

**CHEMCON 2002**  
**TANÁCSADÓ ÉS SZOLGÁLTATÓ BETÉTI TÁRSASÁG**  
**Tervezzem velünk,...**

**VÖLGY VIDÉK GAZDASÁGFEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA I.**

*Völgy Vidék helyi termékei és fejlesztési lehetőségeik*

**ZÁRÓTANULMÁNY**

**Témavezető**

**Bodó Erzsébet Tünde üv. ig.**

**Készült:**

**Völgy Vidék Vidékfejlesztési Közösség Közhasznú Egyesület megbízásából**

**Baracska, 2009. szeptember 30.**

*© Minden jog fenntartva. A tanulmány egészének vagy részeinek másolása és sokszorosítása csak a megbízó és a készítők előzetes engedélyével lehetséges.*

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>I. BEVEZETÉS.....</b>	<b>4</b>
1.1. ÖNELLÁTÁSRA TÖREKVŐ HELYI GAZDASÁGI RENDSZER.....	5
<b>II. HELYI TERMÉK .....</b>	<b>7</b>
2.1. HELYI TERMÉK FOGALMA, ELŐÁLLÍTÁSI ÉS FORGALMAZÁSI JELLEMZŐK .....	7
2.1.1. <i>Lokális fogyasztás: alternatív boldogság</i> .....	10
2.1.2. <i>Környezettudatos fogyasztói csoportok</i> .....	12
2.2. HELYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS JOGSZABÁLYI KÖRNYEZET .....	14
2.2.1. <i>Mezőgazdasági termékek és élelmiszerek szabályozása</i> .....	14
2.2.2. <i>Kézműves termékekre vonatkozó jogszabályok</i> .....	15
2.3. HELYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS PÉLDÁK, EURÓPAI UNIÓS LEADER LEGJOBB GYAKORLATOK.....	16
<i>Ausztria</i> .....	16
<i>Belgium</i> .....	18
<i>Egyesült Királyság</i> .....	20
<i>Franciaország</i> .....	23
<i>Görögország</i> .....	24
<i>Írország</i> .....	26
<i>Lengyelország</i> .....	26
<i>Olaszország</i> .....	27
<i>Románia</i> .....	28
<i>Spanyolország</i> .....	28
<i>Svédország</i> .....	31
<b>III. HELYI TERMÉKFEJLESZTÉS ÉS ÉRTÉKESÍTÉS.....</b>	<b>32</b>
3.1. A HELYI TERMÉKFEJLESZTÉS ADOTTSÁGAI ÉS FELTÉTELEI .....	32
3.1.1. <i>Völgy Vidék gazdálkodásának lehetséges megújulási elemei</i> .....	34
3.2. HELYI TERMÉKEK ÉRTÉKESÍTÉSE.....	37
3.2.1. <i>Helyi értékesítés feltételei és lehetőségei</i> .....	37
3.2.2. <i>Szövetkezés</i> .....	39
3.3.3. <i>Közvetlen értékesítési lehetőségek</i> .....	41
3.3.3.1. <i>Közvetlen értékesítés város és falusi környezete összefüggésben</i> .....	41
3.3.3.2. <i>Közvetlen kereskedelem falusi környezetben</i> .....	43
3.3.3.3. <i>Jogszabályok szerinti közvetlen értékesítési lehetőségek</i> .....	44
3.4. HELYI TERMÉKEK MARKETINGJE ÉS KOMMUNIKÁCIÓJA .....	49
<b>IV. VÖLGY VIDÉK HELYI TERMÉKEI.....</b>	<b>53</b>
4.1. VÖLGY VIDÉK HELYI TERMÉKEI .....	53
4.2. VÖLGY VIDÉK HELYI TERMÉK PROGRAM .....	59
4.3. HELYI TERMÉKEK, TÉRSÉGI KARAKTEREK, HELYI IDENTITÁS RÉSZÉT KÉPEZŐ TERMÉKEK .....	64
<b>V. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK .....</b>	<b>70</b>
<b>VI. MELLÉKLETEK .....</b>	<b>73</b>
1. MELLÉKLET ÉLELMISZEREKRE VONATKOZÓ TEMATIKUS JOGSZABÁLYOK .....	73
1.1. <i>Az élelmiszer-előállítás általános és termékspecifikus előírásai</i> .....	73

<i>1.2. Élelmiszerbiztonsági követelményekkel kapcsolatos általános és a termékekre vonatkozó specifikus jogszabályok</i> .....	78
<i>1.3. Vizsgálati módszerek</i> .....	82
<i>1.4. Egészségvédelemmel kapcsolatos általános és a termékekre vonatkozó specifikus szabályok</i> .....	83
<i>1.5. Az élelmiszer-forgalmazással kapcsolatos általános és specifikus jogszabályok</i> ....	84
<i>1.6. Termékvédelem, terméktanúsítás</i> .....	85
<i>1.7. Hatósági ellenőrzéssel kapcsolatos általános és specifikus feladatok, felhatalmazások</i> .....	86
<b>2. MELLÉKLET EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT HELYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS KÖZÖS MENEDZSMENTSZERVEZET LÉTREHOZÁSÁRA</b> .....	88
<b>3. MELLÉKLET HELYI TERMÉK FELMÉRŐ ADATLAP</b> .....	89
<b>4. MELLÉKLET KITÖLTÉSI ÚTMUTATÓ HELYI TERMÉK FELMÉRŐ ADATLAPHOZ</b> .....	90
<b>5. MELLÉKLET LEHETSÉGES KÉRDÉSEK A VÖLGY VIDÉK HELYI TERMÉK PROGRAM ELINDÍTÁSÁHOZ KAPCSOLÓDÓ KÉRDŐÍVHEZ</b> .....	91
<b>6. MELLÉKLET TANÁCSOK HELYI TERMÉKPIAC SZERVEZÉSÉVHEZ</b> .....	94
<b>VI. FELHASZNÁLT IRODALOM</b> .....	<b>96</b>

### TÁBLAJEGYZÉK

1. táblázat Az Eostre vásárlóinak organikus élelmiszer vásárlására vonatkozó motivációi ...	13
2. táblázat Kistermelői termékek, azok előállítási helyével és értékesítési lehetőségeivel.....	48
3. táblázat Helyi termékek Völgy Vidék településein (v1.0) .....	53
4. táblázat A szántóföldi növények, az állati termékek és a malom-, sütőipari termékek főbb termelői és előállítói Völgy Vidék településein .....	58

## I. Bevezetés

A Völgy Vidék LEADER térség Fejér megye északi-északkeleti részén helyezkedik el mintegy 60 ezer 750 hektáron. Ezt 17 egymással szomszédos települési önkormányzat területe alkotja az ercsi (mind a 7 települése), a bicskei (9 települése) és székesfehérvári kistérségből (1 települése). A térség egyike a budapesti agglomeráció azon fejlett peremterületeinek, amely közvetlenül kapcsolódik a legkedvezőbb gazdaság- és társadalomstatisztikai mutatókkal jellemezhető agglomerációs szektorokhoz. Részben a városkapu-jellegű, sokoldalúan fejlett és modern zónához (Érdi-Törökbálint-Budaörs körzete) és részben a kertvárosi jellegű elit lakónegyedek alkotó területéhez (Zsámbék-Biatorbágy-Budakeszi körzete).

Ezek a földrajzi fekvésből következő adottságok jelentős mértékben meghatározzák a Völgy Vidék LEADER térség társadalmi-gazdasági helyzetét, köztük azt is, hogy a (területi) munkamegosztás logikája alapján a kialakult gazdasági szerepkör, berendezkedés túlnyomórészt városellátó jellegű. Termékeinek és szolgáltatásainak nagyobbik részét a közeli nagyváros és körzete igényei hívták életre és tartják, jelenleg is és vélhetően a jövőben is, fenn. Mindez részben igaz csak a térség helyi termékeire, amelyek végső felhasználásában számottevő a helyi fogyasztás szerepe, amely e speciális termékcsoporthoz alapvető meghatározottságából fakad. Ennek további növelése az egyik fő célja a Völgy Vidék Helyi Vidékfejlesztési Stratégiának, amely a helyi alapanyagokból megtermelt és előállított termékek gazdáinak fejlesztési elképzeléseire, egyben szükséges összefogására épít.

Ugyanakkor a természetes környezetet, a megélhetést, a gazdálkodást, az egészséget egyre gyorsuló változások fenyegetik ebben a térségben is, amelyek nem hagyhatók figyelmen kívül. A teljesség igénye nélkül ezek a gazdasági válság, az éghajlatváltozás, az energiaválság, a gazdálkodás kiszámíthatatlan jövedelmezősége, a változó agrárpolitika és az intenzív mezőgazdaság okozta problémákból, ezek hatásaiból fakadó veszélyekből, nehézségekből adódnak. Az e változások elleni egyik meghatározó védelem, illetve a kiszolgáltatottság csökkentésének egyik hatásos eszköze a sokszínű helyi gazdaság kialakítása és fenntartása lehet, amely az önellátásra, az önvédelemre és az önrendelkezésre épül.

Völgy Vidék közösségének olyan utat kell keresnie, amely enyhíti függőségét a nagy, számára befolyásolhatatlan piacoktól, energia- és termékellátástól. Ilyen a környezet- és tájgazdálkodásra épülő, fenntartható mezőgazdaság, illetve szélesebb megközelítésben az

önellátásra törekvő helyi gazdasági rendszer, melynek egyik kiemelt pontját éppen a helyi termékek és az azokkal kapcsolatos fejlesztési lehetőségek adják. A helyi termékek feltérképezésének és fejlesztésének szükségességét tehát egy, a helyi önellátásra a mainál jobban törekvő helyi társadalmi-gazdasági rendszer kialakításának igénye, illetve az ilyen alapokra helyezkedő rendszer irányába történő elmozdulás alapozza meg.

### **1.1. Önellátásra törekvő helyi gazdasági rendszer**

Az önellátásra törekvő helyi gazdasági rendszer főbb elemei a következők:

- ✓ *A környezet- és tájgazdálkodás elvei alapján termel, így kevesebb kárt tesz saját erőforrásaiban (talaj, táj, vizek, élő környezet), javítja környezete állapotát → csökkenti pl. a környezetszennyezés (vízszennyezés, talajpusztulás stb.) miatti vagy a talajerő utánpótláshoz szükséges költségeket.*
- ✓ *Kevesebb ipari eredetű alapanyagot használ (pl. műtrágya, vegyszerek stb.) → kevésbé érinti ezek árának emelkedése, nincs annyira rászorulva hitelekre vagy bonyolult adminisztrációval járó támogatásokra.*
- ✓ *Olyan megoldásokat keres, melyek a természet energiáit, illetve a helyben elérhető megújuló energiákat fenntartható módon hasznosítják (olajjal, árammal működő gépek sora helyett) → kevésbé érinti az eszközök, az áram, az olaj és a gáz áremelkedése vagy az ellátás zavarai.*
- ✓ *Nagyobb mértékben épít a helyi közösség, gazdák, vállalkozók együttműködésére, szövetkezésére, kölcsönös szívességekre → olcsóbban, eredményesebben működhet együtt a szomszédal, vagy kérhet tőle kölcsönt, mint egy banktól hitelt, vagy egy bürokratikus szervezettől támogatást.*
- ✓ *A termelés és kereskedelem nagyobb részét közössége tagjaival közösen intézi (pl. gazdátársaival, szövetségeseivel) → nem kiszolgáltatott a nagykereskedőnek, integrátornak.*
- ✓ *Energiaellátásában növekvő mértékben hasznosítja a helyi, megújuló erőforrásokat kisléptékű, egyszerű, környezetkímélő eszközök segítségével (pl. szélkerék, napkollektor, biomassza-fűtés) → függetleníti magát az energiaárak drágulásától és az ellátási problémáktól.*
- ✓ *Anyag- és víztakarékos technológiákat használ, csökkenti hulladék- és szennyvíztermelését, az előálló hulladékot nyersanyagként igyekszik (újra)hasznosítani (pl. komposztálás), a szennyvizet kisléptékű, természetközeli módszerekkel tisztítja → csökkenti a hulladékelszállítási és csatornadíj költségeit és a környezetszennyezést.*
- ✓ *Több feldolgozott terméket tud eladni → a nyereség nagyobb része marad a termelőnél, előállítónál.*
- ✓ *Többfajta terméket állít elő → kevésbé van kitéve az egyes termékpiacokon az árak ingadozásának.*
- ✓ *Egyedi termékeket is előállít, pl. régi, táj-jellemző alapanyagokból készült élelmiszereket, kézi munkával gyártott különleges használati tárgyakat → a különleges termékek piaca új*

lehetőségeket nyit meg a kisebb előállító üzemeknek is (míg a tömegtermékek piacán a nagykereskedő diktál).

- ✓ *Törekszik arra, hogy az előállított termékek minél nagyobb részét helyben fogyasszák el, használják fel* → csökken a szállítási költség, állandó, biztos vevőkör alakulhat ki.

Az utóbbi négy rendszerelem egyértelműen – de több más is közvetetten – a helyi termékekkel kapcsolatos, melyből látható, hogy a helyi önellátásra törekvő gazdasági rendszer egyre nagyobb mértékben támaszkodik a helyben megtermelt javakra, előállított termékekre és azok helyben történő fogyasztására, felhasználására. Éppen ezért kiemelkedően fontos a továbblépés szempontjából annak ismerete, hogy pontosan mit is értünk helyi termékén, milyen az ezek előállításának, kereskedelmének, fogyasztási körülményeinek jogi szabályozása Magyarországon és máshol, hogyan történik az értékesítésük, milyen a helyi termékek marketingje és kommunikációja? Illetve az, hogy a Völgy Vidéken milyen helyi termékeket termelnek, milyen helyi árucikkek kerülnek előállításra, és a fenti tényezőkkel miként jellemezhetőek ezek?

## II. Helyi termék

### **2.1. Helyi termék fogalma, előállítási és forgalmazási jellemzők**

Mint a legtöbb fogalom-meghatározásnál, a helyi termék esetében is, rengeteg megközelítéssel, és abból fakadó némiképp eltérő eredményekre jutó definíciókkal lehet találkozni a szakirodalomban és közhasználatban egyaránt. Ezeknek általában van azonban egy közös nevezője, amelyet a meghatározások legtöbbször alkalmaz, vagy legalább is nem szokott megkerülni, és a legáltalánosabban elfogadottá válik. A helyi termék fogalmának meghatározásakor is célszerű azt a módszert alkalmazni, amely a legelfogadottabb nézetet emeli ki, hiszen Völgy Vidék esetében, illetve a téma helyi feldolgozása szempontjából nem releváns speciális elhatárolásokra, különféle egyedi mérlegelési szempontokat figyelembe vevő szűkítő-pontosító értelmezésekre figyelemmel lenni.

Célszerűnek tűnik a tanulmány és a Völgy Vidék LEADER térség szempontjából *helyi terméknek* tekinteni a *helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt, előállított alapanyagból, hagyományos és/vagy az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült terméket, feldolgozott terméket*. Tulajdonképpen ez az a definíció, amelyet a vidékfejlesztés, illetve a LEADER megközelítés is alkalmaz Európában és Magyarországon egyaránt, és amely az elmúlt évtizedek során kristályosodott ki.

Azok a termékek számítanak helyi terméknek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a – korábbiakban jelzett – helyi önellátásra törekvő helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés, előállítás során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. Egy további célszerű bővítő kitétel szerint a definícióban szereplő 'helyben előállított, helyben honos, vagy helyben megtermelt, előállított alapanyagok' aránya a legtöbbször, a legtöbb hazai térségben elfogadottak és alkalmazottak szerint elég, ha meghaladja az 50%-ot.

A helyi termékek – főként a mezőgazdasági és élelmiszer termékek – további közös jellemzője, hogy sajátos történelmi, földrajzi, agroklimatikus környezetben egyedi eljárással készülnek, ezáltal általában az árak is magasabb. Értékesítésük legtöbbször pedig ún. közvetlen értékesítéssel történik, kisebb hányaduk kerül kereskedelmi forgalomba. A helyi termékeket jellemzően mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az

önfoglalkoztató vállalkozás, de hazai viszonyok között az őstermelők, a kistermelők és a természetes személyek szerepe is kiemelkedő<sup>1</sup>.

*Miért jó a helyi termék?*

- ✓ Megbízható, friss, fenntartható, azaz...
- ✓ Több embernek ad munkát. (Azzal, hogy a hazai termelők megélhetését biztosítjuk, visszaadjuk a vidéki társadalom önfenntartásának egyik kulcs elemét. A tönkrement gazdálkodók, a szerepét vesztett vidéki lakosság a városok problémájává, terhévé is válnak, ezért a városban élőknek is érdeke, a jó minőségű élelmiszertermelés mellett, hogy a helyi gazdálkodók megélhetését támogassák.)
- ✓ Ízletes és friss. (A természetes körülmények között, helyben beérő gyümölcs ízletesebb, mint az ún. „jól szállítható”, vagyis éretlenül leszedett és üvegházhatást okozó gázokkal (pl. metánnal) mesterségesen érleltetett fajták és fajok. A szállításon rengeteg időt is meg lehet spórolni: míg az import áru napokat, néha heteket áll raktárakban – ahol viasszal, gázzal, elektromos hűtéssel próbálják tartósítani –, addig a helyi termék frissebb.)
- ✓ Kisebb a környezetterhelése a rövid idejű szállítással. (A földrajzi távolság csökkentésével a szállítás okozta szennyezés is csökkenthető: a tartósításhoz szükséges kémiai anyagok mellőzhetőek, a minőségi, beltartalmi romlás megakadályozható a termék gyors eljuttatásával a fogyasztóhoz.)
- ✓ A közösség pénze helyben marad, a helyi gazdaság erősödik. (Helyi élelmiszerláncok egyre több helyen jönnek létre világszerte, felismerve azt, hogy minél közelebb marad az élelmiszer a megtermelés helyéhez, annál nagyobb hányad jut a vételárból a gazdának, illetve a régiónak. Az angol New Economics Foundation szerint bármilyen helyi valutát is használunk, ha helyi élelmiszereket költjük, kétszer annyi bevételhez juttatjuk a közösséget, mintha a pénzt a szupermarketben költenénk el.)
- ✓ Termelő és fogyasztó szorosabb kapcsolata jön létre. (A helyi termékek fogyasztásánál bizalmon alapuló, közvetlen gazda-fogyasztó kapcsolatok alakulhatnak ki, ahol mindkét fél együttes érdeke a jó minőség, a megbízhatóság, a közvetlen ismeretség. A fogyasztónak így lehetősége nyílik több információhoz jutnia az előállításról, és személyes kapcsolatot tud kialakítani a termelővel, aki a nevét és az arcát adja az általa előállított termékhez.)

*Forrás: [www.nyitottkert.hu](http://www.nyitottkert.hu)*

---

<sup>1</sup> További nem elhanyagolható és elhallgatható szempont az sem, hogy Magyarországon a helyi termékek egy része a gazdaság szürke és fekete zónájában kerül előállítására, illetve cserél gazdát. Mindamelllett, hogy ha valaki magánszemélyként, hobbi-szinten állítja elő termékét, és számlát nem tud adni, a jogszabályok akkor is, az ő számára is lehetővé teszik, hogy amennyiben nem rendszeresen árul (2-3 havonta vásárokon való értékesítés például nem minősül rendszeres árusításnak), akkor éves szinten 400 ezer Ft erejéig adómentesen, számlaadási kötelezettség nélkül értékesíthet (azon felül pedig az SZJA bevallásban kell elszámolni).



Országos ismertségnek örvendő jellegzetes helyi termékek Fejér megyében pl. a cecei paprika és a cecei mézédés görögdinnye, a móri ezerjő, az etyeki borok, az agárdi pálinka, a mohai Ágnes és a székesfehérvári Aqua Mathias ásványvíz, a csákvári fazekas termékek és a megyei művészek alkotásai. A Széchenyi Terv Hagyományok – Ízek – Régiók (HÍR) Programja alapján a megye 'hungarikumaként' tartják számon (illetve tartja számon az Agrármarketing Centrum; AMC) a fehérvári kukoricás kenyeret, az alsószentiváni diót, a cecei étkezési fehér paprikát és a mezőföldi napraforgó virágmézet (továbbá a fent jelzett két ásványvizet).

Több mint 10 éve indult el Magyarországon a Hagyományok – Ízek – Régiók (HÍR) Program, amely a Nyugat-Európában – francia kezdeményezésre – már több éve futó Euroterroirs Európai Unió kezdeményezés hazai adaptációja. Háromszáz jellegzetesen magyar, illetve speciális regionális élelmiszeripari termék, növény- és állatfajta került összegyűjtésre. A kétéves országos gyűjtés (1999-2000) eredményeként beérkező 1148 termékjavaslatból a program tudományos bizottsága 500-at talált alkalmasnak arra, hogy róluk termékleírások készüljenek. A francia szakértők bevonásával készült szakmai-történeti termékleírásokat a bizottság ágazati és történeti szempontból értékelte, és végül 300-at hagyott jóvá (ebből mindössze 9 származik a Középdunántúli Régióból, amelyből 4 Fejér megyei). A program nemzeti tanácsának elfogadó döntése értelmében a gyűjtemény további 9, nemzeti kincsnek tekintendő hagyományos ásványvízzel egészült ki (ebből 2 Fejér megyei; az európai gyűjtemény elvi okokból nem tartalmaz ásványvizeket). A termékleírások 2002 tavaszán jelentek meg kétkötetes, színes fényképekkel gazdagon illusztrált könyvvé szerkesztett formában az Agrármarketing Centrum jóvoltából. Sőt, 2009 őszétől immár a HÍR védjegy használati jogának elnyerésére is van lehetősége a hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékek és élelmiszerek gyártóinak termékük ismertségének növelése, illetve piaci lehetőségeinek bővítése céljából.

Fentiekén túlmenően a jól ismert Kiváló Magyar Élelmiszer védjeggyel – amely közel egy évtizede tölti be azt a jelző szerepet, amely segít a hazai fogyasztóknak a tájékozódásban és garantálja a rendszeres ellenőrzést, az állandó minőséget a 2003. évi LXXXII. törvény előírásainak megfelelően –, mintegy 80 vállalkozás több mint 400 terméke rendelkezett 2009. őszén. E termék tanúsítási rendszerben kiválóknak az a fenti törvénynek megfelelő élelmiszer tekinthető, melynek minősége minden jellemzőjében megfelel a vonatkozó Európai Unió és magyarországi jogszabályoknak, a Magyar Élelmiszerkönyv előírásainak, irányelveinek, valamint az AMC tanúsítványra és védjegyre vonatkozó Működési Szabályzatban meghatározott egyéb követelményeknek, továbbá rendelkezik legalább egy olyan pontosan azonosítható és értelmezhető tulajdonsággal, amely az azonos vagy hasonló termékek

kínálatában a megszokottnál lényegesen kedvezőbb. A tanúsítvány és a védjegy használati jog pályázaton nyerhető el (a megfelelőségi tanúsítvány és a védjegy használati jog elnyerését Magyarországon forgalmazott termékek előállítói kezdeményezhetik az AMC-nél), az elnyerés feltétele, hogy a pályázott termék minősége az elvárható ésszerű megalapozottsággal megfeleljen az AMC által meghatározott ágazati általános és részletes követelményrendszernek (hasonló AMC kezdeményezés a Minőségi Magyar Sertéshús védjegy bevezetése is). A terméktanúsítási rendszer működése megfelel az MSZ EN 45011 szabvány követelményeinek. A tanúsítvány elnyerése és a védjegy használati jog a Nizzai Megállapodás 29-33. pontja szerinti áruosztályába besorolható valamennyi, az elsődleges élelmiszertermelésből vagy -feldolgozásból származó, közfogyasztásra szánt olyan élelmiszere kezdeményezhető, amelyek Magyarországon kereskedelmi forgalomban vannak. Természetesen mindezek mellett e termékeknek csak egy része felel meg a helyi termékkel kapcsolatos meghatározásnak, illetve elvárásnak. A Kiváló Magyar Élelmiszerek között nincs Völgy Vidékről származó, de olyan termék is csak 4 van (mohai 1347 természetes ásványvíz család 3 tagja; gyorsfagyasztott mexikói salátakeverék), melynek gyártója Fejér megyei településen lenne (Moha és Székesfehérvár).

Mindezen előzőek mellett, természetesen számos más, ámde kisebb léptékű területi hatókörben ismert és elismert helyi terméke van a megyének, illetve mikrotérségeinek, településeinek. Ilyen pl. az iváncsai pompos (a pompost más környező településen is ismerik és készítik), az úrhidai kacsafertály és disznótoros, a felcsúti André kecskesajt, vagy más helyi népi, illetve nemzeti kisebbségi élelmiszerek; a váli bodza, vagy más helyi mezőgazdasági termékek; a helyi hímzések, a bakonycernyei vesszőtermékek, vagy egyéb háziipari jellegű, kézműves, illetve művészeti termékek, stb. Más hazai régiókkal, megyékkel, tájakkal és egyéb területi egységekkel történő összehasonlítás alapján megállja ugyanakkor a helyét az a sajnálatos tény, hogy nagyobb területi hatókörben ismert 'helyi' termék', vagy 'hungarikum' összességében viszonylag kevés lelhető fel szűkebb vagy akár tágabb térségünkben egyaránt.

### **2.1.1. Lokális fogyasztás: alternatív boldogság**

Terjedelmes tudományos közlemények szólnak annak a kérdésnek a körüljárásáról, hogy napjaink fogyasztói társadalmában, ahol a multinacionális cégek minden lehetőséget megragadnak a fogyasztók befolyásolására és egyre kifinomultabb marketingeszközök hivatottak népszerűsíteni a sok esetben egyre messzebből érkező termékeiket, és ezen keresztül makroszinten magát a fogyasztást, van-e egyáltalán esélye bármiféle materialista

értékeket<sup>2</sup> tagadó alternatív fogyasztási mintának? Amennyiben a fogyasztói társadalom fogyasztója elégedett, hovatovább boldog, akkor elvetélt ötlet bármiféle alternatív fogyasztási minta javaslata, illetve működése. Azonban az alább bemutatásra kerülő kutatási eredmények megkérdőjelezzik napjaink átlagos fogyasztójának elégedettségét, illetve boldogságát, ezáltal megalapozzák a lokális (és a kevesebb) fogyasztás alternatívájának létjogosultságát.

Eredmények igazolják, hogy a materialista emberek alacsonyabb elégedettségi, illetve boldogsági mutatóval rendelkeznek. A materialista értékrend elutasítása ugyanakkor nem jelent feltétlenül a fenntarthatóbb fogyasztást. A materialista fogyasztás nem tekinthető a boldogság forrásának, ezáltal feltételezhető egy alternatív fogyasztási modell életképessége is. Azaz, mivel a túlfogyasztás bizonyos jelek szerint tévfogyasztás is egyben, egy, a jelenleginél fenntarthatóbb fogyasztásis szerkezet, és ennek elemeként a lokális fogyasztás mind egyéni, mind társadalmi szempontból előnyös alternatíva lehet.

Továbbra is kérdés azonban, hogyan lehet a jelenleginél fenntarthatóbb módon kielégíteni azokat a szükségleteket, melyeket napjaink nagyvállalatai egyrészt generálnak, másrészt kielégítenek (legalábbis kielégítésük ígéretét sugallják). Ez vélhetően a fogyasztói közösségtudat által lehetséges. Vagyis a lokális fogyasztást valló fogyasztók szükségleteiket azáltal fogják kielégíteni, hogy lokális termékek vásárlóiként, fogyasztói csoportot fognak alkotni. A lokális fogyasztás életképességére utaló elméleti indokok a következők:

- ✓ Az egyén azáltal, hogy a helyi terméket vásárol, közösséget vállal azokkal, akik szintén ilyen terméket vásárolnak. Minél többen vannak ezek a vásárlók, annál erősebb a fenntartható fogyasztást támogató csoportmorál. Helyi szintről lévén szó a fogyasztó egy multinacionális márkaközösségi tagsági érzethez képest jóval szorosabb kapcsolatba kerül azzal a csoporttal, amelynek – fogyasztása által – tagja lett.
- ✓ A fogyasztó társadalmi szerepére is hatással lehet, hogy lokális fogyasztói közösség tagja lesz. Ez nem elsősorban a klasszikus hierarchikus társadalmi szerkezetben történő elhelyezkedését befolyásolja, sokkal inkább arról szolgál információval a külvilág felé, hogy milyen életstílus-csoport tagja.
- ✓ A fogyasztó számára az én-kifejezésnek egy igen hatásos módja a helyi termékek vásárlása. Elkötelezettségét így egyrészt környezete felé kommunikálhatja, másrészt önmaga számára is megerősítheti.

---

<sup>2</sup> A materializmus az anyagi szükségletek és vágyak iránti elkötelezettség a spirituális megfontolások elhanyagolása mellett, kizárólag anyagi érdekek által vezérelt életmód, vélemény vagy hajlam.

A lokális fogyasztás tehát elvileg, a fiziológiai szükségletek kielégítésén túlmenően, kielégítheti a szimbolikus fogyasztói szükségleteket is<sup>3</sup>. Érdeemes megvizsgálni ugyanakkor több, a fenntarthatósággal kapcsolatos gyakorlati kezdeményezést, különös tekintettel a lokális organikus élelmiszert árusító vállalatokra.

### **2.1.2. Környezettudatos fogyasztói csoportok**

A fenntartható fogyasztásra való ösztönzés a helyi közösségek életre hívásán keresztül valósítható meg. Európában a brit GAP (Global Action Plan) az egyik legsikeresebb olyan szervezet, mely a fenntarthatóságot tűzte zászlajára. A szervezet kezdeti célja a fogyasztók informálása volt, ezzel ellensúlyozva az akkoriban környezettudatosság fő kerékkötőjeként számon tartott fogyasztói tudatlanságot. Kutatások igazolták, hogy a fogyasztók örömmel vették ugyan az információkat, azonban életvitelük módosításához nem voltak kellően motiváltak.

A GAP szakemberei a korlátozott eredményességet látva új csapásirányt jelöltek ki. A Nagy-Britanniában és Hollandiában igen sikeres öko-csapatok (EcoTeams) felé fordultak. Az öko-csapatok 6-10 fős fogyasztói csoportok, akik gyakran szomszédokból állnak, vagy adott vallási közösségek tagjaiból, esetleg egyéb csapatok, klubok tagjaiból szerveződnek. Havonta egyszer találkoznak és megvitatják a környezettudatossággal kapcsolatos gondolataikat, megosztják egymással tapasztalataikat, valamint beszámolnak cselekedeteikről. A csoportok élén egy-egy vezető áll, munkafüzetekben leírtak alapján alakítják életüket, ezáltal tudatosan törekedve a fenntartható fogyasztásra.

A GAP igen komoly sikereket ért el azért, hogy a korábbi egyéni meggyőzés helyett, a fogyasztó szimbolikus szükségleteit is kimondva vagy kimondatlanul figyelembe véve, a csoporttagságon keresztül a fogyasztó számára egyéni és társadalmi szimbolikus tényezőt is kapcsol a fenntartható fogyasztáshoz (a gépkocsi-használat, a víz- és energiafogyasztás 10%-kal, a hulladéktermelés pedig 40%-al csökkent). Ezt támasztják alá azok a kutatási eredmények is, melyek a GAP program hatékonyságának növekedését azzal magyarázzák, hogy a fogyasztók jobban motiváltak voltak viselkedésük megváltoztatására, mivel az erős pozitív kapcsolatban állt önmeghatározásukkal és identitásalakításukkal.

A GAP általánosabb sikerei után egy konkrét termelészövetkezeti példa következik, a Kelet-angliai Norforkban található helyi organikus élelmiszert ellátó Eostre Organics-sé. Az Eostre

---

<sup>3</sup> A termékek nem csak funkcionális értékük miatt fontosak a fogyasztó számára, hanem amiatt is, amit szimbolizálnak. A termékek szimbolikus tartalmuk által három fontos funkciót tölthetnek be a fogyasztó szempontjából, azaz három fontos szimbolikus szükségletet elégítenek ki: a társadalmi szerep-meghatározás eszközei, az önmeghatározás és az énkép alakítás eszközei, valamint csoporttudat lehetséges létrehozói.

Organicsnak kilenc helyi termelő a tagja és szoros kapcsolatban áll egy Padovában (Olaszország) működő, 50 tagot számláló termelősövetkezettel. Termékeiket boltokban, piacon, valamint házhozszállítás útján is értékesítik, továbbá a helyi kórház és iskola élelmiszer beszállítói között is szerepelnek. Lokalizációs politikájuk központi eleme, hogy csak a régióban nem termesztethető termékeket hoznak be a régió kívülről, minden más termékük helyi termelőktől származik.

Maguk felmérték az Eostre-fogyasztók organikus élelmiszer-vásárlási motivációit. A kutatás során a megkérdezetteknek (144 fő) írásban kellett válaszolniuk arra a nyílt kérdésre, hogy miért vásárolnak az Eostre-től organikus élelmiszert. Az erre adott válaszokat kategorizálva 13 motivációs tényezőt lehetett elkülöníteni (1. táblázat).

1. táblázat Az Eostre vásárlóinak organikus élelmiszer vásárlására vonatkozó motivációi

A vásárlás motivációja	Említés aránya (%)
Jobb a környezetnek	93,8
Kevesebb hulladékkal jár	85,4
Csökkenti az „élelmiszer-mérföldet” <sup>4</sup>	84
A helyi farmereket így támogatom	84
Az organikus élelmiszer finomabb	79,9
Az organikus élelmiszer biztonságosabb	77,1
Tudom, hogy honnan jött az élelmiszer és milyen körülmények között készült	75,7
Támogatom az összefogást	70,1
A helyi gazdaságban marad a pénz	65,3
Változatosak a termékei	36,1
Megőrzi a helyi hagyományokat	33,3
Személyes kapcsolat a termelőkkel	25
Jó ízlést sugall, és kifinomult személyiségre utal	8,3

Forrás: Seyfang (2004) alapján saját szerkesztés

Az eredmények értelmezésénél számos korlátozó tényezőt figyelembe kell venni. Ezek közül az egyik legfontosabb, hogy a felmérés az Eostre vásárlók körében készült, ami önmagában is utal a fogyasztók többségének környezettudatos szemléletére. Lényeges azon motivációk köre, amelyek alapvetően nem környezetvédelmi elkötelezettségűek, nem környezettudatos szemléleten alapulnak. Az egyenlőségi elvhez kapcsolódó motivációk mellett az organikus élelmiszerek vásárlásának indokai között megtalálható a közösségi szellem motiváló erejére, valamint a környezettudatos fogyasztás egyéni identitást befolyásoló szerepe is. Továbbá az ételek finom íze és biztonságosabb volta is befolyásolja a döntést.

Kvalitatív kutatásról lévén szó sokat mondanak a jellemző válaszok is: „Azért szeretjük az Eostre-t, mert kooperatív. Olyan emberekkel lehetünk kapcsolatban, akik úgy gondolkodnak, mint mi.” „Hiszem, hogy azok, akik az Eostre-ben részt vesznek, azonos értékeket vallanak, úgymint a környezetre való odafigyelés, az organikus termékek keresése...” „Fontos, hogy

<sup>4</sup> Az a távolság, amelyet az élelmiszer megtesz, amíg származási helyétől a fogyasztóig eljut.

kapcsolatban legyünk.” „Vásárlással egy olyan közösség részévé válhatok, melynek tagjai sokkal egészségesebben és etikusabban fogyasztanak, mint az átlag fogyasztók.” „Az organikus élelmiszerek által újraéledt a kis közösségi élet, megszüntetve az elidegenedett egyének kapcsolatmentességének érzését.” (Prónay – Málovics 2008 alapján)

## **2.2. Helyi termékekkel kapcsolatos jogszabályi környezet**

A helyi termékeket alapvetően két nagy csoportban érdemes tárgyalni a velük kapcsolatos jogszabályi környezet alapján: 1) mezőgazdasági termékek és élelmiszerek (közte kiemelten a szeszes italok és a szőlészeti és borászati termékek altípusai) valamint a 2) kézműves és egyéb háziipari jellegű termékek. A jogszabályi környezet irányából való megközelítés alapján azért szükséges ezeket a helyi terméktípusokat, illetve altípusokat megkülönböztetni, mert a legtöbb területen nagyon eltérőek, vagy speciálisak a rájuk vonatkozó szabályozások (pl. előállítás, biztonság, vizsgálati módszerek, forgalmazás, tanúsítás, egészségvédelem, adózás, stb.).

### **2.2.1. Mezőgazdasági termékek és élelmiszerek szabályozása**

A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek, a szeszesitalok, valamint a szőlészeti és borászati termékek kapcsán egyaránt a legfontosabb jogszabályok az élelmiszerjoghoz kapcsolódó Európai Unió és hazai jogforrások. Magyarország európai uniós csatlakozásával szükségessé vált az élelmiszeripart és a fogyasztók tájékoztatását és védelmét szabályozó jogi eszközök teljes szerkezeti átalakítása. A csatlakozáskor és azt követően hatályba lépő jogszabályok szemléletükben és kapcsolódásaikban is újdonságot képviselnek: a közösségi jogforrások hazai joghoz való viszonya, illetve az uniós élelmiszer-politika alapelvei egyaránt hozzájárultak az arculatváltáshoz. Ez utóbbi körbe a fogyasztók egészsége, az élelmiszer-biztonság, a piaci verseny tisztasága, valamint az áruk szabad mozgása tartozik.

Az Európai Unióban az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszer-biztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszer-biztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló 178/2002/EK rendelet, Magyarországon az élelmiszerekről szóló 2003. évi LXXXII. törvény (Ét.) fektette le az új típusú élelmiszerjog alapjait. Az élelmiszertörvényt 2008. szeptember 1-től felváltó, az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. tv. egységes szemlélettel kezeli az élelmiszerlánc egészét. Az ezekkel érintett témákat felölelő szabályok, valamint az élelmiszerlánc törvény felhatalmazásai alapján megalkotott hazai rendeletek alkotják az élelmiszerláncot, ezen belül is az élelmiszeripart érintő jogi szabályozás magját. Az élelmiszeripart közvetlenül érintő

szabályozás mellett azonban nem szabad elfeledkezni az élelmiszerláncához közvetlenül kapcsolódó területekről sem: ilyenek például a takarmányokra, növény- és állategészségügyre, a kereskedelemre, a termék- illetve a környezetvédelemre vonatkozó előírások (e területeknek többnyire csak az alapvető jogforrásai kerülnek felsorolásra, a részletes szabályozás megemlítése nélkül). A tematikus jogszabály-lista a hazai jog részét is képező, közvetlen hatállyal bíró közösségi rendeletekből, magyar törvényekből, rendeletekből és élelmiszerkönyvi előírásokból, irányelvekből áll össze (egy részük közösségi irányelveket ültet át a hazai jogba). A Magyar Élelmiszerkönyv (MÉ) az egyes élelmiszerekre, illetve az élelmiszerek vagy élelmiszer-összetevők egyes csoportjaira vonatkozó élelmiszer-minőségi, -jelölési és -biztonsági (-higiéniai), valamint az élelmiszerek vizsgálata során alkalmazandó módszerekre vonatkozó, kötelező előírások, valamint irányelvek gyűjteményét tartalmazza.

Fentiek együttesen alkotják azt a rendszert, amelyre az élelmiszer-előállítás és -forgalmazás, illetve annak részeként a helyi mezőgazdasági termékek és élelmiszerek előállítása és forgalmazása során tekintettel kell lenni. A vonatkozó előírásokat tematikus bontásban az 1. számú melléklet tartalmazza (*1. melléklet*).

### **2.2.2. Kézműves termékekre vonatkozó jogszabályok**

A helyi termékek kisebb részét a kézműves eljárással készült termékek jelentik. *Kézműves termék minden olyan emberi erőforrással előállított, eredeti, nemzeti kultúrát őrző, egyedi értéket képviselő, hagyományos termék, amely előállítása környezetkímélő módon történik.* Ide tartoznak a népművészeti, népi iparművészeti, iparművészeti, képzőművészeti, fotóművészeti termékek is. A legfontosabb vonatkozó hazai jogszabályok a kézműves termékek forgalmazásával kapcsolatosak: ezt egyrészt szintén a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről szóló 136/2007. (VI. 13.) Kormányrendelet szabályozza.

A kézműves termékek árusítását – a többek között – a kézműves vásárokkal kapcsolatos jogi szabályozások is tartalmazzák, pontosítják annak feltételeit: főként az 55/2009. kormányrendelet a vásárokról és a piacokról. Kiemelendők továbbá a kereskedelemmel, a kézműves (illetve más jellegű) vásárokkal kapcsolatos egyéb, valamint az egyes kézműves tevékenységekhez kapcsolódó képzési és vizsgakövetelményekkel foglalkozó jogi szabályozások (pl. a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény és kiegészítő jogszabályai, a 133/2007. kormányrendelet az üzletek működésének rendjéről, valamint az egyes üzlet nélkül folytatható kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről, az 59/1999. EüM rendelet a vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól,

a 370/2004. kormányrendelet az üzleten kívül fogyasztóval kötött szerződésekről és az üzleten kívüli kereskedés folytatásának egyes feltételeiről, a 8/2008. FVM rendelet a földművelésügyi ágazathoz tartozó szakképesítések szakmai és vizsgakövetelményei kiadásáról, 18/1995. IKM rendelet az ipari és kereskedelmi szakképesítések szakmai és vizsgakövetelményeiről, stb.).

### **2.3. Helyi termékekkel kapcsolatos példák, Európai Unió LEADER legjobb gyakorlatok**

Az összeállításba azok a vidékfejlesztési forrásokból finanszírozott európai uniós példák kerültek bele, amelyek kifejezetten a helyi termékekkel kapcsolatosan az előállítás, az anyagfelhasználást, az energetikai szempontokat, a forgalmazást, az értékesítést, a marketinget és kommunikációt, a foglalkoztatást, az identitást, a kereskedelmet, a fogyasztást, stb. és az ezekkel kapcsolatban álló tudatosításokat ösztönözték, szorgalmazták különböző sajátos módszerek, támogatások révén<sup>5</sup>.

#### **Ausztria**

##### ***Az Almo kulináris régió: Almenland éttermei és regionális (marhahús-) forgalmazása***

Almenland régió Közép-Ausztriában helyezkedik el, ott, ahol a legtradicionálisabb alpesi legelők némelyike található, nevezetesen a „Teichalm” és a „Sommeralm”; erre a kultúrtájra a vakációk időszakában folyamatosan áramlanak a turisták, és a gazdálkodás a régió elsődleges bevételi forrása. A térség gyakran a közeli osztrák városból, Grazból is idevonzza a nyaralókat, jöllehet a régió sok szálláshelyét fejleszteni kell. A térség korlátozott felsőoktatási lehetőségeket kínál, és kisszámú csúcstechnológiát alkalmazó vállalkozásnak ad otthont.

A gazdálkodók gyakran elszigeteltek, és segítség nélkül kell művelniük a gazdaságukat, előállítani és értékesíteni a húst; más vállalkozásoknak szintén nehézséget okoz termékeik forgalmazása. Felismerték, hogy a helyi gazdaságot akkor lehet javítani és fejleszteni, ha a vállalkozások elkezdnek együtt dolgozni. Ez a projekt erre nyújt példát – a helyi gazdálkodók és vállalkozások együttműködnek, hogy előállítsák, feldolgozzák és forgalmazzák az „Almo” hegyvidéki marhahúst.

##### *Tények a térségről*

Népesség: 1 248 lakos

Terület: 342 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 4 fő/km<sup>2</sup>

A települések száma: 12

##### *A projekt bemutatása*

###### **1. A projekt rövid története**

Az almenlandi hegyvidéki régió tápanyagokban gazdag környezete kedvező feltételeket kínál nyájak, csordák és lovak legeltetéséhez. Ez másfelől kiváló minőségű hús előállítását teszi lehetővé a tavasztól ősziig terjedő hónapokban, amikor az állatok szabadon járhatják a vidéket. Egy átlagos gazdálkodó megközelítőleg 5000 szarvasmarhát tart, amelyek 3600 hektáros területen legelnek.

Az almenlandi gazdálkodók, helyi élelmiszer-termelők és idegenforgalmi szervezetek szoros együttműködése a Leader II keretében 1995-ben kezdődött, amikor létrehozták az „Almenland-kezdeményezést”. Az alapötlet az volt, hogy javítsák a régió – mint turisták számára „Genussregion”-ként, azaz „kedvtelési régióként” szolgáló terület – piaci helyzetét, és hogy a régió kiváló minőségű termékek sorának legyen származási helye.

Később a Leader+-program keretében az Almenland kezdeményezés úgy alakította ki stratégiáját, hogy az a jó minőségű húsipari termékek termelésére és értékesítésére összpontosítson. Ennek eredményeként létrejött a „Die Almo Genussregion”, azaz az „Almo kulináris régió” elnevezésű Leader+-projekt, amelynek keretében a

---

<sup>5</sup> Vidéki Területek Európai Megfigyelőközpontja adatai, kiadványai alapján. <http://ec.europa.eu/leaderplus>



helyi gazdálkodók és a Schirnhofner, egy kiváló minőségű húskülönlegességeket kínáló élelmiszer-termelő együttműködésbe fogtak azzal a céllal, hogy a hegyvidéki legelőket kihasználva kiváló minőségű marhahúst termeljenek és értékesítsenek.

## 2. A fő tevékenységek

E projekt két fő részből áll. Először a Schirnhofner sikeresen épített ki kapcsolatokat, hogy hústermékeit eladja és reklámozza egy „Almenlandwirt”-nek nevezett, minőségi helyi étteremcsoport számára. Az Almenlandwirt 25 regionális étterem, fogadó és szálloda hálózatából áll, amelyek közös márka alá tartoznak, és számos szolgáltatást kínálnak a turisták számára; ráadásul híresek arról, hogy első osztályú ételt kínálnak. A Schirnhofner sikeresen adja el a helyi húst a Zielpunkt élelmiszerboltlánc számára is, amely 250 bolttal rendelkezik Ausztria-szerte. Ez nemzeti szintre emelte az almenlandi régió és termékei profilját.

Másodszor, az almenlandi szarvasmarha bejegyzett védjegy, ami az „Almenland Marketing” alapításához vezetett – ez egy olyan szervezet, amelyet a Schirnhofnerrel szoros együttműködésben hoztak létre. Ez egy korlátozott felelősségű társaság, amely az almenlandi régió valamennyi professzionális forgalmazási tevékenységéért felelős. Nagy szerepet játszott az Almo-hús termelési és forgalmazási láncában.

## 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

A projekt korai szakaszában képzést nyújtottak a gazdálkodók számára útmutatásul a minőségi szarvasmarhatartáshoz. Az idegenforgalmi szereplőktől érkező további támogatás segítette az almenlandi marhahús hivatalos minősítésének megvalósításában. Ez a projekt alakulásában és sikerében fontos lépéshez vezetett: a termelő Schirnhofnerrel folytatott együttműködéshez.

Napjainkban megközelítőleg 550 almenlandi gazdálkodó áll partnerségben a Schirnhofnerrel, ami ideális összetétel – a gazdálkodók biztosítják a jó minőségű hús állandó utánpótlását, a Schirnhofner pedig feltölti azzal a két fő forgalmazási csatornát: az Almenlandwirtet és az élelmiszerboltok pultjait. Az Almenlandwirt tagjai is kölcsönösen elfogadtak előírásokat, az éttermek személyzete pedig képzésben részesült a termékciklusra vonatkozó alapvető ismeretek, valamint a szarvasmarhatartás hagyományos formái és a tájvédelem közötti összhang tárgyában.

Az Almenland forgalmazási társaság a projekt jelentős mérföldköve és eredménye. Három érdekelt felet tömörít: a HACSt, a Schirnhofert és az idegenforgalmi társulást; valamennyi döntést az érdekelt felek kétharmados többségével kell elfogadni, és a társaság körülbelül évi 360 000 EUR költségvetéssel rendelkezik a régióbeli marketing (mint az élelmiszerboltokban terjesztett, Almenlandról szóló szórólapok és a médián keresztül kiadott sajtóanyagok) tekintetében. A társaság mögött álló érdekelt felek híresek a régió fejlesztésének szentelt odaadásukról, és a projekttel kapcsolatos folytonos elkötelezettségük döntő szerepet játszott a projekt sikerében.

A projekt regionális bevételt teremtett, és növelte helyi termékeinek értékét. Az Almenland-kezdeményezésnek a Leader II keretében történő, 1995-ös elindítása óta 55 projektet valósítottak meg, ami 19,5 millió EUR összegű beruházásnak felel meg. 12 település vett részt az „Almenland intézmény” társfinanszírozásában, ami évi 40 000 EUR-nak felel meg, és érdeklődést mutattak jövőbeni beruházások iránt. Ez meghaladta a HACSt elvárásait, és döntő fontosságú volt a projekt sikerében.

Nyolcvan teljes munkaidős állás és 180 részmunkaidős állás jött létre, emellett 600 gazdálkodó biztosítja jövedelmét szarvasmarha-tenyésztésből. Megdöbbentő számú, mintegy 900 gazdasági szereplő részesült a térségben termelt bevételből, és a múlt évben (2005-ben) a turisták száma 10%-kal növekedett.

## 4. Problémák/tanulságok

A projekt kialakítási szakaszában néhány nagyobb kihívással kellett szembenézni. Mivel ez új kezdeményezés volt az almenlandi területen, széles körben szkepticizmus vette körül a régióban. A projekt támogatók hamar rájöttek arra, hogy a helyieknek a kialakítási folyamatról való tájékoztatása, a tudatosság erősítésére szolgáló események, fesztiválok és viták szervezése révén a projekt elfogadottá vált a helyiek körében.

Egy másik potenciális akadály a települések meggyőzése volt arról, hogy egy közös együttműködési projektbe történő beruházás kedvező a térség számára, és növeli a gazdasági hasznot. A településeket a gazdálkodók és a nagy regionális termelő, a marhahús iránti keresletet biztosító Schirnhofner tökéletes szövetsége győzte meg a partnerség előnyeiről.

## 5. A projekt „Leader+ hozzáadott értéke”

A projekt kiemeli a hálózatépítés és a HACSt és más vállalkozások közötti együttműködés fontosságát. A vállalkozások számára nem általános gyakorlat, hogy úgy működjenek együtt, ahogy teszik ezt a projekt keretében, ezért a Leader+ kollektív intézkedéseket tett lehetővé, hogy minőségi változást idézzen elő a régió méretgazdaságosságában, mivel a kistermelők jelenleg sikeresen dolgoznak együtt a felosztott nyereségért. A Leader+ nemcsak a hálózatok kiépítésében vett részt, hanem a helyi Almo-termékekkel kapcsolatos promóciós tevékenységben is. Az „Almenland Marketing” sikeresen reklámozta az Almo-húst, és tette azt egyedi terméké

nemzeti szinten (az élelmiszerboltokban történő árusítás és forgalmazás révén, valamint az Almenlandwirten keresztül). Ez azután más kedvező tényezőket is előidézett, mint például a „helyi termékek vásárlásával” kapcsolatos fontos üzenet reklámozását; az almenlandi térség ismertté tételét, valamint a helyi élelmiszerek piacai és az idegenforgalom közötti kapcsolat létrejöttét.

#### 6. Időtartam és költségvetés

A projektet 2002 szeptemberétől 2006 decemberéig tartott. A projekt összköltsége 1 900 000 EUR, ebből 591 000 EUR az EMOGA-tól, 252 000 EUR állami finanszírozásból és 1 057 000 magánfinanszírozásból származott.

## Belgium

### *A köipar társadalmi-gazdasági fejlődése a vidéki térségekben*

#### *A projekt háttere*

Az e HACS-ba tartozó négy település: Bertrix, Herbeumont, Libin és Saint-Hubert nagy kiterjedésű erdőségekkel jellemzett vidéki térségek, és az Ardennek közepén helyezkednek el. A turisták kedvelik e térséget természeti területei és a Semois, a Lesse és a Lhomme folyó völgyében található gyalogutak miatt. A négy település gazdag természeti erőforrásokkal rendelkezik, amelyek nagyon fontosak a régió fejlődése szempontjából.

Jelenleg, mint ahogyan az a múltban is történt, a helyi közösségek széles körben használják fel az ásványkincseket. A kő felhasználása mindig jelentős hatást gyakorolt a régió társadalmi-gazdasági és kulturális fejlődésére. Kulturális és művészeti tevékenységek épültek a köiparra, és járultak hozzá nagymértékben a munkahelyteremtéshez és a régió vonzerejének növeléséhez. Az ásványkincsek közé tartozik többek között az agyagpala Bertrixben, a kaolin (porcelánföld) Libinben és a homokkő és mészkő Saint-Hubert-ben. A helyi stratégia a köre összpontosuló kollektív történelmi hagyományokra épül. A stratégia részei: a földrajzi örökségen alapuló promóciós és pedagógiai tevékenységek; a kő története; a kő kitermelése és átalakítása; a kő városi és építészeti célú felhasználásának alakulása; és a kő felhasználásnak támogatása az építőipari és idegenforgalmi ágazatokban.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 19 545 lakos

Terület: 448 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 42 fő/km<sup>2</sup>

A települések száma: 4

#### *A projekt bemutatása*

##### 1. A projekt rövid története

E projekt fő célja új álláslehetőségek megteremtése a helyi térségben művészeti és kézműves tevékenységek kialakítása és a helyi szolgáltatások javítása révén. A helyi kézműipar mellett a KKV-k játszanak fontos szerepet a helyi gazdasági fejlődésben. A térségben a KKV-k leggyakrabban egyszemélyes vállalkozások, vagy önálló vállalkozók, akik egyedi projekteket vezetnek, egymástól függetlenül, ami a tevékenységeik közötti kapcsolatok és összhang hiányához vezet. A sajátos információk vagy a szakképzés általában nem elérhetőek a KKV-k számára, amelyek nem érintkeznek egymással, és nem folytatnak közös promóciós tevékenységeket. Ugyanakkor ezek a dinamikus kisvállalkozások képesek arra, hogy álláslehetőségeket teremtsenek a helyi térségben.

Ezért e projekt célja, hogy fejlessze a helyi társadalmi-gazdasági helyzetet a következők révén: együttműködés, kapcsolatok és információ- és tapasztalatsere kiépítése a köipari szakemberek és a régió más társadalmi-gazdasági szereplői között; a vállalkozások kiépítése a köiparban, amely fontos értéket képvisel a helyi térségben; „integrációs hálózat” létrehozása a köiparban (képzések szervezése, a meglévő tevékenységek javítása, társadalmi-szakmai reintegráció stb. révén).

##### 2. A fő tevékenységek

A projekt által folytatott főbb tevékenységek a következőket foglalják magukban:

vállalkozási eszközök és ismeretek biztosítása, a meglévő és új vállalkozások támogatása termelésük javításában/kialakításában a specializált információkhoz való hozzáférés révén; diverzifikáció; új képességek kifejlesztése új projektek és termékek kialakítása érdekében, kedvező környezet teremtése a helyiek (beleértve a nőket és a fiatalokat) előtt megnyíló új álláslehetőségek előmozdításához; e célból számos konferencia és tematikus vita szervezésére kerül sor, és egyedi szolgáltatásokat nyújtanak a vállalkozásoknak; a sajátos oktatási modulokat az IPES (vidéki középfokú oktatási intézmények), munkáltatói szervezetek, munkanélküliek, munkavállalók és a KKV-k alkalmazottai részvételével alakítják ki; a kövel kapcsolatos promóciós tevékenységek (felhasználásának, az ágazati vállalkozások és helyi művészek ismereteinek és képességeinek

kiemelése); címjegyzék szerkesztése, amely bemutatja a helyi vállalkozások termékeit, a különböző köipari termékeket és anyagokat és változatos felhasználásukat; részvétel vásárokon és kiállításokon; tanulmányi látogatások és tájékoztató találkozók szervezése az építési vállalkozók, építészek stb. számára az alapanyagok és főbb jellemzőik, előnyeik, műszaki és építészeti tulajdonságaik megismertetése céljából; köipari hálózat létrehozása annak érdekében, hogy azonosítsák az egymást kiegészítő helyi tevékenységeket; a vállalkozások sajátos képzési igényeihez igazodó szakképzés nyújtása a helyi piac és térség sajátos jellemzőivel összhangban.

### 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

A projekt eredményeként a helyi vállalkozások hozzájutnak a versenyképességük javítását szolgáló eszközökhöz. A projekt várhatóan: kedvező környezetet teremt az álláslehetőségek fenntartásához és új álláslehetőségek megteremtéséhez a régióban, megszilárdítva a meglévő munkalehetőségeket, valamint új lehetőségeket teremtve a célcsoportok, különösen a nők és a fiatalok számára; növeli a helyi vállalkozások bevételét új tevékenységek és termékek kialakítása révén; növeli a vállalkozások számát.

### 4. Problémák/tanulságok

A projekt nem ütközött különösebb nehézségekbe. A tevékenységek összhangban vannak az ágazatnak és a térség különböző társadalmi-gazdasági szereplőinek igényeivel és elvárásaival. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy felmerült némi nehézség a megfelelő érdekeltek mozgósítása során, és a különböző eseményeken való részvételük a kifejezett igényekhez igazodóan kiválasztott témák relevanciája ellenére nem volt elégséges. Úgy tűnik, az egyéni képzés jobban megfelel az ágazat elvárásainak, mivel az ágazat KKV Leader+ legjobb gyakorlatok inak sajátos igényeivel foglalkozik. Ezért a jövőben jobban kell összpontosítani a képzési módszerekre, és az események témáit racionalizálni kell, és azokat inkább a kő műszaki és minőségi felhasználásának promóciójára kell irányítani.

### 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

E projekt fő célkitűzése az volt, hogy javítsa a helyi gazdasági helyzetet egy nagymértékben integrált koncepció megvalósítása (azaz a köiparban új lehetőségek megteremtése) révén a négy vezető régióban. A Leader+ legfőbb hozzáadott értéke az e célkitűzés eléréséhez javasolt módszerekben rejlik. E módszerek kombinálják a helyi humán-, természeti és pénzügyi erőforrások kiaknázását a külső szakértők igénybevételével annak érdekében, hogy javítsák a helyi közösségek képességeit és ismereteit. E módszerek hozzájárulnak a helyi vállalkozói készségek javításához társadalmi-gazdasági vállalkozások alapítása révén a köiparban, amely a vidéki térség legfontosabb ágazata.

### 6. Időtartam és költségvetés

A projekt 2004. január 1-jén indult, és 2007. december 31-ig tartott. A projekt összköltségvetése 495 600 EUR, ebből 223 200 EUR-t az EMOGA nyújt; 223 200 EUR állami, és 49 560 EUR magánforrásokból származik.

## **Belgium II.**

A Bruges városa körüli vidéken az ember soha sincs távol a városi környezettől. A város lakossága meghaladja a 120 ezret, és mivel a világörökség része, még ennél is több turistát vonz. A város peremterületei egészen a belga tengerpartig nyúlnak, és olyan idegenforgalmi helyeket érintenek, mint Knokke-Heist és Blankenberge. Ennek ellenére a régióban számos értékes mesterséges tájélem látható, például középkori belvízárterek és vidéki birtokok. Történelme és tája a gasztronómiájával és kultúrájával együtt megalapozza azt, hogy a régiót ideális pihenőhelyként lehessen ajánlani. Ami a regionális gasztronómiát illeti, számos gazdálkodó vállalkozás árul házi készítésű vagy feldolgozású élelmiszert, mint például marhahúst, tejet, sajtot és fagyaltot. Most új utakat keresnek a termékeik piaci értékesítésére annak érdekében, hogy új közönséget érjenek el.

### ***A projekt háttere***

A „Brugse Ommeland” HACS (a Bruges körüli vidék akciócsoportja) stratégiát dolgozott ki arra, hogy hogyan kezelje a körülötte lévő városi területek különféle nyomásait. Az idegenforgalomban eszközt lát arra, hogy a látogatók megtapasztalják a tájat, valamint hogy ezzel egyidejűleg fejlődjön a fenntartható mezőgazdaság. Mindkettőt kulcsfontosságúnak tekintik a terület jövőbeni virágzása szempontjából. Annak lehetővé tétele, hogy az emberek ezen a vidéki területen maradjanak, azt is biztosítja, hogy elegendő kritikus tömeg legyen a helyi szolgáltatások fenntartására és a további gazdasági fejlődés előmozdítására. E tekintetben a gazdálkodókat fontos szereplőknek tekintik. A mezőgazdasági termelés a Bruges körüli vidéki gazdaság fontos részét képezi. A gazdasági versenyképesség fenntartása érdekében néhány gazdaság többfunkciós vállalkozássá szeretne válni. Ez azt jelenti, hogy olyan termékeket szállítanak, amelyek egységenként nagyobb hozzáadott értéket tartalmaznak, mert a termékek jobban illeszkednek a fogyasztók igényeihez. Az ilyen stratégia jól ismert összetevői az elsődleges termékek gazdaságban való feldolgozása és a közvetlen kiskereskedelmi értékesítés,

például háztáji boltokban, és ennek érdekében leginkább egyéni alapon és a közös agrárpolitika támogatásával történik befektetés.

## **Egyesült Királyság**

### ***Cumbria konyhája***

#### *A projekt háttere*

Az e projektben érintett két helyi akciócsoport, a Cumbria Fells and Dales HACS és a North Pennines HACS egymással szomszédos területek Észak-Angliában. Területük magában foglalja Anglia legkiterjedtebb és legtávolibb térségeinek némelyikét. A táj nagyobb része „természeti szépséggel rendelkező térségként” kategorizálható, olyan védett területeket felölelve, mint a Lake District Nemzeti Park, a Yorkshire Dales Nemzeti Park cumbriai része, a világörökség részét képező Hadrianus fala, valamint a Northumberlandi Nemzeti Park. Majdnem teljes egészében felföldi terület, és gyakran itt tapasztalhatók a leghevesebb esőzések az országban.

A terület nagy része a súlyosan hátrányos helyzetű térségek kategóriájába sorolható, és a száj- és körömfájás kitérője igen súlyos következményekkel járt a térségben (több mint 1,25 millió birkát és 0,25 millió szarvasmarhát kellett leölni a vidéken), ami rendkívül rontotta a gazdálkodás amúgy is nehéz helyzetét. A helyi gazdaság nagymértékben támaszkodik a mezőgazdaságra és az idegenforgalomra; szerény mértékű a feldolgozóipar, és növekszik a vidéki kisvállalkozások száma más szektorokban.

Cumbria Fells and Dales Leader+-stratégiája a térségben az új munkahely- és jövedelemforrások megteremtésére irányul a fenntartható fejlődés elvén alapuló, hatékony és dinamikus helyi terménygazdaság révén, melynek a helybéliek fellépése a mozgatórugója. A North Pennines Leader+-stratégia az életminőség javítására és az emberek arra történő felhatalmazására irányul, hogy teljes mértékben, aktívan vegyenek részt közösségük fejlesztésében.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 99 647 lakos

Terület: 3 712 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 27 fő/km<sup>2</sup>

#### *A projekt bemutatása*

##### 1. A projekt rövid története

A projekt a két HACS igazgatóhelyettesei közötti találkozáson kezdődött, ahol előálltak azzal az ötlettel, hogy a helyi termékekkel kapcsolatos programot a közösségnek az életminőség tárgykörével való foglalkozás iránti elkötelezésére használják fel. A két HACS egyetértett abban, hogy a helyi termékekkel kapcsolatos tudatosság erősítése fontos a helyi termékek iránti, különösen a térségből származó kereslet megteremtéséhez és a helyi beszerzéseknek mind az állami, mind a magánszektorban történő előmozdításához. A Leader II keretében Cumbria részt vett egy „Feastcookers” (ünnepi szakácsok) elnevezésű projektben, amelynek ötlete egy, az 1990-es évek végi svéd projektre alapult. A projekt a nőket mint kulináris vállalkozókat célozta meg, és ünnepeket szervezett a helyi turisták számára, valamint kiterjedt az emberek ünnepek szervezésével kapcsolatos oktatására és Cumbria ételeinek történelmére is. A Leader+ „Cumbria konyhája” elnevezésű projektjének célja a helyi termékekkel kapcsolatos tudatosság erősítése és különösen a térségben a helyi termékek iránti nagyobb kereslet ösztönzése, illetve megteremtése, valamint a helyi beszerzések előmozdítása mind az állami, mind a magánszektorban. Ezenfelül a North Pennines intenzívben kívánt munkálkodni az egészséges táplálkozás kialakításán, hogy támogassa az életminőség-programot. A „Cumbria konyhája” közösségfejlesztési modellt alkalmaz a helyi termékekkel kapcsolatos tudatosság kialakítása érdekében.

##### 2. A fő tevékenységek

A projekt támogatja az együttes közösségi fellépést, mivel helyi csoportokkal dolgozik együtt, hogy kiaknázza Cumbria kulináris örökségének gazdagságát, és segíti a csoportokat a megkülönböztető sajátossággal bíró közösségi ünnepek megtervezésében. A projekt a szakácsművészet közvetítésével reklámozza a helyi és biotermelést a helybéliek körében, hangsúlyozva az egészségesebb életstílust és a helyi növekedést. Egy sor tanulmányi és csoportfejlesztési eseményt szerveztek és juttattak el mind a nyolc célba vett földrajzi és érdekközösséghez. Felvettek egy helyi mesterszakácsot, aki oktatást, tájékoztatást, szórakoztatást biztosított, és segített a lelkesedés megteremtésében, valamint sor került a helyi termelőknél tett látogatásokra is, ami erősíti a termék és a hely közötti kapcsolatot. A tanulmányi csoportok végső célja, hogy a résztvevők újra felfedezték kulináris készségeikre, bizalmukra és a helyi ételek ismeretére támaszkodva megszervezzék saját eseményüket vagy tevékenységüket. A helyi ételek eredetével és fontosságával kapcsolatos, helyieknek szóló üzenet mellett más kérdésekkel is foglalkoztak, mint például az egészséges táplálkozással, a biogazdálkodással és a tisztességes kereskedelemmel. Arra, hogy hogyan is működik a projekt, jó példaként szolgálnak az egyik helyi

iskolával együttműködve folytatott tevékenységek. A gyerekek a Brampton iskolában megtanulják, hogy hogyan készítsenek az ételesdobozba való uzsonnákat, gyümölcsleveket és bemutatóételeket. Megtanulják, hogy ételeik honnan származnak, valamint az egészséges táplálkozás fontosságát, és megkezdik az alapvető főzési ismeretek elsajátítását.

### 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

A közösség számos csoportja részesül a projekt által hozott haszonból, például a vidéki elszigetelt falvak, a hátrányos helyzetű és elzárt közösségek, a fiatalok, az idősebbek, az iskolák, a kisvállalkozások, a helyi közösségi épületek, a szülők, a termelők, a helyi boltok és a helyi jótékonyági intézmények. A projekt más figyelemre méltó eredményei közé tartozik a helyi termékekkel kapcsolatos megnövekedett tudatosság, valamint a helyiek magatartásának a helyi termékek megvásárlása és az egészséges táplálkozás irányában történő megváltozása. Ezenfelül a térség a következő hasznokban részesült: a helyi termelőkbe vetett bizalom megnövekedése; új életet adtak egy közösségi programnak; a helyi gazdaság támogatása a helyben termelt élelmiszerek (mint a cumbriai bárány, szalonna, kolbász, egyéb húsipari termékek és konzervek stb.) megvásárlásával; a helyi termelők és gazdálkodók megnövekedett tudatossága a környezeti fenntarthatóságnak és a természeti vagyon kezelésének elveit érintően.

### 4. Problémák/tanulságok

A projektcsapatnak felül kellett vizsgálnia eljárását, mert azt látta, hogy a pragmatikus megközelítés határt szabott a kreativitásnak, mivel a közösségek különböző szükségletekkel és ötletekkel rendelkeztek. A projekt folyamatában végrehajtott változtatások ellenére az eredmények és a költségvetés változatlan maradt. A projekt sokat profitált a híres mesterszakács alkalmazásából, mivel ő jelentős mennyiségű hozzáadott értéket jelentett a reklámon, ösztönzésen és részvételen keresztül. A projektben részt vevő séf számos kapcsolattal rendelkezett, amelyek így vagy úgy integrálódtak a projektbe. A program vidám megközelítése eredményeként a felnőttek, gyerekek és közösségi csoportok játszva sajátíthattak el ismereteket. A meglévő hálózatokon keresztül folytatott munkavégzés hatalmas haszonnal jár a HACS stratégiája számára: csökkenti a párhuzamos munkavégzést, támogatja a helyi fejlesztés üzenetét, és felgyorsítja a munkavégzés ütemét.

### 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

A projekt a két HACS-tól részesült finanszírozásban, és azok vezették, valamint kiváló példája az együttes munkavégzésnek és az interregionális együttműködésnek. Hasznosította a más országok legjobb gyakorlataiból szerzett tapasztalatokat, ugyanakkor maga is jó példát mutat a bevált gyakorlatra más projektek számára, mivel a „Cumbria konyhája” projekt töretlenül fejlődik tovább. A projekt sikeresen alakított ki egy határozott közösségi megközelítést, és talált új módszereket a helyi sajátosságok azonosítására. A projekt végrehajtása kreatív módon történik, mivel minden csoportülést az egyéni szükségleteknek megfelelően alakítanak ki, és az eljárást teljes mértékben rugalmasnak tervezték. A projekt két fő célját, a „helyi termékek értékének növelését” és az „életminőség javítását” ez az innovatív kezdeményezés egyedülállóan teljesítette. A multiszektorális munkavégzés is bizonyítást nyert, és erőteljes partnerséget épített ki, amelynek keretében a HACS-ok stratégiáiban foglalt helyi gazdasági prioritások a közösségfejlesztési munkán keresztül keltek életre. A HACS-ok stratégiájának célcsoportjait is megszólították a közösségfejlesztési megközelítéssel, valamint a meglévő hálózatok alkalmazása révén, például az „Age Concern” elnevezésű jótékonyági intézmény keretében az idősebbekkel való kapcsolatfelvétel és elfoglaltságuk biztosítása érdekében végzett munka által.

### 6. Időtartam és költségvetés

A projektet két év alatt valósították meg. 2004 májusában indult, és 2006 decemberéig tartott. A projekt összköltségvetése eléri a 19 299 EUR-t, amely a következőképpen oszlik meg: EMOGA 9650 EUR, állami finanszírozás 9649 EUR.

## **Egyesült Királyság II.**

A Cumbria Fells és Dales Leader+-terület kiterjedt, kiemelkedő természeti szépséggel megáldott magasföldi térség, ám egyúttal hátrányos helyzetű térségnek is minősül. A nagymértékben a mezőgazdaságra és az idegenforgalomra épülő helyi gazdaságot igen súlyosan érintette a száj- és körömfájás megjelenése, ami csak súlyosbította a már épp eléggé kedvezőtlen gazdálkodási feltételeket. A Leader+ helyi akciócsoport (HACS) stratégiája a szerkezetváltás által érintett vidéki vállalkozásokat és munkavállalókat célozza meg, miközben a helyi termékek értéknövelése is szerves része a folyamatnak.

### ***A projekt háttere***

Amikor a Hasket Newmarket-i Sörfözde tulajdonosai közölték, hogy szándékukban áll nyugdíjba vonulni, félő volt, hogy a vállalkozás eltűnik, és ez a falut is érinti majd. Lelkes helyiek egy csoportja összeült, hogy

kidolgozzák, hogyan biztosítható legjobban a falu sörfőzdéjének fennmaradása. Ennek eredményeként jött létre a Heskett Newmarket-i Szövetkezeti Sörfőzde.

A közösségi vállalkozást demokratikus és önkéntes elvek mentén működtetik, és a „valódi ale” (hagyományos módszerekkel főzött sör) mintegy hetven lelkes helyi vagy helyi kapcsolatokkal rendelkező rajongója egyenlő tulajdoni részesedéssel rendelkezik a sörfőzdében.

A kisüzemi sörfőzés kezdeti szakaszát követően a szövetkezet rájött egyfelől arra, hogy hetente négy alkalommal főznek, pedig optimális esetben háromszor kellene, másfelől pedig arra, hogy a kereslet jócskán meghaladja ellátási képességeiket. Bár a sörfőzdével kapcsolatosan hosszú távú fejlesztési terv létezett, amely módosításokról rendelkezett az épületet és elrendezését illetően, illetve adott esetben egy palackozóüzem létrehozásáról, a rövid távú prioritás a kapacitásbővítés volt.

### ***A helyi akciócsoporthoz bevonása***

A helyi akciócsoporthoz biztosítani kívánta a sörfőzde jövőjét, valamint a faluban és az egész cumbriai térségben játszott szerepét a növekvő termékeladások, publicitás és idegenforgalom útján. Ennek érdekében olyan beruházásokat kívánt támogatni, amelyek növelnék a sörfőzde értékesíthető termelését, a környezet ellenőrizhetőségét, a sörfőzési kapacitást, a látogatói kapacitást és a palackozás terén történő beruházást.

Amikor a Heskett Newmarket-i Szövetkezeti Sörfőzde először kereste meg a helyi akciócsoporthoz 2003 júniusában, az volt a tervük, hogy átalakítják a sörfőzdét, és eredményesebb és fenntarthatóbb működést valósítanak meg. A sörfőzdeszövetkezet három szakaszos fejlesztési tervvel rendelkezett, amelynek előfeltevése az volt, hogy „a termelési időből jelentős kiesésre nem kerülhet sor”. Ám a helyi szintű pénzügyi támogatás rövid távú biztosítása problémásnak bizonyult, és a szövetkezet kezdetben bizalmatlan volt azokkal az eljárásokkal szemben, amelyek a Leader+ révén történő támogatáshoz kapcsolódtak. A Leader+ személyzetétől a projektpályázat vonatkozásában kapott rendszeres személyes támogatásnak köszönhetően azonban a sörfőzde-szövetkezet végül mégis meggyőződött arról, hogy a projekt Leader+- támogatással megvalósítható.

### ***A vállalkozás közösségi megközelítése***

A sörfőzde-vállalkozás alapja az volt, hogy egy közösség kivásárolta a sörfőzde eredeti alapítóit. Ez valóban alulról jövő válasz volt egy olyan közösség problémájára, amely nem akarta a sörfőzdét, helyi jellegét és ízeit elveszíteni egy nagyvállalkozás javára. Azonban a szövetkezet célja több volt a helyi létesítmény megőrzésénél: a települést kedvezően érintő szociális és jótékony projektekbe is újból be kívántak ruházni.

A Leader+ és a szövetkezeti részvényesek által finanszírozott első szakaszban új melléképület készült 38 m<sup>2</sup> új munkaterülettel, légkondicionált tárolóhelyiség befogadására kialakítva, illetve egy palackmosó és -töltő létesítmény jött létre. A melléképületet Károly walesi herceg nyitotta meg 2004 februárjában.

A második szakaszban megnövelték a sörfőzdei helyiségek többségét, és azt – a North West Development Agency (Északnyugati Fejlesztési Ügynökség) által finanszírozott „cumbriai különlegesség” program támogatásával – a nagyobb hatékonyság érdekében átszervezték. A harmadik szakasz jelenleg folyamatban van, és kiegészíti az átszervezést, nagyobb látogatói teret és a palackozott sör értékesítésére fokozottabb kapacitást biztosítva. A beruházással három munkahelyet mentettek meg, és két újabb alkalmazott felvételére nyílt lehetőség. A sörfőzde kapacitását megkétszerezték, javították a sör minőségét és egyenletes színvonalát, ami biztosította a vállalkozás megtartását és új üzletek létesítését.

### ***A Leader-módszer működése...***

A projekt sikerében fontos szerepet játszott a fejlesztés szakaszossága: a beruházást konzultációs időszak követte, ezt pedig az eladott árukból származó bevételből finanszírozott további beruházás. A projektnek biztosítani kellett a finanszírozás folyamatos elérhetőségét úgy is, hogy az újbóli fejlesztés kezdetekor még nem állt rendelkezésre minden finanszírozás. A projektet kidolgozó bizottság, a helyi akciócsoporthoz tagjai és a Leader személyzetének csapata közötti kapcsolattartásra őszinte, nyitott módon került sor, ami lehetővé tette a problémák megoldását. A munkakapcsolat kialakítását és konszolidálását illetően a legfontosabb tényező a gyors reagálás volt, továbbá mindkét oldal részéről a „megfelelő lépés megtétele” és a projekt megvalósítása iránti elkötelezettség. 2006-ban a Heskett Newmarket-i Sörfőzde 50%-kal növelte nyereségét, és 33%-os növekedést ért el az értékesítésben a 2005-ös évhez képest, a sörfőzde jelentős mértékű átalakítása ellenére. Mike Parker, a sörfőzde vezetője úgy hiszi, hogy a siker fő tényezői a sörök sokfélesége, minősége és egyenletes színvonala, az értékesítés és a marketing szakmaibb megközelítése és a fokozottabb sörfőzdei kapacitás. A beruházások ezen eredményei a Leader+ és a többi beruházó támogatásának köszönhetőek.

A 2005/2006-ban elért eredmények között az alábbiak szerepelnek: jelentős mértékben megnövelt termelési volumen, az igen népszerűvé vált, sétapalackban árusított, Haystacks nevű könnyű nyári sör, számos versenysiker, illetve a kiskereskedelmi ügyfeleknek való értékesítésre szánt, egyedi módon főzött sör próbapalackozásának elindítása. A sörfőzdében készülő söröket jelenleg a régió 50 sörözőjében árusítják.

A sörfőzde szövetkezetként nyereségrészesedést fizet tagjai számára. A hesketi sörfőzdében a részesedést sörben fizetik: a legutóbbi éves közgyűlésen megnövelt mértékű, két firkin, vagyis 144 pint (kb. 65,5 liter) részesedésben állapodtak meg. A sörfőzde nyereségéből 2800 EUR összeget fordítanak közösségi projektek javára. A projekt számos eredménye mellett azt is megmutatja, hogy a közösségi szövetkezeti modell felhasználható a helyi iparág meg tartására.

**Tagállam:** Egyesült Királyság

**Régió, körzet:** Anglia, északnyugati régió

**HACS megnevezése:** Cumbria Fells és Dales

**Népesség:** 99 955

**Terület:** 3713 km<sup>2</sup>

**A projekt összköltsége:** 168 402 EUR

**EU:** 25 260 EUR

**Egyéb közfinanszírozás:** 42 101 EUR

**Magánfinanszírozás:** 101 041 EUR

**A projekt támogathatóságának időbeni kerete:** 2003–2006

**Kapcsolattartó:** Adrian Banford

**Cím:** Cumbria Fells and Dales Leader+ Programme The Old Stables, Redhills, Penrith, Cumbria, CA11 0DT

**Telefon:** (+44-1768) 86 95 33

**Fax:** (+44-1768) 24 21 34

**E-mail:** [adrianbanford@fellsanddales.org.uk](mailto:adrianbanford@fellsanddales.org.uk)

**Honlap:** <http://www.hesketbrewery.co.uk/>

## Franciaország

### *A tipikus termékek értékének növelése a helyi éttermekben*

#### *A projekt háttere*

E HACS Szardínia északi részén található, a sziget keleti és nyugati partja között, és leginkább Nuoro tartomány domboságára terjed ki. A térség közelmúltbeli történelmét a növekvő társadalmi-gazdasági problémák jellemezték, amelyek nagymértékben a vidéki térségeknek a part menti és városi térségek javára történő folyamatos elnéptelenedéséből eredtek. A gazdaságon belül az agrárszektor, különösen a tejtermelés és a szarvasmarha-tenyésztés a meghatározó.

Miközben a juhok száma nőtt, a kecsketenyésztés jelentősége a sziget erőteljes hagyományai ellenére csökkent, ami a kecsketej árának csökkenésével magyarázható. A mezőgazdaságon kívül az egyedüli szektorok a régióban a kézműipar, az építőipar és a kereskedelem. Növekedés volt látható a vendéglátó-ipari szektorban, jóllehet az főleg mikro vállalkozásokra épül. Az idegenforgalom nagymértékben kapcsolódik a terület megkülönböztető jellegéhez, és így nagy hangsúlyt fektettek a természeti erőforrásokra, a helyi folklorra és a kézműiparra a vidéki térségekben. Nuoro tartományában azonban a nagyléptékű létesítmények hiánya miatt általánosan csökkent a turisták száma Szardínia más térségeihez képest. A helyi fejlesztési stratégia a térség természeti és kulturális örökségében rejlő értékek növelésére összpontosított, javítva a munkahelyteremtés céljából a gazdasági környezetet, és növelve a helyi közösségek szervezeti kapacitását.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 30 727 lakos

Terület: 1 263 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 24 fő/km<sup>2</sup>

A települések száma: 24

#### *A projekt bemutatása*

1. A projekt rövid története

A projekt célja a helyi termékek piacának bővítése a helyi éttermek minőségének javítása és a táplálkozással kapcsolatos nevelés előmozdítása érdekében. Egy kezdeti piackutatás a helyi piacot mind a kínálat (helyi termékek), mind a kereslet oldaláról (főként az éttermekre összpontosítva, de az iskolai étkezdéket is figyelembe véve) értékelte. A kutatás többek között vizsgálta a helyi éttermek és termelők közötti szállítási megállapodások bevezetésének lehetőségét is. A kínálati oldalon a kutatás a helyi termékek minőségét és tipikus választékát vizsgálta. A tanulmány rámutatott a termékskála korlátozott voltára (azaz a termékek kismértékű változatosságára), valamint a mezőgazdaság és különösen a szarvasmarha-tenyésztés köré való összpontosulásra.

A keresleti oldalon az elemzés a helyi éttermekre összpontosított, beleértve termékeiket és szolgáltatásaikat. Ezenfelül a tanulmány elemezte az iskolai étkezdék ételszolgáltatását, beleértve az élelmiszerek beszerzésére

vonatkozó eljárásokat és az élelmiszerek elkészítésének folyamatát is. Vizsgálták a magas tápértékű helyi ökotermékek felhasználására épülő különleges étrendek bevezetésének lehetőségeit is.

A piac vizsgálata, és különösen a regionális termelők és beszerzők közötti kapcsolatok alapján két intervenció területet határoztak meg a projekt tekintetében: a helyi termelők és éttermek hálózatának kialakítása, kommunikációs rendszer létrehozása a táplálkozással kapcsolatos nevelés minőségének javítása érdekében (különösen a helyi termékekre összpontosítva).

## 2. A fő tevékenységek

A projekt fő tevékenységei a következőket foglalják magukban: (1) A helyi termelők és éttermek hálózatának kialakítása, (2) Kommunikációs rendszer létrehozása a táplálkozással kapcsolatos nevelés javítása érdekében (különösen a helyi termékek felhasználására összpontosítva).

## 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

A fenti tevékenységek eredményeként a projekt a következőket érte el: megállapodások a helyi termelők és éttermek hálózatának támogatására, tájékoztató szemináriumok köztisztviselők és családok számára, színdarab az iskola-előkészítőbe járó gyerekek számára a „helyi termékek életciklusáról”, tájékoztató anyagok tanárok, szülők és diákok számára, gyakorlófüzet képregényekkel gyerekek számára, iskolai látogatások helyi társaságokhoz, egyetértési megállapodás a helyi egészségbiztosítóval.

## 4. Problémák/tanulságok

A Leader-térségben található éttermek alacsony száma nehézséget jelentett a projekt végrehajtásában. A területi együttműködés, azaz a HACCS hatálya alá nem tartozó régiókban működő éttermek bevonása segített e nehézség leküzdésében. A helyi ökotermékek jelentőségét 2003-ban a helyi hatóságok is hangsúlyozták az iskolai étkezdék beszerzési eljárásaira vonatkozó sajátos követelmények és prioritások meghatározása révén. E projekt egyik fő tanulsága az volt, hogy ezeket az intézkedéseket tovább kell fejleszteni, és az érdekelt felek (beleértve a hatóságokat, családokat, diákokat és tanárokat) széles körére irányuló megfelelő információs politikát kell kialakítani a helyi termeléssel kapcsolatos magatartások hosszú távú megváltoztatása érdekében.

## 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

A HACCS stratégiája a helyi termeléssel kapcsolatos hosszú távú megközelítést tükröz. Fő hozzáadott értéke, hogy mind a kínálati (a helyi termelők megerősítése), mind a keresleti oldallal (a helyi termékek fő felhasználói) foglalkozik.

## 6. Időtartam és költségvetés

A projekt 2004. március 15-én kezdődött, és 2006 decemberéig tartott. A projekt összköltségvetése 255 306 EUR, ebből 156 310 EUR-t az EMOGA nyújt, és 98 996 EUR állami finanszírozásból származik.

## Görögország

### *Mézfeldolgozó és -standardizáló egység*

#### *A projekt háttere*

Léosz a Törökország partjainál, a görög anyaországtól délkeletre fekvő Dodekanész-szigetcsoporthoz tartozó 12 főbb szigetének egyike. A szigetcsoporthoz északnyugati részén található, Patmosz és Kalimnosz szigete között. Több domb és alacsonyabb hegy húzódik rajta, és Európa egyik leggazdagabb virágválasztékával rendelkezik. Éghajlata enyhe és kellemes, nagyobb ingadozások nélkül; tájképe változatos; tiszta vizekkel, pompás strandokkal, széles

öblökkel és vonzó fővárossal büszkélkedhet.

Jóllehet a halászati ágazat viszonylag fejlett, a sziget földrajzi viszonyai és a jelentős vízforrások hiánya korlátozzák a mezőgazdasági fejlődést, különösen a nyári hónapokban. A mentális betegségekre szakosodott kórház fontos munkáltató a térségben, noha mostanában csökkent a betegek száma.

Mivel Léosz otthont ad egy, a legnehezebben kezelhető pszichiátriai esetekkel foglalkozó elmeegógyintézetnek, a szellemi fogyatékkal élő gyerekek elmeegógyintézetének és egy katonai bázisnak, nem tekinthető a görög szigetek archetípusának, jóllehet nemrég a török partok és más dodekanész szigetek felé irányuló vitorlásútjuk kiindulópontjává vált. A területi együttműködési projekt középpontjában a helyi termékek (azaz a méz) értékének növelése és a sziget endogén erőforrásainak kiaknázása áll. A projekt munkahelyet és jövedelmet próbál biztosítani a helybeliek egy kirekesztett csoportjának, az esélyegyenlőségre épít, és fokozza a társadalmi kohéziót a helyi lakosok (akik közül sokan a kórházban dolgoznak) és a pszichiátriai betegek közötti kapcsolatok megteremtésével.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 97 520 lakos



Terület: 2 511 km<sup>2</sup>  
Népsűrűség: 39 fő/km<sup>2</sup>  
A települések száma: 23

#### *A projekt bemutatása*

##### 1. A projekt rövid története

A projekt új utat jelent a pszichoszociális betegséggel élők társadalmi integrációja szempontjából, és egyszerre szolgál terápiás, valamint üzleti célokat. 1958-ban a görög kormány létrehozta a Léroszi Állami Elmegyógyintézetet. A kórház az európai kórházakhoz képest elmaradott volt egészen az 1990-es reformjáig, amelynek célja a pszichiátriai szolgáltatások javítása volt. A reform azonban a pszichiátriai betegek számának csökkenéséhez vezetett.

1999-ben a görög kormány a lelki egészségvédelem általános reformprogramjának részeként jogi keretet alkotott a szociális szövetkezetek támogatására.

A pszichiátriai betegek számának csökkenése a Léroszi Állami Elmegyógyintézetben, majd a foglalkoztatottság azt követő csökkenése Léroszon, valamint a pszichiátriai betegek felgyógyulását szolgáló módszerek iránti óhaj a Koi.S.P.E. szövetkezet megalakításához vezetett 2002-ben. Az alapítók között voltak a kórház alkalmazottai (foglalkozási és munkaterapeuták), akik a terápiát a betegek felgyógyulásuk esetén fennálló igényeinek megfelelően kívánták bővíteni. A Koi.S.P.E. a terápiás tevékenységeket a mezőgazdaságban és a vendéglátóiparban kezdte, és felvette a kapcsolatot a léroszi méztermelők szövetségével. A sziget bőséges mennyiségű, elsőrendű minőségű kakukkfűmézrel rendelkezik, de a helyi termelők nem tudták megszervezni és megfizetni a termék standardizálását, csomagolását és forgalmazását. A szociális szövetkezet és a méztermelők szövetsége mézfeldolgozó egységet hozott létre. A méztermelők mézzel látják el a szövetkezetet meghatározott ár ellenében, a Koi.S.P.E. pedig feldobja azt az európai higiéniai szabványoknak (HACCP) megfelelően, és a piacra viszi.

A tagok lehetnek pszichoszociális betegséggel élő személyek, a lelki egészségvédelmi ágazat alkalmazottai és más természetes személyek vagy szervezetek. Egyensúlyt kell teremteni az üzleti stratégia és a társadalmi célok között annak érdekében, hogy biztosított legyen az új vállalkozás jövőbeni növekedése és életképessége. 450 tagjával és 40 alkalmazottjával a szövetkezet szilárd alappal rendelkezik tevékenységei bővítéséhez.

##### 2. A fő tevékenységek

A mézfeldolgozó és -standardizáló egységet a Koi.S.P.E. szociális szövetkezet hozta létre a pszichoszociális betegséggel élő személyek számára Lérosz szigetén, Görögországban. A projekt fő tevékenységei a következők voltak: munkahelyteremtés és a pszichoszociális betegséggel élő személyek társadalmi és munkahelyi rehabilitációja; a Koi.S.P.E. és céljainak támogatása; törekvés a szervezet által folytatott tevékenységek gazdasági életképességének biztosítására; a helyi gazdaság megerősítésének segítése; a szociális tevékenységek támogatása a dodekanéz szigeteken; Lérosz helyi termékeinek promóciója.

Az egység fő célja az, hogy minőségi előírásokat állapítsanak meg a Lérosz szigeti termelők által beszállított méz tekintetében, és a mézet a helyi piacon, illetve más piacokon forgalmazzák.

##### 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

A projekt eredményei többek között a következők voltak: öt munkahely létesült: 2004 óta két pszichoszociális betegséggel élő személyt és a lelki egészségvédelmi szektor három alkalmazottját foglalkoztattak, megközelítőleg évente négy-hat hónapon át; a Koi.S.P.E. és más szociális partnerségek támogatása; a helyi méztermelők és az egész helyi gazdaság támogatásban részesült, és új tevékenységekbe fogtak: két új fiatal gazdálkodó kezdte már meg a méztermelést; új foglalkozást teremtettek a pszichoszociális betegséggel élők számára; a méz minőségének javulása és garantálása (HACCP-minősítés); a projektet nemzeti díjra terjesztették elő; javult a helyi gazdaság versenyképessége; az egyenlőtlenségek csökkentek egy hátrányos helyzetű csoport számára biztosított minőségi foglalkoztatottság révén.

##### 4. Problémák/tanulságok

Kezdetben nehézségek merültek fel a helyi támogatásnak a szövetkezet számára történő megszerzésében, mivel azt a helyi politikát akkoriban irányító konzervatívok „szocialista” kezdeményezésnek látták. Csak a jogi kötelezettségeik keretében jártak el, és nem biztosították a teljes szükséges támogatást. Ezenfelül a szövetkezet alapítói foglalkozási- és munkaterapeuták voltak, nem vállalkozók. Először új vállalkozási képességeket kellett elsajátítaniuk, és támogatásra volt szükségük, hogy megismerjék a szabályokat, a prioritásokat és a minőségi előírásokat. Kihívásnak bizonyult a terápiás igények és az üzleti kereslet összehangolása is. Ugyanakkor a Léroszon kívüli piacok felfedezése szintén kihívást jelentett, részben a sziget földrajzi elszigeteltsége, részben a marketinggel kapcsolatos ismeretek hiánya miatt.

Ismeretlen területen folytatott tevékenység megkezdésekor fontos szakértői segítséget kérni, például speciális segítséget a HACCS-tól a minőségi előírások és a marketinggel kapcsolatos tanácsok tekintetében.

#### 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

A Leader+ a Koi.S.P.E. szövetkezet szociális és üzleti céljaival összhangban álló keretet biztosított a fejlesztéshez és támogatáshoz, méghozzá olyan időszakban, amikor ugyanezt a támogatást nehéz volt megszerezni más helyi intézményektől. A HACCS segítséget nyújtott a kapcsolatok kiépítésében, és biztosította a szükséges szakértelmet, amely nélkül a projekt nem valósult volna meg. A Leader+ finanszírozásnak a Koi.S.P.E. által a mézfeldolgozás területén folytatott és egyéb kapcsolódó tevékenységek szintjének emelésére történő felhasználása megerősítette a helyi szervezetet, valamint fejlesztette annak irányítási szakértelmét és azt a képességét, hogy a helyben található erőforrásokra összpontosítson, és azokat aknázza ki.

#### 6. Időtartam és költségvetés

A projekt időtartama egy év és nyolc hónap volt. 2004 májusában indult, és 2005 decemberéig tartott. A projekt összköltségvetése 45 730 EUR volt, ebből 22 850 EUR-t az EMOGA nyújtott, 6885 EUR állami finanszírozásból és 15 995 EUR magánfinanszírozásból származott.

## Írország

### ***Innováció egy vidéki vállalkozásban***

Az Inishowen Rural Development Ltd (IRDL) északkelet-Donegalban egy peremvidéki félszigeten található, amelyet három oldalról víz vesz körül, és legdélibb részén Észak-Írország szárazföldi határa húzódik. A Glendowen Craft Studióban az alapító Ann McGonigle kézműves tweedruházat tervezésével és készítésével foglalkozik, családja számos generációja által továbbadott hagyományos módszereket alkalmaz. Kézműves munkájának minősége különleges stílust, minőséget, tervezést és egyediséget képvisel. A tweedszövetet helyi vállalkozásoktól szerzik be, és a helyi fonal felhasználásával készülő kézi horgolás tovább növeli az előállított ruhadarabok értékét.

A munkát korábban az alapító háza mögötti műhelyben végezték rész munkaidőben, és a kész ruházatot őszi és téli kézműves vásárokon értékesítették. A nagyobb mennyiségű ruházat megtervezéséhez és gyártásához szükséges hely biztosítása érdekében az üzlet bővítése és bemutatóteremmel ellátott műhely megépítése mellett döntöttek. Anne McGonigle jelenleg egyéni vállalkozó, az üzlet bővülésével azonban tervezi legalább még egy rész munkaidős alkalmazott felvételét a környékről.

A projekt az exkluzív kézművestermékek piacára való bejutással kecsegtet, valamint a szövetnek és a fonalnak magas színvonalú divatruházat tervezéséhez és gyártásához való felhasználásával biztosítja a hagyományos donegali szövőmesterség folyamatos fennmaradását.

Az IRDL célja jelenleg az, hogy Inishowen váljon Írország második „zöld dobozává” (azaz integrált ökoturisztikai célpontjává), ezáltal olyan ökoturisztikai terméket kialakítva, amely növeli a félsziget általános hírnevét. A Leader+ támogatást nyújtott az új létesítmények megépítéséhez és felszereléséhez.

Ez a projekt megfelel a Leader+ program célkitűzéseinek, mivel hozzáadott értéket biztosít egy Donegalban előállított terméknek, a munkahely bővítésével pedig javul az alkalmazottak életminősége és az otthon dolgozók, például a gazdálkodófelelőségek számára, ily módon többféle munkalehetőség kínálkozik.

Tagállam: Írország

Régió, körzet: Nyugat, Donegal

HACCS megnevezése: Inishowen Rural Development Ltd.

Népesség: 32 000

Terület: 890 km<sup>2</sup>

A projekt összköltsége: 88 028 EUR

EU: 28 609 EUR

Egyéb közfinanszírozás: 15 405 EUR

Magánfinanszírozás: 44 014 EUR

A projekt támogathatóságának időbeni kerete: 2005-2006

Honlap: [www.inishowen.ie](http://www.inishowen.ie)

## Lengyelország

### ***Kiemelt ökoszisztéma-szolgáltatás: beporzás***

*A projekt háttere*

A hangás rét kezelése nem csak a természetvédelem, hanem a méhészek számára is fontos. A méheknek a méz előállításához nyílt virágzó mezőkre van szüksége. Kezelés nélkül a mezőt benőné az erdő, és a méhészek elveszítenék a munkájukat. A Natura 2000 területek fenntartásával a méhészek tulajdonképpen saját

megélhetésük alapjait őrzik. A biomézet az EU regionális termékként címkézi, ezzel a méhtartók számára magasabb jövedelmet biztosít.

Nem sokan tudnák elképzelni, milyen is lehet a természetvédelem, a méztermelés és egy gazdasági vállalkozás sikeres ötvözet. Egy lengyel példa azonban bizonyítja, hogy a helyi méhészek és természetvédők közötti együttműködés megvalósítható, és mindkét fél számára előnyös lehet. Lengyelország délnyugati részén, Przemków városában néhány nyitott gondolkodású méhész két civil szervezettel és a helyi tájvédelmi területtel együttműködve egy új kezdeményezést indított. A méztermelés ekkor gazdaságilag nem volt kifizetődő, tehát a kezdeményezés fő célja az volt, hogy a méhtartók számára biztonságos munkahelyet teremtsen. Erre jó lehetőségnek tűnt az újfajta mézes termékek piacának megteremtése.

A méhészek aktívan részt vettek a "Przemkow-i tőzegláp" Natura 2000 terület jellegzetes szerkezetének fenntartásában. A zárt hangás rét ritka és veszélyeztetett ökoszisztéma, amely az EU élőhelyvédelmi irányelve alapján védelmet élvez.

A legnagyobb veszély e területek számára a fák és cserjék terjedése. Tehát a méhtartók a fák és bokrok eltávolításával segítenek a területet famentesen tartani, és ezzel európai jelentőségű természetvédelmi érték megőrzéséhez járulnak hozzá.

Az itt előállított mézet az Európai Unió hitelesíti, és regionális termékként címkézi. Az a tény, hogy a méz egy védett területről származik, a jó minőségű és egészséges összetevők biztosítéka, tehát magasabb árat lehet érte kérni. Így a terület védettsége segített a termelőknek a speciális piaci szegmens megcélzásában, ugyanakkor a regionális termék hirdetésére is felhasznált eszköz.

További előnyök és ökoszisztéma-szolgáltatások: élelmiszertermelés; egészséges, jó minőségű helyi termék – bioméz és egyéb virágporból készült termékek; természetes gyógyszerek; a mézben lévő biokémiai anyagok; társadalmi haszon: regionális termék létrehozása; bevétel; sajátos társadalmi szerkezet, a méhész közösségek és a helyi vidéki közösségek fenntartása; kulturális haszon: évente egyszer megrendezett 'Bor és méz' fesztivál; helyi hagyományok, örökség fenntartása

## **Olaszország**

### ***Társadalmi és környezeti felelősség***

#### *A projekt háttere*

E HACCS Dél-Olaszország Basilicata régiójának Metapontino térségében található, amely a Jón-tenger és a szárazföld belsejében található dombok és felföldek között terül el. A térség nyereséges agrár-ipari központként ismert, amely a citrusfélék, az olajbogyó és a szőlő termesztésére szakosodott. A közös regionális marketing erőteljes hagyományokkal bír, ami lehetővé teszi a termelők számára, hogy a nagy külső piacokat is elérjék. Az agár-élelmiszeripari szektort számos vezető szakosított kutatási és fejlesztési intézet támogatja, amelyek nemzeti és nemzetközi hírnévnek örvendenek.

A vegyipar bevezetésének kísérlete az 1970-es és 1980-as években nem volt egészen sikeres. Az idegenforgalmi szektorban azonban jelentős fejlődés történt, Olaszország egyik legtisztább tengeri környezetének, más természeti erőforrásoknak és a híres ősi görög romoknak köszönhetően. Mindazonáltal van lehetőség további fejlesztésekre, különösen a kézműipari szektorban.

A HACCS fejlesztési stratégiája a következő fő témákra épül: a helyi természeti erőforrások újrafelfedezése és értékének növelése; a hagyományos kulturális vagyoni megőrzése és kiaknázása; a régió identitásában rejlő vonzerő fokozása változatos, a helyi kultúrához kapcsolódó idegenforgalmi látványosságok révén; a parti és a vidéki idegenforgalom integrációja; az életminőségre történő összpontosítás a vállalkozások támogatása és a fiatalok képzése révén, az elnéptelenedés elkerülése és a közszolgáltatások fenntartása érdekében.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 57 604 lakos

Terület: 768 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 75 fő/km<sup>2</sup>

A települések száma: 10

#### *A projekt bemutatása*

##### **1. A projekt rövid története**

A gyümölcs- és zöldségtermesztők szervezete (az Assofruit) a Cosvel Srl HACCS tagja. A szövetség fő célja, hogy előmozdítsa a zöldség- és gyümölcsstermesztést, és biztosítsa e termékek minőségének ellenőrzését. Az Assofruit által hozott környezetvédelmi intézkedések fontos társadalmi és ökológiai haszonnal járnak. A tevékenységek nagyobb tudatosságot eredményeztek a környezeti, a fogyasztók egészségével kapcsolatos és a biztonsági kérdések tekintetében, és arra ösztönözték a HACCS-t, hogy e projektet foglalja bele a helyi fejlesztési tervébe.

##### **2. A fő tevékenységek**

A projekt első része a helyi gazdálkodókra irányult. A kezdeti fázisban elbeszélgettek a HACCS gazdálkodóival, hogy jobban megértsék a szükségleteket és a fő kérdéseket. A kezdeti értékelést követően egy konzultációs folyamatra került sor a kiválasztott gazdálkodókkal, hogy felkészítsék őket egy „társadalmi és környezeti felelősséggel” kapcsolatos minősítésre. Az e minősítésre való jogosultsághoz a vidéki vállalkozásoknak ki kell elégíteniük a helyi közösség igényeit, továbbá környezeti és etikai tudatosságot kell kialakítaniuk. A projekt második része a helyi hatóságokra irányul, és célja a helyi kérdésekkel kapcsolatos tudatosság erősítése, valamint a helyi hatóságok ösztönzése a térség szociális kohéziójának előmozdítására.

### 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

Mivel a projekt folyamatban van, a végső eredmények még nem láthatóak. A projekt első eredményeit a munka minőségének és a környezetnek a területi szintű javulása jelzi. Általában a helyi vállalkozások tudatosabbá váltak a régió társadalmi és környezeti kérdései iránt (néhányuk korábban részt vett az Eurogap és az ISO 14001 minősítési eljárásokban is). Információt gyűjtöttek a környezetbarát jelleg előmozdítására irányuló értékelési eszközök bevezetése érdekében. Pályázatokat hirdettek a kedvezményezett társaságok és helyi hatóságok kiválasztására.

### 4. Problémák/tanulságok

Nagyobb problémákat nem jelentettek a végrehajtási szakaszban. A részt vevő társaságok általában nagyon lelkesek voltak a projektben való részvétel iránt. Azok a KKV-k, amelyek nem voltak nagyobb termelői hálózatok tagjai, néha bonyolultnak találták a „társadalmi és környezeti felelősség” minősítés megszerzésével kapcsolatos eljárást. A projekt ezért igyekezett ösztönözni a hálózatépítést, a tapasztalatcserét, és a know-how átadását a helyi termelők között.

### 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

A Leader+ legfőbb hozzáadott értéke abban áll, hogy egy önkéntes minősítési rendszer bevezetésén keresztül támogatja a térség termelőinek társadalmi, etikai és környezeti felelősségét. A projekt iránymutatásokkal látja el a helyi vállalkozásokat, és minőségi márkát alakít ki helyi termékeiket illetően. Konkrét tervek születtek egy területi marketingstratégia bevezetésére.

### 6. Időtartam és költségvetés

A projekt 2004 júniusában kezdődött. Összköltségvetése 144 978 EUR, ebből 48 930 EUR-t az EMOGA nyújtott, 16 310 EUR állami finanszírozásból, 79 738 EUR magánfinanszírozásból származott.

## Románia

Repcéből jó minőségű biodizél lehet előállítani. Romániában ezzel kapcsolatban 2007-ben kezdtek meg fejlesztéseket. Becslések szerint 2008-tól Románia egyike lesz a világ tíz legnagyobb biodizél-termelőjének. Az ország a jelenlegi 4,5 millió tonna helyett 2010-től már évi 11 millió tonnát állít elő. Románia 3,4 millió hektár mezőgazdaságilag hasznosítható területtel rendelkezik. Az Európai Unió irányelvei szerint a jelenleg uniós szinten 2 százalék körüli bioüzemanyag-felhasználást 2010-re 5,75 százalékosra kell feltornászni az összes üzemanyag felhasználáson belül.

## Spanyolország

### *Regionális minőségi márka*

#### *A projekt háttere*

A HACCS El Condado megyében található, Jaén tartomány északi részén, amelyet a növény- és állatvilág gazdag változatossága, termékeny földek és csodálatos táj jellemeznek, olajfaligetekkel, hegláncokkal, keleten egy természeti parkkal, délen a Guadalimar folyóval. El Condado helyi lakossága majdnem kizárólag (95%) mezőgazdasági tevékenységekből él; a helyi gazdaság középpontjában az olívaolaj-termelés és a szarvasmarhatenyésztés áll. Erőteljes a mikrovállalkozások vagy önálló vállalkozók és a vidéki szövetkezetek jelenléte. Az egyéb alapvető kereskedelmi vagy szolgáltatási tevékenységek elmaradnak a tartományi átlagtól, és a térség évek óta Spanyolország legritkábban látogatott tartománya.

Az oktatás és a jövedelmek színvonala alacsony, és a munkanélküliségi ráta jóval magasabb, mint a tartományi és a nemzeti átlag. A munkaképes korú nők mindössze 17,4%-a aktív, és az aktív népesség több mint egyharmada munkanélküli. A munkaerőpiacon rendelkezésre álló kevesebb lehetőség és az alacsonyabb bérek a helybéliek, különösen a nők elvándorlásához vezetnek, ami hosszú távon demográfiai problémákat okozhat.

A HACCS stratégiája a terület valamennyi endogén lehetőségének és erőforrásának kiaknázása a helyi szereplők mozgósítása és az erők egyesítése révén a ténylegesen integrált és fenntartható vidékfejlesztéshez kapcsolódó új projektek és ötletek kidolgozása érdekében. A középpontban a helyi termékek értékének növelése és a

különböző vidéki régiókról kialakult kép javítása, valamint ezzel egyidejűleg a tevékenységek e területek közötti kiegyenlítése és integrálása áll.

#### *Tények a térségről*

Népesség: 24 813 lakos

Terület: 1 548 km<sup>2</sup>

Népsűrűség: 16 fő/km<sup>2</sup>

A települések száma: 8

#### *A projekt bemutatása*

##### 1. A projekt rövid története

A projekt fő célja a Leader+ első fázisában (2002-2006) az volt, hogy „regionális minőségi márkát” hozzanak létre Spanyolország különböző vidéki gazdaságaiban (valamint külön-külön Olaszországban és Franciaországban). Ez olyan eszköz, amely „kiváló minőségű termékek és szolgáltatások kínálata révén javítja a régióról kialakult képet és a régió versenyképességét. Először a spanyol „El Condado de Jaén” HACS, Cathare megye Franciaországban, valamint egy harmadik, olaszországi partner (Valle Umbra) tapasztalatot cserélt, és mozgósította a helyi szereplőket országában/régiójában. A projektnek nemrég egy további, a második fázisra (2006–08) vonatkozó finanszírozás adott lökést; az újabb fázis célja egy „európai minőségi márká” megteremtése a más európai országokkal (Franciaország, Görögország, Olaszország) folytatott transznacionális együttműködés révén.

Spanyolországban kilenc HACS vett részt az első fázisban, számos közintézmény, magántársaság és társadalmi csoport aktív bevonásával és velük együttműködve, hogy létrehozzanak egy „regionális minőségi márkát”, és megegyezzenek a kölcsönösen elfogadott elvekről és értékekről. A regionális minőségi márká területenként változik, mivel a „közös márkához”, azaz a „Calidad Rural” felirattal ellátott, valamennyi csoport által használt logóhoz mindegyik HACS hozzáad egy, a térség nevét feltüntető regionális logót.

Az új fázisban (2006-2008) a transznacionális hálózat 19 (10 spanyol, öt görög, három olasz és egy francia) HACS-ból áll. A csoportok egy versenyképes „európai minőségi márkával” kapcsolatos rendelet megszövegezésén dolgoznak, és megbeszéléseket folytatnak egy közös minőségi márká európai szinten történő bevezetésének lehetséges módjairól (beleértve a kialakítást, a jövőbeli irányítást, az ellenőrzési mechanizmust, az együttes fellépéseket stb.).

##### 2. A fő tevékenységek

A projekt első fázisában a jaéni El Condado megye aktív tapasztalatcserét folytatott egy franciaországi, Cathareban található csoporttal, amely a regionális minőségi márkák bevezetésének egy előrehaladottabb szakaszában tartott, és jó példával szolgált. Tanulmányút szervezésére került sor, és a HACS elkezdte a kezdeményezés promócióját más spanyolországi csoportok és régiók körében. A csoportok ezután minőségi márkákat vezettek be a térségükben, és világos iránymutatásokat (kialakítás, szín) határoztak meg a közös minőségi márkának a regionális minőségi márkákkal együtt történő alkalmazásáról. Elkészült egy, az összes HACS-ot érintő rendeletervezet, amely vázolt valamennyi szabályt és kölcsönösen elfogadott értéket és elvet. A csoportok részt vettek továbbá különböző régió belüli marketingtevékenységekben és nemzeti vásárokon.

##### 3. Konkrét teljesítmény és eredmények

Az első fázis teljesítménye és eredményei a következők voltak: tisztázódtak az eljárások és a részt vevő HACS-ok kötelezettségei; valamennyi HACS elfogadta a termékekre és szolgáltatásokra vonatkozó szabályokat, feltételeket és minőségi minimumkövetelményeket; létrejött egy, a kilenc regionális minőségi márkához kapcsolódó közös minőségi márká (vagy logó); a kilenc HACS kilenc regionális minőségi márkát vezetett be; a rendeletervezet kölcsönösen elfogadott értékeket és elveket határozott meg, beleértve a következőket: – a környezet általános tisztasága (azaz a víz-, energia- és nyersanyag-takarékosság, szennyezésmérséklet), – a cégek társadalmi felelőssége (azaz a helyi erőforrások felhasználása, felelős marketing, innováció, felelős és szociális irányítás), – az esélyegyenlőség megteremtése; irányítási és ellenőrzési mechanizmusok (minőségbiztosítási rendszer) jöttek létre minden régióban annak biztosítására, hogy a minőségi márká alkalmazásakor mindenki megfelel ezeknek az előírásoknak; promóciós anyagok, internetes oldalak jöttek létre, és képzési szemináriumok és szakmai megbeszélések szervezésére került sor.

##### 4. Problémák/tanulságok

Interterritoriális szinten a hálózat jelentős problémákkal szembesült a közös márkára vonatkozó minimumszabályok meghatározásakor, mivel a spanyol autonóm térségek HACS-ai különböző jogosultsági kritériumokat és feltételeket terjesztettek elő saját regionális minőségi márkájuk használata tekintetében, ami lassította a folyamatot. A különböző rendeletek és igazgatási eljárások lehetetlenné tették egy európai minőségi

márka transznacionális szinten történő létrehozását az első fázisban. A projekt azonban sikeresen mozgósította a helyi/regionális szereplőket e vidéki térségekben, és jó kezdeti eredményeket ért el.

#### 5. A projekt „Leader hozzáadott értéke”

A projekt méretgazdaságosságot biztosított a különböző csoportok számára az együttes fellépéseken és marketingtörekvéseken keresztül. Ösztönözte a „kiváló minőségű” termékek és szolgáltatások együttes promócióját, és elősegítette a különböző érintett intézmények közötti kapcsolatok kialakulását. A kereskedelmi ügyletek továbbfejlesztése lehetővé tette számukra, hogy versenyképesebbek legyenek, és hogy közösen eredményesebben válaszoljanak a globalizált piac által támasztott kihívásokra. A Leader+-megközelítésen keresztül kölcsönösen elfogadott értékek és elvek jöttek létre, és a vidéki térségek kiaknázták helyi erőforrásaikat, míg a fellépések kiegyenlítettebbek voltak, és sor került a gyengébb alterületek integrációjára.

#### 6. Időtartam és költségvetés

A projekt három évig és öt hónapig tartott. 2002. november 7-én indult, és 2006. március 30-án ért véget. A projekt összköltsége 771 143 EUR, ebből 510 789 EUR az EMOGA-tól, 227 634 EUR állami finanszírozásból és 32 720 EUR magánfinanszírozásból származik.

## Spanyolország II.

Az egyik bioélelmiszert előállító feldolgozó üzemre épülő háziipar az első a maga nemében ebben a régióban. Ez egy Leader+ projekt, amelyet egy Colmena de Oreja városában (madridi régió) élő asszony karolt fel, és a termelés alapját a férje által termesztett különböző termények (például fokhagyma, lencse, csicsereborsó és dinnye) képezik, amelyekből különféle helyi ízesítésű élelmiszert állítanak elő. A projekt fő felvásárlója ökológiai gazdálkodásból származó élelmiszerekre épülő minőségi és hagyományos termékeket igényel. Az élelmiszert elsősorban Madridba szállítják, ahol elosztják a város nagyáruházainak szupermarketjeibe, amelyek egyúttal az ilyen termékek fő kiskereskedelmi forgalmazói.

Eddig három személy számára teremtettek munkahelyet, és a zöldségkonzervek elkészítéséhez szükséges speciális képzést a HACCS biztosította számukra. A projekt teljesen működőképes, és eddig nagy sikert aratott. A termelési ciklus figyelembe veszi a különböző termények elérhetőségét az egész évre kiterjedő tevékenység biztosítása érdekében. Ez áprilisban kezdődik, amikor az új fokhagyma terem, amelyet az év folyamán termelt szezonális zöldségek követnek.

A Leader+ kezdeményezésen belül „a helyi termékek értékének növelése” témát a helyi akciócsoportok (HACCS-ok) 20%-a választotta, és ezzel a harmadik legnépszerűbb a Leader+ négy témája közül. Valójában a Leader+on belül ez nemcsak „a helyi termékek értékének növeléséről”, hanem „a kis termelőegységek piaci hozzáféréseinek kollektív cselekvéseken keresztül történő megkönnyítéséről” is szól. A második elem fontos, mivel hangsúlyt helyez arra, hogy a helyi termékek szélesebb piacot érjenek el, és ez kritikus fontosságú szempont sok projekt jövedelmezősége és hosszú távú fenntarthatósága tekintetében. Az ebben a részben bemutatott esettanulmányok nemcsak azt mutatják meg, hogy mennyire fontos az értéknövelés, hanem azt is, hogy szükség van szélesebb közönség elérésére a marketingkezdeményezések és a hozzá tartozó, a márkanévvel kapcsolatos tevékenységek fejlesztése révén.

Az értéknövelés alapja nemcsak a termékek eredetisége és minősége, hanem azok helyi jellege is. Itt kapnak lehetőséget a Leader+ projektek arra, hogy hangsúlyozzák, mi teszi a termékeket tipikusan helyi jellegűvé, és ezáltal autentikussá. Azt is fontos bemutatni, hogy hogyan veszik figyelembe az ökológiai fenntarthatósági kritériumokat a különféle termékek előállításának és forgalmazásának során. Ideális esetben a helyi termékeket érintő stratégia kidolgozásában és értékelésében figyelembe kell venni, és ahol lehetséges, be kell építeni minden értéknövelő tényezőt. Ide tartozik például a helyileg termelt termények feldolgozását, marketingjét és forgalmazását érintő innovatív megközelítések alkalmazása is. Az e részben bemutatott Leader+ projektekben minden ilyen elem illusztrálásra kerül, és az alábbiak szerint lehet ábrázolni:

Nem meglepő, hogy sok Leader+ projekt foglalkozik a helyi élelmiszer-ipari kezdeményezések értéknövelésével. A közelmúltban fokozódott a helyi élelmiszer-gazdaság valódi értéke és kiegészítő haszna iránti tudatosság nemcsak a gazdálkodó vállalatok jövőbeni életképességéhez való hozzájárulás terén, hanem a környezetvédelmi fenntarthatóság, a közegészségügy, a helyi és regionális kultúra, a falusi turizmus stb. szempontjából is. Így gyakran olyan projektek jönnek létre, amelyek ösztönzik és támogatják az egyedi és gyakran kiváló minőségű termékek előállítását, kiskereskedői és fogyasztói közötti interakciót, ami egy bizonyos mértékű együttműködést eredményez a feldolgozási, marketing és forgalmazási tevékenységekben. Jól szemlélteti ezt egy Ausztriából származó esettanulmány.

A helyi élelmiszer-ipari összekötő projektek kezdeményezői gyakran a gazdálkodók és a termelők önszerveződő csoportjai, amelyek együttműködnek a gazdálkodók piacai körül, vagy nagyobb kis- és nagykereskedőket látnak el. A Leader+ alatt létrejött egy mozgalom az ilyen helyi élelmiszer-termelők között, abból a célból, hogy még

inkább részt vegyenek a helyi élelmiszereket támogató hálózatokban, mint ahogyan azt a belgiumi esettanulmány is mutatja. Az ilyenfajta tevékenységet az egyre inkább centralizálódó élelmiszer-termelési rendszerre és a kiterjedt kiskereskedelmi és gyártási érdekek által uralt ellátásra adott válaszként is lehet tekinteni. A Leader+ alatt ez mutatja az „alulról építkező” élelmiszer-ellátási lánc szemléletét. Ez a mallorcai HACs által kidolgozott két projektben kísérhető figyelemmel, és ahogyan az gyakran megtörténik, hatással van a helyi kultúrára és turizmusra is.

## Svédország

Ahhoz, hogy Svédország nyugati partvidékének egyedi tájai megőrizhetők legyenek, szükség van a szikes mocsarak minőségét fenntartó talajkezelésre.

A táj változása nemcsak a turisták és a látogatók számára jelent problémát. A területen élők és dolgozók számára a táj is bevételi forrás, és így bár eltérő okokból, de ők is a sajátos partvidéki táj megőrzésére törekednek. A területen elsősorban – hagyományosan – juhok legelnek, és a szikes mocsár fűvének és gyógynövényeinek köszönhetően az itt legeltetett bárányok húsa különleges ízt kap. A „*Saltängslamm- att möta marknaden med kvalitet*” (szikes mocsarakon tenyésztett bárány – minőségi piaci termék) elnevezésű Leader+ projektben a hallsviksi juhtenyésztők szövetsége új termék, a szikes mocsarakon tenyésztett bárány bevezetésével kezelte a túlburjánzó partvidék problémáját. A déli gothenburgi szigetcsoporthoz tartozó Styrö szigetről indította a szövetség – az önkormányzattal együttműködésben – a régió állatállományának növelését célzó együttműködés módjait kereső folyamatot. A projekt egyik célja a helyi vágóhíd létrehozása lehetőségeinek megvizsgálása. Ahhoz, hogy készen álljanak a piaci megmértetésre, marketingterv és egy erőteljes márka szükséges. Ezért az élelmiszer- és a vendéglátó- ipari ágazatot megcélzó piacutatást kell végezni, és marketingstratégiát kell kialakítani.

A bárányhúsra köszönhetően a területen új iparágak is létrejöhetnek, például a bőrre, szőrmére és gyapjúra, továbbá a hústermékekre épülő kézművesipar. A Carpe Mare-i helyi akcióscsoport a Leader+ finanszírozásával vett fel projektvezetőt, és vállalta a teljes felelősséget a szigetcsoporthoz tartozó helyi juhtenyésztést illetően új vállalkozások létrehozása, a fenntartható tájgazdálkodás elősegítése, továbbá a finom barbecue biztosítása érdekében.

Tagállam: Svédország

Régió: Västra Götaland

HACs megnevezése: Carpe Mare

Népesség: 37 000

Terület: nincs adat\*

A projekt összköltsége: 93 866 EUR

EU: 18 948 EUR

Egyéb közfinanszírozás: 28 424 EUR

Magánfinanszírozás: 46 494 EUR

A projekt támogathatóságának időbeni kerete: 2005. 03. – 2006. 12.

[saltangslamm@telia.com](mailto:saltangslamm@telia.com)

### III. Helyi termékfejlesztés és értékesítés

#### 3.1. A helyi termékfejlesztés adottságai és feltételei

A helyi termékek előállításával, fejlesztésével és forgalmazásával kapcsolatos adottságok és feltételek kedvezőek Völgy Vidéken annak ellenére is, hogy ezek felismerése és kihasználása még a kezdeti lépéseknél tart<sup>6</sup>. Magyarország más térségeiben ugyanakkor már jelentős eredményeket sikerült elérni<sup>7</sup>. A helyi termékek előállításához kedvezőek a természeti környezet adottságai, magas a napsütéses órák száma, megfelelő a csapadékmennyiség, kedvezőek a talajadottságok, továbbá jelen vannak a kézműves termékek előállításával kapcsolatos hagyományok is (pl. paraszti, népi, polgári, uradalmi, katonai, bányász, nemzeti és más nemzeti etnikai kisebbségi hagyományok, ősi mesterségek, stb.). A helyben történő előállíthatóság olyan elemei tehát, mint a hagyomány, vagy az eredetiség, a természetesség, a néprajzi hitelesség, az identitás, a helyi munkaerő alkalmazása, a megfelelő helyi értékesítési hányad, a felhasznált anyagok helyi előfordulása, ill. előállítása szintén a meglévő adottságok közé, illetve az elvárásoknak való megfeleltethetőség kategóriájába tartoznak. A birtokszerkezet, az itt élők végzettségi és képzettségi viszonyai, vállalkozási kedve, helyi aktivitása is támogatja a helyi termékek előállításának, kereskedelmének és közte a helyben történő értékesítésnek egy nagyobb fokát, hányadát.

A problémát a vállalkozások és szervezetek nem megfelelő tőkésítettsége, a vidékfejlesztési, az öko-gazdálkodási, a környezet- és tájgazdálkodási célok elérését szolgáló központi pénzügyi ösztönzők elégtelensége, az elaprózottság, az összefogás hiánya, a közvetlen kereskedelmi és értékesítési rendszerek kialakulatlansága, a piacra jutás és azon való folyamatos helytállás, valamint az értékesítés eszközei alkalmazásának gyengeségei jelentik. Ezek azonban nem csak a Völgy Vidékre jellemző specifikumok, de előzőekből adódóan a helyi termékek nagyobbik része itt is a felvásárlóknál köt ki, vagy közvetlenül a termelő által

---

<sup>6</sup> Érdemes azonban figyelembe venni, hogy a Völgy Vidékkel szomszédos és hasonló adottságokkal rendelkező Zsámbéki-medencére kiterjedően, illetve az annak is részét jelentő, de egyben völgyvidéki Etyeken is például már történtek lépések a helyi termékek összefogására, fejlesztési és értékesítési feltételeinek javítására a zsámbéki központú Zsámbéki-medence Idegenforgalmi Egyesület helyi termék-csoportja keretében (helyi termék konferencia, helyi termék-polcok kialakítása, helyi piac, kézműves, illetve helyi méltányos vásár szervezése; [www.zsambekinfo.hu](http://www.zsambekinfo.hu)). A Budavidék Zöldút Szövetség, illetve Program pedig 2007 óta működik, melynek tevékenységét jól egészíti ki a helyi termékek fejlesztése (<http://budavidek.rulez.org/b/FrontPage/>).

<sup>7</sup> Példának több kezdeményezés is említhető: pl. a 2005 óta működő Pannon Helyi Termék Klaszter Nyugat-Magyarországon, a Magosfa Alapítvány a Dunakanyarban és az Alsó-Ipoly mentén, a homokháti gazdaudvar hálózat a Duna-Tisza közén (kamratúra). A Kincünk a Piac helyi csoportjai Budapesten és Szegeden, a Szatyor Bevásárló Közösség Budapesten, a Rendek Ökogazdaságtól (Kerekegyháza) induló slow food csigatúra, az Élő Tiszáért Egyesület a Tisza mentén, a Nyitott Kert hálózata a Galga mentén és további számos biokertészet, biotermelő és biorendezvény (pl. biofesztivál, ökopiac, bionap).



kerül értékesítésre a budapesti nagybani piacon, illetve a szürke- és feketegazdaság zónájában cserél gazdát egy szűk lokális körben (pl. kiskerti és háztáji termékek). Budapest közelsége részben előny, részben hátrány is a helyi mezőgazdasági termékek, illetve a gazdálkodó és a fogyasztók szempontjából. A nagybani piacok közelsége következtében a völgyvidéki gazdálkodók könnyebben értékesítik közvetlenül mezőgazdasági termékeiket, amely kedvező a számukra, ugyanakkor ezek csak töredék részben kerülnek vissza a térségbe, illetve nem éltetik a helyi piacokat, javarészt nem a helyi fogyasztókhoz, hanem más térség lakóinak fogyasztóihoz jutnak el, ez pedig kedvezőtlen a helyi fogyasztók szempontjából.

Többek között a völgyvidéki gazdálkodók egyik legnagyobb problémája is a gazdaságuk fejlesztéséhez szükséges források hiánya, illetve elérésük nehézségei. Ez alapvetően a tőkefelhalmozás jelenlegi ellehetetlenüléséből, a közszféra forrásszűkösségéből, a magyarországi adóelvonási szint magas voltából, az elvonások viselhetetlenségéből, gyakran az állam által generált körbetartozások mértékéből adódik. A forráshiány másik alapvető oka, hogy a helyi gazdaságok – a globális, a regionális és más térségi gazdaságoktól eltérően – nem megfelelően integráltak. Ezt az mutatja, hogy a völgyvidéki helyi gazdaságok a megtermelt jövedelmüket (még ha az nem is helyből származik) nem tudják kellő mértékben helyben forgatni. Az egyébként akár helyileg forgó áruk mögötti pénzmozgásokat jelentős részben centralizált stratégiával rendelkező globális szereplők (bankok, biztosítók) igazgatják. Mindennek következtében a helyi források jelentős része a helyi gazdaságból és a gazdasági térből elfolyik Völgy Vidéken is.

A völgyvidéki mikro-, kis-, és középvállalkozások jelentős részének számlája, a helyi önkormányzatok számlájával együtt világméretekre, vagy legalábbis európai szinten regionális léptékre szabott bankokban van (pl. OTP). E betétállományok után a bankok alig fizetnek kamatot. A hitelezés, a távolság, az ismerethiány, a bizalmatlanság miatt jelentősen drágább a hitelfelvétel, amelyet a világgazdasági válság tovább tetézt. A völgyvidéki helyi pénzforgás megteremtéséhez, megpezdítéséhez, erre a feladatra specializálódott intézményre, a Völgy Vidék Hitelszövetkezetre is szükség van/lehet (gazdaságosság szempontjából tipp: Mezőföldi Hitelszövetkezet). A hitelszövetkezeti tevékenység segíti a helyi vállalkozói közösség(ek) önszerveződését, a térségi közös jövő megalapozását. A hitelszövetkezetek mögé szervezhető garanciaszövetkezet bővíthetné a hitelszövetkezet mozgásterét azáltal, hogy csökkenti a hitelezési kockázatot. A fenti helyi hitelszövetkezet és garanciaszövetkezete állami segítség nélkül azonban nem szervezhető.

Vannak már ugyanakkor erre nagyon szép és sikeres helyi példák: pl. a Szentesi Hitelszövetkezet, a Mecsekkörnyéki Hitelszövetkezet, a Tiszántúli Első Hitelszövetkezet, a

Széchenyi István Hitelszövetkezet főként Zalára kiterjedő tevékenységgel, vagy az Általános Közlekedési Hitelszövetkezet. Ezek is küldetésüknek tekintik a kisvállalkozások, a mezőgazdasági termelők, magánszemélyek részére a jó minőségű, versenyképes szolgáltatás nyújtását. A hitel és pénzügyi törvény alapján a hitelszövetkezet csak tagjainak végezhet pénzügyi szolgáltatást, ezért a tagsági viszony létesítése (szövetkezeti részjegy vásárlása) feltétele a hitelszövetkezeti szolgáltatások igénybevételének.

A helyi gazdaság szervezéséhez, élénkítéséhez azonban nemcsak a tőkeviszonyok, a termelő és szolgáltató szereplők együttműködésére van szükség, hanem a fogyasztói oldal integrációjára is. A fogyasztási szövetkezet, illetve az együttműködés különböző formái állandó piacot jelentenek a helyi gazdaság termelői számára, sőt az önkormányzati szociális funkciókat is erősítik, hatékonyabbá, célirányosabbá teszik. A fogyasztási bónuszok, kedvezmények, a fogyasztási kártya és az ehhez hasonló elemek *(részletesen ld. később)* a helyi pénz funkcióit is felvállalva azt segítik elő, hogy a Völgy Vidék gazdaságát életben tartó erőforrások helyi körforgása ismét visszaálljon eredeti összhangjában.

Az előzőekben vázoltak következtében is szükséges a gazdálkodás újjászervezése Völgy Vidéken, legalábbis annak egy része vonatkozásában egy olyan önellátó rendszerre való törekvés formájában, amely Bicske, Martonvásár és Ercsi városok, valamint a környezetükben elhelyezkedő völgyvidéki falvak együttműködésén alapul, továbbá az élethez szükséges alapvető javakat helyben állítja elő, és részben közvetlenül helyben is értékesíti. Mielőtt ennek módszereiről és az alkalmazás lehetőségeiről lenne szó a helyi termékek vonatkozásában, illetve a völgyvidéki helyi termékek feltárása és rendszerbeillesztése következne, érdemes kitérőként néhány gondolattal körüljárni a gazdálkodás újjászervezésének lehetőségeit.

### **3.1.1. Völgy Vidék gazdálkodásának lehetséges megújulási elemei**

A mozaikos tájhasználatra épülő gazdálkodási tevékenységhez igazodóan egy gazdaság jövedelmi szerkezete is változatosabbá válik az egy vagy néhány növény-, illetve állatfajta termesztésére szakosodott gyakorlathoz képest. Egy meglévő gazdaság fejlesztéséhez, átalakításához alapos birtoktervezési munkára van szükség. Ennek főbb lépései a következők:

#### *1. Az új típusú gazdálkodás lehetőségeinek felkutatása*

- ✓ Szakirodalom (könyvek, újságok, tanulmányok) átolvasása a lehetőségekről;
- ✓ tanfolyam(ok) elvégzése, előadások meghallgatása;
- ✓ meghallgatni olyanokat, akik hasonló lépéseket már megtettek;
- ✓ megnézni olyan gazdaságokat, beruházásokat, üzemeket, amelyek például szolgálhatnak;

- ✓ szakértő bevonása.

## 2. Tervezés

- ✓ Adottságok felmérése: hol és ki akar gazdálkodni?
  - Földterületek, települési adottságok számbavétele;
  - talaj-, vízgazdálkodás, időjárás adottságok vizsgálata;
  - természeti értékek, a terület ökológiai adottságainak felmérése és a lehetséges természeti értékek számbavétele;
  - a gazdaságban dolgozók képzettsége, teljesítőképesége;
  - lehetséges partnerek felkeresése a közelben (pl. szomszédos területeken gazdálkodók, helyi feldolgozó vagy vendéglátóhely tulajdonosa stb.), az ötletek átbeszélése;
  - meglévő épületek, gépek, eszközök összesítése;
  - pénzügyi keretek (befektethető összeg, hitellehetőség stb.);
  - a változtatás lehetőségeinek és korlátainak meghatározása (földhasználati mozaikok, új élőhelyek kialakításának lehetőségei, természetű növények, állattartó képesség, stb.)
- ✓ Szándékok: mit akarunk/tudunk csinálni?
  - Termelési, gazdálkodási profil;
  - a tevékenység tervezett időtartama;
  - főfoglalkozásban vagy kiegészítő tevékenységként akarunk gazdálkodni?
- ✓ Gazdasági lehetőségek: milyen jövedelmezőséggel tudunk/akarunk gazdálkodni?
  - Eladási lehetőségek, új piacok;
  - együttműködési, szövetkezési lehetőségek.

## 3. Beruházási terv

- ✓ Tartalmazza az elhatározott program megvalósításának módját;
- ✓ a szükséges földterületek, épületek, építmények elhelyezését;
- ✓ a gazdálkodási technológiák kiválasztását;
- ✓ a szükséges infrastruktúra-, közműfejlesztések meghatározását;
- ✓ környezeti hatásvizsgálatokat, a tennivalók időbeli ütemezését;
- ✓ a birtok működésének gazdaságossági vizsgálatait.

## 4. Engedélyeztetések

- ✓ Engedélyezési terv elkészítése;
- ✓ Engedély(ek) beszerzése a hatóságoktól.

## 5. Kiviteli tervek készítése

Az engedélyezett megoldások részletes terveit tartalmazzák, olyan mélységben, hogy az egyes konkrét feladatok a tervek szerint elvégezhetőek, a műszaki létesítmények elkészíthetőek legyenek.

#### 6. Beruházások megvalósítása

- ✓ Élőhelyfejlesztés (pl. gyeptelepítés, vízfolyás helyreállítása);
- ✓ átalakítás a gazdálkodásban (pl. állat, tájfajta növény beszerzése);
- ✓ gépvásárlás, épületek (pl. karám) átalakítása, felújítása, építése;
- ✓ feldolgozóüzem létrehozása;
- ✓ ha szükséges: új cég, szövetkezet megalapítása;
- ✓ új munkaerő bevonása, szükséges képzések elvégzése.

Ha valaki egyszerűbb, kisebb léptékű élőhely- vagy gazdaságfejlesztést tervez, abban az esetben a tervezést egyszerűbben is meg lehet oldani, a fentiek közül bizonyos lépések elhagyhatók (pl. az engedélyezési terv, ha nem előírás).

Az új gazdálkodás kialakításának lehetséges elvi bevételei közé tartozhatnak, az ÚMVP támogatásait is figyelembe véve, a piaci jövedelmek (termékértékesítés), a területalapú és állattartási támogatások (SAPS, top-up), agrár-környezetgazdálkodási támogatások, kedvezőtlen adottságú területek támogatása, Natura 2000 kifizetések gyepterületen és a nem termelő beruházások. A felsorolt támogatási jogcímek bizonyos korlátozások mellett egyszerre is igénybe vehetők a terület elhelyezkedésétől és a gazdaság egyéb adottságaitól függően. Erdőtelepítésre és környezetkímélő kezelésre elérhető az erdők közjóléti célú védelmét és bővítését szolgáló feladatok ellátásának támogatása; az egyes erdészeti közcélú feladatok támogatása; az erdők felújításának támogatása; az erdészeti potenciál helyreállítása; a mezőgazdasági területek erdősítése és az agrár-erdészeti rendszerek kialakítása.

Ezekon túlmenően más fejlesztési támogatások is szerepelnek az ÚMVP támogatási jogcímei között, ezek nagy részét azonban 2007-2008-ban már lekötötték. A tapasztalatok szerint komoly adminisztrációs terhet jelent a pályázat, illetve kérelem elkészítése, az elszámolás és a követelményeknek való megfelelés. A fejlesztési pályázatok többsége a beruházási érték 50%-a alatti támogatást biztosít, általában utófinanszírozással, tehát a megvalósításhoz jelentős saját tőke vagy hitel is szükséges, ami gazdasági válság idején nem éppen kockázatmentes és olcsó. Fontos forrást jelenthetnek a már megnyílt agrár-környezetgazdálkodási támogatások. Ezek öt évig tartó, évenkénti kifizetést jelentenek, ha a gazdálkodó önként környezetvédelmi kötelezettségeket vállal, a kifizetés e többletvállalások ellentételezéseként jár (Kajner 2009 alapján).

### **3.2. Helyi termékek értékesítése**

#### **3.2.1. Helyi értékesítés feltételei és lehetőségei**

A helyi termékek értékesítésére részben adottak ugyanazon klasszikus kereskedelmi lehetőségek, mint amelyek bármely más termék számára nyitva állnak, ugyanakkor számos olyan eszköz és módszer is létezik, amelyek azt a célt szolgálják, hogy növekedjen a helyben előállított termékek száma, minősége, illetve, hogy azok könnyített úton juthassanak el a (helyi) fogyasztókhoz, felhasználókhoz. A helyi termékek egyik fontos jellemzője éppen az, hogy értékesítésük úgynevezett közvetlen értékesítéssel történik/történhet. A közvetlen értékesítési utat egylépcsős értékesítésnek is nevezik, mert a disztribúciós folyamatból mind a nagykereskedő, mind a kiskereskedő kimarad, az árut a termelő közvetlenül a fogyasztónak adja el. Ennek számos jól bevált módszere és sikeres hazai példája is van. Szemben az általános klasszikus úttól, amely esetén a termelőtől a nagykereskedő megvásárolja az árut, ellátva a nagykereskedelmi feladatokat továbbértékesíti azt a kiskereskedőnek, akitől – ellátva a kiskereskedői feladatokat – a végső fogyasztó veheti meg a terméket.

Manapság ugyanis a szupermarketek polcain található étel a „termőföldtől a tányérig” hatalmas távolságokat tesz meg. Élelmiszer-kilométer (Food Miles): minél több kilométer adható hozzá képzeletben egy adott élelmiszerhez, annál kevésbé nevezhető az az élelmiszer fenntarthatónak és környezetvédelmi szempontból kívánatosnak. Az élelmiszer-kilométer a terméknek a termelő és a fogyasztó között megtett útjára utal, melynek magas értéke hihetetlen mértékű pazarlást és felesleges környezetszennyezést jelent. Az árucikkek levegőben való szállítása, mely a tengeri szállításhoz viszonyítva 40-szer annyi üzemanyagot igényel, manapság bevett gyakorlattá vált a világkereskedelemben. Az ipar pedig azon van, hogy az élelmiszereket tartósítással, adalékokkal és más módon alkalmassá tegye a kontinenseken átívelő szállításokra, és a minél hosszabb tárolhatóságra, a többi adalékot, pl. a szín-, állomány-, ízfokozókat nem is említve.

Emellett nem elhanyagolható a csomagolás által termelt hulladékok mennyisége, melynek előállításához drága erőforrásokat használnak fel, kezelésük rendkívül költséges és komoly elhelyezési problémákat okoz a jövőre nézve (a Zöld Pont védjegy használata garantálja, hogy a termelővállalat tagja egy kizárólag a csomagolási hulladékok begyűjtésére és hasznosítására létesült rendszernek, mely működése megfelel az EU-irányelveknek).

Fogyasztási döntéseink azért is mérlegelendők, mivel a távolról érkező termékek választása miatt előfordulhat, hogy a hazai termelők ellehetetlenülnek (ld. termelői gazdademonstrációk). A nemzetközi kereskedelmi egyezmények főképp a külföldi nagyvállalatoknak, a multinacionális cégeknek kedveznek, akiknek lehetőségük van termékeiket jóval az előállítási ár alatt, dömpingáron a piacra dobni. Ezzel növelik a helyi gazdálkodók megélhetésének veszélyét. A helyi beszállítók, termelők alulmaradnak a nagy távolságokról érkező árucikkekkel folytatott

versenyben, így a helyi gazdaságok, melyek friss termékekkel rövid szállítással el tudnák látni a vásárlókat, javarészt tönkremennek. Ily módon azáltal, hogy mit veszünk le a boltok polcairól, hatásunk lehet a hazai termelők megmaradására és a helyi gazdasági helyzetre is.

Ha mégis távolról érkező terméket vásárolunk, mert például elkerülhetetlen (kávé, tea, stb.), akkor tegyük azt „méltányos módon”. Sok terméket olyan körülmények között állítanak elő a fejlődő országokban, ahol gyermekmunkát alkalmaznak, és a gazdálkodókat, munkásokat teljes mértékben kizsákmányolják, érdekeik és sokszor jogaik is alapvető módon sérülnek. Ez ellen, a tudatos fogyasztás érdekében jött létre a Fair Trade (méltányos kereskedelem) nemzetközi mozgalom, amely egy védjeggyel garantálja a termékek méltányos előállítását. A mozgalom célja, a termelők (általában kisparaszti szervezetek) munka- és életkörülményeinek a javítása, és a gyermekmunka betiltása a fejlődő országokban. Ezen kívül ösztönzik a termelőket a piacképes, jó minőségű termékek előállítására, a munka ellenértékének tisztességes megfizetésére, a helyben felhasználható (fenntartható) fejlesztési alapok képzésére. Elsősorban a közvetítőket kiiktató, hosszú távú kereskedelmi kapcsolatokat támogatják.

*Forrás: [www.nyitottkert.hu](http://www.nyitottkert.hu)*

A közvetlen értékesítési csatorna vevőkörét a helyi közösség tagjai, a térségből elszármazottak (kivándorlók), a turisták/vendégek és a városi fogyasztók adják. Az értékesítés formái közül a helyi termékek értékesítésének legolcsóbb módja a helyben történő értékesítés személyes eladással, ahol az eladó a potenciális vevőt személyesen, kommunikáció segítségével ösztönzi az általa kínált termék (vagy szolgáltatás) megvételére (helyi piacok, vásárok, saját gazdaság, porta). Völgy Vidék legtöbb településén a helyi, alkalmi piacokon nem árulnak helyi terméket, hanem csak máshol előállított, máshonnan, akár külföldről beszerzett (gyakran olcsó és silány minőségű) árukat hoznak oda a kiskereskedők. Kimondottan helyi termék piac nem is működik állandó jelleggel, holott Völgy Vidéken (is) minden településnek meg vannak a maga helyi termékei, sőt bizonyos kategóriákban és egyes településeken sokfélék és élenjárók azok (borok, pálinka, házi készítésű sajtok, szörpök, ivólevelek, csuhé, folt- és más kézműves termékek; pl. Etyek, Vál, Martonvásár).

Közvetlen értékesítés esetén az értékesítési pontnak azonban a fogyasztó körzetében kell lennie. Tehát nem érdemes egy teljesen elzárt tanyán, majorban, farmon értékesítési pontot létesíteni, hacsak nem valami nagyon ritka vagy speciális termékről van szó. Az értékesítésnek ezt a formáját azonban érdemes fejleszteni, mert így lehetővé válik, hogy a gazdálkodók megismertessék magukat a fogyasztókkal, és közben tapasztalatokat is gyűjtsenek. A beruházásnak higiéniai szempontból megfelelőnek kell lennie, egy kis árusító

helyiséggel valamint parkolóval kell rendelkeznie. A mennyiség is korlátozó tényező lehet, mert a vásárló nem utazik messzire csupán egy termék miatt. Főként a jó helyzetű értékesítési pontok, mint egy forgalmas út mellett, vagy turisztikai központban, rendelkeznek nagy fogyasztókapacitással.

### 3.2.2. Szövetkezés

Az előzőek folytatásaként ugyanakkor csak növekvő kereslet esetén érdemes más termelőkkel összefogva, egymás termékeit értékesíteni, mely a fogyasztótól nem igényel további utazást. Növekvő kereslet esetén célszerű és hasznos a szövetkezés, amely a termelés és az eladás szervezésének egyre költségesebb tevékenységeit megoldja, a növekvő költségeket mérsékli. Az EU 2004 előtt csatlakozott tagországainak gyakorlatában a termelők az általuk tulajdonolt és irányított szövetkezeteken keresztül szinte közvetlen kapcsolatban állnak a fogyasztói piaccal. E tagországokban a szövetkezet elsődlegesen az önálló termelők által előállított termék, termény piacra juttatásával, illetve a termeléshez szükséges anyagok közös beszerzésével foglalkozik. A szövetkezet Európában tehát elsődlegesen begyűjtő és feldolgozó logisztikai rendszert, raktárt, malmot, piacot, vágóhidat, tejüzemet stb. jelent (Ausztriában pl. a gabona 60, a tej 94, a hús 20%-át értékesítik szövetkezetek, míg a gazdálkodók beszerzései 60%-ban rajtuk keresztül történnek).

Magyarországon azonban ma még nem jellemző a szövetkezetek komoly piaci szerepe. Ennek egyik fő oka az évtizedekkel ezelőtti erőszakos téészesítés rossz emléke, illetve a részben e nyomán kialakult bizalomhiány. A hazai szövetkezetek, illetve tagjaik száma azonban lassan növekszik – nem kis mértékben a támogatási rendszerek forrásaihoz való hozzájutás gyakori feltételeként támasztott tagság megkövetelése következtében –, ami azt mutatja, hogy a termelők elemi érdekeiket felismerve újra kezdik megalapítani közös fellépésük szervezeteit. Sokan azért döntenek a közös cég létrehozása mellett, mert egyszerűen nem jut idejük az értékesítéssel is foglalkozni, ezt inkább a közös cégre bízzák. A szövetkezet főbb jellemzői, illetve előnyei a következők<sup>8</sup>:

---

<sup>8</sup> A szövetkezetek alapításához célszerű szakértő támogatását igénybe venni. Segítséget nyújthat ebben pl. a Magyar Termelői Értékesítő és Szolgáltató Szervezetek HANGYA Együttműködése ([www.hangyaszo.hu](http://www.hangyaszo.hu)). A lazább együttműködésre jó példa a homokháti gazdaudvar, vagy kamratúra hálózat ([www.kamra-tura.hu](http://www.kamra-tura.hu)). A völgyvidéki Tordas pl. nem utolsó sorban HANGYA mintafaluként híresült el, de a II. világháború előtt minden településen jelen voltak a HANYGA szövetkezetei, székházzal, kereskedelmi-átvevőhellyel, hitelszövetkezeti partnerséggel. A HANGYA 1940-re Közép-Európa legnagyobb vállalatcsoportjává nőtte ki magát mind tagságát (700 ezer fő), mind kereskedelmi tevékenységét tekintve (2000 tagszövetkezet, 30 konzervgyár, 20 ipari üzem, 400-nál több bolt). De Völgy Vidéken működik pl. váli székhellyel, igen jó eredménnyel és tapasztalatokkal, a Bodzatermelők Értékesítő Szövetkezete (BOTÉSZ), amely tagja a jelenkori budapesti székhelyű HANGYA Szövetkezeti Együttműködésnek.

- ✓ *Korlátozott tőkekamat:* a tagoknak nem elsődleges célja, hogy a befektetett tőkével minél gyorsabban és minél nagyobb nyereséget érjenek el. Az együttműködés lényege a társulás által létrehozott szolgáltatások előnyeiből részesülni, nagyobb hatékonyság a közös fellépés által. Ezért sokkal alkalmasabb a szövetkezet a mezőgazdaságban dolgozók együttműködését megszervezni, mint a vállalkozás egyéb formái (betéti, korlátolt felelősségű, vagy részvénytársaság).
- ✓ *Alapja a bizalom:* rendszerint azonos területen (településen, térségben) élők alapítják, akik megbíznak egymásban, és az érdekeik is közösek.
- ✓ *Önkéntes és nyitott:* bárki csatlakozhat, aki elfogadja a szövetkezet működési szabályait, és részjegyet vesz. A tagok a szövetkezet résztulajdonosai és üzletfelei is egyben, használhatják szolgáltatásait.
- ✓ *Demokratikus:* minden tagnak azonos jogosítványa van, függetlenül attól, mekkora gazdasági erőt képvisel, illetve mikor társult a szövetkezethez. A döntésekben érvényesül az egy tag, egy szavazat elve.
- ✓ *Korlátozott felelősség:* A tag a szövetkezet tartozásáért (a kft.-hez vagy az rt.-hez hasonlóan) csak tulajdoni hányada (részjegye) mértékéig felel.
- ✓ *A non-profit és a szociális szövetkezetek célja* a keletkező nyereség visszaosztása az eredményhez való hozzájárulás arányában a tagoknak, a közösen elfogadott célok érdekében, vagy a közösen megállapított szolgáltatások ellátására.
- ✓ *Együttműködésre nevel:* a gazdák elfogadják, hogy csak akkor lehetnek eredményesek az élelmiszergazdaság piaci keretei között, ha önállóságukat részben feladva koordinálják tevékenységüket. Az együttműködés teszi lehetővé közös a feldolgozó-kapacitások kihasználását, a megfelelő piaci nagyságrend elérését és a minőségi termeléshez szükséges minőség-ellenőrzés alkalmazását.
- ✓ *A tagok ellenőrzik a* szolgáltatási, feldolgozási, üzemi tevékenységet végző *menedzsmentet.* Folyamatosan választ kérnek a gazdasági eredményességet meghatározó kérdésekre.
- ✓ *A tagok közül választott tisztségviselők* nemcsak a stratégiáért felelősek, hanem a pénzügyi ellenőrzésért is. A tagok képviseletét ezért csak azok a választott tisztségviselők láthatják el, akik egy-egy szakterületre vonatkozóan elegendő ismeretekkel rendelkeznek (Kajner 2009 alapján).



### 3.3.3. Közvetlen értékesítési lehetőségek

Magyarországon az élelmiszer-kereskedelemben a 10 legnagyobb – zömében multinacionális – kiskereskedelmi lánc részesedése az élelmiszerforgalomból eléri a 90%-ot. Az óriáscégek, az erő pozíciójából tárgyalva, a kisebb termelők számára szinte lehetetlenné teszik a bejutást az üzleteik polcaira. Ha be is jut, az értékesítés a termelőnek közel veszteséges áron tud csak megvalósulni. A koncentrált kiskereskedelem ugyanakkor tömegesen igényli a fogyasztói kényelmet szolgáló, egységesített termékeket. Az újabb és újabb igények kielégítésének költségeit a kereskedők viszont a termék beszerzési árának csökkentésével kívánják kompenzálni.

Mindezek miatt a kisebb piaci szereplőknek más értékesítési utakat is kell keresniük. Az alábbiakban felsorolt – a termelő és a fogyasztó szorosabb illetve lazább kapcsolatán alapuló közvetlen kereskedelmi – módszerek olyanok, ahol a közvetítőket részben vagy teljesen ki lehet iktatni, ezzel a haszon nagyobb része marad a termelőknél vagy a szövetkezetükénél. A közösség által támogatott mezőgazdaság, illetve a közvetlen kereskedelem lényege a termelő és a fogyasztó közvetlen kapcsolata, a bizalom, a jó minőségű, az egészséges, a környezetkímélő módon előállított áru és a tisztességes jövedelem a gazda számára. Célszerű a vevőket a termelés helyszínéhez minél közelebb megtalálni. A szállítási költség és az okozott környezeti károk is kisebbek, ha nem kell a termékeket messzire fuvarozni.

#### 3.3.3.1. Közvetlen értékesítés város és falusi környezete összefüggésben

1) Termelő és fogyasztó szorosabb kapcsolatán alapuló közvetlen kereskedelmi rendszerek:

- ✓ *Részarányos gazdálkodás.* A termelő az év elején becslést készít a termelésről, megbecsüli a költségeket és a szükséges jövedelmet, azokat pedig a szerződött vásárlók között arányosan felosztják. A befizetett összegért cserébe a fogyasztó rendszeresen megkapja a termés arányos részét. Így a mezőgazdasági termelés kockázata megosztható<sup>9</sup>.
- ✓ *Állandó vásárlók rendszere (dobozrendszer).* A termelők és a fogyasztók értékesítési szövetséget hoznak létre. A termelő megbecsüli, hogy mikor és milyen termékeket tud szállítani, míg a vásárlók kötelezettséget vállalnak arra, hogy rendszeresen vásárolnak tőle. A gazda az évszaknak megfelelően termelt növényi és állati termékekből állít össze egy csomagot, amiért a vevő hetente, a kiszállításakor fizet.
- ✓ *Több család közös beszerző kört alapít.* Minden hónapban más-más család tagja megy el bevásárolni a gazdálkodókhoz. A beszerző kör családjai számára szükséges mennyiségű élelmiszert egyszerre veszi meg és szállítja haza a soros család tagja, és egymás között

---

<sup>9</sup> Ezen az elven működik a gödöllői Nyitott Kert Alapítvány (NYKA) rendszere például ([www.nyitottkert.hu](http://www.nyitottkert.hu)).

szétesztják az árut és a költségeket. Célszerű már működő közösségekre építeni (pl. nagycsaládosok szervezetei, iskolák szülői munkaközösségei, stb.).

- ✓ *Közétkeztetés.* A hatályos jogszabályok miatt közétkeztetésnél (pl. iskolákban) az önkormányzatok szinte kizárólag aszerint választanak beszállítót, hogy ki teszi a legolcsóbb ajánlatot. A felhasznált élelmiszeripari termékek és alapanyagok beltartalmi értéke, minősége általában alacsony. A vidéki gazdaságot segítené, és egyben egészséges ételekhez juttatná a fogyasztókat, ha a közétkeztetésben előnyt kapnának a jó minőségű helyi termékek.
- ✓ *Speciális minőséget igénylő fogyasztók.* A bioélelmiszerek magas minősége, kedvező egészségügyi hatásai miatt értékesíthetők pl. bioéttermek vagy rákbetegeket gyógyító intézetek számára. Célszerű ilyenkor rendszeres (akár szerződéses) kapcsolatot is kiépíteni.

2) Termelő és fogyasztó lazább kapcsolatán alapuló közvetlen kereskedelmi rendszerek:

- ✓ *Kiszállítási rendszer.* A termelő egy elosztási pontra vagy közvetlenül házhoz szállítja a fogyasztóknak a megrendelt termékeket. A vevők telefonon, faxon, levélben, interneten vagy személyes kapcsolatok útján rendelhetnek árut.
- ✓ *Gazdálkodók piaca.* Alkalmoszerű vagy rendszeres árusítási lehetőséget biztosítanak a termelőknek. Szervezését a gazdálkodók szövetkezete, cég, a helyi önkormányzat vagy civil szervezet vállalhatja. Egy változatát jelenti ennek a korábban „MDF-piac”-ként ismert megoldás.
- ✓ *Termelői bolt (tájbolt).* Olyan kiskereskedés, mely vagy a gazdaságban, vagy ahhoz nagyon közel helyezkedik el. Egy ilyen boltban több közelben termelő gazda termékeit is lehet árusítani.
- ✓ *Bioélelmiszert árusító boltok.* A gazda az árut egy már létező bioboltba szállítja. A boltosok gyakran segítőkészek, bemutatják a vásárlóknak, hogy honnan jön a termék, van, ahol szabad figyelemfelkeltő plakátot, szórólapokat is kihelyezni.
- ✓ *Helyi zöldségesek.* Ma szinte általánosnak számít, hogy a zöldséges nem a helyi gazdától, hanem a nagybaniról vásárol. Érdemes viszont keresni az együttműködésre hajlamos zöldséges boltokat, amelyek helyi terméket is árulnának. Eleinte célszerű kisebb mennyiség értékesítéséről megállapodni (tájtermék-sarok), és a „helyi zöldség” akciót hírveréssel kísélni.

- ✓ *Szedd magad akció.* Bizonyos értelemben a gazdasági bolthoz hasonlít, hiszen ugyanúgy, közeli kapcsolat lehet a termelő és a fogyasztó között, de itt a vásárló maga szedi meg a terményt, és fizet annak tömege szerint.
- ✓ *Mozgóbolt.* Egyre több olyan hús- vagy tejterméket árusító kisteherautóval találkozni, melyek a friss, valódi, gazdától származó terméket viszik el a fogyasztóknak. Érdemes olyan helyen megállni, ahol a helybeli emberek egyébként is gyakran megfordulnak, pl.: iskola, bolt, piac, művelődési központ, hivatal, stb.
- ✓ *Internetes kereskedelem.* Ennek egyik jól működő példája a Magyar Áruk Áruháza (<http://www.hmo.hu>), vagy több online biokereskedés is (pl. [www.bio-bolt.hu](http://www.bio-bolt.hu); [www.bionatura.hu](http://www.bionatura.hu); [www.bioplaza.eu](http://www.bioplaza.eu); [www.rebarbara.hu](http://www.rebarbara.hu); [www.nektarbiobolt.hu](http://www.nektarbiobolt.hu); [www.abs.hu/eden](http://www.abs.hu/eden); stb.).
- ✓ *Védjegy létrehozása (Kajner 2009 alapján).* A védjegyes termékek előnyeivel a Völgy Vidék védjegyrendszer kialakítása kapcsán külön fejezet foglalkozik.

### 3.3.3.2. Közvetlen kereskedelem falusi környezetben

Falusi környezetben az értékesítésnél jobban lehet építeni az emberek közötti közvetlenebb kapcsolatokra, illetve arra, hogy a termelő és a fogyasztó közel vannak egymáshoz, gyakorlatilag egymás mellett, illetve a szomszédos utcában laknak. Ennek lehetőségei azonban tájegységenként, kulturális miliőnként változnak. Az értékesítési módszereket a legcélszerűbb úgy megkülönböztetni, hogy ki a vevő. Ha például valaki turistáknak, vendégeknek kívánja a termékét értékesíteni, akkor azt rendszerint valamilyen turisztikai szolgáltatással összekapcsolva sokkal eredményesebben végezheti.

#### 1) Értékesítés elsősorban helybelieknek:

- ✓ a vevő házhoz jön, rendszeres vevők a falun belül (eladás háztól);
- ✓ a termelő házhoz viszi a tejet, húst, stb., vagy pl. munkahelyi közösségek megrendelésére szállít;
- ✓ helyi gazda/gazdák tájboltja a faluban;
- ✓ mozgóárusok (túrakocsi, mely faluról-faluról halad);
- ✓ házhozszállítási rendszer (csomag, doboz), részarányos termelés vagy állandó vásárlók rendszere (fogyasztókként itt a magasabb fizetőképességű, illetve a főként nem mezőgazdaságból élők – ingázók, önkormányzati alkalmazottak stb. –, és a mozgásukban korlátozottak, a nyugdíjasok, a betegek jönnek szóba);
- ✓ piaci, vásári értékesítés a falvakban;

- ✓ kalács típusú élelmiszer-előállítás és feldolgozás (pl. több család vagy a nagycsalád nem azonos portán élő tagjai gondozzák a termést vagy az állatot, és a termést megosztják).

## 2) Értékesítés elsősorban turistáknak

- ✓ speciális rendezvények (bornap, sajtnap, kiállítások, stb.);
- ✓ értékesítés a helyi üdülők, szálláshelyek vendégei számára;
- ✓ tájjellegű éttermek, csárdák;
- ✓ nyári táborok, erdei iskolák.

A termékek előállításánál és értékesítésénél – természetesen – be kell tartani a hatályos jogszabályokat. Hazai tapasztalatok szerint azonban ezek sokszor ésszerűtlenül szigorúak, életidegenek, vagy túlzottan költséges beruházásokat igényelnek. Ez pedig a kisebb termelőket kizárhatja a piacról, vagy nagymértékben hátrányosan érintheti őket. Éppen ezért a Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület (SZÖVET) kezdeményezésére számos civil szervezet a mezőgazdasági termelésre, élelmiszerelőállításra és -kereskedelemre vonatkozó hatályos jogszabályok felülvizsgálatát kezdeményezte még 2009 tavaszán. A módosítási indítvány célja az, hogy alakítsanak ki kétszintű szabályozást, mely a kisebb termelők számára külön, egyszerűbb jogi kereteket biztosít, melynek alacsonyabb költségek mellett is meg lehet felelni, egyúttal felpezsdíti a vidék gazdaságát (*Kajner 2009* alapján).

A következőkben röviden áttekintés következik azokról az értékesítési lehetőségekről, melyek a jelenleg hatályos jogszabályok szerint nyitva állnak, lehetőségek.

### 3.3.3.3. Jogszabályok szerinti közvetlen értékesítési lehetőségek

1) Természetes személyek számára a helyi termékek közvetlen értékesítéssel történő forgalmazása történhet egyrészt a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről szóló 136/2007. (VI. 13.) Kormányrendelet szerinti – több tevékenységi körben lehetőséget nyújtó – hatósági nyilvántartásba vétel alapján. Többek között azért, hogy a falusi életmódot, a kézműves és népművészeti hagyományt szolgáltatóként bemutathassa, miközben a saját maga által, magánfogyasztásra előállított termékeit árulhassa. Ilyen szolgáltatás lehet pl. a disznóvágás és disznótoros, a kemencés és bográcsos gasztronómiai program, a gyümölcsaszaló gazdaság bemutatása, illetve termékeinek értékesítése, a szilvalekvárfőzés és -értékesítés, fazekas, fafaragó, kovács, csuhéfonó, csipkeverő, szövő-fonó kézműves foglalkozások tartása és bemutatása, valamint e termékek értékesítése. Ide sorolható a szőlőszüret bemutatása, a szőlő hagyományos feldolgozása, a bor értékesítése, a boros kehely gravírozása, a növény és állattenyésztő gazdaság bemutatása, illetve termékeinek kóstoltatása

és értékesítése, gyógynövény farm, méhészet, kecskefarm látogatása, íjászat és más népi játékok bemutatása, falusi lakodalmas eljátszása, betyár hagyományok ápolása, stb.

A falusi vendégasztal szolgáltatás keretében tehát a családi magánétkezesekhez készített házi élelmiszereket, ételkészítési hagyományokat, táji különlegességeket, az ezekhez kapcsolódó tevékenységeket mutatják be. Az így előállított saját, házi készítmények, ételek legfeljebb napi tizenöt látogató részére értékesíthetők.

- ✓ Szolgáltató csak magánszemély lehet (egyéni vállalkozó nem), csak alkalmyszerűen, időnyelleggel (nem napi rendszerességgel, egész évben) végezheti a tevékenységét. A szolgáltatás csak tulajdoni lappal, bérleti vagy használati szerződéssel igazolt saját ingatlanon belül végezhető, közterületen nem. Nem települhet ki a vendégasztal szolgáltató falunapra sem.
- ✓ A tevékenység végzéséhez a szolgáltatót (közös háztartásban élők közül csak egy személyt) nyilvántartásba kell venni. A nyilvántartásba vételhez be kell nyújtani a kistérségi székhely település jegyzőjéhez a kérelmet (a kérelemben fel kell sorolni a tevékenységek megnevezését, pl.: falusi vendégasztal, falusi rendezvényszervezés, stb.); a szolgáltatás helyszínének, az ingatlan használati jogcímének igazolásait; ÁNTSZ hozzájárulást elsődlegesen magánlakóházként használt, de forgalomba hozatal céljából készített élelmiszerek rendszeres előállítására használt helyiségekre vonatkozó, az általánosan érvényesnél kevésbé szigorú követelmények alapján.
- ✓ A tevékenység végezhető szállásadáshoz kötötten, vagy önállóan, szállásadástól függetlenül.
- ✓ Adómentesség: Az önállóan végzett falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenység 600 ezer Ft-ig adómentes (csak a 600 ezer Ft-ot meghaladó rész után kell adót fizetni). Szállásadáshoz köthetően 600 ezer Ft-ig adómentesség van a szolgáltatás bevételére, és további 600 ezer Ft-ig adómentes a szállásadásból származó bevétel ( $600 + 600 = 1.200$  ezer Ft).

2) Természetes személyek számára a közvetlen értékesítéssel történő forgalmazás történhet másrészt a gazdaság helye szerint illetékes megyei állat-egészségügyi és élelmiszer-ellenőrző állomásoknál regisztrált kistermelőként is kis mennyiségű alaptermék, vagy általa betakarított, összegyűjtött vadon termő alaptermék esetén. Ennek lehetőségét a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló 14/2006 (II. 16.) FVM-EüM-ICsSzEM együttes rendelet tartalmazza az előírások betartása mellett. A rendelet alapján a

kistermelőknél lehetőségük van bizonyos mennyiségű, saját előállítású terméket értékesíteni meghatározott piacra. A jogszabály első sorban a helyi értékesítés lehetőségét kívánja javítani<sup>10</sup>.

A termelők az általuk megtermelt, gyűjtött, vagy betakarított termékeiket; állati termékek esetén a saját tartásban lévő állatokat, illetve azokból készült termékeket értékesíthetik. A kistermelői tevékenységek megkezdését, a tevékenység lényeges megváltozását, szüneteltetését és megszűnését a gazdaság helye szerint illetékes Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatalhoz a kistermelőnek írásban be kell jelentenie. Állati eredetű termékek termelése, előállítása, illetve feldolgozása esetén a területileg illetékes hatósági állatorvos a helyszínen megvizsgálja, hogy a gazdaság megfelel-e az állategészségügyi és élelmiszer-higiéniai előírásoknak. A kistermelői élelmiszer-előállításához legalább egy helyiséget biztosítani kell. Az élelmiszerek rendszeres kezelésére, tárolására használt helyiség lehet lakóházban is, de magáncélra csak az élelmiszer előállításán kívüli időszakban lehet használni. Az 1. táblázat összefoglalja, hogy az egyes termékeket hol állíthatják elő, illetve értékesíthetik a kistermelők (2. táblázat).

A rendelet szabályozza azt is, hogy mennyi terméket értékesíthet a kistermelő:

- ✓ Évente 5 ezer kg mézet, 6 ezer kg halat, 20 ezer kg növényi eredetű alapterméket.
- ✓ Havonta legfeljebb 4 sertést, vagy 1 marhát, vagy 4 juhot, vagy 4 kecskét vághat vagy vágathat le, közfogyasztás céljára engedéllyel rendelkező vágóhídon. A kistermelő az ebből származó húst saját gazdaságában feldolgozhatja, húskészítményeket állíthat elő, és a terméket közvetlenül a végső fogyasztónak értékesítheti. Ezen állatok friss húsát nem értékesítheti.
- ✓ Hetente, házi körülmények között 200 tyúkfélét vagy 100 víziszárnyast vagy 50 nyúlfélét vághat le. A kistermelői áru egységeit részekre bontani, darabolni, májat (hízott liba- és kacsamáj kivételével) vagy egyéb belsőséget külön értékesíteni nem szabad.

---

<sup>10</sup> Az értékesítéshez figyelembe kell még venni az 59/1999. (XI. 26.) EüM rendeletet a vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól, az 55/2009-es (III. 13.) kormányrendeletet a vásárokról és a piacokról, a 133/2007-es (VI. 13.) kormányrendeletet az üzletek működésének rendjéről, valamint az egyes üzlet nélkül folytatható kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről, a 370/2004. (XII. 26.) kormányrendeletet az üzleten kívül fogyasztóval kötött szerződésekről és az üzleten kívüli kereskedés folytatásának egyes feltételeiről, továbbá a 136/2007-es (VI. 13.) kormányrendeletet a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről.

- ✓ Hetente legfeljebb 50 kg húskészítményt, 360 db tojást, 100 kg savanyúságot, 20 kg egyéb feldolgozott növényi eredetű terméket, 100 kg termesztett gombát, 50 kg vadon termő betakarított, összegyűjtött terméket értékesíthet.
- ✓ Naponta legfeljebb 200 liter tejet, illetve abból készített, de legfeljebb 40 kg tejterméket értékesíthet területi megkötésekkel.
- ✓ Feldolgozott terméket nem értékesíthet a kistermelő kereskedelmi vagy vendéglátó egységbe. A gazdaboltok és tájboltok terjedésének, a falusi turizmus fejlődésének sajnos gátja, hogy feldolgozott termékek csak helyben árusíthatók, de e boltokban nem<sup>11</sup>.

---

11 E kapcsán is enyhítéseket tartalmaz egy jelenleg formálódó jogszabály-módosító csomag a Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület kezdeményezésére. A 14/2006. (II. 16.) FVM-EüM-IcsSzEM együttes rendelet (kistermelői rendelet) módosításáról szól tervezetet 31 szervezet látta el támogató aláírásával, mivel a jelenlegi szabályozás több ponton a kistermelők számára nem kellően életszerű korlátokat állít a feldolgozás és értékesítés területén. A módosítás célja, hogy a helyi termelés, feldolgozás és értékesítés számára rugalmasabb, korszerűbb jogi keretek alakuljanak ki, ami a hazai vidéki gazdaság dinamizálásának egyik fontos eszköze lehet. A szabályozás racionalizálásával ugyanis oly módon lehet a gazdasági termelést serkenteni vidéken, hogy erre plusz költségvetési forrásokat nem kell fordítani. A helyi termelés ösztönzése az ésszerű jogi keretek által a LEADER-csoportok munkáját is nagymértékben támogatja. A vidéki gazdaság dinamizálása más jogi eszközök módosítását is igényli, ugyanakkor a kistermelői rendelet módosítása a legsürgetőbb.

**2. táblázat Kistermelői termékek, azok előállítási helyével és értékesítési lehetőségeivel**

<b>Termék</b>	<b>Termelés, előállítás</b>	<b>Értékesítés saját gazdaságban</b>	<b>Értékesítés termelési régió belül piacon, vásáron, ideiglenes, engedélyezett árusító helyen</b>	<b>Értékesítés Mo. területén piacon, vásáron, ideiglenes, engedélyezett árusító helyen</b>	<b>Értékesítés helyi kiskereskedelmi és vendéglátó egységbe</b>
Növényi alaptermék (zöldség, gyümölcs, fűszernövény, gabonafélék, gomba)	Saját gazdaságában, illetve vadon gyűjtve	IGEN	IGEN	IGEN	IGEN
Méz	Saját méhtartó hely, gazdaság	IGEN	IGEN	IGEN	IGEN
Nyers tej	Saját gazdaságában	IGEN	IGEN	NEM	IGEN
Élő vagy élettelen friss hal	Halászati területen kifogott hal	IGEN	IGEN	IGEN	IGEN
Tojás	Saját gazdaságában	IGEN	IGEN	NEM	NEM
Vágott baromfi és nyúlféle	Saját gazdaságában	IGEN	IGEN	NEM	IGEN
Sertés, juh, kecske, szarvasmarha nyers hús <sup>12</sup>	Csak engedélyezett vágóhídon levágott, saját gazdaságából származó állat	NEM	NEM	NEM	NEM
Feldolgozott termék, előállított élelmiszer	Saját gazdaságában	IGEN	IGEN	NEM	NEM

*Forrás: Kajner P. (2009): Helyi termelés, helyi fogyasztás, helyi termékek egészségesen. SZÖVET, Nagykőrű. p. 29.*

<sup>12</sup> Engedélyezett vágóhídon levághatók, otthon, a gazdaságban feldolgozhatók, a feldolgozott termék (pl. hurka, kolbász) közvetlenül a végső fogyasztónak eladható a táblázat utolsó sorában meghatározott helyeken.



3) Harmadrészt a helyi termékek részben akár közvetlen, de főképp közvetett forgalmazásának egyéb – gyakorlatilag a legelterjedtebb – eseteire a kereskedelemmel, a vendéglátással és az élelmiszer-forgalmazással kapcsolatos jogszabályok a mérvadók a hozzá tartozó más jogi területek szabályainak való megfelelés mellett (pl. élelmiszerjog, iparjog, egészség- és környezetvédelem, stb.; ld. *1 melléklet*).

### **3.4. Helyi termékek marketingje és kommunikációja**

A helyi termékek piacra juttatása speciális technikát igényel más termékekkel szemben, amely alapvetően három elemből áll: az első maga a termékfejlesztés, a második az értékesítési csatorna és a harmadik elem – amiről eddig még kevés szó esett – a marketing-kommunikáció. Nem elég ugyanis az, ha van egy (vagy több) kiváló minőségű, speciális helyi terméke a Völgy Vidéknek, azokat helyben eladásra kínáljuk fel, vagy időnként elmegyünk velük vásárolni. A termékeket ismertté is kell tenni, tudatni kell minél szélesebb körben azt, hogy léteznek, és hogy hol lehet hozzájuk jutni.

A marketingnek és a kommunikációnak e téren két fő célja van. Egyrészt, mivel a helyi termék identitással bír, alkalmas arra, hogy a térséget, a Völgy Vidéket is népszerűsítse. Másrészt pedig, ha megvalósul a Völgy Vidéken kívüli értékesítés, a bevétel erősíti a helyi egzisztenciát, azaz közvetlen gazdasági bevételt hoz a térségnek. Ezért is ajánlják a szakemberek, hogy a sikeres termék előállítását olyan szintre fejlesszük fel, hogy abból jusson a Völgy Vidéken kívüli piacra is. Hozzáértők egyébként az adott térséget 100 km sugarú körben szokták meghatározni Magyarországon, amely egy-egy ismertebb helyi termék esetén releváns, mint beszerzési távolság. Völgy Vidék esetén ez bőven eléri Budapestet, de még a Balatont és Győrt is.

Egy-egy emblematikus helyi termék köré épülő rendezvénynek jelentős szerepe van a térség gazdaságának erősítésében is amellet, hogy gyakorta ezek akár országos vagy nemzetközi eseménnyé is kinövik magukat. Ilyen, a Völgy Vidék határain túl is ismert rendezvények az Etyek Pincefesztivál, mint borünnep, vagy a Kezes-Lábos Fesztivál, mint helyi termék és kézműves ünnep. Ezek mellett a völgyvidéki embernek jogos hiányérzete támadhat például egy Váli Bodzafesztivál nem létezése miatt (annak ellenére is, hogy a Bodzatermelők Értékesítő Szervezet megrendezi a Bodzavirág Ünnepet, ahol termékeik kóstolására és vásárlására van lehetőség), vagy egy, a martonvásári vetőmagoknak tisztelgő rendezvénynap kapcsán. Fenti rendezvények ugyanakkor nagymértékben hozzájárulnak az ott megjelenő helyi termékek helyi és térségen kívüli fogyasztásának növekedéséhez. A kedvező hatások

pedig egymásra épülnek, az idelátogatók szálláshelyet bérelnek, ajándéktárgyakat vásárolnak, igénybe veszik a szolgáltatásokat.

A helyi termékek, közte a völgyvidéki áruk esetében az értékesítést meghatározó főbb tényezők közül nagyon fontos, hogy rövid maradhat az értékesítési út (pl. szállítás, raktározás), ezzel könnyebben elérhető, hogy az áru friss és szép maradjon addig, amíg a fogyasztóhoz ér, illetve a környezetterhelés is elenyésző (*ld. korábban: élelmiszer-kilométer*). Az értékesítés intenzitása ugyanakkor jóval elmarad a megszokott kereskedelmi forgalomban lévő élelmiszeripari termékekétől, amit intenzívnek lehet nevezni (minden olyan üzletben történik, ahol potenciális vevők fordulnak elő). Ugyanakkor a helyi termékek esetén a szelektív értékesítés a jellegadó (csak kiválasztott értékesítők révén történik), azon belül is a meghatározott üzletekben történő árusítás és a – korábban bemutatott – közvetlen értékesítési formák, szemben a hálózatos (multi level marketing, MLM) és a megbízott termékforgalmazói (franchise) rendszerrel.

A marketingkommunikáció irányultsága a völgyvidéki helyi termékek esetében általában a völgyvidéki vásárlók meggyőzése felé kell, hogy mutasson (húzó vagy pull stratégia), kevéssé működőképes, de siker esetén annál hatékonyabb megoldás ugyanakkor a közvetítők (pl. kis- és nagykereskedők, felvásárlók) meggyőzése (toló vagy push stratégia). Helyi tapasztalatok szerint a völgyvidéki termékek esetében is jól működnek azok a marketingkommunikációs típusok, amelyek más nem helyi termékek esetében is, ugyanakkor azok hatékonysága, az alkalmazás területe és gyakorisága eltérő. A reklámok, mint fizetett hirdetések, amelyek közvetett kommunikációt jelentenek a vásárlóval, például némileg háttérbe szorulnak a közvetlen marketingkommunikációs eszközökkel szemben, amelyek az eladó-vásárló sokkal közvetlenebb kapcsolatából fakadnak. A személyes eladásnak Völgyvidéken is a közvetlen kommunikáció az eszköze, például a rábeszélés, illetve a meggyőzés, de ennek határfoka elmarad a tradicionális társadalmi berendezkedésű vidékekétől a lakosság kevertsége (sok beköltöző) miatt (mindez az MLM-nek is egy igen fontos eleme, ugyanakkor itt a termékek közel sem helyi jellegűek a leggyakoribb esetben, holott a közvetlen értékesítési technológiából fakadóan hajlamosak vagyunk azt hinni).

A helyi termékek esetében kiemelten fontos marketingkommunikációs eszköznek kellene lennie, ugyanakkor mégis egy elhanyagolt terület VölgyVidéken az eladás- vagy értékesítés-ösztönzés. Ezek közé tartoznak az árkedvezmények különböző megoldásai, illetve rendszerei, mint például a törzsvásárlói kedvezmények, az árkedvezmény több termék vásárlása esetén, vagy a kedvezmény a helyi lakos számára, stb. Itt említhető a leértékelés (pl. kifutóban lévő, vagy romlandó termék esetén), a völgyvidéki helyi termékeknel kiemelten ajánlottan, de

kevés működő élő példával rendelkezően, az árukapcsolás (pl. ha egy meghatározott völgyvidéki szolgáltatást igénybe vesz valaki, akkor egy kapcsolódó másiknál már némi kedvezményre lehet jogosult), továbbá a hűségkedvezmények (pl. hűségpontok szerzése), a sorsjátékok és jutalmak, stb. Ezek kiterjedtebb alkalmazása nagymértékben hozzájárulhat a völgyvidéki termékek fejlesztéséhez, elterjedtségük és ismertségük növeléséhez.

További gyenge lábakon álló marketingkommunikációs eszköz VölgyVidéken a hatékony közönségkapcsolatok kialakítás, illetve fejlesztése (public relations, PR), amely folyamatszerűen az egyéni arculat kialakítását, bevezetését, tudatosítását, illetve elfogadottságának folytonos növelést jelenti. E nélkül nem lesznek völgyvidéki helyi termékek és fogyasztók, se völgyvidéki emberek. Ennek kialakítása és felépítése azonban csak egy óvatos, egymásra épülő elemeiben részletesen megtervezett és folyamatosan tesztelt, mind-mind más és más területekre is kiterjedő (természeti és táji elemek, egységes információs táblák és turizmus, marketing, helyi termékek és szolgáltatások, közlekedés, gazdasági és társadalmi kapcsolatok, stb.), azokat lényegében átfogó lépéssorozatnak kell lennie.

A völgyvidéki helyi termékek eladói ma már számos marketingkommunikációs eszköz és modell közül választhatnak, hogy melyiket alkalmazzák termékük eladásakor (pl. Lewis AIDA modellje, a hierarchikus hatásmodell, a hirdetés, Lavidge és Steiner, vagy Roger modellje). Ezek lényegi, mindegyikükénél valamilyen formában megjelenő és egymásra épülő elemei a következők: 1) figyelem felkeltése (reklámüzenet küldése); 2) érdeklődés vagy vágy felkeltésével vásárlásra késztetés, amely a kondicionálással, az üzenet megértésével és az érzelmek megjelenésével, a vonzódással függ össze; 3) értékelés (döntés a termék számunkra való értékességéről) után válasz a reklámüzenetre (információkérés, kipróbálás, meggyőződés, vásárlás); 4) elfogadás (pl. saját pozitív tapasztalatok kiemelés és továbbadása, vagy márkahűség kialakulása).

A völgyvidéki helyi termékek egységes marketingkommunikációja a fentiekben általánosított stratégiai elemekre kell, hogy épüljön, majd az azokból levezetett gyakorlati lépéseket alkalmazva szükséges, hogy konkrét eszközöket és technikákat tartalmazzon. A gyakorlati lépések elsőként a helyi termékek megismertetéséhez kapcsolódnak a figyelem- és érdeklődés-felkeltésen keresztül, majd a pozicionálás következik (egyedi szlogen, versenyelőnyök kiemelése, szimbólumok használata). Az üzenet átvitele a termékkel kapcsolatos információs tartalom eljutására, a pozitív érzelmi töltés hozzákapcsolására, valamint az igény és vásárlási kedv felkeltésére terjed ki. Végezetül a rögzítés eszközei a megszerzett pozíció megőrzését szolgálják a saját tapasztalatok többszöri megerősítése, a

feltételes elfogadás véglegesítése révén. A főbb lépésekhez tartozó konkrét eszközöket és technikákat, amelyek kiterjednek a völgyvidéki helyi termékekre is az egyéb tématerületen, ágazatokon belül, a Völgy Vidék Marketingkommunikációs Stratégiájának kell tartalmaznia és bemutatnia.

## IV. Völgy Vidék helyi termékei

### 4.1. Völgy Vidék helyi termékei

A következő lezáratlan helyi termékkatalógus egy olyan gyűjtemény kialakításának a kezdő fázisát jeleníti meg, amely első körben tartalmazza a helyi nyomtatott és elektronikus sajtótermékekben fellelhető ajánlott, reklámozott helyi termékeket, továbbá magába foglalja a völgyvidéki településekről származó információk (polgármesterek, jegyzők, kulturális és rendezvényszervező szakemberek, helyi termék árusok) alapján történő saját adatgyűjtés elsődleges eredményeit. Az előzetes lista településenként és terméktípusonként tartalmazza a Völgy Vidék LEADER térség – közte Bicske város – vonatkozásában a helyi termékek előállítóit és telefonos elérhetőségeiket (3. táblázat)<sup>13</sup>.

3. táblázat Helyi termékek Völgy Vidék településein (v1.0)

település	termék, szolgáltatás	név	telefonszám
<b>Alcsútdoboz</b>	szóda	Dobozi szikvíz	22/294-912
	gyöngyből készült termék	Fekete Sándorné	20/351-01-55
	gyöngyből készült termék, kézműves báb	Tóthné Tóth Gabriella	20/2663-883
	kertészeti termék	Cserna Zsigmond	22/353-105
	méz	Szabó Ferenc, méhészt	
<b>Baracska</b>	hímzés, horgolás	Baracscai Kézműves Szakkör	30/9155793, 70/2998200
	szóda	Cseh József	22/454-259
	bördízműves termék	Faragó Róbert	20/4372-071
	zöldségpalánta		
	dísznövény, facsemete	Lantos Faiskola	
	dísznövény, virág, palánta	Kertmegi Kft.	
	bronzöntvény	Bíró Csaba	
<b>Bicske</b>	szóda	László Szóda	06-22-350-734
	kovácsolt termék	Balázs István, kovács	22/350-884
	kerámia termék	Forrai Péter, keramikus	20-982-9350
	festmény	Hornok Magdolna, festőművész	20/511-2980
	kerámia termék	Kiss Irén, keramikus	20/340-8561
	festmény	Némáné Nagy Júlia, festőművész	22/261-025
	játék	Varga Lászlóné, játékkészítő iparos	22/350-205
	fafaragás	Lőrinczi Domokos, fafaragó	22/262-368
	festmény	Pálfy István és Julianna, festőművész; festőművész és író	22/261-683
	cukrásztermék	Gyuricza Lászlóné, cukrász	22/261-352
<b>Csabdi</b>	zöldség, gyümölcs, palánta	Csercsák János	22/704-031

<sup>13</sup> Az adatok kizárólag nyilvános adatbázisokból származnak.

	baromfi termék	Posfai László	22/350-898
	méz	Tóth István, méhész	22/704-152, 22/704-592
<b>Ercsi</b>	fafaragás	Szepesi János, fafaragó népi iparművész	
	kerámia termék	Sípos Szabó Gyuláné, keramikus	28/491-273
	ötvösmunka	Mess István, ötvös	25/492-177
<b>Etyek</b>	kecskesajt	Nagy Zsuzsanna	30/394-9800
	bor	Etyeki Kúria Borgazdaság	22/708-130
	bor	mintegy 30 bortermelő és pincészet	<a href="http://www.etyekiborut.hu">www.etyekiborut.hu</a>
	bor, bormúzeum	Etyeki Bormúzeum (Demján Pince)	20/942-6860
	üvegfestő, ékszerkészítő kézműves	Ágoston Barbara	20/924-6704
	pálinka, párlat	Etyeki Párlatház	30/627-9608
	mazsolával ízesített bor alapú ital	Pósa Kézműves Borpince	30/977-1803
	ötvösmunka	Fehér Tibor, ötvös	22/353-676
<b>Felcsút</b>	kecskesajt	Andrejka Jenő, Szelényi Katalin - André Kecsesajt Farm	22/253-633, 20/352-8494
	csuhétermék	Orosz Jánosné	20/317-5415, 20/327-3240
	méz	Szeredi László, méhész	22/253-641
	tojás	Pák-to Kft., Szúnyogpuszta, Pákozdi Attila	20/974-2682
	méz	Angyás Tibor, méhész	
	szűcs termék	Koliger György, szűcs	22/253/459
<b>Gyúró</b>	vesszőtermék	Baloghné Fehér Irén, vesszőfonó	
	méz	Szutyán Lászlóné, méhész	
	szárított termény	Denkó Zoltán, terményszárító	22/468-791
	méz	Pável Vilmos, méhész	22/468-630
	szobrász termék	Kőrösi Antal, szobrász	22/468-631
	cipő	Ihász Imre, cipőgyártó	22/468-532
<b>Kajászó</b>	virág, palánta	Viktor Andor	22/455-659
	állati termék	Tapolcsányi Győző, állattenyésztő	22/455-353
	bor	Vabrik Ferenc	
	keréktermék	Molnár László, ny. bogsnár	22/455-638
<b>Lovasberény</b>	gyékény termék, kemence	Mezei Rác Ferenc	20/3175-415
	cserépkályha	Sós Ferenc, cserépkályhaépítő	
	méz	Csizmadia Sándor, méhész	22/456-592
	kézi készítésű dísz tárgy	Tabi Márta, dísz tárgy készítő	22/456-912
	mézeskalács	Berszánné Román Erzsébet	061/2219449, 30/3187802
	festmény, grafika	Horváth Péter, festőművész, grafikus	
	festmény	Elbert Tamás, fest(eget)ő	
	sütőipari termék	Papinóth Sütőipari Kft.	22/565-173
	takarmány, táp, vitamin	Agro-mix 21 Bt.	22/456-120
	lakástextil termék	Em-Ká-Pé Bt.	20/965-5713, 22/456-

			433
	ajándéktárgy	Fürt Kft.	22/456-109
	cukrásztermék	Hóman Cukrászda	22/456-216
	virág, palánta	Kaiser Kertészet	20/528-7114, 22/456-131
<b>Mány</b>	pálinka	Nabilek János	22/705-663
	zöldség	Fuksz Jánosné, termelő	22/704-332
	virágház	Sátoriné Rozovics Regina	
	cukrásztermék	Majár Tibor, cukrász	22/705-203
	cukrásztermék	Schmidt Márta, cukrász	22/705-237
	termelői tej	Bokodi Sándor	22/704-368
	kerámia, faáru, szitanyomat, vallásos témájú dísz tárgy	Fébé Kht. Pro Vobis Műhely, megváltozott munkaképességűek	22/704-148
<b>Martonvásár</b>	foltt termék	Zsubori Ildikó, kézműves	20/4696953
	foltt termék	Tulipán Foltműhely, Sólyom Emese	70/385-38-44
	kreatív játék	Kreatív Kuckó, Bakos Zsóka	30/4940748
	faáru	Bencsik Ferenc	22/461-156
	faáru	Benkő Sándor	22/460-539
	grafika	Sütő Rozália, grafikus művész	22/460-663
	cukrásztermék	Süle Barnabás, cukrász	22/460-890
	diabetikus pékáru	Pocok pékség, Székesfehérvári Sütőipari Vállalat	20/421-6653
	vetőmag, biovetőmag	MV Elitmag Kft., Prebázis kft., Bázismag Kft., Martonseed Zrt.	22/569-230, 22/569-510, 22/461-371, 22/460-011
	gyertya	Gyertya-Ász Bt.	30/9408-995
	virág, palánta	Pammer Endre	20/212-0567
<b>Óbarok</b>	rongyszőnyeg	Havasi Imréné, kézműves	22/704-939
	tojás	Konrád Gábor	20/9960497
<b>Ráckeresztúr</b>	tej, tejtermék	Március 15 MSZ, Fincsitej	22/455-805, 30/311-6069
	zöldség, gyümölcs, palánta	Rézbányai József	25/454--533
	hordó	Nagy Sándor, kádár	25/455-203
	tökmagolaj	Filio Szövetkezet	
<b>Tabajd</b>	kecskesajt, kézműves szappan	Pucsek Gábor (Horváth Judit)	20/424-7435
	kecskesajt	Hamangné Tombor Ágnes	30/369-78-06
	gyöngyből készült termék	Simóné Bélei Ágnes, gyöngyfüző	22/253721
	kerámia, kispasztika	Orbán Ágnes, szobrász-keramikus	70/383-3481
	gyöngyből készült termék	Dancsi Angéla, gyöngyfüző	20/559-4977
	festmény	Lőrinczné Bacsó Márta, festő	
	levendula	Somogyi Dezsőné, termelő	20/4588-811
	kertészeti termék	Cserna Géza, termelő	
<b>Tordas</b>	fazekas termék	Fazekas Éva, fazekas	30/5602161
	kézműves termék	Értelmi Fogyatékosok Otthona, Eisenbacher Imréné	30/351-2384, 22/467-199

	méz	Varga Attila	22/467-034
	kerámia, fazekas termék	Kovács Erika, keramikus	22/467-604
	öntött, formázott termék	Puskás Imre, öntő-formázó	22/467-702
	bor	Vincze Csaba	22/745-130
<b>Vál</b>	kosárfonás, vesszőből készült termék	Reketyei István, kosárfonó	20/3373-582
	kosárfonás, vesszőből készült termék	Papp Zsuzsa, kosárfonó	22/243297
	gomba, szárított gomba, biogomba	Champex Kft., Vigh László	30/949-7351
	fazekas termék, kerámia	Vranekné Juhász Hedvig, fazekas	22/243-826
	alma, almalé, szőlő, bor	Fiskus Béla	22/353-454
	szörp, gyümölcslé, lekvár	BOTÉSZ - Kocsis Bálintné	20/9714785
	virág, palánta, zöldség	Sigmond Péter	22/243-242
	pálinka	Rózsa Sándor, Rózsa Tünde Zsuzsa	20/280-5456, 20/2357-090
	pálinka	Szilas József	22/243-193, 20/592-7464
	bördíszműves termék	Vargáné Tamás Tünde, bördíszműves	22/243-215
	festmény	Kárpáti József, festőművész	22/353-427
<b>Vértesacska</b>	pálinka	Ódor László	22/353-395

*Forrás: saját adatgyűjtés*

A helyi termékek jellegének és típusának meghatározása, illetve az egyes völgyvidéki helyi termékek ezekbe történő lehetséges besorolása a helyi termékek menedzselésével fő tevékenységként foglalkozó mértékadó hazai szervezetek hasonló gyűjtéseinek mintái alapján készült el. Ez azonban korántsem jelenti azt, hogy egyéb, esetleg a Völgy Vidék áruinak (is) jobban megfelelő kategóriák kialakítása, ne lenne lehetséges, illetve szükséges. A konkrét besorolás és megjelenítés a kitöltött helyi termék felmérő adatlapok megléte alapján lehetséges (amelyben a helyi termékkel kapcsolatos adatok pontosítása mellett az előállító nyilatkozik és engedélyt ad; 2. melléklet). A főbb jelleg szerinti kategóriák és azok lehetséges helyi termék típusai a következők:

- ✓ Kézműves termék (pl. fafaragás, faragott termékek; szalma-, csuhébaba, csuhévirág, stb.; textil-, gyöngy-, viasz-ajándéktárgyak; kovácsolás, kovácsoltvas termékek, ötvösmunkák; bőr-, vessző-, nemez-, szaru, gyöngy tárgyak és ékszerek; szöttesek, hímzések; gyapjú-, pamut, cérnaszőnyegek; kő- fa- és egyéb szobrok; cserép termékek; lakberendezési dísz tárgyak; gyermekjátékok; hímes tojás, stb.),
- ✓ Ipari termék (olyanok, amelyek alapvetően helybeli fogyasztásra készülnek, pl. bútorok, cipők, használati tárgyak, alkatrészek, hegesztett termékek, márvány- és kőárak, stb.),



- ✓ Élelmiszer (pl. hurka, kolbász, szalonna, disznótoros; pálinkák, savanyúság; szárított gomba; lekvár; szörp; méz; speciális vagy egyedi készítésű kenyérfélék, pékáruk; cukrászipari termékek; helyi vagy speciális ételek felszolgálással együtt),
- ✓ Tejtermék (tehén és kecske tej, túró, sajt),
- ✓ Zöldség-gyümölcs (helyi kiskertből, gazdaságból származó vagy helyben gyűjtött),
- ✓ kertészeti termékek (dísznövény, facsemete, virág, palánta, vetőmag, gyógy- és festőnövény, helyben gyűjtött is),
- ✓ Egyéb.

Mindezek mellett közzé adunk egy részletesebb jelleg szerinti besorolási listát is a helyi termékek lehetséges kategorizálásáról, amely jobban megfelel a helyi gyakorlatnak, illetve a völgyvidéki helyi termékeknek, és kevesebb összevonást is tartalmaz (a lehetséges legrészletesebb listát, a konkrét helyi termék típusokat gyakorlatilag a korábbi jelleg szerinti felsorolás zárójeles kiegészítő, magyarázó része jeleníti meg, a teljesség igénye nélkül).

- ✓ Termesztett, gyűjtött és feldolgozott gyümölcs, zöldség;
- ✓ Hús és húskészítmény;
- ✓ Tejtermék és tojás;
- ✓ Bor és pálinka;
- ✓ Egyéb ital;
- ✓ Sütő- és cukrászipari termék;
- ✓ Egyéb feldolgozott élelmiszer;
- ✓ Gyógy-, fűszer-, festőnövény;
- ✓ Kertészeti termék;
- ✓ Kézműipari termék;
- ✓ Ipari termék;
- ✓ Egyéb.

Vannak olyan termékek, amelyek ugyan nem teljesen felelnek meg a helyi termékekkel szembeni elvárásoknak, mert zömében nem helyi alapanyagokból, de főként a helyieknek helyben állítják elő azokat, vagy ugyan zömében helyi alapanyagokból készülnek, vagy Völgy

Vidéken termelik meg azokat, de nagyobbbrészt nagykereskedelmi forgalomba kerülnek és csak kisebb hányadban érhető helyben is el. Ide tartoznak pl. a sütőipari alapanyagok és termékek (liszt, kenyérfélék, finom pékáru, tésztafélék), a nagyüzemi mezőgazdaságok termékei (szántóföldi termékek, állati termékek, tej, tejterméke) vagy számos ipari termék (pl. faárúk, lakatosipari termékek). A 'félig helyi termékek' termelői, előállítói közül néhány nagyobb és helyi jellegzetességűt tartalmaz a következő lista egyes mezőgazdasághoz köthető ágazatokból, szintén a teljesség igénye nélkül<sup>14</sup> (4. táblázat).

**4. táblázat A szántóföldi növények, az állati termékek és a malom-, sütőipari termékek főbb termelői és előállítói Völgy Vidék településein**

település	termék, szolgáltatás	név	telefonszám
<b>Baracska</b>	sütőipari termék	SBM Kft.	22/454-166
	választási malac, takarmány	Rattlerow-Seghers Kft., Keve-sertés Kft.	22/454-114
	szántóföldi termék	Baracscai Új Élet Kft., Annamajori Mezőgazdasági Kft.	
<b>Bicske</b>	tej, tejtermék, szántóföldi termék	Bicskei Mezőgazdasági Rt.	30/570-5001
	sütőipari termék	Papinóth Sütőipari Kft., Friss-Ropogós Sütőipari Kft.	22/565-173, 22/350-955
	malomipari termék	Sikér Kft.	
<b>Ercsi</b>	sütőipari termék	Ercsi Kenyérgyár Kft.	25/492-057
	állati termék	FHL-Farm Kft.	
	szántóföldi termék, állati termék	Sina Kft.	25/371-572
<b>Etyek</b>	tej, tejtermék	Bicskei Mezőgazdasági Rt.	30/570-5001
<b>Felcsút</b>	tojás	Pák-to Kft., Szúnyogpuszta, Pákozdi Attila	20/974-2682
<b>Kajászó</b>	takarmány	Kajászói szövetkezet, Kajászói Mezőgazdasági Kft.	
<b>Lovasberény</b>	sütőipari termék	Papinóth Sütőipari Kft.	22/565-173
	szántóföldi termék, állati termék	Lovasberényi MGSZ	22/456-035
<b>Mány</b>	sütőipari termék	Párizsi Pékség Bt.	22/240-600
<b>Martonvásár</b>	sütőipari termék	Pocok pékség, Székesfehérvári Sütőipari Vállalat	20/421-6653
	szarvasmarha szaporítóanyag, tenyészbika	Bos-Genetic Kft.	22/460-055

<sup>14</sup> A nagyüzemi keretek közt előállított, de jellegükből adódóan speciális termékek a helyi termék listában kaptak helyet, pl. váli gomba-, bodza- és gyümölcsstermék, martonvásári vetőmagok, etyeki borüzemek borai, ráckeresztúri tejtermékek, stb. Mindezek a helyi termékek és a nem helyi termékek közti elhatárolás nehézségeire is felhívják a figyelmet.

<b>Ráckeresztúr</b>	állati termék, szántóföldi termék	Március 15. MGSZ	25/380-732
	állati termék, tej, tejtermék	Prograg-Agrárcentrum Kft.	25/507-952
	szántóföldi termék	Szeminátor 96 Kft.	25/454-514
<b>Tordas</b>	szántóföldi termék	To-Ró Zrt.	22/468-524
<b>Vál</b>	szántóföldi termék	Chardonnay Zrt., Róna 91 Kft., Gérce-Farm Kft.	

*Forrás: saját adatgyűjtés*

#### **4.2. Völgy Vidék Helyi Termék Program**

A völgyvidéki helyi termékfejlesztési elképzelések egyik kiemelt célja, hogy a fenti kezdeti helyi terméklista (v1.0.) a majdani alapját képezze a Völgy Vidék Helyi Termék Programnak, melynek megvalósítását egy, a helyi termékek összefogásáért és fejlesztésért elkötelezettséget vállaló, elfogadott völgyvidéki szervezetnek kell felkarolnia (pl. a Völgy Vidék LEADER egyesület, vagy egy térségi hatókörű idegenforgalmi, illetve zöld szervezet). A Völgy Vidék Helyi Termék Program, illetve a helyi termékfejlesztési stratégia részeként javasoljuk létrehozni – a fenti elkötelezettségű szervezet vezetésével, összefogásával – a Völgy Vidék Helyi Termék Céh-et (vagy Klasztert), amely a helyi termékek előállítóit, feldolgozóit, kereskedőit fűzi fel egy láncba, a marketingben pedig közösen, közös arculattal jelennek meg. A Völgy Vidék Ökorégió, mint ehhez kapcsolódó további javaslat, elképzelés, pedig az ökológiai gazdálkodásból származó, illetve bio- és helyi élelmiszertermékek információs és marketingközpontja lehetne, akár a Völgy Vidék Helyi Termék Céh (Klaszter) részeként. Mindezt kiegészítené a Völgy Vidék Védjegy és a hozzákapcsolódó terméktanúsítási rendszer, vagy a Völgy Vidék földrajzi oltalmi árujelző rendszer. Utóbbira következzen egy előremutató példa, amely bemutat egy kiválóan működő hazai védjegy-rendszert kiemelve a megfelelés teljesítési kritériumait és a rendszer előnyeit.

##### **Az Élő Tisza védjegy**

A Tisza-mente, a folyó vízgyűjtőjének tájai ökológiai, gazdasági, társadalmi, kulturális szempontból változatos, de sok hasonlóságot mutató térséget képeznek. A Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület (SZÖVET) bejegyeztette az 'Élő Tisza' védjegyet, mely ezt az egységet fejezi ki. A védjegy célja, hogy a Tisza-menti gazdálkodók, szállásadók, termék-előállítók, szolgáltatók számára segítse a piacra jutást. Hazánkban egyre többen vannak, akiknek fontos, hogy vásárlásukkal jó ügyet: a magyar gazdaság erősödését, a környezetkímélő termelést támogatják, és egészséges terméket vásárolnak. A hagyományos termékek, régi ízek, tájfajta gyümölcsök is egyre keresettebbek. A védjegy abban segít, hogy az ilyen termékeket előállító termelők és a fogyasztók megtalálják egymást. A védjegyrendszer új piaci lehetőséget kínál tartós termékek

(lekvárok, konzervek stb.), engedélyköteles termékek (pálinka, alkoholos italok), kézművesipari termékek (fa, bőr, nád, stb.), friss zöldségek, gyümölcsök, hús-, tejtermékek és sok más Tisza menti áru számára.

A helyi termékekhez kiválóan kapcsolhatók túraprogramok (pl. extrém vagy ökotúrák), illetve különböző kulturális programok. Célszerű pl. a helyi szállásadók, étteremtulajdonosok, kerékpárkölszönzők, programszervezők és a kistermelők, pékek, halászok összefogása, belépése a védjegyrendszerbe. A településre érkezők helyi termékeket fogyaszthatnak, így több termelő és szolgáltató is jól jár. Könnyebb lehet a közös, összehangolt munkával, egységes arculattal, szervezéssel elérni a vásárlókat, mint külön-külön próbálkozni fénymásolt szórólappal és egyenként drága nyomtatványokkal, hirdetésekkel.

### **Hogyan működik a védjegy-rendszer?**

A SZÖVET és a védjegyfelhasználó szerződést köt. A felhasználó a szerződésben szereplő termékekre vagy szolgáltatásokra egy évre felhasználói jogot kap a jogtulajdonostól. A szerződést lejárt után rögtön meg lehet újítani. A SZÖVET, mint jogtulajdonos ellenőrizheti a védjeggyel megjelölt termékek vagy szolgáltatások körét és minőségét, hogy megfelel-e a szerződésben foglaltaknak.

A SZÖVET a védjegy felhasználói részére az alábbi lehetőségeket biztosítja:

- ✓ A védjegyhasználatból befolyó díjakból az egyesület folyamatosan marketing, reklám, piacépítési feladatokat lát el az 'Élő Tisza' védjegyes termékek és szolgáltatások ismertségének növelésére, az értékesítés javítására.
- ✓ Egységes grafikai arculattal, olcsón reklámhordozó készítését vállalják, ha a felhasználó igényli (szórólap, névjegykártya stb.).
- ✓ A védjegy honlapján a termékeket, szolgáltatásokat bemutató saját oldalt hozhat létre a felhasználó.
- ✓ Programokon, fesztiválokon részvétel, kiállítás lehetősége.
- ✓ Értékesítési lehetőség a védjegy-rendszerben részt vevő boltokban, piacokon (tájboltok, tájtermék-sarkok).
- ✓ A védjegy használatának díjai: kedvezményes (nyugdíjas, diák): 500 Ft/hó; magánszemély, östermelő, kistermelő: 1000 Ft/hó; vállalkozó, szövetkezet, kft., rt., bt., önkormányzat: 2000 Ft/hó. A 2009. december 31-ig belépőknek nem kell díjat fizetniük.

### **Milyen kritériumokat kell teljesíteni?**

A védjegy a fogyasztónak különleges minőséget kínál. Ezért a felhasználók a szerződésben vállalják, hogy termékük megfelel az alábbiaknak:

*Kötelezően teljesítendő feltételek*

- ✓ A Tisza vízgyűjtő területének magyarországi részéről származik

- ✓ Magyar termék vagy szolgáltatás
- ✓ Helyi termék vagy szolgáltatás
- ✓ Megfelel a termék/szolgáltatás előállítására vonatkozó hatályos előírásoknak
- ✓ Az előállítás módja:
  - Általános gazdálkodásban, amely Kímélő gazdálkodásra való átállás alatt van vagy
  - Kímélő gazdálkodásban vagy
  - Minősített biogazdálkodásban vagy
  - Tájgazdálkodás során vagy
  - Természetes talajon termesztett.

- ✓ Ionizáló / radioaktív sugárzással nem kezelt

Van számos olyan jellemző, amit a terméknek vagy szolgáltatásnak *nem kötelező* teljesítenie, *de önként vállalható*. Az alábbi, előnyös jellemzők feltüntethetők a terméken és segíthetik az eladást: (GMO-, szója-, szermaradvány, hozzáadott cukor és édesítőszer, tartósítószer, mesterséges adalékanyag, mesterséges színezék, mesterséges ízfokozó mentes; természetes alapanyagokból készült; mézzel ízesítve; hormon- és antibiotikum-mentes tenyésztés/termesztés; természetes növekedés, hozam; természetes érés [érésfokozó, állományszárító szer nélkül]; magas beltartalmú; táj-, tájjellegű, magyar fajta; műtrágyázás, vegyszeres növényvédelem nélkül).

Magyarországon többségben vannak azok a gazdálkodók, akik tevékenysége leginkább az intenzív kategóriába tartozik. Nem zárják őket sem ki a fejlesztés lehetőségéből, ezért nem csak a ma még a kivételnek számító, környezetkímélő gazdálkodást folytatók számára biztosítják a védjegy igénybevételének lehetőségét. Ugyanakkor ösztönzik a gazdát, hogy környezetkímélő irányba módosítsa tevékenységét. Az általános/intenzív módon gazdálkodó a használati szerződés aláírásával vállalja, hogy egy éven belül a SZÖVET által kijelölt szakértő által, ingyenesen biztosított tanácsadást igénybe veszi, és gazdálkodását kímélőbbé teszi. A végrehajtandó feladatokra a SZÖVET szakértője és a védjegy-használó közösen alakítja ki a tervet.

### **Milyen előnyei vannak?**

- ✓ Az 'Élő Tisza' védjegynek kialakult grafikai arculata van, mely jól illik a márka által képviselt gondolatokhoz, érzelmekhez.
- ✓ A védjegyrendszer már eddig is komoly médiaérdeklődést váltott ki, melyre ezután is számítanak, különösen a védjegy-bevezetési kampány kapcsán. Már 2008-ban is számos országos és helyi médium foglalkozott a védjegyrendszerrel és a SZÖVET kereskedelmi kezdeményezéseivel.
- ✓ Az elotisza.hu a 2009. márciusát megelőző 12 hónapban 20 ezer látogatást kapott. A Google kereső első két találatja az „Élő Tisza”, illetve az „Élő Tiszáért” szókapcsolatokra a [www.elotisza.hu](http://www.elotisza.hu).

- ✓ Hírlevelüket hetente 1400-an kapják meg e-mailben. Sokan továbbítják ismerősöknek, levelezőlistákra vagy kiteszik honlapokra. A hírlevél alkalmas lehet a védjegyes termékek reklámozására az arra fogékony célközönség körében.
- ✓ A SZÖVET lapja a Tiszavölgy. Első négy száma egyenként 3 ezer példányban jelent meg. A lapot célzottan terjesztik, azoknak, akik a tájgazdálkodás, egészséges életmód, környezetvédelem iránt érdeklődnek. Az ötödik szám különkiadás, a védjegyrendszert és a termékeket mutatja be.
- ✓ A védjegyrendszer indulását és működését további kiadványokkal, szórólapokkal is segítik, melyek a felhasználók igényei szerint alakíthatók.
- ✓ Internetes kampányt indítottak el az egyre növekvő online piac meghódítására, a védjegy népszerűsítésére.

*Forrás: [www. http://www.elotisza.hu/elotisza.php?id=11](http://www.elotisza.hu/elotisza.php?id=11) alapján*

A Völgy Vidék Helyi Termék Program elindításához szükséges az érzékelhető együttműködési szándékokat egybegyűjtve több térségi – és nem feltétlenül csak völgyvidéki, hanem akár a kapcsolódó térségekből származó – szervezetnek, civileknek, önkormányzatoknak, vállalkozásoknak egy közös megállapodást, netán egy közös szervezetet életre hívni. Amely a megfelelő hozzárendelt erőforrások mentén meg tudja szervezni a helyi termékek menedzselést, fejlesztését és összekapcsolását más, a helyi termékekhez kapcsolódó rendezvényekkel, kezdeményezésekkel, turisztikai, természeti, környezeti, stb. kezdeményezésekkel. E folyamat segítéséhez egy együttműködési szándéknyilatkozat-mintát mellékelünk (2. melléklet). Ezt majd az alakuló ülésen egy együttműködési megállapodás aláírásának kell követnie, illetve felváltania, amely kiterjed a cég/klaszter céljaira, feladataira, a tagsággal és a menedzsmenttel kapcsolatos ügyekre és feladatokra, a működés alapvető szabályaira és egyéb rendelkezésekre. Egy ezzel kapcsolatos minta is rendelkezésre áll, de jelen tanulmány mellékletei között nem szerepel, mivel lehetséges szerkezete nagymértékben függ az előzőekben felsoroltak tényleges és végleges tartalmától.

Szükséges továbbá, hogy a továbbfejlesztett helyi termék lista e felkaroló szervezet honlapjára, az ott kialakított keresőfelületre kerüljön, és tovább bővüljön részben direkt megkeresések révén, részben önkéntes alapon. Mindehhez kiadvány formában történő megjelenésnek is társulnia kell akkor, amikor a megfelelő kiegészítések, támogatások elkészülnek, véglegessé válnak. E folyamat támogatása érdekében elkészült egy útmutatóval ellátott helyi termékfelmérő adatlap, amely lehetőséget teremt arra, hogy egyrészt az előző honlapról a helyi terméket előállítók által letöltve, kitöltve és visszaküldve, másrészt direkt kiküldés révén kiegészüljön, illetve gyarapodjon a katalógus (3-4. melléklet). Ez azért is

fontos, mert olyan információkat kér be, amelyek az első lépésben összegyűjtött termékek katalógusának hasznosságát és használhatóságát nagymértékben növelik (rövid leírás a termékről, beszerezhetőségének körülményei, pontos elérhetőségek, nyitva tartás, stb.).

A Völgy Vidék Helyi Termék Program beindítását továbbá meg kell előznie egy olyan felmérésnek, piacelemzésnek, amely egy előzetes kérdőíves adatfelvétel révén megpróbálja feltárni a program elvi és gyakorlati támogatottságát, a programba való részvétel, illetve bekerülés lehetőségeit, a program elemeinek megismertetését és véleményeztetését, valamint a hozzá kapcsolódó szolgáltatások és a részvétel költségeinek párhuzamossága alapján annak realitását. Az 5. melléklet tartalmaz néhány lehetséges kérdést egy kapcsolódó kérdőívhez (5. melléklet).

A Völgy Vidék Helyi Termék Program kiemelt eleme – a helyi termékek összegyűjtése, fejlesztésük támogatása, egymás erősítésének elérése, különböző módszerekkel a forgalmuk növelése mellett, illetve érdekében – a helyi termék, a biotermék, a környezetkímélő áru- és a fair trade (méltányos kereskedelmi) termék vásárok elterjesztése, beindítása, szervezése. Ezeket jól egészítik ki a különböző ügyességi versenyek a gyermekek számára, a különféle bemutatók, a kézműves foglalkozások, a játszóházak, a versenyek és az egyéb színesítő programok. Ösztönzőként a helyi piac-, illetve vásárszervezéssel kapcsolatos tanácsok összefoglalóját a 6. melléklet tartalmazza (6. melléklet).

A program beindítása, tartalmi elképzelései és céljai igen közel állnak az éppen 4 éve működő Pannon Helyi Termék Klaszter következőkben összefoglalt tapasztalataihoz:

A Pannon Helyi Termék Klasztert 2005 őszén hozta létre 13 nyugat-dunántúli szervezet (népművész egyesületek, falusiturizmus-szövetségek, önkormányzatok, önkormányzati társulások, civil szervezetek). Az alapító tagok segíteni szeretnék a régióban fellelhető kézműipari, mezőgazdasági és élelmiszer-termékek piacra jutását, egységes arculat illetve egyedi értékesítési megoldások kialakításával. Fontos célkitűzés mindezek mellett, a termékek előállítására révén, a helyi foglalkoztatás növelése, jövedelemszerzési lehetőségek bővítése a vidéki térségekben. A klaszterre szerveződés legfőbb oka az volt, hogy így az egységes érdekképviselet mellett, lehetővé válhat a pályázati források hatékonyabb kihasználása is, és ezáltal tényleges segítség nyújtható a termelők felé.

Első tevékenységként közel 100, a régióban élő termelő személyes lekérdezése történt meg, melynek során termékeikről, termelési feltételeikről, az előállított mennyiségekről, értékesítési tapasztalataikról, és jövőbeni elképzeléseiről kérdezték meg a termelőket. Nem cél ugyanis, a már ipari méretekben létrehozott termékek előállításának támogatása. A végrehajtott piacelemzésből láthatóvá vált, hogy az értékesítés egyik fő iránya a nagyforgalmú turisztikai bázisok

(termálfürdők, szállodák) és a falusi turizmus helyszínei, másik a jövő kihívásainak is megfelelő internetes kereskedelem, harmadik pedig a vidéken élők saját felhasználására épülő helyi piac.

A Klaszter az elmúlt évek során több előre mutató feladatot hajtott végre: egységes arculat és saját védjegy kialakítása, csomagolótechnikai fejlesztések, minőségbiztosítási rendszer kialakítása. Honlapjukon ([www.pannonproduct.hu](http://www.pannonproduct.hu)) a helyi termék katalógusból kiválasztott helyi termékeket online módon is megrendelhetők a webáruházban. Számos nagyrendezvényen mutatták be termelőiket és termékeiket, illetve népszerűsítették a „közös ügyet”: Művészetek Völgye, Utazás Kiállítás, Savaria Karnevál, Szent György Napi Vásár, stb.

A klasztertalálkozók mellett 2007. nyarán tanulmányutat szerveztek az érdeklődő termelők számára Csehországba. Folyamatos partnerépítés zajlik hazai és nemzetközi irányban a jövőbeni közös projektek érdekében. 2007. végétől a Savaria Rehab-Team szociális foglalkoztatóval közösen exkluzív fadobozos helyi termékes ajándécsomagokat kínálnak üzleti ajándékozás céljából. 2008. májusában Vasváron megnyílt az első Pannon Helyi Termék Bolt, melyet a tervek szerint szombathelyi boltnyitás követ majd (itt működik a Pannon Helyi Termék Iroda és Oszkón a Határmenti Vinotéka).

A jövőbeni tevékenységeik között kiemelt szerepet kap a tudatformálás a vásárlói körben, a termelők képzése, a technológia- és a termékfejlesztés.

Forrás: <http://www.pannonproduct.hu/cgi-bin/annonproduct/index.cgi?view=ck&tID=82&nID=613>

#### **4.3. Helyi termékek, térségi karakterek, helyi identitás részét képező termékek**

Völgy Vidék településein számos helyi termék megtalálható, melyek közül kiemelkednek a – térségi léptékű – helyi identitás részét képező termékek. Ilyennek tekinthetők az etyeki borok, a váli bodza- és csipkeszőrpök, -gyümölcslevek, -lekvárok (BOTÉSZ), valamint a köztudatban kevésbé forgó, de annál kiemelkedőbb – nemzetközileg és országosan is elismert – martonvásári vetőmagok. Ezek egyben fontos térségi karakterrel, karakterekkel is rendelkeznek, annak ellenére is, hogy utóbbi esetben a helyi termékként való értelmezés, felfogás eleve megkíván némi absztrakciót. Ugyanakkor számos olyan termék is megtalálható Völgy Vidéken, melyek ismertsége túlmutat egy-egy település hatókörén (sőt akár nagyobb léptékű, még nemzetközi híré is, csak nem egyszer éppen helyben nem ismerik): ezek köré tartozik pl. a felcsúti André kecskesajt és csuhé termékek, a martonvásári foltertermékek és szarvasmarha szaporítóanyag (telephely Ráckeresztúron), a ráckeresztúri Fincsi tej, a baracskai kocasüldő, stb. Az ország más térségeihez viszonyítva ugyanakkor szegényesnek mondható a helyi termékkála néhány területen: pl. egyes helyi élelmiszertermékek terén és számos kézműves vonatkozásban.



A három – véleményünk szerinti – legkiemelkedőbb völgyvidéki helyi termékkel kapcsolatban bemutatásra kerülnek azok a legfontosabb jellemzők, amelyek alátámasztják térségi karakterüket és hozzájárulásukat a helyi identitáshoz.

### *Váli bodza- és gyümölcsstermékek*

A Bodzatermelők Értékesítő Szövetkezetéhez (BOTÉSZ) 1999. januári megalakulása óta mintegy 250 tag csatlakozott, főképp termelők az ország egész területéről. A bodza mellet egyéb gyümölcsök értékesítését, továbbá az ehhez kapcsolódó és kapcsolható szolgáltatásokat is felvállalja a szerveződés. Legfőbb termékeik a bodzából, csipkebogyóból és más gyümölcsökből (körte, alma, meggy, erdei gyümölcsök, barackfélék) készült, részben bio-, illetve diabetikus szörpök, lekvárok, gyümölcslevek, rostos üdítők.

A BOTÉSZ non-profit alapon működik, a szövetkezet létrehozóinak alapvető érdeke a profit tagokhoz való visszajuttatása. Fő tevékenysége zöldség- gyümölcs nagykereskedelem, de egyéb tevékenységei közé tartozik például a növénytermelési szolgáltatás, az egyéb élelmiszeripari nagykereskedelem, a mezőgazdasági gépek nagykereskedelme és kölcsönzése, szaktanácsadás, technológiai fejlesztés, taglátogatás, ültetvényszemle, környezetvédő termesztési módszerek alkalmazásának elősegítése, termelőüzem működtetés és receptura fejlesztése.

A BOTÉSZ legnagyobb beszállítói a tagok, akik egyben a tulajdonosok is. Erre tekintettel nincs versenyhelyzet, mivel mindenki a költségek levonása utáni átlagárat kapja terményeiért a minőség függvényében. A betakarítás folyamatát végig úgynevezett koordinátorok ellenőrzik, irányítják. Meghatározzák, hogy mikor, hova, mennyi árut kell szállítani.

A BOTÉSZ a termékei megismertetése céljából részt vesz különféle rendezvényeken, mint pl. a váli Vajda Napok, illetve a Válon minden évben megrendezésre kerülő Bodzavirág Ünnepe, ahol az érdeklődők megkóstolhatják a különféle termékeket, és természetesen meg is vásárolhatják őket. Részt vett az OMÉK és a FOODAPEST kiállításon, az OMÉK rendezvényen a készítmények termékdíjasok lettek. Céljaik közt szerepel a Kiváló Magyar Élelmiszer minősítés megszerzése. Vidéken, nagyobb városokban rendezett expókon és szakmai kiállításokon szintén találkozhatnak az érdeklődők a termékekkel, kóstolhatnak és véleményezhetnek.

Fontos szempont, hogy a BOTÉSZ termékek más termékektől könnyen megkülönböztethetők legyenek. A márka, a csomagolás, a címke jelentős információt nyújt ugyanis a fogyasztó számára. Legkelendőbb terméksaládjuk a SAMBO nevet viseli, amely a feketebodza latin nevének rövidítéséből származik (Sambucus Nigra). A márkanev regisztrálásra került, amely jelentős védelmet biztosít a termékeknek, illetve a vállalkozásnak a piaci versenyben (SAMBO – A bodzavarázs). Gyümölcsleveiket Gyümölcsvarázs név alatt értékesítik.

Termékeiket első sorban az egészséges életmódot szem előtt tartó fogyasztók vásárolják. Értékesítésük fő csatornáit a kis- és nagykereskedők képezik. A bérgyártással elkészült termékeket a raktárból szállítja ki a TÉSZ az értékesítési helyre. A boltokba való kiszállítás személygépkocsikkal történik, melyet vállalkozók végeznek saját költségükre, bizonyos hányadot kapva az értékesített termékek után. Reklámköltségekkel a szövetkezet leginkább a SAMBO márkanevet szeretné ismertebbé tenni. Reklámjaik elsősorban élelmiszeripari, gasztronómiai

szaklapokban jelennek meg, illetve igyekeznek szórólapokat eljuttatni azokba a kereskedelmi egységekbe, amelyekkel kapcsolatban állnak.

Forrás: [www.botesz.hu](http://www.botesz.hu) alapján

#### *Martonvásári vetőmagok*

A Magyar Tudományos Akadémia martonvásári központú Mezőgazdasági Kutatóintézet tudományos eredményeinek realizálására közel száz hazai és külföldi innovációs partnerrel, vetőmagtermelő és kereskedő céggel tart fenn kapcsolatot. A kutatóintézet legfontosabb kereskedelmi képviselője az MTA ill. a kutatóintézet részbeni tulajdonában lévő gazdasági és innovációs szervezetek (Martonseed Zrt., Prebázis, MV Elitmag, Bázismag Kft.-k). E szervezetek széles partneri hálózattal rendelkeznek és tartós kapcsolatot építettek ki az innovációs lánc hazai és külföldi képviselőivel, mezőgazdasági termelőkkel – beleértve a kis- és nagyüzemeket – a termelési integrátorokkal, kereskedelmi szervezetekkel, a feldolgozóiparral egyaránt.

A martonvásári érdekeltségű növényfajták vetésterülete az elmúlt tíz év átlagában Magyarországon eléri az egymillió hektárt, ami azt jelenti, hogy hazánkban a vetésterület több mint húsz százalékán martonvásári eredetű növényfajta biztosítja a biológiai alapokat.

A martonvásári minőségjavító búzafajták elterjedése jelentősen hozzájárult a magyar gabonatermesztés minőségi fejlesztéséhez, az exportképesség javításához. A martonvásári kalászos gabona vetőmagból a kutatóintézet partnerei évente átlagosan 60-70 ezer tonnát hoznak forgalomba Magyarországon 3-4 milliárd Ft értékben. A hibrid kukorica vetőmag előállításból évente átlagosan 2000-2500 tonna F1 vetőmagot értékesítenek.

A belföldön értékesített martonvásári kalászos gabona és hibrid kukorica vetőmagból a magyar gabonatermesztésben létrejött összes termelési érték meghaladja az évi 80 milliárd Ft-ot.

A martonvásári kutatóintézet a létrehozott növényfajták jogi védelme érdekében a növénynemesítésből származó fajtákat és hibrideket szabadalmi oltalomra jelenti be. Ez az oltalmi rendszer kompatibilis az Európai Unió gyakorlatával, ugyanakkor egyre több nem EU országban is elfogadottá válik, ami a martonvásári fajták és az előállításukhoz fűződő szellemi tulajdon hatékony védelmét segíti elő.

Forrás: <http://www.mgki.hu/gyakorlati-hasznositas>

#### *Etyeki bor*

Az Etyek-budai borvidék Fejér megye északkeleti peremének környezetében, az Etyeki-dombság kezdetén fekszik. Adottságai szinte megegyeznek Champagne-éval. Talaja meszes alapkőzetten lösz alapú csernozjom, illetve erdőmaradványos csernozjom. Klímájára jellemző, hogy a lefolyásos domb- és hegyoldalokon, a fennsíkokon a légmozgás gyakori, bőséges a napsütés, ami kiemelkedő termelési biztonságot ad, ritkák a számottevő fagykarak. Évi átlagos hőmérséklet az országos átlagnál kissé alacsonyabb, csapadékellátottsága közelíti az országos átlagot. Az

ökológiai adottságok lehetővé teszik a korai szürettel kiváló pezsgőalapborok, késői szürettel pedig a minőségi boralapanyag készítését.

A hazai borvidékek között jogilag a legújabbak, történelmileg a legrégebbiek közé tartozik a borvidék. Legújabb, mert ezzel az elnevezéssel alig 10 éve lehet találkozni – az önálló etyeki borvidék sincs 20 éves –, legrégebbi, mert a környéken már a rómaiak idejében is foglalkoztak szőlőműveléssel. A II. világháború után a helyi szőlőkultúra ugyanakkor válságba jutott. A fordulatot a Hungarovin borgazdasági kombinát (ma Henkell) etyeki célgazdaságának megalakulása hozta meg (1955). Szőlőültetvényeinek és a minőségi fajtáknak köszönhetően emelkedett Etyek-Buda borvidéki rangra. Az 5632 hektárt kitevő Etyek-budai borvidék bortermelésének súlypontja napjainkra Etyekre és tágabb környékére tevődött át.

Etyek-Buda legújabb virágzása elsősorban már nem nagyobb vállalkozásoknak, hanem 1-5-15 hektáros kis családi birtokoknak köszönhető. Számtalan kis pince fogott palackozott borok készítésébe, vannak azonban komolyabb kezdeményezések is. A rendszerváltozás óta az etyeki borvidék mintegy tucatnyi vezető szőlőbirtoka nagy utat járt be, úgy a technológiai fejlődést, mint a borok minőségi változását tekintve. A jövőben rejlő további lehetőségek pedig nagyok, hiszen a telepíthető területnek ma még csak mintegy 30%-án található szőlő.

Az "Etyek, Budapest szőlőskertje" szlogen pontosan mutatja, mire rendeltetett a vidék. Jó borok készítése nem egyszerűen helyi árutermelés, hanem egy lehetőség is arra, hogy a fővárosiak élhetőbbnek érezzék környezetüket. A Zsámbéki-medencében, a Buda környéki hegyvidéken és a Velencei-hegyvonulaton meghúzódnó szőlőterületek szerint a borvidék két körzetre osztható. Az etyeki körzethez Alcsútdoboz, Bicske, Csabdi, Etyek, Felcsút, Gyúró, Kajászó, Martonvásár, Nadap, Pákozd, Pázmánd, Sukoró, Tordas és Vál, míg a budai körzethez Budajenő, Budakeszi, Pilisborosjenő, Telki, Tök és Üröm települések határrészei tartoznak. Az etyeki körzet magába foglalja a Völgy Vidék LEADER térség 17 településéből 9-et.

Az etyeki szőlőtermő vidéket 1990-ben emelték borvidéki rangra, majd 1997-ben Budapest szőlőskertjét (budai körzet) is hozzácsatolva megalakult az Etyek-budai Borvidék. A történelmi jelentőségű Körpince pince együttes, a Kecse-gödör, a Sós-kúti úti pincesor, az egyedülálló présházak, a szőlőhegyek, a szőlőművelés és borkészítés tárgyi örökségei a múlttól tanúskodnak, és kiváltják a helyi bor és a szőlőkultúra hagyományára iránti megbecsülést.

Az országos átlaghoz viszonyítva valamivel hűvösebb, csapadékosabb a klíma, a változatos, de alapjában meszes talaj, amelyben a porózus mészkövek és márgák dominálnak, egyértelműen a karcsú, illatos-zamatos, jó savú fehérborok termelésének kedveznek. A körzet fő szőlőfajtájaként régebben a Hosszúcipkájút termesztették (amit németül Schlampernek, sőt Etyeken Frechschlampernek, pimasz lomposnak neveznek). Bora nemcsak kemény, hanem vékony, könnyű, légies is. Gondos szürettel és borkészítéssel kiváló pezsgőalapbor készíthető belőle (sajnos rothadásra nagyon hajlamos, ezért nagyüzemi termesztésre nem alkalmas).

Jelenleg a legfontosabb fajták a chardonnay, az olaszrizling, a rajnai rizling, a sauvignon blanc és a zöldveltelini, amelyekből száraz, illatos és zamatos reduktív borok készülnek. A termés jelentős része ma is a pezsgőgyártás alapanyagául szolgál. Etyek zászlósora, ha van ilyen, a sauvignon blanc, melynek vegetális-herbális ízei e termőhelyen jól érvényesülnek, de kitűnő a királyleányka is. Száraz iskolázásban készül Etyeken a szürkebarát, amelynek így, cukormentesen, valamennyi szépsége feltárul. A chardonnay francia szőlőfajta olyan új otthonra talált Etyeken, ahol a legszebb tulajdonságait tudja megmutatni. Ugyanakkor a bortörvény vörösborfajtákat is engedélyez a vidéken, melynek nyomán megjelent a cabernet franc, a cabernet sauvignon, a kékfrankos, a kékoportó, a merlot, a zweigelt és a pinot noir is.

*Forrás: [www.webetyek.hu](http://www.webetyek.hu) alapján*

## V. Következtetések és javaslatok

Átalakuló világunkban egyértelmű tendenciaként rajzolódik ki a hely, illetve a kisebb léptékű térség szerepének felértékelődése szembe a globális, illetve nagyobb léptékű térségi törekvésekkel, összefogással. Főként a társadalmi-gazdasági és a területi-települési folyamatok szerveződése hívja fel a figyelmet arra, hogy a globalizáció nem egyeduralmú 'világfolyamat'. Részen mellette, részen a globalizációra adott válaszként másfajta tendenciák – regionalizációs, lokalizációs és fragmentációs folyamatok – is hasonlóan jelentős dinamikát képviselnek a világgazdasági, a világpolitikai és a területi-települési folyamatokat tekintve egyaránt. A globális kihívásra adott nemzeti, regionális és lokális válaszok rendkívül heterogének, radikálisak, jellemzőik inkább divergálnak még, mint konvergálnak, és a kulturális sokféleség is inkább növekszik, mintsem csökken a különböző (helyi) identitások magukra találása és ellenállása következtében. A globalizáló és lokalizáló erők harcát ROBERTSON (1995) egy japán üzleti stratégiai terminus nyomán „glokalizációnak” nevezte el<sup>15</sup>. A folyamatot a tőke, a pénzügyek, a választási lehetőség, a hatékony cselekvési és mozgásszabadság koncentrációsaként ragadja meg.

Európa válasza a globalizációra kulturális sokszínűsége és nemzeti, területi szétaprózottsága következtében egyértelműen a regionalizáció és a lokalizáció felerősödésében, támogatásában nyilvánul meg. De minden jelentősebb európai régióban megfigyelhető a térségen belüli kapcsolatok erősödése is, amely részben a globális mértékben megerősödött versenyképesség következménye. Közép-, Kelet- és Délkelet-Európa a kisebb államok és nemzetek zónája még Európán belül is, amiből következik, hogy az európai regionalizációs és lokalizációs folyamatok egyrészt fontosabbak és sokkal intenzívebb hatásúak, mint a globalizáció, melynek következményei e 'szűrőn' keresztül, zömében csak korlátozottan érvényesülnek.

1) A helyi termékekkel és lokális fogyasztással kapcsolatos nemzetközi és hazai jó gyakorlatok és tapasztalatok áttekintése során egyértelművé vált, hogy szükség van a helyi termékek minél szélesebb körű felkarolására szemben az uniformizált fogyasztással, illetve a nemzetközi hálózatokon keresztül távolról érkező élelmiszerekkel. Az éledező hazai kezdeményezések egyértelműen abba az irányba mutatnak, hogy a szinte minden magyarországi településen létező helyi termékeket összefogással és a közvetlen értékesítés lehetőségeinek felkarolásával reális alternatívaként lehet szembeállítani a

---

<sup>15</sup> A folyamat jellegzetességeit más szókapcsolatok is kitűnően érzékeltetik: pl. a globalizáció és urbanizáció elegye a 'glurbanizáció', a 'nemzetközi lokalizáció', vagy a fragmentáció és integráció érdekes összetételeként létrejövő 'frangmentáció'.

kereskedelemben bárhol kapható hasonló termékekkel. Piaci és hatékonysági szempontból ugyanakkor célszerűnek tűnik a helyi termékeket előállítókat egyfajta szövetségbe fogva ösztönözni.

- 2) Javaslatunk szerint ennek az összefogásnak a formája lehet egy helyi termék céh, vagy klaszter, amely a Völgy Vidék és a környező térségek, pl. a Zsámbéki-medence, a Mezőföld, illetve a Velencei-tó térségeinek szervezetei hívnak életre egy a helyi termékekre összpontosító együttműködési megállapodás során. Ezek a szervezetek célszerűen olyan, a helyi termékhez és kapcsolódó tématerületeihez tevékenységük révén illeszkedő nonprofit szervezetek, önkormányzatok, vállalkozások lehetnek, amelyek érdekeltek a helyi termékek közös fejlesztésében, értékesítésének növelésében, illetve az ehhez kapcsolódó tevékenységek és szolgáltatások fejlesztésében, egységesítésében, kiaknázásában. Mihamarabb meg kell találni azokat a központi szervezeteket és emberi erőforrásokat, amelyek, és akik ennek e folyamatnak az élére állva katalizálhatják azt (pl. LEADER egyesületek; önkormányzatok és társulásaik; idegenforgalmi, borút, természetvédelmi, falufejlesztési, környezetvédelmi, kézműves, népművészeti, művészeti, hagyományőrző egyesületek; falusi turizmusban és vendéglátásban érdekelt szervezetek, stb.), ugyanakkor szükséges, hogy egy 'zárlóshajó' adja a kezdeményezés magját.
- 3) További javaslataink szerint az összefogó tagok együttes célja segíteni az együttműködéssel lefedett térségben fellelhető kézműipari, mezőgazdasági és élelmiszer-termékek piacra jutását egységes arculat, illetve egyedi értékesítési megoldások kialakításával. Kiemelten fontos a helyi termékek előállítása révén a helyi foglalkoztatás növelése is, továbbá a vidéken élők jövedelemszerzési lehetőségeinek bővítése. Az egységes érdekképviselő mellett a közös szervezet életre hívásának nem elhanyagolható oka az sem, hogy azzal lehetővé válhat a pályázati források hatékonyabb kihasználása is, és ezáltal tényleges segítség nyújtható a helyi termékeket előállítóknak.
- 4) Javasoljuk továbbá egy egységes arculat megtervezését és bevezetését, egy saját védjegy vagy földrajzi oltalmi árujelző rendszer kialakítását, amely a kapcsolódó tanúsítás folyamatában a minőség-ellenőrzés révén biztosítja a helyi termékek magas színvonalát, megfelelő minőségét és garantálja eredetét. A tervezett közösen szervezhető tevékenységek köre érdemes, hogy fokozatosan kiterjedjen az alábbiakra:
  - ✓ helyi termék iroda kialakítása és működtetése,
  - ✓ helyi termék katalógus és webáruház létrehozása és fenntartása,
  - ✓ egységes arculat és marketingkommunikáció,
  - ✓ eredet-megjelölés és -védelem, védjegyoltalom,

- ✓ tanúsítás, minőségbiztosítás és -ellenőrzés,
- ✓ helyi termékekkel kapcsolatos rendezvények szervezése, kapcsolódó rendezvényeken való megjelenés és részvétel biztosítása,
- ✓ helyi termék piacok szervezése és kialakítása,
- ✓ helyi termék polcok, pontok és boltok kialakítása és fenntartása,
- ✓ közvetlen értékesítés újszerű lehetőségeinek feltárása, bevezetése és működtetése,
- ✓ helyi termékek és technológiák fejlesztése (pl. csomagolástechnika),
- ✓ tudatformálás,
- ✓ pályázatfigyelés, -írás, tanácsadás,
- ✓ kiadványkészítés, közös szakmai kiadványok megjelentetése, médiakapcsolatok,
- ✓ információszolgáltatás,
- ✓ projektgenerálás,
- ✓ helyi termelők partnerkapcsolatai kiépítésének segítése,
- ✓ helyi termelők kiállításokon, vásárokon, szakmai tanulmányutakon, partnertalálkozókon való részvételének segítése
- ✓ helyi termelők innovációs és fejlesztési tevékenységének segítése,
- ✓ helyi termelők képzése,
- ✓ piackutatás, kutatás-fejlesztés, tanulmánykészítés,
- ✓ érdekérvényesítés és -védelem,
- ✓ logisztikai szolgáltatások szervezése, biztosítása,
- ✓ helyi termékkel kapcsolatos tapasztalatcserék, tanulmányutak, szakmai együttműködések, konferenciák, fórumok, közös projektek kialakítása, szervezése, véghezvitele.

Fentiekben jelzettek folyamatos fejlesztés mellett történő teljes körű véghezvitele, illetve a magas szintű működés fenntartása a szervezés megkezdéstől számított 8-10 év múlva várható a tagi támogatások és a vidékfejlesztési és egyéb ágazati források (pl. turizmusfejlesztési, kulturális, környezetvédelmi, stb.) megszerzése, folytonossága mellett. A völgyvidéki helyi termékek egységes összefogási, fejlesztési és értékesítési rendszerének sikeres működéséhez azonban az egyes fenti elemek és feladatok lépésről lépésre történő megtervezésére, kialakítására, bevezetésére és fenntartására van szükség az egyes elemek és folyamatok egymásra építésének szem előtt tartása mellett.



## VI. Mellékletek

### **1. melléklet Élelmiszerekre vonatkozó tematikus jogszabályok**

#### **1.1. Az élelmiszer-előállítás általános és termékspecifikus előírásai**

##### ***Élelmiszer-törvény***

- ✓ 178/2002 EK rendelet az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról
- ✓ 2008. évi XLVI. tv. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről

##### ***Jelölés***

- ✓ Élelmiszerek jelöléséről szóló rendelet 19/2004 (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM rendelet
- ✓ 608/2004/EK rendelet a hozzáadott fitoszterolokat, fitoszterol-észtereket, fitosztanolokat és/vagy fitosztanol-észtereket tartalmazó élelmiszerek és élelmiszer-összetevők címkézéséről

##### ***Magyar Élelmiszerkönyv***

- ✓ 220/2008. (VIII. 30.) Korm. r. Az élelmiszerlánc területén kötelező előírások és ajánlott szakmai irányelvek gyűjteményei kiadásának rendjéről
- ✓ 56/2004. (IV. 24.) FVM rendelet a Magyar Élelmiszerkönyv közösségi előírások átvételét megvalósító kötelező előírásairól
- ✓ 57/2004. (IV. 24.) FVM rendelet a Magyar Élelmiszerkönyv nemzeti termékleírásokat tartalmazó kötelező előírásairól

##### ***Szabványok***

- ✓ 1995. évi XXVIII. törvény a nemzeti szabványosításról.
- ✓ FAO/WHO Codex Alimentarius Szabványok
- ✓ *Tömeg, térfogat, betűnagyság*
- ✓ 25/2000. (VII.26. GM-FVM rendelet az előrecsomagolt iparcikkek és élelmiszerek megengedett tömeg és térfogatértékei és azok ellenőrzési módszerei
- ✓ 13/2008. (VIII. 8.) NFGM–FVM e. r. Az előrecsomagolt termékek névleges mennyiségére vonatkozó szabályok megállapításáról és azok ellenőrzési módszereiről.

##### ***Fogyasztóvédelem***

- ✓ 1997. évi CLV. Törvény a fogyasztóvédelemről
- ✓ 2008. évi XLVII. tv. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
- ✓ 2008. évi XLVIII. tv. a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól
- ✓ 213/2008. (VIII. 29.) Kormányrendelet az üzleten kívül fogyasztóval kötött szerződésekről
- ✓ 214/2008. (VIII. 29.) Kormányrendelet egyes fogyasztóvédelmi tárgyú kormányrendeletek módosításáról
- ✓ 217/2008. (VIII. 29.) Kormányrendelet a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel, a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvénnyel, továbbá ezekhez kapcsolódóan a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV.

törvény, valamint egyes kapcsolódó törvények módosításáról szóló 2008. évi XLII. törvénnyel összefüggésben egyes kormányrendeletek módosításáról, valamint egyes miniszteri rendeletek hatályon kívül helyezéséről

### ***Állatvédelem***

- ✓ 1998. évi XXVIII. törvény az állatok védelméről és kíméletéről
- ✓ 9/1999. (I. 27.) FVM rendelet a vágóállatok levágásának és leölésének állatvédelmi szabályairól
- ✓ 52/2003. (VIII. 19.) GKM-FVM együttes rendelet az állatszállítás állatvédelmi szabályairól
- ✓ A Tanács 2005/1/EK rendelete 2004. december 22. az állatoknak a szállítás és a kapcsolódó műveletek közbeni védelméről, valamint a 64/432/EGK és a 93/119/EK irányelv és a 1255/97/EK rendelete módosításáról
- ✓ 88/2008. (VII. 18.) FVM r. Az állatoknak a szállítás és a kapcsolódó műveletek közbeni védelmére vonatkozó 1/2005/EK rendelet végrehajtásáról

### ***Takarmány***

- ✓ 2008. évi XLVI. tv. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
- ✓ 43/2003. (IV. 26.) FVM rendelet a takarmányok előállításáról, forgalomba hozataláról és felhasználásáról szóló 2001. évi CXIX. törvény végrehajtásáról
- ✓ 44/2003. (IV.26.) FVM rendelet a Takarmánykódex kötelező előírásairól

### ***Állat- és növényegészségügy***

- ✓ 2008. évi XLVI. tv. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
- ✓ 41/1997. (V. 28.) FM rendelet az Állat-egészségügyi Szabályzat kiadásáról
- ✓ 2008. évi XLVI. tv. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről

### ***Környezetvédelem***

- ✓ 1995. évi LIII. törvény a környezet védelmének általános szabályairól
- ✓ 314/2005. (XII. 25.) Kormányrendelet a környezeti hatásvizsgálati és az egységes környezethasználati engedélyezési eljárásról
- ✓ 1995. évi LVI. törvény a környezetvédelmi termékdíjról, továbbá egyes termékek környezetvédelmi termékdíjáról
- ✓ 10/1995. (IX. 28.) KTM rendelet az 1995. évi LVI. törvény végrehajtásáról
- ✓ 1997. évi LXXVIII. törvény az épített környezet alakításáról és védelméről
- ✓ 46/1997. (XII.29.) KTM r. az építési és használatbavételi engedélyezési eljárásról
- ✓ 94/2002. (V. 5.) Korm. r. a csomagolásról és a csomagolási hulladék kezelésének részletes szabályairól

### ***Alkoholtartalom***

- ✓ MÉ 1-2-87/250 Az élelmiszerek alkoholtartalmának jelölése (2. kiadás, 2006.)

### ***Élőállat, hús, húskészítmény, tojás***

- ✓ 1760/2000/EK r. a szarvasmarhák azonosítási és nyilvántartási rendszerének létrehozásáról, továbbá a marhahús és marhahústermékek címkézéséről, és a 820/97/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről
- ✓ 1825/2000/EK r. a 1760/2000/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek a marhahús és a marhahústermékek címkézése tekintetében történő alkalmazására vonatkozó részletes szabályok meghatározásáról

- ✓ 99/2002. (XI. 5.) FVM r. a szarvasmarha-fajok egyedeinek jelölése, valamint Egységes Nyilvántartási és Azonosítási Rendszere
- ✓ 1234/2007/EK rendelet a mezőgazdasági piacok közös szervezésének létrehozásáról, valamint egyes mezőgazdasági termékekre vonatkozó egyedi rendelkezésekről
- ✓ 566/2008/EK rendelet az 1234/2007/EK tanácsi rendeletnek a legfeljebb tizenkét hónapos szarvasmarhák hújának értékesítése tekintetében történő részletes alkalmazási szabályainak megállapításáról
- ✓ 543/2008/EK rendelet a baromfira vonatkozó egyes forgalmazási előírások tekintetében az 1234/2007/EK tanácsi rendelet végrehajtási szabályainak meghatározásáról
- ✓ 589/2008/EK rendelet az 1234/2007/EK tanácsi rendeletnek a tojás forgalmazása tekintetében történő alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról
- ✓ 83/2005. (IX. 17.) FVM-EüM-GKM rendelet a helyi piacon értékesített tojások jelöléséről
- ✓ MÉ 1-3-13/1 Húskészítmények; hatályba helyezte a 157/2008. FVM rendelet

### ***Tej és tejtermékek, kenhető zsiradék***

- ✓ 88/566/EGK határozat az 1898/87/EGK tanácsi rendelet 3. cikke (1) bekezdésének második albekezdésében említett termékek jegyzékéről
- ✓ 445/2007/EK rendelet a kenhető zsirokra vonatkozó előírások megállapításáról szóló 2991/94/EK tanácsi rendelet, valamint a tej és tejtermékek forgalmazása során használt megnevezések védelméről szóló 1898/87/EGK bizottsági rendelet alkalmazására vonatkozó egyes részletes szabályok megállapításáról
- ✓ 1234/2007/EK rendelet a mezőgazdasági piacok közös szervezésének létrehozásáról, valamint egyes mezőgazdasági termékekre vonatkozó egyedi rendelkezésekről
- ✓ 760/2008/EK rendelet a kazein és a kazeinátok sajtgyártás során történő felhasználásának engedélyezése tekintetében az 1234/2007/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról
- ✓ MÉ 1-3-2001/114 Részben vagy teljesen dehidratált, emberi fogyasztásra szánt tartós tejtermékek (sűrített tej és tejpör)
- ✓ MÉ 1-3-83/417 Az étkezési kazeinek és kazeinátok (laktoproteinek) összetételéről és jelöléséről;
- ✓ MÉ 1-3/51-1 Tejtermékek; hatályba helyezte a 140/2008. FVM rendelet
- ✓ 2008/798/EK határozat a Kínából származó vagy onnan szállított, tejet tartalmazó termékek vagy tejtermékek behozatalára vonatkozó különleges feltételek megállapításáról és a 2008/757/EK bizottsági határozat hatályon kívül helyezéséről

### ***Halak, halászati termékek, vad***

- ✓ 104/2000/EK rendelet a halászati és akvakultúra-termékek piacának közös szervezéséről
- ✓ 2065/2001/EK rendelet a fogyasztóknak a halászati és akvakultúra-termékekről történő tájékoztatása tekintetében a 104/2000/EK tanácsi rendelet részletes alkalmazási szabályainak megállapításáról
- ✓ 1536/92/EGK rendelet a konzerv tonhal és bonító forgalmazására vonatkozó közös előírások megállapításáról
- ✓ 2136/89/EGK rendelet a tartósított szardínia forgalmazására vonatkozó közös előírások megállapításáról
- ✓ 2406/96/EK rendelet egyes halászati termékek forgalmazására vonatkozó közös előírások megállapításáról
- ✓ 3703/85/EGK rendelet egyes friss vagy fagyasztott halféleségekre vonatkozó közös forgalmazási előírások alkalmazása részletes szabályainak megállapításáról

### ***Olaj, zsír***

- ✓ 36/66/EGK rendelet az olaj- és zsíriac közös szervezésének létrehozásáról
- ✓ 2568/91/EGK rendelet az olívaolaj és az olívamadaradék-olaj jellemzőiről és az ezekre vonatkozó elemzési módszerekről
- ✓ 1019/2002/EK rendelet az olívaolajra vonatkozó forgalmazási előírásokról
- ✓ 1234/2007/EK rendelet (2007. október 22.) a mezőgazdasági piacok közös szervezésének létrehozásáról, valamint egyes mezőgazdasági termékekre vonatkozó egyedi rendelkezésekről
- ✓ MÉ 1-3-76/621 Az étolajokban, zsírokban, valamint hozzáadott étolajat és zsírt tartalmazó élelmiszerekben megengedett erukasav-tartalom
- ✓ MÉ 2-4211 Étolajok
- ✓ MÉ 2-4213 Növényi ételzsírok

### ***Kakaó és csokoládé***

- ✓ MÉ 1-3-2000/36 Kakaó- és csokoládétermékek
- ✓ MÉ 2-84 Édesipari termékek

### ***Kávé, Kávé- és cikóriakivonatok***

- ✓ MÉ 1-3-1999/4 Kávé- és cikóriakivonatok
- ✓ MÉ 2-86 Kávé, kávékeverék, pótkávé és egyéb kávékészítmény

### ***Gyümölcslevek és nektárok, gyümölcshital, gyümölcsdzsem, tartósított termékek***

- ✓ MÉ 1-3-2001/112 Gyümölcslevek és bizonyos hasonló termékek
- ✓ MÉ 1-3-2001/113 Gyümölcsdzsem, zselé, marmelád és cukrozott gesztenyekrém
- ✓ MÉ 2-33 Tartósított termékek
- ✓ Gyümölcshitalok és üdítőitalok jelölési útmutatója, 2007. FVM Értesítő 2007/22. szám
- ✓ Gyakorlati útmutató a gyümölcslétartalom meghatározásához FVM Értesítő 2005/23. szám

### ***Gyorsfagyasztott élelmiszerek***

- ✓ MÉ 1-3-89/108 A gyorsfagyasztott élelmiszerek
- ✓ MÉ 1-3-92/2 A gyorsfagyasztott élelmiszerek hőmérsékletének hatósági ellenőrzésére vonatkozó mintavételi eljárás és vizsgálati módszer
- ✓ MÉ 2-33 Tartósított termékek
- ✓ MÉ 2-5210 Jégkrém

### ***Méz és cukor***

- ✓ MÉ 1-3-2001/110 Méz
- ✓ MÉ 1-3-2001/111 Egyes cukortermékek
- ✓ MÉ 2-83 Egyes cukortermékek

### ***Ásványvíz***

- ✓ 65/2004. (IV. 27.) FVM-ESZCSM-GKM e. rendelet a természetes ásványvíz, a forrásvíz, az ivóvíz, az ásványi anyaggal dúsított ivóvíz és az ízesített víz palackozásának és forgalomba hozatalának szabályairól

### ***Malom- és sütőipari termékek, száraztészták***

- ✓ MÉ 2-61 Malomipari termékek
- ✓ MÉ 1-3/81-1 Egyes kenyerek és péksütemények
- ✓ MÉ 2-81 Sütőipari termékek

- ✓ MÉ 2-85 Száraztészták

### ***Fűszerpaprika őrlemény***

- ✓ MÉ 2-8720 Fűszerpaprika őrlemény

### ***Sör***

- ✓ MÉ 2-96 Sör
- ✓ 1825/2006/EK rendelet a komló és a komlótermékek tanúsítására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról

### ***Szeszesitalok***

- ✓ 1014/90/EGK rendelet (1990. április 24.) a szeszesitalok meghatározására, megnevezésére és kiszerezésére vonatkozó részletes végrehajtási szabályok megállapításáról
- ✓ 110/2008/EK rendelet (2008. január 15.) a szeszes italok meghatározásáról, megnevezéséről, kiszerezéséről, címkézéséről és földrajzi árujelzőinek oltalmáról, valamint az 1576/89/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről
- ✓ 1601/91/EGK rendelet (1991. június 10.) az ízesített bor, ízesített boralapú italok és az ízesített boralapú koktélok meghatározására, megnevezésére és kiszerezésére vonatkozó általános szabályok meghatározásáról
- ✓ 2003. évi CXXVII. törvény a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól
- ✓ 2008. évi LXXIII. tv. A pálinkáról, a törkölypálinkáról és a Pálinka Nemzeti Tanácsról
- ✓ A szeszesitalok megnevezésének jelölési útmutatója FVM Közlemény, 2005. 11.30. FVM Értesítő 2005/23.

### ***Bor***

- ✓ 1493/1999/EK rendelet (1999. május 17.) a borpiac közös szervezéséről
- ✓ 479/2008/EK rendelet (2008. április 29.) a borpiac közös szervezéséről, az 1493/1999/EK, az 1782/2003/EK, az 1290/2005/EK és a 3/2008/EK rendelet módosításáról, valamint a 2392/86/EGK és az 1493/1999/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről
- ✓ 423/2008/EK rendelet (2008. május 8. ) az 1493/1999/EK tanácsi rendelet végrehajtása egyes részletes szabályainak megállapításáról, valamint a borászati eljárások és kezelések közösségi kódexének létrehozásáról
- ✓ 1994. évi CII. törvény a hegyközségekről
- ✓ 2004. évi XVIII. törvény a szőlőtermesztésről és a borgazdálkodásról
- ✓ 52/2001. (VIII. 2.) FVM-PM együttes rendelet a borászati termékek egységes bizonylatolási, nyilvántartási és elszámolási rendjéről
- ✓ 98/2004 (VI.3.) FVM rendelet a Borászati termékek jelöléséről
- ✓ 99/2004 (VI.3.) FVM rendelet a borok előállításáról
- ✓ 75/2004. (V. 4.) FVM rendelet a szőlőfeldolgozás és a borkészítés során keletkező melléktermékek lepárlásáról és kivonásáról.
- ✓ 94/2004. (VI.3.) FVM rendelet a szőlő és a bor származási bizonyítványok kiadásának rendjéről
- ✓ 101/2004. VI. 3.) FVM rendelet a szőlészeti és borászati üzemek működésének engedélyezési rendjéről és tevékenységének higiéniai szabályairól
- ✓ 104/2004. (VI. 3.) FVM rendelet a borkészítésre alkalmas szőlőfajták osztályba sorolásáról
- ✓ 58/2005. (VI. 28.) FVM rendelet az Országos Borszakértő Bizottságról
- ✓ 62/2006. (IX. 7.) FVM rendelet a Balatoni Borvidéki Régió szabályzatáról

- ✓ 70/2007.(VII.27.) FVM rendelet a bor forgalombahozatali járulék megfizetésének, kezelésének és felhasználásának szabályairól
- ✓ 142/2008. (X. 31.) FVM r. A Pannon Borvidéki Régió szabályzatáról
- ✓ 2003. évi CXXVII. törvény a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól
- ✓ 116/2004. (VII. 9.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet a gyümölcsborok előállításáról
- ✓ MÉ 2-94 Gyümölcslikőrborok

### ***Gyógynövények***

- ✓ 81/2003. (XII. 23.) ESZCSM rendelet a közvetlen lakossági fogyasztásra szánt hagyományos gyógynövény drogokról és azok kiskereskedelemben szokásos kiszerezési egységeiről
- ✓ 133/2007. (VI. 13.) Kormányrendelet az üzletek működésének rendjéről, valamint az egyes üzlet nélkül folytatható kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről

### ***Zöldség, gyümölcs***

- ✓ 1580/2007/EK rendelet a gyümölcs- és zöldségágazatban a 2200/96/EK, a 2201/96/EK és a 1182/2007/EK rendeletre vonatkozó végrehajtási szabályok megállapításáról
- ✓ 907/2004/EK rendelet (2004. április 29.) a kiszerezés és a jelölés tekintetében a friss gyümölcsre és zöldségre vonatkozó forgalmazási
- ✓ 1234/2007/EK rendelet (2007. október 22.) a mezőgazdasági piacok közös szervezésének létrehozásáról, valamint egyes mezőgazdasági termékekre vonatkozó egyedi rendelkezésekről
- ✓ Banán 2257/94 termékrendelet

## **1.2. Élelmiszerbiztonsági követelményekkel kapcsolatos általános és a termékekre vonatkozó specifikus jogszabályok**

### ***Higiénia***

- ✓ 852/2004/EK rendelet az élelmiszerhigiéniáról
- ✓ 853/2004/EK rendelet az állati eredetű élelmiszerek különleges higiéniai szabályainak megállapításáról
- ✓ 854/2004/EK rendelet az emberi fogyasztásra szánt állati eredetű élelmiszerek hatósági ellenőrzésének megszervezésére vonatkozó különleges szabályok megállapításáról
- ✓ 1688/2005/EK rendelet a Finnországba és Svédországba irányuló bizonyos hús- és tojásszállítmányok szalmonellára vonatkozó különleges garanciája tekintetében a 853/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet végrehajtásáról
- ✓ 2074/2005/EK rendelet a 853/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet szerinti bizonyos termékekre és a 854/2004/EK és a 882/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet szerinti hatósági ellenőrzések megszervezésére vonatkozó végrehajtási intézkedések megállapításáról, a 852/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelettől való eltéréseiről, valamint a 853/2004/EK és 854/2004/EK rendelet módosításáról
- ✓ 2075/2005/EK rendelet a húsban előforduló trichinella hatósági vizsgálatára vonatkozó különös szabályok megállapításáról
- ✓ 2076/2005/EK rendelet a 853/2004/EK, a 854/2004/EK és a 882/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó átmeneti szabályok megállapításáról, valamint a 853/2004/EK és a 854/2004/EK rendelet módosításáról
- ✓ 66/2006. (IX. 15.) FVM rendelet az állati eredetű élelmiszerekre vonatkozó egyes élelmiszerhigiéniai szabályokról.

- ✓ 64/2007. (VII. 23.) FVM-EüM rendelet az állati eredetű élelmiszerek forgalomba hozatalának és az értékesítés helyén történő élelmiszer előállításának élelmiszerhigiéniai feltételeiről.
- ✓ 68/2007. (VII. 26.) FVM-EüM-SZMM rendelet az élelmiszerelőállítás és forgalomba hozatal egyes élelmiszerhigiéniai felételeiről.
- ✓ 14/2006. (II. 16.) FVM-EüM-ICsSzEM rendelet a kistermelői élelmiszertermelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről
- ✓ MÉ 2-1/1969 Veszélyelemzés, Kritikus Szabályozási Pontok (HACCP) rendszer és alkalmazásának útmutatója

### ***Új élelmiszer***

- ✓ 258/97/EK rendelet az új élelmiszerekről és az új élelmiszerösszetevőkről

### ***GMO élelmiszerek***

- ✓ 1998. évi XXVII. tv a géntechnológiai tevékenységről
- ✓ 20/2000. (VIII. 15.) KöM rendelete a géntechnológiai tevékenységről szóló 1998. évi XXVII. törvény 4. §-ának (1)-(4) bekezdésében meghatározott engedélyezési eljárásokban szakhatóságként közreműködő szerv kijelöléséről
- ✓ 1829/2003/EK rendelete a géntechnológiával módosított élelmiszerekről és takarmányokról
- ✓ 1830/2003/EK rendelete a géntechnológiával módosított szervezetek nyomonkövethetőségéről és címkézéséről, és a géntechnológiával módosított szervezetekből előállított élelmiszer- és takarmánytermékek nyomonkövethetőségéről, valamint a 2001/18/EK irányelv módosításáról
- ✓ 641/2004/EK rendelet az 1829/2003/EK rendeletnek az új géntechnológiával módosított élelmiszerek és takarmányok engedélyezése iránti kérelem és a létező termékek bejelentése és a kockázatértékelés során kedvező eredményt mutató, géntechnológiával módosított anyagok véletlen vagy technikailag elkerülhetetlen jelenléte tekintetében történő végrehajtására vonatkozó részletes szabályokról
- ✓ 2008/289/EK határozat (2008. április 3.) a rizstermékekben előforduló, nem engedélyezett, genetikailag módosított Bt 63 szervezetre vonatkozó szükségintézkedésekről
- ✓ 82/2003. (VII. 16.) FVM rendelet a géntechnológiai tevékenységre vonatkozó nyilvántartás és adatszolgáltatás rendjéről, valamint a géntechnológiai tevékenységhez szükséges engedély iránti kérelemhez csatolandó dokumentációról
- ✓ 111/2003. (XI. 5.) FVM-GKM-ESzCsM-KvVM rendelet a géntechnológiai módosításnak tekintendő, valamint annak nem minősülő eljárásokról és a géntechnológiai tevékenység ellenőrzésére jogosult hatóságokról
- ✓ 128/2003. (XII. 19.) FVM rendelet a Géntechnológiai Eljárásokat Véleményező Bizottság szervezetéről és működéséről
- ✓ 138/2004. (IX. 23.) FVM rendelet a géntechnológiai tevékenység engedélyezéséért fizetendő igazgatási szolgáltatási díjakról
- ✓ 142/2004. (IX. 30.) FVM-GKM rendelet a mezőgazdaság és az ipar területén folytatott géntechnológiai tevékenység egyes szabályairól
- ✓ 53/2006. (XI. 29.) OGY határozat GMO stratégia
- ✓ 86/2006. (XII. 23.) FVM r. a géntechnológiával módosított , a hagyományos valamint az ökológiai gazdálkodással termesztett növények egymás mellett folytatott termesztéséről.
- ✓ 80/2007 (VIII. 2.) FVM-GKM-EüM-SZMM r. az egyes rizstermékek behozataláról és forgalomba hozataláról

- ✓ 2008/730/EK határozat (2008. szeptember 8.) a géntechnológiával módosított A2704-12 (ACS-GMØØ5-3) szójababot tartalmazó, abból álló vagy abból előállított termékek forgalomba hozatalának az 1829/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet szerinti engedélyezéséről

### ***Adalékanyagok***

- ✓ 1331/2008/EK rendelet (2008. december 16.) az élelmiszeradalékanyagok, az élelmiszerenzimek és az élelmiszer-aromák egységes engedélyezési eljárásának létrehozásáról
- ✓ 1332/2008/EK rendelet (2008. december 16.) az élelmiszerenzimekről, valamint a 83/417/EGK tanácsi irányelv, az 1493/1999/EK tanácsi rendelet, a 2000/13/EK irányelv, a 2001/112/EK tanácsi irányelv és a 258/97/EK rendelet módosításáról
- ✓ 1333/2008/EK rendelet (2008. december 16.) az élelmiszeradalékanyagokról
- ✓ 1334/2008/EK rendelet (2008. december 16.) az élelmiszerekben és azok felületén használható aromákról és egyes, aroma tulajdonságokkal rendelkező élelmiszerösszetevőkről, valamint az 1601/91/EGK tanácsi rendelet, a 2232/96/EK és a 110/2008/EK rendelet, valamint a 2000/13/EK irányelv módosításáról
- ✓ MÉ 1-2-89/107 Az élelmiszerekhez engedélyezett adalékanyagok általános előírásai
- ✓ MÉ 1-2-94/35 Az élelmiszerekben használható édesítőszer
- ✓ MÉ 1-2-94/36 Az élelmiszerekben használható színezékek
- ✓ MÉ 1-2-95/2 Az élelmiszerekben használható adalékanyagok, az édesítőszer és a színezékek kivételével
- ✓ MÉ 1-2-2006/52 A színezékeken és édesítőszeren kívüli egyéb élelmiszeradalékanyagokról szóló 1-2-95/2 előírás és az élelmiszerekben használható édesítőszerokről szóló 1-2-94/35 előírás módosításáról
- ✓ 884/2007/EK rendelet (2007. július 26.) az E 128 Vörös 2G élelmiszer-színezékként történő felhasználását felfüggesztő sürgősségi intézkedésekről
- ✓ 2008/448/EK határozat (2008. május 23.) a nitrit egyes húskészítményekhez történő hozzáadásával kapcsolatban Dánia által bejelentett nemzeti rendelkezésekről
- ✓ MÉ 1-2-2008/60 Az élelmiszerekben használható édesítőszer tisztasági követelményei
- ✓ MÉ 1-2-95/45 Az élelmiszerekben használható színezékek tisztasági követelményei
- ✓ MÉ 1-2-2006/33 Az élelmiszerekben használható narancssárga FCF (E 110) és a titán-dioxid (E 171) színezékek tisztasági követelményei
- ✓ MÉ 1-2-2004/45 Az élelmiszerekben használható egyes adalékanyagok tisztasági követelményei, az édesítőszer és színezékek kivételével
- ✓ MÉ 1-2-2006/129 A színezékeken és édesítőszeren kívüli egyéb élelmiszeradalékanyagokra vonatkozó különleges tisztasági követelmények megállapításáról szóló 96/77/EK irányelv módosításáról és helyesbítéséről
- ✓ MÉ 1-2-88/344 Az élelmiszerek előállítása során felhasználható extrakciós oldószer
- ✓ MÉ 1-2-81/712 Egyes élelmiszeradalékanyagok tisztasági kritériumainak ellenőrzésére szolgáló vizsgálati módszerek

### ***Aromák***

- ✓ MÉ 1-2-88/388 Az élelmiszerekben használható aromaanyagok és az előállításukra szolgáló nyersanyagok
- ✓ 2065/2003/EK r. az élelmiszerekben, illetve azok felületén felhasznált vagy felhasználásra kerülő füstaromákról
- ✓ 2232/96/EK rendelet (1996. október 28.) az élelmiszerekben, illetve azok felületén használt vagy felhasználásra szánt aromaanyagokra vonatkozó közösségi eljárás megállapításáról



- ✓ 1999/217/EK határozat (1999. február 23.) 1996. október 28-i 2232/96/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet alkalmazásában az élelmiszerekben, illetve azok felületén használt aromaanyagok nyilvántartásának elfogadásáról
- ✓ Aromaregiszter: A Bizottság 1999/217/EK határozata

#### ***Ivóvíz***

- ✓ 201/2001. (X. 25.) Kormányrendelet az ivóvíz minőségi követelményeiről és az ellenőrzés rendjéről

#### ***Ionizáló energiával kezelt élelmiszerek***

- ✓ MÉ 1-2-1999/2 Az élelmiszerek ionizáló energiával való kezelési szabályai
- ✓ MÉ 1-2-19/1979 Az élelmiszer besugárzó létesítmények ajánlott működési szabályzata

#### ***Szennyezettség***

- ✓ 1881/2006/EK rendelet (2006. december 19.) az élelmiszerekben előforduló egyes szennyező anyagok felső határértékeinek meghatározásáról
- ✓ 17/1999. (VI. 16.) EüM rendelet az élelmiszerek vegyi szennyezettségének megengedhető mértékéről
- ✓ 4/2008. (I. 12.) FVM rendelet bizonyos élelmiszerek aflatoxinnal való szennyeződés kockázata miatti különleges feltételekről
- ✓ 106/2008. (VIII. 22.) FVM r. Bizonyos élelmiszerek aflatoxinnal való szennyeződésének kockázata miatti különleges feltételekről szóló 4/2008 (I.12.) FVM rendelet módosításáról
- ✓ 2073/2005/EK rendelet az élelmiszerek mikrobiológiai kritériumairól.
- ✓ 4/1998. (XI. 11.) EüM rendelet az élelmiszerekben előforduló mikrobiológiai szennyeződések megengedhető mértékéről
- ✓ 3954/87 EURATOM rendelet a nukleáris balesetet, vagy bármely más radiológiai veszélyhelyzetet követően az élelmiszerek és takarmányok radioaktív szennyezettségének legmagasabb megengedhető mértékeinek megállapításáról

#### ***Állatgyógyszer***

- ✓ 2377/90/EGK rendelet az állati eredetű élelmiszerekben található állatgyógyászati készítmények maximális maradékanyag-határértékeinek megállapítására szolgáló közösségi eljárás kialakításáról

#### ***Növényvédőszer***

- ✓ 396/2005/EK rendelet a növényi és állati eredetű élelmiszerekben és takarmányokban illetve azok felületén található megengedett növényvédőszer-maradékok határértékéről
- ✓ 5/2002. (II. 22.) EüM-FVM rendelet a növényekben, a növényi termékekben és a felületükön megengedhető növényvédőszer-maradék mértékéről
- ✓ 34/2004. (IV. 26.) ESZCSM rendelet az állati eredetű élelmiszerekben, illetve azok felületén található peszticid maradék megengedett legmagasabb értékéről
- ✓ 104/2008. (VIII. 14.) FVM–EüM r. az állati eredetű élelmiszerekben található peszticidmaradék megengedhető mértékéről szóló 34/2004. (IV. 26.) ESZCSM rendelet módosításáról

#### ***Csomagolóanyagok***

- ✓ 1935/04/EK rendelete (2004. október 27.) az élelmiszerekkel rendeltetésszerűen érintkezésbe kerülő anyagokról és tárgyokról, valamint a 80/590/EGK és a 89/109/EGK irányelv hatályaon kívül helyezéséről

- ✓ 1895/2005/EK rendelet (2005. november 18.) egyes epoxiszármazékok élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő anyagokban és tárgyokban való felhasználásának korlátozásáról
- ✓ 2023/2006/EK rendelet (2006. december 22.) az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő anyagokra és tárgyakra vonatkozó helyes gyártási gyakorlatról
- ✓ 372/2007/EK rendelete (2007. április 2.) az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő, a fedelek tömítéseiben található lágyítószer átmeneti kioldódási határértékeinek megállapításáról
- ✓ 282/2008/EK rendelet (2008. március 27.) az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő, újrafeldolgozott műanyagokról és műanyag tárgyokról, valamint a 2023/2006/EK rendelet módosításáról
- ✓ MÉ 1-2-78/142 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő vinil-klorid monomert tartalmazó anyagokkal és tárgyakkal szemben támasztott minőségi követelmények
- ✓ MÉ 1-2-93/10 AZ élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő regenerált cellulózfilmek
- ✓ MÉ 1-2-80/766 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő anyagok és tárgyak vinil-klorid monomer tartalmának meghatározása
- ✓ MÉ 1-2-81/432 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő anyagokból és tárgyakkal az élelmiszerekbe kioldódó vinil-klorid mennyiségének meghatározása
- ✓ MÉ 1-2-82/711 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő műanyagok és műanyag tárgyak komponenseinek kioldódási vizsgálatai
- ✓ MÉ 1-2-84/500 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő kerámiatárgyak
- ✓ MÉ 1-2-2002/72 Az élelmiszerekkel érintkezésbe kerülő műanyagok és műanyag eszközök minőségi követelményei

### **1.3. Vizsgálati módszerek**

- ✓ 2568/91 rendelet az olívaolaj és az olívamadaradék-olaj jellemzőiről és az ezekre vonatkozó elemzési módszerekről
- ✓ 558/93/EGK rendelet a feldolgozott gyümölcs- és zöldségtermékekben található száraz oldható szermaradvány mérésének refraktometrikus módszeréről, az 543/86/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről és a 2658/87/EGK tanácsi rendelet I. mellékletének módosításáról
- ✓ 2870/2000/EK rendelet a szeszesitalok elemzésére vonatkozó közösségi referenciamódszerek megállapításáról
- ✓ 2004/2002/EK rendelet az egyes sertéshúskészítmények hús- és zsírtartalmának meghatározására szolgáló eljárásról
- ✓ 37/2005/EK rendelet (2005. január 12.) az emberi fogyasztásra szánt gyorsfagyasztott élelmiszerek hőmérsékletének a szállítóeszközökben, raktárakban és tárolókban történő ellenőrzéséről
- ✓ 401/2006/EK rendelet az élelmiszerek mikotoxin tartalmának hatósági ellenőrzéséhez
- ✓ használandó mintavételi és elemzési módszerek megállapításáról
- ✓ 627/2006/EK rendelet (2006. április 21.) a 2065/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek az elsődleges füstölési termékek mintavételének, azonosításának és jellemzésének validált vizsgálati módszere tekintetében történő végrehajtásáról
- ✓ 1882/2006/EK rendelet (2006. december 19.) egyes élelmiszerek nitráttartalmának hatósági ellenőrzésére szolgáló mintavételi és vizsgálati módszerek megállapításáról
- ✓ 1883/2006/EK rendelet (2006. december 19.) egyes élelmiszerek dioxin- és dioxinszerű PCB-tartalmának hatósági ellenőrzésére szolgáló mintavételi és vizsgálati módszerek megállapításáról

- ✓ 333/2007/EK rendelet (2007. március 28. ) az élelmiszerek ólom-, kadmium-, higany-, szervesen vegyületben lévő ón-, 3-MCPD- és benzo(a)pirén-tartalmának hatósági ellenőrzése céljából végzett mintavétel és vizsgálat módszereinek megállapításáról
- ✓ 273/2008/EK rendelet (2008. március 5.) a tej és tejtermékek elemzési és minőségértékelési módszerei tekintetében az 1255/1999/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról
- ✓ 16/2008. (II. 15.) FVM–SZMM e. r. A nyers tej vizsgálatáról
- ✓ MÉ 1-2-81/712 Egyes élelmiszer-adalékanyagok tisztasági kritériumainak ellenőrzésére szolgáló vizsgálati módszerek
- ✓ MÉ 1-3-92/2 A gyorsfagyasztott élelmiszerek hőmérsékletének hatósági ellenőrzésére vonatkozó mintavételi eljárás és vizsgálati módszer
- ✓ MÉ 3-1-76/766 előírás Az etilalkohol-víz elegyek alkoholtartalmának meghatározásához szükséges táblázat
- ✓ MÉ 3-1-79/796 előírás A cukortermékek vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-1-79/1067 előírás Sűrített tej és tejporfélék vizsgálata
- ✓ MÉ 3-1-80/891 előírás Étolaj, étkezési zsír, valamint ezek hozzáadásával készült élelmiszerek erukasav tartalmának meghatározási módszere
- ✓ MÉ 3-1-85/503 előírás Étkezési kazeinek és kazeinátok vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-1-86/424 előírás Az étkezési kazeinek és kazeinátok mintavételi módszerei
- ✓ MÉ 3-1-87/524 előírás Sűrített tej és tejporfélék mintavételi módszerei
- ✓ MÉ 3-1-91/180 előírás A nyers- és a hőkezelt tej vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-1-92/608 előírás A közvetlen emberi fogyasztásra szánt, hőkezelt tej vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-1-95/149 előírás Bizonyos halak és haltermékek összes illó-bázikus nitrogéntartalmának (TVB-N) határértékei és meghatározási módszerei
- ✓ MÉ 3-2-1/2002 irányelv Mezőgazdasági eredetű etil-alkohol vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-2-1/2004 irányelv A nyers tej árkonzekvens minősítésének vizsgálati módszerei
- ✓ MÉ 3-2-2008/1 irányelv Élelmiszerek összes élelmi(diétás)rosttartalmának a meghatározása enzimes-gravimetriás módszerrel

#### **1.4. Egészségvédelemmel kapcsolatos általános és a termékekre vonatkozó specifikus szabályok**

##### ***Egészségügy***

- ✓ 1997. évi CLIV. törvény az egészségügyről
- ✓ 33/1998. (VI. 24.) NM rendelet a munkaköri, szakmai, illetve személyi higiénés alkalmasság orvosi vizsgálatáról és véleményezéséről
- ✓ 62/2003. (X. 27.) ESZCSM rendelet az élelmiszer eredetű megbetegedések esetén követendő eljárásról

##### ***Különleges táplálkozási célú élelmiszerek, étrend-kiegészítők***

- ✓ 36/2004. (IV. 26) ESZCSM rendelet Különleges táplálkozási célú élelmiszerekről
- ✓ 24/2003. (V. 9.) ESzCsM rendelet a speciális gyógyászati célra szánt tápszerekről
- ✓ 35/2004. (IV.26.) ESZCSM rendelet Csecsemők és kisgyermek számára készült, feldolgozott gabonaalapú élelmiszerek, bébiételek
- ✓ 20/2008. (V. 14.) EüM r. Az anyatej-helyettesítő és anyatej-kiegészítő tápszerről
- ✓ 1609/2006/EK rendelet (2006. október 27.) tehéntejfehérjéből származó tejsavófehérjehidrolizátumokon alapuló anyatej-helyettesítő tápszerek forgalomba hozatalának kétéves időtartamra történő engedélyezéséről

- ✓ 1243/2008/EK rendelet (2008. december 12.) a 2006/141/EK irányelv III. és VI. mellékletének módosításáról bizonyos anyatej-helyettesítő tápszerek összetételi követelményeire vonatkozóan
- ✓ 27/2004. (IV. 24) ESZCSM rendelet Testtömeg csökkentés céljára szolgáló, csökkentett energiatartalmú étrendben felhasználásra szánt élelmiszerek
- ✓ 37/2004. (IV.26.) ESZCSM rendelet Étrend kiegészítők
- ✓ Étrend-kiegészítőkben alkalmazásra nem javasolt (ún. negatív) növények listája. OÉTI hírek, aktualitások oldalán:  
[http://efrira1.antsz.hu/portal/page?\\_pageid=240,93000&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://efrira1.antsz.hu/portal/page?_pageid=240,93000&_dad=portal&_schema=PORTAL)

#### ***Tápérték jelölés, tápanyag összetételre vonatkozó állítások, vitaminozott élelmiszerek***

- ✓ MÉ 1-2-90/496 Az élelmiszerek tápérték jelölése
- ✓ 1924/2006/EK rendelet (2006. december 20.) az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról
- ✓ 353/2008/EK rendelet az 1924/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 15. cikkében előírt, az egészségre vonatkozó állítások engedélyezése iránti kérelmekre vonatkozó végrehajtási szabályok megállapításáról
- ✓ OÉTI tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások nemzeti alaplista tervezet az OÉTI hírek, aktualitások oldalán:  
[http://efrira1.antsz.hu/portal/page?\\_pageid=240,93000&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://efrira1.antsz.hu/portal/page?_pageid=240,93000&_dad=portal&_schema=PORTAL)
- ✓ Útmutató a 1924/2006/EK r. alkalmazásáról:  
<http://www.fvm.hu/main.php?folderID=2171>
- ✓ 1925/2006/EK rendelet (2006. december 20.) a vitaminok, ásványi anyagok és bizonyos egyéb anyagok élelmiszerekhez történő hozzáadásáról
- ✓ Vitamin, ásványi anyag derogáció. OÉTI hírek, aktualitások oldalán:
- ✓ [http://efrira1.antsz.hu/portal/page?\\_pageid=240,93000&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://efrira1.antsz.hu/portal/page?_pageid=240,93000&_dad=portal&_schema=PORTAL)

### **1.5. Az élelmiszer-forgalmazással kapcsolatos általános és specifikus jogszabályok**

#### ***Kereskedelem***

- ✓ 2005. évi CLXIV. tv. a kereskedelemről
- ✓ 7/2001. (III. 29.) GM rendelet a fogyasztói forgalomba kerülő áruk és szolgáltatások árának feltüntetéséről
- ✓ 129/2008. (XII. 17.) OGY h. A mezőgazdasági és élelmiszeripari termékekkel kapcsolatos etikus kereskedői magatartás kidolgozásáról

#### ***Vendéglátás***

- ✓ 80/1999. (XII. 28.) GM-EüM-FVM együttes rendelet a vendéglátás és közétkeztetés keretében történő élelmiszer-előállítás és -forgalmazás közegészségügyi szabályairól
- ✓ 67/2007. (VII. 10.) GKM-EüM-FVM-SZMM együttes rendelet a vendéglátó termékek előállításának feltételeiről
- ✓ 9/1985. (X. 23.) EüM-BkM együttes rendelet az étkeztetéssel kapcsolatos közegészségügyi szabályokról

#### ***Az élelmiszer-forgalmazás specifikus szabályai***

- ✓ 55/2009. (III. 13.) Kormányrendelet a vásárokról és a piacokról
- ✓ 133/2007. (VI. 13.) Kormányrendelet az üzletek működésének rendjéről, valamint az egyes üzlet nélkül folytatható kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről
- ✓ 59/1999. (XI. 26.) EüM rendelet a vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól

- ✓ 370/2004. (XII. 26.) Kormányrendelet az üzleten kívül fogyasztóval kötött szerződésekről és az üzleten kívüli kereskedelem folytatásának egyes feltételeiről
- ✓ 136/2007. (VI. 13.) Kormányrendelet a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről

## **1.6. Termékvédelem, terméktanúsítás**

### ***Szabadalmi és védjegytalalom***

- ✓ 1995. évi XXXIII. törvény a találmányok szabadalmi oltalmáról
- ✓ 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról

### ***Mezőgazdasági termék, élelmiszer eredetvédelme***

- ✓ 510/2006/EK rendelet a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek földrajzi jelzéseinek és eredetmegjelöléseinek oltalmáról
- ✓ 1898/2006/EK rendelet (2007. december 14.) a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi jelzéseinek és eredetmegjelöléseinek oltalmáról szóló 510/2006/EK tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról
- ✓ 124/2007. (V. 31.) Kormányrendelet a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek földrajzi árujelzőinek oltalmára és a termékek ellenőrzésére vonatkozó részletes szabályokról
- ✓ 1485/2007/EK r. (2007. december 14.) egyes elnevezéseknek az oltalom alatt álló eredetmegjelölések és földrajzi jelzések nyilvántartásába való bejegyzéséről
- ✓ 628/2008/EK rendelet (2008. július 2.) a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi jelzéseinek és eredetmegjelöléseinek oltalmáról szóló 510/2006/EK tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról szóló 1898/2006/EK rendelet módosításáról

### ***Bor eredetvédelem***

- ✓ 1994. évi XI. törvény a Magyar Köztársaság és az Európai Közösség között a bormegnevezések kölcsönös védelméről és ellenőrzéséről, Brüsszelben, 1993. november 29-én aláírt Megállapodás kihirdetéséről
- ✓ 130/2003. (XII. 31.) FVM rendelet az Egri Borvidék védett eredetű borairól
- ✓ 97/2004. (VI. 3.) FVM rendelet a borok eredetvédelmi szabályairól
- ✓ 103/2004. (VI.3.) FVM rendelet a védett eredetű borok minősítéséhez kapcsolódó borvizsgáló bizottságok akkreditálási és működési szabályairól.
- ✓ 91/2005. (X. 18.) FVM rendelet a Villányi borvidék védett eredetű borairól
- ✓ 10/2006. (II. 3.) FVM rendelet a Duna Borvidéki Régió szabályzatáról
- ✓ 11/2006. (II. 3.) FVM rendelt az Izsáki Arany Sárfehér védett eredetű borról
- ✓ 12/2006. (II. 3.) FVM rendelet a Nagy-Somlói borvidék védett eredetű borairól
- ✓ 174/2008. (XII. 31.) FVM r. A Tihanyi védett eredetű borról

### ***Hagyományos különleges tulajdonság tanúsítása***

- ✓ 509/2006/EK rendelet a hagyományos különleges termékek minősülő mezőgazdasági termékekről és élelmiszerekről
- ✓ 1216/2007/EK rendelet (2007. október 18.) a hagyományos különleges termékek minősülő mezőgazdasági termékekről és élelmiszerekről szóló 509/2006/EK tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról
- ✓ 1204/2008/EK rendelet (2008. december 3.) egyes elnevezéseknek a hagyományos különleges termékek minősülő mezőgazdasági termékekről és élelmiszerekről szóló 509/2006/EK tanácsi rendeletben foglalt „hagyományos különleges termékek nyilvántartásába” történő bejegyzéséről

- ✓ 15/2008. (II. 15.) FVM rendelet a hagyományos különleges terméknek minősülő mezőgazdasági termékek és élelmiszerek elismerésének és ellenőrzésének rendjéről
- ✓ 77/2008. (VI. 13.) OGY h. A hungarikumok védelméről
- ✓ 122/2008. (XI. 28.) OGY h. A hízott kacsából és libából előállított termékek védelméről

#### ***Védett, őshonos állatfajok***

- ✓ 348/2006. (XII. 23.) Kormányrendelet a védett állatfajok védelmére, tartására, hasznosítására és bemutatására vonatkozó részletes szabályokról
- ✓ 4/2007. (I. 18.) FVM-KvVM együttes rendelet a védett őshonos mezőgazdasági állatfajták és a veszélyeztetett mezőgazdasági állatfajták körének megállapításáról
- ✓ 93/2008. (VII. 24.) FVM r. A védett őshonos állatfajták genetikai fenntartásának rendjéről

#### ***Ökológiai termelés***

- ✓ 74/2004. (V. 1.) FVM rendelet a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai követelmények szerinti előállításának, forgalmazásának és jelölésének egyes eljárási szabályairól.
- ✓ 140/1999. (IX.3.) Kormányrendelet a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai követelmények szerinti előállításáról, forgalmazásáról és jelöléséről
- ✓ 2092/91/EGK rendelet a mezőgazdasági termékek ökológiai termeléséről, valamint a mezőgazdasági termékeken és élelmiszereken erre utaló jelölésekről
- ✓ 834/2007/EK rendelet (2007. június 28.) az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a 2092/91/EGK rendelet hatályaon kívül helyezéséről
- ✓ 889/2008/EK rendelet (2008. szeptember 5.) az ökológiai termelés, a címkézés és az ellenőrzés tekintetében az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről szóló 834/2007/EK rendelet részletes végrehajtási szabályainak megállapításáról
- ✓ 605/2008/EK rendelet (2008. június 20.) a mezőgazdasági termékek ökológiai termeléséről, valamint a mezőgazdasági termékeken és élelmiszereken erre utaló jelölésekről szóló 2092/91/EGK tanácsi rendelet 11. cikke szerinti, harmadik országból származó importhoz szükséges ellenőrzési tanúsítványra vonatkozó rendelkezések végrehajtása részletes szabályainak megállapításáról
- ✓ 1235/2008/EK rendelet (2008. december 8.) a 834/2007/EK tanácsi rendeletben az ökológiai termékek harmadik országból származó behozatalára előírt szabályozás végrehajtására vonatkozó részletes szabályok meghatározásáról

#### **1.7. Hatósági ellenőrzéssel kapcsolatos általános és specifikus feladatok, felhatalmazások**

- ✓ 882/2004/EK r. a takarmány- és élelmiszerjog, valamint az állategészségügyi és az állatok kíméletére vonatkozó szabályok követelményeinek történő megfelelés ellenőrzésének biztosítása céljából végzett hatósági ellenőrzésekről
- ✓ 2008. évi XLVI. tv. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
- ✓ 2008/654/EK határozat (2008. július 24.) a 882/2004/EK rendeletben meghatározott egységes integrált többéves nemzeti ellenőrzési tervről szóló éves jelentés elkészítésében a tagállamokat segítő iránymutatásokról

#### ***Zöldség-gyümölcs***

- ✓ 82/2004. (V. 11.) FVM rendelet a gyümölcs és zöldség ellenőrzéséről
- ✓ 1580/2007/EK rendelet a gyümölcs- és zöldségágazatban a 2200/96/EK, a 2201/96/EK és a 1182/2007/EK rendeletre vonatkozó végrehajtási szabályok megállapításáról

#### ***Vágóállat minősítés***

- ✓ 75/2003 (VII. 4.) FVM rendelet a vágóállatok vágás utáni minősítéséről

- ✓ 1234/2007/EK rendelet (2007. október 22.) a mezőgazdasági piacok közös szervezésének létrehozásáról, valamint egyes mezőgazdasági termékekre vonatkozó egyedi rendelkezésekről (az egységes közös piacszervezésről szóló rendelet)
- ✓ 1249/2008/EK rendelet (2008. december 10.) a szarvasmarhák, sertések és juhok közösségi minősítési rendszereinek alkalmazására és e termékek árának bejelentésére vonatkozó részletes szabályok megállapításáról

**Monitoring**

- ✓ 10/2002. (I. 23.) FVM rendelet az állati eredetű élelmiszerekben előforduló egészségre ártalmas maradékanyagok monitoring vizsgálati rendjéről (*Őszi Cs.-né, szerk. 2009 alapján*)

**2. melléklet Együtműködési szándéknyilatkozat helyi termékekkel kapcsolatos közös menedzsmentszervezet létrehozására**

**SZÁNDÉKNYILATKOZAT**

Alulírott ..... a Völgy Vidék Helyi Termék Céh/Klaszter célkitűzéseit, tervezett programját, tevékenységeinek tartalmát megismerve, azzal teljes mértéken egyetértünk, hasznosnak tartjuk, és aktívan részt kívánunk venni annak megvalósításában.

Szervezet neve: .....

Cím: .....

Fő tevékenység: .....

Helyiség, dátum: .....

.....

cégszerű aláírás





### 3. melléklet Helyi termék felmérő adatlap



#### Helyi termék felmérő adatlap

(Mielőtt elkezd az adatok kitöltését, kérjük, olvassa el az adatlapot és az útmutatót!

Kérjük, az adatlapot nyomtatott nagybetűkkel, olvashatóan töltsé ki!

#### 1. TERMÉK NEVE, MÁRKANÉV

Termelő neve: ..... Cég neve: .....

Cím: ..... Telefon: ..... Fax: .....

E-mail: ..... Honlap: .....

Működési forma:  östermelő  egyéni vállalkozó  gazdasági társaság (bt, kft, kht.)  egyéb

#### 2. TERMÉK

2.1. TÍPUSA  természetű, gyűjtött és feldolgozott gyümölcs, zöldség  hús és húskészítmény  
 sütőipari termék  ital  tejtermék  egyéb feldolgozott élelmiszer  gyógy- és fűszernövény  
 ipari termék  kézműipari termék  dísznövény  egyéb

Kérjük, részletezze: .....

2.2. KISZERELÉSE: .....

2.3. ENGEDÉLYKÖTELES-E A TERMÉK ELŐÁLLÍTÁSA?  igen  nem

Ha igen, az engedélyező hatóság megnevezése, az engedélyokirat típusa és száma: .....

2.4. A TERMÉK EGYÉB KÜLÖNLEGES MINŐSÍTÉSEI (pl. kiváló magyar élelmiszer, biotermék, stb.) .....

.....; minősítő szervezet neve: .....

#### 3. ALAPANYAG

3.1. KÜLÖNLEGES TULAJDONSÁG (tájfajta, őshonos állat-, vagy növény, eredetvédelemmel megjelölt fajta, stb.) .....

3.2. JELLEGE: .....

3.3. BESZERZÉSE:  termelés  vásárlás  gyűjtés  egyéb, éspedig: .....

3.4. HOL / HONNAN: .....

#### 4. ELŐÁLLÍTÁS

4.1. ELŐÁLLÍTÁS HELYSZÍNÉNEK PONTOS CÍME: .....

4.2. AZ ELŐÁLLÍTÁSBA BEVON E MÁS GAZDÁLKODÓT, VÁLLALKOZÓT?  igen  nem

Ha igen, hogyan, milyen formában? .....

4.3. HOL SZEREZHETŐ BE A TERMÉK ÉS MILYEN MÓDON? .....

A forgalmazó hely:  saját tulajdon, bérlemény  más tulajdona, bérleménye  piac  egyéb, éspedig: .....

#### 5. HA ÖN ÁRUSÍTJA, A NYITVA TARTÁS

egész évben → a hét mely napjain? ..... nyitvatartási idő: .....

szezonális → mettől meddig? .....

#### 6. KÖTŐDIK-E HOZZÁ VALAMILYEN SZOLGÁLTATÁS? igen nem

Ha igen, milyen? .....

#### 7. TERMELÉSI KAPACITÁS jelenlegi ..... maximális: .....

#### 8. TERMÉK MÚLTJA

Hány éve állítja elő? ..... Foglalkozott vele ezelőtt más is? (Ha igen, ki és mikortól?) .....

A termék-előállítás technológiája:  házi  kisüzemi  nagyüzemi

#### 9. EGYÉB MEGJEGYZÉSEK .....

Felelősségem teljes tudatában kijelentem, hogy a közölt adatok a valóságnak megfelelnek. Hozzájárulok adataim közzétételéhez a Völgy Vidék Helyi Termék honlapján, valamint, hogy a Völgy Vidék Helyi Termék Céh/Klaszter az adataimat saját céljaira felhasználhassa.

Kelt: .....

Aláírás: .....

#### **4. melléklet Kitöltési útmutató helyi termék felmérő adatlaphoz**

### **ÚTMUTATÓ**

Mielőtt elkezdi az adatok beírását, kérjük, olvassa el az adatlapot és az útmutatót! Amennyiben kérdése van, kérjük, keresse .....-t az alul szereplő elérhetőségeinken. Az egyesület/szervezet kijelenti, hogy az itt megadott adatokat csak a céh/klaszter céljaira használjuk fel, bizalmasan kezeljük, harmadik személynek nem adjuk tovább!

Ha több választási lehetőség van, kérjük, a megfelelő négyzetekbe tegyen egy x-et. A százalékos arányt részletezze. Egyes kérdéseknél több választ is bejelölhet. A pontozott vonalakat nyomtatott nagybetűkkel töltsse ki. Ha kevés a hely, egy külön lapon folytassa a kitöltést, és azt is csatolja az adatlaphoz.

Termék neve, márkanev: a címkén szereplő, egyedi márkanev (pl. Völgy Vidék Aranya v. Fincsi tej)

Személyes adatok: amennyiben egyéni vállalkozó, vagy őstermelő, a saját nevét és címét adja meg, a többi esetben a cég adatait. Ha a cégnek csak telephelye van a projekt célterületén, akkor annak a címét adja meg, amennyiben elérhetők a telephelyen. Ha nem, akkor a központi címet írja be. A könnyebb kapcsolattartás érdekében, kérjük, az e-mail címét (ha van) feltétlenül adja meg!

Termék típusa: kérjük, írja le növényi és állati eredetű termék esetén a faj, fajta nevét (pl. málna, mangalica, mezei csiperke), készítményeknél, feldolgozott termékeknél a termék fajtáját (pl. szalámi, dzsem, fonott kalács), kézműves és ipari termékek esetén a típusát (pl. fűzfa kosár, üvegváza, tölgyfa asztal).

Termék kiszerezése: a termék jellegétől függően, milyen tömegű, térfogatú, darabszámú és milyen a csomagolása (pl. üveges, zacskóban stb.)?

Alapanyag jellege: kérjük, részletezze, milyen anyagfajtáról van szó, például fém, természetes anyag, agyag, növényi eredetű stb.

Alapanyag beszerzése: írja le, mely település(ek)ről származik.

Előállítás helyszíne: kérjük, adja meg a pontos címet, ha külterületen található, akkor a dűlő nevét is.

Hol szerezhető be a termék? Kérjük, írja ide, hol vásárolható meg (például az előállítás helyszínén megvásárolható, megrendelhető), és adja meg a pontos címet.

Kötődik-e hozzá szolgáltatás? Megnézheti-e bárki az üzemet működés közben, vagy tart-e bemutató foglalkozást, vagy a vendég, érdeklődő maga is készítheti a terméket (pl. fazekas esetén korongozás)?

Termelési kapacitás: kérjük, adja meg a jelenlegi mennyiséget és egységét (pl. db/nap, kg/év stb.), valamint azt, hogy igény esetén mekkora az a maximális mennyiség, amit még elő tud állítani.

Termék múltja: Ha nem Ön kezdte gyártani a terméket, akkor kérjük, írja a pontozott vonalra, hogy kitől származott át Önre (pl. XY...-i lakos, nagyszülők stb.)

**KÉRJÜK, A KITÖLTÖTT ADATLAPOT SZÍVESKEDJEN VISSZAKÜLDENI A KÖVETKEZŐ CÍMRE:**

Egyesület/Szervezet neve:

Címe:

Elérhetőségei:



**5. melléklet Lehetséges kérdések a Völgy Vidék Helyi Termék Program elindításához kapcsolódó kérdőívhez**

**KÉRDŐÍV VÖLGY VIDÉK HELYI TERMELŐINEK**

**A cég/szervezet/magánszemély neve:** .....

**Postai címe:**.....

**A válaszadó neve:**.....

**A válaszadó telefonszáma:** .....

**A válaszadó e-mail címe:** .....

**1. Hallott már korábban a Völgy Vidékről? (Kérjük, válaszát húzza alá.)**

**Igen**

**Nem**

**2. Amennyiben igen, milyen információ jutott el Önhöz? (Több válasz is megjelölhető!)**

**a.** 2008 őszén alakult 45 helyi szervezet összefogásával

**b.** 17 település a tagja

**c.** Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP)

**d.** LEADER program

**e.** Helyi Akciócsoport

**f.** Vidékfejlesztés elképzelések támogatása

**g.** Egyéb, éspedig: .....

**3. Jelenleg van-e olyan terméke, szolgáltatása, amely Ön szerint a településére látogatók számára érdekes lehet? (Szolgáltatás alatt értjük például a termék előállítási folyamatának bemutatását.)**

**Igen**

Amennyiben igen, akkor az milyen termék, szolgáltatás? Kérjük, ha nem egyértelmű, írja le azt is, hogy miként kívánja bemutatni:

.....

.....

**Nincs**

Amennyiben nincs jelenleg bemutatható terméke, szolgáltatása, akkor tervez ilyet a közeljövőben?

**Igen**

Ha igen, milyen terméket, szolgáltatást kíván előállítani, és mikor? .....

.....

**Nem** (Nemleges válasz esetén kérjük, ugorjon a 11. pontra!)

4. Vállal-e máshol, például helyi termékes vásárokon árusítást és/vagy bemutatót?

- a. Igen, már végeztem mindkettőt.
- b. Igen, árultam már.
- c. Igen, tartottam már bemutatót termékeimből, szolgáltatásaimból.
- d. Nem, mert .....
- e. Eddig nem, de tervezem a jövőben a ...../.....-t.
- f. Egyéb:.....

5. A Völgy Vidék Helyi Termék Programban, mint helyi termelő részt kíván venni?

**Igen**                      **Nem**

6. Amennyiben nem, úgy mi ennek az oka? (Kérjük, a válasz után ugorjon 11. pontra.)

.....

7. Amennyiben igen, úgy hajlandó fizetni a Programba való bekerülésért, ha ezért szolgáltatásokat kap cserébe (pl. évi 3 helyi termékes vásáron és az Utazás Kiállításon való megjelenés úgy, hogy ezeken nem Önnek kell árulnia; évi 3 kiadványban /térkép, eseménynaptár, brosúra, honlapon és táblán való megjelenés)?

**Igen**                      **Nem**

8. Amennyiben nem, úgy mi ennek az oka? (Kérjük, válasz után ugorjon a 10. pontra.)

.....

.....

9. Amennyiben igen a válasza, úgy figyelembe véve forgalmát, mennyit hajlandó fizetni a részvételért havonta?

1.000 Ft      3.000 Ft      5.000 Ft      más összeget, és pedig:.....

10. Véleménye szerint, egyesületi formában működjön a helyi termék program? Így a programban résztvevők, ahhoz pénzügyileg hozzájárulók tagdíjukkal egy olyan egyesületet támogatnak, amelynek bevételei kizárólag a helyi termékek fejlesztésére mennek.

**Igen**                      **Nem**

11. Helyi termék polc, illetve zöldpolc rendszerben részt venne termékével?

**Igen**                      **Nem**

**12. Amennyiben igen, milyen feltételekkel?**

**a.** Bizományi rendszerben, 30%-os jutalékkal, és én mondom meg a fix eladási árat.

**b.** Eladással, amire a forgalmazó annyi százalékot tehet rá, amennyit óhajt.

**c.** Egyedi megállapodás alapján.

**d.** Egyéb: .....

**13. Kérjük, adjon tanácsot a helyi termékek fejlesztésével kapcsolatban! (Több válasz is adható!)**

**a.** Tanúsítást és önálló védjegyet kell kialakítani és bejegyezni a Völgy Vidék helyi termékekre

**b.** Tudatformálásra van szükség

**c.** Minél több rendezvényen, helyi termékes vásáron kell megjelenni, együtt

**d.** Közös marketingre, reklámra van szükség

**e.** Földrajzi oltalmi árujelző rendszer kialakítására van szükség

**f.** Helyi termék boltot, tájboltot kell nyitni

**g.** Helyi termék polcrendszerrel kell kialakítani a forgalmas helyeken

**h.** Jogi tanácsokat kell adni a termelőknek

**i.** Egyes termelők között érdemes az együttműködést elmélyíteni, formalizálni, pl. szövetkezet létrehozásával

**j.** Pályázati tanácsadásra van szüksége a termelőknek

**k.** Egyéb: .....

**Kérjük, szíveskedjen a kérdőívet .....-éig (beérkezési idő!) eljuttatni**

✓ postai úton a ..... címre, vagy

✓ emailben a ..... címre, illetve

✓ faxon a (22) .....-es számra.

**SEGÍTSÉGÉT KÖSZÖNJÜK!**

## **6. melléklet Tanácsok helyi termékpiac szervezéséhez**

A piacok, vásárok – közte a helyi termékek árusításának – szervezésével, engedélyeztetésével kapcsolatos eljárást új rendelet szabályozza 2009. áprilisának elejétől, a vásárokról és a piacokról szóló 55/2009. (III. 13.) kormányrendelet értelmében. Ugyanakkor a helyi termékek zöme feldolgozott kistermelői termék, amelyek a hatályos szabályozás problémái következtében jelenleg nem juthatnak el a helyi kisboltokba, éttermekbe, továbbá a termelők piacokon való megjelenési lehetősége is meglehetősen nehézkes, értékesítési helyzetük beszűkített. Mindezek feloldását szolgálja a kistermelői jogszabály napirenden lévő módosítási kezdeményezése (14/2006-os FVM-EüM-ICsSzEM együttes rendelet), amely várhatóan megteremti a helyi termékek számára is a megfelelő értékesítési lehetőségeket.

A piacok és vásárok tartásával kapcsolatos legfőbb tudnivalók:

- ✓ Helyi termék vásár és piac tartását a vásár, piac, illetve a bevásárlóközpont helyszínéül szolgáló terület fenntartójánál lehet kezdeményezni, akinek a kérésére a helyi jegyző engedélyezi azt, de a kérelemben meg kell jelölni az üzemeltetőt is, mivel ő felel a jogszerű működésért;
- ✓ Vásár és piac olyan területen rendezhető, illetve tartható, amelyen a településrendezési terv a vásárrendezést, piactartást lehetővé teszi, vagy amely vásár rendezése céljából területhasználati hozzájárulással rendelkezik;
- ✓ Vásárt, piacot bármely olyan cég vagy személy rendezhet, tarthat, amelynek a székhelye, lakóhelye valamely uniós tagállamban, illetve az EGT területén van;
- ✓ Az engedélyt a piac, illetve vásár helye szerint illetékes jegyző adja ki, 15 napon (10 munkanapon) belül. Az engedélyezésbe szakhatóságként bevonja – egyebek között – az ÁNTSZ-t és a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatalt (MgSzH) is;
- ✓ A jegyző az engedély megadásával egyidejűleg a vásárt, piacot és annak fenntartóját nyilvántartásba veszi.
- ✓ A vásár-, illetve piacüzemeltetési engedély iránti kérelemben – a Szolgtv.-ben meghatározottakon túl – meg kell jelölni, illetve csatolni kell:
  - a fenntartó nevét, címét, illetve székhelyét, elektronikus levelezési címét (ha van);
  - a fenntartó vállalkozó nyilvántartásba vételi számát vagy cégjegyzékszámát, illetve a bírósági nyilvántartásba vételi számát;
  - az üzemeltető nevét, címét, elektronikus levelezési címét (ha van);
  - a vásár, piac elnevezését, (szak)jellegét;
  - a vásár, piac címét, helyrajzi számát;

- a vásár, piac számára kijelölt területet, alapterületét, méretarányos helyszínrajzát az üzletek, árusítóhelyek, valamint az egyéb létesítmények és nem árusítási célra kiképzett területrészek tervezett rendeltetés, és szám szerinti meghatározásával, a vevőforgalmi és árubeszállítási, -feltöltési útvonalak kijelölésével;
  - a területhasználatának jogcímét (saját tulajdon, bérlet stb.), a tulajdoni lap kivételével a jogcímre vonatkozó igazoló okirattal, továbbá haszonélvezet esetében a haszonélvező, illetve közös tulajdon esetében a tulajdonostárs, hozzájárulását igazoló okirattal együtt;
  - a vásár rendezésének, piac tartásának időpontját, időtartamát, illetve a vásár, piac napi/heti nyitvatartási idejét;
  - a vásár, piac működésének rendjét;
  - élelmiszer felhasználása, forgalmazása, továbbá termény, takarmány, élő állat, illetve állatgyógyászati készítmény és növényvédő szer értékesítése esetén a kérelmező nyilatkozatát arról, hogy a vásár vagy a piac területén az MgSzH területi szerve részére állandó jelleggel ingyenes helyiséghasználatot biztosít.
- ✓ A rendelet felsorolja, hogy mely termékeket lehet – vásáron és piacon is – csak működési engedéllyel rendelkező üzletben árusítani. Ilyen áru például a jövedéki termék (alkohol, cigaretta stb.), a szoftver, a gyermekjáték, a gyógyszer, az ásvány, a látásjavító szemüveg, a gáz- és villamos üzemű készülék, továbbá a pirotechnikai eszköz is;
  - ✓ Saját tulajdonú vagyontárgyak csak használtcikk piacokon és csak alkalmoszerűen értékesíthetők (kivétel a kozmetikai termék, az élvezeti cikk, a takarmány és az élelmiszer). Szedett, gyűjtött gombát csak ott lehet árusítani, ahol a teljes nyitvatartási idő alatt gombavizsgáló szakellenőr működik;
  - ✓ A piacok, vásárok reggel 5 órától este 20 óráig tarthatnak nyitva. A rendőrség véleményének kikérése után a jegyző engedélyezheti a későbbi zárást is;
  - ✓ A piacok, vásárok jogszerű működését a jegyző ellenőrzi, de részt vesz benne az APEH, a fogyasztóvédelmi és számos más hatóság is;
  - ✓ Ezeket a szabályokat nem kell alkalmazni az alkalmi – karácsonyi, szilveszteri, húsvéti – vásárookra.

## VI. Felhasznált irodalom

- Ángyán J. (2001)** Az európai agrármodell, a magyar útkeresés és a környezetgazdálkodás. Agroinform Kiadóház, Budapest.
- Ángyán J. (2003)** Védett és érzékeny természeti területek mezőgazdálkodásának alapjai. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- Balázs B. – Simonyi B. (2009)** Együtt a helyi élelmiszer-rendszerekért. Civil összefogás a kistermelői rendelet módosítására. Védegylet – Szövetség az élelmiszer-önrendelkezésért – Környezeti Társadalomkutatók, Budapest.
- Bánáti D. (2007)** A genetikailag módosított élelmiszerek megítélése Magyarországon és az Európai Unióban. Magyar Tudomány 2007/4. 437. o.
- Bartholy J. – Mika J. – Pongrácz R. – Schlanger V. (2005)** A globális felmelegedés éghajlati sajátosságai a Kárpát-medencében. In Takács-Sánta A. (2005, szerk.) Éghajlatváltozás a világban és Magyarországon. Védegylet – Alinea, Budapest.
- Baudrillard, J. (1998)** The consumer society: Myths and structures. Sage Publications, London.
- Belk, R. W. (1996)** Studies in the New Consumer Behaviour. In Miller, D. (ed): Acknowledging consumption. Routledge, New York, 58-95. o.
- Biokultúra. XVII-XX. évf. 2007-2009. MBSZ, Budapest.
- Boda Zs. (2004)** Globális ökopolitika. Helikon, Budapest.
- Farnadi É. (2002, felelős szerk.)** Hagyományok – Ízek – Régiók. Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye. FVM AMC, Budapest. 757 o.
- Fazekas – Harsányi (2001)** Marketing kommunikáció. Szókratész Kiadó, Budapest.
- Hozománykönyv. Fejér megye településeinek hozománya Magyarország EU-csatlakozásának tiszteletére. Székesfehérvár, 2003
- Halmay R. – Kovács B. – Nagy T. – Újszászi Gy. (2006, szerk.)** Ajánlások zöld fesztiválok szervezéséhez. Független Ökológiai Központ, Budapest.
- Hassenpflug, D. (2003)** City and Consumption. In: Eckardt, F. – Hassenpflug, D. (eds) Consumption and the Post-Industrial City. Frankfurt, Peter Lang. 41-54. o.
- Horváth G. (2007, szerk.)** Közvetlenül. Tudatos Vásárlók Egyesülete, Budapest.
- Jackson, T. – Michaelis, L. (2003)** Policies for sustainable consumption. Sustainable Development Commission, London.
- Kajner P. (2009):** Helyi termelés, helyi fogyasztás, helyi termékek egészségesen. SZÖVET, Nagykovács. 48 p.
- Kiss J. (2008)** Miért és meddig nőnek az élelmiszerárak? Hírfutár. 10. évfolyam, 26. sz. MTA VKI.
- Kocsis T. (2006)** A fogyasztói szemléletváltás esélye a gazdaságilag fejlett országokban. In: Környezeti nézőpontok – Tanulmányok a Környezetgazdaságtani és Technológiai Tanszék 15 éves fennállása alkalmából. BCE KI KTTSZ, Budapest, 15-31. o.
- Kotler, P. (1999)** Marketing menedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kiváló Magyar Élelmiszer Védjegyet elnyert termékek. AMC, Budapest, 2009. július.
- Nemzeti Éghajlatvédelmi Stratégia 2008.
- Malhotra, N. K. (2001)** Marketingkutatás, Műszaki kiadó, Budapest.
- Ősz Cs.-né (2009, szerk.)** Az élelmiszerekre vonatkozó jogszabályok tematikus jegyzéke. Élelmiszer Szabályozási Információk 9. FVM Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály Élelmiszeripari Osztály, Budapest, 2009. január. 22 p.
- Pataki Gy. – Takács-Sánta A. (2004, szerk.)** Természet és gazdaság. Ökológiai közgazdaságtan szöveggyűjtemény. Typotex, Budapest.
- Podmaniczky L. – Balázs K. (2001, szerk.)** Birtoktervezés. Tantárgyi jegyzet. Gödöllő.
- Prónay Sz. – Málóvics Gy. (2008)** Lokálitás és fenntartható fogyasztás. In: Lengyel I. – Lukovich M. (szerk., 2008) Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében. JATEPress, Szeged. 184-203. o.
- Robertson, R. (1995)** Globalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. In: Featherstone, M. – Lash, S. – Robertson, R. (szerk.): Global Modernities. London, Sage. 25-44. o.
- Roszik P. (2008)** Biokert a ház körül. MBSZ – KVVM, Budapest.



**Seyfang, G. (2004)** Local Organic Food: The Social Implications Of Sustainable Consumption. CSERGE Working Paper, EDM 2004.09.

**Simányi L. (2004)** Miért fogyasztanak többet a posztmaterialiták, mint a materialisták? Vezetéstudomány (különszám), 16-23. o.

Tiszavölgy. 1-5. szám. Szövetség az élő Tiszáért Egyesület, Nagykörű.

**Tőrőcsik M. (1998)** Funkcionális és szimbolikus fogyasztás. Marketing& Menedzsment, 5, 45-50. o.

Válogatás a LEADER+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból. Európai Közösségek, 2007.

Tudatos Vásárló. 1-16. szám, 2004-2009. Tudatos Vásárlók Egyesülete, Budapest.

Tudatos Vásárlók Könyve. Tudatos Vásárlók Egyesülete, Budapest.

**Veres – Szilágyi (2004)** A marketing alapjai. Perfekt Kiadó, Budapest.

*Internetes oldalak:*

[www.botesz.hu](http://www.botesz.hu)

[www.webetyek.hu](http://www.webetyek.hu)

[www.etyek.lap.hu](http://www.etyek.lap.hu)

[www.etyekiborut.hu](http://www.etyekiborut.hu)

[www.falusiturizmus.eu](http://www.falusiturizmus.eu)

[www.umvp.eu](http://www.umvp.eu)

[www.mvh.gov.hu](http://www.mvh.gov.hu)

[www.magosfa.hu](http://www.magosfa.hu)

[www.elotisza.hu](http://www.elotisza.hu)

[www.elotiszaert.hu](http://www.elotiszaert.hu)

[www.hangyaszov.hu](http://www.hangyaszov.hu)

[www.ekvilibrium.hu](http://www.ekvilibrium.hu)

[www.biokultura.org](http://www.biokultura.org)

[www.biorendezyenyek.hu](http://www.biorendezyenyek.hu)

[www.zpok.hu](http://www.zpok.hu)

[www.fvm.hu](http://www.fvm.hu)

[www.kvvm.hu](http://www.kvvm.hu)

[www.amc.hu](http://www.amc.hu)

[www.fenntarthato.hu](http://www.fenntarthato.hu)

[www.szelidvizorszag.hu](http://www.szelidvizorszag.hu)

[www.nyitottkert.hu](http://www.nyitottkert.hu)

[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)

[www.kamra-tura.hu](http://www.kamra-tura.hu)

[www.pannonproduct.hu](http://www.pannonproduct.hu)

[www.kerekerdo.org](http://www.kerekerdo.org)

[www.tve.hu](http://www.tve.hu)

[www.zsambekinfo.hu](http://www.zsambekinfo.hu)

[www.ebio.hu](http://www.ebio.hu)

[www.nimfea.hu](http://www.nimfea.hu)

[www.viragoskut.hu](http://www.viragoskut.hu)

[www.bioleskamra.hu](http://www.bioleskamra.hu)

[www.bionium.hu](http://www.bionium.hu)

Völgy Vidék településeinek honlapjai

Online biokereskedések honlapjai