



Interreg 
CENTRAL EUROPE European Union
European Regional
Development Fund

SlowFood-CE

SLOWFOOD-CE STRATÉGIA

Közös Transznacionális Stratégia
A Közép-Európai Gasztronómiai Örökség
Fenntartható Promóciójához



Output/Projekt eredmény

O.T4.1/D.T1.1.2 Transznacionális stratégia a GCH fenntartható valorizációjához

Szerző(k)

Federico Corrà, a Slow Food-CE projekt stratégiai konzultánsa, Velence Város élelem szakértője
Isabella Marangoni, Európai Projektek munkatársa, Velence Város
valamennyi projekt partner közreműködésével

Cél

Megnyerni a politika elkötelezettségét a GCH valorizációja iránt és gondoskodni az eredmény átadhatóságáról a partnerségen kívül is, átfogó transznacionális megközelítési mód alkalmazásával

Tevékenység

A.T4.2 A GCH valorizációjához készült transznacionális stratégia elfogadása, alkalmazása

Fotók

Borító: © freepik.com

Brno: © Chuú Moravy, Francesco Sottile, Shutterstock, TASM, Dél-Morvaország Idegenforgalmi Hivatal

Dubrovnik: © Ana Bitanga Jukić, Anita Trojanović, Family Goravica, Irena Bastijanić,
Konavoska kuća Vuković, Természettudományi Múzeum Dubrovnik, pixabay.com, Solana Ston, Vlaho Mihatović

Kecskemét: © Róbert Banczik, Betti Delicatesse, Kecskemét Brewery and Beer House, Kecskemét Önkormányzat,
Kecskemét Piac, Kecskeméti termelők, Roland Király, pixabay.com, Slow Food Archivum, Tanyacsárda Restaurant

Krakow: © Marco Del Comune & Oliver Migliore, Paweł Kubisztal, Daria Latała, Lidia Moroń-Morawska,
pixabay.com, Slow Food Archivum, Gawor Wędliny, Barbara Witek, Wojciech Wandzel

Venice: © Alessandro Arcuri, Giorgio Bombieri - City of Venice, Federico Corrà, Fabio Furlotti -
fabiofurlottiphot.com, Donato Riccio, Slow Food Archivum, Velence SAOR Fesztivál résztvevőinek
a hozzájárulásával, Velence Város Sajtóirodája

Ez a dokumentum az Európai Unió támogatásával készült.

*A tartalom az SF-CE partnerek kizárólagos felelőssége, és semmilyen módon nem tekinthető úgy,
mintha az Európai Unió nézeteit tükrözné.*

Jelen dokumentum kidolgozása teljes egészében a COVID-19 rendkívüli helyzet előtt történt.

ÖSSZEFOGLALÓ

0. Előszó	4
1. Bevezető	7
2. A Slowfood-CE városok és gasztronómiai örökségük	10
2.1. A partner városok és területük	11
2.2. A GCH feltérképezése a partner városokban	19
3. A Slowfood-CE Minta Programjai (Pilot Action)	28
3.1. A Minta Programok fókusza	29
3.2. A partner városok által levont tanulságok	38
3.3. A Minta Programok kiértékelése	39
4. Stratégia az európai gasztronómiai kulturális örökség valorizációjához	42
4.1. Scenárió	43
4.2. Előzetes megfontolások	45
4.3. Módszertani megközelítési mód	47
4.4. Menedzsment	49
4.5. Marketing, promóció és kommunikáció	50
4.6. Nem csak helyiek számára	51
5. Összefoglaló Következtetések	52
5.1. A politikusok nyilatkozatai	53
6. Stratégiai Ajánlások	56
6.1. A városok kulcsszerepet játszanak	57
6.2. Kapcsolat, részvétel, tanulás, cselekvés	59
6.3. Mérjünk, hogy javítsunk	59
6.4. A párbeszéd újraindítása a városi és vidéki dimenziók között	60
6.5. A fenntarthatóság a helyi ökoszisztémák kulcsszava	60
6.6. Kommunikáció és oktatás hozhatja a változást	61

0.

ELŐSZÓ

Piero Sardo

Slow Food Alapítvány a Biodiverzitásért Elnöke, ONLUS

Inspiráló alapelvek olyan új regionális, országos és európai stratégiák kidolgozásához, amelyeknél a gasztronómiai kulturális örökség a helyi fejlődés hajtóereje.

Gasztronómiáról nem lehet írni a mezőgazdaság kérdésének vizsgálata nélkül. Túl azon a magától értetődő megfontoláson, hogy minden konyhaművészet olyan nyersanyagoknak a feldolgozásán alapul, amelyeket a mezőgazdaság és a halászat teremt elő, manapság azt a tényt is figyelembe kell vennünk, hogy két különböző típusú mezőgazdaság létezik: az egyiket, leegyszerűsítve, agráriparnak nevezhetjük, amelyet monokultúrák, kémiai anyagokból álló műtrágyák és rovarölő szerek rendszeres használata, intenzív mezőgazdasági művelés, hidroponikus (talaj nélkül, mesterséges tápoldatokban történő) növénytermesztési eljárások és - általában véve - olyan elemek alkotnak, amelyek a természetet kívánják a termelés szükségleteihez igazítani, ahelyett, hogy a termelést hoznák összhangba a természet ciklusaival; a másik típust kis és közepes méretű gazdaságok alkotják, főleg családi gazdaságok, főleg organikus vagy biodinamikus gazdaságok és olyanok, amelyek nagy figyelmet fordítanak a terület biológiai sokféleségére, a természetes termelésre és a helyi hagyományokra.

Részben a fenti gondolatmenetet követve, hasonló módon megkülönböztethetjük a „stellar” (nemzetközi, digitális pénzeszközt használó átutalási rendszer) jellegű konyhaművészetet, amelynek az egész világ képezi az éléskamráját és úgy alakítja az árakat, hogy kínálatában még a ritka és nagyon drága termékek is szerepelnek, évszaktól függetlenül egész évben. A hagyományos konyhaművészet viszont, ha minőséget akar nyújtani, szükségképpen - a lehető legnagyobb mértékben - az adott terület (a szó legteljesebb értelmében vett) kiváló termelőitől kell, hogy beszerezze nyersanyagait.

Nos, a Slow Food meggyőződése, hogy a minőségi gasztronómia kizárólag az ökológiai szellemben és fenntartható módon folytatott mezőgazdaság termékeit használhatja.

A mezőgazdasági termelésről szólva azonban van egy probléma, amit először is be kell ismernünk, aztán pedig elemeznünk kell: a kisléptékű mezőgazdaság állandó nehézségekkel küzd. Néhány olyan - piaci rést kitöltő - termék kivételével, amelyek megérdemelten értek el tisztességes árat és látható ismertséget, a legtöbb kisgazdaság sorsa az örökös kínlódás. Dicsőséges, lassú haláltusa ez. Még ha, például, a biotermékek növekedési trendje az ellenkezőjét mutatná is, a legtöbb termelő nem tud versenyre kelni az agráriparral, nincs hozzáférése a nagy kereskedelmi struktúrákhoz, képtelen a termékek forgalmazását megszervezni, és nehézségekkel küzd a kommunikáció terén. A globális gazdaság gurui nem győzik azt harsogni, hogy a kisebb méretű vállalatok pusztulásra vannak ítélve - és ez minden bizonnyal nem segít a kisebbek önhelyreállító és ellenálló képességének erősítésében.

Az európai gasztronómia ennél fogva - a minőséget szem előtt tartva - kétszeres előny reményében nyújthatja (és ragadhatja meg) a lehetőséget: hogy emelje a gasztronómiai kínálat színvonalát, kizárólag fenntartható és helyi mezőgazdasági termékek használatára; egyben egy rendkívüli tervet indítson útjára a kiváló kis és közepes vállalatok támogatására.

Ennek a szövetségnek a hatásai - mindkét fél számára - rendkívüliek lesznek már a legközelebbi jövőben, és rendkívüli lehetőségeket nyitnak meg a gazdasági fejlődés és a turizmus területén, hiszen gondoljunk arra, hogy az úgynevezett vidéki turizmus olyan tájakon zajlik, amelyek elsősorban és leginkább mezőgazdasági jellegű tájak. Másrészt, annak ellenére, hogy a gasztronómia a közös európai jelleg egyik alapvető eleme, azt mégis, még mindig csak felületesen értelmezzük. Nem árt felidézni, hogy George Steiner, amikor arról az öt jellegzetességről írt, amelyek Európát megkülönböztetik a világ többi részétől, az első helyen említette a kávéházakat: nem egyszerűen a bárról, mint olyanról beszélt, hanem kifejezetten és félreérthetetlenül a kávéházzal, a baráti együttlét és a gasztronómia helyszínéről - s noha sajátos módon, ez mégis mindig gasztronómia.

Akkor hát miért is ne próbálnánk meg nyomon követni olyan európai útvonalakat, amelyeket például értékű gasztronómiai helyszínek jelölnek ki, ahol a kis helyi termékekkel való kapcsolat valódisága nyilvánvaló, ahol a hagyományok iránti tiszteletet, mint produktív lehetőséget élük meg, és nem üres narratívának érzik, és ahol a helyi közösségek mindebben örömet és meglepedettséget találnak?

Az ilyen típusú útvonalak képesek arra - és kismértékben máris úgy működnek - hogy az adott területhez kötődő, annak valós érdemeire alapozott turizmust valósítsanak meg. Egy minőségi, hagyományos gasztronómiát kínáló hely könnyen ösztönözheti a turizmus bővülését, a kistermelők népszerűsítését, a jó hír szájról-szájra terjedését - mindaddig, amíg e helyen a narratíva és a valós lényeg egybeesik, olyan (mindkét részből fennálló) komoly készségeknek köszönhetően, amelyeket részben most kell megszereznünk, vagy új életre keltenünk.

Ezek azok az alapelvek, amelyekre támaszkodva az intézmények - minden szinten, helyitől a regionális, majd a nemzeti és európai szintig - alapvető szerepet játszhatnak, rámutatva az élelem kultúrájának és a gasztronómiának az adott területhez kötődő lényegi szerepére, amit mint katalizátorok töltenek be a fenntartható helyi - mind vidéki, mind városi - fejlődésben.

1.

BEVEZETÉS

„Tudnom kell a történetét annak, amit megeszem, nemcsak az árát. Tudnom kell, hogy honnan jön, ismernem kell a kezeket, amelyek termelték és feldolgozták... ha egy nap az élelem elveszíti valódi értékét és történetét, azon a napon a jövőbe vetett remény is elveszett.”

*Carlo Petrini
a Slow Food Elnöke*

Az élelem, mint szellemi kulturális örökség óriási, mégis alulértékelt erőforrás, a gasztronómia kincsesházában egy adott terület teljes történetét megtaláljuk, amely magába foglalja és megtestesíti azt is, ahogy a különböző kultúrák összekovácsolódtak az évszázadok során. Nagymértékben használják a turizmus promóciójára, de szinte soha vagy alig kezelik úgy, mint erőforrást, amely a környezeti fenntarthatóság és a társadalmi integráció támogatója lehet.

A Slow Food-CE olyan transznacionális együttműködésen alapuló projekt, amely a helyi köz- és magánszféra kapacitásainak javítására törekszik - annak érdekében, hogy védje és értéket adjon a gasztronómiai kulturális örökségnek, amely mint ilyen a gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatóságot egyaránt magába foglaló jövőkép részét képezi. A projekt azon az „új gasztronómia” koncepción alapul, amelyet a Slow Food mozgalom népszerűsít; ez az élelem multidiszciplináris megközelítésű értelmezése, amely felismeri az erőteljes kapcsolatokat „a tányér, a bolygó és az emberek” („plate, planet and people”) között.

A projekt szándéka, hogy olyan átadható modellt dolgozzon ki, amely képes megadni a hagyományos élelem valódi értékét, az annak előállításában szerepet játszó termelők, növényfajták, állatfajták, hagyományos élelem-feldolgozási technikák, továbbá a folklór és a kulturális környezet megismer-

tetése révén, az ezekre vonatkozó tudás átadásával. Magasabb szintre fogja emelni Közép-Európa közös élelem örökségének értékelését, a partner városok - Velence, Dubrovnik, Brno, Kecskemét és Krakkó - között újszerű szövetség létrejöttét eredményezve.

A projekt legfontosabb eredményeinek egyike a Gasztronómiai Kulturális Örökség (Gastronomic Cultural Heritage = GCH) valorizációjának céljával kidolgozott Transznacionális Stratégia, mely összefoglalja mindazt, amit a partnerek tanultak és tapasztaltak, valamint a fejlesztési stratégiák tökéletesítését szolgáló módszereket és ajánlásokat, amelyek átadhatók a helyi, regionális és EU szinten, közép- és hosszútávon. A stratégia kidolgozásánál az a cél vezérelt, hogy erősítsük a döntéshozók tudatosságát és megnyerjük politikai elkötelezettségüket a GCH valorizációja iránt, valamint biztosítsuk az eredmények partnerségen kívüli átadhatóságát egy átfogó transznacionális megközelítési mód alkalmazása révén. A stratégia rendszerezi az elemzéseket, a Minta Programok eredményeit, a helyi érdekeltekkel (stakeholder) folytatott egyeztetéseket és azzal a szándékkal készült, hogy pozitívan befolyásolja az emberek hozzáállását és megszilárdítsa a politika részéről a támogatást. A dokumentum első része ismerteti az egyes partnerek területét és a projekt első fázisát: a GCH feltérképezését és elemzését - a helyi élelemrendszer Helyi Munkacsoportokba szerveződött legfontosabb szereplői és fő érdekeltjei közreműködésével.

A kezdeti, nagy kihívást jelentő munkafázist - a partner városok kulturális és gasztronómiai örökségének vizsgálatát és katalogizálását - követően a projekt olyan demonstratív akciók tervezésével és szervezésével folytatódott, amelyeket a projekt partnerek a GCH feltárt értékeinek a fenntartható helyi növekedés és területfejlesztés szolgálatába állítása érdekében valósítottak meg. Ezeket a második rész ismerteti.

A dokumentum két utolsó része a GCH Közép-Európában történő valorizációjának Transznacionális Stratégiáját, valamint - a projekt módszereinek és eredményeinek átadhatóságát biztosító - stratégiai ajánlásokat tartalmazza. A transznacionális stratégiát és az ajánlásokat a partnerek közösen dolgozták ki, a projekt keretében megtervezett és tesztelt eszközök használatára, a pontosított kompetenciák és megosztott felelősségi körök és együttműködés segítségével. A stratégia sarokpontja a magán- és a közzféra közötti együttműködés: a magánszektor a szakértelmét viszi be a GCH valorizációjába, a közzszektor a magánszektorból érkező inputot a helyi közérdek szolgálatába állítja.

A dokumentum bemutatja, hogy hogyan tehető ez az együttműködés „win-win”, azaz kölcsönösen, minden fél számára előnyös stratégiává azáltal, hogy irányelveket ad a GCH erőforrások meghatározásához, a fenntarthatóság minden elemét magába foglaló jövőkép felvázolásához, közösen kialakított eszközök használatához, a helyi közösségek bevonásához, és a politikai döntéshozók kapacitásának, a GCH védelmében és valorizációjában használt készségeinek javításához.

2.

A SLOWFOOD-CE
PARTNER VÁROSOK
ÉS GASZTRONÓMIAI
KULTURÁLIS
ÖRÖKSÉGÜK

2.1. A PARTNER VÁROSOK ÉS TERÜLETÜK

A városok a tökéletes kísérleti laboratóriumok, ahol a Slow Food-CE projekt által megcélzott változások sikeresen megvalósíthatóak: elég kicsik ahhoz, hogy erőteljesen befolyásolják a vállalkozói és társadalmi színteret, de ugyanakkor elég nagyok ahhoz, hogy a nemzetközi piacok felé nyíló kapu szerepét betöltsék.

A projekt Közép-Európai országokból öt történelmi örökséggel bíró várost hoz össze, ezek: Brno, Dubrovnik, Kecskemét, Krakkó és Velence, akik a Slow Food vezetésével és a Pollenzo-ban működő Gasztronómiai Tudományok Egyeteme tudományos támogatásával, valamint az élelem ágazatban működő releváns NGO-k együttműködésével együtt dolgoznak azzal a céllal, hogy közös módszertant dolgozzanak ki az élelem örökséghez kapcsolódó kulturális erőforrások meghatározásához és valorizációjához.

Egészen pontosan a Slow Food-CE partnerséget 5 Közép-Európai országból való 10 partner alkotja:

- Slow Food (Olaszország)
- Velence Város (Olaszország)
- Gasztronómiai Tudományok Egyeteme (Olaszország)
- Dubrovnik Város Fejlesztési Ügynökség - DURA (Horvátország)
- Kinookus Egyesület (Horvátország)
- Dél-Morvaország Idegenforgalmi Hivatala (Cseh Köztársaság)
- Slow Food Brno (Cseh Köztársaság)
- Krakkó Város (Lengyelország)
- Kecskemét Város (Magyarország)
- Kiskunsági Hagyományőrző, Kézműves és Turisztikai Egyesület (Magyarország)

Továbbá hét társult partner segíti a projekt partnereket az érdekeltek bevonásában és a projekt eredmények széles körű ismertetésében: Ston Turizmus Testület és Dubrovnik Város (Horvátország); Brno Város (Cseh Köztársaság); Malopolska Idegenforgalmi Szervezet Lengyelország); Krakkói Test-

nevelési és Idegenforgalmi Akadémia (Lengyelország); Élelem-történet és -Kultúra Európai Intézete (Franciaország); Europa Nostra (Hollandia).

2.1.1. VELENCE



Velence kb. 260.000 lakosú olasz város, Veneto Régió fővárosa. Híres történelmi városközpontja mellett - ami a világ minden részéből érkező, évente több mint 25 millió turista úti célja - Velence területéhez tartoznak a Lagúna szigetei, valamint szárazföldi területek is; így elmondható, hogy mind történelmi, társadalmi és gazdasági, mind környezeti szempontból rendkívül változatos tájat találunk itt.

„Velence és Lagúnája” 1987 óta az UNESCO Világörökség Listáján szereplő helyszín, annak az egyedülálló kulturális gazdagságnak az elismeréseként, amely a világon egyedülálló, vízi utakból és szárazföldből álló természetes környezet és a rendkívüli történelmi, építészeti és művészeti örökség együttese. Velence egyedülálló jellege és kivételes történelmi identitása a várost a turizmus egyik nemzetközi fővárosává tette. A turizmus Velencében az egyik fő gazdasági erőforrás, ami a kulturális csere soha nem csökkenő forrását, a gazdasági növekedés lehetőségét és a közösség fejlődésének fontos társadalmi erőforrását képviseli. Ugyanakkor, a tömegturizmusnak a törékeny velencei környezeti- és társadalmi ökoszisztémára kifejtett hatása miatt ma már megújult, integrált stratégiára van szükség ennek a komplex erőforrásnak a méltó kezeléséhez.

Ebben a keretben Velence gasztronómiai kulturális öröksége stratégiai jelentőségű tőkének minősül, amit valorizálni kell a fenntartható turizmus és különösen az úgynevezett „tapasztalati turizmus” népszerűsítése érdekében, miközben Velence hiteles megjelenítését védeni, a város lakosságának életminőségét pedig javítani kell.

2.1.1.1. Projekt Partner: Velence Város Önkormányzata - a helyi közigazgatás szerve, a szigetek és a szárazföldi terület igazgatásáért felelős szervezet.

Velence Város önkormányzata helyi demokratikus önkormányzati minőségében adminisztratív hatásköröket gyakorol, tervezi és irányítja a kultúrához, szociális jóléthez, sporthoz, turizmushoz, környezethez, civil védelemhez, kereskedelemhez és oktatáshoz kapcsolódó szolgáltatásokat, tevékenységeket és eljárásokat. Az önkormányzat és a helyi közösség növekedésének érdekében európai szinten is elősegíti a prioritást élvező kezdeményezések és projektek promócióját.

2.1.2. DUBROVNIK



Dubrovnik több mint 40.000 lakosú horvát város, Dalmácia legdélibb területén. A város a 419 m magas Srd és a 321 m magas Zarkovica domb lábánál terül el, a déli oldalon a nyílt tenger felé tekintve. A 143,35 négyzetkilométer nagyságú terület 32 települést foglal magába. A Trebisnjica Hercegovina 96,5 km hosszú folyója, a forrása 398 m tengerszint feletti magasságon van. Ez a folyó az Adriai-tengerbe ömlő komplex felszín alatti és felszíni folyórendszer része. Az Ombla folyó („Rijeka Dubrovacka” néven is ismert) Dubrovnik közelében ömlik a tengerbe. A Dubrovnik folyó árterülete 600 m magas völgyfalak között fekszik. A folyó mentén számos nyaraló és park található. A szigetvilághoz hat sziget tartozik, nem számítva az apró szigeteket. A három legnagyobb sziget Kolocep, Lopud és Sipan. Két sziget, Kolocep és Lopud teljesen autómentes. Dubrovnik Város jelenlegi közigazgatási területe sajnálatos módon nem egyezik meg azzal a területtel, amely évszázadokon át képezett egy egységet. Ennek a területnek az életét a Dubrovniki Köztársaság létrehozása és fejlődése során mind kulturális, mind társadalmi folyamatok alakították. Ezt a történelmi és kulturális örökséget tükrözte Dubrovnik Város közigazgatási rendszere az egykori Jugoszláviában, amikor a Város illetékessége az egykori Köztársaságnak a Kotori-öböltől (Montenegro) a Peljesac félsziget csúcsáig terjedő és a közeli szigeteket is magába foglaló történelmi területére terjedt ki.

Mindazonáltal, a dubrovniki turizmus vitathatatlan fejlődése és gazdag hagyományai ellenére az embernek az az érzése, mintha a turizmus csak úgy „megtörténne”, ami alatt azt értjük, hogy a helyi lakosok kevésbé a megteremtői, sokkal inkább az áldozatai a turizmus dinamikájának. A gaszt-

ronómiai kínálat - kevés kivétellel - esetleges, elképzelt elvárásokat elégíti ki, anélkül, hogy megpróbálná a helyi hagyományos fajták bemutatásával csábítani a vendéget.

A turizmus fokozatosan monokultúrává vált, és ilyen módon az egyedi jellegzetességek kifejezésének a lehetősége elveszett - ez alól csak a történelmi örökség a kivétel. A városfalakon belüli település, amit a helyiek úgy hívnak, hogy „Grad” („Város”), az évek során egyre jobban elnéptelenedik, és fennáll annak a veszélye, hogy ez a kivételes történelmi hagyományokat őrző, gyönyörű város lélektelen, üres „kagylóhéjjá” válik.

Dubrovnik történelmének egyik legtragikusabb éve volt 1991, a szerb-montenegrói agresszió. A terület jelentős részét megszállták és tönkretették az 1990. október 1. és a következő év októberében bekövetkezett felszabadítás közötti időszakban. Mára a háború alatt megsérült történelmi örökséget nagyrészt helyreállítottuk, és az idegenforgalom létesítményei újra kinyitottak.

A Horvát Függetlenségi Harcot követően a turizmus a globalizáció felé fordult, és olyan döntések születtek, amelyeket - az egyébként megkérdőjelezhető - gazdasági megvalósíthatóság határozott meg. Mindazonáltal, köszönhetően a projekt keretében folyt beszélgetéseknek, észrevehető néhány változás, amelyek a hagyományok újraéledését jelzik. Az idősök számára a nosztalgia, amelyet a minőségi importált élelem hiánya miatti frusztráció okoz, alapvető fontosságú. A fiatalabb generációk, az oktatásnak és képzésnek hála, megértik a helyi hagyomány magas szintű minőségét és egyedi voltát, és a turizmus elvitathatatlan trendjei mentén, lépésről lépésre, a kínálat részévé teszik a hagyományos termékeket, és értékként kezelik az organikus termelési módot, az élelem előállításának és tartósításának évszakok szerinti ritmusát, hagyományos módszereit. Ezen túlmenően, egyre tudatosabban ismerik fel a helyi gasztronómia történelemmel, legendákkal és mítoszokkal, mint olyan elemekkel való összekapcsolásának fontosságát, amelyek hozzásegítenek az egykori Dubrovnik-i Köztársaság területének jobb megértéséhez, valódi megtapasztalásához. Másrészt a „Grad” elhagyása, és a bérbeadás céljából történő vásárlások gyakorlata folytatódik, mivel a falakon belül az élet drága és nehéz. A gyors és viszonylag könnyű profit csábítása fenntartja azt a - még a háború előtt elkezdődött - folyamatot, amely a turizmust monokultúrává teszi.

A projekt megbeszéléseink során tapasztalt pozitív példák csak egy kicsiny magját képezik a turizmus értelmezésében bekövetkező változásnak: olyan újfajta vállalkozói magatartás és üzleti környezet megteremtésének, amely nem csupán reagál a külső hatásokra, hanem aktívan a kívánt irányban alakítja a turizmust. A szükséges infrastruktúra létesítése, az organikus és a hagyományos termelés promóciója, a turizmus különböző, az értékesítéstől a szállításig, a szállástól az ellátásig működő elemeinek a koordinációja idővel megoldhatja a „Grad” problémáit, sőt a „Grad” reneszánszát hozhatja el egy új és kreatív, mégis ugyanolyan vagy még jobb pénzügyi eredményt hozó turizmus megteremtésével.

2.1.2.1. Projekt Partnerek: Dubrovnik Fejlesztési Ügynökség (DURA) és Kinookus Egyesület

A DURA professzionális, non-profit szervezet, jogi személy, amelyet azzal a céllal hoztak létre, hogy alapját képezze a kis- és közepes vállalkozások (KKV) hathatós támogatásának, valamint Dubrovnik Város (City of Dubrovnik=CoD) átfogó gazdasági, társadalmi és kulturális fejlesztésének. Az ügynökség tevékenységei kapcsolatot képeznek a Város és más nagy intézmények és szervezetek között, a helyi fejlesztés támogatása terén. Szaktudásuk léptéke és köre magába foglalja a CoD fejlesztési

stratégia megvalósítását, az EU pénzügyi támogatás iránti pályázatok és országos projektek koordinációját és segítségét, a civil társadalom, a vállalkozói szellem, a mezőgazdaság, az idegenforgalmi ipar és a KKV-k fejlesztésének ösztönzését - szemináriumok, képzések és különböző oktatási programok biztosításával. Mostanáig a DURA több mint 50 EU projektet valósított meg sikeresen, és a Várost érintő országos projektek többségének a végrehajtásáért felelős.

A Kinookus (Cinetaste) NGO-t 2010-ben alapította audiovizuális, oktatási, tudományos és művészeti területen működő szakemberek egy csoportja. Az Egyesületnek széleskörű tapasztalatai vannak nemzetközi, országos és helyi projektek kidolgozásában és megvalósításában az alábbi területeken: oktatás az élelem, környezet és film témáiban; fenntartható fejlődés; hagyományos és fenntartható mezőgazdaság; emberi és polgári jogok; civil társadalom fejlesztése; állampolgárok bevonása a döntéshozatal folyamatába; a természeti és kulturális örökség, a helyi hagyományok aktív védelme. A Slow Food Dubrovnik a Kinookus révén hajtja vége projektjeit. Legfontosabb tapasztalatai: a Kinookus Nemzetközi Élelem Film Fesztivál megrendezése 10 alkalommal; számos országos szintű kampány megszervezése (közös áruk védelme, földfoglalások elleni kampány, állampolgárok bevonása a döntéshozatal folyamatába), film és élelem témáival foglalkozó programok, workshopok szervezése gyerekek és fiatalok számára, kiadói tevékenység.

2.1.3. BRNO



A kb. 400.000 lakosú Brno a Cseh Köztársaság második legnagyobb városa, kulturális központ; rengeteg történelmi műemlék, modern építészet, kávéházak és izgalmas gasztronómia jellemzi - mindez jól tükrözi helyét Európa útjainak útkereszteződésénél. A városon túl Dél-Morvaország festői tája köszönti a látogatót: rétek és keskeny utacskák, gyümölcsösökkel és bájos falvakkal tarkított mozaikja.

Meleg éghajlatának és természetes környezetének köszönhetően a Cseh Köztársaság szőlőültetvényeinek többsége ebben a régióban található, de ismert a mandula, uborka, spárga termesztéséről és halastavairól, füstölt húskészítményeiről is. Rendszeresen szervezett fesztiválok nyújtanak bepil-

lantást a helyi népi hagyományokba, és izgalmas bisztrók, sörfözők és butik hotelek széles választéka ötvözi a sokféle kulturális hatást és nyújt páratlan gasztronómiai élményeket.

2.1.3.1. Projekt Partnerek: Dél- Morvaország Idegenforgalmi Hivatala és Slow Food Brno

Dél-Morvaország Idegenforgalmi Hivatala koordinálja a dél-morvaországi turizmus fejlesztését és gondoskodik Dél-Morvaország bemutatásáról mind az országon belül, mind a külföld felé. A kiindulási pont a turizmus fejlesztésében résztvevők érdekeinek a meghatározása.

A cél a látogatóknak megbízható tájékoztatás nyújtása, turisztikai termékek létrehozása, az idegenforgalomban aktív szervezetek együttműködésének támogatása, Dél-Morvaországot bemutató - vizuálisan vonzó, tartalmában gazdag - ismertető anyagok kiadása, az emberi erőforrások fejlesztése az idegenforgalmi szolgáltatások területén. Partnerekkel kooperációban Dél-Morvaország Idegenforgalmi Hivatala részt vesz az EU vagy az állam által finanszírozott projektek végrehajtásában.

A Slow Food Brno a helyi Slow Food Convivium. Oktatási, tudatformáló és információs programokat szervez iskolás gyerekeknek, a nagyközönségnek és a termelőknek, annak érdekében, hogy újra felismerjék az élelem kultúrájának, a regionális gasztronómiai örökségnek - az élelemfogyasztás és a környezet védelme közötti kapcsolatban is megjelenő - értékét. A gasztronómiában működő professzionális munkatársaknak a Slow Food Brno gyakorlati képzést és workshopokat, a helyi termelők-nél tett látogatásokat szervez, ösztönözve ezzel a fenntartható helyi élelemgazdaság fejlesztését. A Slow Food Brno munkatársainak van tapasztalata nemcsak az iskolai étkeztetési programokban (feltárva a helyi ellátási láncokat, kapcsolatot teremtve az iskolák és a helyi termelők között, stb.), hanem az olyan oktatási módszerekben is, amelyekkel a gyerekek egészségesebb és fenntarthatóbb életmódra nevelhetők.

2.1.4. KECSKEMÉT

Kecskemét, Bács-Kiskun megye fővárosa, a Nagyalföld minden szépségét és értékét megjelenítő város Magyarország szívében; a Duna és a Tisza közötti Homokhátságon, a Kiskunság régióban helyezkedik el, az UNESCO által bioszféra rezervátummá nyilvánított Kiskunsági Nemzeti Park térségében. Ez az évszázadok óta fontos mezőváros a 19. század fordulóján fejlődött nagyobb várossá. Ma több mint 111.000 lakos él a városban.

A város és környéke fejlődését meghatározta a településszerkezet és a földhasználat struktúrája: évszázadokon át folytatták itt a tanyás gazdálkodást, a pusztai állattartást és a tiszai halászatot. Kecskemétet úgy emlegetik, mint „Magyarország kertje”, a helyben termelt gyümölcsök - elsősorban a sárgabarack és a szőlő - minőségének köszönhetően. A sárgabarack és a kecskeméti barackpálinka világhírré tett szert. A környező települések szőlőültetvényeinek köszönhetően borkultúránk felkerült az ország bortérképére. A lovas farmokra érkező látogatóknak a lovas bemutatók bepillantást nyújtanak a régmúlt időkbe, és a tanyasi csárdákban megismerhetik a hagyományos magyar konyhaművészet ízeit. A turista célpontokon jól szervezett, szépen felépített vendégszeretet várja a világ minden tájáról érkező vendégeket.

A Hírös7 Fesztivál a város egyik legfontosabb és legnépszerűbb rendezvénye. A Kecskemétre látoga-

tók az élelem olyan kultúráját találják itt, amely egyaránt gyökerezik a helyi népi hagyományban és a befogadott külső hatásokban.



2.1.4.1. Projekt Partnerek: Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata és a Kiskunsági Hagyományőrző, Kézműves és Turisztikai Egyesület

Kecskemét Megyei Jogú Város önkormányzata kormányozza a várost, amely egyben a régió közigazgatási, oktatási és kulturális központja. Kecskemét tapasztalatot és tudást szerzett a kulturális és természeti örökség valorizációjának a területén is.

A helyben előállított, magas minőségű, egyedi termékek, valamint kézműves alkotások bemutatása és promóciója mindig prioritást élvezett - a széleskörű tudatformálás érdekében. A reklám kampányok célja, hogy megváltoztassák az emberek szokásait, az élelem kiválasztásánál tudatos döntésekre ösztönözve őket.

A Kecskeméti Piac a projekt keretében önkéntes együttműködő szervezetként vesz részt. A piac mindig kiemelkedő szerepet játszott a város életében, és mint az önkormányzat által felügyelt intézmény mindig jelentős befolyásoló szerepe is volt. Ez fontos helye a nyilvánosságnak, ahová a régióból jelentős számban érkeznek helyi termelők és élelem előállítók. Majdnem 300 kistermelő és kb. 40 kereskedő van rendszeresen jelen a piac csarnokában és külső terén. A piac által nyújtott ellátás teljessé tétele érdekében 42 üzlet is helyet kapott a piaccsarnokon belül. Sokan közülük több mint 30 éve dolgoznak itt. Emellett a Kecskeméti Piac számos rendezvény szervezője és helyszíne is.

A Kiskunsági Hagyományőrző, Kézműves és Turisztikai Egyesület non-profit civil szervezet, amelynek a Slow Food Kiskunság Convivium (röviden SF Kiskunság) képezi a magját. A fő tevékenységi területek: a Slow Food alapelvek alapján működő termelők és termelési tevékenységek érdekeinek képviselése, nekik segítség nyújtása; a növénytermesztés, állattenyésztés és élelem-feldolgozás hagyományos technikáinak megőrzése és népszerűsítése - az agro-biodiverzitás és a helyi hagyományok megőrzésének alapelveire alapozva; tudás átadása: többek között felnőttképzés, oktatási

programok / nyári táborok gyermekek számára; rendezvények szervezése (őshonos magvak cseréje a helyi termelők között, íz-oktatás iskolákban, helyi termelői piacok); továbbá szolgáltatások nyújtása az agroturizmus területén. A Kiskunsági Mangalica Kolbász nemzetközileg elismert és Slow Food Presidiumként minősített termék - amely felhívja a figyelmet erre a hagyományos őshonos magyar sertésfajtára, amely már majdnem eltűnt.

2.1.5. KRAKKÓ



Krakkó mind területét, mind a lakosság számát illetően Lengyelország második legnagyobb városa. A területe 372 km², 2018-ban 774.839 lakosa volt, ez Lengyelország lakosságának kb. 2 %-a.

Krakkó az ország egyik legfontosabb urbánus központja, mind regionális, mind nemzetközi szinten a társadalmi, gazdasági és kulturális élet pezsgő központja. Krakkó Malopolska tartomány fővárosa. Krakkó jelentős tudományos központ is. Krakkó intellektuális potenciálját 23 egyeteme alapozza meg; az egyetemek 22.000 embernek adnak munkát, köztük kb. 1500 professzor működik, és 212.000 egyetemi hallgató tanul a városban. Krakkó a kiszervezés, azaz az alvállalkozók bevonásának legnagyobb központja az országban - az ágazatban országosan foglalkoztatottak 40 %-a ebben a városban dolgozik. Az üzleti / vállalati folyamatszervezéssel foglalkozó szektor keretében 65 vállalat működik Krakkóban és környékén. Ezek a vállalatok könyvelési, adózási, IT vagy pénzügyi szolgáltatásokat nyújtanak a vállalatoknak. 2018 végén ebben a BPO/SSC (Business Process Outsourcing / Shared Service Center = Vállalati Folyamat Kiszervezés / Közös Szolgáltatási Központ) elnevezésű szektorban 79.700 volt a foglalkoztatottak száma, és ez még mindig növekszik.

Krakkó Európa kulturális és idegenforgalmi központja. Az történelmi Óváros és Kazimierz, a zsidónegyed már a legelső UNESCO Világörökségi Listán szerepelt 1978-ban. 2000-ben Krakkó elnyerte az Európa Kulturális Fővárosa díjat. 2018-ban Krakkót 13,5 millió turista kereste fel, köztük 10,4 millió volt a hazai turisták száma.

2.1.5.1. Projekt Partner: Krakkó Város Önkormányzata

Krakkó Város Önkormányzata (Gmina Miejska Kraków) kormányozza a várost, amely egyben kulturális, közigazgatási és üzleti központja Kis-Lengyelország tartományának és Dél-Lengyelországnak. A döntéshozó és ellenőrző testület Krakkó Városi Tanácsa, a végrehajtásért felelős Krakkó Város Elnöke. A Krakkói Önkormányzati Hivatal 2700 alkalmazottja mintegy 40 szakosztály keretében végzi munkáját. A Krakkói Önkormányzati Hivatal modern menedzsment módszert vezetett be, a tanúsítvány száma: ISO 9001:2015.

2.2. A GCH FELTÉRKÉPEZÉSE A PARTNER VÁROSOKBAN

A GCH feltérképezése során vadonatúj módszertant alkalmaztunk, a Slow Food «Ízek Bárkája» (Ark of Taste) és „Emlékek Magtára” (Granaries of Memory) projektjeinek tapasztalataiból, valamint a Slow Food-CE projektben közreműködő partnerek hozzátett tapasztalataiból kiindulva, arra összpontosítva figyelmünket, hogy az alkalmazás különböző összefüggés-rendszereiben egyenértékű, homogén eredményeket érjünk el.

A GASZTRONÓMIAI KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG FELTÉRKÉPEZÉSI MODELLJE teljes körű, mélységekbe menően részletes elemzés a gasztronómiai kulturális erőforrások helyi összefüggéseinek a feltárása, meghatározása és dokumentálása céljából, amely kielégíti az adatgyűjtés és az örökséggé nyilvánításhoz szükséges kiértékeléssel kapcsolatos igényeket is.

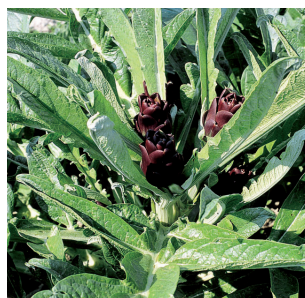
A modell célja, hogy feltérképezze a helyi összefüggés-rendszert: kutatást folytasson, interjúk és információ gyűjtése érdekében keresse meg a helyi szereplőket (formális és kötetlen módon egyaránt: szakácsok, újságírók, helyi gasztronómiai szakemberek, kereskedők, kávézók, szállodák és más, gasztronómiai termékeket forgalmazó egységek menedzserei bevonásával), valamint azokat a termelőket, akik őrzik a gasztronómiai örökséget. A megkérdezettektől információt kértek a helyi élelem- és biológiai sokféleségre vonatkozóan is (mezőgazdasági termelés, állattenyésztéses gazdálkodás, gasztronómiai hagyományok, stb.)

Az erőforrásoknak ezen a módszertanon alapuló feltérképezését az egyes partnerek végezték el, adott helyi körülményeiknek megfelelően, nagy fontosságú kulturális és gasztronómiai tudás gazdag és sokszínű tárházat tárva fel, ami az egész projekt dokumentációs értékét rendkívüli módon gazdagította. A különböző összefüggésekben feltárt sokféle téma összehasonlítása nagyon sok érdekes - további kutatásra, mérlegelésre érdemes - kulturális, történelmi és gyakorlati hasonlóságot és különbséget hozott napvilágra.

2.2.1. VELENCE GCH

Velence gasztronómiai kulturális örökségének fontossága a természeti környezet egyedi voltában, a helyi termékek figyelemreméltó sokféleségében és minőségében gyökerezik, mindehhez kiváló vendéglátóipar is társul. A termelés erőforrásai alapvető fontosságúak a Lagúna tájegységében, nevezetesen a mezőgazdaság, az aqua-kultúra (vízi kultúra) és a hagyományos kézművesség területén.

A mezőgazdaság ennek a területnek mindig kulcstényezője volt. A Velencére jellemző legfontosabb mezőgazdasági termékek elválaszthatatlanul kapcsolódnak a város szigetjellegéhez. Pl. a Sant’Erasmuszigeten - amit a város zöldséges kertjének tartanak - termesztik a híres lila articsókát, amely ma már Slow Food Presidium. Az utóbbi években a Dorona szőlőt, ezt a Lagúna területén őshonos szőlőfajtát, ami már majdnem eltűnt, felelevenítették és ma már termesztik Sant’Erasmus és Mazzorbo szigetén. A mezőgazdaság mellett másik fontos ágazat Velencében a haltenyésztés.



A legfontosabb termékek és ételek:

- Sant’Erasmuszigeti lila articsóka különösen a „castraure”, az articsóka első, gyenge csúcsrügyei
- Caparossolo de ciosa (chioggia-i kagyló)
- Moeche and masanete (puha-páncélú rövidfarkú rákok)
- Sepa bianca de ciosa (chioggia-i fehér tintahal)
- Schia della laguna di Venezia (kis garnélarákok)
- Bigoi (tipikus tészta, nagyon hasonlít a nagy spagettire)
- Baicoli (tipikus velencei keksz, teasütemény)
- Bussolai (tipikus Burano-szigeti keksz, teasütemény)
- Fave alla veneziana (tipikus kis teasütemény, mandulával és fenyőmaggal készítve)
- Frittelle veneziane (velencei palacsinta)
- Fugassa veneta (velencei focaccia=lepénykenyér)
- Galani e crostoli (olajban sült pite csíkok)
- Mandorlato veneziano (velencei nugát)
- Pagnotta del doge (dózse veknije)
- Zaletti (kukoricalisztból készült tipikus sárga aprósütemény)

- **Baccalà mantecato** (sózott tőkehalból készült brandade=ízesített halpüré)
- **Sarde in saor** (szardínia szószban, hagymával és ecettel)
- **Risi e bisi** (zöldborsós rizottó)
- **Bigoli in salsa** (előétel, tojásos tészta /bigoli/ szardínia szósszal)
- **Fegato alla veneziana** (velencei hagymás máj fehér polentával)
- **Castradina** (sózott, füstölt és érlelt birkalázból káposztával, hagymával és zöldfűszerekkel készült ízletes leves)

2.2.2. DUBROVNIK GCH

Míg a Köztársaság idején csak két deficitese élelem volt, a gabonafélék és a hús, az élelem előállítása fokozatosan leállt, és manapság jóformán semmit sem termelnek. Az idegenforgalom fejlődését követően a lakosok legtöbbje szobák, apartmanok és házak kiadása felé fordult, és a szarvasmarha tenyésztés, zöldség- és gyümölcsstermesztés fáradságos munkája majdnem teljesen eltűnt. Az öregek még emlékeznek a fejükön kosarat (koscic) hordó asszonyokra, akik a dubrovniki piacra siettek, és könnyű elképzelni, hogy milyen nehéz volt az árusítóhelyükhöz eljutni. Napjainkban a technológia és a közlekedés fejlődése jelentős mértékben megváltoztatta az élelem előállításának és helyhez szállításának korábbi dinamikáját. Mindazonáltal nyilvánvaló, hogy a turizmus vonzóbb, mivel kevesebb erőfeszítéssel nagyobb profitot biztosít, és a kockázat is sokkal kisebb. Majdnem mindenki megadta magát a piac szabályának, amely határozottan a lehető legolcsóbb árut részesíti előnyben, teljes mértékben figyelmen kívül hagyva a hagyományos, helyi és minőségi értékeket. Ez az oka annak - a lefolytatott interjúk során megfigyelt - jelenségnek, hogy a mostani termelőket inkább motiválja az egészséges élelem fogyasztása iránti vágy és a nosztalgia, mint bármilyen gazdasági megfontolás. Ilyen példák: ételeket saját fogyasztásra készítő étterem; saját és néhány partner étterem számára ételeket készítő étterem; személy, aki szabadidejében nagy örömmel természet, illetve állít elő élelmet saját családja részére. Az interjúk során azt is megállapítottuk, hogy van igény a helyi eredetű és magas minőségű termékekre, de ezt a következtetést magán tapasztalatok alapján vonhattuk le. Ordítóan nyilvánvaló, hogy nincs olyan általános stratégia, amely professzionális módon meghatározná az irányelveket a turizmus fejlesztésére, a piac szükségleteire és a helyi és hagyományos termékek elhelyezésének lehetőségeire vonatkozóan. Sőt, úgy tűnik, hogy az egyéni megfigyeléseket soha nem is rögzítették. Az a benyomás alakul ki, hogy az emberek passzív módon hódoltak be a turizmus piaci logikájának, anélkül, hogy ezen túlléptek volna, például új egészségügyi, sport, környezeti, oktatási, kulturális, vagy vidéki turisztikai kínálatok megfontolásával. Az is nyilvánvaló, hogy ezek a turisztikai formák kevésbé vannak júliushoz és augusztushoz kötve, és több lehetőséget kínálnak a hagyományos és helyi termékek promóciójához. A turizmus, mint minden más gazdasági ágazat, képes rá és kell is, hogy lefedesse az alapjait egy olyan típusú turizmusnak, amely felmutatja mindazokat az értékeket, amelyeket a természettől kaptunk és amelyekből elődeink oly bölcsen teremtették meg, amire szükségük volt. Végezetül, olyan turizmusra van szükség, ami nem tönkretesz, hanem az értékek tiszteletére tanít. Túl nagy elvárás, hogy egy ilyen típusú turizmust legalább elismerjünk és értékeljünk egy hosszú távú stratégia keretében? Ami különösen nyilvánvaló az idős résztvevőkkel készített interjúk alapján, az a hihetetlenül nehéz élet, ami a nem is annyira régen élt elődeinknek kijutott. A közvetlen tanúk még élnek, akik emlékeznek azokra az időkre, amikor még nem volt villany, vízellátás, közlekedési-szállítási eszközök, a telekommunikációt nem is említve. Úgy tűnik, hogy nagy szükség van a tudatformálásra az életminőség - területünkön elsősorban a turizmus fejlesztésének köszönhető -

javítása terén elért fejlődésre vonatkozóan. Érdekes abba belegondolni, hogy az évszázadok során nehéz munkával gyűjtött tapasztalatok teremtettek olyan vonzerőt és specifikus jellegzetességeket, amelyek révén egyedi élményt tudunk nyújtani, amiért érdemes idelátogatni. Elmondhatjuk: az itteni emberek sokat fizettek mindezért, de szinte semmit nem adtak el belőle. Mindazonáltal, annak érdekében, hogy a vágyott és szükséges változások bekövetkezzenek, egy - világos munkafolyamatot és könnyen érthető célkitűzéseket felvázoló - hosszú távú projektre van szükség.

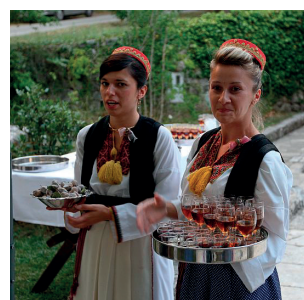
Az interjúalanyaink között volt három fiatal vendéglátó (Mihanovic, Bitanga-Jukic és Saric), akik nemcsak megértették az említett értékeket, hanem sikeres projekt keretében meg is valósították. Továbbá a húsfeldolgozó (Mihlinic), a borász (Karaman), a gyümölcs- és zöldségtermesztő (Pendo), a kagylótenyésztő (Hladilo), a hagyományos desszertek készítője (Jakobusic) és a mikro-zöldfűszer termesztő (Matic) is beépítették a hagyományt és az innovációt vállalkozásaikba. A nyugdíjasok (Trojic és Dobud) realisztikus képet festettek a múlttól és az akkori életkörülmények által megkívánt erőfeszítésekről, de megerősítették az említett értékekbe vetett hitüket is. Jadranka Nicetic kutatásai csodálatos alapot teremtettek a jövő újítói számára, akik valami teljesen „újat” akarnak nyújtani. A régi idők egyik tanúja (Kisic) megosztotta velünk értékes emlékét arról, ami az élelem szimbóluma: a kenyér. Egy kereskedő asszony (Kleskovic) megerősítette, hogy mindez így igaz, mert a világ minden tájáról, különböző országokból érkező turisták már évek óta határozottan felismerték és keresték is a helyi termékeket. Egy egyéni termelő (Marinovic) arról tanúskodott, hogy mindez óriási elégedettség érzését ajándékozta az embernek. Ennélfogva, az a kívánatos, hogy olyan típusú munkahelyeket teremtsünk, amelyeket az emberek szenvedélyesen megszeretnek és így nagy meglepéssel végzik a munkájukat.

A terepmunka során feltérképezett néhány fontos helyi termék:

- **Župski Kavulin:** kétéves növényfajta, a broccoli-k családjából. A ma széles körben ismert típustól abban különbözik, hogy magasabb növésű és levelei hosszúkásak. A virágja laza és tizenöt kis lebegő levélből áll, amelyeket kicsiny levélkék választanak el egymástól. A vöröses-barna szín a jelentős anthocyanin tartalom következménye. A teljesen kifejlett növényt 15 cm hosszú metszéssel felvágják, még mielőtt a virágok kezdenének kinyílni - azután hagyományosan csomóba kötik őket, és így kerül a piacra;
- **Crne Prikle:** - ennek az olajban sütött édességnek a fő jellegzetessége a friss vaddisznó-vér, amit a tésztához kevernek;
- **Malostonska Kamenica:** - az Európai Lapos Osztriga sósvízben élő, kettős teknőjű kagyló, amely tengervízben vagy kissé sós (kevert) vízben él. Húsa delikátesznek számít. A Horvátországban honos Európai Osztriga majdnem kihalt, és csak néhány helyen található a Földközi-tengerben, az Atlanti-óceán keleti részén és a Fekete-tengerben. Az osztriga specifikus körülmények között tud csak fejlődni, a Mali Ston öböl pedig ideális helyszín az osztriga-tenyésztéshez.
- **Usoljeni (salted) Crneji:** - A „crnej” halfajta, könnyen felismerhető színéről és nevééről = fekete. Habár feketének látjuk, valójában a színe a sötétbarna és a sötétlila között van. A part mentén él, 40 m vízmélységig. 16 cm hosszúra és 80 g súlyúra tud megnőni. Habár nagyon ízletes hal, a táplálkozásban nincs fontos szerepe kis mérete és viszonylag sok szálkája miatt. Piacokon alig találkozunk vele, kivéve néha az Adria déli részén, ahol általában sóba teszik, ugyanúgy, mint a szardíniát és a ringlit;
- **Ston Sea Salt:** - Dubrovnik mellett - mind gazdasági, mind stratégiai szempontból - Ston volt a legfontosabb település a Dubrovniki Köztársaságban, egyben a második város egész Európában, amely terv alapján épült. Jóléte a sóból származott - ez hozta a Dubrovniki Köztársaság jövedelmének az egyharmadát. A só kitermelésének hagyománya 4000 éven át öröklődött - és a só lepárlása azóta is ugyanúgy történik: kizárólag a tenger, a nap és a szél közreműködésével. A Solana Ston (Ston-i Sólepárló) öt csoportba osztott 58 medencéből áll, mivel a sólepárlás folyamata öt szakaszból áll, amely - időjárási viszonyoktól

függően - egy vagy két hónapig tart. Kilenc medence szolgál a kristályosodás céljára, ezek mindegyike - egy kivételével (Mundo = Világ) - szentekről van elnevezve (Ferenc, Miklós, Baltazár, Antal, József, János, Péter és Pál). A kilenc kristályosító medencéből évente 500 t sót lehet kitermelni. A Dubrovniki Köztársaságban a só-kitermelés időszakában Ston és a környező települések minden munkaképes lakója ezen dolgozott, mert ez rendkívül fontos volt a gazdaság szempontjából. A só kitermelése, szállítása és kereskedelme gazdasági értelemben igen fontos volt, mert 15.900 aranypézt bevételt jelentett évente a Köztársaságnak, és ez volt a legmagasabb profit. A Solana Ston jelenlegi - de a Dubrovniki Köztársaság-idejéből származó - létesítménye a só-kitermelés középkorban gyökerező, komplex folyamatát mutatja be, és mint ilyen elsőrangú történelmi műemlék, egyúttal kedvelt turista célpont is. A só-kitermelés módszere nem változott az évszázadok során és ezek között a környezetbarát és egészséges feltételek között garantálja a só állandóan kiváló minőségét, és a mai modern idők minden igényét is kielégíti.

- **Malvasija Dubrovačka:** híres bor, ami a helyi fehér szőlőfajtából (malvasija) készül. A fajta a 20. században majdnem eltűnt. A Köztársaság idején Dubrovnik rektorának volt a protokolláris bora.
- **Prošek:** - édes desszertbor, ami a malvasija szőlőből készül, egy érdekes eljárással, a napon szárított szőlőből;
- **Konavoska Kapula:** - Konavle régióból származó helyi hagymafajta;
- **Menestra Zelena:** - hagyományos étel, helyi káposztából és füstölt húsból készül;
- **Golokud Corn:** - helyi őshonos kukorica fajta;
- **Olive Oil:** - helyi fajtákból - oblica, lastovka - készül;
- **Bread:** - a régióban hajdan készült két-háromféle kenyér (ez a hagyomány eltűnt, de még mindig vannak malomkövek a Köztársaság idejéből);
- **Bitter Orange Marmalade** - ez a hagyomány ma is él, a vadnarancs-lekvár, a fák jellegzetes elemei a dubrovniki tájnak;
- **Pelješac Varenik:** - tésztabatyu, már Slow Food Presidium;
- **Mantala:** - édes vareniki = tésztabatyu
- **Poveruni or Peveruni:** - nagyon ízletes, kis zöld helyi paprikafajta;
- **Buša Cattle:** - helyi szarvasmarha fajta (már az Ízek Bárkájában);
- **Škripavac Cheese:** - busa marha tejéből készül (már az Ízek Bárkájában);
- **Plavac Mali Grape and Wine:** - az egyik leghíresebb horvát szőlő- és vörösbor fajta

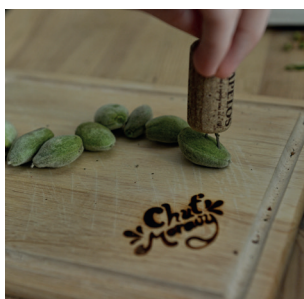


- **Edible Flowers:** - ehető virágok - néhány vendéglátó helyen mostanában felújított hagyomány, a Köztársaság idején rendkívül népszerű volt;
- **Dubrovačka Ruda:** - helyi birka fajta.

2.2.3. BRNO GCH

A Dél-Morvaországi Régió több, egymástól eltérő néprajzi területet foglal magába, melyeket a népi hagyományok széles választéka jellemez, és ez a gasztronómiai örökség különböző regionális formáinak kialakulását tette lehetővé. A helyi konyhaművészet tipikus jellemzői a régió termékenységének, a sok-sok gyümölcs, zöldségféle, gabona és szőlő termesztésének köszönhetően alakultak ki.

Dél-Morvaország éghajlata az egyik legmelegebb a Cseh Köztársaságban. A Dél-Morvaországi Régió területének több mint felén folyik mezőgazdasági termelés. Az állattenyésztés főleg sertés, vízi szárnyasok és csirke tartását jelenti. A leggyakoribb gabonafélék a búza, árpa és kukorica, míg a zöldségfélék között a híres helyi savanyúságokat, paprikát és paradicsomot kell megemlíteni. A meleg éghajlatnak köszönhetően az őszibarack, sárgabarack és borszőlők is jól fejlődnek a régióban: a Cseh Köztársaság szőlőültetvényeinek 96 %-a Dél-Morvaországban van. Brno és az egész Dél-Morvaországi Régió természetes csomópont, ahol a kereskedelmi útvonalak századokon át keresztezték egymást. Ennek eredményeként, cseh és német befolyások keveredtek egymással természetes módon, mind a nyelv, mind a konyhaművészet területén. A zsidó, magyar és lengyel konyhaművészet befolyása és elemei is megjelentek, amelyeket a helyi emberek fokozatosan sajátjuknak tekintettek. A régió mai konyhaművészetét nagyban befolyásolta az egykori Osztrák-Magyar Monarchia. Tipikus példái ennek a bécsi szelet és a magyar gulyásleves, amelyeket annyira befogadtak, hogy a csehek, morvák és sziléziaiak már ősi, eredeti helyi ételeknek tartják. Brno a kapuja Morvaország hagyományos szőlőterületének. Természeti és történelmi attrakciói mellett a helyi bortermelés az egyik legfontosabb vonzerő a látogatók számára.



A terület néhány fő terméke és étele:

- **Dél-Morvaországi borok:** nevezetesen Müller Thurgau, Rulandské bílé (Pinot Blanc), Veltlínské zelené (Zöld veltelini), Rulandské sedé (Pinot gris), Ryzlink vlassky (walesi rizling), Pálava és Muskát

moravsky (morva muskotályos)

- Znojmo savanyúságok
- Hustopece-i Mandulafa
- Ivancice-i Spárga
- Pohorelice-i ponty
- Punkvai pisztráng
- Sárgabarack

2.2.4. KECSKEMÉT GCH

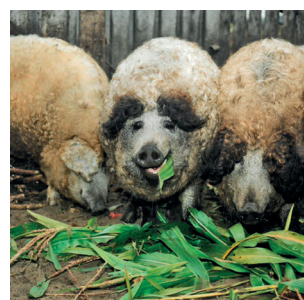
Kecskemét tipikus magyar, alföldi mezőváros. A térségben jellegzetes települési struktúra és földhasználat alakult ki. A mezőgazdaság a térségben mindig nagyon fontos volt. Nagy-Kecskemét homokos talaja különösen alkalmas szőlő- és gyümölcsstermesztésre.

A népi táplálkozás hagyományos ételei:

- **Kása:** /Kásák és pépes ételek/: a legősibb ételnek a kásaféléket, valamint a kelesztés nélküli lepényféléket tekinthetjük.
- **Kenyér:** Történelmi tény, hogy a 16-17. századi Magyarországon a legfinomabb kenyeret Kecskeméten sütötték. Vidékünkön, a Duna-Tisza köze alföldi részén a 20. században a szép fehér, puha bélű, roppanós héjú kenyér volt a legnépszerűbb. Az igazán finom, szinte habos bélű fehér kenyér elkészítéséhez nemcsak a magas sikértartalmú búzafajták, s megfelelő őrlési és szítási technikák szükségesek, hanem a kenyérsütő ügyessége is fontos tényező. A házi kenyérsütéskor a tésztából lecsipett darabból, a kemence szájánál, a láng közelében sütötték a lángost, mely más formában sütvé, de ma is kedvelt étel.
- **Hús:** Sertéshús - A 19. század leggyakoribb disznófajtája a mangalica volt, ám akadt még jenei, kisküllői és elvéve szalontai fajta is. A disznóölés ideje decembertől februárig tartott, amit jeles napokhoz kötöttek (karácsony, lakodalom). A tartósított termékek között volt háromféle szalonna (sózott, füstölt, abált), kétféle kolbász (vékony és vastag), három-négyféle hurka (fehér, véres, zsemlés, májas). A 20. század első felében kölest, majd zsemlét, a század közepétől pedig rizst is tettek a hurkába. Kedvelt volt még a májas, a kenőmájas is. Természetesen tepertőt vagy töpörtyűt is készítettek. A disznóhajat is felhasználták: főleg sütemények (rétes, pogácsa, töltött sütemények) készültek belőle. A disznóvágás utáni hetekben a kocsonya sem maradhatott el a család asztaláról.
- **Baromfi:** A 19-20. század folyamán a tanyákon, a paraszti gazdaságokban a legkülönbözőbb szárnyasokat tenyésztették: tyúkot, pulykát, kacsát, libát, gyöngytyúkot és galambot. A pulyka aprólékából levest főztek. Amikor a hús megfőtt, kivették a levesből és külön átsütötték vagy kirántották. Mivel a pulykahús száraz, leginkább pörköltet készítettek belőle. Az őszi libákat vasárnapra volt szokás pecsenyének megsütni: négybe vágva sütötték meg a hízott libát a kemencében, mellé krumplipürét ettek. A libamájat is megsütötték a hús mellett a tepsiben, de azt csak később rakták be a kemencébe. A kacsát szintén a kemencében, tepsiben sütötték meg jól megfűszerezve: megsózták, megborsozták, valamint pirospaprikával megpörgették. A csirkéből szintén vasárnapi ebéd készült: húsleves, rántott csirke. A tyúkpörkölt mellé nokedlit tálaltak. A zúzapörkölt új keletű étel, igen népszerű a családban.

A közelmúltban kiadott Travel Book (<https://interreg-central.eu/Content/Node/KECSKEMET-travel-book.pdf>) megpróbálja bemutatni azokat a legfontosabb helyeket, ahol a gasztronómiai örökségünk még ma is élő hagyomány:

- **Gulyásleves:** volt a legfontosabb paraszti étel, a magyar konyhaművészet alapja. A mai napig rendkívül népszerű. A „Magyar Gulyásleves” 2017 óta Hungaricum.
- **Ökörsütés nyílt tűzön:** a ma már feledésbe merült hagyomány szerint az ökör belsejébe birkát, abba tyúkot, abba galambot és végül legfelülre egy nyers tojást helyeztek. Az ökör akkor volt megfelelően megsütve, ha a tojás megfőtt.
- **Kecskeméti barackpálinka:** védelem alatt álló magyar pálinka. A Kecskeméti Barackpálinka megnevezést bíró pálinka alapanyaga olyan sárgabarack, amely a kecskeméti térségben termelt, az előállítás technológia környezetbarát és eredetigazolással rendelkezik. A gyümölcs ilyen feldolgozása nyomán a Kecskeméti Barackpálinka ma már Hungaricum.
- **Kecskeméti baracklekvár:** a kedvező talaj- és éghajlati adottságoknak köszönhetően a sárgabarack termesztése és feldolgozása Kecskeméten és környékén több száz éves múltra tekint vissza. A 20. század terméke a hámozott, félbevágott, édesített, főtt sárgabarack, a sárgabarack lekvár. Csak a megfelelő fajta alkalmas a feldolgozásra. A kecskeméti baracklekvár jellegzetes aromája és kellemes íze utánozhatatlan.
- **Mangalica kolbász:** miután majdnem teljesen eltűnt, a mangalica sertés tenyésztésének felelevenítésére a 1990-es években került sor. A korpulens testű állatok nagyon lassan nőnek és nem tarthatók szűk ólakban. A mangalica sertés húsból készített legfontosabb termék a kolbász. A márványosan zsíros húst finomra darálják, sóval, borssal, piros paprikával, valamint az adott termelő saját receptje szerinti további fűszerekkel ízesítik. A kolbászt kézzel töltik a bélbe (hagyományosan a sertés vékonybélbe /duodenum/). A kolbászt hidegen füstölik, akác- vagy bükkfa tűzén. Ezután - ideális esetben 2-3 hónapig - érni hagyják.



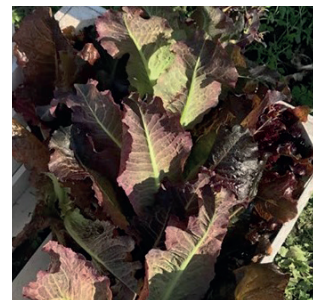
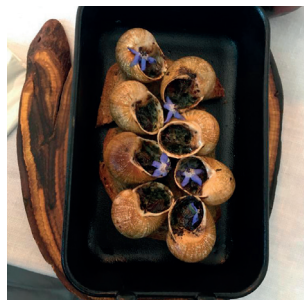
2.2.5. KRAKKÓ GCH

A gasztronómia szakértői (connoisseur) Krakkó és Malopolska helyi specialitásait ízletesnek, nagyon finomnak, egyedinek találják - amelyeket határozottan érdemes megkóstolni. Ezért választották Krakkót 2019-ben a Gasztronómiai Kultúra Európai Fővárosává.

Krakkónak megvannak az erőforrásai, amelyek biztosították ezt a sikert: nagyszerű receptek, csúcsmínőségű termékek helyi beszállítóktól, és persze vendégszeretet és kellemes hangulat.

A térség néhány fő terméke és étele:

- **Krakkói Obwarzanek:** - ezek a friss és ropogóshéjú - sós, mákkal vagy szezámmaggal szórt - kenyerek kaphatók a Városi Piacon és mindenütt a városban;
- **Pierogi:** töltött gombóc vagy derelye, kék áfonyával, túróval, burgonyával, gombával, hússal, káposztával töltve;
- **Żurek po Krakowsku:** lengyel savanyú leves krakkói módra, savanyított (fermentált) rozsból készül;
- **Krakkói Vörös Borscs:** ízletes céklaleves
- **Kiełbasa piaszczańska:** félszáraz sertéskolbász, hagyományosan Piaski Wielkie terméke, egykori falu Krakkó mellett, ma a város egyik kerülete;
- **Prądnicki kenyér:** egy méter hosszú és fél méter átmérőjű, 14 kg-os kenyér! Manapság a «mini» verziót árulják, ami csak 4.5 kg súlyú!
- **Lipnicki kenyér:** kovászos rozskenyér, fatüzeléses kemencében sütve;
- **Miód Spadziowy:** organikus, balzsamos fenyő mézharmat;
- **Krakkói Celtuce:** fejes saláta fajta, amit vastag száráért termesztnek, a szárát meghámozzák, a belseje ropogós, ízletes, könnyű;
- **Oscypek:** Slow Food Presidium, helyi juhtejből - a hegylakók több száz éves receptje alapján készült juhsajt;
- **Redykołka:** az „oscypek” mini változata, különböző fantasztikus formákban készítik: hegyi állatok alakja, díszítő minták, szívalak;
- **Bundz:** juhtejből készített túró-féle, enyhe, könnyű ízvilággal;
- **Bryndza podhalańska:** lágy juhsajt, ízletesen sós;
- **Żentyca:** juhtej savója, ami az „oscypek” és a „bundz” készítése során keletkezik, erősen savanykás ízű;
- **Lisiecka kolbász:** csodálatos ízét annak köszönheti, hogy a helyben tenyésztett legjobb sertésfajták legfinomabb, válogatott húsából készül;
- **Zatorska liba:** hagyományosan tartott állatok, természetes takarmányuk összetétele: főleg zab, fű és burgonya;
- **Ponty Zatorból:** a lengyel királyok hosszú éveken át Zatorból rendelték a királyi asztalra a pontyot, ennek a fajtának a neve ezért a mai napig „királyi ponty”.

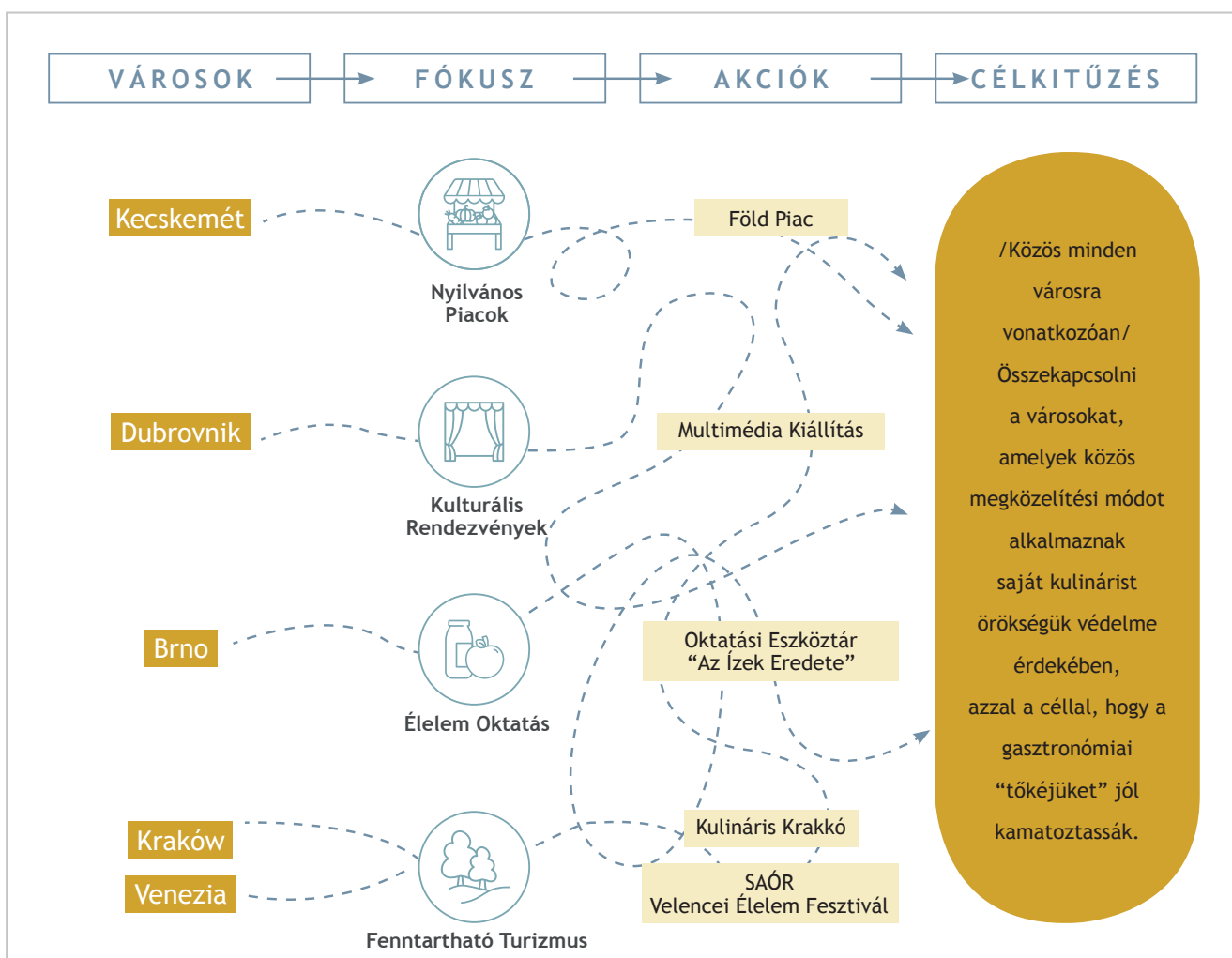


3.

A SLOW FOOD-CE
MINTA PROGRAMJAI
(PILOT ACTION)

3.1. A MINTA PROGRAMOK FÓKUSZA

A partnerek Minta Programjai négy fő területre összpontosították a tevékenységeket: Nyilvános Piacok (Kecskemét), Fenntartható Turizmus (Velence és Krakó), Élelem Oktatás (Brno), Kulturális Rendezvények (Dubrovnik)



3.1.1. VELENCE MINTA PROGRAMJA: VADONATÚJ VÁROSI FESZTIVÁL VELENCÉBEN A HELYI TERMÉKEK ÉS GASZTRONÓMIA NÉPSZERŰSÍTÉSE CÉLJÁBÓL

Velence Minta Programja egy három napos rendezvény megtervezése és megszervezése volt, 2019. szeptember 27-29-én, „SAOR - Saperi e sapori veneziani in festa” - „SAOR - Velencei Íz és Tudás Fesztivál” címen. A „Városi Élelem Fesztivál” igen sikeres rendezvényforma, sok városnak van ilyen tapasztalata Olaszországban és szerte a világon. A SAOR helyszínei a városnak mind a szárazföldi, mind a szigeti részein voltak szétszórva. Néhány kulcsrendezvényt maga Velence Város szervezett, és több mint 50 eseményt a helyi érdekeltek szerveztek, a Fesztivál irányelvei mentén. A Város szervezte a nyitó eseményt (kulináris kihívás az éttermek részvételével), egy gasztronómiai rendezvényt a Rialto Piacon szombat este és a záró showműsort, egy híres művész multimédia fellépésével, Forte Marghera-ban vasárnap.

Mellékrendezvények - az érdekeltek szervezésében, a Fesztivál szervezetének koordinálásával - néhány eredeti ötletet is beleértve:

- FŐZŐ SHOW (Főző bemutatók, kóstolások, stb.)
- NULL KM (közvetlen vásárlás a termelőktől: gyümölcs és zöldség, hús, hal, befőttek, sütemény és kenyér, stb.)
- MEETINGEK (útvonaltervek, vezetett utak és workshopok; találkozók kézművesekkel, kereskedőkkel, vendéglátókkal, éttermekkel, egyéb szolgáltatókkal, stb.)
- KONFERENCIÁK (tematikus konferenciák és más rendezvények, pl. workshopok az élelem, hagyomány, íz, stb. témákban)
- EGYÉB RENDEZVÉNYEK (speciális menük és „mikro-események” a piacokon, éttermekben, bárokban, borozókban, tavernákban, stb.)
- TÉMA KAPCSOLÁSOK (kiállítások pl. élelem és művészet, élelem és történelem, élelem és kultúra, stb. kapcsolt témákban)
- BULIK (zene, vetélkedők, játékok)

3.1.1.1. Megállapítások és javaslatok

A velencei Minta Program óriási siker volt; mind a lakosság, mind a résztvevő vállalkozások és maga a Város is szeretettel fogadták:

Velence Város értékelése szerint a Minta Program fő erősségei az alábbiak:

- INNOVATÍV JELLEG, mivel a SAOR volt az első széleskörű városi élelem fesztivál Velencében.
- NYITOTTSÁG, mivel a rendezvények olyan helyszíneken zajlottak amelyek nem mindig „nyitottak” vagy foglalkoznak az élelem kérdésével. A SAOR befogadó volt, bátorított a részvételre, ösztönözte a társadalmi közeledést és valamennyi korosztály bevonását, elsősorban és leginkább a lakosságot, de az érdeklődő és tájékozott látogatókat is.
- HAGYOMÁNYOS ÉS KORTÁRS SZEMLÉLET, mert az élelem ezeréves velencei történetéből merített, nyomon követte fejlődését a mai napig, egyúttal a jövő trendjeire is figyelt, megőrizve egyedi identitását még a legújabb újraértelmezésekben is.
- ÉRTÉKALAPÚ SZEMLÉLET, a Slow Food mottó: „Buono, Pulito e Giusto” („Jó, Tiszta és Fair”) szellemében. A SAOR tartalma valódi velencei módon fejezte ezt ki, dinamikus volt és szórakoztató is. A fenntartható megoldásokat népszerűsítette környezetvédelmi szemlélettel, erősítve a tudatosságot a törékeny ökoszisztéma kérdésében.

- HELYI FÓKUSZ, mert a rendezvények - egész Velence (városközpont, szárazföld, szigetek és a Lagúna) területén elszórva - a kiváló velencei élelemlánc megismertetésére fókuszáltak.

Minthogy ez volt az első alkalom, apróbb problémák előfordultak, amelyekre figyelmet fordítunk a jövőben. Ezek az alábbiak:

- KOORDINÁCIÓ - a különböző résztvevők között
- TERVEZÉS - hogy ne legyen átfedés a rendezvények között
- KÜLSŐ KOMMUNIKÁCIÓ - a különböző média csatornák, térképek, weboldal, közösségi média, sajtó útján tájékoztatás a programokról
- BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ - az érdekeltek és a szervezők között, erősebb kohézió és csapatszellem kialakítása érdekében.

A SAOR fogadtatása jó volt az érdekeltek és a résztvevő velenceiek körében egyaránt, olyannyira, hogy a következő ilyen rendezvény megszervezése azonnal komoly megfontolás tárgyát képezte.

A jövőben az alábbi lehetőségeket kell mérlegelni, folytatva mindazt, ami a Minta Program során már megvalósult:

- BEVONNI még több, a velencei kulináris hagyományokat és gasztronómiai örökséget ismerő résztvevőt
- ERŐSÍTENI a Fesztivál értékrendjét és identitását, terjeszteni a SAOR márkát Velence határain túl is, együttműködést és partnerséget alakítva ki más hasonló fesztiválokkal Európában (kihasználva Velence erős vonzerejét és hírét)
- STRUKTURÁLNI a programot, ésszerűbbé tenni a rendezvények besorolását jelző kategóriákat, a résztvevők könnyebb tájékozódása érdekében
- LOKALIZÁLNI új helyszíneket is, és életet lehelni olyan helyszínekbe, amelyekben nagy lehetőségek rejlenek, de eddig a közösség nem használta őket
- ÁPOLNI a kapcsolatot a támogató intézményekkel és stabil munkacsoportokat létrehozni az élelem témakörében.

Végül, a lehetséges jövőbeli ilyen rendezvényeket fenyegető veszélyek közül az alábbiakra kell figyelni:

- A SAOR PROGRAM átfedése a nagyon zsúfolt más velencei programokkal
- STRUKTURÁLNI a jövő SAOR rendezvényeinek a szervezését, tulajdonosi viszonyait, a szerepeket



és a kapcsolódó erőforrásokat

- NEHÉZSÉGEK a SAOR koncepció innovációja terén úgy, hogy közben fenntartjuk az identitás és kiválasztás kulcspontjait.

3.1.2. DUBROVNIK MINTA PROGRAMJA: MULTIMÉDIA KIÁLLÍTÁS A GASZTRONÓMIAI KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG TÉMÁJÁBAN

Az íróasztal- majd terepkutatás után a projekt team - Kinookus Egyesület és Dubrovnik Város Fejlesztési Ügynöksége (DURA) - 15 video interjút készített olyan emberekkel, akik - a meghatározott kritériumok szerint - birtokában vannak a Dubrovnik régió gasztrokulturális örökségének részét képező történeteknek, tudásnak és készségeknek. A video interjúk elemzését követően - figyelembe véve a Slow Food Central Europe projekt Horvátországra vonatkozatható fő célját (a közvélemény, a helyi önkormányzatok és a lakosság figyelmét ráirányítani a rendkívül gazdag, de nem megfelelően és nem eléggé valorizált GCH-ra) - a projekt team elhatározta, hogy a video sztorikat egy létrehozandó kiállítás keretének tekintik. A kiállítás koncepciójaként azt a célt fogalmazták meg, hogy a hangsúlyt az embereknek (a termelők, aktivisták, árusítók, szakemberek, átlagpolgárok, stb.) a GCH megőrzésében és fejlesztésében játszott központi szerepére, valamint az ő életmódjuk, lakóhelyük és megélhetésük megismerésének fontosságára helyezik. A Slow Food megközelítési móddal összhangban - az egyes interjúalanyokra vonatkozó alapvető információk mellett - a kiállítás hangsúlyozta az egykori Dubrovnik Köztársaság területi komplexitását, különlegességeit és más kultúrákkal közös alapvonásait, és speciális figyelmet szentelt a nyelv szerepének: ez a helyi, népi szóhasználat hagyománya a termelés, kóstolás és más, élelemmel összefüggő tevékenységek megnevezésében.

Antropológiai nézőpontból a kiállítás közönségének figyelmét az interjúalanyok arcának megfigyelése felé irányították, rámutatva, hogy mit is jelent az, hogy ösztönözzük a közvetlen kapcsolatot és ismeretséget azokkal az emberekkel, akik a táplálékunkat biztosítják, hogy egy olyan hosszú távú kapcsolatot építsünk ki, ami a bizalmon és a kölcsönös tiszteleten alapul. A kiállítás célul tűzte ki, hogy az élelmet előállító termelők méltóságának, a róluk napjaink dinamikus társadalmában élő képnek és helyzetüknek a tiszteletére tanítson. Ez a gondolat az, amit Dessislava Dimitrova (a Nemzetközi Slow Food Tanács tagja) oly zseniálisan fogalmazott meg, mely szerint a Slow Food olyan élelem, amelynek „arca” van, azaz olyan élelem, amelynek ismerjük az eredetét, valamint az előállításának módját és helyét - ez lett a Minta Programunk mottója.

A kiállítás megnyitóján kóstoló volt az interjúkban említett termékekből, a hagyományos étkezések mai formájából. A látogatóknak lehetősége volt megismerni számos érdekes tény Dubrovnik régió gasztrónómiai történetéből, külön hangsúllyal az élelem származási helyére.

A „City Breadwinners” („A Város Kenyéradoi”) című kiállítás célja az volt, hogy rámutasson arra, hogy a gasztrokulturális örökség rendkívül fontos része egy adott helyi közösség identitásának, valamint hogy ennek az örökségnek a megőrzése és a helyi élelemtermelés megerősítése alapvető fontosságú a városok előtt álló, az éghajlatváltozás és globális gazdasági dinamika okozta kihívások kezelésében. Dubrovnik összefüggés-rendszerében a projektnek különös fontosságot kölcsönöz a turizmus extrém monokultúrája, amelynek káros hatásai máris észlelhetők a társadalom szövetében, a környezet, a víz, a tenger és a levegő minőségének romlásában, és általában a helyi életminőségben.

3.1.2.1. Megállapítások és javaslatok

SZERVEZÉS

A multimédia kiállítást a Kinookus Egyesület és a DURA Ügynökség a Dubrovnik Természettudományi Múzeummal, a Rendezvény-szervező Ügynökséggel és a Kopun Étteremmel együttműködésben szervezte meg. Sokféle szakember vett részt a kiállítás tartalmának kidolgozásában: Ivan Vigjen művészettörténész és régész; Jadranka Nicetic élelem-történész, valamint számos helyi termelő és az élelem témájának szakemberei. A Minta Program megvalósításáról beszámolt a helyi és az országos televízió, az internet média és rádióadások. Két ernyőszervezet is részt vett a végrehajtásban: a Dubrovnik Vendéglátók Egyesülete és a Dubrovnik Idegenvezetők Egyesülete.

A Dubrovnikban rendezett kiállítás referenciapontnak tekinthető a kultúrával és élelemmel kapcsolatos jövőbeli kezdeményezések tervezéséhez. A Minta Program speciális jellemzőit az alábbiakban foglalhatjuk össze:

- **ÚTTÖRŐ ÉS INNOVATÍV**, mivel soha még ilyen kiállítás nem volt Dubrovnikban. Különböző etnológiai kiállításokat már rendeztek Dubrovnikban, de egyiküknél sem voltak a termelők a figyelem középpontjában, és egyikük sem készült a Slow Food filozófia szellemében.
- **A HELYI közösség IGÉNYEIRE SZABOTT**, mivel a dubrovnikai kulturális élet igen élénk, és a kiállítások ennek nagyon fontos részét képezik.
- **A helyi és az országos médiában SZÉLESKÖRŰ TUDÓSÍTÁSOK.**
- **A helyi lakosság NAGY SZÁMBAN LÁTOGATTA**, mivel az idegenforgalmi holtszezonban nyílt meg.
- **A városi közigazgatás ERŐTELJESEN TÁMOGATTA**, mert irányelvekre van szükségük a helyi GCH újraélesztéséhez.
- **A közönség MINDEN RÉTEGÉHEZ SZÓLT**: gyerekek, diákok, felnőttek, szakemberek, turisták (a tartalom mind angolul, mind horvátul rendelkezésre állt).
- **VIZUÁLISAN HATÁSOS ÉS MULTIDISZCIPLINÁRIS**, úgyhogy sok embert vonzott, a visszajelzés több volt, mint egyszerűen pozitív. Ugyanakkor bemutatta a Slow Food multidiszciplináris megközelítési módján alapuló helyi GCH komplex voltát.
- **EGYSZERRE HAGYOMÁNYOS ÉS KORTÁRS**, mivel a hagyományos termékeket és módszereket kortárs összefüggés-rendszerben (a kortárs igények és dinamika fényében) vizsgálták, követve a Slow Food gondolatát: a hagyomány mint sikeres innováció.

A Dubrovnik Minta Program fő gyengesége inkább a kétely abban, hogy lehetséges-e, hogy a helyi önkormányzat kezelésében a helyi GCH értékelésében valódi változás következzen be, vagy a valorizáció megfelelő módon való támogatása esetleg csak "papíron" marad. A kiállítás minden bizonnyal nagyon jó és hatékony kiindulási pont, de nagyon sokat kell még azért tenni, hogy kézzelfogható eredményeket érjünk el. A helyiek és a helyi önkormányzat nagyon jól fogadták a kiállítást. Ez kezdetét jelenti a helyi GCH komoly újragondolásának. Sok kis, helyi kezdeményezés (új kisléptékű termelői kapacitás) jött létre az elmúlt négy év során Dubrovnikban és környékén. Ami hiányzik, az a szisztematikus megközelítési mód, amely összekapcsolná az összes szereplőt egy hatékony helyi élelemrendszerben.

A kiállítás jó kiindulási pont lehet egy jövőbeli Gasztronómiai Kultúra Dubrovnik Múzeuma létrehozásához, amely egy multifunkcionális tér lesz (múzeum, bolt és étterem), és a Köztársaság idejéből való,

helyreállított nagy értékű műemlékek egyikében kap otthont - az élelem, mint a tárgyi és a szellemi örökség közötti kapocs bemutatása!

A kiállítás a helyi vendéglátó szolgáltatók és szakácsok számára is nagy inspirációt nyújthat ahhoz, hogy mélyebbre ássanak a helyi élelem hagyományaiba és közvetlen kapcsolatot alakítsanak ki a helyi termelőkkel. Ugyanez vonatkozhat a helyi idegenvezetőkre is, akik új túrákat állíthatnak össze a helyi GCH-ról szóló sztorik alapján, beleértve a kiskereskedőket is, akik több helyi terméket kínálhatnak a boltjaikban. Ugyanez a kiállítási forma megvalósítható másutt is, Dubrovnik-Neretva megyében és Horvátországban. A tömegturizmus negatív hatása még mindig nagyon erős Dubrovnik térségében, és a helyi önkormányzat által fogantatosított intézkedések nem elég hatékonyak ahhoz, hogy megfordítsák ezt a negatív trendet. Fennáll annak a kockázata, hogy a nagy értékű természeti erőforrások és a mezőgazdasági földekben rejlő potenciál örökre elvesz a túlzott építkezés, a tenger, a víz és a levegő szennyezése következtében.

3.1.3. BRNO MINTA PROGRAMJA: ÍZELÍTŐ DÉL-MORVAORSZÁG SOKFÉLESÉGÉBŐL

A Brno térségében végrehajtott Minta Programok az oktatásnak a GCH promóciójában játszott szerepére fókuszáltak; a gyerekek, a fiatalok és a családok bevonására, a tudás generációk közötti átadásának népszerűsítésére és a közösséghez tartozás érzésének erősítésére. A célkitűzés az volt, hogy javítsák a helyi közigazgatás kapacitását olyan kezdeményezések tervezésében és végrehajtásában, amelyek beviszik a GCH fogalmát az iskolákba és az iskolai büfékbe, ebédlőkbe - így lehetővé téve a diákoknak, családoknak, tanároknak és iskola igazgatóknak, hogy a GCH védelmében aktív szereplővé váljanak, továbbá erősítsék a nagyközönség tudatosságát, a GCH ismeretét és használatát.

A Brno Minta Program akciói az alábbiak:

- A "Az Íz Eredetéhez" című tanulmányhoz a Slow Food által készített "Íz és Ízlelés" oktatási anyag lefordítása a tanárok számára, és helyi alkalmazása ízekkel foglalkozó oktatási workshopokon.
- Az "Ízleld meg az évszakot" program keretében szezonális menüket állítottak össze szakácsok és az iskolai konyhák szakácsai részére - helyi összetevők és hagyományos receptek használatával.
- Online és nyomtatott formában is elkészült a "gazdaságok és helyi termékek katalógusa", segítve ezzel is a szakások és a helyi termelők közötti kapcsolatfelvételt.
- A "Jöjj és ízleld meg régióink sokféleségét" címen indított program a Dél-Morvaország Régió szezonális gyümölcsseit és zöldségféléit bemutató "kóstoltató kiállítás" volt.
- A "Ízleld meg Dél-Morvaországot a farmtól az asztalig" (a "From Farm to Fork = Farmtól a Villáig" mintájára) című program gyakorlati, "kétkezi" workshopokat kínált gyermekek és mások számára, hagyományos főzési technikák, az élelem előkészítése és tartósítási technikák bemutatásával és tanításával.
- Egyéb szabadtéri oktatási tevékenységek között volt az Iskolai Termelők Piac, ahol számos, Brno városában működő iskola mutatta be az oktatás keretében iskolakertekben termelt és a főző workshopokon készített termékeket.

3.1.3.1. Megállapítások és javaslatok

Mivel a Brno Minta Program akcióit az érdekeltek nagyon pozitívan fogadták, ezt a kezdeményezés erősségei között első helyen kell említeni:

- Nagyon jó együttműködés a Mendel Egyetemmel és munkatársaival. Nagyon magas minőségű információ a kiállított terményekre vonatkozóan.
- A “Zelny trh” (a termelői piac) városközpontban lévő terének használata a tevékenységeket igen vonzóvá tette.
- A közösség érdeklődése a jó minőségű élelem iránt és a helyi termelők támogatása figyelemreméltó volt. Dél-Morvaország népessége büszke a régióra és a helyi termékekre.
- Másrészt az oktatás és a helyi termékek forgalmazása iránt mutatkozó gyenge érdeklődés miatt ezen a téren sok a teendő.
- Összesen 157.492 kapcsolatfelvételtől számolhatunk be - ezeket Brno és Dél-Morvaország szociális hálózatain keresztül, postázási kampányok (belső kontakt adatbázis), nyomtatott szórólapok és a “Brno - Stred” hírlevél segítségével érték el. A promóció ideje alatt, és a rendezvény napjaiban megnőtt az összes promóciós csatornához és médiához kapcsolt www.ochutnejtemoravu.cz weboldal látogatóinak a száma (kb. 40 %-kal).
- A Minta Programok iránti érdeklődés a nők körében volt a legnagyobb, hiszen az élelem kérdése, a főzés és a kóstolás a gyakorlati workshopokon számukra volt a legvonzóbb. A kiállítást naponta átlag 500 látogató kereste fel. A workshopok és a szakácsok valamennyi bemutató asztala teljes kapacitással működött.
- Néhány téma további mérlegelést igényel, hogy most kifejezésre nem juttatott lehetőségeket is feltárjunk, és elkerüljük a kritikai észrevételeket:
- Az iskolák és diákok szélesebb körének részvétele, az iskolákkal való kommunikáció előzetes tervezésének köszönhetően.
- A gazdálkodókkal közös oktatási tevékenységeket a téli hónapokra kell ütemezni, amikor több a szabadidejük.
- A közösség bevonása az élelem stratégia támogatásába a gasztronómiai turizmus, a közösségi média és célzott kampányok segítségével.
- A konfliktusok elkerülése a rendezvények tervezésénél és ütemezésénél, mivel a várható szünetelési időszakok - a bizonytalan időjárási viszonyok miatt - nem mindig esnek egybe azzal, amikor a kiállítási terek rendelkezésre állnak. A friss termékek pedig főleg nyáron jelennek meg, amikor a nyári szünet miatt kevesebb a vásárló.
- A nyilvános piactér (Zelny trh) bérleti díja Brno Város Önkormányzata döntésétől függ, és a helyszínek igénybevehetősége szerint kell tervezni.

3.1.4. KECSKEMÉT MINTA PROGRAMJA: ÍZEK ÉS GASZTRONÓMIAI ÉLMÉNY A KECSKEMÉTI PIACON

Kecskemét Város Minta Programja két pilléren nyugszik: egyrészt a helyi termelők támogatása és előnyben részesítése, másrészt gyermekek környezetvédelmi oktatása/nevelése. A cél elérése érdekében Kecskemét város „Slow Food Termelői Piac”-ot hozott létre. Ezt a piacot a Slow Food Föld Piac minőségi kritériumaival összhangban szervezték meg. Minden hónap utolsó péntekén van nyitva a piac, a Kecskeméti Piacsarnok külső területén, ahol teret ad az embereknek a termelőkkel való kapcsolatteremtésre, hogy kérdéseket tehesse fel a termékek eredetére vonatkozóan. Az SF Termelői Piac élő népzenevel, oktatási tevékenységekkel, sütési és főzési bemutatókkal várja vendégeit. Jelenleg mintegy 20 termelő és néhány kézműves árulja portékáját a Slow Food Termelői Piacon.

A gyermekek környezetvédelmi oktatása nagyon fontos, ezért hívnak meg sok gyermek-csoportot az SF piacok alkalmával. A gyerekek nagyon szeretik a kóstolókat, az interaktív bemutatókat és előadásokat (pl. búzaőrlés, szőlőpréselés, kenyérsütés fatüzeléses kemencében).

A Minta Program akciói keretében minden hónapban látogatást szerveznek az iskolákba; ahol a biológiai sokféleség, a helyi termékek, az egészséges életmód kérdéseiben tartanak oktatást a gyerekeknek.

Emellett nyári táborokat, rajzversenyeket is szerveznek a fent említett kérdések fontosságának hangsúlyozása érdekében.

3.1.4.1. Megállapítások és javaslatok

SZERVEZÉS

A szervezés fő szereplői: Kecskemét Város Önkormányzata és a Kecskeméti Piac, mint a Város által létrehozandó Föld Piac helyszínéül kijelölt szervezet. Ezek mellett számos más intézmény és szervezet járult hozzá az események megszervezéséhez, vagy dolgozott együtt kooperációban a városi önkormányzattal. Helyi termelők, úgy mint gazdák, élelem előállítók, kézművesek nem csupán aktívan részt vettek a Slow Food Termelői Piac megvalósításában, hanem kóstoltattak is, főzési bemutatókat tartottak és óvodásokat is bevontak a programokba. Külső szakértők osztották meg gyógynövényekre, zöldségfélékre, gazdálkodási eljárásokra vonatkozó tapasztalataikat és tudásukat a gyerekekkel és érdeklődőkkel. További partnerek, mint a helyi újságok és média, TV és rádió is hozzájárultak a projekt céljainak és a Minta Programnak, valamint a megvalósítás során szervezett programoknak és rendezvényeknek minél szélesebb körű ismertetéséhez.

A Slow Food Termelői Piac vadonatúj esemény Kecskemét város életében. Nagyon népszerűnek bizonyult, ahol a polgárok szívesen időztek. Az SF Piacnak köszönhetően új termelők is csatlakoztak, és így a piac nyújtotta választék is bővült. A vásárlók között is vannak újak, és egyre több gyerek látogatja a piacot.

A kezdeményezés sikerét főleg az alábbi okoknak tulajdoníthatjuk:

- A város **ELHELYEZKEDÉSE**, mivel Kecskemét mindig is mezőgazdasági város volt, sok termelővel és híres helyi termékekkel (sárgabarack, szőlő).
- A Kecskeméti Piac régen fennálló, népszerű, gyakran látogatott hely a város központjában, ahol a termelők **KONCENTRÁLTAN VANNAK JELEN**.
- Az emberek általában egyre jobban figyelnek és egyre **TUDATOSABB** életmódjuk, fogyasztásuk és egészségük kérdésében. Ez elősegítette azt, hogy a Minta Programról szóló üzenetek egy érdeklődőbb közönséghez jussanak el.
- A **GYEREKEK** nagyon lelkesek, és így a tanárok és a szülők is együttműködők.
- Sok **HELYI RENDEZVÉNY** van a városban az egész évben, és a piac szervezete ezeken a rendezvényeken mindig jelen van.

Bizonyos tanulságokat levontunk az akciók végrehajtása során felmerült kérdések és a tapasztalt kritikus elemek alapján:

- A **TERMELŐKET** oktatni kell - a termékeiket vonzóbb módon kell bemutatniuk, úgynevezett „narratív /

elbeszélő/ címkék” alkalmazásával, amelyek részletes és teljes leírást adnak a termékekről.

- Némelyik termelő nem tartja be a Slow Food filozófia követelményeit, őket figyelmeztetni kell.
- Az SF termelők és „más” termelők között bizonyos feszültség van a piacon.
- Sokan még mindig nem ismerik a Slow Food mozgalmat. Hosszú időt fog igénybe venni, amíg ezeket az értékeket sikerül közkinccsé tenni.

A Slow Food Piac rendszeres működéssel való fenntartásának és folytatásának a lehetősége világosan látszik. Ennek elérése érdekében az alábbiakra kell figyelmet fordítani:

- BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ az érdekeltek között, erősebb kohézió és csapatszellem kialakítása érdekében.
- ÚJ TERMELŐK FELKUTATÁSA és a termelők folyamatos oktatása.
- AZ ISKOLÁKKAL VALÓ KAPCSOLAT FENNTARTÁSA ismételt meghívások, oktatási programok révén. Későbbiekben szervezendő programokba (pl. kincsvadászat a piacon) való bevonásuk.
- Érdekes, hasznos kiadványok KIADÁSA gyermekek számára, szétosztásuk az iskolákban.

Néhány veszélyeztető tényezőt is ki kell küszöbölni a jövőben:

- Minthogy túl sok rendezvény van a városban, egy új dolognak a bemutatása csak különleges, egyedi módon lesz eredményes az üzenetnek a közönség széles köréhez való eljuttatásában.
- Mivel gazdálkodásból, termelésből megélni igen nehéz, a termelők néha beszereznek termékeket, és azt együtt árúsítják, azaz újra eladják a saját, eredeti termékeik mellett.
- A termelők változnak, elkötelezettségük és kitartásuk csökkenő tendenciát mutat.

3.1.5. KRAKKÓ MINTA PROGRAMJA: KULINÁRIS KRAKKÓ - TÁNYÉRON AZ ÖRÖKSÉGÜNK

A Krakóban megvalósított Minta Program fő célja az volt, hogy a város gasztronómiai örökségét a közterületeken népszerűsítsék és úgynevezett „Slow Food Kerületeket”, azaz egy új idegenforgalmi terméket, egyben érdekes kínálatot hozzanak létre a lakosság számára.

A Minta Program végrehajtása során Krakó gasztronómiai örökségének hat legfontosabb jelképét választották ki és a promócióban „A Minta Program Hat Csillaga” címmel szerepeltették. A hat csillag között három különböző típusú terméket találunk: kenyér (a Krakói „Obwarzanek” és a Pradnicki kenyér képviseli), hús (Ojcowski pisztráng és Piaszczanska kolbász) és végül a zöldségfélék (Krakói fejes saláta és Galíciai fokhagyma). A terméksor összeállítása a krakkói gasztronómiai piac előtt álló legnehezebb kihívások elemzése alapján történt; ezek az alábbiak: néhány hagyományos termék nagyon szűk kínálata és alacsony szintű ismerete, hamisítások előfordulása, sőt egyes termékek eltűnése.

Számos rendezvény alkalmával lehetőség nyílt a termelők, éttermek, szállodák és élelem- piacok közötti széleskörű kooperációs hálózat létrehozására. A kiválasztott termékeket népszerűsítették a HORECA (Hotels-Restaurants-Cafés =szállodák, éttermek, kávéházak) szektor szakembereinek körében, de a lakosság és a turisták körében is. Az elgondolás az volt, hogy mind az igényt, mind az ellátást ösztönözni kell, és ennek segítségével növelni a regionális Slow Food élelem jelenlétét a piacon.

Az összes kísérleti tevékenység és hálózatépítés eredményeként négy Krakói Slow Food Zónát alakítottak ki. Ezekről az információt - mint egy új vonzó idegenforgalmi terméket bemutatva - a projekt végrehajtását követően is terjeszteni fogják, mind a turisták, mind a lakosság körében.

A hat regionális terméknek - a hat csillagnak - könnyen beszerezhetőnek kell lennie ezekben a zónákban.

3.1.5.1. Megállapítások és javaslatok

„A Minta Program által inspirált rendezvények (pl. helyi és organikus élelemvásárok) lehetővé teszik a termelők számára, hogy találkozzanak az étterem üzemeltetőkkel, kölcsönös kapcsolatokat hozzanak létre, tapasztalatcserét folytassanak és termékeket vásároljanak. Ezen túlmenően, ez - a Slow Food promóciójára fókuszáló - program leszűkíti a termelőknek azt a csoportját, akik ezen az élelempiacon bemutatják termékeiket és ezáltal erősítik a hitelességüket és szavahihetőségüket az éttermek felé. Ráadásul az ilyen akciók érintik mind a helyi lakosságot - bővítve a Slow Food-ra vonatkozó értesültségüket és tudásukat - , mind a turistákat - Slow Food termékekkel gazdagítva a Krakkóról kialakított képet.” (Idézet a Krakkói Minta Program kiértékelő jelentéséből).

A Minta Program végrehajtása során a legfontosabb a különböző érdekeltek bevonása volt: éttermek, szakácsok, élelem előállítók, élelempiacok, egyesületek, vásárszervezők.

A Minta Program tevékenységeit támogatta a kulinary.krakow.pl (és angol változata. culinary.krakow.pl) weboldal, és a „Kulinary Kraków - Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej” facebook profil is (ez utóbbit 5450 a gasztronómiai örökség iránt érdeklődő személy kíséri figyelemmel).

Szembesültek néhány nehéz kérdéssel, mint pl. néhány gasztronómiai termék elérhetősége (a Minta Program Csillagjai). Tudatában voltak annak, hogy a Krakkói Fejes-saláta gyakorlatilag nem kapható a piacon, ezért támogattak a növény kísérleti ültetésével kapcsolatos tevékenységeket. De a Galíciai Fokhagyma és a Pradnicki Kenyér ellátási problémájával váratlanul szembesültek, mert ez hirtelen merült fel a Minta Program idején.

Egy másik probléma a nyelvi kérdés: a gasztronómiai örökségre alapozott új idegenforgalmi termék sikeres létrehozásának egyik feltétele, hogy a piacon (pl. a Handelek és Petrezselyem piac) árult termékről legyen angol nyelvű leírás, a terméknek angol elnevezést is találjunk - ezek hiánya súlyos akadállyal minősül.

Mindenesetre a „Gasztronómiai Kultúra Európai Fővárosa” cím, amelyet Krakkó 2019-ben nyert el, segített a tevékenységek terjesztésében és az érdekeltek hálózatának kiépítésében. Különösen azok az éttermek működtek együtt lelkesen a Slow Food-CE Minta Programmal, amelyek részt vettek a Városi Önkormányzat „Krakow Capital Menu” (Krakkó Főváros Menüje) című projektjében.

A jövőre nézve két fő veszélyt látnak. Az egyik hasonló minden EU finanszírozású projekt esetében, ahol a pénzügyi források hiánya a projekt befejezése után gyakran okoz problémákat az eredmények követhetőségében és időtállóságában. A másik inkább a termékek - főleg a Krakkói Fejes-saláta - elérhetőségével kapcsolatos.

3.2. A PARTNER VÁROSOK ÁLTAL LEVONT TANULSÁGOK

A Minta Programok végrehajtását követően a partnerek megosztották egymással a legfontosabb tanulságokat; ebben az esetben a tapasztalatcsere azért is fontos volt, mert hasonló helyzetekre és másutt is hasznosítható megfontolásokra világított rá.

Különös hangsúllyal vetették fel az összes helyi érdekelt bevonásának kérdését (Olaszország, Horvátország), mint a kezdeményezés egyik kulcstényezőjét és hosszú távú eredmények elérésének eszközét. A jó

kommunikációs stratégia és annak alkalmazása szintén a siker egyik kovácsa lehet (Olaszország).

Egy további felvetés rámutat a helyi politika befolyásolásának nehézségeire (Horvátország); olyan helyen, ahol a turizmus, mint monokultúra a meghatározó, a helyi közigazgatást jobban be kell vonni annak érdekében, hogy az irányváltoztatást figyelembe vegyék, valamint egy sor olyan intézkedést léptessenek életbe, amelyek nem csupán a helyi termelést ösztönzik, de a helyi élelem forgalmazását is.

Krakkó (Lengyelország) más véleményt fogalmazott meg: itt minden szereplő elégedett volt a Városi Önkormányzat által a Minta Programhoz nyújtott segítséggel. Ezen túlmenően nagyszerű együttműködési szellem alakult ki az élelemlánc különböző szereplői (termelők, éttermek, vásárok) között, hatékony volt az együttműködés - és nem alakult ki versengés - éttermek (szakácsok) között, mivel végülis ebben a tapasztalatszerzésben a jövőbeli közös fejlesztések lehetőségét ismerték fel.

Egy másik vélemény (Horvátország) úgy értelmezi az ételmet, mint új gondolatok terjesztésének hatékony „média” eszközét; többen az ételmet kulcsfontosságú értéknek tartják az emberek életminőségének javításában: az emberek hajlandók több, helyben termesztett, organikus gazdálkodási módon előállított ételmet fogyasztani (Horvátország, Olaszország), és értik, hogy nagyobb figyelmet kell fordítaniuk az étel eredetére (Magyarország).

Egy további tanulság a hagyomány megőrzéséből származik, mind a magyarországi, mind a horvátországi tapasztalatok szerint: az interjúalanyok a helyi GCH-ra vonatkozó tudás gazdag kincsesbányái, és még az eddiginél is több sztorit kellene dokumentálni (Horvátország). A gasztronómiai örökség feltérképezése, összegyűjtése, megmentése és széles körben való ismertté tétele prioritást kell, hogy élvezzen, ha fel akarjuk hívni erre az emberek figyelmét (Magyarország). A termelők szerepe is nagyon fontos, erre figyelmet kell összpontosítani: ha jobban megismerik őket és a munkájukat, csak akkor fogják az emberek teljesen érteni és értékelni a termékeiket (Magyarország). A gyerekek nagyszerűek az odafigyelésben, és jó tanulónak bizonyulnak, különösen akkor, ha érdekes és lebilincselő oktatási programokkal szólítjuk meg őket /Cseh Köztársaság).

Végül, nagy figyelmet kell fordítani arra, hogy a programokat körültekintően tervezzük meg és a tevékenységeket jól ütemezzük az év során olyan - sok rendezvényt felvonultató - körülmények között, mint Velence (Olaszország), mert lehetséges, hogy a nyilvános helyszínek és más erőforrások nem mindig állnak rendelkezésre. A megfelelő ütemezés olyan esetekben is fontos (Cseh Köztársaság), amikor a tevékenységek során friss termékekről van szó, amelyek adott esetben függenek a pillanatnyi időjárástól, illetve amelyeknek a betakarítási/szüretelési időszaka változó vagy a rendezvények közötti szüneti időszakra esik, amikor a közönség kevésbé hajlamos a kezdeményezésekben részt venni (Cseh Köztársaság).

3.3. A MINTA PROGRAMOK KIÉRTÉKELÉSE

Angelo Santocito, Slow Food-CE Külső Projekt Értékelő

3.3.1. ERŐSSÉGEK ÉS GYENGESÉGEK

A megkérdezettek felmérés során adott válaszai szerint a kiállítások, workshopok és a közvetlen tapasztalatok hathatósan mozdították elő az emberekben élő - a gasztronómiai kulturális örökség fogalma és az

élelemben rejlő anyagi és szellemi jellegű értékek felismerése közötti - kapcsolat kialakulását. Mindazonáltal, az ilyen típusú tevékenységek óriási erőfeszítéseket igényelnek, mind az anyagok, mind az oktatók, helyszín, idő, stb. biztosítása érdekében, és ez korlátozza a résztvevők körének és számának a növelési lehetőségeit. Olyan megoldások, mint online katalógusok és platformok, hasznos eszköznek bizonyultak régi receptek és a hagyományos helyi étel újrafelfedezésében, de vannak olyan érdekeltek is, akik nem rendelkeznek elegendő tapasztalattal a digitális világban ahhoz, hogy annak az előnyeit élvezni tudják. Egy esetben (Brno) a szakácsok több mint fele tartotta a szakácskönyvet rendkívül hasznosnak; válaszaik szerint a receptek leírása világos, érthető.

Az étel és a nyilvános helyszínek közötti kapcsolatok a kiértékelt Minta Programok fontos és a témához szorosan kapcsolódó kérdései, mivel sok esetben éppen ezek jelentik és teszik lehetővé a rendkívül értékes örökség újonnan felújított tereinek a valorizációját - a gasztronómiai identitást erősítő különböző tevékenységek, piacok és eszközök segítségével. Az ételhez kötődő új gazdasági tevékenységek helyreállított ingatlanokhoz kapcsolódó megvalósítása olyan lehetőség, amely egyben megmentheti ezeket az épületeket a feledéstől és a használaton kívül maradással járó pusztulástól - ez egyben a gasztronómiai kulturális örökség felelevenítését célzó értelmezés és funkció újrafogalmazását is jelentheti. Mindazonáltal, az ilyen kezdeményezések hosszú élettartama és gazdasági fenntarthatósága még vizsgálatok, tesztek és kiértékelések tárgyát kell, hogy képezze közép- és hosszútávon.

Amint azt Kecskemét példája mutatja, a projekt kezdeti lépései során számos, a sikeres teljesítést veszélyeztető nehézség merült fel, különösen az érdekeltek tevékenységeivel kapcsolatban. Időbeli csúszások, késések fordultak elő a projekt munkafejezetek végrehajtásának néhány szakaszában. Kezdetben sem a helyi emberek, sem a helyi termelők nem értették meg a Slow Food célkitűzéseit. Mindazonáltal, mindegyik partner képes volt felvenni a projekt ritmusát, mindvégig a végrehajtási folyamat során: minél mélyebbre jutottak a Minta Programokban, mint a projekt sikerének zálogában, annál könnyebb volt a résztvevő partnerek motiválása. A Slow Food célkitűzéseit és a Slow Food piacokat népszerűsítő, lehetőleg szélesebb körű médiakampányok és kommunikációs tevékenységek sarkalatos fontosságúak, mivel ezek képesek egyre nagyobb számú résztvevőt vonzani. A sikeres rendezvényeknek köszönhetően a helyi termelők fenntartásai fokozatosan eloszlottak, és a helyi közösség is megértette a minőségi étel és a gasztrokulturális örökség védelmének fontosságát.

3.3.2. TANULSÁGOK ÉS KIHÍVÁSOK

A Minta Programok tevékenységeinek többségét annak ténynek a figyelembe vételével tervezték meg, hogy a hagyományos gasztronómiai örökség sem a helyi éttermekben, sem a nyilvános helyeken nincs méltó módon megjelenítve.

Az interjúalanyok véleménye szerint a tevékenységek sok esetben javulást mutattak, ápolták a város-vidék közötti kapcsolatokat, eszközöket biztosítva a helyi termelők és az étterem üzemeltetők, árusok, stb. közötti kapcsolatok kialakításához. A legtöbb tevékenység hatékonyan hozzájárul a hagyományos termékekhez való hozzájutás megkönnyítéséhez, szélesebb körűvé tételéhez, így a fogyasztást is növelve, ami a valorizált termékek iránti növekvő igényt eredményezi, és ez végső soron a hagyományos helyi termékek bővülő termelését és értékesítését segíti elő.

A mezőgazdasági- és élelemtermékekben rejlő társadalmi értékek valorizációja szintén alapvető fontosságú. Amint azt Dubrovnik Minta Programja bizonyította, figyelmet kell szentelni a helyi dialektusokra is, mert ezek kulturális kincsünk részét képezik. A látogatók különösen a kiállított tárgyakon keresztül nyertek bepillantást a térség gasztrokulturális kincseibe. Tájékoztatást kaptak az interjúalanyok foglalkozásáról is, és hallhatták a helyi dialektusban használt szavakat, amelyekkel az interjúalanyok írták le a termelés folyamatait, a kóstolás és az étellel összefüggő ünnepi alkalmak élményeit. Ugyanakkor az is igaz, hogy az ország hivatalos nyelve helyett a dialektusba zárt információ lehetetlenné teszi a tájékoztató anyagok (beleértve audio és video felvételeket is) más közösségek, különösen külföldiek körében való terjesztését.

Ami a városi és megyei hatóságok olyan konkrét akciók végrehajtására való képességét illeti - amelyek a hagyományos helyi étel előállítását támogató infrastruktúra létesítését, az étel promócióját és a piaci elosztás / forgalmazás helyi szintű megszervezését célozzák - e téren a folyamatos viták, megbeszélések, prezentációk tartását és kezdeményezések felvetését elengedhetetlenül fontosnak tartják. Itt azonban arra is rámutattak, hogy az e tekintetben meglévő jelentős potenciál ellenére a kezdeményezések sikere a helyi önkormányzati testületek hajlandóságától függ.

A kiértékelés azt is kimutatta, hogy a projekt keretében szervezett rendezvényekre vonatkozó tájékoztatás megjelent a közösségi médiában és így széles körben volt elérhető, emellett szájról-szájra is terjedt olyan embereknek hála, akik egészséges életmódot folytatnak és így számos alkalommal vettek részt a kezdeményezésekben. Megállapították, hogy a mobil eszközökön lévő egyértelmű csatlakozási felület „interfész” (interface), az információhoz való könnyű hozzáférés és a weboldalak angol nyelvű változatának a hozzáférhetősége alapvető fontosságú a projekt értékeinek széleskörű terjesztéséhez. Mindazonáltal, azt is figyelembe kell venni, hogy a helyi lakosság és a termelők új rendezvényekhez gyakran viszonyulnak bátortalanul vagy óvatosan, mivel már számos nyári rendezvényen és étellel foglalkozó tematikus program keretében szerepeltettek újonnan jött elemet, mint a megszokottnál érdekesebbet vagy szórakoztatóbbat (Olaszország). Az ilyen rendezvényeket legitimálni kell ahhoz, hogy kedvező fogadtatásban részesüljenek.

A partnerek rugalmassága és alkalmazkodási képessége szintén elengedhetetlenül szükséges a projekt célkitűzéseinek eléréséhez, amint ezt sok olyan eset bizonyította, amikor a végrehajtás során bizonyos tevékenységeket kellett indítani vagy módosítani a kezdeti feltételeket megváltoztató külső tényezők miatt.

Azt is fontosnak tartják, hogy a projekt partnerekkel megértessük és egyértelműen, világosan kommunikáljuk feléjük, hogy - szemben az új vevők szerzésével vagy azonnali gazdasági megtérüléssel járó üzleti akciók lebonyolításával (ebben az értelemben a turisták nem számítanak a fesztivál fő hasznélvezőinek) - sokkal inkább a Minta Programok azok, amelyek teret biztosítanak a hálózatépítésre és együttműködésre a végső hasznélvezők között, és lehetőséget teremtenek a jövőre vonatkozó elképzelések és gondolatok megosztására a termelők között.

Végezetül, a Slow Food elismert címkét képvisel, amely képes alapelvek erőteljes üzenetét közvetíteni és az embereket a városok és térségük gasztronómiai kulturális örökségének világos és egyedi víziója felé vonzani. Ezt néhány olyan megkérdézt érdekelt véleménye is megerősítette, akik szeretnék a Slow Food-dal való partnerséget kibővíteni a projekten kívüli más tevékenységekre is.

4.

STRATÉGIA
AZ EURÓPAI
GASZTRONÓMIAI
KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG
VALORIZÁCIÓJÁHOZ

4.1. SZCENÁRIÓ

A Slow Food-CE transznacionális stratégiát olyan időszakban dolgozták ki, amikor az európai scenáriót - az EU által az utóbbi években az élelemhez és a táplálkozáshoz kapcsolódó témáknak szentelt - egyre nagyobb figyelem jellemezte, ami jól mutatta a felismerést, hogy ez a kérdés mennyire életbevágó az EU régiók fenntartható növekedése szempontjából.

Az élelem nem csupán alapvető fontosságú áru, hanem egyben elsőrendű társadalmi és kulturális örökség is, amely befolyást gyakorol az emberek életére és egészségére, valamint a környezetre és a gazdasági fejlődésre.

A Gasztronómiai Kulturális Örökség valorizációjának fontosságára fókuszáló Slow Food-CE projekt keretében vizsgált témákra vonatkozó leginkább releváns EU joganyag az Európai Parlament Kulturális és Oktatási Bizottsága által 2014-ben kidolgozott indítvány, amelyet az Európai Parlament „Európai gasztronómiai örökség: kulturális és oktatási szempontok” című EU Parlamenti Határozat formájában hagyott jóvá (P7_TA(2014)0211). Ez a dokumentum az élelmet és a gasztronómiát mint művészi és kulturális kifejezési eszközöket határozza meg, melyek a család és a társadalmi kapcsolatok alappilléreit képezik.

Azok között a kulturális szempontok között, amelyekre a Határozat utal, van néhány olyan sarokkö, amelyek a Slow Food-CE projekt alapul:

- A gasztronómia identitásunk részét képezi és az európai kulturális örökségnek, valamint a Tagállamok kulturális örökségének lényeges, alapvető összetevője;
- A gasztronómia nem csupán az élelem körültekintő elkészítésén alapuló elit művészeti forma, de kifejezi a felhasznált nyersanyagok értékének, minőségének elismerését és azt, hogy az élelem és az élelmiszerek feldolgozásának minden pontján kiválóságra van szükség - azaz egy olyan koncepcióról van szó, amelynek részét képezi az állatok és a természet iránti tisztelet;
- A gasztronómia az ember egyik legfontosabb kulturális kifejezési eszköze és ezt úgy kell értelmeznünk, mint ami nem csupán a „haute cuisine” kifejezéssel illetett úgynevezett „szakácművészetet” jelenti, hanem a különböző régiók és társadalmi rétegek valamennyi kulináris formáját, beleértve a hagyományos „helyi konyha” hagyományaiból táplálkozó formákat is;
- A gasztronómia egyre inkább vezető tényezővé válik a turizmus vonzerői közt; a turizmus, a gasztronó-

- mia és a táplálkozás közötti interakciónak pedig rendkívül pozitív a hatása a turizmus promóciója terén;
- A gasztronómia az EU régióiban a kulturális és gazdasági értelemben vett gazdagság forrása;
 - Az Európai Örökséget egy sor tárgyi és szellemi jellegű elem alkotja; a gasztronómia és az élelem esetében ezt az örökséget azok a helyi és táji adottságok is formálják, ahonnan a fogyasztásra szánt termékek származnak.

Fentiek jól mutatják, hogy az Európai Parlament Határozata elismeri a GCH valorizációjának fontosságát, mint az ésszerű és fenntartható regionális növekedés hajtóerejét, és erőteljesen elősegíti és támogatja azokat a stratégiákat és akciókat (az alábbi példák erősen kapcsolódnak a Slow Food-CE projekt célkitűzéseihez) amelyeknek célja:

- Hangsúlyozni, hogy milyen nagy szükség van a régiók, tájak és termékek sokféleségét és minőségét ismerő tudatosságnak a megteremtésére, mert ezeken alapul az európai gasztronómia, amely kulturális örökségünk része és egyedi, nemzetközileg is jól ismert életmódunk alapját képezi; külön kiemelve, hogy ez néhány esetben a helyi szokások tiszteletben tartását is szükségessé teszi;
- Rámutatni arra, hogy a gasztronómia olyan eszköz, amely felhasználható a növekedés serkentésére és munkahelyek teremtésére a gazdasági ágazatok széles körében: a vendéglátás, turizmus, mezőgazdaság, élelmiszeripar és kutatás területén; megjegyezve azt is, hogy a gasztronómia a természet és a környezet védelmével kapcsolatos érzékeny és tenni akaró tudatosságot is fejlesztheti, ami aztán azzal az eredménnyel jár, hogy az élelem íze „autentikusabb”, azaz hiteles és eredeti, és az élelem feldolgozása során kevesebb adalékanyagot és tartósítószerrel használunk;
- Népszerűsíteni Európa gasztronómiai örökségének promócióját célzó olyan kezdeményezéseket, mint helyi és regionális gasztronómiai vásárok és fesztiválok, amelyek erősítik a „közelség” (proximity) koncepcióját, mint a környezet és a szűkebb környezetünk iránti tisztelet egyik elemét, egyben garantálja a nagyobb fogyasztói bizalmat; ösztönözni az európai dimenzió ezekbe a kezdeményezésekbe való beépítését;
- Segíteni abban, hogy az élelem társadalmi és kulturális fontosságát az általános közvélemény nagyra értékelje, mint azt a „slow food” mozgalom is teszi;
- Felhívni a Tagállamokat, hogy dolgozzanak ki és hajtsanak végre olyan stratégiákat, intézkedéseket, amelyek a gasztronómiai ipar mind minőségi, mind mennyiségi javulását eredményezik, mind közvetlenül az ágazaton belül, mind a turizmushoz való hozzájárulás formájában, az adott régiók kulturális és gazdasági fejlesztésének keretében;
- Hangsúlyozni, hogy a gasztronómia erőteljes kulturális exportcikknek számít az EU és a Tagállamok szempontjából egyaránt;
- Felhívni a Tagállamokat, hogy támogassák az agroturizmushoz kapcsolódó olyan kezdeményezéseket, amelyek ápolják és növelik a kulturális és táji örökségre vonatkozó tudást, regionális támogatást nyújtanak és elősegítik a vidékfejlesztést.
- Sürgetni a Tagállamokat és a Bizottságot, hogy dolgozzák ki a gasztronómia kulturális vonatkozásait és támogassák, mozdítsák elő az olyan étkezési szokásokat, amelyek fenntartják a fogyasztók egészségét, elősegítik a kultúrák cseréjét és kölcsönös megismerését, népszerűsítik a régiókat, miközben megőrzik azt az örömet, amit az evés és az ehhez kapcsolódó baráti együttlét és társadalmi érintkezés jelent;
- Felhívni a Tagállamokat, hogy működjenek együtt és támogassák az olyan kezdeményezéseket, amelyek a hagyományos helyi, regionális és nemzeti termékek magas minőségének, sokféleségének, különbözőségének és egyedi voltának a fenntartását célozzák, annak érdekében, hogy küzdjünk az „egységesítés és egyformává tétel” (homogenizáció) ellen, amely hosszútávon az európai

gasztronómiai örökség elvesztéséhez vezet;

- Ösztönözni a Bizottságot, a Tanácsot és a Tagállamokat, hogy tegyék élelemmel kapcsolatos politikájuk szerves részévé a fenntartható és változatos élelem magas minőségű és kielégítő mennyiségű előállításának támogatását, azzal a céllal, hogy megőrizzük Európa kulináris sokféleségét.

Az utóbbi időben, 2019-ben, ahogy az éghajlatváltozás és a környezet károsodása egzisztenciális veszélyé vált Európa számára, az EU kidolgozta a „Zöld Megállapodást” (Green Deal Growth Strategy), azzal a céllal, hogy az EU modern, erőforrás-hatékony és versenyképes ökoszisztémává váljék.

Az Európai Zöld Megállapodás összefüggés-rendszerében a - most kidolgozás alatt álló - „Gazdaságtól az Asztalig” (From Farm to Fork) elnevezésű program képezi majd a fenntartható élelem stratégiát, célul tűzve ki az EU ambiciózus terveinek a megvalósítását. Az európai élelem arról ismert, hogy biztonságos, tápláló és magas minőségű. Ennek most a fenntarthatóság globális standardjává kell válnia. Az európai gazdálkodók és halászok kulcsszerepet játszanak ennek az átmenetnek a levezénylésében. A „Farm to Fork” Stratégia meg fogja erősíteni erőfeszítéseiket az éghajlatváltozás kezelésében, a környezet védelmében és a biológiai sokféleség megőrzésében. A stratégia a figyelmet a kémiai rovarirtó szerek használatának és kockázatának, a műtrágyák és antibiotikumok használatának jelentős mértékű csökkentésére összpontosítja. Az úgynevezett „körkörös gazdaság” (circular economy) megvalósításához is hozzá fog járulni. Célul tűzi ki az ételmiszer előállítás és a kiskereskedelem környezeti hatásának csökkentését, a szállítás, raktározás, csomagolás és élelemhulladék kérdéseiben hozandó intézkedések segítségével.

Továbbá, mivel a városok és térségük vezető és egyre kritikusabb szerepet játszanak az Agenda 2030 Fenntartható Fejlődési Célok elérésében, az utóbbi néhány évben jelentősen nőtt a városok részvétele és érdeklődése az élelem stratégiák és gyakorlati megoldások iránt. Ezzel kapcsolatban érdemes megemlíteni a Milano Városi Élelem Stratégiai Paktumot, amit 2015. október 15-én, a Milano Világ Kiállítás 2015: „Táplálni a bolygót, életenergia” című eseményen hirdettek meg - azzal a céllal, hogy népszerűsítsék a fenntartható - inkluzív, rezisztens, biztonságos és sokféleséggel jellemzett - élelemrendszerek kifejlesztését, amelyek egészséges étellemmel látják el az embereket, mindenki által elérhető áron, az emberi jogokra alapozott keretek között, valamint minimalizálják a hulladékot és megőrzik a biológiai sokféleséget, miközben alkalmazkodnak az éghajlatváltozáshoz, egyben csökkentik annak hatásait. A Milano Városi Élelem Stratégiai Paktumot eddig 209 város írta alá a világ minden részéről, ami több mint 450 millió lakost ellátó területet takar - ez jól mutatja a városi dimenzió vezető szerepét az innovatív élelem stratégiák kidolgozásában.

4.2. ELŐZETES MEGFONTOLÁSOK

„Az ember az, amit megeszik.” Ez az egyik leggyakrabban idézett aforizma Ludwig Feuerbach filozófustól származik (és érdemes eredeti formájában, német nyelven is idézni, a csodálatos szójáték kedvéért: *„Der Mensch ist was er isst.”*). Ha a szándék az volt, hogy egy egyértelműen materialista álláspontot hangoztasson az akkori idealista felfogás ellentétéként, ma ez az állítás alkalmasabb, mint valaha, hogy kiindulási pontként használjuk a Közép-Európa fenntartható GCH valorizációját célzó stratégia fő vonalainak meghatározásához, kulturális, gazdasági, környezeti és társadalmi vonatkozásban egyaránt.

Még ha manapság is igaz, hogy bizonyos „materiális”, „anyagi” szempontból azok vagyunk, amit megesszünk, ez nem egyszerűen annak a következménye, hogy az élelem képezi a táplálékunkat - tegyük hozzá, hogy a „tele gyomor” kérdése a 19. század elején, Feuerbach Európájában minden bizonnyal lényeg-

bevagóbb volt, mint az manapság számunkra - hanem azoknak a kulturális szempontoknak is betudható, amelyek folytán saját identitásunkat abban az élelemben találjuk meg, amit megeszünk.

Egy globalizálódott világban, ahol a gyorsaság szabványosítással (standardizálás) és egyöntetűvé tétellel (homogenizáció) párosul, szükségét érezzük annak, hogy megerősítsük identitásunk alapjait, a legfontosabb kulturális szempontokból - mint a nyelv, a hagyományok és az élelem - kiindulva, egyre nagyobb figyelmet szentelve a múlt megőrzésének.

A gasztronómiai örökség valorizációját célzó transznacionális stratégiának az a legnehezebb feladata, hogy közös irányelveket határozzon meg, ugyanakkor hangsúlyozza a különbségeket is, amelyek a sokféleség gazdagságát és a tapasztalatcsere lehetőségét jelentik.

Európában a helyi élelemlánc jelenlegi helyzetében egyrészt azt látjuk, hogy a tömeg-kereskedelem működtetői agresszív minőség- és árpolitikájuk segítségével egyre nagyobb mértékben hódítják meg a fogyasztók vásárlási szokásait; másrészt a kistermelők, gazdálkodók, halászok és kézművesek - akik a hagyományok, a régi technikák letéteményesei és jobban alkalmazkodnak a fenntarthatósághoz - küzdenek a túlélésért, hogy a piacon maradhassanak. Ők nem rendelkeznek a megfelelő erőforrásokkal és készségekkel a nagykereskedelmi ágazattal vívott egyenlőtlen versenyben, amely ágazat - miközben profitot akar szerezni - a gazdaságban a nagyléptékű és standardizált megoldásokat érvényesíti, csökkentve ezáltal az általuk ajánlott választék sokféleségét. Gondoljunk csak arra a tényre, hogy manapság otthonainkban a konyha szinte elavulttá válik, főleg a nagyvárosokban: a szupermarketekben rengeteg konyhakész ételmezt találunk, amit csak be kell tenni a mikrohullámú sütőbe; vagy itt van a legújabb jelenség: egy élelmiszer kiszállítási alkalmazással (food delivery app) néhány perc alatt már az ajtón csenget a meleg vacsorát hozó futár.

A kistermelőknek kevés az ismeretanyaguk, az erőforrásuk és idejük, amit olyan szellemi jellegű tevékenységeknek szentelhetnének, mint az innováció, a promóció, a marketing és a kommunikáció - pedig pontosan ezek azok, amelyek a nagy- és a kistermelők versenyképessége közötti különbséget létrehozzák. Mindazonáltal, a nagykereskedelem marketing kommunikációját megvizsgálva látható, hogy a prémium termékek promóciója során gyakran használják éppenséggel a hagyományok, a kis szállítási távolság, a kistermelők, stb. által képviselt értékeket.

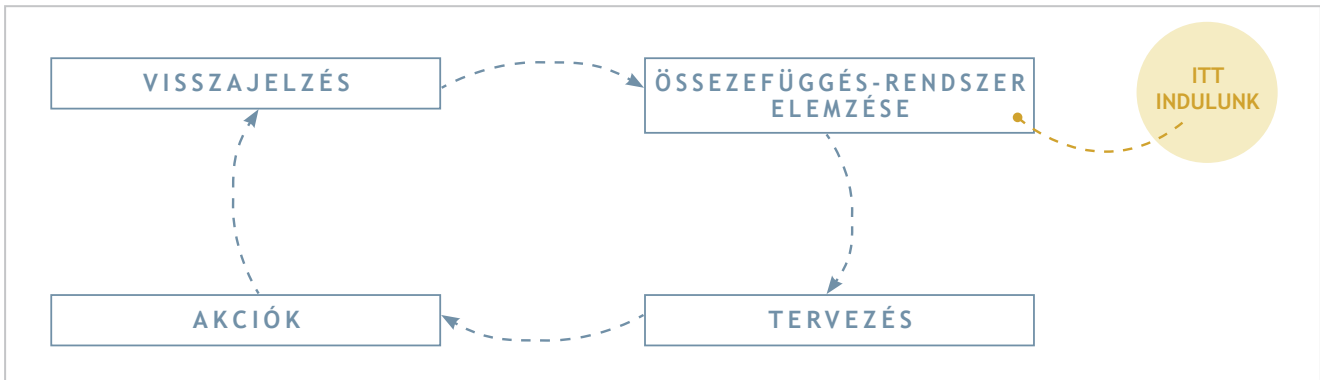
Azt mondhatjuk, hogy a nagykereskedelemnek kifejezetten ambíciója, hogy úgy tegyen, mintha a magas minőségre fókuszáló kistermelő lenne. Ez azonban azt is jelenti, hogy a rövid ellátási lánc kistermelői máris rendelkeznek azzal a potenciállal, amellyel a piac legértékesebb szegmensébe tudják magukat pozicionálni. Akkor tehát mi az, ami hiányzik? A válasz az, hogy gyakran nincs stratégia egy olyan rendszer kialakításához, amely láthatóvá teszi és magasabb szintre emelve megmutatja a szellemi jellegű adottságokat.

A helyi ellátási lánc termelőinek éppen ezért képesnek kell lenniük hatékonyan kommunikálni azt, hogy éppen ők azok, akik a termékek és a fogyasztók közötti kapcsolatot képezik. Az utóbbi években azt látjuk, hogy egyre több figyelem irányul a személyében ismert termelő felé, mint aki a termékei minőségének garanciáját jelenti. Az Olaszországban, a Slow Food kiadásában megjelent nagy sikerű Slow Wine borkatalógus például - eltérően az egyes boroknak megítélt „csillagok” és „poharak” jelölésektől - a termelőre összpontosít, azokra a családokra, akik a szőlőültetvényeket művelik és a pincékben dolgoznak, ismerteti az erjesztési módszereket, az előállított palackok számát, stb. A termék (a bor) a háttérben marad, és a termelő áll az előtérben - és ez teljes mértékben különbözik a múltban szokásos megközelítési módtól.

A termelők és a fogyasztók között zajló párbeszédben az intézményeknek, a térség és a városok önkormányzatainak segítő, előmozdító szerepet kell játszaniuk, erőforrásokat, helyszíneket, infrastruktúrát és szakmai segítséget biztosítva, ami népszerűsítheti és növelheti ezeknek a kapcsolatoknak az értékét.

4.3. MÓDSZERTANI MEGKÖZELÍTÉSI MÓD

A helyi gasztronómiai örökség valorizációjának stratégiai tervezése körkörös módszertant alkalmaz, ami magába foglalja az elemzés, tervezés, menedzsment és visszajelzés makro-fázisait.



1) Az ÖSSZEFÜGGÉS-RENDSZER ELEMZÉSE fázis részei:

- a jelenlegi, a történeti és a potenciális gasztronómiai örökség (GCH) feltérképezése
- a földrajzi lehatárolás meghatározása (ország, régió, városi térség, helyszínek)
- az élelemrendszerben legfontosabb érdekeltek feltérképezése
- a célcsoportot képező fogyasztói szegmensek meghatározása a közelség, a társadalmi-demográfiai dimenziók és viselkedési formák alapján
- hasonló összefüggés-rendszerekben alkalmazott legjobb gyakorlatok felkutatása, tanulmányozása

2) A TERVEZÉS fázis részei:

- a döntéshozók bevonása, a végrehajtandó akciókkal kapcsolatos kooperáció és politikai támogatás elnyerése érdekében
- a helyi érdekeltek aktív bevonása, hatékony és célzott kommunikációs csatornák létrehozása révén
- a konkrét akciók közös megtervezése a GCH magasabb szintre emelése céljából, és az erőforrások, helyszínek, szereplők, résztvevők, szerepek és felelősségi körök együttesen történő meghatározása
- a mértékegységek, mutatók (indikátorok) és célkitűzések meghatározása (KPI és KPO)/KPI=Key Performance Indicator = Kulcs Teljesítmény Mutató; KPO=Key Performance Objective = Kulcs Teljesítmény Célkitűzés/

3) Az AKCIÓ fázis részei:

- a tervezett akciók megvalósítása és monitoring
- a tervezett akciók promóciója és kommunikációja (előtte, alatta és utána)
-

4) A VISSZAJELZÉS (feedback) egyben input is az újratervezéshez (1./ fázis), a fázis részei lesznek:

- az eredmények mérése (KPI és KPO)
- kritikai és közös elemzés az intézmények és az érdekeltek részéről (kikérdezés, ötlet-börze (brain-storming), stb. a végrehajtott akciók eredményére vonatkozóan
- az akciók felülvizsgálata, áttekintése a jövőbeli akciók folyamatos tökéletesítésének elősegítése érdekében
- az eredmények ismertetése, terjesztése és a tényleges fejlesztési politikák és stratégiák átadása európai és transznacionális szinten

4.3.1. A DÖNTÉSHOZÓK BEVONÁSA

A politikai egyetértés, illetve jóváhagyás alapvető ahhoz, hogy rövid- és középtávon biztosítsuk a GCH valorizációs akciók megvalósíthatóságát és hosszútávon a GCH valorizációját a városok fejlesztési stratégiáinak integráns részévé tegyük, a stratégia fenntarthatósága és időtállósága érdekében.

A döntéshozók bevonása ennél fogva a GCH valorizációs akciók tervezésének legelső percétől kezdve szükséges. Hogy ezt a célt elérjük, fontos, hogy erősítsük, javítsuk a döntéshozók tudatosságát arra a stratégiai szerepre vonatkozóan, amelyet az élelem és a gasztronómia tölthet be, ezzel hozzájárulva a városok fejlődéséhez, versenyképességéhez és vonzerejéhez, és a számos kapcsolódó ágazat és erőforrás mozgósításához. Az élelem előállítása és fogyasztása ténylegesen ágazatközi tevékenység, amely hatással van sok olyan témakörre, amelyeknek a kezelésével EU városok és régiók foglalkoznak: ilyen téma a kultúra, a fenntartható turizmus, a kereskedelem, az egészség és jóllét, a hulladékgazdálkodás és a biogazdaság. Ez az az ok, ami miatt az utóbbi néhány évben egyre több város és régió alkalmaz specifikus Élelem Stratégiákat és hoz létre ezzel foglalkozó Élelem Tanácsokat.

A közintézményeknek - az élelemrendszer legfontosabb helyi érdekeltjeivel, azaz a termelőkkel, vállalkozásokkal és közösségekkel együttműködésben - feladata kell, hogy legyen szakosztályközi és ágazatközi irányelvek és stratégiák kidolgozása, hogy a városi élelem politika megfontolásait, érveit integrálják a társadalmi, gazdasági és környezetvédelmi stratégiákba, programokba és kezdeményezésekbe. Az élelem stratégia eredményessége attól függ, hogy mennyire képes virtuálisan összekapcsolni és integrálni minden - az élelemmel összefüggő - fejlesztési politikát és témát, így azokat, amelyek a GCH valorizációját és védelmét célozzák, valamint az élelem előállítás, a várostervezés és városrendezés, a fenntartható turizmus, az oktatás, a körkörös gazdaság és a hulladékok csökkentésének kérdéseivel foglalkoznak.

Az élelem stratégia olyan városokban, mint Milano (de ilyen Toronto, Detroit, Mexikó City, Medellín, Bristol, Gent, Rotterdam és sok más város) egy Városi (Metropolitan) Élelem Tanács létrehozását is jelenti: egy olyan testület ez, amely népszerűsíti, előmozdítja az élelemrendszer különböző szereplőinek (termelők, kereskedők, szakemberek, egyesületek, stb.) a részvételét az élelemmel kapcsolatos fejlesztési politikák kidolgozásában. A testület funkciója abban áll, hogy irányítja az élelem stratégia akcióit, időszakonként kiértékeli az eredményeket, naprakész módosításokra és további célkitűzésekre tesz javaslatot.

Természetesen, ha már rendelkezésre áll egy elkötelezett élelem stratégia, az igen fontos módja lehet egy eredményes GCH valorizációs stratégia promóciójának, és fordítva, egy eredményes GCH valorizációs stratégia az első fontos lépés lehet egy komplett élelem stratégia kidolgozása felé.

4.3.2. AZ ÉRDEKELTEK BEVONÁSA

A helyi érdekeltek egymás közötti, valamint az érdekeltek és a közintézmények közötti kooperáció és tapasztalatcsere - az adott szükségletek, igények és felmerülő kérdések megvitatása - nagyon eredményes megoldásnak bizonyult arra, hogy a szervezeteket képessé tegye olyan sikerek elérésére, amire önmagukban nem lettek volna képesek. Ez az az ok, amiért a Slow Food-CE partnerek a projektet a helyi élelemrendszer legfontosabb szereplőiből álló Helyi Munkacsoportok létrehozásával kezdték. A Helyi Munkacsoportok, még ha eltérő érdekeket jelenítenek is meg, fontos mechanizmust képviseltek, amelynek a révén a csoport tagjai megismerték egymást és megértették a kooperáció fontosságát a közös célok elérésében. Ebből következik, hogy egy eredményes és fenntartható, a területi igényeknek megfelelni képes GCH valorizációs stratégia kidolgozásához alapvető a helyi érdekeltek közötti párbeszéd kialakítása a kezdet

kezdetétől - az érdekeltek a helyi termelők és kiskereskedők, idegenforgalmi szolgáltatók, állampolgárok és közösségek, szervezetek, kulturális és oktatási intézmények és általában a közintézmények (helyitől a nemzetköziig) - hogy megértsük a szükségleteiket és kéréseiket, és összegyűjtsük javaslataikat és elgondolásaikat. A „csoportot alkotni” gondolatát a Minta Programok során valójában mindegyik partner elsődleges fontosságúnak tartotta.

Az érdekeltek (különösen a vállalkozások és az egyének) először párbeszédet indítanak egymással a közös témákról. Ezt követően kéréseket és javaslatokat fogalmaznak meg a helyi intézmények és állampolgárok felé. Felelősségi körükbe kell, hogy tartozzék az általuk javasolt akciók közvetlen menedzsmentje és megvalósítása, a saját erőforrásaik felhasználásával és a közintézmények által rendelkezésre bocsátott további erőforrások támogatásával, melyek lehetnek fizikai jellegűek (pl. helyszínek, infrastruktúra), pénzügyi vagy segítő eszköz (egy koordinációs testület is ilyen) jellegűek.

A különböző szintek közötti tapasztalatcsere és kooperáció állandó minden fázisban. A nagyobb eredményesség biztosítása érdekében a folyamatokat irányító és a releváns döntéseket megfogalmazó döntéshozó testületekben mindkét félnek, az érdekelteknek és az önkormányzatoknak is képviseltetnie kell magát. Az innováció (modellek, elgondolások, design terén egyaránt) garantálható külső szakértelem bevonásával is.

4.4. MENEDZSMENT

A GCH valorizációs kezdeményezések megvalósítása szisztematikus megközelítési módot igényel, amely összekapcsolja minden egyes egyéni szereplő szükségleteit a stratégiák és a kiválasztott műveleti formák közös megvalósításának szélesebb értelemben vett logikájával. Az időhorizontot ki kell terjeszteni a közép-, illetve hosszú távú tervezésig, azzal a céllal, hogy az elgondolásokat, stratégiákat és menedzsment politikákat integráljuk és közösen elfogadtassuk.

A helyi élelem ellátási lánc vállalkozásai kis- és mikro-méretük miatt rendkívül sérülékenyek a tömegkereskedelmi cégekkel vagy más nagyvállalkozókkal fennálló versenyben. Ezen túlmenően, ezeknek a kis- és mikro-vállalkozásoknak meglehetősen korlátozott mértékben állnak rendelkezésére erőforrások - elsősorban pénzügyi, de emellett menedzsment gyakorlati szempontból - és így nem biztos, hogy meg tudják ragadni az esetleg kínáló lehetőségeket. „Nincs időm” vagy „Nem tudtam róla” - ezek sajnos a vállalkozások gyakori visszajelzései voltak számos GCH valorizációs projekt tervezési fázisában vagy az eredmények széleskörű ismertetésének időszakában.

Ennélfogva különleges erőfeszítést kell szentelni egy közös és mindenki által megismert vízió, jövőkép megteremtésének: a szereplők, az e területen működők olyan hálózatainak a létrehozása szükséges, amelyek segíthetnek e gyengeségek leküzdésében.

Az e kérdésekre vonatkozó közös vízió kidolgozása és menedzsmentje egy olyan team működését teszi szükségessé, amely feladat- és felelősségi körében eljárva igazgatja és koordinálja minden résztvevő és szereplő szükségleteinek és érdekeinek figyelembevételét; ennek erős és kompetens menedzsment struktúrájának kell lennie, amely képes a változás hajtóerejévé válni és minden egyes szereplő viselkedésével kapcsolatban a megfelelő választ adni - mindezt eredményes akciók megszervezése érdekében.

A GCH valorizációs programok menedzsmentjét olyan pártatlan menedzsment struktúrára kell bízni, amely a hatékonyság és eredményesség elvei mentén működik. Ennek a menedzsment „testületnek” a szervezés, a marketing és a kommunikáció terén meghatározó szaktudásra, az élelemágazatban specifikus tapasztalatra van szüksége .

A menedzsment, azon túl, hogy javítja a valorizációs projektek esélyeit a sikerre, azt is lehetővé teszi a résztvevő szereplők számára, hogy olyan specifikus készségeket szerezzenek, amelyeket egy vállalkozás általános fejlesztése terén, az ügyfélszolgálat, innováció és tudás-csere kérdéseiben hasznosíthatnak.

Az egyik szempont, amely tovább javíthatja a GCH valorizációs akciók eredményeit - különösen ott, ahol önkormányzatok is be vannak vonva - az innovatív projektek kidolgozását szolgáló erős tervezési kapacitás kifejlesztése, amely projekteket aztán pénzügyi támogatás iránti kéréssel javasolni lehet mind intézményeknek - az EU a legfontosabb ilyen, de nem szükségszerűen az egyetlen - mind magán befektetőknek. Az erőteljes tervezési kapacitás kötelező előfeltétel az eredményes „pénzszerező” (fund raising) programok kidolgozásához és a projektek megvalósításához szükséges pénzügyi források megszerzéséhez. A GCH valorizációja céljából a Slow Food-CE projekt partnerek által végrehajtott Minta Programok négy fő témára összpontosítottak; ezek bizonyultak a legjelentősebb és leginkább eredménnyel kecsegtető témáknak az érdekeltek érdeklődésének felkeltésében, az állampolgárok (és látogatók) részvételének ösztönzésében és a politikai döntéshozók tudatának formálásában.

4.5. MARKETING, PROMÓCIÓ ÉS KOMMUNIKÁCIÓ

Amint azt az irányelvekben kifejtettük, a valorizáció tudás révén valósul meg és ez hatékony és eredményes kommunikációs készségeket és stratégiát tesz szükségessé. A Minta Programok végrehajtásának egyik fő gyengesége pontosan a megfelelő marketing és kommunikáció elégtelensége volt - ezt mindegyik partner kritikus tényezőnek találta a siker szempontjából. A technológia és a társadalmi hálózatok használata is abszolút szükségszerűség annak érdekében, hogy a fiatalok, a fiatal fogyasztók számára vonzóvá tegyük az ügyet és fiatal érdekelteket is bevonjunk.

A kezdeményezések ismertetésének egyik módja egy új márka létrehozása, hogy ezáltal ismertséget, identitást és lojalitást kölcsönözzünk az adott akciónak.

Annak érdekében, hogy a GCH valorizációs projekteket megkülönböztető, egyedi jellegzetességekkel ruházzuk fel, az irányelvek koncepcióját és az akciók formáját előzetesen meg kell vitatni és az információt meg kell osztani a szervezet, a közsféra testületei és az érdekeltek között. Az irányelvek definiálásának fő céljai:

- Ismertetni a kezdeményezés valamennyi résztvevője által osztott hosszú távú célkitűzéseket, design-t és értékeket.
- Kifejezésre juttatni a projektek identitását: mi az, ami különböző, és mit ismerünk fel, mint másokhoz hasonló kezdeményezést, mi a földrajzi, társadalmi, kulturális, stb. határvonal, amelyen belül a rendezvények programja tervezhető és megvalósítható.
- Specifikusan meghatározni a kommunikációs és promóciós eszközökkel kapcsolatos követelményeket, mint:
 - elnevezés, névadás
 - márka és identitás
 - kommunikációs stratégia (üzenetek, csatornák, média)

Az identitást világosan rögzítő nyilatkozatot kell megfogalmazni, az alábbiak ismertetésével:

- jövőkép, vízió (hosszú távú célok)
- küldetés, misszió (hogyan szándékozunk elérni ezeket a célokat)
- kulcsfontosságú értékek, ismertetve a kezdeményezés lényegét, esszenciáját.

A márkákat és identitásokat a valorizációs projektek “szellemi tőkéjének” kell tekinteni.

4.6. NEM CSAK HELYIEK SZÁMÁRA

Az élelem összekötő kapocs bármelyik korosztályhoz, kultúrához, valláshoz és társadalmi helyzethez tartozó emberek között, és egyre nyilvánvalóbb, hogy potenciálisan meghatározó tényező a városok és térségük fejlődésében, versenyképességének növelésében és vonzóvá tételében.

A Gazdasági Kooperáció és Fejlesztés Szervezete (Organisation for Economic Co-operation and Development) megállapította, hogy az élelem fontos szerepet játszik az idegenforgalmi szolgáltatások fejlesztésében, mivel gyakran a turisták által eszközölt költségek 30 %-át, vagy még ennél is többet tesz ki, és ez olyan összeg, amit rendszeresen és közvetlenül helyi vállalkozásoknál költenek el (OECD, 2012).

Túl azon, hogy a Szállodák, Éttermek, Kávéházak szektor ellátási láncá révén a turizmus területén közvetlenül generált érték, az élelem egy adott turisztikai célpont vonzerejének egyik elsődleges forrása is. Az élelem ötvözi a helyi kultúrát, az identitás értékeit és a kreativitást, és egyre nagyobb szerepet játszik a turizmus során szerzett tapasztalatok olyan fontos elemeinek felmutatásában, mint az újdonság és a hitelesség.

Az élelem - egy adott turisztikai célpont, mint márka felépítésében és pozicionálásában - játszott befolyásoló szerepét feltétlenül hangsúlyozni kell:

- Az élelem része a turisztikai célpont marketing mixének, mert segít a hely értékeinek kommunikációjában és lehetővé teszi a turisták számára, hogy közvetlen kapcsolatba kerüljenek a helyi kultúrával.
- Mivel naponta két vagy három étkezésben van részünk, a gasztronómia a kultúrának az az oldala, amivel a turisták a leggyakrabban kerülnek kapcsolatba. Szó szerint “megemészti” a helyi kultúrát.
- Az étkezési szokások - az emberek mikor esznek, hogyan esznek és mit esznek - alapvető és megkülönböztető jellegzetességei a turisztikai célpontoknak.
- Az élelem közvetlen kapcsolatot teremt az adott területtel, mert a turisták ténylegesen megismerhetik az élelem eredetét.
-

Az utóbbi néhány évben az élelem és a gasztronómia a “tapasztalati turizmus” új koncepciójának gerince lett, és ez az, amelyet a következő években a növekedés egyik ígéretes területének tartunk.

A “tapasztalati turizmus” - amelynek célja egy adott a turisztikai célpont egyediségének a megmutatása - olyan értékeken alapul, mint a kultúra és hagyomány, a hitelesség és fenntarthatóság tisztelete, a helyi tevékenységek támogatása. Manapság az utazók a helyi termékeket és a kulináris specialitásokat egyre inkább kulcsfontosságúnak tartják egy turisztikai célpont kultúrájának és életmódjának a megismerése érdekében. Rengeteg nagyon sikeres túra kínál élményeket az élelem, konyhaművészet, ínycsok (gourmet) szakácsművészet, élelem fesztiválok és vásárok, helyi termelői piacok és - ki ne hagyjuk - borkóstolók bemutatásával.

A GCH valorizációs stratégia jelentős értéket tud generálni a fenntartható turizmusból, mert a gasztronómia és a helyi konyhaművészet iránt érdeklődő turisták a nagy hozamot hozó piacot jelentik. Ez a fajta élelemturizmus könnyen kapcsolható más olyan helyi attrakciókhoz, mint a kultúra és a természeti örökség, ezáltal teljesebb élményt nyújtva a tudatos turistának. Ez egyben új fejlődési perspektívát - a helyi élelemtermékek fenntartását vagy akár felelevenítését is - ígéri a vidéki térségeknek. A városokban, a kisebb városi közösségek / kerületek is vonzóvá válhatnak a látogatók számára, mivel a valódi, eredeti helyi élelmet kínáló éttermek, kávéházak és piacok koncentrációja karaktert kölcsönöz az adott környéknek, felkeltve mind a lakosok, mind a látogatók érdeklődését és ezáltal a társadalmi érintkezés és a kulturális élet fontos helyszínévé válhat.

5.

ÖSSZEFOGLALÓ KÖVETKEZTETÉSEK

5.1. A POLITIKUSOK NYILATKOZATAI

5.1.1. VELENCE



A Slow Food-CE projekt rámutatott a helyi gasztronómiai erőforrások valorizációjának a fontosságára az európai városok versenyképességének, vonzerejének és fejlődésének az elősegítésében. Ez az az ok, amiért Velence Város Önkormányzata prioritásként kezelte az enogasztronómiai (borkultúrával foglalkozó) turizmus promócióját abban a „Turisztikai Célpont Menedzsment Terv” című dokumentumban, amelyet a Város 2016-ban dolgozott ki - a turizmus szektor fő állami / önkormányzati és magán szereplőinek a bevonásával - annak érdekében, hogy a célpont menedzsment célkitűzéseire és stratégiájára vonatkozóan közös jövőképet alakítsanak ki.

A projekt megmutatta, hogy milyen fontos az élelem hagyományait megőrizni, amelyek kultúránk alapvető fontosságú részét képezik. A Lagúna térségének különlegességei és gasztronómiai gazdagsága kulcsszerepet játszhatnak a turizmus különböző és fenntartható formáinak az idevonzásában, egyben egy új fejlesztési modell és a körkörös gazdaság céljait is szolgálják.

Úgy hiszem, hogy ez a modell még eredményesebb lesz a közeljövőben, amikor a COVID-19 járványt magunk mögött tudhatjuk.

Paola Mar, Turizmusért Felelős Alpolgármester, Velence Város Önkormányzata

5.1.2. DUBROVNIK



Az örökség pontosan annyira fontos számunkra, mint az emberek élete. Ez világosan és egyértelműen kitűnik ebből a kiállítástól, mert az élelem összekapcsolása az emberekkel egykor ugyan teljesen normális dolog volt, de manapság bizony ez nehezebb, mivel a legtöbb ember szupermarketekből szerzi be az élelmet. Remélem, hogy ez és az ehhez hasonló projektek az élelmet és a gasztronómiát úgy tekintik majd, mint örökségünket. Kívánom mindenkinek, aki arcát kölcsönözte ennek a kiállításnak, hogy ilyen kitartással, ilyen állhatatosan folytassák tevékenységüket, és mi, mint a város önkormányzata továbbra is támogatni fogjuk őket amennyire csak lehetséges, legalábbis Dubrovnik város területén.

Velka Tepsic, Alpolgármester, Dubrovnik Város Önkormányzata

5.1.3. BRNO



A Slow Food Central Europe projekt Brnoban végrehajtott Minta Programjának az volt a célja, hogy bemutassa a nyilvánosságnak, hogy Dél-Morvaország a sokféle mezőgazdasági termék gazdag forrása lehet, nagyszerű és ízletes termékeké, amelyek a konyháinkban fontos helyet kaphatnak. Tevékenységeink megmutatták, hogy mennyire fontos a helyi termelők és hagyományos tudásuk / készségeik támogatása.

Oktatási eszközöket dolgoztunk ki a tanárok számára, hogy segítsenek a gyerekeknek úgy képezni, fejleszteni az érzékszerveiket, hogy felismerjék a minőségi élelmet. Kézi munkát is nyújtó és szórakoztató workshopok mutatták be, hogy milyen egyszerű a friss gyümölcsök és zöldségfélék feldolgozása és az, hogy mindig a konyhánk választékához tartozzanak. Elkészült egy szakácskönyv

és a helyi termelők adatbázisa, amelyek lehetővé teszik a közétkeztetésben dolgozó szakácsok számára, hogy ízletes, finom ételeket készítsenek helyi összetevőkből.

Pavla Pelánová, Igazgató, Dél-Morvaország Idegenforgalmi Hivatala

5.1.4. KECSKEMÉT



Kecskemét mindig a termelők, árusok, kis- és nagykereskedők találkozási pontja volt. A mi gasztrokulturális örökségünk nem elfelejtett emlék, hanem a mai napig élő része a családok mindennapi életének. Kecskemét Város Önkormányzatának vezetői mindig támogatták, népszerűsítették és prioritásban részesítették a helyi termékeket, az évszázadokon át alkalmazott termelési és értékesítési módszereket, mert ez a kulcsfontosságú megoldás a túlélés, a fejlődés és a fenntarthatóság érdekében. Ahogy a Város jelszava mondja: „Sem magasság, sem mélység nem rettent!” Nagyszerű kincset örököltünk az őseinktől, a mi kötelességünk, hogy ezt megőrizzük, hogy megmutassuk a gyermekeinknek és továbbadjuk a jövő nemzedékeknek.

Gaál József, Alpolgármester, Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata

5.1.5. KRAKKÓ



Krakkó a környező térséghez szervesen kötődő város; a piacok tele vannak helyben termesztett termékekkel: friss zöldség, sajtok, felvágottak, kiváló minőségű kenyerek várják a vásárlót. Krakkó gasztronómiai hagyományait az évszázadok során sok különböző nemzet ötvözte azzá a kulináris örökséggé, hagyta ránk azokat a kiváló recepteket, amelyekre ma oly büszke a város. A vásárlói szokások változásával az élelem és a gasztronómia elengedhetetlenül fontosabb eleme lett a városfejlesztésnek, a város promóciójának és a lakosok jó közérzetének, mint valaha is volt. Ahhoz, hogy versenyképesek maradjanak, a városoknak ma az a szerepe, hogy minőségi és sokféle élelem kínálatát nyújtsák a helyi lakosoknak és a turistáknak. Rendkívül hálás vagyok azért, hogy Krakkó csatlakozhatott a Slow Food-CE projekthez, amely olyan értékeket népszerűsít, mint a fenntartható fogyasztás és fejlődés, a helyi közösségek mozgósítására és városaink

kulináris örökségének kreatív hasznosítására alapozva. Hiszem, hogy ez a projekt lehetővé teszi számunkra kapcsolatokat kiépítését, a tudásban való részesedést és az együttlétet olyan időkben, amikor az együttműködés fontosabb, mint valaha. A hálózatnak köszönhetően tanulunk, élvezzük a közös tudást és kapcsolódunk egymáshoz. A integráció és a lokalitás újjászületésének időszakába lépünk, amit úgy értelmezünk, mint gyökereink tiszteletét és a másokkal való megosztásának szükségességét. Mi úgy hisszük, hogy a gasztronómia mindig fontos eleme lesz Krakkó életmódjának és a városunkba látogatók számára az egyik legkellemesebb élményt nyújtja.

Robert Piaskowski, Krakkó Polgármestere Kultúráért Felelős Meghatalmazottja

6.

STRATÉGIAI AJÁNLÁSOK

A Slow Food-CE projektben résztvevő partnerek - a Helyi Munkacsoportok aktív bevonásával - innovatív módszertant dolgoztak ki a GCH feltérképezése és ennek az örökségnek a jobb megértése érdekében. A projekt keretében végrehajtottak öt Minta Programot a Fenntartható Turizmus (Krakkó és Velence), Nyilvános Piacok (Kecskemét), Élelem Oktatás (Brno), Kulturális Rendezvények (Dubrovnik) témakörökben, valamint a projekt eredményeinek elemzése alapján kidolgoztak egy stratégiát a GCH valorizációjához. A projekt látókörének a partnerségen túlmutató kiszélesítése érdekében párbeszéd indult az élelem kérdésében legérdekesebb és legsikeresebb EU kezdeményezések közül kettőnek a képviselőivel: az egyik Davis Matchett, a Londoni Városkörzeti Piac Élelem Stratégiai Osztályának Vezetője - ez a Piac a világon működő innovatív és fenntartható piacok egyik legjobb példája; a másik Cristina Sossan, a Milano Városi Élelem Stratégiai Paktum stratégiai munkatársa - ez a mai napig a legfontosabb nemzetközi paktum az élelem kérdéskörében.

A projekt eredményeinek jobb terjesztése és átadása érdekében a partnerség néhány stratégiai ajánlást dolgozott ki, amelyeket olyan más európai városok figyelmébe ajánlanak, akik érdeklődnek az élelem és a gasztronómia témakörében rejlő potenciálnak, mint a fenntartható területi fejlesztés hajtóerejének a feltárása iránt, és készek arra, hogy gasztronómiai erőforrásaik kihasználása és valorizációja érdekében tisztességes és jó hatású folyamatokat indítsanak el. Az e fejezetben közreadott ajánlások elsősorban a helyi, regionális és országos szintű döntéshozatalban működő, stratégiákat kidolgozó szakemberekhez és politikusokhoz szólnak, de hasznosak lehetnek az élelemrendszer más érdekelt szereplői és a civil társadalom számára is: azok számára, akik a GCH valorizációs stratégiák alkalmazását a saját területükön akarják megkönnyíteni és népszerűsíteni.

6.1. A VÁROSOK KULCSSZEREPE T JÁT SZANAK

A városoknak vezető szerepet kell vállalniuk a gasztronómiai kulturális örökség valorizációját célzó stratégiák és fejlesztési politikák kidolgozásában és végrehajtásában.

Mindegyik projekt partner felismerte, hogy a GCH valorizációja megérdemelné, hogy egy még teljesebb városi élelem stratégia része legyen, mint a fenntarthatóság, a terület kultúrája és a fogyasztás etikája

szempontjából megkülönböztetett figyelemre méltó, jellegzetes elem.

Az utóbbi években a városi élelem stratégiák kidolgozásának és alkalmazásának fontosságát egyre nagyobb mértékben és egyre szélesebb körben ismerték fel, különösen attól kezdve, hogy Milano Város Önkormányzata kezdeményezéseként a Világkiállítás Milano 2015 rendezvény keretében bemutatták a Milano Városi Élelem Stratégia Paktumot (Milan Urban Food Policy Pact= MUFPP), amit eddig 209 város írt alá, szerte a világon.

Amint azt a MUFPP Bizottság által 2018-ban kidolgozott „Élelem & Városok” című jelentésében megfogalmazta: *“Az élelem stratégiák kérdésében aktív városok az élelemrendszerben dolgozó városi érdekeltek széles körével folytatott egyeztetések és viták során közvetítők lettek, a folyamatok együttes megtervezése, a kölcsönös tanulás és a jó gyakorlatok tapasztalatcseréje terén /.../ A városok számára a városi élelem stratégiák új és ígéretes lehetőséget képviselnek ahhoz, hogy közösségeiket egy fenntarthatóbb, inkluzívabb és befogadóbb városi környezet felé vezessék”.*

Eddig a városi élelem stratégiák többnyire ahhoz a vitához kapcsolódtak, amely az élelemhez való jogról szóltak, nevezetesen *„az állandó és megbízható hozzáférés biztosítása a biztonságos, helyi, sokféle, fair, egészséges és tápanyagban gazdag élelemhez, mindenki számára”* (MUFPP), de termékeny talajt nyújthatnak a GCH valorizációról - mint a fenntartható városfejlesztés kulcsfontosságú hajtóerejéről - szóló eszmecsere magjainak elültetéséhez és szárba szökkenéséhez is.

A városi élelem stratégiák további és magasabb szintű lépése a specifikus Élelem Tanácsok létrehozása. Minthogy ezek a stratégiák - jellegüknél fogva - ágazatközi stratégiák, az Élelem Tanácsok keretében tematikus testületek létrehozása is tanácsos; ezek egyike lehet a GCH valorizáció kérdésével foglalkozó bizottság.

A helyi önkormányzatok szerepe azonban egy hivatalos élelem stratégia alkalmazása nélkül is kulcsfontosságú a GCH valorizációs intézkedések hatékonysága, eredményessége és fenntarthatósága érdekében. A GCH valorizációja érdekében a közsféra intézményeinek KOORDINÁTORKÉNT és ELŐSEGÍTŐKÉNT kell cselekedniük a helyi élelemrendszer szereplői (termelők, fogyasztók, szakácsok, vendéglátók, kiskereskedők, stb.) közötti párbeszédben és együttműködésben, a szakértelem megosztásában és közös akciók tervezésében. Az olyan ERŐFORRÁSOKAT is nyitottá és elérhetővé kell tenniük, mint a HELYSZÍNEK és az INFRASTRUKTÚRA, hogy hatékonyan összehozzák a piac két részét, ápolniuk kell a megfelelő SZABÁLYOKAT és TUDÁST, hogy lehetővé tegyék a termelők számára az összefogást és HELYI STRATÉGIÁK alkalmazását, a tudatosság és az értékek felismerésének a növelése érdekében, mind a lakosság, mind a látogatók körében.

Jó példát szolgáltat Kecskemét, ahol a Városi Önkormányzat 1999-ben megalapította az Aranyhomok Kistérségi Fejlesztési Egyesületet azzal a céllal, hogy biztosítsa a lehetőséget a gazdáknak és termelőknek, hogy fenntarthassák hagyományos gazdálkodási módszereiket, valamint a hagyományos helyi gasztrokulturális változatosságot. Az Egyesület feladatkörébe tartozik az együttműködés fenntartása a Kecskemét környéki kistérségben, programok és rendezvények szervezése, ahol a kistérség termelőinek lehetőségük van termékeik árusítására és tudásuk megosztására. A Slow Food-CE projekt révén Kecskemét Város Önkormányzata lehetőséget kapott arra, hogy a termelőkkel való együttműködés munkáját a Kecskemét körüli 50 km-es körzetre koncentrálja és felhívja az emberek figyelmét a Slow Food mozgalomra, a helyben előállított termékek fontosságára és a Gasztronómiai Kulturális Örökség óriási értékére.

6.2. KAPCSOLAT, RÉSZVÉTEL, TANULÁS, CSELEKVÉS

A GCH valorizációját célzó eredményes stratégiáknak és kezdeményezéseknek aktívan be kell vonniuk a helyi érdekelteket

Még ha a közszéfera egy adott intézménye játssza is a vezető szerepet a GCH valorizációs stratégiák kidolgozásában és végrehajtásában, egy átfogó és integrált stratégia - többszintű megközelítési móddal történő - felépítéséhez alapvető fontosságú az állampolgárok és a helyi élelemrendszer szereplőinek a részvétele a kezdeményezések tervezésében, megvalósításában és figyelemmel kísérésében (monitoring). Az érdekeltekkel folytatott eredményes párbeszédhez és gyümölcsöző együttműködéshez feltétlenül szükséges egy közös tárgyalási alap meghatározása; a különbségek elfogadása jó hatású, mert a sokféleség hozzáadott értéket és innovációt hoz a gasztronómiai erőforrások valorizációs folyamatába. Rendkívül fontos az érdekeltek bevonásának folyamatát megfelelő módon indítani, hogy alapot teremtsünk az élelemrendszer releváns szereplőinek hosszú távú részvételéhez, a velük való együttműködéshez és szinergiák kialakulásához.

A helyi érdekeltek eredményes részvételének biztosításához nagyon fontos, hogy:

- HALLGASSUK meg és vegyük figyelembe minden szereplő mondanivalóját és határozzuk meg a KÖZÖS SZÜKSÉGLETEKET és a mindenki által osztott KÖZÖS ÉRTÉKEKET ÉS VÍZIÓKAT
- Alakítsunk ki egy KÖZÖS KERETET, de HAGYJUK AZ ÉRDEKELTEKET SZABADON KIFEJEZNI ELGONDOLÁSAIKAT, hogy így hasznosítsuk értéküként kompetenciájukat és identitásukat
- Legyünk elég BÁTRAK ahhoz, hogy IRÁNYT VÁLTOZTASSUNK, ha a választott út nem felel meg az érdekeltek által meghatározott területi szükségleteknek
- ÉPÍTÜNK BIZALMAT és tartsuk tiszteletben az érdekeltekkel létrejött MEGÁLLAPODÁST, így értékeljük idejüket és elkötelezettségüket méltó módon.

6.3. MÉRJÜNK, HOGY JAVÍTSUNK

A GCH valorizációs stratégiák és kezdeményezések folyamatos felmérése, figyelemmel kísérése (monitoring) és kiértékelése elengedhetetlen

A GCH valorizációs kezdeményezések végrehajtásának állandó figyelemmel kísérése alapvető fontosságú a megfelelő JAVÍTÁSOK FOLYAMATOS biztosításához és hogy még eredményesebb STRATÉGIAI DÖNTÉSEK szülessenek az elért eredmények elemzésére alapozva.

Az adott helyszínrre vonatkozó, specifikus teljesítmény mutatókat kell meghatározni a végrehajtott akciók és stratégiák társadalmi, gazdasági és környezeti hatásainak a mérése érdekében. A mutatókat a tervezési fázis elején kell rögzíteni, az érdekeltek részvételével.

Ugyanakkor a legjobb gyakorlatokat fel kell tární és elemezni kell, hogy olyan viszonyítási pontokat (benchmark) határozzunk meg, amelyek az összehasonlítást lehetővé teszik, továbbá hálózatépítést és kooperációt kell kezdeményezni a hasonló kihívásokkal szembesülő városokkal.

6.4. A PÁRBESZÉD ÚJRAINDÍTÁSA A VÁROSI ÉS VIDÉKI DIMENZIÓK KÖZÖTT

A vidéki-városi kapcsolatok erősítése és az őstermelők és fogyasztók közötti kapcsolatok ápolása a kulcsa a jól működő ellátási láncok folyamatosságának és a fenntartható ökoszisztémának.

Nagyon fontos, hogy az élelmet ne úgy kezeljük, mint árucikket, kizárólag a termelés és a profit folyamatos növelésének a szemszögéből vizsgálva a kérdést. Az őstermelők egymás közötti, illetve az őstermelők másokkal való együttműködésének előmozdítása és a közösség által vezetett helyi fejlesztési kezdeményezések ápolása - az érdekeltek részvételére alapozott megközelítési mód alkalmazásával - fokozza és intenzívebbé teszi a helyi élelemrendszer fejlődését, amelynek része az őstermelők népszerűsítése - és ami még specifikusabb - a helyi növény- és állatfajták, termékek prioritásban részesítése, valamint a biológiai sokféleség védelme, amibe egy sor kérdés beletartozik, például a magokkal való foglalkozás (ősi, őshonos magok), a táj mezőgazdasági hasznosítása (agroerdészet, legeltetési állattartás) és sok más. A nullkilométeres kezdeményezés népszerűsítése a rövid ellátási láncok - ilyenek a termelői piacok, a zöld közbeszerzés, a közösség által támogatott mezőgazdaság - valorizációja érdekében nagyon eredményes módja lehet a városi és vidéki dimenziók, valamint a termelők és a fogyasztók közötti kapcsolat megerősítésének. Az utóbbi néhány évben nőtt a tudatosság és az egészséges élelem, a hagyományos és eredeti ízek iránti igény. Ez az, amiért a közvetlen értékesítés annyira fontos, és egyre népszerűbb a tudatos vásárlók körében.

A közsféra kompetens intézményeinek is támogatniuk kell a vidéki térségek fejlesztési stratégiáit és projektjeit, segítséget és iránymutatást nyújtva a helyi termelőkből álló civil szervezeteknek a pénzügyi támogatás iránti pályázatok benyújtásában, különösen a Európai Mezőgazdasági Alap a Vidékfejlesztésért (European Agricultural Fund for Rural Development = EAFRD) keretében, továbbá az információ és tudás terjesztésében a média segítségével.

6.5. A FENNTARTHATÓSÁG A HELYI ÖKOSZISZTÉMÁK KULCSSZAVA

A fenntartható mezőgazdaság gyakorlata és az éghajlatváltozás kezelését célzó akciók a GCH valorizációs stratégiák részét kell, hogy képezzék

A stratégiákat kidolgozók további konkrét lépése lehet a helyi termelők rugalmasságának, önhelyreállító képességének (resilience) a fokozása az agroökológiai hálózatok ösztönzésével, bevonva és aktiválva az őstermelőket, hogy képviseljék az érdekeiket és filozófiájukat nem csupán a saját előnyükre, hanem a közjó, a társadalom egészségének az érdekében is.

A természeti erőforrásokkal való gazdálkodás javítása a mezőgazdaság keretében a hagyományos őstermelők - a biológiai sokféleség védelmében és az agroökológiai gazdálkodási gyakorlat valorizációjában folytatott - tevékenységeinek a támogatásán keresztül, nagymértékben fokozni fogja az érintett területek rugalmasságát, önhelyreállító képességét. Fontos a biológiai sokféleség feltérképezése a helyi fajokkal való fenntartható gazdálkodás és a fajok védelme érdekében. Továbbá, a kapacitásoknak - az élelem

értéklánc támogatásának mentén történő - növelését célzó kezdeményezéseket is támogatni kell, ápolva a hagyományos tudás a termelők egymás közötti megosztásának gyakorlatát (az idősebb generációk tanítják a fiatalabb generációkat) nem csupán a hagyományos fenntartható gyakorlati módszerek védelme érdekében, hanem azért is, hogy újraindítsuk a mezőgazdasági munkahelyek teremtését és előkészítsük a terepet az élelem jövőben megvalósítandó innovációja számára.

Továbbá, mivel sok város elkötelezett tudományos - az éghajlatváltozás csökkentésével illetve, az ahhoz való alkalmazkodással foglalkozó - stratégiák kidolgozása iránt, az EU városok közül különösen a Polgármesterek Szövetsége aláírói, amely Szövetség a Fenntartható Energia és Klíma Akció Terv (Sustainable Energy and Climate Action Plan = SECAP) kidolgozásán fáradozik - ezért nagyon fontos, hogy ezek a stratégiák tartalmazzanak konkrét akciókat és intézkedéseket a mezőgazdaságot sújtó katasztrófák és éghajlati kockázatok megelőzésére és az önhelyreállító képesség kiépítésére vonatkozóan.

6.6. KOMMUNIKÁCIÓ ÉS OKTATÁS HOZHATJA A VÁLTOZÁST

A jó kommunikációs és oktatási tevékenységek alapvető tényezők a GCH valorizációs stratégia sikeréhez

Egy további ajánlás a stratégiához a Minta Programok - sok partner által jelzett - tapasztalatából származik, és az eredményes kommunikáció fontosságára vonatkozik: olyan „sűrű / zsúfolt” körülmények között, mint a városi élet és környezet, a jelzéseknek nagyon világosnak és egyértelműnek kell lenniük, hogy tényleg eljussanak a befogadókhoz, legyenek azok akár állampolgárok és vállalkozások, akár egyéb intézmények.

A hely, mint márka (place-branding) bevezetése kulcsfontosságú stratégiai kérdés, amelyet körültekintően meg kell tervezni és az érdekeltek részvételével kell kiépíteni; ötletek, elgondolások, tudás és információ cseréjével, és kommunikációs szakemberek támogatásával, hogy a célcsoport közönség elérése érdekében megtaláljuk az eredményes kommunikációs csatornákat és biztosítsuk a GCH valorizációs kezdeményezések sikeres promócióját.

A helyi gasztronómiai örökség, az erőforrások, a fenntarthatóság, a táplálkozás és az élelem elkészítésének a kérdéseire vonatkozó oktatási tevékenységek szintén nagyon fontosak ahhoz, hogy a GCH valorizációs akciók fenntarthatóak legyenek, hogy népszerűsítsük a viselkedési formák megváltoztatását és előmozdítsuk a közösségek hathatós közreműködését. A tudatformáló oktatásnak erősítenie kell a tudatosságot és terjesztenie kell a tudást arra a hatásra vonatkozóan, amelyet az általunk választott élelem az egészségünkre, a környezetre, a területi fejlődésre és a helyi közösségek jövőjére kifejt. Az élelemmel kapcsolatos „írni-olvasni tudás”, azaz tanultság elérése alapvető feltétel olyan sikeres élelemrendszerek létrehozásához, amelyek a helyi termelésen, az élelem sokféleségén és az élelem hagyományos kultúráján alapulnak.

Magasabb szinten az is fontos, hogy képesek legyünk eredményesen terjeszteni, kommunikálni és lehetőség szerint át is adni a GCH valorizációs stratégiák eredményeit - regionális, országos és nemzetközi szinten. A bármilyen szinten működő területi partnerségek és az európai projektekben és hálózatokban való aktív részvétel promócióját széles körben fokozni kell - a jó gyakorlatok és tudás megosztása érdekében, hogy tanuljunk egymástól és tökéletesítsük az élelemre vonatkozó stratégiákat.

Interreg

CENTRAL EUROPE



European Union
European Regional
Development Fund

SlowFood-CE

