

„Ha többek életét és munkáját összekapcsoljuk, együttesen mindnyájan sokkal messzebbre jutunk, mint külön haladva bárki is eljuthatna.”

(Descartes)



**HELYI ÉLELMISZEREK MARKETINGJE
A BAKONY ÉS BALATON KELETI KAPUJA
EGYESÜLET LEADER HACS TERÜLETÉN
A NYITOTT PINCÉK HÁLÓZATÁVAL SZEMBENI
MINŐSÉGI ELVÁRÁSOK**



Oldal: 1 / 102

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	2. old.
Előzmények	3. old.
A LEADER	5. old.
A LEADER program helye az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban	9. old.
A helyi termék	16. old.
Mi számít helyi terméknek?	19. old.
A BBKKE LEADER HACS területén található ismertebb helyi termékek	30. old.
A helyi termék projekttel szembeni elvárások	40. old.
A térségi védjegy bevezetése, működtetése	41. old.
Mit várunk el a helyi terméktől?	48. old.
Esettanulmány	49. old.
Helyi termék védjegy, logo	62. old.
Magyarország borvidékei	68. old.
Helyzetismertetés	68. old.
SWOT analízis	89. old.
Elvárások a nyitott pincékkel kapcsolatban	88. old.
LEADER Nyitott Pince	90. old.
Minősített LEADER Borkínáló Hely	92. old.
Nyitott pince – speciális helyi termék – kerékpárosbarát szolgáltató	93. old.
Megjelenés, közös arculat	94. old.
A védjegyrendszer előnyei a szolgáltatók számára	95. old.
Minősítési kritériumok	97. old.
LEADER Nyitott Pince	97. old.
Minősített LEADER Borkínáló Hely	99. old.
Összegzés	102. old.

ELŐZMÉNYEK

A Bakony és Balaton Keleti Kapuja Egyesület LEADER Helyi Akciócsoport Helyi Vidékfejlesztési stratégiájának alap gondolata a közös, helyi adottságokra, igényekre, közös szándéokra épülő projektek megfogalmazása és megvalósítása.

A közös ipari múlt határozza meg a HACS-hoz tartozó települések stratégiáját, a fejlesztési irányokat és lehetőségeket.

A LEADER program lehetőséget ad arra, hogy megtanulják a közös gondolkodás, együttműködés, közös projektkialakítás és működtetés módját.

Fontos közösség építő és közösség megtartó erőt biztosíthat.

Ami jelentős feladat megtalálni azokat a kapcsolódási pontokat, melybe minden résztvevő képes erőforrásokat illeszteni, és amelyek egy új, modern fejlődési irányt adhatnak a térségnek.

A tanulmány célja egy olyan mintaprojekt megfogalmazása, melynek megvalósításába a HACS által érintett mindhárom kistérség bevonható, működtetése kiterjeszhető a HACS teljes területére, és rendelkezik a továbbfejlődés – hazai és nemzetközi – potenciáljával.

A tanulmány minden érdeklődő számára érthetővé kell, hogy tegye mi a közös stratégiamegvalósítás lényege, mi a LEADER program célja, és mik a lehetőségei.

Ezért a megbízó által kiadott tematikát a keretet adó LEADER program bemutatásával egészítettük ki.

A HACS feladata: népszerűsíteni és társadalmasítani a megfogalmazott programötletet, életképesé tenni a programot, elérni a potenciális együttműködőket, forrást biztosítani a program megvalósításához.

Továbbgondolni a program működtetését így teremtve egy valódi LEADER szellemiségű mintaprojektet.

A LEADER

A **LEADER** francia mozaikszó: **L**iasion **E**ntre **A**ctions pour le **D**evelopment de l'**E**conomie **R**urale.

Jelentése: Közösségi kezdeményezés a vidék gazdasági fejlesztése érdekében. (Krollopp A. és szerzőtársai 2005.)

Bár az első LEADER ciklus csak 1991-ben kezdődött el, mégis egy, az 1960-as évekből származó gondolattal tartom megfoghatónak a program lényegét:

„Az állampolgárok csak akkor lesznek hajlandók részt venni az egyes csoportok életében – amelyekből a társadalom nagy része felépül – ha ezekben a csoportokban olyan értékeket találnak, amelyek vonzzák és mások szolgálatára készségessé teszik őket. Joggal hihetjük, hogy az emberiség jövője azok kezében van, akik fel tudják tární az utánuk következő nemzedékeknek az élet és a remény forrásait.” **(II. Vatikáni Zsinat, Róma, 1962. október 11. – 1965. december 8.: „Gaudium et spes”)**

E gondolat rávilágít arra, hogy csak olyan programok lehetnek sikeresek, melyeket a bennük részt vállalók, illetve e programok által megcélzottak saját maguk szempontjából hasznosnak ítélnék, és céljaik, jövőképük elérése szempontjából kívánatosnak tartják megvalósulásukat.

A jó politika, illetve politikus ezt felismeri, és ha a fejlesztéspolitika nem is minden területén, de a leginkább emberközeli részprogramokban a fenti gondolatot követve jár el.

Ilyen, a benne részt vevőkhöz „közel álló” program a LEADER.

A LEADER az Európai Unió olyan közösségi kezdeményezése, amely számos ponton különbözik minden más kezdeményezéstől. A LEADER új filozófiát, sajátos szempontokat hozott a vidékfejlesztés területén. A program valamennyi résztvevőjétől új hozzáállást, új gondolkodást, új módszereket vár el.

A LEADER alapvető céljai:

- a vállalkozásfejlesztés,
- a részvételi demokrácia fejlesztése,
- a helyi partnerség erősítése,
- az ágazatok közötti kapcsolatok fejlesztése,
- az „alulról építkezés” támogatása,
- felelősségvállalás erősítése
- a nyitottság növelése,
- az egyéni kezdeményezések segítése.

A LEADER programra az Európai Unió először 1991-ben biztosított forrást a tagországok számára. Az első kiírásban csak a legelmaradottabb térségek vehettek részt, a fejlettebb térségek nem részesülhettek a biztosított forrásból.

Már az első kiírás jól példázta az elképzelés sikerét. Rávilágított arra, hogy a LEADER program nem szimplán a vidék gazdasági fejlesztése, hanem egy teljesen új szemlélet, melynek során az érintett térségekben lakó vállalkozások, civil szervezetek, önkormányzatok, helyi lakosok között új együttműködések, új típusú kapcsolatok és kapcsolatrendszerek alakulnak ki, melyek jelentős mértékben erősítik a térségben élők együttműködési készségét, növelik aktivitásukat a gazdaság és a közélet terén, erősítik az összetartozás érzését.

Az Európai Unió eddig három LEADER programot hajtott végre (a LEADER+ elszámolása folyamatban van).

Mára a program kiterjed az egész unióra, köztük a 2004-ben csatlakozottakra, így hazánkra is. Az első kiírással ellentétben már nem csak a leghátrányosabb térségek pályázhatnak a forrásokra, hanem minden vidéki térség.

Az 1. ábra összefoglalja az első három kiírásra vonatkozó legfontosabb részvételi és költségvetési adatokat.

1. ábra

Program	Időszak	Térségek száma	Költségvetés (millió EUR)
LEADER I.	1991-1994	217	417
LEADER II.	1995-1999	850*	1755
LEADER+	2000-2006	1000 felett	2020

Forrás: publikus adatok alapján készített saját táblázat 850 akció csoport + 59 egyéb szervezet

A LEADER új módszertant honosított meg, közkeletűen fogalmazva az ún. LEADER megközelítés a következő hét alappilléren nyugszik (a PROMEI kht. LEADER tankönyve alapján):

Területalapú megközelítés: az adott LEADER térség összefüggő és életképes méretű terület legyen, melynek lakói a „helyi identitást” közösen élik meg. A térségi szereplők ún. „helyi akciócsoporthoz” (Local Action Group) hoznak létre, mely kidolgozza a helyi fejlesztési tervet, és felel annak végrehajtásáért.

Alulról építkező megközelítés: a helyi szereplők nem felsőbb utasításra vesznek részt a programban, hanem saját elhatározásukból, saját érdekükben közvetlenül bekapcsolódnak a fejlesztési folyamatokba, az akciócsoporthoz tartozás révén, a szubszidiaritás elve alapján pedig döntéshozatali joggal rendelkeznek a helyi fejlesztési program kidolgozása és megvalósítása terén. A felelősség delegálásával a jogosultság várhatóan növekszik, az erőforrások felhasználása hatékonyabb.

Sajátos irányítási és finanszírozási modell: a LEADER megközelítés meghatározó eleme a helyi akciócsoporthoz átruházott irányítás és finanszírozás. A modell kiegyenlíti a megszilárdult hatalmi pozíciókat és erősíti a kiegyensúlyozott hatalomelosztást (az üzleti élet, a civil társadalom szavazati joga együtt erősebb, mint a közszféráé).

Háromoldalú partnerség: a közsféra, a gazdasági élet és a civil társadalom önkéntes, innovatív kapcsolatokat kezdeményez a közös célok megvalósítása érdekében, forrásaik és tudásuk, tapasztalataik egyesítése révén.

Innovatív jelleg: ösztönzi a vidéki gazdaság diverzifikálását, az új munkahelyek teremtését. A LEADER újító jellege a helyi erőforrásokra támaszkodó, új ötleteken alapuló, változatosabb kereskedelem, ipar és szolgáltatások támogatását jelenti. A helyi fejlesztést és a meglévő akciócsoportok jó gyakorlatainak és tapasztalatainak népszerűsítését jelenti.

A tevékenységek közötti kapcsolatok – integrált megközelítés: a vidéki gazdaság fejlesztése érdekében szükség van a gazdasági ágazatok közötti kapcsolatok fejlesztésére. „Az EU mezőgazdasági politikájában a multi-funkcionalitás azt a szemléletet tükrözi, mely szerint a gazdálkodók nemcsak egyszerűen mezőgazdasági termelők, hanem gazdálkodásuk környezeti, természeti, kulturális és közösségi haszonnal is társul.”

Hálózatépítés: a LEADER csoportok közötti nemzeti és nemzetközi hálózatépítés a feltétele annak, hogy a Helyi Akciócsoportokban felhalmozott tapasztalatokat más csoportok is megismerhessék és sikerrel adaptálhassák.

A LEADER program helye az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban

A magyarországi LEADER program tulajdonképpen jogi hátterét az **Új Magyarország Vidékfejlesztési Program** (továbbiakban ÚMVP) teremtette meg. A program negyedik tengelye a LEADER tengely.

ÚMVP tengelyei:

- I. Tengely: A mezőgazdasági és erdészeti ágazat versenyképességének javítása
- II. Tengely: A környezet és a vidék fejlesztése
- III. Tengely: A vidéki élet minősége és a vidéki gazdaság diverzifikálása
- IV. A LEADER - megközelítés megvalósítása

A LEADER programnak az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban megfogalmazott célja:

- a vidék belső erőforrásainak fenntartható és innovatív felhasználásának ösztönzése,
- a vidéki szereplők közötti együttműködés elősegítése, támogatása,
- integrált megközelítést tartalmazó fenntartható helyi fejlesztési stratégiák előkészítése és megvalósítása,
- a helyi innovatív megoldások támogatása,
- átfogó társulások működtetése,
- a vidéki térségek életszínvonalának emelése,
- a vidéki munkahelyek megőrzése és újak létrehozása,

- az élethosszig tartó tanulás elősegítése,
a 1698/2005/EK tanácsi rendelet 61. cikkében meghatározott követelmények teljesítése útján.

Az intézkedés rendelkezik továbbá:

- a mezőgazdaság,
- az erdőgazdálkodás,
- az élelmiszeripar, illetve
- a vidéki gazdaság teljesítőképességének fokozásáról,
- a kulturális és természeti értékek fenntartható hasznosításának erősítéséről,
- a humán szolgáltatások,
- a helyi közösségek fejlesztését célzó, fenntartható és versenyképes új helyi eljárások előmozdításáról. (ÚMVP)

A LEADER program általános célja a vidéki térségekben zajló fejlesztési tevékenységek minden ágazatában helyi szinten részt vető, állami vagy magán szereplők innovatív kezdeményezéseinek ösztönzése, valamint az így szerzett tapasztalatok, eredmények megismertetése.

A 3. és a LEADER tengely céljainak megvalósítása érdekében minden statisztikai kistérségben létrehozták a **Helyi Vidékfejlesztési Irodákat** (továbbiakban HVI).

Az ÚMVP a HVI-k feladatát a következőkben foglalja össze:

- Ösztönzik a **Helyi Akciócsoportok** (továbbiakban HACS), **Helyi Vidékfejlesztési Közösségek** (továbbiakban HVK) megalakulását,
- A potenciális LEADER akciócsoportok tagjainak tájékoztatást nyújtanak, és iránymutatással szolgálnak saját kistérségeikben.
- Kommunikációs tevékenységeket folytatnak a statisztikai kistérségek valamennyi vidéki szereplőjével.
- A kistérségek valamennyi vidéki szereplőjének alapszintű tájékoztatást nyújtanak az ÚMVP III. és IV. tengelyével kapcsolatban.
- A HVI-k végzik a potenciális LEADER csoportok tagjainak regisztrálását.
- Technikai támogatást nyújtanak a potenciális LEADER csoportok számára azok potenciális LEADER stratégiáinak kidolgozásához.
- Integrált és mindenre kiterjedő tájékoztatást nyújtanak a HVK, valamint az e közösség által lefedett terület valamennyi vidéki szereplője számára.
- A 3. és a LEADER tengely intézkedéseire irányuló támogatási kérelmeket a Helyi Vidékfejlesztési Irodákhoz kell benyújtani.
- A HVI a kérelmek beérkezését követően továbbítja azokat. Az iroda a LEADER településekről érkező támogatási kérelmeket a HACS-hoz, míg a nem LEADER településekről érkező

pályázatokat az értékelésben tanácsadó szerepet játszó HVK-hez, majd az MVH-hoz továbbítja.

- A HVI-k helyi szinten adat- és információgyűjtést végeznek, majd rendszeres visszajelzéseket küldenek az Irányító Hatóság felé.
- Jelentős szerepet játszanak a 2008-ban felállítandó Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat létrehozásában.
- Az ÚMVP és a helyi vidékfejlesztési terv zökkenőmentes végrehajtásának érdekében a HVI-k számos kommunikációs feladatot is ellátnak (ÚMVP hírlevél, e-hírek, kiadványok készítése).

Az ÚMVP kettős szerepet szán a HACS-oknak, ezért forrásaikat is két tengelyből kapják. Egyrészt a 3. tengelyből, másrészt pedig a LEADER-ből.

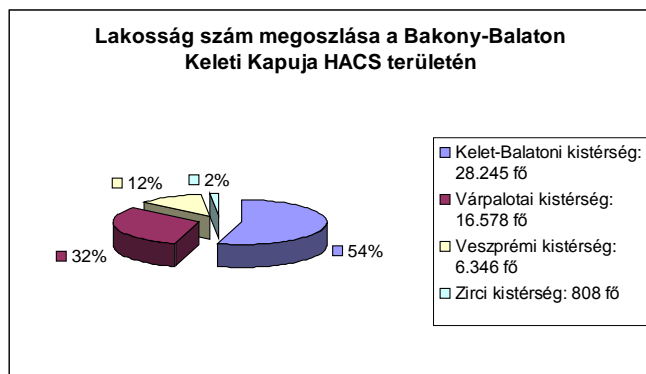
Ez azzal magyarázható, hogy a HACS nemcsak mint LEADER közösség tevékenykedik, hanem mint Helyi Vidékfejlesztési Közösség (HVK) is. Az ÚMVP eredeti koncepciója szerint az előzetesen elismert kb. 140-150 közösségből legfeljebb 70 nyeri el a LEADER közösség címet, a többi pedig mint HVK tevékenykedik tovább, és a 3. tengelyből kap forrást munkájához.

A tervekkel szemben gyakorlatilag alig haladta meg a százat az előzetes elismerést kérő közösségek száma, és 2008. szeptember 26-án szinte mindegyik LEADER címet kapott.

Magyarországon 2007-ben indult meg az újabb LEADER pályázatok előkészítése, mely munkában a Bakony és Balaton keleti előterében lévő kistérségek is aktívan részt vettek. Hosszas előkészítő munka, több tárgyalás után úgy határoztak, hogy most egy nagyobb akció csoportot ajánlott szervezni.

A 2007. június és szeptember között folyó előkészítő tárgyalások után a Kelet-Balatoni kistérség valamennyi települése csatlakozott a Várpalotai kistérség településeihez, ahová már előzőleg bejelentkezett öt település a Veszprémi és egy a Zirci kistérségből is.

Az így kialakult akció csoport huszonkét települést foglalt magába, több mint ötvenezer fős összlakossággal



Forrás: KSH adatok alapján saját készítésű ábra

Nem volt hiába való volt az elmúlt évek tanulási folyamata (SAPARD programok, Leader+ program), amit jól mutat, hogy minden egyes határidőt tartani tudott a térség, és 2008. szeptember 26-án a Magyar Vidék Napján elnyerte a LEADER Helyi Akciócsoport címet.

Az akciócsoport minden rátestált feladatát ellátva működik, illetve a térségi igényeket figyelembe véve igyekszik innovatív módon segíteni az itt található települések és vállalkozások fejlődését.

A fent említett innovatív szemléletmódnak megfelelően az akciócsoport úgy döntött, hogy a LEADER szellem és filozófia erősítése érdekében hozzanak létre egy a térségre kiterjedő hálózatot és védjegyrendszer, mely a „kerékpárosbarát” szolgáltató helyeket, a helyi termékeket és előállítókat, valamint a borturizmushoz kapcsolódni kívánó termelőket segíti, támogatja.

A HELYI TERMÉK

Számos forrásból hallottuk, hogy a helyi élelmiszerek fogyasztása, a helyi termékek vásárlása számos előnnyel jár mind a gazdálkodók, a helyi gazdaság, mind a fogyasztók számára. Ennek ellenére, hazánkban ezek a mozgalmak, ez a fogyasztói attitűd egyelőre gyerekcipőben jár, hiszen az átlagfogyasztó sokkal jobban preferálja a nagyáruházak polcait, mint az esetlegesen helyi termékeket forgalmazó kisboltokat. Hozzá tartozik persze az is, hogy sem a termelés volumene, sem a kis- és nagykereskedelem jelenlegi tetszhalott állapota nem kedvez e szokás kialakulásának.

Az első lépéseket azonban helyi szinten érdemes és meg is lehet tenni.

Okok, amiért megéri nekünk, fogyasztóknak a helyi termékek megvásárlása mellett voksolnunk (forrás: www.elestar.hu)

1. A helyi termék vásárlása előnyösen hat a lokális gazdaságra. Közgazdasági mutatók alapján a helyben elköltött forintok akár megduplázódva is jelentkezhetnek a helyi gazdasági szereplőknél és az adóbevételekben. Amikor az értékesítő vállalkozás nem helyi tulajdonú, a profit garantáltan elhagyja a helyi közösséget.

2. A helyben termesztett zöldség, gyümölcs frissebb. Míg a nagyáruházak polcain található zöldségeket, gyümölcsöket éretlenül szedték le, esetenként hetekig, hónapokig szállították, majd valahol

hűtve tárolták, addig a helyi zöldségek a piacon nagy valószínűséggel az ez eladást megelőző 24 órában kerültek betakarításra. Ez nem csak a frissességére van hatással, hanem a beltartalmára is, hiszen az idő múlásával ezen élelmiszerek táplálkozási értéke csökken.

3. A helyi élelmiszernek jobb az íze. Kóstolj meg egy kerti paradicsomot, frissen a növényről letépve és egy importot a boltból. Érezhető a különbség!

4. A helyi zöldségek, gyümölcsök tovább érnek. Mivel ezek a termékek helyben kerülnek értékesítésre nem kell elviselniük a hosszú hajóutat, a szállítás gyötrelmeit és a hosszú hűtőházi tárolást. Ezért nem kell, hogy éretlenül szüreteljék be őket.

5. A helyi termékek fogyasztása kevésbé szennyezi a környezetet. Annak köszönhetően, hogy a helyi termék lényegesen kevesebbet utazik (általában max. 60 km-t), a fogyasztásuk jelentősen csökkenti a környezet terhelését. Sajnos az import biotermék szállítása során bekövetkező környezetszennyezés gyakran nagyobb mérvű, mint az az előny, amit az ökológiai termesztés során a gazda megtakarít.

6. A helyi élelmiszer segít minket az évszakokkal harmóniában élni. Az évszakoknak megfelelő zöldségek és gyümölcsök fogyasztása hozzásegít minket ahhoz, hogy átélve ezt a harmóniát akkor fogyasszuk a ezeket, amikor a legjobb ízűek, legnagyobb mennyiségben kaphatóak és a legolcsóbbak.

7. Minden helyi termékhez tartozik egy helyi történet is. A piaci árusok, a helyi zöldség és gyümölcsstermesztők, állattartók és élelmiszer feldolgozók mind-mind rendelkeznek egy saját, családi (siker)történettel. Különösen igaz ez akkor, ha az előállítás során a hagyományos családi recepteket, módszereket alkalmazzák. Azzal hogy megvesszük ezeket a termékeket, a történet részeseivé válunk.

8. A helyi élelmiszer kevesebb vegyszermaradványt tartalmaznak. Azzal, hogy kevesebbet kell az élelmiszereket szállítani, nincs szükség jelentős tartósításra. A helyi termékkel kapcsolatos probléma esetén a helyi termelő gyorsabban, hatékonyabban felelősségre vonható. A termelőnek pedig érdeke a minőségi termék, hiszen gyakran a saját becsülete, az arca, az a brand, amit értékesít.

9. A helyi termékek értékesítése hozzájárul a diverzitáshoz. Azzal, hogy nem kell a termelőnek jól tárolható, jól szállítható, magas profittal kecsegtető nagyipari fajtákat termesztetni, megmaradhatnak olyan ősi hazai fajták, melyek termesztése egyre inkább a feledésbe merül.

10. Helyi termékek vásárlásával a saját környezetünket támogatjuk. Azzal hogy a helyi termékek mellett tesszük le a voksunkat hozzájárulunk ahhoz, hogy a településünk, a kistérségünk, vagy a régió gazdaságilag fejlődjön, életképes, élhető és sikeres maradjon.

Mi számít helyi terméknek?

Helyi termék: helyi termék: helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt, előállított alapanyagból, hagyományos és/vagy az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült nem nagyüzemi termék, feldolgozott termék. (LEADER pályázati felhívás 1.számú melléklet 20) pont)

A helyi termékek előállításában fontos szerepet játszanak a tevékenységüket a Leader közösség területén folytató őstermelők, mikro-, kis- és középvállalkozók. Termékeinek piacra jutásának segítése alapvető célkitűzés. A jellemzően hazai érdekeltségű kis-, és középvállalkozói szektor viseli a foglalkoztatási terhek több mint 60 %-át, jelentős adminisztratív, adó- és járulékterhekkel küszködik, tőketartalékai nincsenek, sokszor az állam által generált körbetartozás elszenvedője, likviditási gondokkal küzd. Legnagyobb problémája ugyanakkor szubjektív eredetű, hiszen perspektíva hiányában szinte alig tervez, többségében a túlélésre rendezkedik be.

Az őstermelők, mikro-, kis-, és középvállalkozások helyzete meghatározó a helyi /vidéki/ gazdaság szempontjából. Tekintettel arra, hogy az ország jelentős részében /vidék/ a hazai vállalkozói szektor a meghatározó a termelés, és a szolgáltatás vonatkozásában, így az a gazdaságpolitika, amely a hazai vállalkozásösztönzés feltételrendszerét leszegényíti egyben a vidéki gazdasági népességmegtartás és eltartó képesség lehetőségeit szünteti meg. Magyarország regionális rendszere még gazdaságfejlesztési

szempontból tekintve is kialakulatlan. Ennek megfelelően a nagyobb, tőkeerősebb /többségében külföldi érdekeltségű/ vállalatok gazdasági térfejlesztő szerepe is meglehetősen gyenge. A regionális gazdaság zászlóshajói a vertikumépítés, a hálózatossodás, a beszállítói szerepmegosztás mentén jelentős hatással lehetnének a vidéki gazdasági hálózatok, együttműködések kialakítására és így a térség kis-, és középvállalkozói körének erősítésére. A magyar jogrend és gazdaságpolitika azonban jelentősen torzult és preferenciáit többségében a tőkeerős és a külföldi vállalkozások felé irányítja, sokszor a hazai rovására.

Ennek megfelelően a regionális gazdasági rendszerek nem az együttműködésre, a klaszteresedésre, vagy a hálózatossodásra épülnek, hanem jóval inkább a versenyre, s gyakran a jogállami lehetőségeket kihasználva a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés is megjelenik.

Természetesen a gazdaság fejlesztésében elsőrendű érdekeltsége maguknak a gazdasági szereplőknek van. A piacok bővítése, a munkahelyek teremtése révén a jövedelmi pozíciók javításával kapcsolatos elsődleges kompetenciák a vállalkozói szektornál vannak. Ha egy vállalkozást önmagában tekintünk, akkor ez igaz is.

A helyi gazdaság vonatkozásában a gazdasági ösztönzők és a támogató rendszerek érdekében még egy szempontot meg kell jegyeznünk. Azért is szükség van ezek működtetésére, mert a helyi gazdasági szereplők szűken vett saját anyagi érdekeltségükön túl igen jelentős közhaszonnal bíró felelősséget is viselnek.

Ezek a tevékenységek /pl: un. szociális típusú foglalkoztatás, mezőgazdaság esetében a táj, a természet, a föld és egyéb kultúrkincsek megtartása, a helyi önkormányzatok felé fizetett igen

jelentős adóteher, szponzorációk, stb./ mind a versenyképesség szempontjából hátrányosak, ugyanakkor ezeket a hátrányokat a neoliberais versenyelmélet soha nem ismeri el.

A mezőgazdaság különös kockázati viszonyai (időjárás) megkövetelik az együttműködésben a demokratizmust, a kölcsönös kockázatvállalást.

A mezőgazdaságra épülő élelmiszeripar, vagy a friss árú és feldolgozott áru kereskedelem legfontosabb alapszabálya az, hogy a vertikum szereplői ne kerüljenek egymással szembe, versenyhelyzetbe, nagyságrendi és méretbeli különbségbe, és érdekérvényesítésben eltérő magatartási normákba.

Összefoglalóan az alapanyag ellátás, a feldolgozás és a kereskedelem ne egymás rovására érvényesítse érdekeit, hanem az együttműködésben találja meg az érdekközponot, profitcentrumot.

A vidéki gazdaság másik jellemző területe a turizmus a hozzá kapcsolódó termelői elemekkel, valamint szolgáltatói szereplőkkel. Az együttműködés ebben az esetben kevésbé infrastruktúra függő, jóval inkább szolgáltatás jellegű. A nonprofit jelleg szinte alapkövetelmény. A turisztikai desztináció összehangolt értékesítést és teljes körű kiszolgálást jelent. Az egymásra épülő turisztikai attrakciók, termékek és szolgáltatások értékesítésének közös menedzsmentje képes arra, hogy mérettől függetlenül óriási piaci lehetőségeket teremtsen. A desztináció megszervezése nemcsak helyi szinten, hanem területi és regionális szinten is nélkülözhetetlen. A vertikum szervezése ebben az

esetben nem tevékenységhez kötődik, hanem különböző területi nagyságrendekhez. Jellemzője, hogy bármely területi szint képes gyors eredményeket elérni, de valódi hatékonyság akkor fedezhető fel, ha a helyi desztinációk legalább területi szinten is képesek az összefogásra.

A kisméretű termelő vállalkozások hatékonysága, központi irányítási költségeinek alacsony volta, a piaci viszonyokhoz való rugalmas alkalmazkodó képessége versenyelőny. A tevékenység specializáltsága, az értékesítés ösztönzésre fordítható költségek alacsony volta, a piacképes mennyiség, egységes minőség kérdése, minőségbiztosítási nyomon-követhetőségi rendszerek alkalmazásának magas költségei, a távolabbi piacok elérésének korlátai viszont versenyhátrányt jelentenek.

Mindezen hátrányok kiküszöbölésére alkalmas a klaszter. A klaszteresedésnek menedzsment, és infrastrukturális feltételei vannak. A menedzsment feltételek megteremtése támogatás orientált, míg az infrastrukturális feltételek jól működő klaszter esetében versenyfeltételek között is megteremthetőek. A klaszter legfontosabb kritériuma az üzemkiegészítő jelleg, és az, hogy a klaszter produktuma olyan többletlehetőség legyen, amelynek gazdasági eredményessége a klasztert létrehozó vállalkozások napi üzletmenetében egyértelműen érezhető.

A klaszter horizontális és vertikális alapon egyaránt szerveződhet, sőt egymáshoz ágazatilag nem kapcsolódó

vállalkozások is létrehozhatják /pl: kutatás, fejlesztés, képzés, marketing, szállítmányozó, feldolgozó, ügyviteli szolgáltatást nyújtó vállalkozások termelő vállalkozásokkal/. A klaszter nem csak azonos méretű vállalkozások között szervezhető, hanem integrációs, vagy beszállítói alapon is. Ebben az esetben a klaszter vezető erejével szemben, a gazdasági zászlós hajóval szemben markáns kritériumokat kell megfogalmazni, mint pl: a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalma, a szerződéses feltételek betartásának kötelme, a klaszter többi tagjának egyenrangúságának biztosítása, a közös költségek viselése, stb.

A helyi gazdaság egyik legnagyobb problémája a gazdaságfejlesztés forrásainak hiánya.

Ez a probléma a HACCS által elkészített stratégiában is kiemelt szerepet kapott. A közös fejlesztés egyik előnye lehet, hogy a források tervezetten, koncentráltan érkezhettek a térségbe, így hatásuk hatványozhatja egymást.

Meg kell találni azokat a kapcsolódó fejlesztési ágakat, melyek esetében ez a hatás jelentkezik.

Az egyik ilyen lehetőség a helyi termékek széles körének közös arculattal való megjelentetése, kapcsolódva a mezőgazdasági tevékenységhez, elsősorban az ott élők tevékenységének diverzifikálásával. Ezt követően építve és kihasználva a térség turisztikai potenciálját, jövedelemtermelő komplex kínálati vertikummá kell fejleszteni a projektet:

Termelés: bemutató gazdaságok, agroturisztikai szolgáltató helyek.

Feldolgozás: élelmiszerek esetén látványkonyhák, bemutató műhelyek.

Kereskedelem: közös megjelenés helyi piacokon, vásárokon, országos rendezvényeken.

A termékkínálat kiszélesítésével el lehet jutni a modern eladási technikák alkalmazásáig, mint az online boltok, katalógusok.

A térség erőssége, hogy a kézművesek és népi iparművészek jelentős számban tevékenykednek településeinket, gazdagítva és megőrizve hagyományainkat, értékeinket.

A helyben megtermelt mezőgazdasági termények többsége feldolgozatlanul hagyja el a térséget, pedig a termékek feldolgozottságának szintje nagyban befolyásolja a vállalkozások jövedelem termelő képességét. Ezért szükséges az alapanyagok helyben történő minőségi feldolgozásának segítése;

Azok a termékek, amelyek itt kerülnek feldolgozásra, vagy csomagolásra, viselik a térségre jellemző sajátosságokat, vagy egyedi megjelenést. A helyi termék termelése, előállítása, népszerűsítése, fogyasztása mindenki számára a legfenntarthatóbb. Gazdaságos, környezetkímélő, friss, egészséges, tudatos fogyasztóvá formál, növeli a helyi közösségek identitását, ezáltal erősíti a társadalmi kohéziót. Mára már teljesen természetes, például Ausztriában, hogy a mezőgazdasági termelő, az idegenforgalom, szállodaiipar

együttműködik, a vendéglátás a családi gazdaságok által helyben előállított élelmiszerekre épül.

Ennek remek példája a A Genuss Region Österreich (Osztrák Ízek Régiója) <http://www.genuss-region.at/index-genuss-region/> a Mezőgazdasági Minisztérium és az Agrármarketing Kft. együttműködésének keretében kialakított program, melynek legfontosabb eleme a helyben megtermelt, magas minőségű termékek előállítása, értékesítése. A mezőgazdaság és turizmus összekapcsolásával kiemelkedő példát mutatnak. Programjaik, tevékenységük is ezt a célt szolgálja. Magas számú látogatót vonz az „Ízek Fesztiválja” és a résztvevők elismerésére, érdeklődésük, közösségi aktivitásuk fenntartása érdekében díjazzák az innovatív projekteket.

A Genuss Region Österreich egyesületi formában működik, tagjai mezőgazdasági termelők, feldolgozók, vendéglátók, szállodák így biztosítva az ágazatok összekapcsolását, közös munkáját. A programban résztvevőknek három kritériumot kell teljesíteni: a nyersanyagot ugyanabban a régióban kell megtermelni, feldolgozni és eladni.

A regionális élelmiszerek népszerűsítése érdekében otthon és külföldön is jelentős marketingkampányt folytatnak. A rendszeres kiadványok, rendezvények (Ízek étterme, Osztrák ízek hetei) mellett a főutak és mellékutak mentén egyaránt óriásplakátok hirdetik a tartományi jellegzetességeket.

Így nem csak a helyi lakosokat ösztönzik arra, hogy a helyben megtermelt és előállított termékeket vásárolják, hanem az „átutazók” figyelmét felkeltve ösztönzik őket a fogyasztásra.

A marketing tevékenység egyik sarokpontja a környezeti és társadalmi fenntarthatóság hangsúlyozása. Megvalósítják a munkaerő és bevételek helyben tartását, így válik élhetővé és egyre népszerűbbé a „vidéki élet”.

Természetesen az induláskor a projektet állami támogatással segítették. 2008-ban hatszázezer euróval finanszírozta az Osztrák Mezőgazdasági Minisztérium, majd ezt 2009-re már százötvenezer euróra csökkentették. Emellett a termelők igénybe vesznek más uniós vidékfejlesztési- és agrártámogatásokat, így valósítják meg a források koncentrációját.

Az elvárt cél azonban a projekt önfenntartásának elérése és megtartása.

Ami talán országos szinten is meggondolandó és követendő példa lehet: Ausztria gazdaságpolitikai prioritássá emelte a vidéken élők helyben termelt élelmiszerekkel való ellátását, a helyi életminőség javítását és a vidéki élet pozitívumainak kihangsúlyozását.

A helyi termékek bevezetésével a vidéken egyre nagyobb számban jelentkező migráció mértéke csökkenthető lenne, ugyanis a vidéki élet megtartó ereje abban rejlik, hogy a vidéken élők fenn tudják-e tartani magukat azokból a jellemzően mezőgazdasági tevékenységekből, melyek még néhány évtizeddel ezelőtt is egyet jelentettek magával a vidékkel.

Ennek elősegítése érdekében meg kell határoznunk, melyek azok a termékek, melyek előállításával a vidék fejlődése elindulhat.

„Azok a termékek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. A helyi termékeket jellemzően mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás.” (Hutflesz Mihály, a Régiófókuszt Kht. ügyvezetője <http://munkaado.nyugat.hu/>)

Ezek a termékek több, közös jellemzővel is rendelkeznek, így általában kisebb mennyiségben készülnek, egyedi, az adott térségre jellemző karakterük van.

A legfontosabb, hogy tükrözze az adott táj sajátosságait, élelmiszereknél az elkészítés hagyományát, helyi alapanyagok felhasználásával készüljön. Fontos a hagyomány, az eredetiség, a természetesség, a néprajzi hitelesség, a helyi identitás. A felhasznált anyagoknak pedig helyileg megtermelhetőnek, előállíthatónak kell lennie.

A helyi előállíthatóság, helyi termelés azt is jelenti, hogy helyi munkaerőt alkalmaznak, és a foglalkoztatás előnyei is ott jelentkeznek. Komoly előny a helyi termékeknél, hogy mivel értékesítésük döntően helyben történik, környezetterhelésük minimális.

A termékek megismertetését eddig akadályozó tényezők:

- A termékek versenyképessége nem megfelelő, a tőke hiánya, a korszerűtlen technika, technológia, a feldolgozottság alacsony színvonala miatt.
- Új vállalkozások, tevékenységek beindításához, az innovatív fejlesztésekhez nem áll rendelkezésre megfelelő tőke.
- Hiányzik a közös arculat, melynek alapján a térségben érkezők beazonosíthatják, hogy egy, a helyi termékkel állnak szemben.
- Hiányzik a helyi lehetőségeket, igényeket felmérő kutatás, nem készült marketingterv.
- Hiányoznak olyan „helyek”, ahol a tevékenység végzéséhez, az értékesítéshez segítséget kaphatnának.
- Problémát okoz, hogy a térségben ezeket a típusú tevékenységeket sokáig csak kiegészítésként, az iparban végzett munka mellett végezték, így komoly hagyománya, tradíciója, jól működő példák hiányoznak.
- Ugyancsak az ipari múltra vezethető vissza, hogy a HACS területe a mezőgazdasági termelésre nem alkalmas, talán a rekultiválásokat, természeti károk felszámolását követően megindulhat egy új generációs termelés.
- Nem ismerik a potenciális helyi szereplők azokat a lehetőségeket, amelyek a közösségi marketingben rejlenek, működtetni és fenntartani kell a rendszert, ehhez azonban eddig hiányzott a forrás.

A legfontosabb feladat ezen hátrányok, hátráltató tényezők megszüntetése, és a területre új arculat kialakítása.

Ebben fontos szerepet játszik a közösségi kezdeményezés és összefogás, szükség van a mintát adó, jól működő vállalkozásokra projektekre, szükség van a szándékra és a „termelő potenciálra”, szükség van a fenntartható, ismert és elismert szakmai irányításra, és szükség van egy egyre ismertebb, valódi minőséget jelentő imázsra.

A LEADER HACS területen található, ismertebb helyi termékek:

Feind Borház borai – Balatonfőkajár

1993-tól foglalkoznak a szőlővel és készítik boraikat. Nyolcvan hektár szőlőültetvényük Balatonfőkajáron és Balatonaligán található. Kiváló adottságú területek ezek, ahol egyre több fajtát ültettek, jelenleg 17 féle szőlőfajtából készítik boraikat.

Az Olaszrizling, Irsai Olivér, Chardonnay, Kékfrankos, Merlot és a Cabernet Franc és Sauvignon mellett olyan magyar fajtákkal is próbálkoznak, mint a Zenit, remélve, hogy itthon és a nagyvilágban újra neve lesz ennek az ősi magyar fajtából származó bornak is. A Shiraz 2006-ban Pannon Bormustra csúcsbora lett és szép borok készülnek a Pinot Noirból és a Sárgamuskotályból is.



Katica Pékség termékei – Balatonkenese

A Katica pékség 1991 augusztusában jött létre, Pékmester Biscuits



Kft. néven. Családi vállalkozás, a céget Gyenge Katalin irányítja. Jelenleg 2 telephellyel rendelkezik, mintegy 30 fő munkavállalót foglalkoztatnak.

Kimagasló termékük a hamuban sült kenyér, mely igazi fával

fűtött búbos kemencében sül, régi magyar technológiával.

Az üzem előtt makett mini vízimalom üzemel, melynek kapacitása óránként 150 kilogramm teljes kiőrlésű gabona. A kis vízi malom igazi idegenforgalmi látványosság. Európában ez az egy üzemel, amely az eredeti teljes hasonmása, és fém szögelés nélkül készült.

Balatonalmádi – A művészváros

Balatonalmádi az egyik leggyorsabban fejlődő üdülőváros Veszprém megyében. Ezt a nagyarányú fejlődést mutatja, hogy a település az utóbbi években egyre több fesztiválnak és rendezvénynek ad otthont. A rendezvények mellett számtalan iparművész, képzőművész tevékenykedik a térségben, melyre méltán lehet büszke a térség.



Képzőművészet

- Balogh Ervin festőművész
- Dobos Lajos festőművész
- Fábrián László grafikusművész
- Farkas Imre festőművész
- Fekti Vera festőművész
- Filep Sándor festőművész
- Fülöp Lajos festőművész
- Hunyady Gábor festőművész
- Hunyady István festőművész
- Jáger István grafikusművész
- Kovácsné Kollarik Erika grafikus
- Reziné Matyasovszky Mónika pasztelkép készítő

- Sági Margit festőművész
- Szorcsik Ferenc gobelin, textil
- Szöllösi Máté tanár-festőművész
- Tarczy István festőművész
- Veszeli Lajos festőművész
- Vizer Júlia festőművész

Kézművesség:

Fodorné László Mária - kéziszövő, a Népművészet Mestere

- Látványszövőde a Pannónia Kulturális Központban
- Bartha Józsefné Lívia - hímző
- Bartha Zoltán - szaruműves
- Dr. Bibor Jenőné - hímző
- Bíró József - kovács
- Cz. Tóth Hajnalka - hímző
- Kucserka Tamás - fafaragó
- Kucserka Tímea - lószőrészes-készítő
- Séllei Katalin - keramikus
- Tiszafa Faműves Műhely Balatonalmádi Faragó Csoport
- Zsapka Jánosné - népi ékszer készítő (gyöngyfüző)
- Dr. Zsédenyi Kálmánné – hímző

Bőrművesek: Suri Lászlóné Királyszentistván, Gáspár Marianna Öskü.

Fafaragók: Neso Sándor Berhida, Gyömörei Tamás Jásd.

Csuhéfonók: Bálint Gézáne Pétfürdő

Szövő: Dombiné Dudics Judit Hajmáskér.

Csalló Kft. pálinkái - Balatonalmádi

A Céget 1993-ban családi vállalkozásként hozták létre azzal a céllal, hogy hagyományos kisüsti pálinkát állítsanak elő. A kezdeti választással a bizalmat kívánták erősíteni azzal, hogy a termék adták tevékenységükhöz.

1999. januárban - zöldmezős beruházásként - Balatonalmádi határában, a festői szépségű Vödör völgyben indították el bér szesz főzdejüket

a környező és távolabbi lakosság legnagyobb meglegedésére. Vonzáskörzetünkben - és kicsit távolabbról is - közel 2000 visszatérő partnerrel kerültek kapcsolatba.

Küldetésüknek tekintik a Magyarországon kialakult több száz éves kisüsti pálinkafőzés hagyományainak őrzését. Fatüzelésű rézüstökben, kétszeres lepárlással állítják elő az 50%-os "kisüstit". A vásárlók igényeinek megfelelően 2008. évtől 42%-os pálinkákat is forgalmaznak.

A meglévő szakértelem és megszerzett tapasztalat alapján 2005-ben látták elérkezettnek az időt, hogy saját, palackozott pálinkával megjelenjenek a piacon. Megépítették saját palackozó üzemüket.

A kereskedelmi pálinka előállításához az alapanyagot az adott gyümölcs magyarországi legjobb termőhelyeiről szerzik be. Kézi válogatással biztosítják, hogy csak érett, egészséges gyümölcs kerüljön feldolgozásra. Szakértelmük, több éves tapasztalatuk jelent garanciát a jó minőségre.



Termékeiket a gasztronómiai élvezetek kedvelőinek szánják, akik szeretik a különlegességeket, a tiszta, természetes ízeket, elutasítják a világunkat elárasztó mesterséges aromákat, színezékeket tartalmazó termékeket, tisztelik a hagyományokat. Pálinkáikat kis volumenben hozzák forgalomba.



A környezetvédelmi előírásoknak maradéktalanul eleget téve a hulladékokat hatósági engedéllyel talajerő visszapótlásként hasznosítják.

Termékeik:

Hagyományos sorozat:

Az alábbi pálinkák hagyományosan pálinkafőzésre használt gyümölcsökből készültek.

Alma, Cseresznye, Kajszi, Körte, Szilva, Szőlő, Törköly, Vegyes Gyümölcs.

Érlelt sorozat:

A gyümölcspálinkák eperfahordós, a szőlő alapúak tölgyfahordós érleléssel nemesített változatai.

Alma érlelt, Birs érlelt, Brandy, Cseresznye érlelt, Kajszi érlelt, Szilva érlelt

Különleges sorozat:

Pálinkafőzésre általában nem használt, különleges gyümölcsökből készült pálinkák.

Áfonya párlat, Berkenye, Bicske, Birs, Bodza, Eper, Feketeribizke, Galagonya, Kökény, Málna, Meggy, Őszibarack, Szeder, Vadkörte.

Fontos kiemelni, hogy a kézműves termékeken kívül meg kell indítani a helyi termék palettába felsorakoztatható élelmiszerek előállítását is. A projekt megvalósításába partnerként a helyi kertbarát egyesületeket és gazdaköröket kell, lehet bevonni, az ő jó példájukon keresztül kaphatnak mások is kedvet az együttműködéshez.

Kertbarát egyesületek a HACS területén több településen is működnek.

Termékeik: zöldség, gyümölcs, befőttek, savanyúságok, lekvárok és a bor.

Ezeknek a termékeknek nem csak a megtermelését, hanem a „valódi terméké” feldolgozott áruvá való alakítását kell elősegíteni. Ezek a termékek jelenthetik a helyi élelmiszer vertikum alapját.

Az előzetes egyeztetések, beszélgetések alapján a kertbarát körök nyitottak az együttműködésre, ők maguk is várják a segítséget, a továbblépés, fejlesztés lehetőségét.

A kertbarát körök listájába nem csak a HACS 22 településén székhellyel, telephellyel rendelkező egyesületeket vettük fel. A potenciális együttműködők listáját kiszélesítettük a LEADER programban nem jogosult településen Várpalotán működő szervezetekkel, hiszen a termékpaletta kialakításához és folyamatos működtetéséhez „mennyiségre” is szükség van.

A projektek megvalósulása mindenképpen a HACS területére kell, hogy essen, azonban „beszállítókat” a szorosan kapcsolódó településekről is lehet keresni, hiszen területileg ez ugyan úgy értelmezhető még helyi terméknek. Az is fontos, hogy ezen szervezetek székhely van legtöbb esetben pl. Várpalotán bejelentve, de a tagok művelhető területekkel, kiskertekkel többnyire jogosult településen rendelkeznek.

A HACS területén és Várpalotán székhellyel, telephellyel rendelkező kertbarát körök:

Közösség neve, székhelye	Vezető neve	Levelezési cím	Telefonszám
Fábián József Kertbarát kör Vörösbe 8220 Balatonalmádi	Pandur Ferenc elnök Horváth József tisztb.el Bugovics Edit titkár	8220 Balatonalmádi Lapos Dániel út 18 Ady Endre út 19	fpandur@vipmail.hu 06 20 236 7867 06 30 416 9400
Öskü Községi Kertbarát egyesület	Harnos László elnök	8119 Öskü Mecset út.32	06 30 979 0916 harnosl@vnet.hu
Sólyi Kertbarát kör	Árkovics József alelnök Varga József Elnök	8100 Várpalota Kismező u.8 8184 Balatonfüzfő	06 20 568 2216 06305281137

		Bugyogó forrás út 16.	
Balatonalmádi Kertbarát kör	Lőrinc József elnök	8220 Balatonalmádi Erkel F.u.112	06 20 250 3585
Inota Kertbarát kör	Fazekas István elnök Sipos Zoltán	8100 Várpalota Koroknai u.10 Szabolcska M.u.57 1/6	06 30 396 7518 06 88 470 933 fazekas1938@gmail.com 06 70 201 4037
Várpalota Pétfürdői Kertbarát Egyesület	Molnár Ferenc elnök	8100 Várpalota Fehérvári út.4. 3/14	06 30 267 2488 06 88 746 393 osszefogas@t-email.hu
Loncsosi Baráti kör	Bakó József elnök	8100 Várpalota Muskotály u.20	06 70 427 5406 bako- jozsef@freemail.hu
Berhidai Kertbarát kör	Pazáriné Marika elnök	Berhida Rózsa F .u. 16.	06 30 539 7366 06 88 455 555 pamari@chello.hu
Bántai Kertbarát kör	Kozma Mihály elnök	8100 Várpalota Rákóczi	06 30 345 5878

		F.u.9.4.em.14	
Józan Kertbarát Egyesület	Csiki Levente alelnök Bíró Eszter Elnök	8100 Várpalota Bakony u.12.4.em.13. 8100 Várpalota Körmöcbánya u.10. 3.em 12.	06 30 224 8776 06 20 942 9620
Szép Hegydűlő Kertbarát Egyesület Várpalota	Déri László Elnök	8100 Várpalota Szabolcska M.u.77.	06309591884 0688470092 deritaxi@gmail.com
S I. Kertszövetkezet	Sörös László Elnök	8100 Várpalota Bátorkő út. 8.	
Inotai Micsurin Kertbarát Egyesület	Bujdosó István Elnök	8100 Várpalota Thököly u. 25.	

A projekt célja tehát több irányból fogalmazható meg:

- ✘ helyi potenciális szereplőket összegyűjteni
- ✘ egy általuk elfogadható védjegyrendszert kialakítani és működtetni.
- ✘ infrastrukturális segítséget nyújtani a sikeres működéshez,
- ✘ szakmai segítséget nyújtani a sikeres működéshez,

- ✘ egyre szélesedő marketing tevékenységgel a „helyi termék” piaci pozícióját meg kell teremteni.

A speciális cél:

- helyi termékeket, hagyományos mesterségeket bemutató házak, központok kialakítása,
- ehhez megfelelő mentorok megtalálása és a projektbe való bevonása
- helyben termelt alapanyagok helyben történő minőségi feldolgozásának segítése,
- az értékesítés lehetőségeinek megteremtése,
- folyamatos szakmai támogatás, közös projektek, pályázatok készítése.
- közös „védjegy”, helyi márka kialakítása.

A megfogalmazott célok elérésére egységes szempontrendszer bevezetése, illetve helyi védjegy, minőségi elvárás rendszer alkalmazása a legmegfelelőbb.

A projekttel szembeni elvárások:

Hogyan állunk neki a projekt kialakításának, mely kritériumoknak, elvárásoknak kell, hogy a projekt megfeleljen:

- a projekt keretében helyben termelt alapanyagok kerüljenek feldolgozásra, így piacképes termékeket állítunk elő.
- szülessenek „új” termékek,
- a bejáratott, sikeres termékek jelentsenek húzóerőt, piaci összefogással segítsék az új termékvertikum kialakítását,
- a programban fontos a munkahelyek megőrzése, új munkahelyek teremtése, és a speciális őstermelői csoport számára a biztos, folyamatos jövedelemkiegészítő tevékenység biztosítása,
- új értékesítési helyek, lehetőség felkutatása, egységes megjelenést biztosító eszközök beszerzése, a rendszeres megjelenést biztosító, „működtető csapat” felállítása,
- forrásigény felmérése és a HCS közreműködésével a LEADER programba való beépítés és finanszírozás,
- további fejlesztési források felkutatása, tapasztalatcsere, tapasztalatszerzés céljából sikeres nemzetközi példák megismerése,
- a „védjegyrendszer” kidolgozása,
- projektgazdák keresése, felkészítésük a források sikeres lehívására, a projekt működtetésének biztosítására,

Térségi védjegy bevezetése, működtetése

Ami nagy segítséget nyújthat a projekt sikeréhez, hogy a helyi termékek rendszerének kialakítása, működtetése több területen megkezdődött, így a sikeres és sikertelen példákból is tanulni lehet.

Mi a védjegy?

„A védjegy az árujelzők legfontosabb fajtája. A védjegy, mint árujelző, az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, egymástól való megkülönböztetésére, a fogyasztók tájékozódásának előmozdítására szolgáló jogi oltalom. A gazdasági verseny alapvető eszköze, kiemelkedő szerepet játszik a marketing és a reklám területén.” (Magyar Szabadalmi Hivatal <http://www.mszh.hu/vedjegy/>)

Magyarországon a védjegyek bejegyzését, működtetését jogszabályokban szabályozzák és a MSZH végzi.

Védjegyként szavakat, betűket, számokat, grafikai elemeket, alakzatokat lehet felhasználni, amelyek ne állnak kizáró ok alatt.

Védjegy bejegyzését kérheti – védjegyoltalmat szerezhethet - bármely természetes és jogi személy, valamint jogi személyiség nélküli gazdasági társaság, függetlenül attól, hogy folytat-e gazdasági tevékenységet.

Így tehát a HACS számára is biztosított lehetőség, hogy akár bejegyzett védjeggyel indítsa el a piacon a programot.

Ennek természetesen anyagi vonzata is van, a védjegy lajstromba vétele 10 évre szól, és ez a védjegybirtokos kérésére a lejárat előtt további tíz évenként meghosszabbítható.

A védjegy kombinálható földrajzi árujelzővel, habár ennek jogszabályi teljesítése a HACS területén lévő termékek esetén nehézkes, azonban a beazonosítást segíti.

Nemzeti jogszabályok (MSZH tájékoztató):

[1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról](#)

[147/2007. \(VI. 26.\) Korm. rendelet egyes iparjogvédelmi beadványok elektronikus úton való benyújtására vonatkozó részletes szabályokról](#)

[16/2004. \(IV. 27.\) IM rendelet](#)

[19/2005. \(IV. 12.\) GKM rendelet a Magyar Szabadalmi Hivatal előtti iparjogvédelmi eljárások igazgatási szolgáltatási díjairól](#)

[2003. évi CII. törvény egyes iparjogvédelmi és szerzői jogi törvények módosításáról](#)

[Szellemi tulajdonjogok megsértése miatt indított perben hozott határozat végrehajtása - a bírósági végrehajtásról szóló 1994. évi LIII. törvény 184/A. §-a](#)

[1995. évi LXXXIII. törvény a Magyar Köztársaság nemzeti jelképeinek és a Magyar Köztársaságra utaló elnevezésnek a használatáról](#)

Díjak

A védjegybejelentésekkel és a lajstromozott védjegyekkel kapcsolatban a 71/2004 (IV.28.)GKM rendelet alapján.

A díjak fajtái	Összeg (Ft)
1. Bejelentési díjak	
a) A védjegybejelentések díja (egy áruosztály esetén)	70 000
egynél több áruosztály esetén a második és minden további osztály után osztályonként	30 000 300 000
b) Az együttes, illetve tanúsító védjegybejelentés díja (egy áruosztály esetén)	30 000
egynél több áruosztály esetén a második és minden további osztály után osztályonként	
2. Kutatási jelentésben feltüntetett korábbi jog jogosultjának a későbbi védjegybejelentésről való értesítés iránti kérelmének díja a kérelemben megjelölt időszak minden naptári hónapja után	6 000
3. Felszólalási eljárás díja	60 000
4. Gyorsított eljárás iránti kérelem díja	mint a

	bejelentési díj (lásd 1. pont)
<p>5. A határidő-hosszabbítási kérelem díja, adott cselekménnyel kapcsolatos</p> <ul style="list-style-type: none"> - első kérelem esetén - második kérelem esetén - további kérelmek esetén 	<p>4 500</p> <p>8 000</p> <p>15 000</p>
<p>6. A módosítási kérelem díja</p> <ul style="list-style-type: none"> - első kérelem esetén - második kérelem esetén - további kérelmek esetén 	<p>4 500</p> <p>8 000</p> <p>15 000</p>
<p>7. A védjegybejelentés megosztására irányuló kérelem díja a keletkező további bejelentésenként</p> <ul style="list-style-type: none"> a) az árujegyzék szétválasztása esetén b) együttes, illetve tanúsító védjegy esetén c) az egy bejelentésbe foglalt több megjelölés megosztása esetén 	<p>70 000</p> <p>300 000</p> <p>mint a bejelentési díj (lásd 1. pont)</p>
<p>8. Megújítási díjak</p> <ul style="list-style-type: none"> a) a védjegyoltalom megújítására irányuló kérelem díja (egy áruosztály esetén) 	<p>70 000</p>

egynél több áruosztály esetén a második és minden további osztály után osztályonként	30 000
b) az együttes, illetve tanúsító védjegyoltalom megújítására irányuló kérelem díja (egy áruosztály esetén)	300 000 30 000
egynél több áruosztály esetén a második és minden további osztály után osztályonként	
9. Lajstromozott védjegy megosztására irányuló kérelem díja a keletkező további	70 000
- védjegyenként	300 000
- együttes vagy tanúsító védjegyenként	
10. A védjegy törlésére és a megszűnés megállapítására irányuló kérelem díja	120 000
11. Jogutódlás tudomásulvételére irányuló kérelem díja	14 000
12. Jelzálogjog és licencia tudomásulvételére irányuló kérelem díja	14 000
13. A nemzetközi védjegybejelentés és megújítási kérelem, valamint a nemzetközi lajstromozásból eredő oltalom utólagos kiterjesztése és a nemzetközi védjegybejelentéssel vagy a nemzetközi lajstromozásból eredő oltalommal kapcsolatos bármely változás bejegyzése irányuló kérelem továbbításának díja	10 000

A védjegy bejegyeztetése előtt, tehát több mindent is végig kell gondolni:

- ? ki lesz a védjegy tulajdonosa;
- ? ki működteti a rendszert;
- ? ki és milyen forrásból viseli a költségeket;
- ? a most különálló projektek hogyan kapcsolódnak a rendszerhez, miből finanszírozzák a védjegyhasználat díját.

A védjegy bejegyzését és működtetést magának a HACs-nak kellene felvállalnia, vagy találni egy olyan szervezetet, amely képes egy ilyen szakmai feladat ellátására.

A második megoldás esetén, típusa szerint javasolt, hogy a szervezet, ugyancsak valamilyen civil szerveződés legyen, egyrészt a többi civil szervezetnek talán nagyobb a bizalma irányukba, másrészt el kell kerülni annak látszatát is, hogy a „gazda” szervezet gazdagodását szolgálja a projekt, mint elsősorban vállalkozói tevékenység.

A projekt megfogalmazását, tehát mindenképpen „közhasznú fejlesztésként” lehet csak elképzelni.

Meg kell fogalmazni, esetleg több projektben is, hogy mi az, amit fejleszteni kell:

- működőképes helyi termékek háza, minden kistérségben. A kelet-balatoni kistérségben esetlegesen kettő, míg a veszprémi és várpalotai kistérségekben legalább 1-1 kialakítására mutatkozik igény az előzetes felmérések alapján.
- Meghatározni, hogy mi a feladat, funkciója egy ilyen háznak (lehet részben, vagy teljes egészében is a forrás nagyságát figyelembe véve, esetleg több fejlesztési ütemben megfogalmazva):
 - lehetőség a helybe megtermelt termékek feldolgozása, jogszabályi előírásoknak megfelelő konyha kialakítása;
 - helyi termékek kiállítása, árusítása,
 - tradicionális mesterségek bemutatása, alkotóknak megjelenési hely, műhelymunkára lehetőség biztosítása,
 - turisztikai szereplőkkel együttműködés kialakítása, kapcsolódás a HACS más projektjeihez, információs pontként való működés.
- Meghatározni miért és milyen módon kívánjuk működtetni a védjegyrendszert, és ez milyen előnyökkel jár a rendszerbe lépők számára:
 - egységes piaci megjelenés,
 - a termékek kiegészítik egymást, a közös értékesítés lehetősége,
 - közös marketingtevékenység pozitív hatásai: kevesebb saját forrásból, lehetőségek szélesebb körének kihasználása,
 - a jogszabályi és piaci feltételeknek könnyebb megfelelés,
 - szakemberek támogatása a közhasznú fejlesztés és működés jegyében.

Mit várunk el egy helyi terméktől:

- helyben megtermelt alapanyagból készüljön, vagy helyben kerüljön feldolgozásra,
- a helyi munkaerőt vegyen igénybe,
- illeszkedjen a projekt koncepciójába, élelmiszer, vagy kézműves termék legyen.
- Mit várunk el a projektgazdától:
 - alakítsa ki az arculatot;
 - vetesse oltalom alá a védjegyet;
 - vegye fel a kapcsolatot a potenciális szereplőkkel;
 - alakítsa ki a közös marketingkonceptiót;
 - működtessen egy mintaprojektet.

ESETTANULMÁNY

Azt gondoljuk, hogy cégünk példáján keresztül bemutatatható, hogy egy helyi terméket, vagy termékvertikumot, hogyan lehet és kell kialakítani ahhoz, hogy országos hírű sikeres helyi termék legyen belőle.

A tanulmány készítője, a Pékmester Biscuits Kft. pályázatot nyújtott be a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara elnöke által meghirdetett „MAGYAR KÉZMŰVES REMEK” címre 2002. évben. A termék a „Hamuban sült kenyér” volt.

E terméken keresztül be tudjuk mutatni a helyi termék sajátosságait, kötelező és javasolt elemeit.

1. Mindenekelőtt szólni kell a helyi termék címre vágyódó termék történeti háttéréről:

A kenyér: „Gabonalisztból, vízzel dagasztott, sózott, kelesztett tésztából /kemencében/ sütött fontos emberi táplálék” /Magyar értelmező kéziszótár 1985/

A kenyér vissza-visszatérő téma a történelemben. Minél szegényebb és éhesebb volt a nép, annál bizonytalanabbá vált az éppen uralkodók pozíciója. Adjatok nekik kenyeret és cirkuszt” – mondta Juvenalis az 1. században.

Még ma, a 21. században is az étrend természetes velejárója, különleges jelentőséget tulajdonítunk neki. Néhány nyelvben a "kenyér" szó „élelmet” jelent. A kenyérrrel kapcsolatosan több rituálé és hagyomány ismeretes. A hiedelem szerint a tészta kereszt alakú bevágása, vagy a kisütés előtt a kenyér felett kereszt vetése az ördög kiűzését szolgálja. De a kenyér két végén történő megszegését is javasolták az ördög távoltartására.

Ma már nem szitkozódunk vele, mint őseink: „az Isten se sót, se kenyeret ne adjon neki!” Ecsedi: A Debrecen és tiszántúli magyar ember táplálkozása, 1935/

Világkenyér: mondják Brotnak, brednek, brödnek, hlebnek, klebának; a románoknál piine, a finnekénél leipa, Tanzániában mkate. Ugyanaz, de mégis más. A dánok, a németek többsége a barna, félbarna kenyér kedvelője, mi, akár az olaszok és a franciák, főleg búzakenyeret fogyasztunk. Minden népnek a maga kenyere a legkedvesebb.

„A magyar búzakenyér a kenyérfajták királynője, amelynek élvezetével minden érzékünk ünnepet ül - mondja Steiner Gyula a sütőmester kincses ládája című könyvében-: a szem gyönyörködik, a szelíd fehér színben, az orr az üde illatban, a nyelv a kellemes ízben.”

A mi – a korai ősermi alapnyelvből származó – kenyér szavunk inkább darakása, derce, lepény lehetett eredetileg.

Kenyerünk a kovásztalan lepényből ered, s ezt nagyméretű, lapos cseréptálakban sütötték – írja egy tanulmányában Dr. Csapó Katalin. – Régi és mai kalácsaink fonásformái, valamint a kenyerek közepébe nyomott köldökszerű bemélyedés a termékenység ősi jelképei. „

2. Következő lépésben bemutatnánk a pályázót, a helyi termék várományosát:

„1993 nyarán a „magyar tenger” északi partjának kisközségében Balatonkenesén Gyenge Katalin és családtagjai megvásárolják a nehéz helyzetben lévő Pékmester Sütőipari Kft-t.

A társaság struktúráját, technológiáját, üzletkörét áttekintve megállapítható volt, hogy szinte minden tevékenységi folyamatot újra kell szervezni, újra kell átgondoltan felépíteni. A marketingmunka hiánya, a vevőkör és beszállítói kör nem megfelelő kezelése, a szezonális jelenségek okozta problémák voltak azok, melyekkel az új cégvezetésnek meg kellett birkóznia.

Első feladatként a cégnek olyan kapacitáskialakítást kellett átgondoltan elvégeznie, mely szakmailag magas színvonalon tudja kielégíteni a nyári szezon turistaforgalmának igényeit is, ugyanakkor a meglévő kapacitást és kiváló szakembergárdát a pékségnek télen is el kell tartania. A környék megismerésével, a piac feltérképezésével, a beszállítók kiválasztásával egy időben folyt a felvevőpiac bővítése, beszállítói státusz kialakítása, a cég imázsának felépítése.

A szakember alkalmazottak már több mint tíz éve dolgoznak itt, ami rendkívüli értékmérője a cégvezetés profizmusának. A pékség az első időkben ontotta a hagyományos termékeket. Kiepített egy 16 eladóegységből álló saját boltláncot, melyek lefedték a környéket jó minőségű, főleg kommersz pékáruval. Időközben a külföldi kiállításokon tapasztalt trendek felé fordult a társaság figyelme. A kilencvenes évek közepén az akkoriban slágernek számító diabetikus termékeket dobta piacra.

A taggyűlés hosszas szakmai értékelés és piacfelmérés, beszállítói és felvevőpiaci elemzés után a termékskála jelentős bővítése, a manuálisan munkaigényesebb termékek felé vette az irányt.

Erre az időre már a kézi előállítású termékeink közül a „remek”, a „hamuban sült kenyér” piacvezetővé vált. „

3. A pályázó referenciái

„Vevőköörünk a Balaton part Balatonakarattyától Balatonfüredig kiterjedő területére határozható meg a törzsvevők tekintetében. Nyári időszakban a visszatérő, elsősorban hazai nyaralótulajdonosok az egész országból, és német vendégek étkeznek nálunk.

Az év egészében a termékeink minőségét elismerve a közeli nagyvárosok lakói látogatnak el hozzánk Veszprémtől Székesfehérvárig. Vannak termékeink, melyeket előre rendelnek a távolról ideutazó vevők.

4. A helyi termék előállítás és jelenlegi színvonalának fenntartása nagyban függ a pályázó humánerőforrás háttérétől

„A termékkála rendkívül sokszínű, melyet szakemberek állítanak össze a fogyasztói igény és a meglévő technikai, személyzeti feltételek ismeretében. A szolgáltatásmarketing alapelemeit figyelembe véve a vevőkkel kapcsolatot létesítő és tartó frontszemélyzet rendkívül jól képzett, kik folyamatos kommunikációs tréningeken sajátítják el, és erősítik problémamegoldó, empátiás készségeiket.

Alapelv: Első a vevő!

Társaságunk szervezeti felépítésénél több lehetőség felmerült. Egy ilyen forgalmas és látogatott területen fekvő pékség-eladóhely, mint a miénk, könnyen kerülhet abba helyzetbe, hogy vevőfogadási csúcsok idején szervezeti egységei szétesnek, nem tudják összehangoltan, eléggé ellenőrzötten végezni feladatukat. Ennek megoldása érdekében a frontszemélyzetet az egyik szakképzett pékünk irányítja nagy gyakorlattal és szakértelemmel.

5. Az állandó személyzet

Szakképzett pékmesterek és betanított munkások alkotják a cég stabil személyi háttérét. A családias légkör miatt nagyon kicsi a fluktuáció.

Pékmestereink: Mindannyian többéves, avagy több tízéves gyakorlattal rendelkeznek. Szakmaszeretetük, cégen belüli elismertségük tartja őket a „pályán”. Túróczi László, Nyakas Tibor, Fudala Julianna, Szabó Imre, Mahotka József. „

6. A hely, ahol a „helyi termék” készül

A hely a marketing tudománya szerint is meghatározó a termék szempontjából, így a klasszikus marketing egyik eleme: Place.

„Az épület az utcafronttól kb. 8 méterrel beljebb helyezkedik el. Az épület előtt hangulatos asztalok és székek várják mindazokat - leanderekkel és egyéb virágokkal díszített környezetben - akik tejet, kakaót szeretnének fogyasztani friss péksütemények kíséretében.

A fogadóhelyen áthaladva két nagy ajtónyíláson át léphetünk be az eladótérbe, amelyet szinte az épület teljes hosszában elterülő hűtőpult és a mögötte lévő átlátható polcsor választ el a vevőktől. A hosszú süteményes vitrinek és üveg vitrines pultok alatt kínálják magukat a hűtött termékek és a rendkívül változatos péksütemény kínálat.

Az eladók mögötti polcok között jól látható a háttérben működő pékség, gépekkel, kemencékkel, friss árukkal. A központi nagy térből jobbra és balra a termelést kiszolgáló helyiségek nyílnak.

A teleknek, melyen az egység elhelyezkedik két, teherautóval is megközelíthető bejárata van. Az egyik az alapanyag ellátást, a másik a késztermék-elszállítást szolgálja ki. Az irodának ahol a logisztika és az irányító üzletasszony található, a beépített tetőtéri rész ad helyet

A jobboldali bejáraton belépve azonnal szemünkbe ötlük a hagyományos építésű kemence, melynél mindig serénykedik egy-egy gyakorlott pékmester. „

A helyet szűkebb értelmezésben is meg kell közelítenünk, hiszen ha mezőgazdasági termékben gondolkodunk egy-egy dülő mikro klimatikus viszonyai jelentős mértékben eltérhetnek egymástól, ami a termék minőségét meghatározóan befolyásolja.

Ugyanílyen módon fontos a keramikus kemencéje /erről a keramikusok órákat tudnának mesélni, hiszen minden kemencének lelke van./ Hasonlóan fontos a pék kemencéje, a kézműves műhelye... stb.

A kemence

A kenyér enciklopédiája /Christine Ingram és Jennie Shapter 2001./ című műben olvasható:

„Eredetileg a kemencéket a padlózatukon elégetett fával fűtötték fel. Miután a kemence felforrósodott, a parazsat sütőlapátnak nevezett hosszú nyelű eszközzel távolították el. Ezeket az ősi kemencéket tűzálló kövekből építették, amelyeket később téglával helyettesítettek.

”

A mi kemencénk

1995-ben, gyakorlott kemenceépítők építették fel. Ha valamilyen rendszerbe szeretnénk foglalni, akkor a megnevezése: magyar hagyományos paraszt búbos kemence lehetne. Irodalmi vonatkozásai is vannak a kemencepadkához bújó aprónépnek. A kemence kuckó, mint játszóhely. Ennek gyakorlati szerepe is volt a kenyér kelesztésében. „

A telephelyünkön található 2 db kemence felépítése:

Először elkészül a kemence alapja, mint egy keret. E közé üveg, folyami kavics kerül. Ezek felveszik és tartják a hőt. Mindez tufa lappal kerül lefedésre, ami megadta a kemence síkfelületű belső alaplapját, s ugyanakkor hőtartó is. A továbbiakban a fal kerül boltíves felrakásra cseréppel és agyaggal. Kívülről zárt agyagborítást kap. A kiszáradását lassú, óvatos, többször ismételt felfűtéssel érjük el. „

A kemence fűtése: /Túróczy László 40 éves pék szakmunkás elbeszélése alapján/

„Az alsó tufalapra rárakjuk a hasított fát, ami a jó íz hatás elérésére javasoltan cserfa, s mi is ezzel fűtünk. A megrakás hasonlít műveletileg a cserépkályhába való befűtéshez. A befűtés időpontja a vetéstől visszszámított 4 óra. A kemence akkor éri el a megfelelő hőfokot - gyakorlati tapasztalat-, amikor az alján végighúzott pizskavastól szikrákat szór. Megvárjuk, míg a fa és a fából keletkező parázs leég, majd a maradék hamu és parázmennyiséget kihúzó a kemencéből.

Ezen művelet után 5-6 %-nyi hamu még a kemence alján marad. Ez a hamu látszik meg a későbbiekben a kész kenyér alján és itt-ott az oldalán s innen származik a neve: hamuban sült kenyér, hamus kenyér.

„A kemencét rakó szakemberek között volt egy közel nyolcvan éves idős mester /Szabó Imre bácsi/, aki a következőket mesélte: „Tudod, a

péknek nincs kemencéje, csak a kemencének lehet pékje, pékgazdája. Ha megismerjük a kemence tulajdonságait, és azt ki is szolgáljuk, akkor a kemence elfogad bennünket, elfogadja a péket.

Ha szeretik egymást, akkor nagyon szép és ízletes kenyerek fognak a kemencében sülni. Ha bántó módon bánunk a kemencével az visszabeszél. Nem fogjuk érteni, hogy miért nem süt nekünk szép kenyeret. Ez a kemencék titka. „,

7. A helyi termék előállítási folyamatának leírása /természetesen a sajátos egyediség, know how nélkül, „csinálja, aki tudja!”

A mi „remekünk” készítésének technológiai sora szintén Túróczi László pék kollégánk elmondásában / szó szerinti leírásban/:

A kovászolást elkezdjük 8-10 dkg élesztővel, a műhely relatív páratartalmának a kovászoláshoz 70-80 %-nak kell lennie. Ehhez tartozik a hatórás kovászérés. /A kovász megéri, visszaesik, majd újra elindul felfelé./ Ekkor kell dagasztani. A kézzel történő dagasztást követően 20-30 perccel a tésztát egyszer megszellőztetem. / Átforgatom, levegőztetem, hogy kimenjenek a felesleges gázok/ Eközben rendeződik a tészta sikérváza. Ez bekövetkezik 20-30 perc múlva, s ekkor feladom a táblára. Felgömbölyítem, s a tészta 10-12 percet pihen a táblán. Ezután kezdem el hosszformázni vagy gömbölyíteni a kívánt kenyérforma szerint. A mi kemencénkben sütött kenyér szinte mindig gömbölyű formájú. A kemence jellegéből adódóan ez a forma adja a legjobb fogyasztási minőséget. A

megformázott tészta szakajtóba kerül, s ott kel 30-40 perc időtartamban. A megkelt tésztát bevetjük a kemencébe fából készült sütőlapátokon. Itt kb. 55-60 percig sül. A megsült kenyér visszatükrözi a pék hangulatát. Az élvezettel dagasztott és formázott tészta kenyérré válva ragyog, mosolyog.

Vetés előtt négy órával megfűtjük a kemencét, 280 fokra. Vetőkemencét csinálunk. 40 percig pihentetjük a kemencét, hogy grundosodjon. 25 perc múlva elkezdjük rávetni a kenyeret, amikor kb. 230 fokos a kemence.

Megterheljük 10-12 kg kenyérrel. Ez a kemence hőfokát elveszi kb. 30 százalékkal. Ekkor érjük el az átsütő kemence állapotot. 55-60 percig sül át a kenyér. Időközben a vetés előtt és a kivétel után vízzel le kell pancsolni a terméket.

A kemencékben csak a tapasztalataink alapján elfogadott számú és súlyú kenyérmennyiség süthető. Az ettől eltérő mennyiségek megváltoztatják a kemence mikroklímáját, hő és páratartalmi viszonyait. Nem beszélve arról, hogy össze is ragadnának a kenyerek.

„

8. Következhethet a helyi termék leírása. Külcshín és belbecs. Esztétikai értékek, beltartalmi értékek

Használhatóság. Funkcionalitás.

„Az ősi technológiához adjuk hozzá azt a lehetőséget, ami a kemence sütési paramétereiben van. Mindehhez társul pékjeink szakmai tudása,

gyakorlata, szakmaszeretete. A pék a kezével érzékeli a hőmérsékletet.

Kenyerünk sajátosságai: Természetes anyagokból készült kemencében sült, természetes anyagokból készült termék. A biológiai folyamataiba nem avatkozunk bele. Súlya 2-3 kg. „Olyan, mint egy foszlós kalács” jellemzi a szomszéd néni, aki hetente egy alkalommal télen-nyáron megjelenik megvásárolni egy ilyen kenyeret. Ez nem tájjellegű kenyér annak ellenére, hogy a Dunántúl e fertályán mi ismertettük meg az emberekkel. Tévhit az, hogy ez a hagyományos házi kenyér. Ez a folyamat, ez a technológia, ez a sütési mód kb. 200 éves. Ez két évszázaddal ezelőtt élt őseink kenyere.

A szerelt kemencében sült kenyér a sülés során csak 1/6 részt fejlődik. A mi kemencénkben sült kenyér 1/3 részével fejlődik.

A héja vastagabb, ropogósabb, emiatt a kenyér kiszáradási ideje, élvezhető eltarthatósági ideje jelentősen megnő. Folyamatosan, tartósan frissen marad.

Igazi íz anyaga a maga teljességében melegen nem élvezhető. Általában 2-3 napos korában éri el az enyhén savanykás, omlós ízt. Önálló ízzel bír, mindenhez fogyasztható. Egyaránt harmonikus íz hatást ad a tejhez, a tejfölhöz, a kolbászhoz, szalonnához, stb., vagyis édes és fűszeres ízekhez azonos módon.

Tetejére erőt gyakorolva 2-3 centiméterre összenyomható, majd visszaugrik az eredeti magasságára. Alakállandó marad. Esztétikai értéke nagy.

Nem hiába nevezik hasonlatokat kölcsönvéve:

Kalapos kenyérnek, mosolygós kenyérnek, nagymamám kenyérének, házi kenyérnek, búbos kenyérnek, venyigés kenyérnek, csodálatos kenyérnek, szépséges kenyérnek.

9. Alapanyagok. Miből, mennyit, honnan...

Itt be kell tartani azokat az értékeket és százalékos arányokat, amit a helyi termék elnyerése és készítése „versenykiírásban” megírunk.

„A lisztet a Gyermely Rt. szállítja. A folyamatosan használt B80 típusjelű liszt állandó minőségét a beszállító ISO 9002 minőségtanúsítási rendszere garantálja. Az élesztőt baráti cégkapcsolatunk és az állandóan magas minőség okán Budafokról hozza pékségünkbe a Czövek és Társa családi vállalkozás, aminek HACCP minősítése van.

10. Miért is ajánlja a pályázó a helyi termék védettség és cím alá tartozónak termékét.

Ez így történt a vizsgált kenyérsütés, mint esettanulmány körében: „Miért nyújtottunk be pályázatot a „hamuban sült kenyér” elnevezésű termékünkre?

Véleményünk szerint ez a termék kézműves remek, mert:

1. Történetileg dokumentálható az elhelyezkedése a magyar kézművesiparban.
2. A termék állandó jelleggel bír azonosítható termékjegyekkel.
3. A termék mindig magas minőségi színvonalon készül, nagy szakmai gyakorlattal.
4. Előállítási módja és annak körülményei hagyományosak.
5. Nemcsak helyi, hanem regionális, országos, sőt nemzetközi ismertséggel is rendelkezik.
6. Cégünk, cégvezetőnk, pék szakmunkásaink szakmai felkészültsége és szakmai elhivatottsága bizonyíthatóan magas szintű.
7. A magyar kultúrában értékhordozó jellege van, mint ezt a történeti részben kifejtettük.
8. A turisztikai termékkínálatban az egyedisége nem kérdőjelezhető meg.
9. A termék megjelenése nagyban növelte a kereskedelmi forgalomban található választék színvonalát, s nem utolsósorban a kereskedelmi kínálatot is.
10. Ez a termék a hozzá tartozó kemencével a „mi gyermekünk”. Nagyon szeretjük „öt”, s így nagy tisztelettel és szeretettel ajánljuk a Tisztelt Döntéshozók figyelmébe.

A termékek kiváló minőségével önmagában azonban nem elégszünk meg. Fontos számunkra a céghez, mint munkahelyhez, mint kereskedelmi és vendéglátóipari egységhez fűződő kép is.

A cég elnyerte a „Családbarát munkahely” és a „Virágos munkahely” címet is, tagja az e-Magyarország Pont Hálózatnak is.

Ezek a címek is azt erősítik és segítik, hogy egyre több információs csatornán értesülhessenek a potenciális vásárlók a cégről és az itt folyó minőségi, magas színvonalú munkáról.

Helyi termék védjegy logó

A helyi termékek megjelenését és elterjedését segítheti a projekt arculati kézikönyvének megvalósítása, amely tartalmazná mindazokat az elemeket, amelyek meghatározná egy későbbi helyi termék bolt megjelenését, a termékeken megjelenítendő védjegyet, illetve azokat a display-, polc-, vásári árusítóhelyformákat, amelyek a jövőben egységes megjelenést biztosítanak a régiókban megtermelt termékeknek, és a vásárló számára is megismerhetővé teszik azokat.

Fontosnak kell tekinteni a marketinget, hiszen a termékek minőségén túl más területen is fel kell venni a versenyt a nagyáruházakkal, a médiában játszott reklámokkal, hogy a helyi élelmiszereink és tárgyaink is érdemüknek megfelelően jelenhessenek meg a piacon.

A helyi termék védjegy logó tervezete:

Kiindulási alap – olyan logó elkészítése a cél, amely egységesíti a térség arculatát, kifejezi a termék minőségét, származási helyét, stb. A vásárlónak akkor is fel kell tudnia ismernie, hogy helyi terméket vásárolt, ha a kezdeményezésnek nincs tudatában. A projekt-logó egyik formájára a "Magyar Kézműves Remek" címke adhat ötletet:



Az arculattervezés és a céglogó célja, hogy a vásárlókban kiépítse a bizalmat a térség szolgáltatásai iránt, személyesebbé teszi a kapcsolatot a fogyasztó és az előállító között, az ismertebb cégemléma önmagában is hatékony marketing eszközzé válhat.

Nem is kérdéses, hogy a sikeres termék bevezetéshez szüksége van logóra, határozott arculatra, hanem az a kérdés, hogy a térségnek milyenre van szüksége!

A termék logója és arculata beépíthető a térség kapcsolattartó és egyéb okirataiba, internetes honlapjába, reklámjaiba, kiadványaiba és termékeibe, így az arculat jellegzetességével és egységességével biztosítja, hogy bárhol is kerüljön alkalmazásra, a vásárlóban mindig az adott terméket vagy szolgáltatást idézi fel, bizalommal tekint rá mivel nem idegen számára a logó, az arculat tulajdonosa.

A logótervezés menete

Első lépésként egyeztetni kell, milyen típusú logóra van szükség, hiszen több fajta is létezik az egyszerűbb 2-4 színből álló változattól az egészen összetett színátmenetes változatig.

Ki kell választani a térségre jellemző színvilágot, hangulatot és a logó feliratát, valamint a logó egyéb tulajdonságait. **A hangulati elemek,** amit vásárlói felé szeretne éreztetni, tehát, hogy milyen kép éljen a térséggel szemben.

Ilyenek lehetnek:

Tradicionalis

Különleges minőség

Olcsó árak

Rugalmasság

Egyediség

Fontos szempont a könnyű sokszorosíthatóság, ezért előnyös a logó elemeit betűtípussá alakíttatni, így gyakorlatilag bármekkora méretben fel lehet használni minőségromlás nélkül. A logók többsége általában csak **1-3 szint tartalmaz** azért, hogy minél több formátumban és módon felhasználható legyen mint például szitanyomásnál, weben, térbeli feliratoknál, fekete-fehér fax-on, stb.

A logónak be kell mutatnia a térség és a Leader közösség területeit, amelyet a legkönnyebben a települések címerének feltüntetésével lehet megoldani. Ezen felül kell utalnia az egyesületre, valamint a tájegységre.

Ezen felül a tájegységre jellemző szlogent is tartalmaznia kell.

A logó elkészítése előtt ajánlott a jövőbeni fogyasztókat is bevonni. Ennek megvalósítására a legjobb eszköz a célcsoport tagjaival asszociációs teszt elvégzése.

A tervezés időszakában egy kisebb létszámú, nem reprezentatív kutatást készítettünk, az ún. hólabda módszerrel, mely szerint:

Helyi termék - szóasszociáció

Hazai

Tradicionalis

Minőségi

Ízes

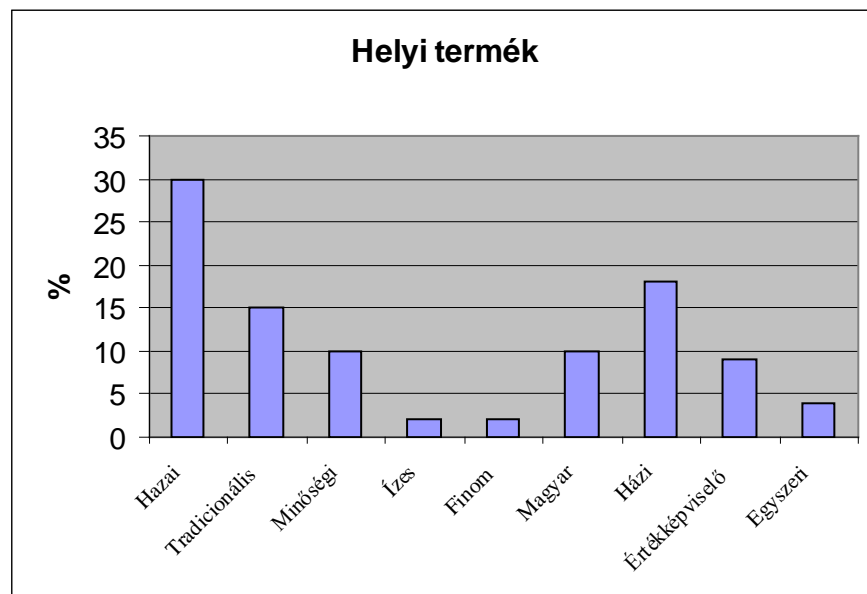
Finom

Magyar

Házi

Értékképviselő

Egyszeri, megismételhetetlen



A legfontosabb ismérv a helyi termék viszonylatában, hogy az emberek „hazai” terméként gondolnak rá, párosítva ezt az érzést tradicionális készítési módokkal, illetve minőségi termékkel.

Az arculat megteremtését követően azt kell kidolgozni, hogy ez az arculat milyen tevékenység és milyen termékek köré kerül kidolgozásra. Bár a cél egy a különböző helyi termék házak esetén, maga a tartalom más és más lehet.

Balatonkenesén egy komplex szolgáltató ház kialakítására is lehetőség nyílhat, hiszen a nyári turisztikai szezon ennek fenntarthatóságát minden bizonnyal garantálja.

Az árusításon és bemutató termeken túl itt érdemes kézműves foglalkozókat is kialakítani, ahol az érdeklődők aktív részesei lehetnek a termékek elkészítésének.

Balatonfőkajáron a borászathoz, kézműves mesterségek bemutatásához, végzéséhez kapcsolódó bemutató pince kialakítására lenne igény, ami összeköthető későbbi borturisztikai fejlesztésekkel, melyekre a helyi pincetulajdonosok akár az ÚMVP 3-as tengelyének keretében is igényelhetnek támogatást.

Sólyban a szőlőhegyen a főkajárhoz hasonló, rendezvények megtartására is alkalmas helyszín kialakítása lehetséges. Ez a terület azért lehet érdekes, mert itt most éled újra a borászati hagyomány, most kezdenek újra a minőségi borkészítés felé elindulni, tehát jelentős potenciál lakozik a területen.

A Várpalotai kistérségben a Pétfürdői Kertbarátkör jelezte igényét, hogy összefogva, összegyűjtve más kertbarát körök terményeit egy, az egészségügyi előírásoknak is megfelelő konyha kialakításával vállalnák a terület helyi termékeinek előállítását, amely valóban hiánybótló lenne a HACS területén. Lekvárok, savanyúság, befőttek készülnének melyekkel kiállításokon, vásárokon, piacokon is megjelenhetünk.

A kérdés itt valóban a mennyiségen és annak folyamatos biztosításán van, hiszem csak az állandó jelenlét az, ami a fogyasztóban kialakítja a „törzsvásárlói” szokásokat.

Ugyancsak a mennyiség biztosíthatja az ár tekintetében is a versenyképességet, hiszen biztos, hogy a magasabb áru helyi termékek is kis mennyiségben vásárokon, kiállításokon elfogynának, azonban ez nem biztosítja a projektszintű fenntarthatóságot, nem biztosítja a célt, hogy a későbbiekben pályázati forrás nélkül is önműködő, önfenntartó programot hozzunk létre.

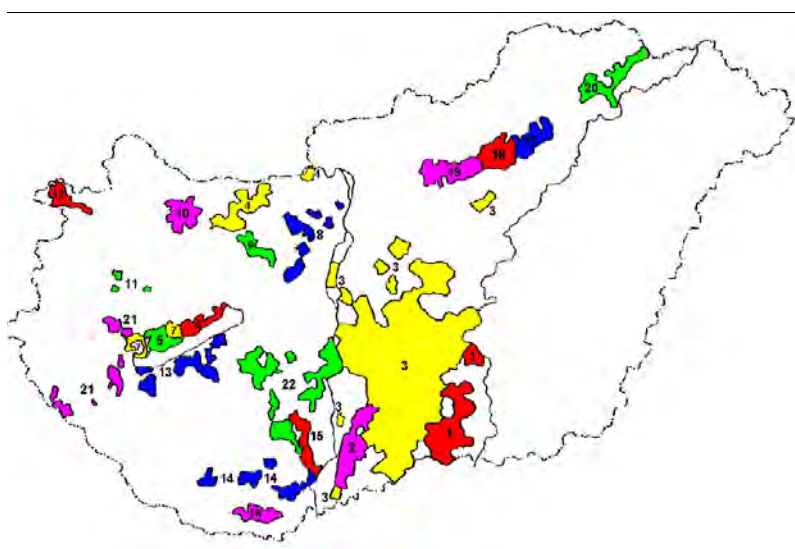
MAGYARORSZÁG BORVIDÉKEI

Helyzetismertetés*

Magyarországon pillanatnyilag 87 017 Ha területen termesztnek borszőlőt (Ez az uniós szabályozások miatt vélhetően csökkenni fog és ez az engedélyezett termőfelület, amivel Magyarország belépett az EU-ba.

Hazánkban jelenleg 22 borvidék található, amelyek megközelítőleg 75 500 ha területet foglalnak el.

Magyarország borvidékei



*Forrás: Borlexikon, internet

1. Csongrádi
2. Hajós-Bajai
3. Kunsági
4. Neszmélyi
5. Badacsonyi
6. Balatonfüred- Csopak
7. Balaton-felvidéki
8. Etyek-Budai
9. Móri
10. Pannonhalma-Sokoróaljai
11. Somlói
12. Soproni
13. Balatonboglári (Dél-Balaton)
14. Mecsekaljai
15. Szekszárdi
16. Villányi
17. Bükkaljai
18. Egri
19. Mátraaljai
20. Tokaj-hegyaljai
21. Balatonmelléke
22. Tolnai

A borvidékek egymás versenytársai, hiszen különböző területeken más technológiával készült borok próbálnak érvényesülni ugyanazon a piacon.

Magyarország leghíresebb borvidékét a Tokaj-hegyaljai Borvidéket a világörökség részévé nyilvánította az UNESCO Világörökség Bizottsága.

Minden egyes borvidékhez kapcsolódik egy kis történelem és természetesen minden területhez speciális klíma, bor- és szőlőfajta tartozik.

A borvidék egyébként olyan táj, ahol a szőlővel betelepített területek aránya jelentősen nagyobb, mint más vidékeken. Ezekre a területekre jellemző, hogy a szőlőtermelésnek és a borkészítésnek nagy társadalmi és gazdasági szerepe van, amelybe különböző fesztiválok és ünnepek is beletartoznak.

Balatonfüred – Csopaki borvidék

A Bakony és Balaton Keleti Kapuja HACS községei közül több is a Balatonfüred – Csopaki borvidék települése, ezért erre a borvidékre külön is figyelmet illik fordítani.

Ez a borvidék, mint a neve is mutatja, két különböző bortermelő tájra oszlik. A balatonfüredi borok testesebbek, tüzesebbek, alkoholszintjük magasabb - míg a csopaki borok tartózkodóbbak, könnyedebbek, illat- és zamat-gazdagabbak.

Balatonfüredet és környékét a gyógyvíz és a bor együttes ereje teszi vonzóvá. A világ különböző részéről utaznak ide azok az emberek, akik önmagukat egy kicsit kényeztetni akarják - kívülről és belülről egyaránt, a szénsavtól pezsgő gyógyvíz, az egyedülálló, szívbetegeknek kedvező hatású klíma, valamint a jófajta fehérbor erejével.

A Balatonfüred – Csupaki borvidék területe 2270 hektár. Klímájára jellemző a sok napfény, a szőlőtermesztésnek kedvező időjárás. Talaja változatos, kristályos pala, melyet homokkő, mészkő, illetve homok takar. Néhol a magas vastartalom miatt a föld vörös színű.

Szőlőfajták:

Ajánlott fajták:

Olasz rizling, Chardonnay, Rajnai rizling, Szürkebarát, Ottonel muskotály, Rizlingszilváni.

Kiegészítő fajták:

Juhfark, Pinot blanc, Zenit, Sauvignon, Tramini, Cabernet franc, Cabernet sauvignon, Kékfrankos, Merlot, Zweigelt.

Ültetvényes fajták:

Aligote, Bianca, Cserszegi fűszeres, Ezerfürtű, Furmint, Hárslevelű, Karát, Kékoportó, Királyleányka, Lakhegyi mézes, Leányka, Nektár, Pintes, Korai piros veltelini, Rozália, Sárga muskotály, Semillon, Úrréti, Zala gyöngye, Zefír, Zengő, Zöld szilváni, Zöld veltelini.

A Balatonfüred – Csupaki borvidék települései

4. ábra

<p>Balatonfüred-Csupaki körzet:</p> <p>Alsóörs[*]</p> <p>Aszófő,</p> <p>Balatonakali,</p> <p>Balatonalmádi[*]</p> <p>Balatonfőkajár[*]</p> <p>Balatonfüred,</p> <p>Balatonkenese[*]</p> <p>Balatonszőlős,</p> <p>Balatonudvari,</p> <p>Balatonvilágos[*]</p> <p>Csupak,</p> <p>Dörgicse,</p> <p>Felsőörs,</p> <p>Lovas,</p> <p>Mencshely,</p> <p>Örvényes,</p> <p>Paloznak,</p> <p>Pécsely,</p> <p>Tihany,</p> <p>Vászoly,</p>	<p>Zánkai körzet:</p> <p>Balatoncsicsó,</p> <p>Monoszló,</p> <p>Óbudavár,</p> <p>Szentantalfa,</p> <p>Szentjakabfa,</p> <p>Tagyon,</p> <p>Zánka településeknek a szőlőkataszter szerint I. és II. osztályú határrészei.</p>
---	---

Forrás: saját készítés

* A Bakony és Balaton Keleti Kapuja HACS tagjai.

A borvidék híres fajtája az Olasz rizling, amely mintegy másfél évszázada terjedt el, és kiemelkedő minőségével márkanévvé vált.

A tihanyi félsziget pedig tüzes vörösborairól nevezetes.

Az Akció csoport települései

Az Bakony és Balaton Keleti Kapuja LEADER ACS területén 22 települése található összesen 52 030 fő lakossággal.

Települési lakosságszámok a BBKK HACS területén

5. ábra

Alsóörs	1520
Balatonalmádi	8884
Balatonfőkajár	1406
Balatonfűzfő	4421
Balatonkenese	3609
Balatonvilágos	1389
Berhida	6112
Csajág	925
Felsőörs	1433
Hajmáskér	3108
Jásd	805
Királyszentistván	490
Küngös	584
Litér	2121
Ósi	2190

Öskü	2306
Papkeszi	1658
Pétfürdő	4953
Sóly	422
Szentkirályszabadja	2117
Tés	909
Vilonya	668

Forrás: saját készítésű táblázat KSH adatok alapján www.ksh.hu

A helyzetelemzés során nem térek ki az akció csoport valamennyi adottságára, kizárólag a nyitott pincék programmal összefüggésben fontos elemekre koncentrálok.

Így foglalkozok a közlekedési, a kommunikációs – informatikai, és turisztikai területekkel, valamint a természetes és épített környezet állapotával.

A fenti területek lényegi kapcsolatban állnak a nyitott pincék programmal, leírják a térség e tárgyban fontos alapadottságait és predesztinálják az ott megfogalmazható reális elvárásokat és lehetőségeket.

A településeket nem egyenként vizsgálom. Kizárólag a szőlő és bortermelés szempontjából végzek településenkénti felmérést.

Közlekedés

A helyi közösség területén az infrastruktúra fejlettsége színes képet mutat.

A települések megközelíthetősége közúton biztosított, de ezek a hálózati elemek jelentős fejlesztésre szorulnak.

A térség délkeleti szélén halad el az M7 autópálya, ezáltal ennek a mikro térségnek az elérhetősége kiváló. Az északi területet csak alacsonyrendű utak tárják fel.

A 8-as főközlekedési út gyorsforgalmi úttá való fejlesztése akadozik. A településeket összekötő, a mindennapi elérhetőséget biztosító harmad–negyedrendű állami utak, valamint a külterületi településrészeket és mezőgazdasági területeket összekötő önkormányzati utak állapota nagyon rossz.

A buszjáratok közlekedése nem igazodik a megváltozott igényekhez és közlekedési szokásokhoz, alacsony hatékonyságú, gazdaságtalan, és nagy környezeti terhelést generál. A térség ellátását alapvetően két Volán társaság biztosítja (Bakony és Balaton Volán). A Balaton parti sávja sokkal jobban ellátott, mert a Siófok, Szeged, Baja és Pécs irányából érkező távolsági járatok a 71-es úton közelítik meg Veszprémet.

A helyi akció csoport területét két vasúti fővonalon lehet megközelíteni. Ez a két fővonal a Budapest-Tapolca, és a Budapest-Szombathely. A vasúti hálózat nem minden települést ér el.

A Lepsény-Hajmáskér szárnyvonal működése 2007. március 4-től szünetel, újraindítása nem várható.

A Budapest-Tapolca fővonal nem villamosított, Balatonakarattya térségében állandó problémát jelent a magas parti csúszásveszély.

A vasúti kiszolgáló helyiségek állapota sok esetben kritikán aluli, a vonaton érkező turistaforgalom növekedése ilyen kiszolgálás mellett nem várható.

A kerékpárút hálózat fejletlen, a balatoni sávra korlátozódik, és a meglévő hálózati elemek is elhanyagoltak. Ugyanez mondható el a turista-, gyalog-, és sétautakról is.

Az akció csoport területén található a szentkirályszabadjai repülőtér, melynek a tervezett fejlesztése pozitív hatást gyakorolhat az egész térségre. Sajnos a beruházást akadályozza, hogy a tervezett le és felszállási irány Balatonalmádi város lakott területei felett, mindössze pár száz méter magasságban lett kijelölve, ezért a lakosság és az önkormányzat határozottan ellenzi a beruházás megvalósítását. Amíg ez a probléma nem oldódik meg, a repülőtér megnyitása nem várható.

Telekommunikáció, informatika

Valamennyi településen kiépült a vezetékes és mobil telefonhálózat, biztosított a szélessávú internet elérés. A 22 település közül mindössze egy van, ahol nem érhető el mind a három mobil szolgáltató hálózata.

Teleház, vagy E-Magyarország pont majdnem minden településen van, de ettől eltekintve a közösségi internet elérés, a vállalkozások és civil szervezetek tevékenységét segítő, egyéb irodai jellegű szolgáltatási kör nem kielégítő, fejlesztésre szorul.

A természetes és az épített környezet állapota

A térség kiváló természeti adottságokkal rendelkezik, a Balaton, a Mezőföld és a Bakony találkozásánál fekszik.

A közösség területének földrajzi helyzete kedvező: domborzata, éghajlata és agrárkultúrája változatos és sokszínű.

A hegyek felől déli irányba haladva, a Bakonytól a Balatonig, illetve a Mezőföldre a domborzat fokozatosan alföldi tájképet vesz fel, É-D irányba haladva az átlaghőmérséklet növekszik, mediterrán klímajegyeket mutat.

A sárréti-mezőföldi területek kitűnő mészlepedékes csernozjom talajokkal rendelkeznek, ezért kiválóak a szántóföldi művelésre, és az ennek megfelelő növények termesztésére.

A térség északi, bakonyi részén a jelentős erdőgazdálkodás, de talaj és domborzati adottságok lehetővé teszik a szántóföldi kultúrák és szőlőültetvények művelését is.

A főként bakonyi gyepes területeken a külterjes állattartás a jellemző, jelentős a legeltetési hasznosítással dolgozó juhászok száma.

A térség domborzati adottságai több település esetében is kiválóak szőlőültetvények létesítésére.

A térségben a szőlő és borkultúra, a termelési hagyományok több száz évre tekintenek vissza, mely adottságok jó alapot biztosítanak a turizmus fejlesztésére.

A térségben a Balaton környékére összpontosul a szőlő- és gyümölcsstermesztés, borászat, kertészeti növények termesztése.

A szőlőbirtokok esetében jelentős birtokkoncentráció zajlik, melynek következtében jelentős szőlőbirtokok és egyre több neves borászat tevékenykedik ebben a térségben (1. kép).

Feind szőlők Balatonfőkajáron



Az épített környezet rendkívül gazdag képet mutat. Számos település büszkélkedhet római vagy Árpád kori emlékekkel (pl: Jásd, Sóly).

Számos Árpád kori emlékhely található a térségben, melyeket ma is jó karban tartanak (pl: Litér, Szentkirályszabadja, Berhida), és a települések igyekeznek köréjük rendezvényeket szervezni, a mindennapi élet részévé tenni.

Nagyon sok az olyan műemlék, mely Árpád kori alapokon nyugszik, és a későbbi korok során más stílusban át- illetve újjáépítettek.

Református templom, Balatonfőkajár



Turizmus

A kistérség területén jelentős bevételi forrás a turizmus, de a balatoni sávban mindenképpen kiemelt jelentőséggel bír az ágazat.

A Balaton a német újraegyesítésig legendás találkozó helye volt a német turistáknak. A német újraegyesítés után viszonylag hamar megszűnt az alacsony kategóriájú szállások iránti kereslet. Erre az időszakra esett a magyar gazdaság egyik legsúlyosabb időszaka is, ezért aztán a belföldi kereslet is drasztikusan csökkent.

Mára a turizmus térségi kínálata nagyon jelentős és pozitív változáson ment keresztül. Az elvégzett fejlesztéseknek köszönhetően jellemzővé vált a magas színvonalat, komplex turisztikai terméket kínáló szolgáltatás, mely igyekszik kiszolgálni a vevők elvárásait.

Aktív turizmus

Gyalogos természetjárás

A kistérség változatos természeti adottságai kifejezetten alkalmasak a festői környezetben megtett kisebb-nagyobb túrákra. A térségen több országos turistaút halad át, összekötve a szomszédos térségekkel. A Bakony hegyei több települést is arra predesztinálnak, hogy a turizmusnak erre az ágára építsék kínálatukat (Jásd, Tés)

Kerékpáros Turizmus

Európában igen népszerű a kerékpáros turizmus, mely mindenképpen figyelemre méltó ebben a térségben is.

Sajnos a térségben csak a parti sávban (Balatonvilágostól Alsóörsig) van kiépített kerékpárút, és az is több helyen elhanyagolt. A többi település csak a közutak igénybevételével érhető el a kerékpárosok számára, de ez néhány szakaszon kifejezetten balesetveszélyes. Emellett hiányzik a kiszolgáló infrastruktúra is, mely kifejezetten figyelembe venné a kerékpáros turisták igényeit (pl: kölcsönzési és javítási lehetőség, kerékpáros-barát szolgáltatások).

Lovas turizmus

A magyar lovas nemzet, mint azt tudjuk. A térség kínálata ezen a téren, ha nem is teljes, de mindenesetre komoly potenciállal rendelkezik.

Az elmúlt években több új lovarda, lovas udvar is épült, illetve több régit felújítottak.

Ez a kínálati elem nagyon komoly vonzerőt jelent a magas minőséget kereső, több anyagi terhet vállalni tudó vendégek számára.

Vizi turizmus

Egyértelműen a Balaton testesíti meg azt a potenciális alapot, melyre a turizmus ezen ága építheti kínálatát.

- Passzív vízparti üdülés: a parti sáv minden települése üzemeltet strandot, melyeket az elmúlt évtizedben folyamatosan fejlesztettek.

- Aktív vízparti üdülés: sokan vannak, akik kifejezetten azért jönnek a tó mellé, hogy az aktív pihenést válasszák.

Az utóbbi években kifejezetten vonzó a sétahajókázás a vendégek számára.

A térségben több hajóállomás áll a közönség szolgálatára.

- Horgászturizmus: a turizmus ezen ága mindenképpen fejlesztésre szorul. Jelenleg nagyon kevés a horgászok számára elérhető szabad partszakasz, és kevés a számukra kialakított szálláslehetőség is. Kevés a horgász kikötő, ami pedig van, az a nagyközönség számára már-már megfizethetetlen.

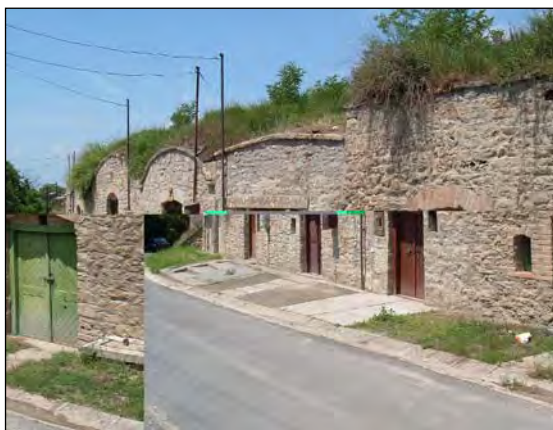
Kulturális turizmus

A Szent István királyunk által alapított Veszprém megye 2009-ben ünnepli fennállásának 1000 éves évfordulóját. Sok a turisták számára is vonzó rendezvény, falunap, fesztivál. Majd minden település készül a vendégek fogadására, és igyekszik tartalmas, több érdeklődési kört is kiszolgáló rendezvényeket, koncerteket, színházi előadásokat megvalósítani. Ebben a munkában az önkormányzatok sok esetben veszik igénybe a civil szervezetek munkáját, kapacitását

Borturizmus

A borturizmus jelentősége egyre nagyobb a térségben.

Balatonfőkajári Pincészer



A térség több települése (Alsóörs, Felsőörs, Balatonfőkajár, Balatonvilágos) része a Balatonfüred – Csopaki borvidéknek. Ezeken a településeken jelentős ültetvények, sok borospince és több borház is található.

A helyi programok szervezésében nemcsak a hivatásos borászok vesznek részt, hanem a helyi kistermelők is, így széles kínálat áll rendelkezésre. Több száz éves pincék, és vadonatúj fogadótermek várják a borkedvelőket, ahol nem csak a kiváló helyi borokat, de a helyi konyha ízeit is megkóstolhatják.

A balatonalmádi borhetek kiemelkedő rendezvénye a térségi borkultúrának, illetve a helyi idegenforgalomnak. A rendezvény megszervezésében kiválóan együtt tud működni a civil és önkormányzati szektor.

Nem csak a Balaton parton, de a bakonyi falvakban is foglalkoznak bortermeléssel.

Helyszíni vizsgálatok alapján egyértelmű, hogy a bakonyi települések közül a térségben Jásd rendelkezik a legjobb adottságokkal.

Jásd, alsó pincészer



Jásdon két pincészer is található és a lakóterület peremén több tucat régi pincésíp őrzi a hagyományos borkultúrát.

Konferencia turizmus

A kistérség turizmusa erős szezonálitást mutat, ezért létfontosságú a konferencia turizmus kihasználása. Az elmúlt évek szálloda fejlesztései jó alapot jelenthetnek, de semmiképpen sem kielégítő a kínálat. A térségben jelenleg 3-4 olyan szálloda működik, amelyik alkalmas a jelentkező igények kielégítésére. Négycsillagos szálloda kettő található a térségben, és egyetlen öt csillagos szálloda sincs. A háromcsillagos szálláshelyek csak erős fenntartásokkal alkalmasak a konferencia-turizmus által támasztott igények kielégítésére.

Motorsport turizmus

Az egész világon ismert az Alsóörsi Harley-Davidson találkozók, mely nem csak a falunak, de az egész környéknek ismertséget, és sok vendéget hoz. Ez a típusú turisztikai kínálat egyre bővül, és egyre több vendég érkezik a térségbe.

Az alsóörsi találkozók mellett az elmúlt években még két találkozó, a Balatonkenesei Örült Motoros Hétfvégének, illetve a Balatonfűzfői Africa Twin találkozó, adott helyet a térség. 2010-ben a találkozók sora várhatóan a Balatonfőkajári Motoros Találkozóval bővül.

Ugyancsak Balatonfőkajáron kezdődik egy autó és motorversenypálya építése (Balaton Motor Park), illetve a hozzá kapcsolódó szállodai és egyéb sportlehetőségeket, vendéglőket magába foglaló fejlesztés 2010-11-ben, mely további kínálatbővülést hozhat ezen a feltörekvő területen

SWOT ANALÍZIS

Erősségek

Jó megközelíthetőség

Nemzetközileg is elismert borvidék

Szőlő- és borkultúra hagyománya erős a borvidéken kívül is

Polgári repülőtér kialakítása lehetséges a térségben

Domborzati sokszínűség

Jó infrastrukturális ellátottság

Magas vállalkozói aktivitás

Jelentős a turizmus szerepe

Növekvő belföldi vonzerő

Gazdag építészeti és kultúrtörténeti kínálat

Sok a rendezvény, a hagyományőrző fesztivál

A Bakony és a Balaton kiválóan alkalmas a családi üdülésre

Kiváló vízi sport lehetőségek (vitorlázás, szörf)

Változatos vonzerők

Kerékpárút a Balaton partján

Jó lovaglási és gyalogostúrázási lehetőségek

Középfokú képzettséggel rendelkező munkaerő magas aránya

Aktív civil szféra

Megfelelő számú szálláshely megléte

Vannak 4*-os szállodák a magasabb igények kielégítésére

Sok KKV

Visszaszorult a nehézipar

Gyengeségek

Elöregedő népesség

Elvándorló fiatalok

Kevés a gyermek

Erős a szezonáltság

Magas a fekete foglalkoztatás

Jelentős gazdasági különbségek a települések között

A szervezetek között gyenge az együttműködés

Tőkeszegény KKV-k

A turizmus gyenge EU marketingje

Saját arculat hiánya

Komplex térségi információs rendszer hiánya

Kevés a tájjellegű termék, gyenge a marketingük

Nyári szezonban túlterheltek a főutak

Vasúti pálya nem villamosított (Budapest – Tapolca vonalon)

Vasútállomások állapota sok helyen elhanyagolt

Ipari területek magas környezeti terhelése

Rekultivációt igénylő tájsebek (kavicsbányák)

Sérülékeny vízbázis

Hiányzik a vadászati turizmus a kínálatból

Lehetőségek

Új munkahelyek létesítése

Új turisztikai beruházások a térségben

Szentkirályszabadjai repülőtérén logisztikai és tudományos központ kiépülése

8-as főút gyorsforgalmi úttá fejlesztése

Javuló alsóbbrendű közúthálózat

Javuló életszínvonal miatt megáll a fiatalok elvándorlása

Környezettudatos magatartás elterjedése, biotermékek iránti kereslet növekedése

Borturizmus divatja tovább erősödik

Fejlődik a falusi turizmus

Történelmi városaink (Veszprém, Székesfehérvár) közelségének kihasználása

Együttműködés a civil szervezetek között

LEADER programfejlesztő hatást gyakorol a térségre

Vadászati turizmus beindulása

Javuló térségmarketing

Egységes arculat megteremtése

Megújuló energiaforrások használata, káros anyag kibocsátás csökkentése

Biotechnológiai ipar fejlődése

Veszélyek

Elhúzódó világgazdasági válság

Elmaradó nagyberuházások (pl: repülőtér, Balaton Motor Park)

Belföldi kereslet visszaesése

Tovább erősödő feketegazdaság

Indokolt közlekedési fejlesztések elmaradása

Önkormányzatok pályázati saját erejének csökkenése

Havária, ipari szennyezés veszélye

Túl szigorú szabályozók (pl: HACCP) akadályozzák a falusi turizmus fejlődését, helyi termékek piacra jutását.

ELVÁRÁSOK A NYITOTT PINCÉKKEL KAPCSOLATBAN

Kettős célrendszer

A térség vizsgálata alapján egyértelművé vált, hogy nem minden településen van hagyománya a szőlészetnek és borászatnak.

Ez alatt alapvetően nem azt kell érteni, hogy a balatoni partvonalon van hagyományos borász hagyomány a többi településen pedig nincs.

Valóban jelentős kapacitással és termelői potenciállal, azaz neves, komoly volumenben termelő borház csak a balatoni területeken található, de a térség számos településén termelnek nem hivatásos borászok is értékesítésre érdemes bort.

Sóly, Öskü, Ősi vagy Jásd települések termőterületei figyelemre méltóak e téren. Mindegyik településen hagyománya van a borászatnak.

A térségben még két településen kell megemlíteni a bort, mint helyi terméket:

Balatonkenesén bár nincs jelentős termelés és a múlt századi fűzfői ipari szennyezés miatt még évtizedekig nem is lehet minőségi előállítással számolni, helyi tulajdonosok a térség más településeiről viszonylag szép mennyiségben vásárolnak szőlőt és készítenek belőle bort.

Berhida esetében van ugyan szőlőterület, ami ma is művelés alatt áll, de itt szintén az ipari hatások gyengítik jelentős mértékben a helyi borok értékesítési lehetőségét.

A többi településen, ha van is hobbitermelés kiskertekben, vagy található néhány pince, az sem minőségében, sem mennyiségében nem tekinthető értékelési és értékesítési alapnak.

E települések egy részében az ipari szennyezés a fő ok a szőlő és borkultúra megszűnése terén, más településeken pedig sem a termőhelyi adottságok sem pedig a helyi hagyományok nem ösztönözték e felettebb értékes kultúra terjedését.

A települések bortermelés jelentősége szerinti csoportosítását a 6. ábra mutatja be.

Bortermelés adottságai a BBKK helyi közösség területén

Jelentős bortermelés, kiváló adottságokkal:	Alsóórs, Balatonfőkajár, Balatonvilágos, Felsőórs,
Jelentős bortermelés jó adottságokkal	Jásd, Öskü, Ósi, Sóly
Korlátozott bortermelés:	Balatonkenese, Berhida
Nincs termelés:	Balatonalmádi, Balatonfüzfő, Papkeszi, Vilonya, Szentkirályszabadja, Királyszentistván, Tés, Litér, Csajág, Küngös, Hajmáskér, Pétfürdő

Mivel nem lehet cél, hogy a LADER Nyitott Pincék programban csak azok a települések vehessenek részt, ahol jelentős bortermelés történik, ezért egy olyan kettős célrendszert kell felállítani, mely azokon a településeken is lehetővé teszi a borkultúra megjelenését, ahol az alapadottságok hiányosak, vagy nem léteznek.

LEADER Nyitott Pince

A program keretében azon települések pincetulajdonosai minősíthetik pincéjüket, ahol kiterjedt szőlőművelés és bortermelés folyik. Ennek keretében az 6. fejezetben szereplő minősítési szempont rendszer alapján végzi el a térség a pincék minősítését, osztályba sorolását.

A résztvevő települések:

Alsóórs

Balatonfőkajár

Balatonvilágos

Felsőórs

Jásd

Öskü

Ósi

Sóly

A minősítés során alapvető elvárásoknak kell megfelelni, melyek jogosultági kritériumként jelennek meg, és ha ezeknek a gazda nem felel meg, akkor nem lehet minősíteni, ezáltal a programban nem vehet részt:

Saját termelésű bor kínálása minimum 80%-ban.

Idegen előállítású bor csak a helyi közösség területéről származhat, és kizárólag palackozott bor lehet.

Minimum 4 főt tud egyszerre fogadni és kiszolgálni.

Közforgalmú úton megközelíthető

Kapcsolódás a LEADER Nyitott Pincék információs rendszeréhez.

Kerékpáros turisták kiszolgálására alkalmas helyszín.

Helyi termékek bemutatásának lehetősége adott legyen.

A fenti kritériumoknak való megfelelés alapvető, ám nem elégséges feltétele a minősítésnek.

A minősített gazdák körébe tartozhatnak a nagytermelők és a kisebb gazdák is. Természetesen valamennyi jelentkezőnek ugyanolyan kritérium rendszernek kell megfelelniük.

Egyetlen szigorító feltétel jelenik meg. Azok a termelők, akik rendelkeznek pincével is, és más kínáló hellyel is (étterem, kóstoló terem a borászatban, stb.) csak egy helyiséget minősíthetnek a félreértések és a keveredés elkerülése érdekében.

Ez a szigorító feltétel egyben azt is szolgálja, hogy ne lehessen 1-2 termelő bevonásával akár egy 4-5 helyszínes kóstolást megszervezni, ezzel csökkentve a változatos kínálat és az egészséges verseny lehetőségét.

Minősített LEADER Borkínáló Hely

A minősített LEADER Borkínáló Hely kategória felállítása azt szolgálja, hogy azokon a településeken is megjelenhessen a bor, mint kulturális elem, ahol ennek természeti feltétele nincs meg.

A programban részvevő települések:

Balatonalmádi

Balatonfüzfő

Balatonkenese

Berhida

Csajág

Hajmáskér

Királyszentistván

Küngös

Litér

Papkeszi

Pétfürdő

Szentkirályszabadja

Tés

Vilonya

A fenti településeken lehetőséget kell biztosítani arra, hogy a kritérium rendszernek megfelelő vendéglátó ipari egységek minősített helyként bemutathassák a helyi közösség által megtermelt bort és egyéb helyi termékeket.

Az alapvető kritériumok a borkínáló helyek esetében hasonlóak a nyitott pincéknél már megismertekkel:

A helyi közösség területén termelt bor kínálása minimum 80%-ban.

Idegen előállítású bor csak a Balatoni Borrégió területéről származhat, és kizárólag palackozott bor lehet.

Minimum 10 főt tud egyszerre fogadni és kiszolgálni.

Szilárd burkolatú úton megközelíthető

Kapcsolódás a LEADER Nyitott Pincék információs rendszeréhez.

Kerékpáros turisták kiszolgálására alkalmas helyszín.

Helyi termékek bemutatásának lehetősége adott legyen.

Nyitott pince – Speciális helyi termék – Kerékpáros barát szolgáltató

Mint a helyi közösség programja a LEADER nyitott pincék kezdeményezés nem állhat önmagában, meg kell találnia a kapcsolódási pontokat a helyi közösség más értékes programjaival is.

Ez elősegítheti a kapcsolódó programok sikerét és a nyitott pincék program is komoly támogatást kaphat.

A helyi közösség saját védjegy programja kiválóan alkalmas az egymással szorosan összefüggő területek minősítésére és minőségi fejlesztésére.

A nyitott pince programban részt vevő tagoknak ki kell építeniük egy olyan szolgáltatási helyet, mely nem csak saját boruk kínálására és értékesítésére alkalmas, hanem kulturált körülmények között tudják bemutatni és kínálni a közösség helyi termelőinek termékeit is.

További elvárás, hogy a nyitott pincék egyben alkalmasak legyenek a kerékpárral érkező vendégek színvonalas kiszolgálására, azaz kerékpáros barát szolgáltatást nyújtsanak.

Amennyiben a fenti komplex szolgáltató helyek létrejönnek, kiépülhet a helyi közösség területén egy a falusi vendéglátás széles skáláját összefogó, védjegyrendszerrel minősített helyi hálózat.

Ez a helyi hálózat lehetővé teszi, hogy a térségbe érkező, illetve a térség iránt érdeklődő potenciális vendégek alapos információhoz jussanak a térségről, illetve a szerteágazó programok segítségével növelhető a vendégek költési hajlandósága.

Megjelenés, közös arculat

A védjegyrendszerben részt vevő szolgáltatók számára nagyon fontos, hogy a vendégek számára is azonosíthatóan jelenjenek meg. Ennek leginkább kézen fekvő módja, ha az összes szolgáltató közös arculati elemeket használ, még akkor is, ha mindenki egyéni módon is mutatja be kínálatát.

Az arculati elemek használata nem korlátozódhat a szolgáltatási helyre, hanem minden megjelenési formára érvényesnek kell lennie:

- ☞ szolgáltatási hely arculata,
- ☞ kiadványok,
- ☞ szóróanyagok,
- ☞ sajtó megjelenés,
- ☞ internet.

Figyelembe véve, hogy mind az ÚMVP, mind pedig a LEADER rendelkezik saját arculattal, nem célszerű egy teljesen új arculati elemeket tartalmazó rendszert.

Tekintettel a fentiekre kínálkozik a lehetőség, hogy a helyi közösség által már kidolgozott, a LEADER kultúrparkok esetében alkalmazott arculati kézikönyvben megadott elemeket használjuk fel.

Ez egyrészt a védjegyrendszert összekapcsolja a többi LEADER fejlesztéssel másrészt egyszerűsíti a helyi közösség számára az arculati elemek használatát.

Így nem csak a védjegyrendszerben részt vevő összes szolgáltató, de a sok egyéb fejlesztés is egységes, térségi arculattal jelenhet meg a tágabb közösség előtt.

A védjegyrendszer előnyei a szolgáltatók számára

A védjegyrendszernek kizárólag akkor van értelme, ha az előnyöket kínálja a benne részt vevők számára. Ezeknek az előnyöknek közös értelme az ismertség és a bevétel növekedése, mely előnyök közül a pénzügyi eredmény könnyen mérhető és igen csábító is egyben.

A fenti előnyök elérése érdekében a rendszernek saját termelői adatbázist kell kiépítenie. Ennek az adatbázisnak nyilvánosnak kell lennie és lehetőség szerint napra késznek is.

A védjegyrendszert a helyi közösségnek kell működtetnie, ezért logikus, hogy a nyilvántartó rendszer is közösségi kontroll alatt álljon. Ennek fényében kínálkozik a lehetőség, hogy a helyi közösség munkaszervezete kezelje az adatbázist.

A munkaszervezet már eddig is működteti a közösség honlapját, tárolja dokumentumait.

A védjegyrendszerben részt vevő szolgáltatók adatbázisát is ezen a honlapon lehet nyilvánossá tenni, így viszonylag egyszerű lehet egy helyi termék, illetve előállítójának megtalálása.

A nyilvántartás melletti másik feladat a minősítések elvégzése. Amennyiben a minősítési rendszer kevés szubjektív elemmel rendelkezik, viszonylat egyszerű a minősítések elvégzése, így azt gyakorlatilag kérdőívek, táblázatok alapján elvégezhető.

Ez a módszer kizárja a szubjektív, ezáltal vitatható elemeket a rendszerből, így demokratikus és könnyen alkalmazható, mindenki által érthető és elfogadható minősítést eredményez.

Az eddigieket összefoglalva a védjegyrendszer az alábbi előnyöket kínálja fel a potenciális érdeklődők számára:

- ☞ egységes arculat
- ☞ közös információs bázis
- ☞ nagyobb ismertség
- ☞ egységes nyilvántartás
- ☞ egységes minősítési rendszer
- ☞ hálózatosodás
- ☞ bővülő termékspaletta
- ☞ növekvő forgalom és bevétel
- ☞ innovatív ötletek megismerése, terjedése

MINŐSÍTÉSI KRITÉRIUMOK

LEADER Nyitott Pincék minősítési kritériumai

	Két fűrt	Három fűrt	Négy fűrt
Saját termés kínálati aránya	80 %	90 %	90%
HACS közösségi kínálat aránya	20 %	10 %	10%
Befogadó képesség	min 4 fő	6-10 fő	10 fő felett
Közúti elérhetőség	igen	igen	igen
Információs tábla (LEADER)	igen	igen	igen
Kerékpáros barát	igen	igen	igen
Helyi termékek árusítása	igen	igen	igen
Saját helyi termék árusítása	nem	igen	igen
Kizárólag talpas üvegpohárból kínál	igen	igen	igen
Nyitva tartás	nincs, alkalmi	heti két nap	heti három nap
Árlista	igen	igen	igen
Tájékoztatás	telefon	telefon, internet,	telefon, internet, saját kiadvány
Idegen nyelv ismerete	nem	nem	igen
Kézmosási lehetőség	igen	igen	igen

WC 200 méteren belül	igen	igen	igen
Saját WC	nem	nem	igen
Tájjellegű bútorzat	nem	igen	igen
Helyi termék kóstoltatása	nem	igen	igen
Virágosítás	nem	igen	igen
Bemutató foglalkozás tartása	nem	nem	igen

LEADER Borkínáló Hely minősítési kritériumai

	Két kehely	Három kehely	Négy kehely
HACS közösségi termék kínálati aránya	80 %	90 %	90%
Balatoni Borrégió kínálati aránya	20 %	10 %	10%
Befogadó képesség	min 10 fő	15-30 fő	30 fő felett
Szilárd burkolatú úton elérhető	igen	igen	igen
Információs tábla (LEADER)	igen	igen	igen
Kerékpáros barát	igen	igen	igen
Helyi termékek árusítása	igen	igen	igen
Helyi termék árusítása	nem	igen	igen
Kizárólag talpas üvegpohárból kínál	igen	igen	igen
Nyitva tartás	évi 4 hónap	évi 8 hónap	egész évben
Árlista	igen	igen	igen
Tájékoztatás	telefon	telefon, internet,	telefon, internet, saját kiadvány
Idegen nyelv ismerete	igen	igen	igen
Tájjellegű bútorzat	nem	igen	igen
Helyi termék kóstoltatása	nem	igen	igen
Virágosítás	nem	igen	igen
Melegkonyha	nem	igen	igen
Külön kínáló tér	igen	igen	igen

Általános elvárások a minősített szolgáltatókkal szemben

Az előző bekezdésekben felsorolt speciális minősítési kritériumok mellett további általános elvárásoknak is meg kell felelniük a rendszerben regisztrált szolgáltatóknak.

Ezek az elvárások nem speciális feltételek, hanem a vendéglátóval és a szolgáltató hely környezetével kapcsolatos, a mindennapokban természetes ismérvek.

Humánerőforrás:

A szolgáltató illetve alkalmazottja tiszta, kulturált, funkcionális, személyének megkülönböztetésére alkalmas ruházatot viseljen (helyi pincékben szokásos ruházat, kötény, stb.).

A szolgáltató illetve alkalmazottja, tiszta, ápolt legyen.

Tartózkodni kell az extrém ruházattól, feltűnő tetoválástól, testékszertől.

A szolgáltató illetve alkalmazottja viselkedjen tisztelettudóan, figyelmesen.

Fontos a vendégközpontú kommunikáció, udvarias hangnem, informatív tájékoztatás.

A kínáló ismerje a kínált borokat és egyéb helyi termékeket, szakmailag felkészült legyen.

Környezet:

Rendezett, ápolt külső és belső környezet, lehetőleg ápolt zöldterülettel és virágokkal.

Tiszta, szeméttől mentes terület.

Kijelölt dohányzó hely kialakítás, úgy hogy a nem dohányzó vendégeket az a legkisebb mértékben se zavarja.

Épületek külső és belső építészeti állapota gondozott képet mutasson, burkolati hibák ne legyenek, gondoskodni kell a festett és mázolt felületek hibamentes, friss állapotáról. Szükség szerint évi tisztasági meszelést kell végezni.

Megfelelő kínáló bútorzat (székek, padok, asztalok, pohárszék, stb.).

Keletkező szemét kulturált elhelyezését biztosító eszközök megléte és azok folyamatos üritése.

Kerékpártároló kiépítése a fogadó kapacitásnak megfelelő számban.

Eszközök:

Hagyományok borászati eszközök bemutatása (amennyiben azok még fellelhetőek)

Kínáló eszközkészlet állapota kulturált, makulátlanul tiszta állapotú, sérülésmentes.

Mind a borok, mind pedig az egyéb helyi termékek kínálásához szükséges valamennyi eszköz és berendezés rendelkezésre áll.

Információs eszközök:

Borlap, és ha ételt is kínál a szolgáltató, akkor étlap.

Egyéb helyi termék kínálása esetén árlap.

Lehetőség szerint rövid írásos bemutató anyag álljon rendelkezésre a kínált borokról.

Információs anyagok kihelyezése a LEADER és ÚMVP programokról.

Tájba illő útbaigazító táblák kihelyezése az érintett településen.

A védjegyrendszerben részt vállaló valamennyi szolgáltató elérhetőségét és tájékoztató anyagait jól látható helyen kell elhelyezni.

Legalább két, a védjegyrendszerben részt vevő másik szolgáltatót a vendégek felé ajánlania kell a vendéglátó gazdának.

A település, illetve a térségé egyéb idegenforgalmi attrakcióit és rendezvényeit ismertetni kell a vendégekkel.

ÖSSZEGZÉS

A Bakony és Balaton Keleti Kapuja Egyesület területe rendelkezik olyan kihasználatlan potenciállal, ami egy, a helyi termékekre épülő program sikeres megvalósítását jelentheti.

Rendelkezik a térség olyan létező kiemelkedő példával, amely alapján a minőségi termék előállítás megtanulható, rendelkezik a megfelelő humánkapacitással, akár a szakemberek, akár a kertbarát körök tekintetében és rendelkezik azon természeti adottságokkal, amelyek lehetővé teszik helyi termékekhez szükséges alapanyagok előállítását.

A hiányzó élelmiszer vertikumot támogathatja, illetve ez a hiányzó vertikum egészítheti ki a helyi kézművesek gazdag kínálatát.

A mesterségek házában a tradíciók őrzése, bemutatása, tovább adása nem csak turisztikai nevezetesség és vonzerő lehet, segítheti a helyi gazdaság erősödését és nem utolsósorban a helyi identitás őrzését, erősítését.

