razmatra programe neformalnog osposobljavanja, kao i mogući put za integraciju u formalno obrazovanje na različitim razinama. Ovaj je vodič namijenjen strukovnim organizacijama.

3. STORIE Vodič za kreatore politike sadrži preporuke za kreatore politike koje se odnose na potporu u razvoju i marketingu iskustava ruralnog turizma temeljenog na nematerijalnoj kulturnoj baštini.

Stoga je ovaj vodič dio šireg skupa uvida i iskustava dionika unutar STORIE-a.

## 2. Ciljna skupina

Dio Iskustva ruralnog turizma uglavnom je usmjeren na primarnu ciljnu skupinu projekta STORIE - male ruralne tvrtke.

**Primarna ciljna skupina** od storie učenja se sastoji od malih seoskih poduzeća vezanim za turistički sektor, koji provode aktivnosti vezane za sljedeća NACE kodove:

- I55 smještaj,
- I56 Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića,
- C10 - Proizvodnja prehrambenih proizvoda
- C11 - Proizvodnja pića
- N79 Putničke agencije, organizatori putovanja i ostale usluge rezervacije i srodne djelatnosti
- R93 - Sportske aktivnosti i zabavne i rekreacijske aktivnosti
- R91 - Knjižnice, arhivi, muzeji i druge kulturne djelatnosti

Ovaj pristup će dovesti do šireg utjecaja projekta. Povećat će razumijevanje čitatelja o prilagodbi metodologije Kluba proizvođača stvarnom radu i njegovim prednostima. Primjeri iskustava ruralnog turizma iz drugih zemalja proširit će svjetonazor i dati provjerene ideje za svako malo i srednje poduzeće. STORIE „ Iskustva ruralnog turizma“ također mogu poslužiti kao vodič malim ruralnim tvrtkama.

## 3. STORIE: projekt

Ovaj je vodič razvijen u okviru projekta Erasmus + strateško partnerstvo STORIE, razvijenog između 2018. i 2020. godine.

Ruralni turizam bavi se problemima depopulacije sela, potiče očuvanje i unapređenje okoliša, pomaže u zadržavanju „tradicionalnih“ vještina, povećava snagu zajednice i lokalni identitet. Dobro vođen ruralni turizam može biti izvrstan alat za zaštitu i promicanje kulturne baštine te može obogatiti život ogromnog broja ljudi.

Neki od uočenih trendova u ruralnom turizmu u posljednjih nekoliko godina uključuju sve veći interes za jedinstvena autentična iskustva i povećana očekivanja od kvalitete. Međutim, ponuda ruralnog turizma i dalje je izuzetno mala. Sastoji se od velikog broja regionalno raspršenih većinski obiteljskih upravljanih poduzeća koja pružaju toplu dobrodošlicu turistima, ali postoji veliki nedostatak dosljednosti u pogledu kvalitete usluge i ograničene integracije različitih usluga u cjelovit turistički proizvod.

Iako se održivi turizam promiče u većini zemalja EU-a, on čini samo dio ukupnog turističkog tržišta, a puno potencijala ostaje neiskorišteno. Većina poduzetnika u ruralnom turizmu nema puno znanja i vještina za razvoj proizvoda, niti vremena ili financijskih sredstava da ih dobiju.

Rastući interes za ruralni i eko-turizam stvara nove mogućnosti za poslovni i regionalni razvoj, međutim samo onima s relevantnim strategijama i sposobnostima. Oštra konkurencija među turističkim destinacijama zahtijeva nova znanja, vještine i zajednički napor na svim razinama - od kreatora politike do mikro tvrtki. Razvoj atraktivnog turističkog proizvoda može se olakšati suradnjom, koordinacijom i podrškom, kao i razumijevanjem načina korištenja jedinstvenih obilježja regije za stvaranje nezaboravnog turističkog iskustva.

STORIE projekt poboljšava konkurentnost malih ruralnih tvrtki razvijajući njihove vještine i kapacitete za dizajniranje i promociju održivih turističkih proizvoda temeljenih na nematerijalnoj kulturnoj baštini (rukotvorine, kulinarske prakse, glazba, priče, običaji itd.). Osmišljeni program učenja pruža sveobuhvatan pogled na razvoj proizvoda kulturnog turističkog turizma, na kompetencije i zadatke potrebne za učinkovit i održiv dizajn proizvoda te potiče suradnju među malim seoskim tvrtkama i olakšava razvoj lokalnih poslovnih zajednica.

## 4. Iskustva ruralnog turizma

Iskustvo ruralnog turizma kompleks je emocionalnih i socijalnih senzacija turista koji su usko povezani s destinacijom, smještajem, kvalitetom paketa usluga, infrastrukturom i odnosima s domaćinima ili lokalnim stanovništvom. U komunikaciji s domaćinima i lokalnim stanovništvom važno mjesto zauzimaju gostoljubivost i autentičnost, koji pomažu stvoriti ovo turističko iskustvo. Razvoj turističkog proizvoda olakšava se razumijevanjem načina korištenja jedinstvenih obilježja regije za stvaranje nezaboravnog turističkog iskustva. Nematerijalna kulturna baština uključuje ove socijalne i ekonomske koristi:

- daju nam osjećaj identiteta i pripadnosti, pomažu nam da se osjećamo dijelom zajednice;
- predstavlja i održava kulturnu raznolikost u doba globalizacije;
- stvara zaposlenost i prihod;
- ima potencijal obogatiti turističku ponudu bilo koje destinacije;
- doprinosi održivom razvoju.

Svako iskustvo stvoreno je za određeni segment turista i uključuje ne samo pružatelje usluga, već i lokalnu zajednicu koja je u stanju podijeliti svoje tradicije, povijest i nematerijalnu kulturnu baštinu. Tradicije i prakse utemeljene na nematerijalnoj kulturnoj baštini imaju pozitivan socijalni utjecaj promicanjem integracije, uključivosti i sudjelovanja. Tradicionalna znanja, vrijednosti i prakse u poljoprivredi pomažu u održavanju održivosti i zaštiti biološke raznolikosti. Tradicionalne zdravstvene prakse, utemeljene na lokalnim prirodnim resursima, pristupačnije su i imaju holistički pristup ljudskom zdravlju i dobrobiti.

Svi povezani sudionici na osnovi suradnje, koji razvijaju i pružaju nezaboravna turistička iskustva, bit su turističke industrije.

Kriteriji za turistička iskustva STORIE:

- Zajednički proizvod, usluga ili iskustvo svih uključenih subjekata (zajednička marka, članovi dolaze iz različitih dijelova lanca vrijednosti );
- Idejni proizvod, usluga ili iskustvo usklađeni su sa snagama odredišta i kad god je to moguće sa strategijom upravljanja odredištem ;
- Razvijeni turistički proizvod može biti podržan od strane javnih vlasti ili drugih dionika u području turizma;
- Klub proizvoda može potencijalno uključiti lokalne zajednice i ne-turistička poduzeća i stvara sinergiju dodane vrijednosti ;

- Svaki član kluba dobiva pošten udio u prednostima (tržišne prilike, prodaja, zadovoljstvo kupaca, konkurentska prednost odredišta).

## 5. Postojeća iskustva ruralnog turizma povezana s nematerijalnom kulturnom baštinom

### 5.1. Rezultati radionice kluba proizvoda

Sve partnerske zemlje imale su radionice Kluba Proizvoda 2021. siječnja-ožujka. Radionice klubova turističkih proizvoda dovele su do generičkih koristi za članove radionica. Razvijene ideje mogu u budućnosti dovesti do boljih tržišnih prilika, većeg prodora na tržište uz manje individualnih napora, kontrolirane sezonalnosti, povećane konkurentnosti, povećane vjerodostojnosti i bolje poslovne slike. Također, složeniji proizvod, jedinstvena iskustva privući će više turista što osigurava nesmetano poslovanje.

#### 5.1.1. MAĐARSKA

Radionica kluba proizvoda organizirana je u Mezőkövesdu u Mađarskoj 21. siječnja. Mezőkövesd sa svojih 17 000 stanovnika nalazi se na granici planina Bükk i Velike ravnice, a kralj Matija mu je 1464. godine dao rang trgovačkog mjesta. Poljoprivredna, razvijena industrijska i kulturno-turistička obilježja ogledaju se u strukturi i arhitekturi Mezőkövesda.

Termalna voda Zsóry -Bath, bogato blago narodne umjetnosti matyó i živahan kulturni život s pravom su učinili grad poznatim u Mađarskoj, Europi i svijetu.

U ekonomsko-geografskom smislu blizina autoceste M3 i željeznice dovela je grad u povoljan položaj, koji su stanovnici u prošlosti pokušali zauzeti najviše, a također čine sve napore da ga iskoriste u budućnosti.

U klubu proizvoda sudjelovalo je 10 sudionika, svi su oni predstavnici glavne ciljne skupine (smještaj, restoran, ured za informiranje, lječilište, vodič, obrtnik, turističko udruženje, predstavnik nematerijalne kulturne baštine) i žive i rade u Mezőkövesdu. Svi su oni testirali web aplikaciju prije kluba proizvoda.

Nakon prikupljanja, analize i opisa značajki potencijalnih ciljnih skupina odabrali su jedinu za koju će se turistički proizvod razvijati. Turističke skupine u organizaciji turističke agencije bile su glavna ciljna skupina proizvodnog kluba. Vrijednosni prijedlog za njih: Interaktivna ukusna iskustva u Matyolandu.

Svrha stvaranja proizvoda bila je razviti turistički proizvod koji

- uključuje kulturna i gastronomska iskustva
- predstavlja visoku kvalitetu
- interaktivan je, na primjer turist bi mogao stvoriti nešto što može ponijeti kući
- daje mogućnost iskusiti narodnu umjetnost Matyo

Potpuni turistički paketi mogu se pronaći u Prilogu 1.

#### 5.1.2. CIPAR

Radionica Kluba proizvoda organizirana je 8.3.2021. online (zbog ograničenja tijekom epidemije događaj s fizičkom prisutnošću nije bio moguć). Sudionici su došli s malog turističkog fakulteta smještenog u selu Deryneia na istoku Cipra, u blizini poznatog ljetovališta Agia Napa. Oni su studenti i nastavnici Akademia

College; većina ih je također zaposlena u različitim tvrtkama turističkog sektora koje nude usluge smještaja i restorana.

Selo Deryneia poznato je po poljoprivrednim proizvodima, osobito jagodama (oko 60% nacionalne proizvodnje) i domaćin je godišnjeg festivala jagoda. Osim u poljoprivredi, mnogi stanovnici sela zaposleni su u turističkom sektoru i obrtu. Selo je poznato po plesnim, kazališnim i glazbenim skupinama. Selo ima niz crkava i spomenika, vanjski amfiteatar, folklorni muzej i kulturni centar. Iako je Ammochostos uglavnom poznat kao destinacija za odmor na plaži, također ima bogatu nematerijalnu kulturnu baštinu, s legendama i mitovima, zanatima i tradicijama, te niz festivala tijekom cijele godine.

Nekoliko dana prije radionice polaznici su dobili informacije o projektu STORIE i nematerijalnoj kulturnoj baštini regije Ammochostos (gdje se nalaze njihovi fakulteti i tvrtke), kao i poziv i upute kako pristupiti alatu STORIE učenje putem interneta. Tako je radionica započela kratkim uvodom o projektu i ciljevima manifestacije, kao i metodologiji Klub proizvoda, a potom se fokusirala na nekoliko tehnika kreativnosti koje bi se koristile za generiranje i raspravu ideja. Polaznici su radili u timovima i razvili dvije ideje turističkog iskustva, usmjerene na lokalne mitove, festivale i kulinarsku baštinu. Analizirani su i predstavljeni pomoću modela "5Ws i H":

	<b>1 turističko iskustvo: Afrodita večer</b>	<b>2 turističko iskustvo Gastronomska ruta Ammochostosa</b>
<b>Koji?</b>	Turisti koji žele biti dio priče o Afroditi	Turisti koji žele doživjeti, kušati i učiti o ciparskoj domaćoj kuhinji
<b>Šta?</b>	Interaktivna kazališna manifestacija, s kostimima, tradicionalnom hranom i pićem, plesovima, glazbom	Tijekom Agia Napa festivala posjetitelji će imati priliku upotpuniti svoje iskustvo dodatnim aktivnostima vezanim uz lokalnu kulinarsku baštinu
<b>Gdje?</b>	Samostan Ayia Napa – unutarnje dvorište	Ayia Napa i okolna sela
<b>Kada?</b>	Ponavljanje jednom u 15 dana, tijekom proljeća, ljeta i jeseni	Tijekom festivala Ayia Napa
<b>Zašto?</b>	"Experience" the past as it is presented in stories, myths and legends	Iskoristite festival Ayia Napa za promicanje dodatnih aktivnosti vezanih uz lokalnu kulturnu baštinu
<b>Kako?</b>	Bit će uključeno nekoliko tvrtki, uključujući lokalne plesne skupine, pjevače, kazalište, restorane, barove, uz potporu hotela, putničkih agencija, općine, lokalne turističke zajednice	Mali lokalni hoteli i konobe udružiti će snage kako bi stvorili tjedni program gastronomije koji će se održavati duž festivala Agia Napa. Posjetom ovim restoranima i konobama turisti će kušati jela koja pripadaju lokalnoj kulinarskoj baštini; posebni jelovnici također će uključivati priče o tim jelima i eventualno / gdje relevantne lokalne legende.

### **5.1.3. LITVA**

Radionica Kluba proizvoda je organizirana u Kaunasu u Litvi u sredini ožujka. Kaunas je drugi najveći grad u Litvi, ovdje se nalazi ured litvanskog turističkog udruženja na selu. Kako ograničenja COVID-a nisu dopuštala okupljanje veće grupe na radionici Kluba proizvoda litvanski su partneri napravili dvije radionice - jednu ujutro sa 7 ljudi i jednu navečer s 5 ljudi. Svi sudionici radionice bili su iz projektne ciljane skupine - ljudi iz malih sela koji posjeduju malo ruralno poduzeće. U radionici su sudjelovali pružatelji smještaja, poljoprivrednici, mali lokalni restoran, lokalni proizvođač hrane, član seoske zajednice.

Obje radionice imale su istu strukturu: isprva su sudionici upoznati s projektom, razvijeni alat za učenje ukratko je predstavljen i testiran s njima. Potom su, nakon male pauze, predstavljene metodologije Kluba proizvoda i dato je vrijeme za izradu paketa turističke ponude za višednevna iskustva.

Ujutro su 4 sudionika radionice bila iz okruga Molėtai , 2 sudionika iz okruga Kaunas i jedan iz grada Varėna , pa su podijeljeni u dvije manje skupine kako bi stvorili turističke pakete za okrug Molėtai i za okrug Kaunas.

Sve ideje uključivale su kulturne aktivnosti, prirodu, lokalnu hranu i lokalne tradicije, smještaj u ruralnim područjima. Dva potpuno izrađena paketa nalaze se u Prilogu 1.

U večernjim satima bila su 3 sudionika iz četvrti Radviliškis i već su imali operativni turistički paket temeljen na klubu Proizvoda. Predstavili su ga svima u radionici (detaljno će biti opisana u 5.2.4. "farma "Panekelpių kaimas"). Druga dva sudionika bila su iz okruga Kaišiadorys. Svih pet sudionika razmišljalo je o mogućem turističkom paketu u četvrti Kaišiadorys.

### **5.1.4. Hrvatska**

Virovitičko -podravska županija je posljednjih godina postala prepoznatljiva po obnovi plemenitih dvoraca te svoju prepoznatljivost gradi na baštini plemićkih obitelji Pejačević i Janković, pa su polaznici radionice zaključili da se može razviti konkurentski turistički proizvod s temom plemićkih obitelji i njihove baštine koristeći brend.

Cijeli kreirani paket možete pronaći u Prilogu 1.

### **5.1.5. Španjolska**

Predložena turistička iskustva za Extremaduru razvili su studenti iz VET ciklusa vezanih uz turizam i ugostiteljstvo I.E.S. Hostelería y Turismo, tijekom provedbe radionice Kluba proizvoda. Doživljaji su osmišljeni oko jezera Orellana i kulturne baštine oko grada Orellana la Vieja (i preko šireg područja Extremadure).

Odnosi se na najvažnije jezero u regiji, s jednom od najdužih unutarnjih obalnih linija i jednim od rijetkih područja koje ima certifikat Plava zastava za svoju plažu i pješačku / biciklističku rutu oko nje. Okružen krajolikom Dehesa (prepoznat kao prirodna baština), područje također nudi širok raspon tradicija i kulturnih aktivnosti koje su od značaja. Jezero, kao škola jedrenja, nudi najam kajaka i druge aktivnosti u slobodno vrijeme. Ribolov je također jedna od glavnih turističkih djelatnosti.

Regija Extremadura ima 1.061.979 stanovnika i eminentno je ruralna, sa samo 3 grada (Badajoz, Cáceres, Mérida), s Badajozom najvećim sa oko 160.000 stanovnika. Orellana la Vieja ima populaciju od 2.641 stanovnika u 2020.

Iskustva koja su osmislili učenici ponudila su potpuni doživljaj, između 2 i 3 dana, nudeći kompletan program, s jezerom kao središnjom referencijom. Sva iskustva uključuju lokalnu gastronomiju i identificirali su lokacije za ručkove i večere.



Tablica u nastavku pruža izbor od 3 od 5 iskustava:

Karakteristike turista	Kakvo je iskustvo?	Koji se lokalni resursi koriste?
Strani i urbani turist, odrasli, putuju pojedinačno ili u parovima	Kombinacija iskustva prisjećanja na masline i proizvodnje maslinovog ulja, posjet tvornici šunke i ribolov na jezeru. Boravite u hotelu / apartmanu.	Ribarska tvrtka Lokalna turistička ponuda Eksploatacija maslina Mlin za maslinovo ulje Lokalno ugostiteljstvo
Mladi, orijentirani na avanture, putuju u maloj skupini	Slobodne aktivnosti oko jezera (kajak ruta, izlet katamaranom, jedrenje), bungee jumping i pješačka ruta. Kampiranje.	Tvrtke koje nude navedene aktivnosti u slobodno vrijeme Ugostiteljske tvrtke
Obitelj s malom djecom (mono-roditeljska)	Posjet kulturnim znamenitostima u tom području (arheologija, spomenici itd.), u kombinaciji s slobodnim aktivnostima oko jezera prilagođenim djeci. Hotel/apartman.	Tvrtke koje nude spomenute aktivnosti u slobodno vrijeme. Turistički vodiči. Lokalne vlasti Lokalno ugostiteljstvo

## 5.2. Primjeri kooperativnih iskustava ruralnog turizma

Postojeća iskustva ruralnog turizma u svakoj partner zemlji predstavljena su kao dobar primjer i inspiracija drugim dobavljačima, koji također planiraju suradnju i razvoj zajedničkih proizvoda ili iskustava.

### 5.2.1. Mađarska

#### Primjer 1. Balatoni Kör – Balaton krug

Dana 21. ožujka 2014. dvadeset najpoznatijih vinara i restorana balatonskog jezera simbolično je formiralo Balaton krug usred jezera kako bi svojom suradnjom i regionalnom gastronomijom temeljenom na lokalnim proizvodima podigli gostoprimstvo na višu razinu. Stvaranjem Balatonskog kruga članovi su sebi postavili cilj da osnuju udruhu temeljenu na zaštiti vrijednosti oko jezera. Njihovi članovi su predstavnici kvalitetne



vinarije i gastronomije koji su otvoreni i očekuju svoje goste tijekom cijele godine. Cilj im je pronaći krug s lokalnim resursima i graditi na temelju lokalnih usluga koje će regiju činiti atraktivnom i živom u svakoj sezoni. Žele stvoriti zahtjevne stvari u zahtjevnom okruženju, na jezeru Balaton, što, kako smatraju, znači temelj cijelog njihovog postojanja. Balaton KRUG je društvo za udruživanje sa 3 županije i 6

vinskih regija koje pripadaju jezeru, sa ukupno 34 člana. Među članovima



nalazi se lokalni restoran, slastičarnica, vinski bar i nekoliko vinarija. Glavna pokretačka snaga udruge leži u sindikatu, u zajedničkom razmišljanju, pa se ljubazno preporučuju.

Stvorili su zajednički vinski brend, Vino Balaton. Stvaranjem regionalnog proizvoda Balaton vino zajednički im je cilj stabilizirati tržišni položaj uzgajivača vinove loze u regiji Balaton i ojačati njihovu pregovaračku moć. Otkup njihovog kvalitetnog grožđa po povoljnoj cijeni, čime se stvara proizvod poštene trgovine za sve sudionike na tržištu. Cilj: dugoročno promovirati regionalni sustav integracije iz osnova, u konačnici obnoviti vinograde Balatona, izgraditi stabilna domaća i strana tržišta za vina te povećati rastuća područja oko jezera. Balaton vino je napravljen od Olaszrizlinga (Welschriesling), jednostavan za piće, ali istovremeno bogat, posebno za gastronomiju i regionalnu prodaju. Balaton vino je prvi regionalni vinogradarski brend u Mađarskoj, pa imaju pravo reći "Vino Balatona". Balaton vino je zajednički proizvod Balaton Kruga i Rizling Generation, ali svatko ga može proizvesti tko može postići sljedeće kriterije. Osim objektivnih parametara, kvalitetu proizvoda jamči i žiri pod nazivom Balaton Krug i Riesling Generation. Balaton vino se može napraviti samo od vina koja donose presudu, svi podnositelji zahtjeva smatraju rezultat obvezujućim.

Više informacija o Balaton Krugu i Balaton vinu

<https://balatoni-kor.hu/en-GB/Home>

<https://balatoni-kor.hu/en-GB/BalatonWine>

[https://www.instagram.com/balatonikor\\_official/](https://www.instagram.com/balatonikor_official/)

[https://www.facebook.com/balatonikor/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/balatonikor/about/?ref=page_internal)

<https://www.youtube.com/watch?v=vZAO0eNppw4>

## Primjer 2. Matyó Uskrs

Na temelju nematerijalne kulturne baštine, narodnog umjetnika Matyó, jedinstvenog događaja u zemlji, Matyó Uskrs stvoren je kao rezultat kluba proizvoda. U suradnji s lokalnom samoupravom, lokalnim poduzećima (smještaji, restorani, obrtnici) i s nevladinom organizacijom 2001. godine iz ideje se rodio vrlo popularni turistički proizvod, Matyó Easter, koji se neprestano obnavlja iz godine u godinu.

Lokalni smještaj nudi jedinstvene pakete posebno za ovaj vikend, u četvrti Skansen u gradu (takozvani Hadas) turist može pronaći 2 dana duge folk-art programe (nastupi folklornih skupina) i sajam narodne umjetnosti, obrtničke predstave u obrtničkim kućama, restorani nude posebna uskrsna jela, a lokalna vlast osigurava mjesto održavanja i resurse za organizaciju programa.



Ovaj turistički proizvod pogodan je za produljenje sezone, jer ovog vikenda smještaj i restorani rade punim kapacitetom, a 15.000 turista posjećuje gradić koji je u okruženju tijekom vikenda.

Najpopularniji programi su na Matyó Uskrs sljedeće:

- Tradicionalna kuhinja s degustacijom,
- Nastupi folklorno-plesnih skupina,
- Uskrsnje dvorište za životinje,
- Kupanje noću
- Drveni vrtuljak za djecu i narodne igračke

- Uskršnja predstava oslikavanja jaja i zanimanje za rukotvorine
- Tržište narodno-umjetničkih proizvoda
- Obrtničke predstave u obrtničkim kućama (slikanje namještaja, izrada medenjaka, glazba, caklina, keramika)
- Matyó Muzej: radionica motiva "plavog slikarstva"
- Matyó kuća "Pipícs" pečenje, mogućnost stavljanja Matyó tradicionalne nošnje



Više informacija o Matyó Uskrs:

<https://www.youtube.com/watch?v=Op9UzpjAisk>

<http://matyofolk.hu/index.php?content=menu&cmd=view&id=84>

### 5.2.2. Cipar

#### Primjer 1. Larnaca besplatna zimska iskustva

Larnaca besplatna zimska iskustva tjedni je program s brojnim besplatnim aktivnostima za turiste koji borave u hotelima, apartmanima i agroturističkim objektima u regiji Larnaka. Organizira se u Larnaki svake zime. Program traje od 1. studenog do 31. ožujka, a nudi različite aktivnosti svaki dan u tjednu. Sve su aktivnosti dostupne po principu "okreni se i uživaj", osim dva izleta po selu koji zahtijevaju jednodnevnu najavu. Program uključuje aktivnosti poput promatranja ptica i tkanja košara. Program uključuje aktivnosti kao što su promatranje ptica i tkanje košara; cijeli dan u Parku deva Mazotos, vođeni pješački obilasci Larnake i lokalnih planinskih sela, halloumi izrada i degustacija vina, kao i posjeti lokalnim radionicama u kojima se prakticiraju tradicionalni obrti i lokalni muzeji.



Slika: Turistička zajednica Larnaca

Pružajući pravi uvid u ono što je Cipar sve izvan morske zabave, inicijativa potiče turiste da izađu iz svojih hotela i iskoristite lokalne tradicije, povijest i kulturu. Sve aktivnosti su besplatne uz vaučer koji su hoteli izdali za svoje goste koji borave.

Larnaca Besplatna zimska iskustva namijenjena su turistima svih dobnih skupina, koji su zainteresirani za istraživanje kulturne ponude regije Larnaca.

Iskustva su kreirali Turistička zajednica Larnaka, zamjenik Ministarstva turizma i lokalne vlasti regije, a uključuju nekoliko malih poduzeća u regiji. Strategija Turističke zajednice Larnaka usmjerena je na nadogradnju objekata i usluga unutar regije, obogaćivanje turističkog proizvoda i poboljšanje imidža destinacije.

<https://larnakaregion.com/directory/product/larnaca-winter-experiences>

#### Primjer 2. Program "Medene rute - Cipar"

Cipar je poznat po svojoj bioraznolikosti. Divlja lavanda, divlji ružmarin, eukaliptus i još 1900 vrsta biljaka čine floru zemlje i čine ciparski med divljeg cvijeća vrlo bogatom aromom i okusom.



Devet zajednica za proizvodnju meda u planinskoj regiji Larnaca (Cipar) čine skupinu poznatu kao ruralna Larnaca - medena sela.

U 2019. godini, u okviru europskog medfest programa uz sudjelovanje Troodos mreže tematskih centara, sela Kato Drys, Kato Lefkara, Layia, Melini, Odou, Ora, Vavla, Vavatsinia i Agioi Vavatsinias brendirana su zajedničkim identitetom i sudjelovanjem u turističkom programu 'Medene rute – Cipar'.

Projekt je započeo 2017. godine, kada je Turistička zajednica Larnaca od mještana uključenih u poslovanje pčelarstva zatražila svoje ideje na tu temu. Odlučeno je da svako selo ima svoj pristup, koncentrirajući se na jednu od brojnih uporaba pčela i pčelarstva, kako se ne bi natjecale, već nadopunjavale jedna drugu.

Sudionici Medene rute promoviraju pčelarstvo, pomažu u poticanju i zaštiti bioraznolikosti kroz povećano bilje koje privlači pčele te posjetiteljima nude autentična iskustva, od staza prirode i godišnjih festivala, do pčelinjačkih hotela za usamljene vrste koji se mogu promatrati.



Aktivnosti uključuju izradu svijeća od pčelinjeg voska i program "pčelar na jedan dan" koji nudi Ecophysys u selu Vavla, posjet muzeju pčela u selu Kato Drys, promatranje prerade meda i punjenje vlastitog meda u selu Odou itd.

Sela su također aktivna u promicanju korisnih svojstava meda, uključujući recepte, proizvode i uključivanje meda na lokalne jelovnike.

Svake godine organiziraju se tri festivala – Svjetski dan pčela i Festival pčela (Selo Ora) u svibnju, Honey & Beekeeping Festival (Selo Odou) u lipnju, te Festival meda za djecu (selo Melini) u rujnu.

Svaka zajednica nosi logotip 'Rural Larnaka Honey Villages' i šarmantna je za istraživanje, ne samo zbog svoje slatke pčelarske tradicije, već i zbog prekrasnog krajolika i tradicionalne arhitekture.

Foto: Pčelinji hotel. Credit: [www.cyprus-mail.com](http://www.cyprus-mail.com)

<https://larnakaregion.com/directory/product/larnaka-honey-villages>



### 5.2.3. LITVA

#### Primjer 1. Riblja cesta



**Kulinarско krstarenje „Ribja cesta“** iznimna je ruta kulinarskog vodenog turizma u obalnom području Litve, krstareći kanalom King Wilhelm, rijekama Minijsa, deltom Nemunas, Kuršanskom lagunom. Tijekom krstarenja moguće je diviti se primorskoj prirodi, posjetiti zanimljiva mjesta u regiji, upoznati se s poviješću ribolova u Kurškoj laguni, tradicijom, načinom života ribara i brodogradnjom i što je najvažnije - kušati riblja jela kulinarske baštine. Program traje tijekom tople sezone. Riblji put proizvod je klastera obalnog turizma. Riječ je o udruzi koja ujedinjuje 20 tvrtki, institucija i osoba koje pružaju turističke usluge u okrugu Klaipėda. Klaster uključuje pružatelje smještaja, ribara, vinariju, marinu, iznajmljivača brodova, narodnu skupštinu, turoperatora, turistički informativni centar, kulturnu kuću itd.

Glavna ciljna skupina za ovaj program su veće skupine od 10-30 ljudi, ali na individualne potrebe može se organizirati za manje grupe. Postoji mogućnost odabira



različitih dužina i trajanje ruta. Obilazak „Riblje ceste“ može trajati od 4 sata do nekoliko dana - sve će ovisiti o turističkim željama i mogućnostima.

Najpopularniji paket sastoji se od:

- izlet u muzej s interaktivnim povijesnim izlaganjem o povijesti i kulturi regije, obrt brodograditelja;
- izlet brodom na odabranoj ruti;
- večeru (degustacija kulinarske baštine ribarstva);
- Smještaj.

Riblji put projekt je napisan 2016. godine, a završen 2018. Od tada projekt privlači puno ljudi. Popularna litvanska marketinška tvrtka angažirana je za promociju, a napravili su ogroman posao s marketingom i komunikacijom. Štoviše, ograničenja pandemije COVID-19 za slobodno putovanje potaknula su lokalno stanovništvo da putuju zemljom, a ljetno 2020. bilo je potpuno ispunjeno. Tijekom vikenda ljudi nisu mogli rezervirati uslugu ako to nije učinjeno unaprijed.

Više o ribljoj cesti:

- <https://www.facebook.com/zuvies>
- <https://www.instagram.com/zuvieskelias/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=c1Nbn6BEUy>



**Primjer 2: Farma "Panekelpių kaimas"** Selo Panekelpiai zaista je malo ruralno područje u okrugu Radviliškis. Selo Panekelpiai ima manje od 10 stalnih stanovnika. U ovom su selu uglavnom stare zgrade, makadamske ceste i velika područja za poljoprivredne aktivnosti. 2018. mlada obitelj kupila je staru staju u selu Panekelpiai i podigla je u novi život. Rekonstruirali

su zgradu, uredili okoliš i započeli svoju aktivnost kao domaćinstvo. Seosko imanje Panekelpiai namijenjeno je mirnom odmoru i elegantnim obiteljskim proslavama ili korporativnim događanjima, okupljanjima, kampovima. Glavni utjecaj vlasnika doma na selo je taj što su potaknuli suradnju između malih seoskih poduzetnika. Počeli su surađivati s lokalnom zajednicom, također, s chefom restorana u obližnjem gradu, pružateljem usluga obrazovanja u sauni, lokalnom konobom „Skėmių traktierius“ i drugim aktivnim ljudima iz okruga. Sada se mali poduzetnici iz ruralnog turizma međusobno podržavaju i mogu turistima ponuditi niz aktivnosti.



Od preporođenog sela ovdje dolazi mnogo turista i traži da isprobaju sve aktivnosti. Najpopularniji program sastoji se od sudjelovanja u edukacijama o kulinarškoj baštini u konobi (uz lokalnu glazbu, tradicionalnu odjeću, hranu od kulinarske baštine), sastancima s lokalnom zajednicom i kupnji njihovih proizvoda (suho voće i povrće, svježi kruh, začinsko bilje, itd.). Ako putnici imaju djecu, nudi im se sudjelovanje u kognitivnom obrazovnom programu na farmi. Noćenje se obično planira u domaćinstvu Panekelpiai. U domaćinstvu se mogu educirati o sauni kod profesionalnog moderatora. Prema potrebama svih, domaćica domaćinstva brine se o dodatnim aktivnostima ili smanjenju postojećih.

Glavni korisnik ovog sela su obitelji i male skupine. Domaćinstvo može osigurati samo 10 mjesta za spavanje u ljetnoj sezoni. No, postoji mogućnost organiziranja noćnog boravka u šatoru i organiziranja ovog programa za veće grupe. Duljina programa ovisi o potrebama korisnika. To može biti jednodnevna avantura ili jednotjedni opuštajući kamp. Vlasnica imanja tečno govori engleski, voli da strani putnici dođu i pokažu im pravi litavski ruralni turizam. Naravno, glavni turisti su još uvijek Litvanci, ali u budućnosti imaju veliku priliku proširiti svoje usluge na strano tržište.



Vlasnici domaćinstva su zaista aktivni, pripadaju litavskoj udruzi ruralnog turizma, vijeću okruga Radviliškis, tako da imaju veliku podršku lokalnih vlasti.

Seosko domaćinstvo radi samo u toploj sezoni, zbog toga broj turista nije baš velik. No, u domaćinstvu se održavaju mnoga okupljanja, kampovi, korporativni događaji i pomaže u privlačenju velikih grupa u okolinu. Uspoređujući popularnost sela 2015. i sada - razlika je ogromna!

Više o selu Panekelpiai:

- <https://www.facebook.com/panekelpiai>
- <http://panekelpiai.lt/>

#### 5.2.4. Hrvatska

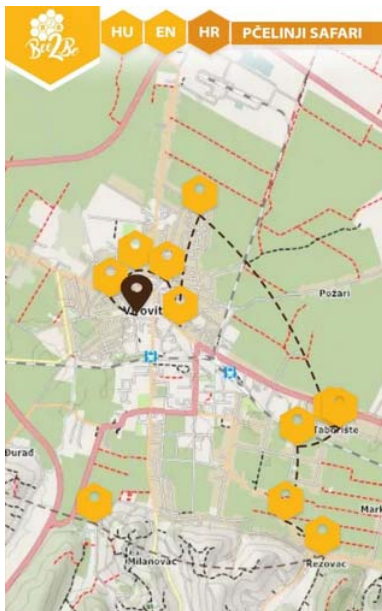
Jedan od razloga zašto je Hrvatska postala hit među turistima je i njezina netaknuta priroda. Osim što u zemlji postoji osam nacionalnih parkova, koji se nalaze na obali ili nekoliko sati vožnje od nje, tu su i brojni parkovi prirode i zaštićena područja. Zahvaljujući geografskom položaju i morfologiji, Hrvatska obuhvaća tri

biogeografske regije, od ukupno devet priznatih u EU. Nepregledne ravnice na istoku, guste šume koje pokrivaju više od 35% središnjeg teritorija, te više od 1.000 otoka na Jadranu ugošćuju izvanrednu biološku raznolikost Hrvatske.

Ako imate ozbiljne slatke zube - samo nastavite "PČELITI" jer je Hrvatska pokrila svu vašu glad od meda. Donosimo vam pet mjesta za posjetiti ako ne možete zasititi se zlatnim nektarom: Medovita Pčelarstvo, Stvorite uspomene na otoku Molat, Zumirajte do Zarečja u Istri, Bolta do Šolte, otoka meda, Napravite put za motovunske pčele.

### Primjer 1. Bee2Be ruta

Tematskom rutom Bee2Be uspostavljena je stalna turistička infrastruktura koja omogućuje i potiče nove zajedničke turističke proizvode i brendove prekograničnog područja, posebno u području turizma i očuvanja kulturne i prirodne baštine povezivanjem lokalnih zajednica, nevladinih organizacija i lokalnog stanovništva. Pčelarstvo i razvoj pčelarstva u Gradu Virovitici (Virovitičko-podravska zemlja) i Baranjskoj županiji u Mađarskoj koje se sastoji od 1) upoznavaju prekogranično društvo s medom i pčelinjacima kako bi propagirali svoje zdravstvene aspekte. 2) Poticanje suradnje pčelara 3) Tematski doživljaj pčela-safarija turneja 4) Stvaranje zaštitnog znaka za pružanje jamstva kvalitete.



Glavna ciljna skupina su Pčelari - uključivanje u turističku ponudu, promocija pčelarstva, stručni seminari, Nezaposleni - koji će proći stručnu obuku pčelarstva; Djeca školske dobi - škola u prirodi, radionice koje pokazuju pčelarstvo kao mogući isplativi poziv u životu; Pčelarske udruge; Neizravne ciljne skupine: stanovnici lokalnog područja - prvenstveno zbog mogućeg razvoja i priznavanja ruralnih područja; Lokalni turistički operateri i agencije - koji dobivaju novi turistički proizvod; Poljoprivredne ustanove.

Tu je Pčelinji park koji se nalazi u središtu grada Virovitice, površine 2.722,81m<sup>2</sup> koji je uređen kao atraktivna turistička infrastruktura na temu pčela i meda u svakom njegovom segmentu, "Bee Safari" Medena tura koja povezan je sa postojećim biciklističkim stazama, pčelinjacima, korisnicima pčelinjih proizvoda, prekograničnom mapom pčelinjaka iskustva Razvoj prekogranične turneje meda "Bee Safari", Agro-škola za djecu, studijska tura u županiji Virovitica i Barany, natjecanje meda u Szentlorinc - oni med pregledavaju senzorno i u radu. Radionice za nezaposlene za edukaciju nezaposlenih o prednostima pčelarskog poslovanja stvaranjem poslovnog plana za mogućnost samozapošljavanja, Zajednički hrvatsko-mađarski cjelodnevni medeni festival na Dan sv. Ambrusa - festival je otvoren bakljadom iz sv. Bazilika katedrale Petra i Pavla kroz Trg svetog Stjepana i Trg Szehenyi do Trga Kossuth, Radionice za izradu proizvoda od meda - ova radionica je planirana za školsku djecu (Virovitica i Pecs) gdje će djeca učiti o važnosti pčelarstva i naučiti kako pravite slatkiše i bombone od meda. There are a free app and website where you can get information. It contains useful information about producers of honey and other bee products, their locations and accommodation of bee communities as well as available locations of restaurants and accommodation facilities, apitherapy, and a map of the Bee Safari route.



<https://play.google.com/store/apps/details?id=hu.pazirik.bee2be&hl=hr&gl=US>



## Primjer 2. Biciklom i žilicom u džepu diljem Podravine – ciklus i gastro ruta

Trodnevni biciklistički paket koji uključuje obilazak zanimljivih mikro-destinacija u sklopu Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav u Virovitičko-podravskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji. Doživljaj se sastoji od smještaja u tradicionalnim objektima na Križnici, bicikliranja rutom Eurovelo 13 i obilaska poljoprivrednih farmi uz degustaciju domaćih tradicionalnih jela i drugih proizvoda.

### Prvi dan

Nakon što se skupina okupi kod Križničkog mosta, prijeđite trajektni ili viseći most na drugu stranu Drave. Tamo goste dočekuje kombi, minibus ili kočija (po izboru gostiju) koja ih prevozi do imanja "Dravska iža" na Križnici.

Nakon toga slijedi piće dobrodošlice, smještaj u sobama, zatim obilazak objekta i kratka vožnja kroz selo Križnica. Nakon zajedničke večere, druženja uz aranžmane za rute tijekom iduća dva dana i noćenja.



### Drugi dan

#### Vožnja do sela Brodić (53km)



Nakon doručka kreće vožnja do imanja "Etno kuća obitelji Karlovčan" u malom podravskom selu Brodić. Vožnja biciklom preko visećeg mosta, kroz pitoma podravska sela, makadamske ceste kroz šume i uz rijeku Dravu. Na farmi je organiziran ručak od hrane uzgojene na farmi ili od drugih poljoprivrednika. Nakon ručka, razgledavanja i odmora, vratite se na Križnicu. Po povratku je organizirano zajedničko kuhanje večere i druženje uz degustaciju domaćih vina.

### Treći dan

#### Vožnja do pustinje Đurđevački Peski (63km)

Nakon doručka slijedi vožnja biciklom od Križnice do jedine pustinje u Hrvatskoj, odnosno do geografsko-botaničkog rezervata Đurđevački peski. Jedinstveno biciklističko iskustvo na pješčanim dinama organizirano je na licu mjesta (za one koji ga žele isprobati). Za sudionike je organiziran piknik u prirodi. U samom rezervatu organiziran je vođen obilazak s temama nastanka ovog prirodnog fenomena, karakterističnom florom i faunom te drugim zanimljivostima. Opcionalno, može se organizirati posjet Starom gradu Đurđevcu, poznata galerija Ivana Lackovića Croate i kratki scenski nastup legende o Picoksima. U poslijepodnevним satima vratite se na Križnicu, gdje su organizirani svi sudionici kako bi zajedno pekli ribu i pripremali fiš paprikaš na način na koji su to u prošlosti činili lokalni ribari.

Više o ponudi pogledajte na: <http://www.nippyadventures.com/>

### 5.2.5. Španjolska

Primjeri ruralnih iskustava navedenih u nastavku, temeljeni na metodologiji Kluba proizvođača, prethodno su postojeća iskustva u Extremaduri ili Španjolskoj, vezana uz ruralni turizam i korištenje njegove kulturne baštine (gastronomija, povijest, priroda itd.).



### Primjer 1. RUTA SIRA KLUB PROIZVODA

U Extremadura (Španjolska), Ruta sira Kluba proizvoda je odličan primjer metodologije Kluba proizvoda, stvarajući novo turističko iskustvo temeljeno na tradicionalnom elementu Extremadule gastronomije. Extremadura Ruta sira Klub proizvoda prvotno je nastao 2017. godine s namjerom promocije regije kao gastronomske turističke destinacije, koristeći Extremadurovu tradiciju proizvodnje sira i različite vrste sireva s oznakama Protected Designation of Origin (PDO), koji se mogu naći od sjevera prema jugu i od istoka prema zapadu u Extremaduri. Od samog početka uživa suradnju pokrajinskih vijeća Cáceresa i Badajosa te lokalnih akcijskih skupina.



Extremadura je španjolska regija površine 41.634 km<sup>2</sup> i stanovništva od nešto više od milijun stanovnika, što je čini rijetko naseljenom regijom raspoređenom oko tri glavna grada i brojnih malih i srednjih ruralnih sela. Dehesa je najčešći krajolik u selu Extremaduran, a poljoprivreda i stočarstvo desetljećima su najvažnije gospodarske aktivnosti u regiji. Španjolska mreža stočnih staza duga je 125.000 kilometara i prostire se na 400.000 hektara nacionalnog teritorija i služi kao zeleni koridor za očuvanje bioraznolikosti.

To je španjolska regija s obiljem sireva, zbog čega je moguće pronaći tri različita P.D.O.-a, kao što su: P.D.O. Torta del Casar, P.D.O. Queso de la Serena i P.D.O. Queso de los Ibores. Međutim, kultura i proizvodnja sira mogu se naći u svim dijelovima regije Extremadura. "Izvrсна kvaliteta i raznovrsnost sireva kojima nas regija oduševljava može nam samo govoriti o važnosti koju je proizvodnja ovih delicija imala u gospodarstvu regije te govori i o radu zanatskih siraša koji su uspjeli održati na životu tradiciju i metode proizvodnje koje su naslijedili od svojih predaka".

Ruta sira nudi gastronomska, kulturna i prirodna iskustva raspoređena oko osam ruta, kao što su: Torta del Casar Cheese Route, La Serena Cheese Route, Los Ibores Cheese Route, La Vera Cheese Route, Monfragüe Cheese Route, Tentudía Cheese Route, Tierra de Barros Cheese Route i Tajo Internacional Cheese Route, Sierra de San Pedro, Los Baldíos. Svi oni omogućuju vam da naučite o, kao i uživanju, tradicijama povezanim sa sirom u regiji, kao i obilasku njegovih krajolika kako biste otkrili floru i faunu i posjetili njezine muzeje i glavne spomenike (dvorce, palače, vjerske objekte itd.). Ruta sira ima ruralne kuće, hotele, restorane, gastronomske trgovine, specijalizirane vodiče, tvrtke za aktivnosti, dolazne agencije i, po prvi put, dva vinska podruma, omogućujući turistima i posjetiteljima da uživaju u potpuno imerzivnom iskustvu Extremadurske gastronomske tradicije.



Kao što je navedeno na svojim web stranicama, Klubu proizvoda trenutno čini oko 80 tvrtki i pojedinaca, a sve su ujedinjene zajedničkom strašću prema siru. Stoga uključuje turistički smještaj, ugostiteljske usluge, trgovine gastronomskim proizvodima, muzeje, usluge aktivnosti, turističke urede, sirane i stočarske farme, spremne pretvoriti gastronomski doživljaj u nezaboravnu emociju. Ovaj konzorcij radi s ciljem širenja riječi o Extremaduran siru, uvjeren da će praćenje Ruta sira omogućiti turistima da se udube u kulturnu, umjetničku i prirodnu baštinu regije, u ono što je definirano kao putovanje "do različitosti koja će nas u potpunosti uroniti u tradiciju".

Saznajte više o ovom Klubu proizvoda na:

- [Cheese Route in Extremadura](#)
- [Ruta del Queso de Extremadura - Home](#)
- [@rutaquesoextremadura • Instagram photos and videos](#)

- [Ruta del Queso](#)

## Primjer 2. ITINERA KARLA V KLUB PROIZVODA



25. travnja 2007. godine u Burgosu (Španjolska) stvorena je Mreža suradnje Charles V Routes (RCCV) u svrhu promicanja turističkih, povijesno-kulturnih i gospodarskih resursa ruta Karla V. Od tada je Mreža odradila velik posao u izgradnji sveobuhvatnog turističkog programa. Mreža trenutačno obuhvaća više od 80 europskih općina i povijesnih lokaliteta, a svi su povezani s likom cara Karla V. 1517. Godine. Međutim, mreža partnera proteže se i na zemlje izvan EU-a (Maroko, Tunis, Alžir i Panamu).

Turistički proizvod Karla V predstavljen je kao "Klub izvrsnosti u ugostiteljstvu, obrtu i poljoprivredno-prehrambenim proizvodima", čiji je cilj dati vidljivost turističkim proizvodima raštrkanim različitim rutama kojima je putovao kralj/car Karlo Habsburg. Integrirajući hotelske, zanatske i poljoprivredno-prehrambene proizvode, proizvode od tkanina, gradova i regija duž 17 carskih ruta koje trenutno postoje, raspoređenih u Iberijske rute, Nizozemske rute, Italic Routes, Germanske rute i Pomorske rute.

Kako bi se zajamčili najviši standardi kvalitete koje iskustvo nudi turistima i posjetiteljima, Klub proizvoda integrira 5 oznaka kvalitete koje se dodjeljuju tek kada odgovarajući subjekti zajamče usklađenost s vodičima dobre prakse posebno dizajniranim za svaku djelatnost/ pružanje usluga. Tvrtke koje su članice ovog Kluba nalaze se u općinama ili gradovima koji su članovi Mreže suradnje europskih ruta cara Karla i koje su, dakle, povezane s nekom točkom u životu monarha. Klasifikacije unutar "Karlo V Klub turističkih" su sljedeće: smještaj, restorani, proizvodnja i/ili prodaja obrtničkih proizvoda, proizvodnja i/ili prodaja tradicionalnih prehrambenih proizvoda i suradničkih objekata.

Turističko iskustvo koje nudi mreža europskih ruta Karla V. temelji se na promociji i širenju kulturne, povijesno-umjetničke, akademske i društvene ostavštine cara, ističući sličnosti između europskih naroda od srednjeg vijeka. Danas zastupljene regije nude beskonačan broj kulturnih i prirodnih destinacija, kao i aktivnosti i komemoracije povezane s likom Karla V., predstavnika europskog renesansnog društva (16. stoljeće), otvorenog znanju i uživanju europskog i svjetskog društva.

Neki od ciljeva kulturnog itinerera:

1. *Promicanje očuvanja i širenja europske kulturne baštine renesanse, poticanje zajedničkih aktivnosti za njezino upravljanje, oporavak i društveno poboljšanje.*
2. *Kako bi se promicala kulturna i obrazovna razmjena, posebna je pozornost posvećena kontaktima mladih iz različitih regija i zemalja.*
3. *Rezolutno raditi na stvaranju održivih turističkih proizvoda usmjerenih na poboljšanje kvalitete života građana, otvaranje radnih mjesta, desezonalizaciju turizma te stvaranje kvalitetne turističke i kulturne ponude.*



S više od 50 događanja i aktivnosti planiranih u Europi za 2021. godinu, promocija turističkih destinacija smještenih u Ruti Karla 5 na međunarodnoj razini pokazala se uspješnom, tako da je tijekom cijele 2020. godine oko 50 novih tvrtki u La Veri (Extremadura) podnijelo zahtjev za članstvo. Sličan rast očekuje se i u budućim kampanjama.

Za više informacija posjetite: [Itinera Carolus V](#) | [Las Rutas del Emperador](#) / [Rutas Europeas de Carlos V](#) / [European Routes of Charles V](#)

### Primjer 3. RUTA IBERIJSKA ŠUNKA



Ruta Iberijske šunke Klub proizvoda u funkciji je od 2008. godine, zajedničkog pothvata Autonomnih zajednica Extremadure, Andaluzije te Kastilje i Leona, u suradnji s aktualnim Ministarstvom poljoprivrede, ribarstva i hrane te ga promovira Glavno tajništvo za turizam, pod Ministarstvom industrije, trgovine i turizma. Iberijska šunka ruta okuplja pet provincija i više od 400 općina, s više od stotinu tvrtki koje sudjeluju. Na taj način, Klub proizvoda djeluje na području četiri oznake podrijetla jednog od najistaknutijih proizvoda nacionalne gastronomije, iberijske šunke: Guijuelo, Dehesa de Extremadura, Jamón de Huelva, Los Pedroches.

Zajednička karakteristika svih spomenutih područja je dehesa, jedan od najunikatnijih ekosustava na planeti, bez kojeg iberijska šunka ne bi postojala. To je također izuzetno okruženje za planinarenje i biciklističke obilaske.

Ruta iberijske šunke nastala je "s ciljem promicanja razvoja turizma u regijama uključenim kroz strateški i dobrovoljni savez različitih javnih i privatnih agenata", podizanje svijesti o iznimnoj kvaliteti iberijske šunke i kulturi koja je okružuje, omogućujući posjetiteljima da nauče, primjerice, o tradicionalnim procesima koji se uključuju u proizvodnju zanatskih prehrambenih proizvoda poput suhomesnatih proizvoda. Tradicija predaka koja uključuje popularne festivale kao što je svinjokolja. Cilj je bio promicanje kvalitete i konkurentnosti tvrtki i turističkog sektora u uključenim regijama, "jačanje njihova imidža i diversifikacija kataloga proizvoda" za nacionalni turizam.



Iako su nacionalni turisti već godinama svjesni delikcija koje pruža dehesa, Klub proizvoda međunarodno je osnuo iberijsku šunku, a

trenutno je jedan od najtraženijih španjolskih gastronomskih proizvoda.

U tako konkurentnom sektoru kao što je turizam, od vitalne je važnosti znati potražnju kako bi bilo jasno o vrsti turističkog proizvoda koji će se razvijati. Iz tog je razloga bitno znati koja je motivacija turista. Trenutno se na teritoriju Product Club-a nudi oko 40 različitih ruta koje se mogu prilagoditi ukusu i potrebama različitih vrsta turista i posjetitelja (gastronomija, prirodni krajolici, lokalna vina, farme itd.).



U tu svrhu, među brojnim tvrtkama koje čine dio rute, moguće je pronaći subjekte kao što su sušilice šunke, iberijske farme za uzgoj svinja, restorani, smještaj i vinarije, gastronomski i etnografski muzeji, trgovine i pružatelji zabavnih aktivnosti (konjički centri, biciklističke rute itd.).

Da biste saznali više o rute iberijske šunke, posjetite:

- [Inicio - Club del Producto Rutas del Jamón Ibérico](#)

- [Club de Producto Ruta del Jamón Ibérico](#)

## 6. Zaključne primjedbe

Većina putnika traži autentična, jedinstvena iskustva i poznanstvo s lokalnim načinom života. Dakle, ovdje ruralni turizam može savršeno odgovarati ovom trendu. Putnici traže mjesta i aktivnosti koje su zabavne, kao i edukativne. Ljudi su u potrazi za iskustvima koja bi odražavala jedinstveni karakter područja, njegove ruralne kvalitete i njegova kulturna svojstva.

Primjeri kooperativnih iskustava ruralnog turizma pokazali su da svaka zemlja partner ima velike resurse za ponuditi kulturna iskustva koja uključuju interakcije s lokalnim zajednicama i način života tog područja. Iz svih primjera možemo vidjeti da je jedan od glavnih razloga zašto putnici biraju ruralna područja za odmor netaknuti krajolici i priroda. Također, tražen je autentičan smještaj kojim uglavnom upravlja obitelj kojoj pripada, domaća hrana i tradicija (glazba, umjetnost, plesovi), aktivnosti koje teško možete pronaći u velikom gradu.

Ideje za radionice Kluba proizvoda pomogle su u generiranju turističkih paketa koji uključuju smještaj, agroturizam, edukacije, lokalnu hranu, tradiciju itd. Štoviše, ruralni poduzetnici shvaćaju da suradnja u ruralnom turizmu i stvaranje novih turističkih proizvoda na tom području donosi korist lokalnim zajednicama. Pomaže ruralnim područjima da se gospodarski razvijaju stvaranjem dodatnih prihoda i zapošljavanja.

Ideje radionice STORIE Kluba proizvoda i postojeći primjeri iskustava pokazuju da je ruralni turizam izvrsno okruženje za razvoj novih kombiniranih turističkih proizvoda. Ovaj dokument može poslužiti kao vodič za razvoj daljnjih iskustava s partnerima i drugim zemljama.

## 7. PRILOG 1. PROGRAMI NASTALI TIJEKOM RADIONICA KLUBA PROIZVODA

### 1. Mađarska

#### **Kreirani turistički paket:**

**Naslov:** Interaktivna ukusna iskustva u Matyólandu

**Ciljna skupina:** mađarske turističke skupine, od 40 do 60 godina

**Trajanje:** 3 dana 2 noći

#### **Sadržaj paketa:**

1 dan

- Šetnja preko Glavnog trga do Hadasa (muzejska četvrt na otvorenom u Mezőkövesdu )
- Piće dobrodošlice i kiflice u matyo kostimu
- Posjet spomen-kući Kisjankó Bori
- Obilazak s vodičem za posjet kreativnim kućama, obrtničkim kućama okruga Hadas prema individualnom interesu (slikar namještaja, licitari, vatrena caklina, slikar / tkač, glazbena kuća, lončar) - mogućnost isprobavanja svih vrsta zanata
- Večer: posjet vinskom podrumu, večera, degustacija vina, živa narodna glazba, pečenje kolača na otvorenom dimnjaku

2. dan

- Posjetite gradske muzeje: Muzej Matyó , Gradsku galeriju, crkvu sv. Lászlóa , obilazak grada s vodičem
- Ručak: tradicionalna matyó jela u lokalnom restoranu



- Kupanje u toplicama i wellness kupkama Zsóry
- Večer: Matyo vjenčani plesni show, učenje pjesme i plesa, rezbarenje poezije, degustacija vina i rakije te regionalna jela za večeru

### 3. dan

- Pekarska radionica u 100 godina staroj seoskoj kući, izrada tjestenine, pečenje, ručak na licu mjesta od pripremljenih jela
- Radionica za izradu sapuna
- kušanje Matyó Manne - tradicionalnog jela

## 2. Litva

### 1. primjer: " Vidi Molėtai iz druge perspektive"

Kao što svi znaju najpopularnija mjesta u Molėtaiju, članovi radionice iz ovog okruga došli su na ideju da naprave trodnevni paket bez svih popularnih mjesta – samo mjesta u malom ruralnom okruženju.

**Ciljna skupina:** Svi turisti starosti 25–55 godina

**Trajanje:** 3 days

**Sadržaj paketa:**

#### 1 dan

- Dolazak u domaćinstvo "Alantos žirgai" u okrugu Molėtai
- Piće dobrodošlice (domaća limunada) i izlet oko domaćinstva (poznanstvos uzgojenim konjima i malim ponijima)
- Visiting tri lokalne farme, izleti, edukacije i mogućnost kupnje svojih proizvoda – pčelar, kozar – sirar i travar
- Vođena tura u Alanta Manoru - U Alanta Manoru postoji muzej lokalnih predaja, ljubitelji umjetnosti moći će vidjeti Umjetničku galeriju Vaidotas Žukas osnovanu ovdje
- Večer: večera - domaći goveđi gulaš, sauna i vrijeme za opuštanje
- Smještaj u "Alanta konja"

#### 2 dan

- Morning ride on Alanta horses
- After that steaming breakfast from local products
- Guided trip to Labanoras regional park and local lakes
- Lunch: possibility to choose from different traditional Lithuanian dishes
- Evening: Kazimieras Jakutis concert at "Pagulbis" homestead
- Accommodation at "Pagulbis" homestead

#### 3 dan

- Doručak mrav domaćinstvo "Pagulbis"
- Bnedostaje keramike lekciju u kući "Jlankos sodyba"
- Izlet brodom na "Robinson island". Otok se nalazi usred jezera Bebrus
- Večera kod kuće "Jlankos sodyba" i mogućnost da prenoćite na "Robinson islandu" sa šatorima

### 2. primjer: "Urban čovjek na selu"

**Ciljna skupina:** obitelji ili male skupine odraslih

**Trajanje:** 2 dana

### Sadržaj paketa:

#### 1 dan

- Izlet u domaćinstvo "Senosios gegužinės ūkis", prezentacija izložbe domaćinstva i povijest područja
- Izrada tradicionalnog obroka od lokalnih proizvoda
- Slobodno vrijeme za šetnju farmom, mogućnost da upoznate sve životinje, nahranite ih i jašete konja
- Obilazak keramičkog studija "Molio virtuvė", edukacija na ovom mjestu i testiranje zanata vlastitim rukama
- Večer – večera, lokalna degustacija vina
- Vrijeme saune u "Senosios gegužinės ūkis", noćno kupanje u rijeci
- Smještaj u "Old May Farm"

#### 2. dan

- Jutarnja farma radi u 6 sati ujutro – hranjenje životinja, skupljanje svježih kokošjih jaja, ispaša ovaca na livadu, skupljanje svježeg cvijeća za ukrašavanje stola za doručak
- Doručak od svježih lokalnih proizvoda
- Izlet na obližnju farmu - izlaganje traktora i mogućnost da ih se vozi, igre "pogodite koje žito"
- Mogućnost kupnje lokalnih svježih proizvoda od lokalnih proizvođača hrane (povrće, voće, kruh, mlijeko, jaja, meso itd.)
- Mogućnost da odaberete ostati u kući još jednu noć

### 3. Hrvatska

**Naziv programa:** Osjetite i okusite duh prošlosti

**Ciljna skupina:** pojedinci i skupine srednjih godina, od 35 do 55 godina

#### 1 dan:

- Dolazak u Viroviticu i dobrodošli u atrij dvorca Pejačević
- Piće dobrodošlice uz pripovijedanje (domaća rakija Harmund, prirodni sokovi "Braná" i vina lokalnih proizvođača, suhomesnati specijaliteti "Šuvak" i sirevi lokalnih proizvođača, langoustines itd....)
- Obilazak i interpretacija građe i stalnog postava gradskog muzeja Virovitica
- Odlazak i smještaj u smještajnim objektima Heritage Hotel Kurija Janković i/ili Centar za posjetitelje Janković dvorac Suhopolje
- Večera: "Okusi u kojima uživaju plemići" u novouređenom restoranu Dvorac
- Povratak u smještajne kapacitete

#### 2. dan

- Doručak i jutarnje zacjeljivanje u wellness sadržajima smještajnih kapaciteta
- Jednodnevni obilazak Virovitice s vodičem:
  - o Odlazak na rijeku Dravu, vožnja trajektom i prelazak pješačkog mosta, obilazak Interpretacijskog centra rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav u Križnici
  - o Odlazak u Grabrovcu i posjet interpretacijskom centru „Kuća Petra Preradovića“, pjesnik, austrougarski general i plemić (uključujući kreativne radionice pisanja gusjim perom, punjenje suvenirnih jastuka gusjim perjem ...)

o Nastavak razgleda i ručak u restoranu Zlatni Klas u Otrovcu. Tradicionalni podravsko-slavonski ručak uz zanimljivo pripovijedanje. Nakon ručka fakultativno, rekreativne aktivnosti u prostranom seoskom dvorištu: badminton, stolni tenis, jahanje, vožnja biciklom

o Kraća ruta pješačenja cca. 5 km od izletničkog centra u vinogradima do Podruma Vinarije Vineda. Degustacija vina kratkim tečajem sommeliera. Večera sastavljena od lokalnih specijaliteta u kombinaciji s vinima iz podruma Vineda

- Povratak u smještaj u večernjim satima

### 3. dan

- Jutarnja vožnja biciklom do virovitičkih ribnjaka
- edukativna staza "Virovitica Bilogora" s vodičem. Interpretacija vezana uz povijest virovitičkih ribnjaka.
- Gastro kreativna radionica za pripremu domaćih jela na otvorenoj vatri (pastirska pita, riblji gulaš, pečena riba na tanjuru, kotao)
- Ručak
- Povratak biciklom u smještajne objekte, popodnevni odmor
- Večernji obilazak Interpretacijskog centra Dvorac Janković Suhopolje. Vođeni obilazak prostora dvorca. Večernja projekcija u 5D kinu
- Večera u restoranu dvorca Janković u Suhopolju ( specijalitetiod divljih životinja sljubljeni s vinima vinarije Diba Suhopolje)