



Erasmus+ KA2 projekt 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 eredmény 3: STORIE meglátások és tapasztalatok

Vidéki turisztikai élmények

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



TARTALOM

1. BEVEZETÉS	3
2. CÉLCSOPORT	4
3. STORIE: A PROJEKT	4
4. MI AZ A FALUSI TURISZTIKAI ÉLMÉNY?	5
5. A FALUSI TURIZMUS TAPASZTALATAI A STORIE PARTNEREK ORSZÁGAIBAN	6
6. ZÁRÓ GONDOLATOK	19
ANNEX 1. PROGRAMMES CREATED DURING PRODUCT CLUB WORKSHOPS	20

1. Bevezetés

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 **elsődleges 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 - Italgártás
- 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 bútorok kivételével; szalma és fonott áruk gyártása
- C32 - Egyéb gyártás
- G47 - Kiskereskedelem, a gépjárművek és motorkerékpárok kivételével

STORIE projekt érintettjei:

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 (az szellemi kulturális örökség megőrzőjeként és közvetítőiként).

A projekt 3 szellemi terméket fejlesztett ki:

- O1 - STORIE Oktatási program
- O2 - STORIE Tanulási eszköz
- O3 - STORIE Meglátások és tapasztalat

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 tovább fejlesztésében, felhasználva az STORIE projekt kísérleti tapasztalatait:

1. A STORIE Vidéki Turisztikai Élmények egy olyan gyűjtemény, amelyet a STORIE Learning Tool segítségével készítettek és teszteltek a partnerországokban. 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 Oktatóknak tanácsokat és ajánlásokat tartalmaz a vidéki turisztikai szektor kisvállalkozásai számára kidolgozott képzési programokhoz. Figyelembe veszi az informális képzési lehetőségeket, valamint egy lehetséges ütemtervét a formális oktatásba történő integrációnak 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

A Vidéki turisztikai élmények útmutató a STORIE project fő célcsoportjának, a vidéki kisvállalkozásoknak készült.

A STORIE **elsődleges 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 - Italgártás
- 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

Ez megközelítés hozzájárul a projekt hatásának növeléséhez. Segíti a termékklub módszertan alkalmazásának és előnyeinek megértését. A más országokból érkező falusi turisztikai tapasztalatok szélesítik a világgépet és jó ötleteket adnak minden kkv számára. STORIE A „falusi turisztikai tapasztalatok” útmutatóként szolgálhat a vidéki kisvállalkozások számára is.

3. STORIE: A projekt

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

A falusi turizmus sokat tud 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, autentikus élmények iránti növekvő érdeklődést és a megnövekedett minőségi elvárások. A falusi turisztikai kínálat azonban továbbra is rendkívül széttagolt. Nagyszámú, régióként szétszórt, 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 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 mikro vállalkozásokig. 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 kis vállalkozások 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. Mi az a falusi turisztikai élmény?

A falusi turisztikai élmény a turisták olyan összetett érzelmi és szociális érzése, amely szorosan kapcsolódik az úticélhoz, helyszínhez, a szolgáltatási csomag minőségéhez, az infrastruktúrához és a vendéglátókkal vagy a helyiekkel fenntartott kapcsolatokhoz. A vendéglátókkal és a helyiekkel folytatott kommunikációban a vendégszeretet és az hitelesség fontos helyet foglal el és segít ennek a turisztikai élménynek a megteremtésében. A turisztikai termék fejlesztését megkönnyíti annak a megértése, hogyan lehet a régió egyedi jellemzőit felhasználni egy emlékezetes turisztikai élmény nyújtásához. A szellemi kulturális örökség a következő társadalmi és gazdasági előnyöket foglalja magába:

- identitás- és összetartozás-érzést ad, segít a közösség részének érezni magunkat;
- képviseli és fenntartja a kulturális sokszínűséget a globalizációban;
- foglalkoztatást és bevételt eredményez;
- potenciálisan gazdagíthatja bármely desztináció turisztikai kínálatát;
- hozzájárul a fenntartható fejlődéshez.

Az élmények a turisták meghatározott szegmense számára készültek, és nemcsak a szolgáltatókat vonja be, hanem a helyi közösséget is, amely képes megosztani hagyományait, történelmüket és szellemi kulturális örökségüket. A szellemi kulturális örökségen alapuló hagyományoknak és gyakorlatoknak pozitív társadalmi hatása van az integráció, az inkluzivitás és a részvétel előmozdítására. A mezőgazdaságban a hagyományos ismeretek, értékek és gyakorlatok hozzájárulnak a fenntarthatóság megőrzéséhez és a biodiverzitás védelméhez. A helyi természeti erőforrásokon alapuló hagyományos egészségügyi gyakorlatok megfizethetőbbek, és holisztikus megközelítést alkalmaznak az emberi egészség és wellness területén.

Az együttműködés alapján kapcsolódó partnerek, akik emlékezetes turisztikai élményeket fejlesztenek és nyújtanak, adják az idegenforgalmi ágazat lényegét.

A STORIE turisztikai élményeinek kritériumai:

- Az összes résztvevő szervezetnél közös termék, szolgáltatás vagy élmény (közös márka, a tagok az értéklánc különböző részeiből származnak);
- A kitalált termék, szolgáltatás vagy élmény igazodik a rendeltetési hely erősségeihez és lehetőség szerint a desztináció menedzsment stratégiájához;
- A kifejlesztett turisztikai termékeket jó eséllyel támogatják az önkormányzatok vagy a turisztikai területéről más érdekelt felek;
- A terméklklub alkalmas arra, hogy bevonja a helyi közösségeket és a nem turisztikai vállalkozásokat, és az együttműködés hozzáadott értéket teremtsen;
- A klub minden tagja tisztességesen részesedik az előnyökből (piaci lehetőségek, értékesítés, ügyfél-elégedettség, a desztináció versenyelőnye).

5. A falusi turizmus tapasztalatai a STORIE partnerek országaiban

5.1. A termékklub workshopok eredményei

Minden partnerországban 2021. januártól márciusig terjedő időszakban megrendezték termékklub-workshopokat. Ezek számos előnnyel jártak a résztvevők számára. A kidolgozott ötletek ösztönözhetik a piaci lehetőségek jobb kihasználását, a fokozottabb piaci térnyerést kevesebb egyéni erőfeszítéssel, az irányított szezonalitást, a versenyképesség növekedését, a megnövekedett hitelességet és a jövőben jobb üzleti arculatot. Emellett az összetettebb termékek, az egyedülálló élmények több turistát vonzanak, ami biztosítja a vállalkozás zavartalan működését.

5.1.1. MAGYARORSZÁG

Mezőkövesden rendezték a termékklub-workshopot január 21-én. A 17 000 lakosú Mezőkövesd a Bükk-hegység és az Alföld találkozásánál fekszik, 1464-ben Mátyás királytól mezővárosi rangot kapott. A mezőgazdasági jelleg, a fejlett ipari és kulturális-turisztikai jellemzők tükröződnek Mezőkövesd szerkezetében és építészetében.

A Zsóry-fürdő termálvize, a gazdag matyó népművészet és az élénk kulturális élet méltán tette ismertté a várost Magyarországon, Európában és a világon.

Gazdaságföldrajzi szempontból az M3-as autópálya és a vasút közelsége a várost előnyös helyzetbe hozta, amit a lakosság már a múltban is próbált kihasználni, és mindent megtesznek annak érdekében, hogy ez a jövőben is így legyen.

A termékklub workshopján 10 résztvevő volt, mindannyian a fő célcsoport (szállás, étterem, információs iroda, fürdő, idegenvezetés, kézműves, turisztikai egyesület, a szellemi kulturális örökség képviselői) képviselői, akik Mezőkövesden élnek és dolgoznak. Mindannyian tesztelték a webalkalmazást a termékklubban való részvétel előtt.

A potenciális célcsoportok jellemzőinek összegyűjtése, elemzése és leírása után kiválasztottak azok közül egyet, amelyik célcsoport számára majd a turisztikai terméket kidolgozták. Az utazási iroda által szervezett turistacsoportok lett a termékklub fő célcsoportja. Az értékajánlat a számukra: Interaktív ízes élmények Matyóföldön.

A cél egy olyan turisztikai termék kifejlesztése volt, amely

- kulturális és gasztronómiai élményeket nyújt
- kiváló minőséget képvisel
- interaktív, azaz a vendég létrehozhat valamit, amit hazavihet
- lehetőséget nyújt a matyó népi művészet testközelű megismerésére

Az elkészített csomag részletesen az 1. mellékletben található.

5.1.2. CIPRUS

A termékklub workshopját 2021. március 8-án szervezték online (a lezárási korlátozások miatt a személyes megszervezés nem volt lehetséges). A résztvevők Ciprus keleti részén, Deryneia faluban, a híres Agia Napa üdülőhely közelében található kis turisztikai főiskoláról érkeztek. Az Akademia College hallgatóinak és tanárainak többsége szállás- és éttermi szolgáltatásokat kínáló idegenforgalmi cégeknél dolgozik.

Deryneia falu híres mezőgazdasági termékeiről, különösen az eperről (a hazai termelés mintegy 60% -a), és évente eperfesztiválnak ad otthont. A mezőgazdaság mellett a falu sok lakója az idegenforgalom és a kézművesség területén dolgozik. A faluban tánc-, színház- és zenei csoport működik, ugyanakkor számos templom és műemlék, szabadtéri amfiteátrum, folklórmúzeum és kulturális központ található. Bár Ammochostos többnyire tengerparti üdülési célpontként ismert, gazdag szellemi kulturális örökséggel is rendelkezik, legendákkal és mítoszokkal, mesterségekkel és hagyományokkal, valamint számos fesztivált rendez évente.

A workshop előtt néhány nappal a résztvevők tájékoztatást kaptak a STORIE projektről, továbbá Ammochostos régió (ahol főiskolájuk és cégek találhatóak) szellemi kulturális örökségéről, valamint meghívót és utasításokat a STORIE Tanulási eszköz online eléréséhez. Így a műhely egy rövid bevezetéssel kezdődött a projektről és a

rendezvény céljairól, valamint a termékklub módszertanáról, majd a kreativitási technikákra összpontosított, amelyeket ötleteléshez és azok megvitatásához használtak. A résztvevők csoportokban dolgoztak, és két turisztikai élményötletet készítettek, amelyek a helyi mítoszokra, fesztiválokra és a kulináris örökségre összpontosítottak. Az „5Ws és H” modell segítségével mutatták be elemzésüket:

	1. számú turisztikai élmény: Aphrodité Est	2. számú turisztikai élmény: Ammochostos Gasztronómiai Útvonal
Ki?	A turisták, akik Aphrodité történetének részesei szeretnének lenni	Turisták, akik szeretnék megtapasztalni, megkóstolni és megismerni a helyi ciprusi ételeket
Mit?	Interaktív színházi előadás, jelmezekkel, hagyományos ételekkel és italokkal, táncokkal, zenével	Az Agia Napa Fesztivál ideje alatt a látogatóknak lehetőségük lesz élményeiket gazdagítani a helyi kulináris örökséggel kapcsolatos programokkal
Hol?	Ayia Napa Monastery – belső udvar	Ayia Napa és a környező falvak
Mikor?	15 naponta ismételve, tavasszal, nyáron és ősszel	Az Ayia Napa fesztivál idején
Miért?	„Szerezzen élményeket” a múltból, ahogy azt történetek, mítoszok és legendák mutatják be	Használja ki az Ayia Napa Fesztivált a helyi kulturális örökséghez kapcsolódó további tevékenységek népszerűsítése érdekében
Hogyan?	Számos vállalkozás vesz részt, köztük helyi táncszervezetek, énekesek, színházak, éttermek, bárók, szállodák, utazási irodák, önkormányzat, helyi turisztikai egyesületek	A kis helyi szállodák és tavernák összefognak, hogy összeállítsanak egy olyan heti gasztronómiai programot, ami az Agia Napa fesztivál keretein belül megvalósulhat. A programban résztvevő éttermek és vendéglők meglátogatásával a turisták olyan ételeket kóstolhatnak meg, amelyek a helyi kulináris örökséghez tartoznak; a speciális menük tartalmazzák az étkezések történetét és esetleg / ahol releváns helyi legendákat.

5.1.3. LIVÁNIA

A termékklub workshopját március közepén a litvániai Kaunasban rendezték meg. Kaunas Litvánia második legnagyobb városa, itt található a litván vidéki turisztikai egyesület irodája. Mivel a COVID korlátozások nem engedték, hogy nagyobb csoport gyűljön össze a workshopon, a litván partnerek két workshopot tartottak - egyet reggel 7, este pedig 5 főnek. A workshop minden résztvevője a projekt célcsoportjához tartozott - kis falvakból származó vidéki kisvállalkozók, azaz szállásadók, gazdálkodók, kis helyi vendéglő tulajdonosok, helyi élelmiszertermelők, a falusi közösség tagjai.

Mindkét workshop ugyanúgy zajlott: először a résztvevőkkel megismertették a projektet, röviden bemutatták és tesztelték velük a kidolgozott tanulási eszközt. Majd kis szünet után bemutatták a termékklub módszertanát, és a megadott idő alatt több napos turisztikai kínálati csomagokat terveztek.

Reggeli workshop 4 résztvevője a Molétai járásból, 2 résztvevő Kaunasból és 1 Varëna városból származott, így két kisebb csoportra osztották őket, hogy egy turisztikai csomagot hozzanak létre Molétai járáshoz és egy másikat Kaunas körzetéhez. Az esti workshopon 3 résztvevő volt Radviliškis kerületből, ahol már működött termékklub alapú turisztikai csomag, amit itt most bemutattak a többieknek (részletesen leírás az 5.2.4. részben: „Homestead, Panekelpių kaimas”). A másik két résztvevő Kaišiadorys járásból származott. Mind az öt résztvevő a Kaišiadorys kerület lehetséges turisztikai csomagjával kapcsolatosan ötletelt.

Minden ötlet magában foglalta a kulturális tevékenységeket, a természetet, a helyi ételeket és a helyi hagyományokat, a vidéki szállásokat. Két elkészített csomag az 1. számú mellékletben található.

5.1.4. HORVÁTORSZÁG

Virovitica és Virovitica-Podravina megye az utóbbi években a nemesi várak és uradalmak felújításával vált ismertté és népszerűségét Pejačević és Janković nemesi családok örökségének köszönheti, így a workshop résztvevői arra a következtetésre jutottak, hogy nemesi családok örökségét márkaként használva versenyképes turisztikai termék fejleszthető. Nemes családok kapcsolódnak a desztináció más látnivalóihoz.

Az elkészített csomag az 1. mellékletben található.

5.1.5. SPANYOLORSZÁG

Az Extremadura régió számára javasolt turisztikai élményeket turizmust és vendéglátást tanuló szakképzési hallgatók fejlesztették ki (I.E.S. Hostelería y Turismo) a termékklub-workshopon. Az élményeket az Orellana-tó és az Orellana la Vieja város körüli kulturális örökség (és Extremadura szélesebb területe) köré tervezték.

A termék a régióban található tóhoz kapcsolódik, aminek a leghosszabb belső partvonala van és azon kevés terület egyike, amelynek strandja és a körülötte lévő túra- és kerékpárútvonala kék zászló tanúsítvánnyal rendelkezik. A természeti örökségként elismert Dehesa táj veszi körül, a terület hagyományainak és kulturális tevékenységeinek széles skáláját kínálja. A tavon vitorlásiskola működik, kajakkölcsönzést és egyéb szabadidős tevékenységeket kínál. Fő turisztikai vonzerő a horgászat is.

Extremadura régió jellemzően vidéki jellegű, lakosainak száma 1.061,9979, mindössze 3 város (Badajoz, Cáceres, Mérida) található a térségben, melyek közül Badajoz a legnagyobb 160 000 lakossal. Orellana la Vieja lakossága 2020-ban 2,641 fő volt.

A hallgatók által tervezett termék teljes élményt nyújt 2-3 nap időtartamra, a kínált programok központi eleme a tó. Az élmények kapcsolódnak a helyi gasztronómiához, meghatározva az ebédek és vacsorák helyszíneit.

Az alábbi táblázat az 5 élmény közül 3-at mutat be:

A turista jellemzői	Miről szól az élmény?	Milyen helyi erőforrásokat használnak fel?
Külföldi, városi turista, felnőtt, egyedül vagy párban utazik	A következő programok kombinációja: olajbogyószedés és olívaolaj készítése, sonkagyár meglátogatása és horgászat a tavon. Szállás szállodában / apartmanban.	Horgászcség Helyi turisztikai ajánlatok Olajfa hasznosítása Olívaolajmalom Helyi vendéglátó üzlet
Fiatalfelnőttek, kalandra vágyók, kis csoportban utazás	Szabadidős tevékenységek a tó körül (kajakút, katamarán kirándulás, vitorlázás), bungee jumping és túrázás. Szállás kempingben	Az említett szabadidős tevékenységeket kínáló vállalkozások Vendéglátóipari / helyi vendéglátó vállalkozások
Család kisgyerekekkel (egyedül álló szülő)	A térség kulturális nevezetességeinek (régészeti, műemlékek stb.) felkeresése, a tó körüli szabadidős tevékenységekkel kombinálva a gyermekek számára. Szállás szállodában / apartmanban	Az említett szabadidős tevékenységeket kínáló vállalkozások. Idegenvezetők. A helyi hatóságok Helyi vendéglátó üzlet

5.2. Példák kooperatív falusi turisztikai élményekre

Minden partnerországban meglévő falusi turisztikai élmények jó példaként és inspirációként szolgálnak mások számára, akik szintén együttműködést terveznek, és közös termékeket fejlesztenek vagy élményeket kínálnak.

5.2.1. MAGYARORSZÁG

1. példa: Balatoni Kör

2014. március 21-én a hús legismertebb balatoni borász és vendéglőtulajdonos szimbolikusan megalakította a Balaton Köröt a tó közepén, hogy szolgáltatásaikat magasabb szintre emeljék együttműködésükkel és a helyi termékekre épülő, a régióra fókuszáló gasztronómiával. A Balaton Kör létrehozásával a tagok célja egy olyan egyesület létrehozása, amely védi a tó és környékének érdekeit. Tagjaik a minőségi pincészet és a gasztronómia olyan képviselői, akik nyitottak és egész évben várják vendégeiket. Céljuk, hogy olyan kört hozzanak létre, amely helyi erőforrásokkal rendelkezik és a helyi szolgáltatásokra



épül, és amely a régiót minden évszakban vonzóvá és élvezetessé tudja tenni. Igényes dolgokat akarnak létrehozni, igényes környezetben a Balatonon, ami - mint vélik - egész létük alapja. A Balaton Kör a tóhoz tartozó 3 megye és 6 borvidék összefogásának egyesülete, amely immár 34 tagot számlál. Tagjai között vannak helyi éttermek, süteménybolt, borozó és számos borászat. Az egyesület fő mozgatórugója az egységben, a közös gondolkodásban rejlik, ezért ők egymást is kedvesen ajánlják.

Létrehoztak egy közös bormárkát, a BalatonBor-t. A BalatonBor egy regionális termék. Létrehozásával a céljuk, hogy a szőlőtermesztők piaci helyzetét stabilizálják a balatoni régióban, és alkupozíciójukat erősítsék. Jó minőségű szőlőik kedvező áron történő felvásárlása, a piaci résztvevő számára méltányos kereskedelmet biztosít. Hosszú távon egy regionális együttműködés kialakítása a céljuk az alapoktól kezdve, többek között a balatoni szőlőültetvények megújítása, stabil hazai- és külföldi borpiacok kiépítése, a tó körüli termőterületek növelése. A BalatonBor olaszrizlingből (Welschriesling) készül, könnyen iható, ugyanakkor különösen a gasztronómia és a regionális értékesítés szempontjából nagy a jelentősége. A BalatonBor az első regionális bortermelő márka Magyarországon, ezért nevezhetik a "Balaton borának". A BalatonBor a Balaton Kör és a Rizling Generáció közös terméke, de bárki előállíthatja, aki meg tud felelni az előírt kritériumoknak. Az objektív paraméterek mellett a termék minőségét a Balaton Kör és a Rizling Generáció által felkért zsűri garantálja. A BalatonBor csak olyan borokból készülhet, amelyet a zsűri engedélyez és minden pályázó kötelezőnek tekinti a döntésüket.



További információk a Balaton Körről és a BalatonBor-ról:

- <https://balatoni-kor.hu/en-GB/Home>
- <https://balatoni-kor.hu/en-GB/BalatonBor>
- https://www.instagram.com/balatonikor_official/
- https://www.facebook.com/balatonikor/about/?ref=page_internal
- <https://www.youtube.com/watch?v=vZAO0eNppw4>

2. példa: Matyó Húsvét

A Matyó Húsvét mint szellemi kulturális örökség az ország és a Matyó népművészet egyedülálló eseménye, egy termékklub eredményeként jött létre. Az önkormányzat, a helyi vállalkozások (szálláshelyek, éttermek, kézművesek) és egy civil szervezet közreműködésével 2001-ben egy turisztikai termékötletből született a Matyó Húsvét, melyet évről évre folyamatosan megújítottak.

A helyi szálláshelyek egyedülálló csomagokat kínálnak kifejezetten erre a hétvégére, a város skanzen részén (ún. Hadas) a turisták 2 napos népművészeti programokon (néptánc csoportok előadásai), népművészeti vásáron, kézműves házak bemutatóin vehetnek részt, az éttermek különleges húsvéti ételeket kínálnak, a helyi önkormányzat pedig biztosítja a helyszínt és forrást a program megszervezéséhez.

Ez a turisztikai termék alkalmas a szezon meghosszabbítására, mivel ezen a hétvégén a szállások és az éttermek teljes kapacitással üzemelnek, a hétvégén pedig 15 000 turista keresi fel a környező kistelepléseket.

A Matyó Húsvéton a legnépszerűbb programok a következők:

- hagyományos ételek elkészítésének bemutatása kóstolóval,
- néptánc csoportok fellépése,
- húsvéti állatsimogató,
- fürdés éjjel az élményfürdőben
- fa körhinta és népi játékok a gyerekeknek
- a húsvéti tojásfestés bemutatása és kézműves foglalkozás
- népművészeti termékek piaca
- kézműves bemutatók a kézműves házakban (bútorfestés, mézeskalács készítés, zene, zománc, fazekasság)
- Matyó Múzeum: „kék festő” workshop
- Matyó-ház „Pipics” sütés, a Matyó népviselet fölpróbálása



További információk:

- <https://www.youtube.com/watch?v=Op9UzpjAisk>
- <http://matyofolk.hu/index.php?content=menu&cmd=view&id=84>

5.2.2. CIPRUS

1. példa: Larnakai szabad téli élmények

A Larnakai szabad téli élmények egyhetes kikapcsolódás, számos ingyenes programmal a turisták számára, akik a Larnaka régió szállodáiban, apartmanjaiban és agroturisztikai szálláshelyein szállnak meg. Minden télen Larnakában rendezik meg november 1. és március 31. között, és a hét minden napján különböző programokat kínál.



Minden program az „ugorjon be és élvezze” alapon vehető igénybe, kivéve két falusi kirándulást, amelyek egy nappal előtte bejelentkezést igényelnek. A programok a következő tevékenységeket tartalmazzák: madármegfigyelés és a kosárfonás; egy egész napos kirándulás a Mazotos Camel Parkba, gyalogos túrák túravezetővel Larnakában és a helyi hegyvidéki falvakba, halloumi készítés és borkóstolás, valamint helyi múzeumok és műhelyek meglátogatása, ahol hagyományos kézműves foglalkozásokat tartanak.

Fotó: Larnakai Idegenforgalmi Tanács

A kezdeményezés megmutatja milyen is valójában Ciprus a tengerparti szórakozáson túl, továbbá ösztönzi a turistákat, hogy mozduljanak ki a szállodákból, és a lehető legjobban használják ki a helyi hagyomány által nyújtott lehetőségeket, ismerjék meg Ciprus történelmét és kultúráját. A programok ingyenesek, ha bemutatják a szállodák által kiállított utalványt az ott tartózkodásukról.

A Larnakai szabad téli élményeket minden olyan korosztály számára ajánlják, akik érdeklődnek Larnaca és környéke kulturális értékeinek felfedezése iránt.

A programokat a Larnakai Idegenforgalmi Tanács, az idegenforgalmi minisztérium és helyi önkormányzat szervezi bevonva a régió több kisvállalkozását. A Larnakai Idegenforgalmi Tanács hosszú távú terveiben a régió belüli létesítmények és szolgáltatások korszerűsítésére, a turisztikai termékek gazdagítására és a desztinációról alkotott kép javítására összpontosít.

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

2.példa: “Méz Utak - Ciprus” Program

Ciprus híres biológiai sokféleségéről. A vad levendula, a vad rozsmaring, az eukaliptusz és további 1900 növényfaj alkotja az ország növényvilágát, a ciprusi vadvirágméznek gazdag ízvilága és aromája van.

A Larnaka hegyvidéki régióban (Ciprus) kilenc méztermelő közösség alkot egy klasztert, a nevük Larnaka Vidéki Mézfalvak (Rural Larnaca Honey Villages).

2019-ben a MEDFEST nevű EU projektben részt vevő Troodos Network of Thematic Centers „Mézes útvonalak - Ciprus” márkanevvel látta el a közös turisztikai programban résztvevő falvakat: Kato Drys, Kato Lefkara, Layia, Melini, Odou, Ora, Vavla, Vavatsinia és Agioi Vavatsinias

A projekt 2017-ben kezdődött, amikor a Larnakai Idegenforgalmi Tanács felkérte a méhészettel foglalkozó helyi lakosokat, hogy osszák meg ötleteiket. Úgy látták, hogy minden falu egyedi módon tevékenykedik a méhek és a méhészet bizonyos területein és a sokféle felhasználás egyikére összpontosít, ezért nem a versenyre, hanem egymás kiegészítésére törekcsenek.



A Mézes útvonal résztvevői népszerűsítik a méhészetet, segítenek megvédeni a biológiai sokféleség a méhcsalogató növények termesztése révén, és autentikus élményeket kínálnak a látogatóknak, a tanösvényektől és az éves fesztiváloktól kezdve, egészen a méhkasok egyedi fajainak megfigyeléséig.

A tevékenységek között szerepel a méhviasz gyertyák készítése és az „Egy napig méhész” program, amelyet az Ecophysis kínál Vavla faluban, a Kato Drys faluban található méhmúzeum meglátogatása, a méz feldolgozásának megtekintése és saját méz palackozása Odou faluban stb.



A falvak népszerűsítik a méz jótékony tulajdonságait is, beleértve a recepteket, termékeket és a méz felhasználásának lehetőségét a helyi ételekben.

Évente három fesztivált rendeznek - a Méhek Világnapja és a Méhfesztivál (Ora falu) májusban, a Méz és Méhészeti Fesztivál (Odou falu) júniusban, a Méz Fesztivál Gyermekeknek (Melini falu) szeptemberben.

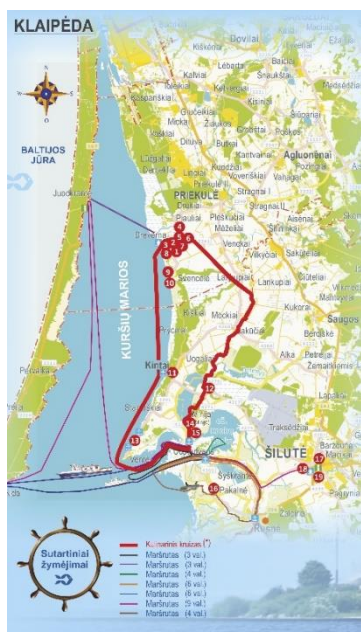
Minden közösség viseli a Larnaka Vidéki Mézfalvak („Rural Larnaca Honey Villages”) logóját, élvezetes felfedezni ezeket a közösségeket nemcsak az édes méhészeti hagyományaik miatt, hanem a gyönyörű táj és a tradicionális építészetük miatt is.

Fotó: Méh hotel. Forrás: www.cyprus-mail.com

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

5.2.3. LITVÁNIA

1. példa: Halút



A kulináris hajóút a „Halút” egy kivételes kulináris vízi turisztikai útvonal Litvánia part menti régiójában, melynek útvonala: a Wilhelm King-csatorna, a Minija folyó, a Nemunas-delta és a Kurói-lagúna. A körutazás során meg lehet csodálni a parti természetet, meglátogatni a régió nevezetességeit, megismerkedni a Kurói-lagúna horgászatának történetével, a hagyományokkal, a halászok életmódjával, a hajóépítéssel, és ami a legfontosabb - megkóstolni a kulináris örökség halételeit. Ezt a programot meleg évszakban szervezik.

A halút a Coastal Tourism Cluster terméke. Ez egy 20 tagú cégeket, intézményeket, magánszemélyeket tömörítő egyesület, amely turisztikai szolgáltatásokat nyújt Klaipėda területén. A klaszterbe tartoznak szállásadók beszállítók, halászok, borászat, kikötői szolgáltatást nyújtók, hajót bérebe adók, falugyűlés, utazásszervező, turisztikai információs központ, művelődési ház stb.

A programnak fő célcsoportja a nagyobb, 10-30 fős csoport, de egyéni igények szerint kisebb csoportok számára is megoldható. Lehetőség van különböző hosszúságú és időtartamú útvonalak megválasztására. A „Halút” túra 4 órától néhány napig tarthat - minden a vendég kívánságától és lehetőségeitől függ.

A legnépszerűbb csomag a következőkből áll:

- kirándulás múzeumba interaktív történelmi kiállítással a régió történetéről és kultúrájáról, egy hajóépítő mesterségéről;
- kirándulás hajóval a választott útvonalon;
- vacsora (a kulináris örökség halételeinek kóstolása);
- szállás.

A Halút egy 2016-ban írt és 2018-ban befejezett projekt volt. Azóta ez a program sok embert vonz. Népszerű litván marketingcéget bíztak meg a promócióval, akik sokat dolgoztak



a marketingen és a kommunikáción. A COVID-19 járványkorlátozások enyhítése idején a helyi lakosokat arra ösztönözték, hogy az országon belül utazzanak, ennek hatására 2020 nyarán megteltek a szálláshelyek. Hétvégeken az emberek már nem tudtak szállást foglalni, ha azt előre nem tették meg.

További információ a Halútról:

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

3. példa: "Panekelpių kaimas" farm



Panekelpiai egy kis falu a vidéki jellegű Radviliškis kerületben. A falunak kevesebb mint 10 állandó lakosa van. A falu elsősorban régi épületekből, kavicsos utakból és hatalmas mezőgazdasági termelésre alkalmas területből áll.

2018-ban egy fiatal család vásárolt egy régi istállót Panekelpiai faluban, és új életre keltette. Rekonstruálták az épületet, rendezték a környezetét és mint egy farmon, kezdték meg tevékenységüket. A Panekelpiai farmot ajánlják csendes pihenésre, stílusos családi ünnepekre, vállalati rendezvényekre, összejövetelekre, táborok szervezésére.

A farm tulajdonosai kedvező hatással voltak a falura, ösztönözték az együttműködést a vidéki kisvállalkozók között. Együttműködés indult a helyi közösséggel, a közeli város éttermi séfjével, a szaunát oktató szolgáltatóval, a „Skėmių traktierius” helyi kocsmájával és a terület más aktív lakosaival. A falusi turisztikai vállalkozók támogatják egymást, mely által sokféle tevékenységet tudnak kínálni a turistáknak.

Mióta a falu újjászületett, sok turista látogat ide, és kéri, hogy kipróbálhassák az összes programot. A legnépszerűbb a vendéglő gasztronómiai oktatásában való részvétel (helyi zenével, hagyományos ruhákkal, kulináris örökség ételeivel), találkozás a helyi közösséggel és termékeik (száritott gyümölcsök és zöldségek, friss kenyér, gyógynövények stb.) megvásárlása. A gyerekekkel érkező vendégek számára felajánlják, hogy vegyenek részt a farm tevékenységét megismertető oktatási programban. A szállás általában Panekelpiai farmon van, ahol a moderátorok további programokat szerveznek például szaunázhatnak. A farm háziasszonya mindenkinek az igénye szerint gondoskodik további tevékenységekről vagy a meglévők csökkentéséről.



A faluban főképpen családok és kisebb csoportok vásárolnak. A farm a nyári szezonban csak 10 hálóhelyet tud biztosítani, de van lehetőség sátor felállítására nagyobb csoportok számára. A programok hossza a vendégek igényeitől függ, ami lehet egynapos kaland vagy egyhetes pihenés. A farm tulajdonosa folyékonyan beszél angolul, imádja a külföldi utazókat, alig várja, hogy megmutassák nekik az igazi litván falusi turizmust. Egyelőre a turisták nagyrésze továbbra is a litvánok, de a jövőben lesz lehetőségük szolgáltatásaik külföldi piacra történő kiterjesztésére.



A tanya tulajdonosai nagyon aktívak, tagjai a litván vidéki turisztikai egyesületnek (Radviliškis járási tanács), így jó esélyeik vannak a helyi önkormányzat támogatásait megkapni. A falu lakói boldogok és támogatják tevékenységüket.

A farm csak meleg évszakban működik, emiatt nem túl sok turistát tud fogadni, viszont otthont adhat sok összejövetelnek, tábornak, vállalati rendezvénynek, ami segít bevonzani a környezetükben lévő nagyobb csoportokat. Ha megnézzük a falu népszerűségét a 2015-ben és most - a különbség óriási!

További információk Panekelpiai faluról:

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

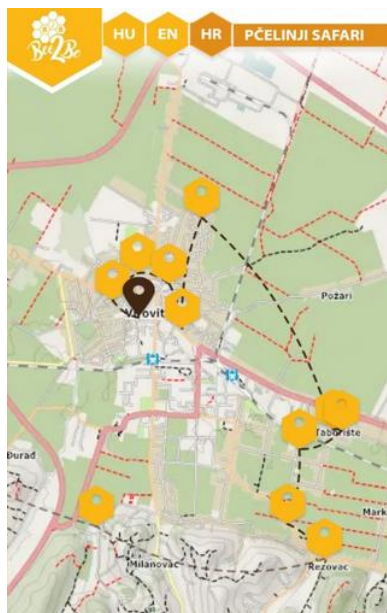
5.2.4. HORVÁTORSZÁG

Horvátország turisták körében aratott sikerességének egyik fő oka az érintetlen természete. Az országban nyolc nemzeti park található, amelyek a tengerparton vagy attól néhány órányi autótúra helyezkednek el, továbbá számos természeti park és védett terület is található. Földrajzi elhelyezkedésének és morfológiájának köszönhetően Horvátországban az EU-ban azonosított kilenc biogeográfiai régióból 3 található meg. Keleten hatalmas síkságok, sűrű erdők, amelyek a központi terület több mint 35% -át lefedik, az Adriai-tenger több mint 1000 szigete ad otthont Horvátország rendkívüli biológiai sokféleségének.

Ha igazán édesszájú vagy - csak „LEGYÉL”, mert Horvátországban a méz iránti éhséged csillapítva lesz. Öt területet meglátogatását ajánlunk önöknek, ha még nem tudott betelni az arany nedűvel: zümmögjön tovább Medovita Pčelarstvo-ra, szerezzen emlékeket Molat szigetén, zoomoljon Zarečje-re Isztrián, Bolta-tól Šoltáig, a méz szigetéig, nyisson utat Motovun méhei felé.

1. példa: Bee2Be út

A Bee2Be tematikus útvonallal egy olyan turisztikai infrastruktúra jön létre, amely lehetővé teszi és ösztönzi a határokon átnyúló területek új közös turisztikai termékeinek és márkáinak fejlesztését, különösen az idegenforgalom, valamint a kulturális és természeti örökség megőrzése terén a helyi közösségek, a civil szervezetek és a helyi lakosság összekapcsolásával. A Bee2Be a méhészet fejlesztését célozza Virovitica városban (Virovitica-podravina ország) és a magyarországi Baranya megyében, ami abból áll, hogy 1) a méz és méhészeti termékek, valamint egészségügyi vonatkozásainak határon átnyúló megismertetése 2) az együttműködés bátorítása a méhészek között 3) méh-safari tematikus élménytúra 4) védjegy létrehozása a minőség biztosítása érdekében.



A fő célcsoport a méhészek - felvétel a turisztikai kínálatba, a méhészet népszerűsítése, szakértői szemináriumok, munkanélküliek -, akik el fogják végezni a méhészeti szakértői képzést; az iskoláskorú gyermekek - a természet iskolája, műhelyfoglalkozások, amelyek a méhészetet az élet lehető legköltséghatékonyabb hivatásának tekintik; méhészeti egyesületek; nem közvetlenül érintett célcsoportok: a helyi lakosok - elsősorban a vidék lehetséges fejlesztése és elismerése miatt; helyi turisztikai szolgáltatók és ügynökségek - akik új turisztikai terméket kapnak; mezőgazdasági cégek.

Virovitica városának központjában található Bee Park, amely 2.722,81 m² alapterületű, vonzó, a méhek és a méhészet minden szegmensét bemutató turisztikai látnivaló. A "Bee Safari" mézes túra kapcsolódik a meglévő kerékpárutakhoz,

méhészetekhez, a méhészeti termékek

felhasználóihoz, a határon átnyúló "Bee Safari" mézes túra fejlesztéseként az élményméhészetek térképéhez, agráriskola gyerekeknek, tanulmányút Virovitica és Baranya megyébe, mézverseny Szentlőrincen, ahol szenzorral vizsgálják a mézet. Workshopok szervezése munkanélküliek számára a méhészeti vállalkozások előnyeiről az önfoglalkoztatási lehetőségre vonatkozó üzleti terv elkészítésével, horvát-magyar közös méz fesztivál Szent Ambrus napján - a fesztivál fáklyás felvonulással nyitott a Szent Péter-Pál székesegyház bazilikájától a Szent István



és a Széchenyi téren át a Kossuth térig. Workshopok szervezése méztermékek készítéséhez - ezt iskolás gyermekek (Virovitica és Pécs) számára tervezik, ahol a gyerekek megismerhetik a méhészet fontosságát, és megtanulják, hogyan készíthetnek édességeket és cukorkákat mézből.

Ingyenes alkalmazás és webhely szolgáltat hasznos információkat a méz és más méhészeti termékek előállításáról, a méhközösségek elhelyezkedéséről, valamint éttermek és szálláslehetőségek elérhetőségéről, a méhgyógyásatról, valamint a Bee Safari útvonal térképéről.

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

2.példa: Kerékpárral és kanállal a zsebben Podravinán át - kerékpár és gasztró út

Háromnapos kerékpárostúra-csomag, mely érdekes mikro-desztinációkat foglal magában a Mura-Dráva-Duna Bioszféra Rezervátumban Virovitica-Podravina és Koprivnica-Križevci megyékben. Magába foglalja a következőket: elhelyezés hagyományos szálláshelyen Križnicában, kerékpártúra az Eurovelo 13 útvonalon, agroturisztikai farmok meglátogatása egybekötve helyi hagyományos ételek és egyéb termékek megkóstolásával.

1. nap

A csoport a Križnički hídnál gyülekezik, majd komppal vagy a függőhídon átmegy a Dráva másik oldalára, ahol a vendégeket egy kisteherautó, minibusz vagy kocsik fogadja (a vendégek választása szerint), mely a križnicai "Dravska iža" birtokra szállítja őket.

A megérkezést követően üdvözlőital, a szobák elfoglalása, a birtok bejárása és egy rövid autótúra Križnica faluba. Közös vacsora után a következő két nap útvonalainak és szálláshelyeinek megbeszélése.



2. nap - Brodić falu (53km)



Reggeli után indulás a kis podravina faluba, Brodićba "Karlovčan család táj házához". Kerékpározás a függőhídon, a csendes podravina falvakon, makadám utakon, erdőn át és a Dráva folyó mentén. A gazdaságban ebéd az ott vagy más gazdaságok által termelt alapanyagokból. Az ebéd után, városnézés, majd visszatérés Križnicába. A visszaérkezést követően közös vacsorafőzés, beszélgetés borkóstolással.

3. nap - Đurđevački Peski sivatag (63km)

A reggelit biciklizés követi Križnicától Horvátország egyetlen sivatagjához, vagy a Đurđevački peski földrajzi-botanikai rezervátumig. A homokdűnéken egyedülálló kerékpáros élményt szerveznek (azok számára, akik szeretnék kipróbálni). A résztvevők számára piknik a természetben. Túra a rezervátumba, ahol megtekintik a természeti jelenség eredetét, a jellegzetes növény- és állatvilágot és egyéb érdekességeket. Opcionálisan megszervezhető Đurđevac óvárosának meglátogatása, Ivan Lacković Croata híres galériája és a Picoks legendájának rövid színpadi előadása. Délután visszatérés Križnicába, ahol közösen halat sütnek és halpörköltet készítenek a helyi halászok hagyományai szerint.

Az ajánlatról többet itt tudhat meg: <http://www.nippyadventures.com/>

5.2.5. SPANYOLORSZÁG

A következőkben felsorolt példák termék klub módszerrel kifejlesztett termékek, melyek Extremadurában vagy Spanyolországban már korábban működő programok voltak, kapcsolódva a falusi turizmushoz és a kulturális örökséghez (gasztronómia, történelem, természet stb.).

1. példa: Sajt út termékklub

Extremadurában (Spanyolország) a Sajt útvonal termékklub remek példa a termékklub módszerre, egy olyan új turisztikai élményt teremtve, amely Extremadura gasztronómiájának hagyományos elemén alapszik. Az Extremadura sajtutak termékklubját eredetileg 2017-ben hozták létre azzal a szándékkal, hogy népszerűsítsék a régiót gasztronómiai turisztikai célpontként, kihasználva Extremadura sajt készítési hagyományait és az oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel (Protected Designation of Origin) ellátott különféle sajtokat, melyek északról délre és keletről nyugatra megtalálhatók Extremadurában. Ez a kezdeményezés a kezdetektől fogva élvezte Cáceres és Badajoz tartományi tanácsok és a helyi akciócsoportok együttműködő támogatását.



Extremadura egy 41 634 km² területű, alig több mint egymillió lakosú spanyol régió. A lakosság három nagyobb városban és számos kis és közepes méretű faluban él, ami Extremadurát egy ritkán lakott régióvá teszi. A dehesa (legelő elszórtan fákkal) a legelterjedtebb táj az extremadurái vidéken, a mezőgazdaság és az állattenyésztés évtizedek óta a legfontosabb gazdasági tevékenység a régióban. A spanyol szarvasmarha ösvények (csapások) 125 000 km hosszúak és 400 000 hektár területet fednek le az ország területéből, egy zöld folyosóként szolgálnak a biológiai sokféleség megőrzéséhez.

Ebben a spanyol régióban rengeteg sajt van, ezért három különböző oltalom alatt álló eredetmegjelölést (P.D.O.) lehet találni, például: P.D.O. Torta del Casar, P.D.O. Queso de la Serena és P.D.O. Queso de los Ibores. A sajt kultúra és -termelés Extremadura minden részén megtalálható. "A kiváló minőségű és sokféle sajt, amellyel ez a terület megörvendeztet bennünket, arról szól, hogy mennyire fontos ennek a finomságnak az előállítása a régió gazdaságában, és azokról a kézműves sajt készítő munkájáról is beszél, akiknek sikerült megőrizni az őseiktől örökölt sajt készítés hagyományát és termelési módszerét".

A sajt útvonal gasztronómiai, kulturális és természeti élményeket kínál nyolc útvonalon, például: Torta del Casar sajtút, La Serena sajtút, Los Ibores sajtút, La Vera sajtút, Monfragüe sajtút, Tentudía sajtút, Tierra de Barros Sajt út vonal és Tajo Internacional sajt út vonal, Sierra de San Pedro, Los Baldíos. Mindegyik lehetővé teszi a régió sajtjal kapcsolatos hagyományainak megismerését, valamint a kóstolást, tájait bejárva a növény- és állatvilág felfedezését, a múzeumok és műemlékek meglátogatását (kastélyok, paloták, vallási épületek, stb.). A sajt út vonalon vidéki házak, szállodák, éttermek, gasztronómiai üzletek, speciális útbaigazítás, programszervező cégek, ügynökségek és első alkalommal két borospince található, amelyek lehetővé teszik a turisták és a látogatók számára, hogy élvezzék Extremadura gasztronómiai hagyományainak magával ragadó élményét.

A honlapjáról megtudható, hogy a termékklubot jelenleg mintegy 80 vállalat és magánszemély alkotja, akiket a sajt iránti közös szenvedélyük tart össze. Ezért magában foglalja a turisztikai szálláshelyeket, vendéglátó-ipari szolgáltatásokat, gasztronómiai termékeket árusító üzleteket, múzeumokat, programszervező szolgáltatásokat, turisztikai irodákat, sajtüzemeket és állattartó telepeket, amelyek készen állnak arra, hogy a gasztronómiai élmény felejthetetlen érzéssé váljon. A konzorcium munkájának célja, hogy terjessze az extremadurái sajt hírért, meggyőződve arról, hogy a Sajt út vonal követése lehetővé teszi a turisták számára, hogy elmélyüljenek a régió kulturális, művészeti és természeti örökségében, amelyet úgy



határoznak meg, hogy a „sokszínűségben, amely teljesen belemerít bennünket a hagyományokba”.

További információ erről a termékklubról:

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

2. példa: Itinera Carolus V Termékklub



2007. április 25-én Burgosban (Spanyolország) létrehozták az V. Károly Útvonalak Együttműködési Hálózatát (RCCV) azzal a céllal, hogy a program turisztikai, történelmi-kulturális és gazdasági erőforrásait gyarapítsák. Azóta a hálózat eredményes munkát végzett egy átfogó turisztikai program felépítésével. Jelenleg a hálózat több mint 80 európai önkormányzatot és történelmi helyszínt foglal magába, amelyek mindegyike V. Károly császár 1517 és 1557 közötti alakjához kapcsolódik. A partnerhálózat kiterjed az EU-n kívüli országokra is (Marokkó, Tunézia, Algéria és Panama).

Az V. Károly turisztikai termékklub a "Vendégszeretet, a kézművesség és az agrár-élelmiszeripari kiválóság klubja" címmel jelenik meg, azzal a céllal, hogy ismertté tegye Habsburg Károly király/császár által bejárt különböző útvonalakon szétszórt turisztikai termékeket. A városok és régiók szálloda-, kézműves- és élelmiszeripari termelőinek integrálása a császár 17 útja mentén, melyek jelenleg működnek és ibériai, holland, itáliai, germán és tengeri útvonalakra vannak felosztva.

Annak érdekében, hogy garantálja a turisták és a látogatók számára a legmagasabb minőségű színvonalat, a termékklub öt olyan minőségi címkét alakított ki, amelyeket csak akkor ítélnék oda, ha a megfelelő szervezetek garantálják kifejezetten az egyes tevékenységekhez/szolgáltatásokhoz tervezett jó gyakorlati útmutatók betartását. A klub tagjai olyan településeken vagy városokban működnek, amelyek a Károly Császár Együttműködési Hálózat európai útvonalainak (European Routes of Emperor Charles Cooperation Network) tagjai, és amelyek ezért az uralkodó életének bizonyos pontjaihoz kapcsolódnak. Az "V. Károly Turisztikai Termékklub" osztályozása a következő: szállás, étterem, kézműves termékek gyártása és/vagy értékesítése, hagyományos élelmiszertermékek gyártása és/vagy értékesítése és együttműködő létesítmények.

V. Károly európai útvonalainak hálózata által kínált turisztikai élmény a császár kulturális, történelmi-művészeti, akadémiai és társadalmi örökségének népszerűsítésére és terjesztésére épül, kiemelve az európai népek hasonlóságait a középkor óta. Manapság a képviselt régiók végtelen számú kulturális és természeti úticélt, valamint tevékenységeket és megemlékezéseket kínálnak, amelyek V. Károly, az európai reneszánsz társadalom (16. század) képviselőjének alakjához kapcsolódnak, nyitottak az európai és a világ társadalom megismerésére és élvezetére. .

A kulturális útvonal néhány célja:

- Elősegíteni a reneszánsz európai kulturális örökség megőrzését és terjesztését, közös fellépések ösztönzése révén annak kezelése, helyreállítása és közösségi gyarapítása.
- A kulturális és oktatási cserék elősegítése, különös figyelmet fordítva a különböző régiókból és országokból származó fiatalok közötti kapcsolatokra.
- Eltökélt dolgozás olyan fenntartható turisztikai termékek létrehozásán, amelyek célja az állampolgárok életminőségének javítása, a munkahelyteremtés, az idegenforgalom szezonális csökkenésének csökkentése, valamint a minőségi turisztikai és kulturális kínálat létrehozása.



Mivel 2021-re Európában több mint 50 rendezvényt és tevékenységet terveztek, az V. Károly útvonalon található idegenforgalmi célpontok nemzetközi szintű népszerűsítése sikeresnek bizonyult, 2020-ban La Vera (Extremadura) mintegy 50 új vállalata kérte felvételét a termékklubba. Hasonló növekedés várható a jövőbeni kampányoknál is.

További információkért kérjük, látogassa meg: [Itinera Carolus V | Las Rutas del Emperador](#) / [Rutas Europeas de Carlos V / European Routes of Charles V](#)

3. példa: Ibériai Sonka útvonal



Az ibériai sonka útvonal termékklub 2008 óta működik, az Extremadura, Andalúzia, Kasztília és León Autonóm Közösségek közös vállalkozása a jelenlegi Mezőgazdasági, Halászati és Élelmiszerügyi Minisztériummal együttműködve a Turisztikai Főtitkárság támogatásával, az Ipari, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Minisztérium felügyeletével. Az ibériai sonkaút öt tartományt és több mint 400 települést érint, több mint száz vállalkozás részvételével. Így a termékklub a nemzeti gasztronómia egyik legkiválóbb termékének, az ibériai sonkának négy

eredetmegjelöléssel ellátott területén jár: Guijuelo, Dehesa de Extremadura, Jamón de Huelva, Los Pedrocheshe.

Az említett területek közös jellemzője a dehesa (a fákkal szórt legelők), a Föld egyik legegységibb ökoszisztémája, amely nélkül az ibériai sonka nem létezne. Kivételes környezet a gyalogos és a kerékpáros túrázáshoz is.



Az ibériai sonka útvonalat "azzal a céllal hozták létre, hogy az érintett régiók turisztikai fejlődését elősegítsék a különböző köz- és magánügynökségek stratégiai és önkéntes szövetsége révén", felhívva a figyelmet az ibériai sonka és az azt körülvevő kultúra kivételes minőségére, lehetővé téve ezzel a látogatók számára, hogy megismerjék például a kézműves élelmiszerek, a pácolt húсок előállításának hagyományos folyamatait. Ősi hagyomány, amely magában foglalja az olyan népszerű rendezvényeket, mint például a disznóvágás. A cél a cégek és az idegenforgalmi szektor minőségének

és versenyképességének előmozdítása volt az érintett régiókban, a hazai idegenforgalom számára a „termékek jegyzékének bővítése és a termékkatalógus diverzifikálása”.

Noha a nemzeti turisták évek óta tisztában vannak a dehesa által kínált finomságokkal, a termékklub nemzetközileg is ismertté tette az ibériai sonkát, és jelenleg ez az egyik legkeresettebb spanyol gasztronómiai termék.

Egy olyan versenyképes ágazatban, mint az idegenforgalom, létfontosságú a kereslet ismerete annak érdekében, hogy egyértelmű legyen a fejlesztendő turisztikai termék típusa. Ezért elengedhetetlen tudni, hogy mi motiválja a turistát. Jelenleg a termékklub területén mintegy 40 különböző útvonalat kínálnak, amelyek a turisták és a látogatók különféle ízléséhez és igényeihez igazíthatók (gasztronómia, természeti tájak, helyi borok, farmok stb.).



Ebből a célból az útvonal részét képező számos cég között megtalálhatók a sonka szárítók, ibériai sertésstenyésző telepek, éttermek, szálláshelyek és borászatok, gasztronómiai és néprajzi múzeumok, üzletek és szabadidős tevékenységet szervező (lovas) központok, kerékpáros útvonalak stb.

Ha többet szeretne megtudni az ibériai sonkaútvonalról, látogasson el ide:

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

6. Záró gondolatok

Az utazók többsége autentikus, egyedi élményeket és a helyi életmód megismerését keresi. A falusi turizmus tökéletesen megfelel ennek a trendnek. Az utazók szórakozást, tanulási lehetőséget és aktivitást keresnek. Az emberek olyan élményeket keresnek, amelyek tükrözik a terület egyedi jellegét, vidéki adottságait és kulturális értékeit.

Az együttműködésre épülő falusi turisztikai tapasztalatok példái azt mutatták, hogy minden partnerország nagy potenciállal rendelkezik kulturális turisztikai élmények kialakításához, amelyek például tartalmazzák a helyi közösségekkel való interakciókat és a térség életmódjának megismertetését. Az összes példa alapján láthatjuk, hogy az utazók a vidéki területeket főként az érintetlen tájak és a természet miatt választják. Emellett nagy az igény az autentikus, családok által üzemeltett szállások iránt, ahol helyi ételeket és hagyományokat (zene, művészet, táncok) is megismerhetnek.

A termékklub-ötletek segítettek olyan turisztikai csomagok létrehozásában, amelyek magukban foglalják a szállást, a falusi vendéglátást, az aktív tevékenységeket, a helyi ételek és hagyományok megismertetését. A vidéki vállalkozók felismerték, hogy a vidéki turizmusban való együttműködés és az új turisztikai termékek létrehozása a térségben előnyös a helyi közösségek számára is. További jövedelem és munkahelyteremtés révén segíti a vidéki területek gazdasági fejlődését.

A STORIE termékklub workshop ötletei és a meglévő tapasztalatok példái azt mutatják, hogy a falusi turizmus kiváló lehetőség új, komplex turisztikai termékek kifejlesztéséhez. Ez a dokumentum útmutatóként szolgálhat a további élmények fejlesztéséhez a partnerországokban és más országokban.

ANNEX 1. PROGRAMMES CREATED DURING PRODUCT CLUB WORKSHOPS

1. HUNGARY

The created tourism package is:

Title: Interactive tasty experiences in Matyóland

Target group: Hungarian tourist groups, ages 40-60

Duration: 3 days 2 nights

Content of the package:

Day 1

- Walk across the Main Square to Hadas (open-air museum district in Mezőkövesd)
- Welcome drink and scones in matyo costume
- Visit to Kisjankó Bori Memorial House
- Guided tour for visiting the creative houses, craft worker houses of Hadas district according to individual interest (furniture painter, gingerbread, fire enamel, painter / weaver, music house, potter) – possibility to try all types of crafts
- Evening: Wine cellar visit, dinner, wine tasting, live folk music, outdoor chimney cake baking

Day 2

- Visit the museums of the town: Matyó Museum, City Gallery, St. László church, guided tour in all places
- Lunch: traditional matyó dishes in a local restaurant
- Bathing in Zsóry Spa and Wellness Bath
- Evening: Matyo wedding dance show, song and dance learning, poetry carving, tasting wine and brandy and regional dishes for dinner

Day 3

- Bakery workshop in a 100 years old country house, pasta making, baking, lunch on the spot from the prepared dishes
- Soap making workshop
- Tasting Matyó Manna – traditional dish



2. LITHUANIA

The created tourism packages are:

1st: “See Molėtai from another perspective”

As everyone knows the most popular places in Molėtai, workshop members from this district came up with idea to make three-day long package without all popular places – only places in small rural surroundings.

Target group: All tourists 25–55-year-old

Duration: 3 days

Content of the package:

Day 1

- Arrival to homestead “Alantos žirgai” in Molėtai district
- Welcome drink (home-made lemonade) and trip around the homestead (acquaintance with bred horses and little ponies)
- Visiting three local farms, excursions, educations and possibility to buy their products – bee keeper, goat farmer – cheesemaker and herbalist
- Guided tour in Alanta Manor - There is a museum of local lore in Alanta Manor, art lovers will be able to see the Vaidotas Žukas Art Gallery established here
- Evening: dinner - local beef stew on a scrap, sauna and time to relax
- Accommodation in “Alantos žirgai”

Day 2

- 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

Day 3

- Breakfast ant homestead “Pagulbis”
- Black pottery lesson in the homestead “Įlankos sodyba”
- Boat trip to “Robinson island”. The island is located in the middle of Lake Bebrus
- Dinner at homestead “Įlankos sodyba” and possibility to stay for the night in “Robinson island” with tents

2nd: “Urban man in the countryside”

Target group: families or small adult groups

Duration: 2 days

Content of the package:

Day 1

- Excursion at homestead “Senosios gegužinės ūkis”, homestead exhibition presentation and history of the area
- Making traditional meal from local products
- Free time to walk around the farm, possibility to meet all the animals, to feed them and to ride a horse
- Tour to ceramic studio “Molio virtuvė”, education in this place and testing the craft with your own hands
- Evening – dinner, local wine degustation
- Sauna time in “Senosios gegužinės ūkis”, night swimming in the river
- Accommodation in “Senosios gegužinės ūkis”

Day 2

- Morning farm works at 6 AM – feeding animals, collecting fresh chicken eggs, sheep grazing to the meadow, collecting fresh flowers to decorate breakfast table
- Breakfast making from fresh local products
- Trip to nearby farm - exposition of tractors and possibility to drive them, games "guess what grain"
- Possibility to buy local fresh products from local food producers (vegetables, fruits, bread, milk, eggs, meat, etc.)
- Possibility to choose to stay in homestead for one more night

3. CROATIA

The created tourism package is:

Title: Feel and taste the spirit of the past

Target group: individuals and groups of middle age, 35 to 55 years

Content of the package:

Day 1

- Arrival in Virovitica and welcome to the atrium of the Pejačević castle

- Welcome drink with storytelling (homemade brandy Harmund, natural juices "Brana" and wines from local producers, cured meat specialties "Šuvak" and cheeses from local producers, langoustines, etc....)
- Tour and interpretation of the material and permanent exhibition of the city museum Virovitica
- Departure and accommodation in accommodation facilities Heritage Hotel kurija Janković and / or Visitor center Janković castle Suhopolje
- Dinner: "Tastes enjoyed by the nobles" in the newly renovated restaurant Dvorac
- Return to accommodation facilities

Day 2

- Breakfast and morning healing in the wellness facilities of the accommodation facilities
- Guided one-day tour around Virovitica:
 - Going to the river Drava, ferry ride and crossing the pedestrian bridge, tour of the Interpretation Center of the Mura-Drava-Danube Biosphere Reserve in Križnica
 - Going to Grabrovnica and visiting the Interpretation Center "House of Petar Preradović" poet, Austro-Hungarian general and nobleman (including creative workshops on writing with a goose feather, filling souvenir pillows with goose feathers...)
 - Continuation of the tour and lunch at the Zlatni Klas Restaurant in Otrovanac. Traditional Podravina-Slavonia lunch with interesting storytelling. After lunch optional, recreational activities in the spacious village yard: badminton, table tennis, horseback riding, cycling
 - Shorter walking route approx. 5 km from the excursion centre in the vineyards to the Vineda Cellar Winery. Wine tasting with a short sommelier course. Dinner made up of local specialties paired with Vineda cellar wines
- Return to accommodation in the evening

Day 3

- Morning bike ride to Virovitica fishponds
- Tour of the educational trail "Virovitica Bilogora" with a guide. Interpretation related to the history of Virovitica fishponds.
- Gastro creative workshop for preparing local dishes on an open fire (shepherd's pie, fish stew, roasted fish on a plate, cauldron)
- Lunch
- Return by bicycle to accommodation facilities, afternoon rest
- Evening tour of the Interpretation Center Janković Castle Suhopolje. Guided tour through the castle space. Evening screening at 5D cinema
- Dinner in the restaurant of the Janković castle in Suhopolje (wild animals specialties paired with wines from the Diba Suhopolje winery)