

Interreg



Sofinancíra
EVROPSKA UNIJA
Az EURÓPAI UNIÓ
társfinanszírozásával

Slovenija – Magyarország

CROSSDEST

CROSSDEST - Befogadó és fenntartható turizmusért a szlovén-magyar határmenti



Készítette: Pannon Európai Területi Társulás

2025. november 30.



**HELYI TERMÉK JÓ
GYAKORLATOK
KÉZIKÖNYV**

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	3
2. HELYI TAPASZTALATOK ÉS IGÉNYEK.....	4
2.1. WORKSHOPOK	4
2.1.1. WORKSHOP LENTI	4
2.1.2. WORKSHOP BANUTA	4
2.1.3. WORKSHOPOK TAPASZTALATAI	5
3. NEMZETKÖZI JÓ GYAKORLATOK	10
3.1. A FEJEZET CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA	10
3.2. JÓ GYAKORLATOK BEMUTATÁSA	11
3.2.1. BOHINJ (SZLOVÉNIA) – A „BOHINJSKO” MÁRKA ÉS A SLOVENIA GREEN MODELL	11
3.2.2. GENUSSREGION (AUSZTRIA) – HELYI ÍZEK ÉS MINŐSÍTETT TURIZMUS STÁJERORSZÁGBAN	16
3.2.3. VIPAVA-VÖLGY (SZLOVÉNIA) – A GREEN GOURMET ROUTE ÉS A GASZTROTURIZMUS	20
3.2.4. SOUTH TYROL / ALTO ADIGE (OLASZORSZÁG) – A „RED ROOSTER” AGRÁRTURIZMUS RENDSZERE.....	24
3.2.5. LAKELAND (FINNORSZÁG) – FENNTARTHATÓ GASZTROTURIZMUS ÉS DIGITÁLIS LÁTHATÓSÁG	28
3.2.6. ALPE ADRIA TRAIL (AUSZTRIA–SZLOVÉNIA–OLASZORSZÁG) – HATÁRON ÁTNYÚLÓ TURIZMUS ÉS KÖZÖS FOGLALÁSI RENDSZER.....	32
3.3. TANULSÁGOK ÉS BUKTATÓK A HELYI TERMÉKEK TURISZTIKAI INTEGRÁCIÓJÁBAN.....	36
3.3.1. A SIKERES INTEGRÁCIÓ KÖZÖS JELLEMZŐI	36
3.3.2. A BUKTATÓK	38
4. JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET	39
4.1. BEVEZETÉS.....	39
4.2. AZ EURÓPAI UNIÓ JOGI KERETEI	39
4.2.1. AZ EGYSÉGES BELSŐ PIAC JOGI ALAPJAI	39
4.2.2. AZ ÁRUK SZABAD MOZGÁSA ÉS A KÖLCSONÖS ELISMERÉS ELVE.....	39
4.2.3. ÉLELMISZERJOG ÉS NYOMONKÖVETHETŐSÉG	40
4.2.4. KIVÉTELI ÉS KÖNNYÍTETT SZABÁLYOK	40
4.2.5. ADÓZÁSI ÉS ÁFA-SZABÁLYOK	40
4.2.6. NEMZETKÖZI MEGÁLLAPODÁSOK.....	40
4.3. A MAGYAR JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET.....	41
4.3.1. HATÓSÁGI STRUKTÚRA	41
4.3.2. A HELYI TERMÉK FOGALMA ÉS VÉDELME	41
4.3.3. TERMELŐI KATEGÓRIÁK	41
4.3.4. ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁK ÉS KORLÁTOZÁSOK.....	42
4.3.5. ADÓZÁS ÉS ÁFA	42

4.3.6.	BORKÉSZÍTÉS ÉS PÁRLATKÉSZÍTÉS	42
4.4.	A SZLOVÉN JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET	42
4.4.1.	FŐBB HATÓSÁGOK	42
4.4.2.	A MEZŐGAZDASÁGI TERMELŐK ÉS KISTERMELŐK SZABÁLYOZÁSA	42
4.4.3.	ADÓZÁS ÉS ÁFA-MENTESSÉG	43
4.4.4.	BOR- ÉS SZESZESITAL-TERMELÉS	43
4.4.5.	HELYI VÁSÁROK ÉS ÖNKORMÁNYZATI SZABÁLYOZÁS.....	43
4.5.	A MAGYAR ÉS SZLOVÉN SZABÁLYOZÁS ÖSSZEHOSONLÍTÁSA	44
4.6.	JAVASOLT JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV MEGOLDÁSOK	44
4.6.1.	JOGI MEGOLDÁS	44
4.6.2.	ADMINISZTRATÍV MEGOLDÁS	44
4.6.3.	OKTATÁSI ÉS GYAKORLATI TÁMOGATÁS	45
4.7.	ÖSSZEGZÉS.....	45
5.	FORRÁSJEGYZÉK	46
6.	KÉPEK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	48



1. BEVEZETÉS

A kézikönyv a CROSSDEST – Cross-border destination development for inclusive and sustainable tourism in the Slovenian-Hungarian border region című, Interreg Szlovénia–Magyarország 2021–2027 program keretében megvalósuló projekt keretében készült.

A projekt célja, hogy a szlovén–magyar határmenti térségben létrejöjjön egy **egységes, fenntartható, „zöld” turisztikai desztináció**, amely a nemzetközi **Green Destinations (GD)** és **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** standardoknak megfelelő minősítési rendszerre épül.

A program központi törekvése, hogy **a fenntarthatóság, a hozzáférhetőség és a minőség** egységes szempontok mentén jelenjen meg mind a turisztikai szolgáltatásokban, mind a desztinációk fejlesztésében. A projekt partnerei közösen dolgoznak azon, hogy a térség turisztikai szereplői felkészülhessenek a nemzetközi fenntarthatósági minősítések megszerzésére, és a határ két oldalán **összekapcsolódó, körforgásos gazdasági és turisztikai hálózat** alakuljon ki.

A projekt külön hangsúlyt fektet a **helyi termékek és szolgáltatások** turisztikai integrációjára. A fenntartható turizmus nem képzelhető el a **helyi gazdaság szereplőinek, termelőinek és kézműveseinek** aktív részvétele nélkül. A helyi termékek nemcsak a térség gasztronómiai és kulturális identitását erősítik, hanem **hozzájárulnak a turizmus zöld átmenetéhez**: csökkentik a szállítási távolságokat, támogatják a rövid ellátási láncokat, és növelik a helyi lakosság gazdasági részvételét.

A kézikönyv célja, hogy:

- **feltárja a helyi szereplők igényeit és tapasztalatait** a fenntartható turizmus és helyi termékek integrációja terén (mélyinterjúk és workshopok alapján),
- **bemutassa azokat a nemzetközi jó gyakorlatokat**, amelyek sikeresen ötvözik a turizmust és a helyi gazdaságot a Green Destinations és GSTC elveivel összhangban,
- **összegzi a releváns jogi és adminisztratív kereteket**, amelyek ismerete elengedhetetlen a helyi szereplők számára,
- és végül **irányt mutasson** a szlovén–magyar határmenti térség fenntartható, közösségi alapú turizmusfejlesztéséhez.

A kézikönyv a kutatási és gyűjtőmunka eredményeit **gyakorlati szemléletben** rendszerezi, hogy a benne bemutatott példák, ajánlások és sablonok a térség önkormányzatai, turisztikai szervezetei, piacszervezői, valamint helyi termelők számára **kézzel fogható útmutatóként** szolgáljanak.

A dokumentum hozzájárul a CROSSDEST projekt hosszú távú céljához: egy **összekapcsolt, hitelesen „zöld” desztináció** létrehozásához, ahol a fenntartható turizmus, a helyi termékek, a közösségi együttműködés és a körforgásos gazdaság egymást erősítve formálják a térség jövőjét.



2. HELYI TAPASZTALATOK ÉS IGÉNYEK

2.1. WORKSHOPOK

A CROSSDEST projekt kutatási szakaszának részeként 2025 őszén két szakmai workshop valósult meg, amelyek célja a szlovén–magyar határtérség szereplőinek közvetlen bevonása, valamint a helyi tapasztalatok és igények közös feldolgozása volt.

Az események a korábbi felmérések és mélyinterjúk eredményeire építve teremtettek lehetőséget a termelők, turisztikai szolgáltatók, szakértők és önkormányzati képviselők párbeszédére.

2.1.1. WORKSHOP LENTI

Az első workshop **2025. október 20-án Lentiben**, a **Hotel Balance** konferenciatermében zajlott, „**A helyi termelők határon átnyúló turisztikai szerepvállalásának erősítése a szlovén–magyar határtérségben**” címmel.

Az eseményen **helyi termelők, turisztikai szervezetek munkatársai, turisztikai szolgáltatók, szakmai szervezetek képviselői**, valamint **agroturisztikai szakértő, tartalomgyártó, kézművesek és kisgazdaságok tulajdonosai** vettek részt.

A rendezvényen bemutatásra kerültek az **alternatív élelmiszer-hálózatok, a helyi termékek turisztikai integrációja**, valamint a **határon átnyúló együttműködések lehetőségei és kihívásai**.

A délelőtti **szakmai előadásokat** követően a délutáni programban **interaktív, moderált tudás- és tapasztalatcsere** zajlott.

2.1.2. WORKSHOP BANUTA

A második szakmai workshopra **2025. november 18-án Banután** került sor, a szlovén projektpartnerek közreműködésével.

A workshop első műhelymunka szakmai folytatásaként valósult meg, így a korábbi tapasztalatokra építve már célzottan a **közös fejlesztési irányok, a piacszervezési modellek**, valamint a **fenntartható turisztikai integráció** kérdéseire fókuszált.

A műhely kiemelt célja az volt, hogy a határ két oldalán működő helyi termelők és turisztikai szolgáltatók **gyakorlati együttműködését erősítse**. A résztvevők konkrét példákon keresztül ismerhették meg, hogyan épülhetnek be a helyi termékek a térség turisztikai kínálatába, és milyen új lehetőségeket kínál a közös fejlesztés a Muravidéken és a magyar oldalon.

A banutai esemény több szempontból is új elemekkel gazdagította a projekt szakmai munkáját. Bemutatásra kerültek szlovén és magyar jó gyakorlatok, köztük a Muravidéki Mintagazdaság és a Maribori Egyetem szakértői által hozott példák, amelyek kézzelfogható mintát adtak az együttműködések gyakorlati megvalósítására.

A szakmai előadásokat **kerekasztal-beszélgetés** egészítette ki, amelyben a helyi együttműködések lehetőségei, kihívásai és a gyakorlati akadályok kerültek a fókuszba. A nap fontos része volt továbbá a kötetlen ebéd melletti kapcsolatépítés, amely lehetőséget adott arra, hogy a résztvevők személyes, közvetlen beszélgetéseken keresztül alakítsanak ki új szakmai kapcsolatokat.

2.1.3. WORKSHOPOK TAPASZTALATAI

A két workshop értékes lehetőséget teremtett arra, hogy a helyi szereplők tapasztalatai, meglátásai és gyakorlati tudása közvetlenül beépülhessen a kutatásba. A közös gondolkodás és a szakmai párbeszéd valódi **tudásmegosztást** eredményezett, miközben a résztvevők közötti kapcsolatok erősödésével **hálózatépítési folyamat** is zajlott. Ennek köszönhetően pontosabb kép rajzolódott ki arról, hogy mely területeken jelentkeznek a legnagyobb kihívások, és hol mutatkozik igény célzott beavatkozásokra. A műhelymunka során kirajzolódó tapasztalatok egyértelműen hozzájárultak a térség komplex helyzetének és beavatkozási lehetőségeinek megértéséhez.

A határon átnyúló értékesítés kapcsán elsődlegesen **az adózási és adminisztratív környezet összetettsége** jelent meg problémaként. A magyar és szlovén előírások bonyolultsága és nehéz átláthatósága jelentős terhet ró a kisebb termelőkre, különösen akkor, ha külföldi piacokon is meg kívánnak jelenni. A gyakorlatban előfordultak olyan esetek, amikor a helyi szabályok nem teljes körű ismerete **pénzügyi szankciókat** eredményezett, ami tovább növelte a bizonytalanságot, és visszatartja a termelőket a határ túloldalán történő értékesítéstől. Ennek alapján igényként merült fel a két ország jogszabályi környezetének közelítése és **az adminisztratív terhek csökkentése**, amely átláthatóbb és biztonságosabb feltételeket teremtené a határon átnyúló értékesítéshez.

A piacfejlesztési beruházásokkal kapcsolatban **a hatékonyság kérdése** került előtérbe. Korábbi fejlesztések esetében gyakran nem a helyi termelői és fogyasztói igények feltárása határozta meg az irányokat, hanem elsősorban a rendelkezésre álló pályázati lehetőségek. Emiatt több településen olyan piacok jöttek létre, amelyek **nem vagy csak korlátozottan működnek**, illetve alacsony a kihasználtságuk. Ezzel szemben azok a helyszínek bizonyultak sikeresnek, ahol **aktív, elkötelezett piacszervező** működik, aki közösségi szerepet is vállal és biztosítja a piac folyamatos életét.

Az ellenőrzési gyakorlatok kapcsán problémaként jelent meg, hogy bár az eljárások országosan egységes szabályokra épülnek, a gyakorlatban **térségenként eltérő értelmezések** tapasztalhatók. Ez ahhoz vezethet, hogy ugyanaz a tevékenység egyik járásban elfogadott, míg máshol kifogás merül fel vele kapcsolatban, ami **kiszámíthatatlan működési környezetet** és akár versenyhátrányt is okozhat a termelők számára.

Az ökogazdálkodás területén több nehézség is felmerült. Egyrészt az **ökológiai minősítés megszerzésének többéves időigénye** jelent komoly kihívást. Az átállási időszak alatt a gazdaság ugyan már bioelvek szerint működik, de termékei mégsem értékesíthetők „öko” jelöléssel, így a jelentkező többletmunkához és többletköltségekhez **nem társul azonnali bevételnövekedés**. Másrészt az ökológiai állattartásban **hosszú megtérülési idő** jellemző: egyes állatfajok csak több év tartás után válnak értékesíthetővé. A folyamatos költségek és a későn jelentkező bevétel különösen a kisebb családi gazdaságok számára okoz jelentős terheket.

Beavatkozási javaslatok

A feltárt akadályok és rendszerszintű problémák világos irányokat jelölnek ki arra vonatkozóan, hogy hol indokolt célzott fejlesztési beavatkozásokkal javítani a rendszerek működését a térség helyi termék- és turisztikai együttműködéseinek megerősítése érdekében:

KORMÁNYZATI ÉS SZABÁLYOZÓI SZINTŰ BEAVATKOZÁSOK

- **Az adózási környezet egyszerűsítése és átláthatóbbá tétele**

A kistermelők és agroturisztikai szereplők működését jelenleg jelentősen nehezíti az **adózási és adminisztratív környezet összetettsége**, különösen akkor, amikor **határon átnyúló értékesítés** történik. A magyar és szlovén szabályozások eltérő rendszere, a kategóriák nehézkes összehangolhatósága és a **gyakori jogszabályváltozásokból fakadó bizonytalanság** mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a termelők sok esetben információhiánnyal küzdenek, amely akár **pénzügyi kockázatokat** is eredményezhet.

Indokolt ezért egy **átláthatóbb, egyszerűbb és kiszámíthatóbb adózási környezet** kialakítása, amely figyelembe veszi a **kistermelői sajátosságokat**, lehetővé teszi **egyszerűsített eljárások** bevezetését, és adaptálja a régió **jó gyakorlatait** – például a **horvát rendszer gyors és egyértelmű ügyintézési megoldásait**. A helyzet javítását segítené egy **kétoldalú információs felület** is, ahol közérthető, naprakész tájékoztatás érhető el a határon átnyúló adózási, higiéniai és élelmiszerjogi előírásokról.

Mindemellett fontos lenne egy **stabilabb, kiszámíthatóbb jogszabályi háttér** biztosítása, amely többéves tervezhetőséget nyújt a gazdálkodóknak.

- **Egységes ellenőrzési és értelmezési gyakorlat kialakítása**

A jelenlegi ellenőrzési rendszerben jelentős eltérések mutatkoznak abban, hogy a hatósági előírásokat az egyes járásként hogyan értelmezik. Ez olyan helyzetet teremt, amelyben ugyanaz a tevékenység egyik térségben elfogadott, máshol viszont **kifogás alá esik**, akadályozva a **kiszámítható és versenysemleges működést**.

Országos szintű harmonizációra van szükség, amely egységes **értelmezési útmutatókat**, közös **képzéseket** és olyan gyakorlatot biztosít, amely a **jogalkalmazás egységességét** teremti meg. Ez egyszerre erősítené a **termelők jogbiztonságát** és a **fogyasztói bizalmat**.

- **A kistermelők pénzügyi stabilitásának és fejlesztési kapacitásának erősítése**

A kisgazdaságok működésére általánosan jellemző a **korlátozott tőkeellátottság**, a **szezonálisból fakadó bevételeingadozás**, valamint a gyakran **hosszú megtérülési idők**, amelyek együttesen jelentős likviditási kihívást jelentenek. Ezek a tényezők sok esetben akadályozzák a termelők fejlesztéseit, a gépesítést, a minőségbiztosítási beruházásokat, vagy akár a határon átnyúló értékesítési lehetőségek kiaknázását is.

Ezért indokolt egy szélesebb körű **pénzügyi ösztönzőrendszer** kialakítása, amely kedvezményes vagy támogatott konstrukciókkal segíti a kistermelők rövid- és középtávú fejlesztéseit. Ide tartozhatnak a **mikrohitelek**, a **forgóeszköz-finanszírozási eszközök**, a **fejlesztési célú kedvezményes hitelprogramok** vagy az **előfinanszírozási konstrukciók**, amelyek hozzájárulnak a gazdaságok **likviditásának fenntartásához** és fejlesztési képességük bővítéséhez.

Az ökogazdálkodásra történő átállás többéves folyamat, amely során a gazdálkodók már a **bioelvek szerint termelnek**, ugyanakkor még nem részesülhetnek az „**öko**” minősítés piaci előnyeiből. A többletköltségek és bevételkiesések miatt ebben az időszakban különösen fontosak a **kiegészítő átmeneti támogatások**, az **átmeneti tanúsító kategóriák**, valamint az átállás költségeit enyhítő pénzügyi eszközök.

A kistermelők általános pénzügyi támogatása és az ökológiai átállás célzott ösztönzése együttesen járul hozzá a gazdaságok hosszú távú **pénzügyi fenntarthatóságához** és fejlesztési képességének megerősítéséhez.

INTÉZMÉNYI ÉS SZAKMAI SZERVEZETEKHEZ KAPCSOLÓDÓ BEAVATKOZÁSOK

- **Határon átnyúló értékesítési tudásanyag és mentorhálózat kialakítása**

A határon átnyúló értékesítéshez szükséges információk jelenleg **széttagoltak és nehezen elérhetők**. Egy **magyar-szlovén információs és tanácsadó platform** létrehozása jelentősen csökkentené az információhiányból fakadó hibák és **bírsághelyzetek** esélyét.

Mindezt kiegészítheti egy **mentorhálózat**, amely személyre szabott támogatást ad a termelőknek az első lépések során, legyen szó **adózási, higiéniai, élelmiszerjogi** vagy **adminisztratív** feladatokról.

- **Piacszervezői kompetenciák fejlesztése**

A termelői piacok sikeressége nagymértékben függ az **elkötelezett és felkészült piacszervezőktől**. Ennek érdekében szükség van olyan **képzési programokra, mentorálási lehetőségekre** és szakmai **tudásmegosztó műhelyekre**, amelyek fejlesztik a **piacmenedzsmenttel, kommunikációval és közösség-szervezéssel** kapcsolatos kompetenciákat.

Ez hozzájárul a piacok **hosszú távon fenntartható**, helyi igényekre épülő működéséhez.

- **Igényalapú piacfejlesztés és fenntartható működtetés**

A sikeres piacfejlesztés alapfeltétele a **valós termelői és fogyasztói igények** megismerése. A tapasztalatok alapján azok a piacok működnek jól, ahol a fejlesztés mögött **közösségi együttműködés** és előre kidolgozott **üzemeltetési koncepció** áll.

Ennek érdekében elengedhetetlen a **helyi közösségek bevonása**, az **igényfelmérések** készítése és olyan fejlesztési modellek alkalmazása, amelyek **hosszú távon is működtethetők**.

HELYI SZEREPLŐKHÖZ ÉS KÖZÖSSÉGEKHEZ KAPCSOLÓDÓ BEAVATKOZÁSOK

- **Oktatási és szemléletformáló programok kialakítása a fogyasztók számára**

A helyi termékek iránti kereslet növelésének egyik kulcsa a **fogyasztói szemlélet formálása** és a helyi élelmiszerlánc működésének megismertetése.

A fogyasztók gyakran nincsenek tisztában a helyi gazdaságok szerepével, az öko-gazdálkodás előnyeivel vagy azzal, hogy a helyi vásárlás milyen közösségi és gazdasági hatásokkal jár. Ennek felismerése alapján olyan **oktatási, közösségi és turisztikai programok** kialakítása szükséges, amelyek közelebb hozzák a termelők munkáját a mindennapi vásárlókhoz.

Ilyen kezdeményezések lehetnek a **termelői nyílt napok, farm-látogatások, interaktív bemutatók**, helyi ételkészítő workshopok vagy akár iskoláknak és családoknak szóló **tudásmegosztó programok**, amelyek bemutatják az ökológiai gazdálkodás értékeit. A szemléletformálásnak van egy olyan hozadéka is, hogy erősíti a **tudatos vásárlói kultúrát**, ami hosszú távon stabilabb keresletet biztosíthat a helyi termékek számára.

- **Közös turisztikai csomagok és élményprogramok fejlesztése**

A helyi termékek turisztikai integrációja hatékony eszköz lehet a térség vonzerejének növelésére és a termelők láthatóságának erősítésére. A workshopokon több alkalommal felmerült az igény olyan **határ menti, közös élménycsomagok** kialakítására, amelyek összekapcsolják a **gasztronómiát**, a **helyi termékeket**, az **élményalapú látogatásokat** és a **turisztikai szolgáltatásokat**.

Ezek közé tartozhatnak a **kóstolótúrák, tematikus hétvégék, farm-látogatások, gasztronómiai események**, vagy akár olyan útvonalak létrehozása, amelyek több település helyi termékeit és kulturális értékeit kapcsolják össze. Az ilyen csomagok nemcsak a régió **turisztikai arculatát erősítik**, hanem új **bevételi lehetőségeket** is teremtenek a termelők és szolgáltatók számára, miközben növelik a helyi termékekhez kötődő élményértéket.

A közös ajánlatok egységes kommunikációja – akár magyar-szlovén összefogással – elősegíti, hogy a térség **jól pozícionált, együttműködésen alapuló turisztikai desztinációként** jelenjen meg.

- **Helyi együttműködések és közösségi kapcsolatok erősítése**

A helyi szereplők összefogása nélkülözhetetlen ahhoz, hogy a termelői piacok, közösségi események és turisztikai programok hosszú távon működőképesse váljanak. Sok esetben a termelők és szolgáltatók közötti kapcsolat informális, eseti vagy hiányos, ami gátolja a közös fellépést és a piacra jutást. Éppen ezért szükség van olyan **helyi együttműködési platformok** kialakítására, amelyek rendszeresen összehozzák az érintetteket, megosztják egymással a tudást és felgyorsítják a közös kezdeményezések kialakulását.

Ilyen platformok lehetnek a **tematikus munkacsoportok**, a helyi termelők és szolgáltatók számára szervezett **műhelymunkák**, a **kóstolóesemények**, vagy a **közösségi bevonásra épülő fejlesztéstervezési folyamatok**. Ezek a programok erősítik a bizalmat, lehetőséget teremtenek új együttműködések kialakulására, és elősegítik, hogy a helyi szereplők aktív részesei legyenek a térségi értéklánc fejlesztésének.

A fent felsorolt fejlesztési beavatkozások mellett **kiemelten fontos lenne**, hogy a térségben kialakult együttműködések és fejlesztések ne kizárólag **projektalapú finanszírozásra** támaszkodjanak. Bár e konstrukciók jelentős eredményeket generáltak, lezárulásukat követően a tevékenységek jellemzően megszakadnak, ami a fejlesztési folyamatok **széttöredezettségét és a hatások diszkontinuitását** eredményezi.

Mindemellett megállapítható, hogy az eddigi kezdeményezések többnyire **egymástól izoláltan, stratégiai koordináció nélkül** működtek, így az elért eredmények **hosszú távú integrációja és rendszerszintű fenntartása** korlátozott.

Szükséges tehát egy olyan **stabil, intézményesült működési és finanszírozási keret** kialakítása, amely **hosszú távon is kiszámítható forrásokkal** támogatja a **folyamatok folytonosságát, összehangolását és fenntartható fejlődési pályára állítását**.

3. NEMZETKÖZI JÓ GYAKORLATOK

3.1. A FEJEZET CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA

A **fenntartható turizmus fejlesztése** napjainkban egyre inkább azon a felismerésen alapul, hogy a gazdasági, környezeti és társadalmi célok csak **integrált, helyi alapú megközelítéssel** érhetők el. Ebben a szemléletben kiemelt jelentőséggel bírnak azok a **nemzetközi jó gyakorlatok**, amelyek **sikeresen ötvözik a helyi termékek előállítását, a gasztronómiát, a közösségi együttműködést és a turisztikai szolgáltatásokat**.

E példák közös jellemzője, hogy a turizmus fejlesztését nem önálló gazdasági tevékenységként, hanem a **helyi gazdaság, a tájhasználat és a közösségi identitás** szerves részeként kezelik.

A **CROSSDEST projekt** ezen megközelítést követve arra törekszik, hogy a **szlovén–magyar határmenti térség** szereplői közösen dolgozzák ki a **fenntartható, „zöld” desztinációfejlesztés regionális modelljét**. A projekt célja, hogy a **Green Destinations (GD)** és a **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** nemzetközileg elismert fenntarthatósági standardjaihoz igazodva olyan **határon átnyúló, körforgásos turisztikai hálózatot** hozzon létre, amely a helyi termékekre, az élményalapú vendéglátásra és a közösségi gazdasági együttműködésekre épül.

A kutatás során a partnerség olyan **európai mintaterületeket** vizsgált, ahol a fenntarthatóság elvei **már beépültek a desztinációk mindennapi működésébe**, és ahol a turizmus, a helyi gazdaság és a közösségi hálózatok **kölcsönösen erősítik egymást**.

A vizsgálat fő szempontjai a következők voltak:

- a **helyi termékek** beépülése a turisztikai kínálatba (gasztroturizmus, kézműves termékek, rövid ellátási láncok),
- a **fenntarthatósági minősítéssel** rendelkező desztinációk működési modellje,
- valamint a **közösségi szereplők** (önkormányzatok, piacszervezők, civil hálózatok) részvétele a fejlesztési folyamatokban.

A kiválasztott nemzetközi esettanulmányok az alábbi országokból és programokból származnak:

Szlovénia (Bohinj, Vipava-völgy, Alpe Adria Trail), Ausztria (AMA Genuss Region), Olaszország (Red Rooster / South Tyrol) és Finnország (Lakeland).

E példák egyaránt mutatnak **országos szintű hálózatépítési modelleket** (pl. minősítési rendszerek, tematikus útvonalak, digitális foglalási és tanúsítási platformok) és **helyi szintű adaptációkat** (pl. termelői és turisztikai együttműködések, közösségi piacok, élményalapú gasztronómiai programok).

A minták összehasonlítása lehetővé teszi annak feltárását, hogy mely tényezők biztosítják a helyi termékek sikeres integrációját a turizmusba, és melyek azok a működési elemek, amelyek adaptálhatók a **szlovén–magyar határtérség** fejlesztési modelljébe.



1. kép A vizsgált nemzetközi mintaterületek

3.2. JÓ GYAKORLATOK BEMUTATÁSA

3.2.1. BOHINJ (SZLOVÉNIA) – A „BOHINJSKO” MÁRKA ÉS A SLOVENIA GREEN MODELL

Bohinj Szlovénia északi részén, a **Triglav Nemzeti Park** szívében fekvő alpesi térség, amely mára **Európa egyik legelismertebb fenntartható turisztikai mintadesztinációjává** vált.

A település 2024-ben ismét elnyerte a **Slovenia Green Platinum** minősítést – ez a legmagasabb fokozat, amely kizárólag azoknak a desztinációknak jár, amelyek hosszú távon, átláthatóan és mérhetően fejlesztik a fenntartható turizmus gyakorlatát.

Bohinj tagja az **Alpine Pearls** hálózatnak is, amely azokat az alpesi közösségeket fogja össze, amelyek elkötelezettek a környezetkímélő mobilitás, a biodiverzitás védelme és a hagyományos életmód megőrzése mellett.

A térségben **5 275 lakos** él, **9 822 vendégággal**, és évente **több mint 840 000 vendégéjszakát** regisztrálnak. A nyári szezonban a lakosságszám gyakorlatilag megduplázódik, ami külön kihívást jelent az ivóvíz-, energia- és hulladékgazdálkodás, valamint a közösségi közlekedés terén – ezekre azonban Bohinj **rendszerszintű, hosszú távú megoldásokkal** válaszolt.



2. kép <https://www.bohinj.si/en/slovenia-green/>

A tejtermelő gazdaságok átalakulása – a helyi gazdaság új alapjai

Bohinj hagyományosan **tejtermelő vidék**, ahol a gazdaságok generációk óta tejfeldolgozással és sajtkészítéssel foglalkoznak.

Ahogy azonban a turizmus egyre fontosabb gazdasági tényezővé vált, a helyi vendéglátóhelyek és szállasadók növekvő keresletet mutattak a **friss, helyi alapanyagok** – zöldségek, gyümölcsök, feldolgozott kézműves termékek – iránt.

A gazdák számára ez új lehetőséget jelentett: a tejtermelés mellé kiegészítő, **diverzifikált mezőgazdasági tevékenységek** épültek, amelyek a helyi piacok és a turizmus kiszolgálását célozták. Ez lett az alapja annak a folyamatnak, amely Bohinj gazdaságát a **„helyi termék-turizmus szinergia”** modelljévé tette.

A „Bohinjsko / From Bohinj” minősítési rendszer

A turizmus és a mezőgazdaság összekapcsolásának kulcsa a **„Bohinjsko / From Bohinj”** tanúsítási rendszer, amely a helyi eredetet, a fenntartható előállítást és a közösségi értékeket garantálja. A védjegyet a **Turizem Bohinj** szervezet koordinálja, és ma már egy jól működő, átlátható rendszerben fogja össze a térség gazdasági szereplőit:

- **63 tanúsított szolgáltató**
- **183 gasztronómiai termék**
- **69 étterem és vendéglátóhely**
- **28 vezetett élményprogram**
- **7 minősített szálláshely**

A rendszer célja, hogy a helyi termelés és szolgáltatás **egységes, megbízható minőségi struktúrában** jelenjen meg, ahol a vendégek és a helyiek tudatosan választhatják a fenntartható, „bohinji” termékeket és élményeket.

Helyi ellátási lánc: „Od vil do vilic” – A szántóföldtől a villáig

A tejtermelő gazdaságok átalakulásának egyik leglátványosabb eredménye a Turizem Bohinj kezdeményezésére létrejött hálózat a **termelőket, vendéglátókat, piacokat és iskolákat** kapcsolja össze, így hozva létre egy modern, rövid ellátási láncot.

Két év alatt a program **7-ről 9 termelőre és 12-ről 23 vásárlóra** bővült (éttermek, boltok, közintézmények). A művelt terület **1 hektárról 6 hektárra** nőtt, és 2024-ben a gazdaságok **több mint 6 tonna friss zöldséget és gabonát** szállítottak a helyi vendéglátásba, **12 000 eurót meghaladó árbevétellel**.

A program bebizonyította, hogy a rövid ellátási lánc **nemcsak környezetileg fenntarthatóbb, hanem gazdaságilag is stabilabb**, csökkenti az importfüggőséget, és megerősíti a helyi önellátást.

A bohinji reggeli – a helyi ízek turisztikai csomagban



3. kép <https://www.bohinj.si/en/from-bohinj/bohinj-breakfast/>

A „Bohinjski zajtrk / Bohinj Breakfast” a helyi termelők és a turisztikai szereplők közös fejlesztése. A vendégek háromféle reggeli közül választhatnak – húsos, vegetáriánus és vegán – mind helyi alapanyagokból, a „From Bohinj” védjegy alatt.

A rendeléseket a szálláshelyek vagy az online felület gyűjtik, a kiszállítás **újrahasznosítható csomagolásban, elektromos járművekkel** történik.

A kezdeményezés 2024-ben elnyerte a **Green Cuisine Award** díjat, és mára a bohinji turisztikai kínálat egyik legnépszerűbb, ikonikus eleme lett.

Környezeti és fenntarthatósági eredmények

Bohinj környezeti teljesítményét pontos, mérhető adatok támasztják alá:

- **Ivóvízfogyasztás (2024):** 256 813 m³/év → 133 liter/fő/nap
- **Hulladékkibocsátás:** 2 685 512 kg/év → 509 kg/fő
- **Közösségi közlekedés:** 59 039 utas/év, 8 új transzferjárat
- **Szénlábnyom-csökkentés:** elektromos hajók és buszok a tó körül
- **Energiatudatosság:** a szálláshelyek 25–30%-os energiamegtakarítást értek el víztakarékos zuhanyfejekkel és automatizált világítással

A „**Precious Water Drops**” kampány a víz értékére hívja fel a figyelmet: a helyi hotelek és vendégházak edukációs anyagokat használnak, és a mosás gyakoriságát heti egy alkalomra korlátozták, ezzel évente több ezer liter vizet és energiát spórolva.

Fenntarthatóság a gyakorlatban – helyi példák

A „**First Mile**” projekt (2022–2025) keretében Bohinj tíz turisztikai vállalkozása valósított meg gyakorlati fenntarthatósági fejlesztéseket:

- **Hiša Pr' Budkovič** – ivókutas újratöltőpont, évente 20 kg műanyag hulladék-megtakarítás
- **Butterfly Lodge** – víztakarékos zuhanyfejek, 25%-os víz- és áramcsökkenés
- **Kamp Danica** – ingyenes zuhanyprogram, 13%-os vízmegtakarítás
- **Divja Jaga étterem** – újratölthető poharak, 1500 műanyag pohárral kevesebb nyáron
- **Koča na Uskovnici** – 74%-os palackozott italcsökkentés, helyben készített szörpök

A változások aprók, de rendszerszintű hatást váltanak ki: a cél, hogy a fenntarthatóság **alapértelmezett működési formává** váljon minden szolgáltatónál.

Digitális jelenlét és kommunikáció

Bohinj ma a digitális **zöld turizmus mintapéldája**.

A www.bohinj.si weboldal és a kiadványok QR-kódos rendszere lehetővé teszi, hogy a látogatók valós időben kapjanak információt a programokról, piacokról, szállásokról és fenntarthatósági adatokkal ellátott attrakciókról.

A Turizem Bohinj kommunikációja modern, interaktív és edukatív, a „zöld gondolkodás” élményként jelenik meg.

A látogatók könnyedén hozzáférhetnek az eseménynaptárhoz, a „Bohinjski zajtrk” rendelési oldalához, a Juliana Trail túraútvonalhoz, vagy akár a helyi fenntarthatósági jelentésekhez.

A digitális platform átlátható, naprakész és esztétikus – ez teszi Bohinj-t Európa egyik leginnovatívabb zöld desztinációjává.

Bohinj mint desztinációmenedzsment-modell

A Turizem Bohinj szervezet 2003 óta dolgozik stratégiai alapon, amely a helyi gazdasági, környezeti és társadalmi szereplők együttműködésére épül.

A stratégia alappillérei:

- rövid ellátási láncok támogatása
- helyi vállalkozások ösztönzése
- táj- és örökségvédelem
- körforgásos gazdasági elvek
- környezettudatos mobilitás

A központi elv világos: a turizmus csak akkor fenntartható, ha a helyi közösséggel közösen, a természet és a kulturális örökség tiszteletben tartásával valósul meg.

Szezonális fenntarthatóság – Bohinj egész évben élmény

Bohinj a négy évszak mindegyikében aktív, élő és fenntartható desztináció.

Nyáron termelői piacok és fesztiválok (Bohinj Summer Market, Bohinjska Noč), ősszel a Cheese and Wine Festival és a Fly Fishing Festival, télen pedig az OKO Photo Festival hívja fel a figyelmet a természet és a kultúra harmóniájára.

A szezonális kínálat nemcsak a **turizmus diverzifikációját** segíti, hanem biztosítja a helyi termelők és szolgáltatók **egész éves megélhetését** is.

**„BUT YOU WON’T ALWAYS BE OUR TOP PRIORITY. THIS IS
RESERVED FOR BOHINJ COWS.”**

Ez a mottó tökéletesen összefoglalja a bohinji szemléletet:

a természet az első, az ember pedig akkor része a közösségnek, ha
tisztellel kapcsolódik hozzá.



4. kép <https://www.slovenia-green.si/>

ÖSSZEGZÉS

Bohinj ma az egyik legkomplexebb és leginspirálóbb zöld desztináció Európában.

A tejtermelésből kiinduló helyi gazdaság, a „From Bohinj” tanúsítási rendszer, a rövid ellátási láncok, a közösségi reggelik és a fenntartható vállalkozások mind olyan átvehető mintát adnak, amely a CROSSDEST térségben is közvetlenül alkalmazható.

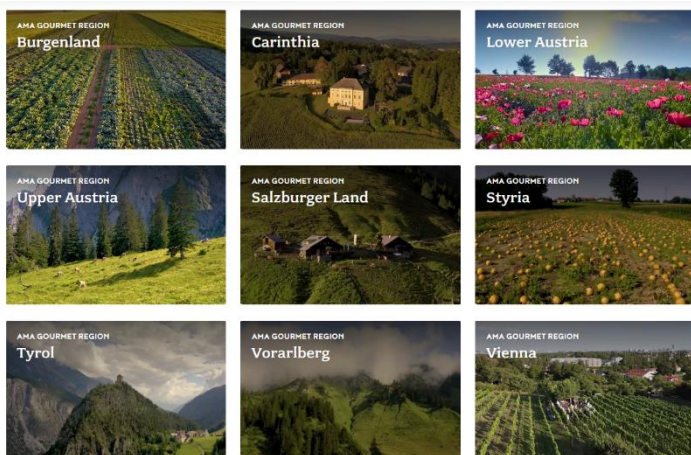
A legfontosabb tanulság:

a fenntarthatóság nem külön projekt, hanem mindennapi működési szemlélet.

Ha a helyi gazdaság, a közösség és a turizmus egymásra épül, akkor a természet megőrzése és a gazdasági fejlődés nem ellentét, hanem kölcsönös erőforrás.

3.2.2. GENUSSREGION (AUSZTRIA) – HELYI ÍZEK ÉS MINŐSÍTETT TURIZMUS STÁJERORSZÁGBAN

Országos hálózat – a helyi ízek közös minősítése



Az **AMA GENUSS REGION** Ausztria országos szintű védjegyrendszere, amely a **mezőgazdaság, a gasztronómia és a turizmus** integrációját valósítja meg.

A program az **Osztrák Mezőgazdasági Minisztérium (BML)** és az **AMA Marketing GmbH** kezdeményezésére jött létre 2019-ben, azzal a céllal, hogy **összehangolja a helyi termékek, a vendéglátás és a turizmus fejlesztését** egységes minőségi és kommunikációs rendszerben.

5. kép <https://www.genussregionen.at/en/regions>

A hálózat **több mint 4000 termelőt, éttermet, szálláshelyet és turisztikai szolgáltatót** fog össze.

A résztvevők az **„AMA GENUSS REGION” védjegyet** csak akkor használhatják, ha a termelésük és kínálatuk helyi alapanyagokra, fenntartható eljárásokra és átlátható eredetigazolásra épül.



A rendszer célja, hogy a „helyi íz” ne csupán marketingeszköz, hanem **valós gazdasági és minőségi garancia** legyen a fogyasztók és a turisták számára.

A minősítés három pillérre épül:

- **helyi alapanyag és eredet** – csak regionális termelésből származó alapanyagok,
- **fenntartható előállítás** – környezetbarát termelés és feldolgozás,
- **élmény és vendéglátás** – a helyi termék megjelenése a turisztikai kínálatban.

A program ernyője alatt működik az országos **„GenussCard”** kedvezményrendszer, amely több mint **250 helyi attrakció, termelő és gasztronómiai program** látogatását teszi kedvezményessé. A kártya az **országos turisztikai integráció szimbóluma**, és egyben a fenntartható fogyasztói döntések ösztönzője: a vendég a helyi gazdaság részévé válik, miközben élményt vásárol.

Kommunikáció és digitális jelenlét

Az AMA hálózat modern, **digitális platformokra épül**: a www.genussregionen.at oldalon a látogatók interaktív térképen kereshetik a minősített termelőket, éttermeket és szállásokat.

A rendszer **átlátható, hiteles és edukatív**, és segít abban, hogy a vendég tudatos döntést hozzon a fenntartható fogyasztásról.

A közösségi médiában az **#genussregion** és **#amaqualityfood** címkék a fenntartható osztrák gasztronómia szimbólumaivá váltak.

Oktatási és tudatformáló komponens – AMA Bio-Volksschulaktion

Az AMA hálózat tevékenysége nem korlátozódik a minősítésre és turisztikai integrációra, hanem **intézményi és oktatási programokat is működtet**. Az **AMA Bio-Volksschulaktion** (bio általános iskolai akció) program célja, hogy **a fiatal generációt nevelje a biogazdálkodás, a helyi termelés és a fenntarthatóság értékeire**.



6. kép <https://bio.amainfo.at/>

A program keretében tanárok és diákok számára oktatási anyagok, munkalapok és interaktív tartalmak érhetők el (pl. biokörforgás, bio-növényvédelem, biogazdálkodás alapelvei). A cél, hogy már kisiskolás korban kialakuljon a tudatos fogyasztás és a helyi alapanyagok iránti érzékenység, ami hosszú távon erősítheti a helyi termékek társadalmi elfogadottságát és támogatását.

Szemléletformálás

Az AMA GENUSS REGION védjegyrendszert egy átfogó kommunikációs infrastruktúra is kiegészíti: az **AMA Info** platform, amely aktív kampányokat és edukációs tartalmakat működtet. Az oldal rendszeresen futtat tematikus kampányokat, például **„Tierhaltung plus”** (állattartás fejlesztése), **„Regionalität”** (regionalitás), valamint húskészítmények, kenyér és pékáru témakörökben, amelyek célja, hogy **a fogyasztókat is érzékenyítsék az eredet, állatjólét és helyi értékek iránt**. amainfo.at

Az oldal ráadásul részletes információkat, tanácsadói anyagokat és útmutatókat is kínál, amelyek segítségével termelők, vendéglátók és fogyasztók egyaránt megalapozott döntést hozhatnak a helyi, minőségi termékek előnyben részesítéséről. amainfo.at

Így az AMA hálózat nem csupán a minősítés révén hoz standardokat, hanem **kommunikációval, tudatformálással és kampányokkal** alakítja a társadalmi és piaci környezetét is.

AMAcademy

Az AMA hálózathoz tartozik az **AMAcademy** képzési és oktatási platform is (academy.amainfo.at), amely az AMA Marketing összes képzési ajánlatát összefogja. Az AMAcademy kínál **webinárokat**, melyek a védjegyrendszerekhez, helyi termékekhez és fenntartható módszerekhez kapcsolódnak, továbbá biztosít **oktatási anyagokat iskolák számára** – különböző tantermi munkalapokat, élelmiszerismereti modulokat és tematikus segédanyagokat.

Ennek révén az AMA nem pusztán intézményi vagy vállalkozói oldalon van jelen, hanem már gyerekkortól kezdve formálja a tudatosságot: a diákok megismerkednek a helyi termékekkel, a regionális eredettel és a fenntarthatóság fontosságával.

Ez a képzési dimenzió különösen értékes kiegészítése az AMA GENUSS REGION rendszerének, hiszen a minősítés és turisztikai integráció mellett a fogyasztók és fiatal generációk szemléletét is alakítja.

A zászlóshajó: Stájerország (GenussRegion Steiermark)

A **GenussRegion Steiermark** az AMA hálózat legfejlettebb és legismertebb mintarégiója. A stájer modell már a 2000-es évek elején elindult, jóval az országos program előtt: itt a **helyi mezőgazdaság, a gasztronómia és a turizmus** szoros partnerségben fejlődött. A kezdeményezés célja az volt, hogy a **vidéki termelés ne csak nyersanyag-előállítás legyen**, hanem a turisztikai élmény része.

Stájerország ma **Ausztria kulináris központja**: több mint **250 termelő és szolgáltató** tagja a hálózatnak, köztük borászatok, tökmagolaj- és sajtkészítők, lekvárfőzdek, vendéglők és családi gazdaságok. A minősítés három szinten történik: **termék – vendéglátás – élmény**, és minden szinten a helyi eredet és minőségbiztosítás a fő szempont.

A turisztikai integráció itt valósult meg a legteljesebben: a **szállásadók és éttermek vállalják, hogy a kínálatukban helyi termékek szerepelnek**, a **gasztrotúrák és piacok** közös promóciót kapnak, a **GenussCard** pedig a vendégeket a helyi értéklánc aktív résztvevőivé teszi.

A hálózatot a **Stájer Agrárkamara** és a **Steiermark Tourismus** közösen menedzseli.

A szereplők rendszeres **képzéseken, workshopokon és közös marketingakciókban** vesznek részt, és közös vizuális arculattal jelennek meg, így a „GenussRegion Steiermark” ma már nemcsak gazdasági, hanem **identitásépítő márka** is.



7. kép <https://www.genussregionen.at/en/region/styria>

Eredmények és hatások

- 2024-re több mint **30 stájer vendéglátóhely** szerezte meg az *Európai Fenntartható Gasztronómia* minősítést.
- A helyi beszállítói arány a vendéglátásban **meghaladta a 60%-ot**.
- A helyi termékekhez kapcsolódó **éves forgalom eléri a 20 millió eurót**.
- A rövid szállítási láncok miatt **csökkent a CO₂-kibocsátás**, a csomagolás minimalizálása pedig a hulladékkezelésben hozott előrelépést.
- A helyi lakosok **erős közösségi azonosulást** mutatnak, a turisták pedig a stájer régiót **autentikus gasztrodesztinációként** ismerik el.

„GOOD TASTE IS LOCAL”

– ez az AMA hálózat mottója, amely nemcsak a minőségre, hanem az értékrendre is vonatkozik:

a valódi fenntarthatóság ott kezdődik, ahol a **helyi ízek, az emberi kapcsolatok és a tudatos gondolkodás** egymást erősítve alkotnak rendszert.



8. kép <https://www.genussregionen.at/en/region/styria>

ÖSSZEGZÉS

Az **AMA GENUSS REGION** modell azt bizonyítja, hogy a **helyi termék-turizmus kapcsolat országos szintű rendszerre** fejleszthető, ha azt egységes **minősítési, oktatási, marketing- és támogatási struktúra** tartja össze.

A **stájer mintarégió** sikere megmutatja, hogy a **fenntarthatóság, a gazdasági versenyképesség és a helyi identitás** nem ellentétes, hanem egymást erősítő tényezők.

A modell egyik legfontosabb sajátossága, hogy **nemcsak a termelői és turisztikai szektorokat fejleszti, hanem a társadalmi szemléletet is formálja.**

Az AMA oktatási programjai és kampányai – az **AMA Bio-Volksschulaktion** iskolai akciótól az **AMAcademy** szakmai képzéseig – azt az elvet követik, hogy **a tudatos, felelős fogyasztás kultúráját gyerekkortól kell építeni.**

Így az AMA hálózat nem pusztán gazdasági ökoszisztéma, hanem **értékközösség**, ahol a helyi termék, a környezettudatosság és a közösségi felelősség egymásra épül.

3.2.3. VIPAVA-VÖLGY (SZLOVÉNIA) – A GREEN GOURMET ROUTE ÉS A GASZTROTURIZMUS

A „Slovenia Green Gourmet Route” – országos gasztroturisztikai hálózat

A **Slovenia Green Gourmet Route (SGGR)** Szlovénia országos szintű, fenntarthatóságra épülő **gasztroturisztikai márkája és tematikus útvonal-hálózata**.

A kezdeményezés célja, hogy összekapcsolja azokat a régiókat, amelyek megkapták a *Slovenia Green* tanúsítványt, és így elkötelezettek a környezettudatos, helyi alapanyagokra épülő turizmus mellett.

Az SGGR 400 km-t meghaladó, **kerékpáros és gyalogos szakaszokra épülő útvonal**, amely a *Green Destinations* minősítéssel rendelkező településeket fűzi fel egy közös élményláncra.

A látogatók a gasztronómián keresztül ismerhetik meg az ország kulturális és természeti sokszínűségét – miközben a hálózat egységesen alkalmazza a „**Slovenia Green Cuisine**” tanúsítványrendszert, amely a helyi alapanyagokra, a hulladékcsökkentésre és az energiahatékony működésre épül.

A program központi elemei:

- **Fenntartható mobilitás:** elektromos kerékpárok, kisbuszok és vasúti kapcsolatokat kombinálása;
- **Digitális útvonalak és térképek:** kétnyelvű (szlovén–angol) online platform, amely interaktívan mutatja a résztvevő szolgáltatókat;
- **Helyi élmények:** borászatok, kézműves műhelyek, piaci események és tematikus fesztiválok összekapcsolása;
- **Egységes tanúsítás:** a szolgáltatók környezeti, gazdasági és társadalmi kritériumok alapján kapják a *Slovenia Green Cuisine* minősítést.

A „**Slovenia Green Gourmet Route**” így nem csupán útvonal, hanem **országos brand és minősítési rendszer**, amelynek célja a gasztronómia, a turizmus és a fenntartható helyi gazdaság összekapcsolása.

Digitális innováció és látogatói élmény országos szinten

A *Slovenia Green* hálózat és a *Slovenia Green Gourmet Route* program a fenntarthatóság mellett a **digitális turizmus fejlesztésében is úttörő**.

A hivatalos turisztikai portálon, a *Slovenia.info*-n elérhető „**Alma**” – ChatGPT-alapú virtuális útikalauz a látogatók valós idejű támogatását biztosítja.

A felhasználók interaktív módon kérdezhetnek tőle szállásokról, borászatokról, gasztronómiai eseményekről, túraútvonalakról vagy kulturális látnivalókról, miközben térképes és QR-kódos ajánlások segítik a tájékozódást.

Ezzel *Alma* a **digitális fenntartható turizmus szimbóluma** Szlovéniában – a mesterséges intelligencia emberközeli, barátságos megjelenése, amely az országos „zöld” márkát modern élménnyé teszi.

A Vipava-völgy mint a hálózat kiemelt állomása

A **Vipava-völgy (Vipavska dolina)** Nyugat-Szlovénia egyik legdinamikusabban fejlődő vidéki térsége, amely az SGGP egyik **kiemelt mintaterülete**.

A völgy a program alapelveit helyi szinten valósítja meg, és az elmúlt években a szlovén gasztroturizmus egyik **zászlóshajójává** vált.

A helyi fejlesztések a **fenntartható turizmus, a gasztronómia és a helyi termékek összefonódására** épülnek, egyértelműen demonstrálva, hogyan fordítható le a nemzeti koncepció a gyakorlatba.

Helyi együttműködések és szerveződés

A Vipava-völgyben a **fenntartható gasztronómiai modell** megvalósítása széleskörű partnerségen alapul. A fő koordinátor a **Vipava Turisztikai Hivatal**, amely szoros együttműködésben dolgozik a **Slovenia Green hálózattal**, a **helyi gazdasági kamarával** és a **gasztronómiai szövetségekkel**.

A partnerségben helyi termelők, borászok, vendéglátók, civil szervezetek és önkormányzatok vesznek részt.

A közös célok:

- a **helyi gasztronómiai örökség megőrzése és újraértelmezése**,
- a **rövid ellátási láncok megerősítése**,
- a **vidéki térségek turisztikai életképességének növelése**,
- valamint a **fiatal vállalkozók és családi gazdaságok visszatérésének ösztönzése**.

Minden résztvevő vállalja a fenntarthatóság elveinek alkalmazását – a helyi beszerzéstől a környezetbarát energiahasználaton át a közösségi felelősségvállalásig.

A helyi termékek és gasztronómiai identitás

A Vipava-völgy gasztronómiája az **autentikus helyi ízekre és a kézműves feldolgozásra** épül. A legjellegzetesebb termékek közé tartoznak:

- **helyi borfajták** (Zelen, Pinela, Rebula),
- **kézműves sajtok és mézek**,
- **házi tészták, olívaolaj, szárított gyümölcsök**,
- **szőlőpárlatok és gyümölcsborok**.

A szálláshelyek és éttermek kötelezően vállalják, hogy kínálatuk legalább **50 %-ban helyi eredetű alapanyagokra** épül, így erősítve a gasztronómiai hitelességet és a rövid ellátási láncokat. A látogatók részt vehetnek **nyitott műhelyprogramokon**: betekintheznek a termelési folyamatokba, megismerhetik a tradicionális technológiákat és közvetlenül találkozhatnak a gazdákkal.

Példák látogatható helyszínekre

- **Vino Petric** – családi borászat, ahol bor-sajt párosításos kóstolókat tartanak.
- **Vina Sveti Martin** – panorámás pince, 6–10 tétel borkóstolóval.
- **Domačija Koren** – kézműves sajtkészítő gazdaság Budanjében.
- **Golden Ring Cheese Factory** – boutique sajtműhely a Sinji Vrh hegyen.



Ezek a helyek nemcsak termékeket kínálnak, hanem **élményt is adnak**, a termelők és a vendégek közötti személyes kapcsolat révén.

9. kép <https://goldenringcheese.com/en/about-us/>

Gazdasági és társadalmi hatások

A Green Gourmet Route bevezetése után a Vipava-völgyben látványosan megerősödött a turizmus és a helyi gazdaság:

A Vipava-völgyben az elmúlt években **jelentős turisztikai növekedés** volt megfigyelhető, összhangban a Szlovén Idegenforgalmi Hivatal (Slovenia.info) által kimutatott országos, **20% körüli bővüléssel**, valamint a vendégek átlagos tartózkodási ideje a Primorska régióban – amelynek része a Vipava-völgy is – **2,4 napra emelkedett**, ami a hosszabb, élményalapú tartózkodások irányába mutat.

A gasztroturizmus így nemcsak gazdasági, hanem **közösségi megújulást** is hozott: erősödött a helyi identitás és a közösségi büszkeség.

Kihívások és fenntarthatósági szempontok

A modell sikere mellett a fenntarthatóság megőrzése folyamatos kihívás. A főbb problématerületek:

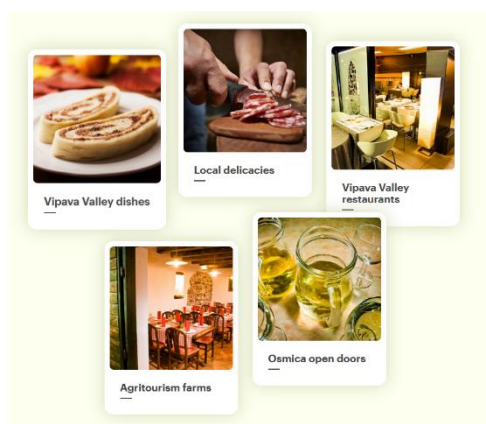
- a **szezonális forgalom ingadozása**,
- a **minőségbiztosítás fenntartása** a növekvő turizmus mellett,
- a **koordináció és kommunikáció** erősítése a szereplők között,
- az **infrastruktúra fejlesztésének** szükségessége,
- és a **környezeti terhelés csökkentése**.

A helyi partnerek közös monitoring-folyamatokkal és cselekvési tervekkel biztosítják a hosszú távú fenntarthatóságot.

„VIPAVA VALLEY – UNIQUELY DIFFERENT. ANY TIME OF THE YEAR.”

Ez a mottó a Vipava-völgy gasztronómiai és életérzésbeli identitását fejezi ki:

a térség egész éves nyitottságát, sokszínű tájait és az autentikus, helyi ízekre épülő élmények egyediségét.



10. kép

<https://www.vipavskadolina.si/en/okusaj/kulinarika>

ÖSSZEGZÉS

A **Slovenia Green Gourmet Route** modell azt bizonyítja, hogy a gasztronómia és a turizmus integrálása országos szinten is működőképes, ha azt **egységes minősítési, partnerségi és kommunikációs rendszer** tartja össze.

A **Vipava-völgy** mintaterülete megmutatja, hogy a **fenntarthatóság, a gazdasági életképesség és a helyi közösségek megújulása** nem ellentétes, hanem egymást erősítő folyamatok.

A modell sajátossága, hogy a **helyi termelés, a gasztronómiai élmény és a turisztikai szolgáltatás között körforgásos kapcsolatot** teremt, amelyben minden szereplő – a termelőtől a vendégen át az önkormányzatig – közvetlenül érdekelt a **fenntarthatóságban**. Az országos szintű digitális fejlesztések, mint az **„Alma” virtuális útikalauz**, a tudatos fogyasztást és a zöld gondolkodást **modern, élményalapú formában** közvetítik. Így a **Slovenia Green Gourmet Route** nemcsak gasztronómiai hálózat, hanem **fenntarthatósági és identitáserősítő értékközösség**, amely hiteles mintát ad más országok zöld turisztikai törekvéseihez.

3.2.4. SOUTH TYROL / ALTO ADIGE (OLASZORSZÁG) – A „RED ROOSTER” AGRÁRTURIZMUS RENDSZERE

A modell bemutatása

Dél-Tirol (Alto Adige) Olaszország északi részén, az osztrák határ mentén fekvő autonóm tartomány, amely mára **Európa egyik legsikeresebb agrárturisztikai régiójává** vált.

A térség különleges helyzetét a **kétnyelvű (olasz–német)** kulturális örökség, a **hegyvidéki táj** és a **magas szintű mezőgazdasági hagyományok** adják.

A régió 2020-ban megszerezte a **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** tanúsítványát, ezzel **Olaszország első hivatalosan elismert „zöld desztinációjává”** vált.

Dél-Tirol fenntarthatósági stratégiájának központi eleme a **„Roter Hahn / Red Rooster”** márka, amelyet a **Dél-tiroli Mezőgazdasági Szövetség (Südtiroler Bauernbund)** hozott létre 1999-ben.

A kezdeményezés célja, hogy **összefogja a vidéki gazdaságokat, a termelőket és a turisztikai szolgáltatókat**, és ezzel **életképes, közösségi alapú agrárturizmust** teremtsen.



11. kép
<https://www.roterhahn.it>

A Red Rooster rendszer felépítése

A Red Rooster márka **négy pillérre** épül, amelyek együtt alkotják a Dél-Tirolban működő fenntartható vidéki gazdasági modellt:

1. **Farm Holidays – falusi szálláshelyek (Agriturismo)**

Több mint 1600 minősített farm kínál szállást, helyi reggelit és autentikus falusi életérzést. A vendégek személyesen ismerhetik meg a gazdákat, részt vehetnek a mindennapi tevékenységekben, például állatgondozásban, gyümölcsszedésben vagy sajtkészítésben.

2. **Quality Products from the Farm – védjegyes helyi élelmiszerek**

A Red Rooster logóval ellátott termékek (sajt, bor, lekvár, méz, húsaruk, gyógynövénytermékek) kizárólag ellenőrzött farmokról származnak.

A védjegy garancia a minőségre, a helyi eredetre és a fenntartható előállításra.

3. **Farm Inns – hagyományos vendéglők és borházak**

Ezek az éttermek kizárólag **saját gazdasági termelésből** vagy **helyi beszállítóktól** származó alapanyagokat használnak.

A kínálat szezonális, a menüket az adott időszakban betakarított alapanyagok határozzák meg.

4. **Farm Crafts – kézműves műhelyek és falusi mesterségek**

A program része a helyi kézművesség is – fa-, gyapjú-, virág- és kerámiaműhelyek nyitott napokat és workshopokat tartanak. A kézműves termékek a helyi identitás szimbolikus hordozói, amelyek segítenek megőrizni a tradíciókat.

Minősítési és fenntarthatósági rendszer

Minden Red Rooster-partner szigorú ellenőrzési folyamaton megy keresztül, amely három fő területet vizsgál:

- **helyi eredet** – az alapanyagok legalább 75%-ának a saját farmról kell származnia,
- **környezeti fenntarthatóság** – energiahatékonyság, vízhasználat, hulladékkezelés,
- **vendégélmény minősége** – személyes kapcsolat, autentikus környezet, helyi kultúra megjelenítése.

Digitális innováció és ökoszisztéma

A **Red Rooster** program nemcsak hagyományos agrárturisztikai hálózat, hanem **modern digitális ökoszisztéma**, amely a mezőgazdaság, a turizmus és a fogyasztói élmény közötti kapcsolatot integrált módon jeleníti meg.

A rendszer központi eleme a www.roterhahn.it weboldal és a hozzá kapcsolódó mobilapplikáció, amelyek **interaktív, többnyelvű platformként** szolgálnak a helyi szereplők és a látogatók közötti közvetlen kapcsolattartásra.

A digitális infrastruktúra célja, hogy a vendégek **egy helyen, átlátható módon** érhessek el az agrárturizmus minden elemét:

- **több mint 1600 farm** adatait és szolgáltatásait (szállás, étkezés, termékek, kézműves műhelyek),
- **térképes keresőt** a tematikus útvonalak és programok megtervezéséhez,
- **közvetlen kapcsolatfelvételi lehetőséget** a gazdákkal (foglalás, érdeklődés, rendelés),
- valamint **folyamatosan frissülő eseménynaptárat** és szezonális ajánlatokat.

A Red Rooster digitális rendszer a „**farm-to-visitor**” elvet valósítja meg online környezetben: a látogató közvetlenül a termelővel vagy a szállásadóval kommunikál, így a turizmusból származó jövedelem **helyben marad**, miközben **nő a transzparencia és a bizalom**. Ezzel a márka egyszerre szolgál **marketingplatformként, értékesítési csatornaként és közösségi hálóként**, amely a fenntartható turizmus digitális alapját biztosítja.

A Red Rooster weboldala és applikációja **három nyelven** (német, olasz, angol) működik, és nem csupán információt nyújt, hanem **szemléletformáló szerepet** is betölt:

bemutatja a fenntartható vidéki életmódot, a szezonális étkezés jelentőségét és a helyi termékek valódi értékét.

A digitális ökoszisztéma így a Red Rooster hálózat egyik **innovatív, tudásátadó pillére**, amely a hagyományos agrárturizmust **21. századi, interaktív élménnyé** alakítja.

Családbarát élmények és oktatási hatások

A Red Rooster agrárturizmus egyik fontos célcsoportja a **családok és gyermekek**, akik számára a vidéki élet és a természetközeli tevékenységek **élményként és tanulási lehetőségként** jelennek meg. A program filozófiája szerint a gyerekek akkor válnak környezettudatos, felelős fogyasztókká, ha **személyesen tapasztalják meg** az ételkészítés-előállítás folyamatát és a természet ritmusát.

A farmokon és vendéglátóhelyeken a gyermekek számára szervezett programok között megtalálhatók:

- **állatsimogatók és etetési programok**, ahol kecskékkal, bárányokkal, nyulakkal és lovakkal ismerkedhetnek,
- **„mini farmer” foglalkozások**, ahol részt vehetnek gyümölcs- és zöldségszedésben, sajt készítésben vagy mézpergetésben,
- **gyógynövény-séták és erdei tanösvények**, amelyek játékos módon ismertetik meg a helyi növényvilágot,
- valamint **kézműves workshopok** (gyapjú, agyag, virágdíszek), ahol saját alkotást is hazavihetnek.

A gyerekek számára a Red Rooster élmény **egyszerre tanulságos és szórakoztató**: megtanulják, honnan jön az étel, hogyan működik egy gazdaság, és mit jelent a természet tisztelete a mindennapokban.

Sok farm külön **biztonságos játszóteret, állatsimogatót** vagy **tanösvényt** alakított ki, a vendégházak pedig családbarát szálláshelyekkel és helyi alapanyagokból készült gyerekmenükkel várják a látogatókat.



12. kép <https://www.roterhahn.it/en/farm-holidays/childrens-paradise>

A gyerekprogramoknak nem csupán szórakoztató, hanem **nevelő szerepe** is van: a vidéki élet mindennapjaiba való betekintés segíti a **természet iránti felelősség**, a **környezettudatos gondolkodás** és a **helyi értékek megbecsülésének** kialakulását már egészen fiatal korban.

Gasztronómiai workshopok és főzőiskola

A Red Rooster hálózat egyik legkedveltebb eleme a **helyi főzőkurzusok rendszere**, amelyeket **gazdasszonyok, séfek és kézműves ételkészítők** tartanak.

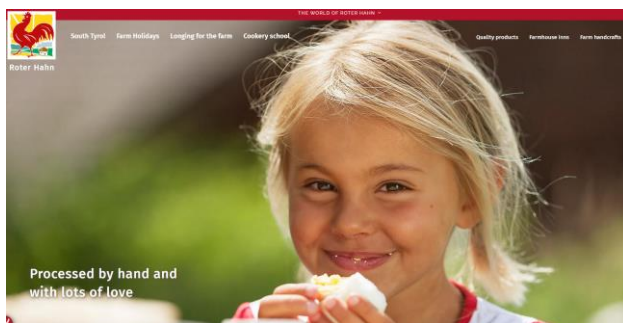
Ezek a programok a **„Taste of the Farm”** és a **„Cooking with the Farmers”** kezdeményezésekhez kapcsolódnak, és céljuk, hogy a vendégek megismerjék a dél-tiroli gasztronómia alapjait, miközben **helyi alapanyagokat dolgoznak fel saját kezűleg**.

A gyerekek számára ezek a foglalkozások játékos, rövidített formában zajlanak – például **„Little Chef on the Farm”** címmel –, ahol az alapvető ételkészítéssel szemben a **kézzel végzett alkotás öröme** is megérezhető.

A főzőiskolák és gasztroworkshopok egyben **kulturális kapuk is**: a vendégek nemcsak recepteket tanulnak, hanem betekintést kapnak a **hegyvidéki élet hagyományaiba**, a **gazdaságok szezonális ritmusába**, és abba, hogy a **fenntartható ételkészítés** hogyan kapcsolódik a helyi identitáshoz.

„A FARM, AHOL A VENDÉG OTTHON VAN.”

Ez a szemlélet a helyi vendégszeretetet, a termelő és a látogató közötti közvetlen kapcsolatot, valamint a természetes életmód élményét hangsúlyozza.



13. kép <https://www.roterhahn.it/en/farm-holidays/indulgence-on-the-farm/farm-products>

ÖSSZEGZÉS

A **Red Rooster (Roter Hahn)** modell azt bizonyítja, hogy a **helyi mezőgazdaság, a gasztronómia és a turizmus** közötti szoros együttműködés hosszú távon is fenntartható gazdasági rendszert eredményezhet.

A dél-tiroli program sikere abban rejlik, hogy a **minősítés, a márkaépítés, a digitalizáció és a közösségi identitás** egymást erősítő tényezőkké váltak. A „farm, ahol a vendég otthon van” szemlélete nem csupán turisztikai üzenet, hanem **életmód- és értékközvetítés**, amelyben a természet, a vendégszeretet és a helyi tudás találkozik.

A Red Rooster nemcsak gazdasági hálózat, hanem **társadalmi innováció** is: a családi farmok, a fiatal gazdák és a vidéki nők aktív szerepet kapnak a fenntartható fejlődésben.

A digitális ökoszisztéma pedig új dimenziót ad a hagyományos agrárturizmusnak – összekapcsolja a **gazdákat és a látogatókat**, miközben a helyi élményt **átlátható, modern és emberközelí formában** közvetíti. Így a Red Rooster ma már nemcsak egy márka, hanem egy **értékközösség**, amely a vidéki Európa jövőképes modelljeként szolgál: hiteles, fenntartható és inspiráló.

3.2.5. LAKELAND (FINNORSZÁG) – FENNTARTHATÓ GASZTROTURIZMUS ÉS DIGITÁLIS LÁTHATÓSÁG

A régió és a program háttere

Finnország **Lakeland-régiója** az ország legnagyobb turisztikai térsége, több mint **180 000 tóval**, **kiterjedt erdőségekkel** és apró vidéki közösségekkel.

A terület a **Sustainable Travel Finland (STF)** program egyik kiemelt mintaterülete, ahol a turizmus, a mezőgazdaság és a természetvédelem integrált fejlesztése valósul meg.

A kezdeményezés a **Visit Finland** nemzeti turisztikai ügynökség koordinációjában zajlik, a **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** nemzetközi standardjai alapján.

A cél a **természet**, a **gasztronómia** és a **közösségi élet** harmonikus összekapcsolása, valamint a régió **digitális láthatóságának** erősítése a fenntartható turizmus elvei mentén.

Lakeland 2021-ben kapta meg a **Sustainable Travel Finland** tanúsítványt, ezzel az ország egyik első, hivatalosan minősített fenntartható turisztikai térsége lett.



14. kép <https://www.visitfinland.fi/en/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>

A Sustainable Travel Finland (STF) rendszer

Az STF-program egy országos minősítési és fejlesztési keretrendszer, amely a turisztikai szolgáltatók fenntartható működését támogatja.

A tanúsítás hat fő területet vizsgál:

1. energia- és vízhasználat optimalizálása,
2. hulladékcsökkentés és újrahasznosítás,
3. helyi közösségek bevonása,
4. kulturális örökség megőrzése,
5. helyi alapanyagok aránya a kínálatban,
6. oktatás és szemléletformálás a fenntarthatóságról.

A minősítéshez csatlakozó szolgáltatók szakmai mentorálást és közös kommunikációs támogatást kapnak a Visit Finland szervezésében.

Ennek eredményeként **tanuló, hálózatos desztinációs közösség** alakult ki, ahol a gazdák, vendéglátók és önkormányzatok együttműködnek a zöld jövő építésében.

Helyi termékek és gasztronómiai élmények

A Lakeland-régió gasztronómiája a **helyi alapanyagokra és természetes ízekre** épül. A térség éttermei és farmjai előszeretettel használják a közeli tavak halait, a vadon termő bogyókat, a mézet, a sajtot és a kézműves péksüteményeket.

A **Visit Lakeland Finland** turisztikai oldal több olyan útvonalat és programot is bemutat, ahol a látogatók helyi gazdaságokat, piacokat és kézműves műhelyeket ismerhetnek meg (pl. *“Share a Taste of Local Life in Lakeland Finland”*).

A **fenntartható étkezés és helyi gasztronómia** ma a térség egyik legfontosabb turisztikai vonzereje: a „Farm to Table” filozófia mentén az éttermek egyre nagyobb arányban dolgoznak helyi termelőkkel. A vidéki éttermek és farmházak célja, hogy a vendégek ne csupán fogyasztók legyenek, hanem megismerjék a **termelés, a természet és az étel közötti kapcsolatot**.

Digitális innováció és látogatói élmény

Lakeland úttörő szerepet játszik a **digitális storytelling** és a **gasztronómiai marketing** területén. A helyi termelők, séfek és idegenvezetők rövid videókon keresztül mutatják be tevékenységüket, a fenntartható termelést és a helyi hagyományokat.

Ezek a tartalmak a **Visit Finland** és a **Visit Lakeland Finland** online felületein is megjelennek, növelve a régió hitelességét és érzelmi vonzerejét.

A digitális platformok nemcsak kommunikációs eszközként, hanem **élményépítő felületként** is működnek: interaktív térképek, tematikus útvonalak és online foglalási lehetőségek segítik a látogatókat abban, hogy személyre szabott, fenntartható élményt válasszanak.

Családbarát és inkluzív turizmus

A fenntarthatóság Finnországban nemcsak ökológiai, hanem **társadalmi felelősségvállalást** is jelent. A Lakeland-régió turisztikai szereplői nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy programjaik **családbarátok, inkluzívak és hozzáférhetők** legyenek.

A családok számára számos interaktív élmény elérhető:

- farm- és halászprogramok,
- erdei túrák bogyó- és gyógynövénygyűjtéssel,
- gyermekbarát főzőprogramok,
- természetközeli kézműves foglalkozások.

A régióban több szolgáltató biztosít **akadálymentesített tanösvényeket, szálláshelyeket és látogatóközpontokat**, összhangban a Sustainable Travel Finland elvárásaival.

Az idősebb korosztály számára a **„Slow Nature”** élményprogramok – csendes természetjárás, horgászat, madármegfigyelés, erdei szaunák – kínálnak regeneráló, alacsony terhelésű turizmust.

Négy évszakai élmények és szezonális fenntarthatóság

A Lakeland-régió turisztikai kínálata a **négy évszak** természetes ritmusához igazodik. A térség célja, hogy egész évben fenntartható módon működjön, elkerülve a tömegturizmus okozta szezonális túlterhelést.

- **Tavasszal** a halászat, a gombászás és az erdei gyűjtögetés kínál autentikus élményeket.
- **Nyáron** a vízi turizmus, az evezés, a horgászat és a farmfesztiválok dominálnak.
- **Ősszel** a bogyós és gombás gasztrotúrák, valamint a szüreti programok kerülnek előtérbe.
- **Télen** a szaunakultúra, a jégfürdő és a tűz melletti főzések adják a legautentikusabb finn élményt.

Ez a szezonális szemlélet biztosítja, hogy a fenntarthatóság ne kampányszerű, hanem **életmódszerűen integrált gyakorlat** legyen a térségben.



15. kép <https://visitlakelandfinland.com/four-seasons-of-lakeland-finland/>

Gasztronómiai workshopok és főzőélmények



A Lakeland térségében több helyi szolgáltató kínál **főzőkurzusokat és gasztronómiai workshopokat**, ahol a látogatók aktívan ismerkedhetnek meg a finn konyhával.

A programok célja, hogy a résztvevők megtapasztalják a **természetes, szezonális és pazarlásmentes főzést**.

16. kép
<https://visitlakelandfinland.com/products/karelian-pie-workshop-puumala/>

Jellemző élmények:

- **„Forest to Table”** jellegű kurzusok – erdei alapanyagok gyűjtése és közös főzés szabadtéren,
- hal- és kenyérsütő workshopok – hagyományos füstölési, pácolási technikák megismerése,
- szauna melletti főzések (*Sauna Kitchen*) – a finn szauna és gasztronómia különleges ötvöze.

A kurzusok nemcsak kulináris élményt, hanem **közösségi tanulási lehetőséget** is jelentenek, erősítve a kapcsolatot az ember, az étel és a természet között.

„TASTE THE NATURE – FEEL THE CONNECTION.”
(Visit Lakeland Finland)

Ez a mottó a finn tóvidék esszenciáját fejezi ki: a természet ízeinek felfedezését és az ember, a táj, valamint a közösség közötti mély, harmonikus kapcsolat megélését – mind fizikai, érzelmi és digitális szinten.



17. kép <https://visitlakelandfinland.com/6-reasons-to-visit-lakeland-finland/>

ÖSSZEGZÉS

A **Lakeland (Finn tóvidék)** példája azt bizonyítja, hogy a **fenntarthatóság, a helyi gasztronómia és a digitális innováció** nem egymást kizáró, hanem egymást erősítő tényezők. A régió fejlesztése a **Sustainable Travel Finland** program keretében a tanúsítás, a közösségi együttműködés és a tudásmegosztás egyensúlyára épül.

A természet közelsége, a helyi ízek és az élményalapú turizmus integrációja olyan gazdasági és társadalmi modellt hozott létre, amely egyszerre erősíti a **helyi identitást és a vidéki életminőséget**.

A Lakeland-rendszer különösen figyelemre méltó abban, ahogyan a **digitális eszközöket** – online útvonalakat, tematikus programokat és vizuális történetmesélést – a **személyes, közösségi élmények** szolgálatába állítja. A „**Forest to Table**” jellegű programok, a farm- és halászati élmények, valamint a négy évszakhoz igazodó gasztrotúrák mind azt üzenik: a fenntarthatóság nem csupán tanúsítás, hanem életforma.

Lakeland ma már nemcsak Finnország, hanem egész Észak-Európa egyik mintadesztinációja, ahol a természet, az ízek és az ember közötti kapcsolat hitelesen megélhető.

3.2.6. ALPE ADRIA TRAIL (AUSZTRIA-SZLOVÉNIA-OLASZORSZÁG) – HATÁRON ÁTNYÚLÓ TURIZMUS ÉS KÖZÖS FOGLALÁSI RENDSZER

A program háttere és célja

Az **Alpe Adria Trail** Európa egyik legsikeresebb határon átnyúló, fenntartható turisztikai kezdeményezése, amely az **Oszták Alpoktól az Adriai-tengerig** húzódó, **750 km hosszú** gyalogos útvonalat foglalja magában.

A program három ország – **Ausztria, Szlovénia és Olaszország** – szoros együttműködésével jött létre 2012-ben, a **Kärnten Werbung**, a **Slovenian Tourist Board** és a **Friuli Venezia Giulia Tourism Board** közös projektjeként.

Az Alpe Adria Trail célja, hogy a természetjárás, a gasztronómia és a helyi kultúra élményeit egységes rendszerbe szervezze, miközben támogatja a vidéki térségek fenntartható fejlődését és a határokon átnyúló turisztikai mobilitást.

A közös rendszer felépítése és működése

Az Alpe Adria Trail különlegessége, hogy **egy teljesen integrált foglalási és információs ökoszisztémát** hozott létre, amely a három ország szolgáltatóit és desztinációs menedzsmentjeit egyetlen hálózatba kapcsolja.

A rendszer központi eleme az **Alpe Adria Trail Booking Center**, amely a www.alpe-adria-trail.com címen érhető el.



18. kép <https://www.alpe-adria-trail.com/en/experiences/>

Itt a látogatók:

- több mint **43 szakasz** közül választhatnak,
- személyre szabott útvonalakat és **foglalható csomagokat** állíthatnak össze,
- közvetlenül lefoglalhatják a **szállásokat, transzfereket, poggyászszállítást és étkezést**,
- valamint integrált biztosítási és ügyfélszolgálati rendszerhez is hozzáférnek.

A **Trail Angels** cég üzemelteti a központi foglalási platformot, mely az összes partner-szolgáltató (szálláshely, étterem, túravezető, transzfercég) adatait egységes backend rendszeren keresztül kezeli. A három ország turisztikai hivatalai közösen finanszírozzák az üzemeltetést és a marketinget.

Fenntarthatósági és helyi gazdasági szempontok

A projekt a **Green Destinations** és a **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** alapelvei szerint működik, kiemelten támogatva a helyi termelők, falusi vendégházak és kisvállalkozások bevonását.

A foglalható szakaszokhoz tartozó szolgáltatások között jellemzően helyi ételeket kínáló fogadók, regionális borászatok, kézműves piacok és ökoturisztikai helyszínek szerepelnek. A projekt minden szakaszához külön **„Taste of the Trail”** ajánlás tartozik, amely bemutatja a térség gasztronómiai specialitásait (pl. osztrák sajtműhelyek, szlovén méztermelők, olasz borászatok).

A vendégek számára a foglalás során lehetőség van **helyi termékcsomagok előrendelésére**, amelyeket a szálláshelyeken vehetnek át – így a helyi termelők bevétele közvetlenül kapcsolódik a turisztikai forgalomhoz.

A projekt évente több mint **40 000 regisztrált vendéget** szolgál ki, és a térség turisztikai forgalmának mintegy **15–20%-át** adja.

Digitális innováció és látogatói élmény

Az Alpe Adria Trail digitális platformja a turizmus 4.0 megoldásainak mintapéldája. A weboldalon és a mobilapplikáción a felhasználók:

- valós idejű időjárási és útvonaladatokat kapnak,
- letölthetnek offline térképeket és szintdiagramokat,
- GPS-alapú navigációt és útvonalnyomkövetést használhatnak,
- valamint integrált ügyfélszolgálatot érnek el (chaten és telefonon).

A rendszer közvetlen kapcsolatban áll a három ország nemzeti DMO-rendszereivel, így a foglalási adatok, statisztikák és ügyfélvisszajelzések azonnal elérhetők minden partner számára.

A **Trail Angels** a világ első turisztikai operátora, amely *teljesen digitalizált, nemzetközi DMO-szintű foglalási rendszerrel* működik.

Közösségi és gazdasági hatások

A program eredményeként:

- a határ menti régiókban **megnőtt a vidéki szálláshelyek kihasználtsága**,
- új **gasztroturisztikai és kézműves szolgáltatások** jöttek létre,
- az ökoturizmuson belül nőtt a helyi termelők bevételi aránya (átlagosan 35–40%),
- és a résztvevő települések közötti **intézményi együttműködés** is megerősödött.

A vendégek átlagos tartózkodási ideje 3,2 napról 4,1 napra nőtt (Trail Angels Annual Report, 2022), miközben a projekt terhelésmentes, szezonon kívüli időszakokra is kínál ajánlatokat, így csökkentve a tömegturizmus negatív hatásait.

Gasztroturisztikai élmények és a helyi termékek integrációja

Az **Alpe Adria Trail** koncepciója nemcsak a természetjárást, hanem a **gasztronómiai örökség és a helyi termékek felfedezését** is központi elemként kezeli.

A „**Taste of the Trail**” program a három ország kulináris kínálatát kapcsolja össze, bemutatva a **Kärnten–Soča–Friuli** térség autentikus ízeit és kézműves termékeit.

A látogatók az egyes szakaszokhoz tartozó **Culinary & Gourmet csomagokat** is lefoglalhatják, amelyek tartalmazzák:

- a helyi vendégházakban felszolgált, regionális alapanyagokra épülő menüket,
- borkóstolókat és sajtműhely-látogatásokat,
- valamint „**Wine & Walk**” típusú gasztrotúrákat.

Az útvonal mentén minden országban saját **gasztronómiai partnerség** működik:

- Ausztriában az *Alpe Adria Cuisine* hálózat (Kärnten),
- Szlovéniában a *Soča Valley House of Flavors*,
- Olaszországban a *Strada del Vino e dei Saporì FVG*.

Ezek a partnerek közösen garantálják, hogy az éttermek és menedékházak legalább **70 %-ban helyi eredetű alapanyagokat** használnak.

A program így nemcsak kulináris élményt, hanem **közvetlen gazdasági kapcsolatot** is teremt a helyi termelők és a turisták között.



19. kép <https://www.alpe-adria-trail.com/en/offers/details/offer-alpe-adria-trail-food-wine-cellars-and-osmizze/>

„HIKING IN THE GARDEN OF EDEN.”

A mottó kifejezi a program lényegét: a túrázás nem csupán fizikai útvonal, hanem a természet, a kultúra és a gasztronómia harmonikus egységének megélése a három ország határain átívelő „földi paradicsomban”.



20. kép <https://www.alpe-adria-trail.com/en/offers/individual-packages/>

ÖSSZEGZÉS

Az **Alpe Adria Trail** a határon átnyúló fenntartható turizmus egyik legjobb működő példája Európában.

A modell bebizonyította, hogy a **közös foglalási rendszer**, a **helyi termékek integrációja** és a **digitális eszközök** együttesen képesek gazdaságilag életképes és környezetileg fenntartható desztinációt létrehozni több ország együttműködésével.

3.3. TANULSÁGOK ÉS BUKTATÓK A HELYI TERMÉKEK TURISZTIKAI INTEGRÁCIÓJÁBAN

A nemzetközi példák azt bizonyítják, hogy a helyi termékek turisztikai integrációja **nem csupán gasztronómiai kérdés, hanem gazdasági és közösségi ügy is.**

A sikeres modellek közös jellemzője, hogy a helyi termelők, vendéglátók és turisztikai szereplők **valós hálózatként** működnek együtt – a közös szabályrendszer, az egységes kommunikáció és a digitális láthatóság révén.

Ezek az elemek együtt biztosítják, hogy a helyi termék ne csak „helyben készült áru”, hanem a desztináció élményének központi, hiteles alkotóeleme legyen.

3.3.1. A SIKERES INTEGRÁCIÓ KÖZÖS JELLEMZŐI

A bemutatott modellek összevetéséből egyértelműen kirajzolódnak azok az alapelvek, amelyek garantálják a fenntartható és hosszú távon is működő helyi termék-turizmus kapcsolatot:

1. Egységes és hiteles minősítési rendszer

Minden sikeres hálózat mögött áll egy átlátható, objektív tanúsítás (pl. *Slovenia Green Cuisine*, *AMA Genuss Region*, *Red Rooster Quality Seal*), amely garantálja a fogyasztók bizalmát és a termelők versenyképességét.



2. Digitális láthatóság és központi platform

A desztinációk saját online felületei (pl. *Slovenia.info*, *Roterhahn.it*, *Visit Finland – Sustainable Travel Platform*) lehetővé teszik a termelők, szállásadók és vendéglátók integrált megjelenését, interaktív térképekkel és foglalási rendszerrel.

Ez nemcsak marketingeszköz, hanem gazdasági infrastruktúra is.



3. Tematikus élmények és programok a helyi alapanyagokra építve

Minden modellben megjelennek olyan speciális aktivitások, amelyek a termelést és a fogyasztást közvetlenül kapcsolják össze: főzőkurzusok, kóstolótúrák, gasztáglátogatások, „forest-to-table” programok, vagy éppen gasztrofesztiválok.



4. Közösségi együttműködés és helyi identitás

A siker kulcsa, hogy a termelők, önkormányzatok, turisztikai szervezetek és civil közösségek közösen definiálják a térség értékeit.

A hálózati működés nem adminisztratív, hanem bizalmi alapon szerveződik – ez jellemző Bohinjra, a Vipava-völgyre és Dél-Tirolra is.



5. Folyamatos oktatás és tudásmegosztás

Minden vizsgált modell tartalmaz valamilyen képzési vagy mentorprogramot a termelők és szolgáltatók számára (pl. *AMA Academy*, *Sustainable Travel Finland Training*), ami biztosítja az egységes szemléletet és minőséget.



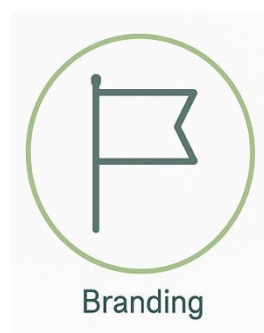
6. Évszakos és rugalmas kínálat

A fenntarthatóságot erősíti, ha a kínálat nem szezonális csúcsokra épül, hanem a természet ritmusát követi (pl. Lakeland négy évszakos élményútvonalai, Vipava-völgy egész éves bor- és sajtprogramjai).



7. Erős márka és közös narratíva

A mottók („Taste the Nature”, „Dream of Heavenly Flavours”, „A farm, ahol a vendég otthon van”) nem pusztán szlogenek, hanem a térség értékeit kommunikáló hívószavak, amelyek mögött valós tartalom és közösségi üzenet áll.



3.3.2. A BUKTATÓK

A helyi termékekre és gasztronómiára épülő turisztikai kezdeményezések nem minden esetben bizonyulnak hosszú távon életképesnek.

Több európai – köztük Balti- és Duna-menti, valamint holland – program (pl. *Baltic Sea Culinary Routes*, *Danube Gourmet Route*, *Culinary Heritage Europe*) vizsgálata azt mutatja, hogy a sikert gyakran nem a koncepció hiánya, hanem a **fenntartható működtetés feltételeinek hiánya** akadályozza.

Ezek a projektek értékes tapasztalatokat nyújtanak arra, **milyen szervezeti, gazdasági és technológiai tényezők vezethetnek egy-egy kezdeményezés kifulladásához** a projektciklus lezárulta után.

A leggyakrabban megfigyelhető problémák:

- **Projektalapú működés** – a kezdeményezések finanszírozása kizárólag pályázati forrásból történik, és a támogatási időszak lejárta után nincs üzleti modell vagy fenntartási terv.
- **Központi koordináció hiánya** – a projekt lezárása után megszűnik a koordináló szervezet, így elvész a hálózati együttműködés.
- **Digitális infrastruktúra karbantartásának elmaradása** – a weboldalak, adatbázisok és applikációk néhány év alatt elavulnak, ha nincs kijelölt gazdájuk vagy forrás a frissítésükre.
- **Eltérő nemzeti vagy regionális prioritások** – a partnerek a projekt után visszatérnek saját márkáikhoz és stratégiáikhoz, ami gyengíti a közös identitást.
- **Piaci integráció hiánya** – a hálózatok sokszor csak kommunikációs szinten működnek, de nem jön létre közös értékesítési, foglalási vagy logisztikai struktúra.
- **Szezonális működés és pandémiás hatások** – a rövid turisztikai szezon és a külső válságok (pl. COVID-19) gyakran megszakítják a partnerségi folyamatokat.

A legfontosabb tanulság, hogy a projektidőszakban létrejött eredmények csak akkor maradnak fenn, ha:

- az együttműködés **gazdasági és intézményi modellbe** ágyazódik,
- van **hosszú távú kommunikációs és digitális karbantartási terv**,
- és legalább egy **stabil koordinátor vagy “gazdaszervezet”** biztosítja a rendszer működését.

A tapasztalatok szerint tehát a siker kulcsa **nem kizárólag az innovatív tartalom, hanem a folytonosság szervezeti biztosítása:**

a fenntartható gasztroturisztikai hálózat nem lezárul a projekttel – hanem ott kezd igazán működni.



4. JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET

4.1. BEVEZETÉS

A helyi termékek határon átnyúló értékesítése a magyar–szlovén határtérségben különös jelentőséggel bír, hiszen a rövid ellátási láncok, a helyi piacok és a gasztroturisztikai kínálat mind hozzájárulnak a térség fenntartható gazdasági fejlődéséhez. Azonban a kis termelők számára a jogi és adminisztratív szabályozás összetettsége – különösen a határ két oldalán eltérő előírások miatt – gyakran gátolja a piacra jutást.

A fejezet célja, hogy átfogó képet adjon az uniós alapelvekről, a magyar és szlovén jogi rendszerről, valamint azokról az akadályokról és megoldási lehetőségekről, amelyek a határon átnyúló értékesítést és együttműködést befolyásolják.

4.2. AZ EURÓPAI UNIÓ JOGI KERETEI

Az Európai Unió belső piacának alapelve a **négy szabadság** – az áruk, a szolgáltatások, a személyek és a tőke szabad mozgása. Ennek célja, hogy az EU egész területén megszűnjenek a belső határok, és biztosított legyen a tagállamok közötti kereskedelem és együttműködés.

4.2.1. AZ EGYSÉGES BELSŐ PIAC JOGI ALAPJAI

A **2006/123/EK irányelv** a szolgáltatások szabad mozgását szabályozza, lehetővé téve, hogy egy szolgáltató más tagállamban is ideiglenesen tevékenykedhessen külön engedély nélkül. Az irányelv elvárja, hogy az adminisztratív követelmények ne legyenek aránytalanul szigorúak, és az egyenlő bánásmód elve alapján minden uniós szolgáltató azonos feltételekkel működhessen.

A rendelkezés elsősorban a *szolgáltatási tevékenységekre* vonatkozik, míg a helyi piacokon történő *árusítás* az áruk szabad mozgásának és az élelmiszerjognak (178/2002/EK; 852/2004/EK; 853/2004/EK) a hatálya alá tartozik.

4.2.2. AZ ÁRUK SZABAD MOZGÁSA ÉS A KÖLCSÖNÖS ELISMERÉS ELVE

A **2019/515/EU rendelet** rögzíti, hogy az egyik tagállamban jogszerűen forgalmazott termékeket a másik tagállam nem tilthatja meg, kivéve, ha azt közérdekű ok (pl. egészségvédelem, fogyasztóvédelem) indokolja. A rendelet célja az „indokolatlan kereskedelmi akadályok” lebontása és a kölcsönös elismerés megerősítése. A rendelet egyben eljárást is meghatároz arra, ha egy tagállam meg kívánja akadályozni egy másik országban forgalmazott termék behozatalát – ilyenkor indoklási és bejelentési kötelezettség áll fenn az Európai Bizottság felé.

Elvileg tehát egy Magyarországon engedélyezett termék Szlovéniában is forgalomba hozható lenne – a gyakorlatban azonban az **élelmiszerbiztonsági és adózási előírások miatt ez nem automatikus.**

4.2.3. ÉLELMISZERJOG ÉS NYOMONKÖVETHETŐSÉG

A helyi élelmiszerekre vonatkozó uniós szabályozás központi elemei:

- **178/2002/EK rendelet** – az élelmiszerlánc „farmtól az asztalig” szemléletű biztonsági elvei,
- **852/2004/EK és 853/2004/EK rendeletek** – az élelmiszer-higiénia és az állati eredetű termékek külön szabályai,
- **2017/625/EU rendelet** – az ellenőrzések és hatósági felügyelet szabályai.

Ezek az előírások minden élelmiszer-vállalkozóra vonatkoznak, beleértve a kistermelőket is. A kistermelők – mint élelmiszer-vállalkozók – könnyített higiéniai és nyomonkövetési feltételekkel működhetnek, de a regisztráció minden esetben kötelező.

4.2.4. KIVÉTELI ÉS KÖNNYÍTETT SZABÁLYOK

Az uniós rendszer lehetőséget ad egyszerűsített eljárásra (e könnyítés nem egy önálló uniós rendeletben, hanem az élelmiszer-higiéniai rendeletekben (részben az 852/2004/EK-ben) és az arra épülő tagállami végrehajtási szabályokban jelenik meg), ha **kis mennyiségű, helyi és marginális terméket közvetlenül a fogyasztónak** értékesít a termelő („marginal, local and limited sales”), amelyet a 852/2004/EK rendelet 2021/382/EU rendelettel történt módosítása pontosított.”

Azonban az egyes tagállamok eltérően értelmezik, mit tekintenek „kis mennyiségnek” vagy „helyi piacnak”. A 852/2004/EK rendelet szerint a nemzeti szabályozás feladata ezek pontosítása. Magyarországon a 60/2023. (XI.15.) AM rendelet tartalmazza a kistermelői kivétel részletes szabályait.

4.2.5. ADÓZÁSI ÉS ÁFA-SZABÁLYOK

A 2006/112/EK tanácsi irányelv az ÁFA-kötelezettség egységes elvét határozza meg, ugyanakkor lehetővé teszi a mezőgazdasági termelők számára a „kompenzációs feláras” rendszer alkalmazását. Ezek a rendszerek nem alkalmazhatók automatikusan határon átnyúló értékesítésre, mivel a tagállami adóhatóságok közötti nyilvántartás és bejelentés kötelező.

A kis mennyiségű határon átnyúló értékesítésre nincs egységes ÁFA-mentesség; a tagállamok közötti adatcsere azonban lehetővé teszi az alacsony értékű ügyletek egyszerűsített kezelését.

Az EU 2025-ben bevezetett kisvállalkozási ÁFA-irányelv-módosítása egyesíti a tagállami mentességi küszöböket, de a gyakorlati alkalmazás továbbra országonként eltérő.

A cél egy olyan, **egyszerűsített ÁFA-mechanizmus** kialakítása, amely lehetővé teszi a kistermelők számára az adminisztratív terhek csökkentését és a határon túli értékesítés jogbiztonságát.

4.2.6. NEMZETKÖZI MEGÁLLAPODÁSOK

A magyar-szlovén együttműködés jogi alapját a **2007. évi kormányközi megállapodás** a határ menti önkormányzati kapcsolatok előmozdításáról, valamint a **2022. évi gazdasági és társadalmi fejlesztési egyezmény** adja.

Ezek a dokumentumok nem bírnak közvetlen jogszabály-hatállyal, de keretjelleggel szolgálnak a határon átnyúló helyi gazdaságfejlesztési kezdeményezések támogatásához.

Az **EGTC-k (Pannon és Muraba) koordinációs szerepe kiemelt**, ám nem hatósági – inkább információs és egyeztető funkciót látnak el.

4.3. A MAGYAR JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET

4.3.1. HATÓSÁGI STRUKTÚRA

A magyar rendszerben több intézmény vesz részt a helyi termékek szabályozásában:

- **Agrárminisztérium** – szakpolitikai irányítás, támogatások, pályázatok, rövid ellátási láncok ösztönzése.
- **Vármegyei kormányhivatalok** – engedélyezés és ellenőrzés.
- **NÉBIH** – az élelmiszerlánc-biztonság felügyelete, nyomonkövetés, laboratóriumi vizsgálatok.
- **Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK)** – nyilvántartás, tanácsadás, képzés, helyi piacok koordinálása.

4.3.2. A HELYI TERMÉK FOGALMA ÉS VÉDELME

A „helyi termék” nem önálló jogi kategória, de több rendelet határozza meg a gyakorlatát:

- 51/2012. (VI.8.) VM rendelet – helyi termelői piacok működési szabályai (Magyar Közlöny 2012/69.),
- 74/2012. (VII.25.) VM rendelet – megkülönböztető jelölések (különbséget tesz „magyar termék”, „hazai termék” és „hazai feldolgozású termék” között),
- 2012. évi XXX. törvény – a Hungarikumok rendszeréről (végrehajtása: 324/2020. (XII.29.) Korm. rendelet).

A védelem különböző formákban valósul meg: védjegyek (pl. „HÍR”, „Nemzeti Parki Termék”), földrajzi árujelzők (OEM, OFJ), valamint ökotermék-minősítések.

4.3.3. TERMELŐI KATEGÓRIÁK

A rendszer három alapvető termelői formát különböztet meg:

- **Őstermelők és családi gazdaságok (ŐCSG)** – regisztrációs azonosítóval (FELIR), korlátozott értékesítési területtel.
- **Kistermelők** – kis mennyiségű, helyben előállított és feldolgozott élelmiszer értékesítése, mennyiségi és távolsági korlátok mellett.
- **Kézműves termelők** – hagyományos termékek, nem feltétlenül élelmiszer.

4.3.4. ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁK ÉS KORLÁTOZÁSOK

A kistermelők számára a **60/2023. (XI.15.) AM rendelet** egyszerűsített higiéniai és nyomonkövetési szabályokat ír elő, és országos szintű értékesítést engedélyez bizonyos feltételek mellett:

A 60/2023. (XI.15.) AM rendelet szerint a kistermelő értékesíthet piacon, vásáron, alkalmi rendezvényen, csomagküldéssel (hűtést igénylő élelmiszerek kivételével), valamint automatából (kivéve baromfi-, nyúlféle-, halhús). Egyes, vágóhídon levágott állatok húsát kiskereskedelmi/vendéglátó részére csak a gazdaság vármegyéjén belül vagy 40 km-en belül lehet átadni.

4.3.5. ADÓZÁS ÉS ÁFA

A kistermelők jellemzően átalányadózást választhatnak, bevételi határokhoz kötött mentességekkel. Az alanyi adómentesség és az átalányadózás aktuális határértékei és feltételei a NAV mindenki tájékoztatóiban található. Az online számlaadat-szolgáltatás és a közösségi adóalanyiság (NAV-EU regisztráció) szükségessé teheti külön adószám kiváltását a határon átnyúló értékesítés esetében.

4.3.6. BORKÉSZÍTÉS ÉS PÁRLATKÉSZÍTÉS

A bortermelésre és pálinkafőzésre külön szabályok vonatkoznak:

- **2016. évi LXVIII. törvény** az adójegyes szeszesitalokról,
- **2020. évi CLXIII. törvény** a szőlőtermesztésről és bortermelésről.

A házi párlat kizárólag saját fogyasztásra engedélyezett, értékesítésre csak adóraktári engedéllyel kerülhet sor. Az adóügy- és zárjegyszámlarendszer az uniós jövedéki szabályozáshoz (2019/787/EU) igazodik.

4.4. A SZLOVÉN JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV KÖRNYEZET

4.4.1. FŐBB HATÓSÁGOK

A szlovén rendszer központi szereplői:

- **Mezőgazdasági, Erdészeti és Élelmiszerügyi Minisztérium (MKGP),**
- **Pénzügyminisztérium (MF)** és annak szerve, a **Szlovén Pénzügyi Igazgatás (FURS).**

Az élelmiszerlánc-biztonsági ellenőrzéseket a Szlovén Köztársaság Élelmiszerügyi, Állategészségügyi és Növényvédelmi Felügyelete (UVHVVR) végzi, amely az MKGP alá tartozik.

4.4.2. A MEZŐGAZDASÁGI TERMELŐK ÉS KISTERMELŐK SZABÁLYOZÁSA

A **ZKme-1 törvény (Agriculture Act)** szerint a kis mennyiségű termelők, akik saját előállítású növényi vagy állati termékeiket közvetlenül értékesítik, mentesülnek a teljes élelmiszeripari regisztráció alól.

A „helyi piac” fogalmát a ZKme-1 nem országos, hanem regionális szinten értelmezi; a mennyiségi határokat végrehajtási rendeletek (Uredba o dopolnilnih dejavnostih na kmetiji) konkretizálják.

A termelők közvetlenül értékesíthetnek:

- a termelés helyén,
- piacokon, vásárokon, mozgó standokon,
- házhoz szállítással vagy eseményeken.

A határon átnyúló ideiglenes értékesítés írásos bejelentéssel engedélyezhető az MKGP-nél, és a bejelentés tartalmazza az eladási helyet, termékkört és időtartamot.

4.4.3. ADÓZÁS ÉS ÁFA-MENTESSÉG

Szlovéniában az adózási rendszer lehetővé teszi a kis adóalanyok (mikrovállalkozások) számára, hogy bizonyos bevételi határig mentesüljenek a **DDV** (szlovén ÁFA) megfizetése alól.

A belföldi kisadózói küszöb **2025-től 60 000 €**.

Nem rezidensek esetében **nincs küszöbérték**: amennyiben Szlovéniában adóköteles ügyletet végeznek, kötelező DDV-regisztráció szükséges, kivéve ha minden ügylet fordított adózás (reverse charge) alá esik. A magyar termelők számára ez azt jelenti, hogy ha Szlovéniában értékesítenek (pl. vásáron), a FURS-nál DDV-azonosítót kell kérniük, de a NAV-val való adatcsere egyszerűsítheti az adminisztrációt.

4.4.4. BOR- ÉS SZESZESITAL-TERMELÉS

A **ZTro-1** (szeszesimalok és jövedéki termékek törvénye) szabályozza a borászati és párlatkészítési tevékenységet.

A kis borász az, aki évente legfeljebb **100 000 liter** bort termel 20 hektárnál kisebb ültetvényről. A kis szeszőzdeák **150 liter tiszta alkohol** mennyiségig kedvezményes adózást élveznek.

E kedvezmények részletes feltételeit külön rendeletek szabályozzák (pl. *Uredba o trošarinah za alkohol in alkoholne pijače*).

Mindkét kategória jogosult exportengedélyre, ha a nyilvántartási és adófizetési kötelezettségeknek eleget tesz.

A jövedéki adórendszer a 2008/118/EK és 2019/787/EU irányelvekre épül, így a magyar és szlovén szabályok harmonizáltak.

4.4.5. HELYI VÁSÁROK ÉS ÖNKORMÁNYZATI SZABÁLYOZÁS

A helyi vásárok működését az önkormányzatok szabályozzák. A **Lendvai Piacrendelet** például előnyben részesítheti azokat a termelőket, akik a településen élnek, és saját készítésű, mezőgazdasági vagy kézműves termékeket kínálnak.

A szabályozás részletesen felsorolja az engedélyezett élelmiszer- és nem élelmiszertermékeket is.

4.5. A MAGYAR ÉS SZLOVÉN SZABÁLYOZÁS ÖSSZEHAONLÍTÁSA

Szempont	Magyarország	Szlovénia
„Kis mennyiség” fogalma	Részletesen meghatározott rendeleti mellékletben, heti és éves mennyiségi korlátokkal.	A törvény általánosan definiálja, a „helyi piacra” korlátozva.
Alap- és feldolgozott termékek megkülönböztetése	60/2023. (XI.15.) AM rendelet: unprocessed/processed az EU 852/2004 szerint.	ZKme-1: a 178/2002/EK alapján, hasonló logikával.
ÁFA- és adómentesség	Átalányadózás, kompenzációs felár, 18 milliós mentességi határ.	KKV-mentességi (EX-szám) rendszer, közösségi adóharmonizációval.
Online és automatás értékesítés	Lehetővé tett, de nem teljes körűen szabályozott.	Szintén engedélyezett, de gyakorlati alkalmazása korlátozott.
Szakmai képesítések elismerése	2001. évi C. törvény az oklevelek elismeréséről, korlátozott körben.	2005/36/EK irányelv szerinti kölcsönös elismerés, mezőgazdaságban rugalmasabb.
Ellenőrzések és élelmiszerlánc-felügyelet	NÉBIH központi szereppel, uniós együttműködésben.	A Mezőgazdasági Hivatal és az élelmiszer-felügyelet közösen végzi.

1. táblázat A magyar és szlovén szabályozás összehasonlítása (az adatok 2025. november hónapban aktualizáltak)

4.6. JAVASOLT JOGI ÉS ADMINISZTRATÍV MEGOLDÁSOK

Az alábbiakban a tanulmány a jogi és adminisztratív akadályok gyakorlati megoldásait mutatja be, a határon átnyúló együttműködés erősítése érdekében.

4.6.1. JOGI MEGOLDÁS

- Egy **speciális 25+25 km-es határ menti zóna** kialakítása, ahol a két ország kistermelői **egyszerűsített, közös szabályok** szerint értékesíthetnének.
- Közös **tanúsítási és nyilvántartási rendszer** bevezetése, amelyet mindkét tagállam kölcsönösen elismer, és amely védelmet biztosít a megtévesztő „lokális” termékekkel szemben.
- Az **EGTC-k** (pl. Pannon, Muraba) koordinációs szerepének erősítése a hatósági kommunikáció támogatására, de hatósági jogkör nélkül, kizárólag közvetítő funkcióban.

4.6.2. ADMINISZTRATÍV MEGOLDÁS

- A határon átnyúló értékesítések **egyszerűsített bejelentése** kizárólag a származási ország hatóságainál, az adatok automatikus továbbításával a másik tagállam felé.
- Az adó- és élelmiszerlánc-információk automatikus átadása a másik tagállam hatóságának.
- Közös kétnyelvű útmutató és online információs platform létrehozása a termelők számára.

4.6.3. OKTATÁSI ÉS GYAKORLATI TÁMOGATÁS

- Rövid, gyakorlatorientált képzések a határon átnyúló értékesítés adminisztratív, higiéniai és adózási szabályairól. A képzések közös, kétnyelvű modulokból állhatnának, amelyek az EU Farm to Fork stratégiájának céljaihoz is illeszkednek.
- Mentorprogram indítása fiatal és idősebb termelők számára, akik számára a jogi és adminisztratív folyamatok átláthatósága kihívást jelent.

4.7. ÖSSZEGZÉS

Az uniós szabályozás egységes elveket fogalmaz meg a helyi termékek biztonságára, eredetvédelmére és szabad mozgására, de a végrehajtás tagállami hatáskörben marad. A magyar és szlovén rendszerek különböző adminisztratív megközelítései a határ mentén működő kis termelők számára akadályt jelentenek.

A tanulmány megállapításai szerint a jövőbeni együttműködés kulcsa:

- a **jogszabályok egyszerűsítése és összehangolása,**
- a **kétnyelvű információs rendszerek** kialakítása,
- a **hatósági eljárások kölcsönös elismerése,**
- valamint a **területi alapú, 25+25 km-es zónára** épülő, kísérleti szabályozás kialakítása

Ezek révén megvalósulhat a helyi termékek szabadabb áramlása, a gasztroturisztikai kínálat bővülése és egy fenntartható, regionális gazdasági modell, amely mindkét ország számára előnyt jelent.

A harmonizált szabályozás és az információs akadályok lebontása a magyar-szlovén határtérség versenyképességét is növelheti az uniós rövid ellátási láncok fejlesztési irányainak megfelelően.

Ezek az intézkedések a CROSSDEST projekt céljaival összhangban járulhatnak hozzá a magyar-szlovén határtérség gazdasági integrációjához és fenntartható fejlődéséhez.



5. FORRÁSJEGYZÉK

Szlovénia

Bohinj és Slovenia Green hálózat

- Slovenia.info – Bohinj, Slovenia Green Destination Platinum – <https://www.slovenia.info/en/places-to-go/regions/alpine-slovenia/bohinj>
- Alpine Pearls Network – Sustainable Alpine Mobility Initiative – <https://www.alpine-pearls.com/en>
- Green Destinations – Certified sustainable destinations: Slovenia Green program overview – <https://www.greendestinations.org/slovenia-green>

Vipava-völgy és Slovenia Green Gourmet Route

- Vipavska dolina – Official tourism website – <https://www.vipavskadolina.si/en>
- Slovenia Green Gourmet Route – National gastronomic route presentation – <https://www.slovenia.info/en/stories/slovenia-green-gourmet-route>
- Slovenia.info – Slovenia Green Cuisine certification – <https://www.slovenia.info/en/business/slovenia-green>
- Alma virtual guide – AI-based tourism assistant introduction (Slovenia.info) – <https://www.slovenia.info/en/stories/meet-alma>

Ausztria

AMA GenussRegion (AMA GENUSS REGION)

- AMA GenussRegion – Offizielle Website: Qualität und Herkunft genießen – <https://www.genussregionen.at>
- Agrarmarkt Austria (AMA) – Genuss Region program overview – <https://www.ama.at/ueber-ama/ama-marketing>
- AMAcademy – Bildungs- und Schulungsprogramme für Produzenten und Gastronomen – <https://www.ama.info.at/amacademy>

Olaszország

South Tyrol / Alto Adige – Red Rooster (Roter Hahn)

- Roter Hahn – Offizielle Website / Official website – <https://www.roterhahn.it/en/>
- Südtiroler Bauernbund – Agritourism and quality label presentation – <https://www.sbb.it/en>
- Visit South Tyrol – Sustainable travel and rural tourism overview – <https://www.suedtirol.info/en/experiences/sustainable-travel>

Finnország

Lakeland és Sustainable Travel Finland (STF)

- Visit Finland – Sustainable Travel Finland program – <https://www.visitfinland.com/sustainable-finland/>
- Visit Lakeland Finland – Official regional tourism site – <https://www.visitlakeland.fi>
- Sustainable Travel Finland – Criteria and certification process – <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/travel/sustainable-travel-finland>
- Visit Finland – Food tourism and Local Food Routes overview – <https://www.visitfinland.com/en/articles/local-food-tourism-in-finland/>

Ausztria–Szlovénia–Olaszország

Alpe Adria Trail – Határon átnyúló turizmus

- Alpe Adria Trail – Official trail website and booking system – <https://www.alpe-adria-trail.com/en>
- Kärnten Werbung – Cross-border destination management info – <https://www.kaernten.at/en/alpe-adria-trail/>
- Slovenia.info – Alpe Adria Trail section and Slovenian stages – <https://www.slovenia.info/en/hiking/alpe-adria-trail>
- Friuli Venezia Giulia Tourism – Italian partner page – <https://www.turismofvg.it/en/alpe-adria-trail>

Tanulságos (lezárult) nemzetközi projektek

Nem működő vagy lezárult együttműködések (3.3.2. fejezet hivatkozásai)

- Baltic Sea Culinary Routes / Baltic Sea Food (Interreg Baltic Sea Region project) – <https://www.balticseaculinary.com>
- Lauku Ceļotājs – Latvian Country Tourism Association, Baltic Sea Food coordinator – <https://www.celotajs.lv/en/project/7>
- Culinary Heritage Europe (korábbi hálózat, 2010-es évek) – <https://www.culinary-heritage.com>
- Danube Gourmet Route (Interreg Danube Transnational Programme pilot) – <https://danube-region.eu/projects/>

Nemzetközi tanúsítási és szakmai háttérforrások

- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) – Global Sustainable Tourism Criteria – <https://www.gstcouncil.org>
- Green Destinations – Sustainability Certification for Destinations – <https://www.greendestinations.org>
- European Network of Regional Culinary Routes – Policy and practice report (2019) – <https://www.interregeurope.eu/policy-learning-platform>



6. KÉPEK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

Képjegyzék

1. KÉP A VIZSGÁLT NEMZETKÖZI MINTATERÜLETEK	10
2. KÉP HTTPS://WWW.BOHINJ.SI/EN/SLOVENIA-GREEN/	11
3. KÉP HTTPS://WWW.BOHINJ.SI/EN/FROM-BOHINJ/BOHINJ-BREAKFAST/	13
4. KÉP HTTPS://WWW.SLOVENIA-GREEN.SI/	15
5. KÉP HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGIONS	16
6. KÉP HTTPS://BIO.AMAINFO.AT/	17
7. KÉP HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGION/STYRIA	18
8. KÉP HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGION/STYRIA	19
9. KÉP HTTPS://GOLDENRINGCHEESE.COM/EN/ABOUT-US/	22
10. KÉP HTTPS://WWW.VIPAUSKADOLINA.SI/EN/OKUSAJ/KULINARIKA	23
11. KÉP HTTPS://WWW.ROTERRHAIN.IT	24
12. KÉP HTTPS://WWW.ROTERRHAIN.IT/EN/FARM-HOLIDAYS/CHILDRENS-PARADISE	26
13. KÉP HTTPS://WWW.ROTERRHAIN.IT/EN/FARM-HOLIDAYS/INDULGENCE-ON-THE-FARM/FARM-PRODUCTS ...	27
14. KÉP HTTPS://WWW.VISITFINLAND.FI/EN/LIIKETOIMINNAN-KEHITTAMINEN/VASTUULLINEN-MATKAILU/SUSTAINABLE-TRAVEL-FINLAND	28
15. KÉP HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/FOUR-SEASONS-OF-LAKELAND-FINLAND/	30
16. KÉP HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/PRODUCTS/KARELIAN-PIE-WORKSHOP-PUUMALA/	30
17. KÉP HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/6-REASONS-TO-VISIT-LAKELAND-FINLAND/	31
18. KÉP HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/EXPERIENCES/	32
19. KÉP HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/OFFERS/DETAILS/OFFER-ALPE-ADRIA-TRAIL-FOOD-WINE-CELLARS-AND-OSMIZZE/	34
20. KÉP HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/OFFERS/INDIVIDUAL-PACKAGES/	35

Táblázatok jegyzéke

1. TÁBLÁZAT A MAGYAR ÉS SZLOVÉN SZABÁLYOZÁS ÖSSZEHASONLÍTÁSA (AZ ADATOK 2025. NOVEMBER HÓNAPBAN AKTUALIZÁLTAK)	44
---	----