



MaC Village

Interreg 

CENTRAL EUROPE European Union
European Regional
Development Fund

MaC Village



PRIROČNIK ZA IMPLEMENTACIJO METODOLOGIJE NA LOKALNEM NIVOJU

Priročnik projekta MaC Village je bil oblikovan za načrtovanje lokalnih deležnikov, da bi z enostavnim metodološkim konceptom in konceptom sodelovanja vnesli inovacije v regionalni razvoj na podeželju.

Priročnik je bil razvit v okviru programa **the Interreg Central Europe Programme funded from the European Regional Development Found (ERDF)** (program Interreg Srednja Evropa, ki ga financira Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR) in spodbuja sodelovanje pri skupnih izzivih v Srednji Evropi.

Priročnik je razdeljen na tri dele. Prvi del vsebuje ključne koncepte in načela teoretične osnove ter metodološki koncept.

Drugi del je samostojna enota in je preveden v nemški, madžarski, slovenski in italijanski jezik. Ta del je namenjen lokalnim deležnikom, ki želijo začeti inovacijski proces v svoji regiji, in predstavlja smernice delavnic s posebnim poudarkom na skupinah deležnikov ter rezultate iz regij sodelujočih partnerjev. Bralci, ki ste spoznali tiskano različico priročnika in bi želeli več informacij o inovacijskem procesu, si lahko celotno različico priročnika ogledate [na spletni strani MaC Village](#) ali pa si ogledate celoten videoposnetek o metodologiji tega procesa na portalu [Vimeo: Interreg CE MaC Village](#).

V tretjem delu priročnika je podrobno predstavljen sistem izvajanja inovacijskega procesa s teoretičnimi referencami, oblikovanjem koncepta, procesom razvoja in vrednotenjem. V prilogi so podrobno predstavljene predloge za izvedbo regionalne analize, inovacijskih delavnic, usposabljanj in vrednotenja.

Razviti inovacijski proces, preizkušen v projektu MaC Village, vam lahko pomaga pri uvajanju inovacij na podeželju med podjetji in predstavniki kulturne in kreativne industrije. Nastale mreže in poslovni modeli so spodbuda za nove gospodarske strukture na podeželju.

Odpornost in potrpežljivost, ki so ju vsi pokazali v času našega projekta, sta bili hvalevredni. Hvala vsem članom projektne skupine za njihov prispevek, še posebej:

- **Dr. Veit-Stephan Zweynert**, Technologie- und Gründerzentrum PM GmbH, Nemčija
- **Prof. Ines Carstensen and Marcel Herold**; SRH Hochschule Berlin, Nemčija
- **Simone Taddei**, Associazione Borghi Autentici d'Italia, Italija
- **Roman Wappl**, Regionalmanagement Burgenland GmbH, Avstrija
- **Gregor Erzožnik**, BSC, Business Support Centre Ltd, Kranj, Slovenija
- **Ksenija Napast**, E-zavod, zavod za projektno svetovanje, raziskovanje in razvoj celovitih rešitev, Slovenija
- **Sebő Sánta and Kata Csordás**, DDTG Nonprofit Ltd., Madžarska
- **Csaba Mata**, Cultural Lab Social Cooperative, Madžarska

1.

MAC VILLAGE KRATKA PREDSTAVITEV

V projektu MaC Village, se vse vrta okoli tega, da bi inovacije začele delovati s preprostimi metodami in s tem, kar je na voljo v regiji. Pri tem sodelujejo lokalni in regionalni podjetniki ter kreativni ljudje tako iz regije kot iz mestnega (urbanega) okolja.

MaC Village je namenjen regionalnim razvijalcem, županom in spodbujevalcem (trenerjem) inovacij, ki se zanimajo zato, da se na podeželju začnejo izvajati nove stvari.

Metoda MaC Village temelji na dveh glavnih tezah:

- S preprostimi in enostavnimi metodami, ki sledijo konceptu varčnih inovacij, je mogoče na podeželju ustvariti kreativne otoke, ki z novimi sodelovanji na različnih poslovnih področjih oživljajo regionalno gospodarstvo.
- Sodelovanje s podjetniki in samozaposlenimi iz različnih kulturnih in kreativnih industrij spodbuja nastanek kreativnih okolij v podeželskih regijah.

Recept MaC Village:

- vzemite, kar je na voljo v regiji - uporabite čim več lokalnih virov,
- povabite predana podjetja in vizionarje iz regije,
- povežite jih s kreativnimi ljudmi v različnih krogih s tako imenovanimi hitrimi poslovnimi sestanki, da razvijete skupne poslovne zamisli,
- v naslednjih šestih mesecih uresničite nastale projektne zamisli.

MaC Village pomeni proces za razvoj inovacij na podeželju med podjetji in predstavniki kulturne in kreativne industrije. Nastale sinergije med podjetniki in novi poslovni modeli zagotavljajo spodbude za nove gospodarske strukture na podeželju.

NASTAVITVE DELAVNIC KAKO ZAČETI

MaC Village je inovacijski proces, ki je bil razvit za spodbujanje inovacij na podeželju med podjetji in predstavniki kulturne in kreativne industrije (KKI). Nastale mreže in poslovni modeli so spodbuda za nove gospodarske strukture na podeželju.



Pozdravljeni, sem »MaC Village ambasador« in razložil vam bom, kako lahko začnete in izvedete inovacijski proces MaC Village ter kaj boste vi in vaša regija pridobili z izvajanjem tega procesa.



Če ste spodbujevalec oz. trener inovacij, regionalni razvijalec ali župan v vasi ali podeželski regiji in želite z inovacijami oživiti gospodarstvo, potem vam MaC Village ponuja program usposabljanja, ki s preprostimi metodami omogoča zagon inovacijskih procesov, s posebnimi konstelacijami udeležencev pa omogoča nastanek in razvoj nenavadnih zamisli za izdelke in poslovne modele.

REGIONALNE ANALIZE

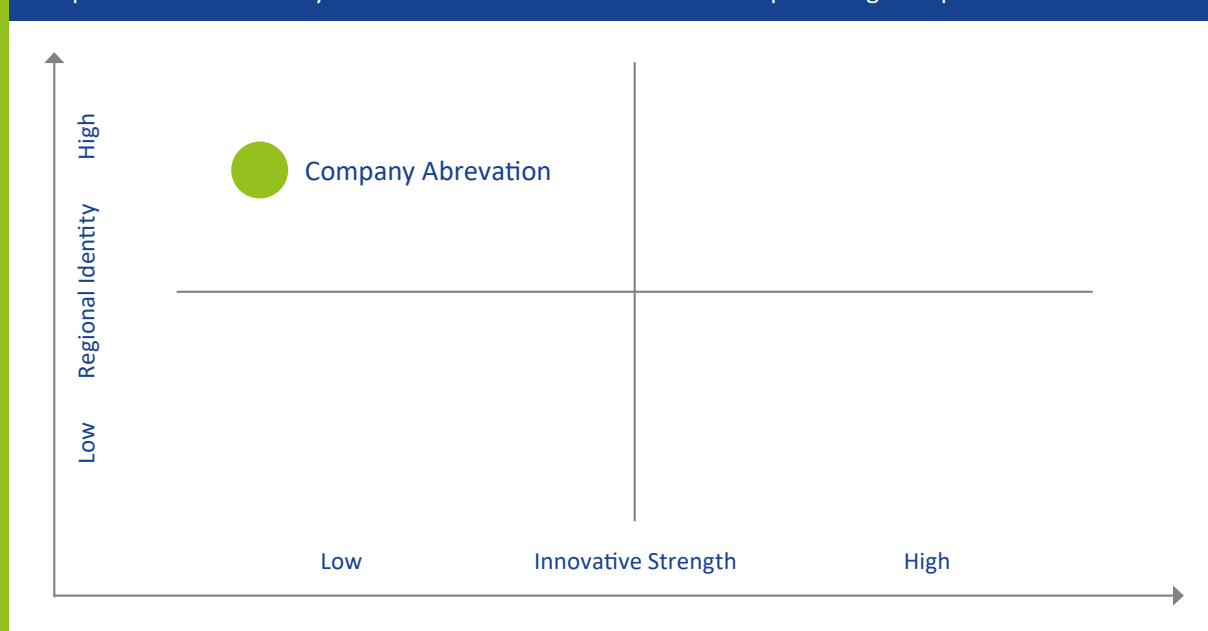
Template 3: Active MaC Village participants
(Participant level: locals in traditional economic structures)

Nr.	Company Abreviation	Branch	Size of company	Short description	Participant contact details (Email, phone, address)
1.					only for internal purpose

Template 4: Level of interaction "New markets special regional products and services"

Nr.	Entrepreneurs for new markets & special regional products & Services	Short description (max. 100 words)
1.	Food industry Abbreviation of the company	

Template 5: Portfolio analysis: Level of interaction "New markets Special regional products and services".



Za začetek inovacijskega procesa MaC Village se izdelava regionalna analiza, v kateri so poudarjene posebne značilnosti regije, opredeljeni viri regije in izbrani udeleženci po posebnem izbirnem postopku.

MAC VILLAGE METODOLOGIJA



MaC Village se razvija v seriji delavnic v treh korakih. V predfazi se zberejo vsi obstoječi viri v regiji, v inovacijski fazi se vasi, povezane s kreativno industrijo, povežejo v tristopenjsko serijo delavnic, da bi v fazi implantacije, ki temelji na individualnih usposabljanjih, ideje dozorele v poslovne modele. Na koncu se oblikujejo mreže za revitalizacijo podeželskih območij.

ZAČETNA DELAVNICA



Način hitrih poslovnih sestankov oziroma "hitrih zmenkov"

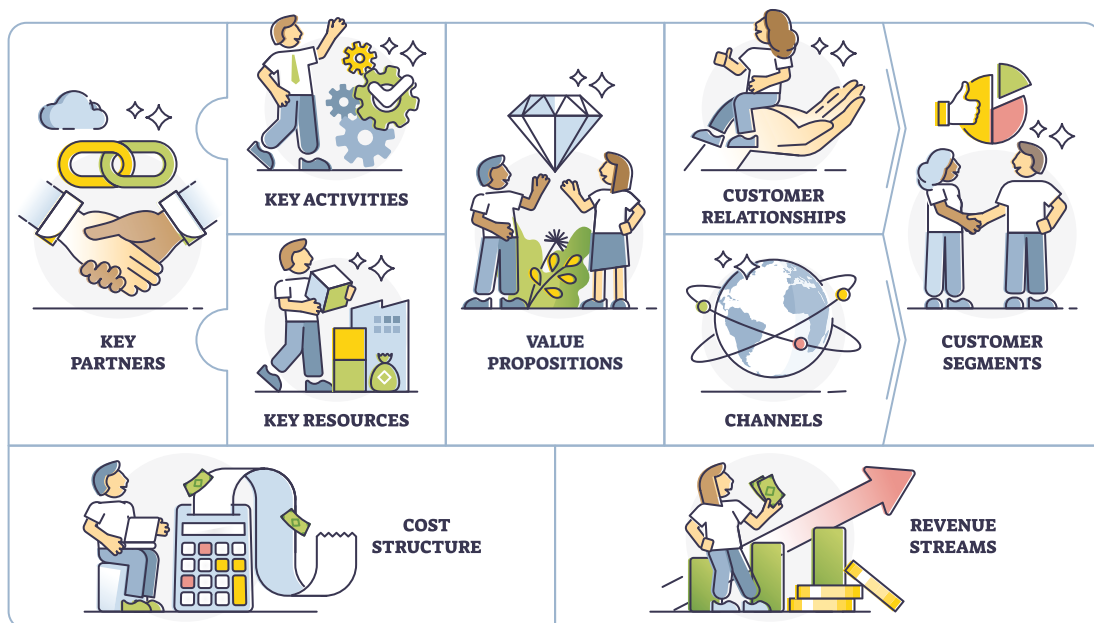
Na začetni delavnici si udeleženci izmenjajo kartice virov, neizkoriščene potenciale na področju arhitekture, običajev, pokrajin...



...učenje korak za korakom v začetni delavnici, v kateri sodelujejo lokalni in regionalni podjetniki, je inovativen pristop k oblikovanju in razvoju novih izdelkov in storitev.

RAZVOJNA DELAVNICA

REGIONAL MODEL CANVAS



Na drugi delavnici lokalni in regionalni podjetniki, ki so že sodelovali na prvi delavnici, ter novi udeleženci iz regionalnih kulturnih in kreativnih industrij skupaj razvijajo regionalne poslovne modele.

IZVEDBENA DELAVNICA



Udeleženci delavnice skupaj predstavijo idejo/projekt..



Na tretji delavnici udeleženci prve in druge delavnice ter udeleženci iz urbane kreativne industrije pripravijo blagovne znamke ustvarjenih poslovnih modelov.

SODELUJOČI DELEŽNIKI

V procesu MaC Village spremljamo različne udeležence: podjetnike in predstavnike kreativnih industrij iz regije.

Tradicionalni podjetniki



ANDREAS je krajinski načrtovalec iz nekdanje regije rjavega premoga.



KARL je udeleženec prve delavnice, strasten geolog in zelo ekološko usmerjen kmetovalec iz te regije.

KARL je znan po svojem nekonvencionalnem načinu kmetovanja. Poleg goveda, ki ga pase vse leto in je neobičajno prijazno do ljudi, svoja mirujoča kmetijska zemljišča rad obarva, s čimer prispeva k estetskemu videzu krajine v regiji.



ANDREAS je krajinski ustvarjalec iz regije, ki renaturalizira območja in jih usmerja v novo rabo. Njegovo poslanstvo je med drugim razvijati območja za turistične namene.

PREDSTAVNIKI REGIONALNIH KREATIVNIH INDUSTRIJ



GABOR Gabor je strokovnjak za informacijsko tehnologijo in spletni oblikovalec.



SIMONE Simone je raziskovalka na področju inovacij in ima podjetje za procese prilagajanja podnebnim spremembam.



SAHAR & FOROUGH Sahar in Forough v bližnjem vele mestu vodita gostinsko podjetje s »fino hrano«.



SIMONE je neodvisna podjetnica, ki razvija inovativne rešitve za prilagajanje podnebnim spremembam. Podjetje se osredotoča na razvoj digitalnih tehnologij na področju kmetijstva, ki spodbujajo odpornost pridelkov na podnebne spremembe. Gabor je spletni oblikovalec in strokovnjak za omrežja, ki organizira digitalna mreženja s podjetji iz različnih panog.



SAHAR & FAROUGH sta nemško-iranskega rodu in vodita inovativno gostinsko podjetje s fino hrano za zasebne in druge dogodke. Dogodki, ki jih organizirata, hkrati pomembno prispevajo k medkulturnemu razumevanju evropskih kultur in tradicij z Bližnjega vzhoda.

KARL, ANDREAS, SIMONE, GABOR, SAHAR, in FOROUGH so izrazili zanimanje za inovacijske delavnice MaC Village, prav tako pa tudi številni drugi. Inovacijski trener jih je v pogovoru profiliral in jim priporočil, katere delavnice naj se udeležijo. Karla in Andreasa kot podjetnika še posebej povezuje njuno regionalno udejstvovanje na podeželju. Prejela sta priporočilo za udeležbo na prvi delavnici.

KARL in **ANDREAS** se udeležita prve delavnice, na drugi delavnici pa bosta nadaljevala z razvijanjem svojih poslovnih idej in modelov sodelovanja

SIMONE prejme priporočilo za sodelovanje na drugi delavnici. **KARL, ANDREAS** in drugi udeleženci regionalnih kreativnih industrij predstavijo svoje poslovne zamisli in sodelovanja s prve delavnice drugim udeležencem. Vsi skupaj – regionalna podjetja in ustvarjalci – zdaj pripravljajo skupne ideje in poslovne modele.

SARA, FAROUGH in **GABOR** se udeležijo tretje delavnice glede na cilj in priporočila inovacijskega trenerja. Tam se srečajo s podjetniki in njihovimi poslovnimi modeli iz prvih dveh delavnic. **SARA** in **GABOR**, urbana ustvarjalca iz bližnjega mesta, v vse skupaj vneseta svoje ideje. Pojavi se nova gonilna sila, ki vpliva na ponovno prilagoditev vseh poslovnih modelov.



Udeleženci delavnic po seriji delavnic razvijejo finančne načrte in pripravijo skupni nastop na trgu.

ANDREAS je z novim sodelovanjem razvil poslovni model »Doživite svojo pokrajino«, načrtuje vnos različno obarvanih semen Karla in to lahko uporabi za estetsko obarvanost pokrajine in razvoj turističnih območij.

SIMONE Simone je s pomočjo biosenzorjev in vonjav spodbudila krave k selektivni paši. Tako živali spodbuja, da se pasejo le na določenih območjih, s čimer se prihranijo druga občutljiva obdelovalna zemljišča.



GABOR skrbi za digitalno distribucijo novega poslovnega modela v omrežjih.

**MAC VILLAGE - VPRAŠANJE
»VARČNIH INOVACIJ« - UPORABA
PREPROSTIH METOD ZA HITRE INOVACIJE
NA PODEŽELJU.**

2.

REZULTATI IZ PARTNERSKIH REGIJ

Projekt Mac Village in njegovi rezultati čakajo na posnemovalce. V nadaljevanju so predstavljeni izdelki, storitve in pristopi k regionalnemu razvoju, ki so nastali na podlagi projekta MaC Village.

2.1. Avstrija

2.1.1 Pilotni projekti v Avstriji 1

Naslov pilotnega projekta	Živi leksikon na Gradiščanskem
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodja projekta: Michael Jandrisics</p> <p>Projektna skupina je bila ustanovljena na prvi delavnici oktobra 2020. Projekt Living Lexicon Burgenland je projekt, katerega cilj je narediti raznolikost jezikov na Gradiščanskem vidno. Zaradi svoje zgodovine ima Gradiščanska poleg uradne nemščine še štiri druge jezike - hrvaščina, madžarščina, romščina in hianščina, od katerih nekatere govori zgolj starejša generacija. Na Gradiščanskem je skupaj 34 večjezičnih skupnosti. Ker se jezikovna raznolikost Gradiščanske vse bolj pozablja, se projekt Living Lexicon ukvarja s tem, da bi jeziki v vaseh postali vidni. V ta namen bodo na vidnih mestih v vaseh nameščeni znaki ali gumbi, ki bodo raznolikost jezikov približali vsakdanjemu življenju ljudi. Pri tem je potrebno tesno sodelovanje in usklajevanje s skupnostmi.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none">• večjezičnost Gradiščanske• 34 večjezičnih skupnosti na Gradiščanskem• povezavanje s kreativno industrijo (ustvarjanje QR-kode s strani programerskega podjetja in medijskega podjetja za snemanje zvoka, tako da je govor/glas mogoče poslušati tudi prek pametnih telefonov)
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none">• enostavna učna ponudba za domačine in turiste na področju jezikovne raznolikosti Gradiščanske• zavezanost občine k večjezičnosti in njeni tradiciji• ponudba za vrtce in šole v okviru projektnih tednov

2.1.2 Pilotni projekti v Avstriji 2

Naslov pilotnega projekta	Liszt-Art Raiding
Vodja projekta/projektzna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodji projekta: Markus Landauer in Elisabeth Liebentritt</p> <p>Projekt Liszt-Art se je razvil v okviru številnih spletnih delavnic. Na začetni delavnici se je rodila zamisel o aplikaciji Liszt App, ki se je na koncu spremenila v projekt Liszt Art. V Raidingu se je rodil skladatelj in glasbenik Franz Liszt, zato umetnikova rojstna hiša ponuja številne kulturne prireditve. Prepoznaven negativen trend je, da te prireditve vse bolj nagovarjajo starejše generacije. Z željo posodobiti podobo Franza Liszta in nagovoriti mlajše starostne skupine, je bil razvit projekt Liszt-Art. To je projekt za mlade umetnike iz Avstrije in Madžarske na področju vizualne umetnosti, ki poteka v obliki natečaja. Prizadeva si za sodelovanje s šolami v Avstriji in na Madžarskem.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • rojstni kraj glasbenika in skladatelja Franza Liszta • center Listz Raiding • kreativne industrije na področju vizualnih umetnosti ter filmsko podjetje za filmsko dokumentacijo
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • mlajši obiskovalci v Raidingu • povečano zanimanje za Franza Liszta • več nočitev v Raidingu in okolici

2.1.3 Pilotni projekti v Avstriji 3

Naslov pilotnega projekta	Skupaj ob kolesarski poti
Vodja projekta/projektzna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodji projekta: Petra Aminger in Toni Schuster</p> <p>Na kolesarski poti, ki povezuje Bucklige Welt s pokrajino Mittelburgenland, želimo spodbuditi sodelovanje prebivalcev z uporabniki kolesarske poti tako, da domačine in goste (= uporabnike kolesarske poti) seznanimo z regionalnimi proizvajalci, podjetji in dobavitelji (= prebivalci ob kolesarski poti). V ta namen je treba vključiti lokalne skupnosti ob kolesarski poti. Na to temo se trenutno pripravlja medregijski projekt Leader.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • obstoječa kolesarska pot • številni proizvajalci ob kolesarski poti • razmah kolesarstva zaradi pandemije Covid-19 • vir Toni Schuster iz regije Bucklige Welt • odgovoren turizem • kreativno gospodarstvo na Gradiščanskem (z vključitvijo gospe Marie Hollunder v projektno skupino)
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • privlačnejša kolesarska pot • več turistov v regiji • nove prodajne priložnosti za regionalne proizvajalce • povezovanje dveh regij prek državnih meja

2.1.4 Pilotni projekti v Avstriji 4

Naslov pilotnega projekta	Obmejno območje - Tržnica v Schattendorfu
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodji projekta: Andrea Bierbaum in Harald Pinter</p> <p>Zamisel za projekt »Grenz-LAND-Markt« se je porodila že na začetni delavnici 2020. Projektno skupino sestavljajo predvsem člani iz kmetijskega sektorja. Osnovni pogoj za čezmejni trg hrane je, da se občina Schattendorf nahaja neposredno ob meji z Madžarsko. Mesečna tržnica, ki jo sestavljajo avstrijski in madžarski ponudniki regionalne hrane, prinaša evropsko interakcijo. Vodja projekta sta vzpostavila tesno sodelovanje z občino Schattendorf. Občina skrbi za potrebno promocijo in organizacijo dogodka. Prva tržnica je bila organizirana že 11. septembra 2021.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • obstoječa mreža za proizvajalce iz Avstrije in Madžarske • občina Schattendorf • kreativna industrija za izdelavo oglaševalskega materiala
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • več obiskovalcev od blizu in daleč v občini Schattendorf • čezmejno povezovanje ljudi (Avstrija – Madžarska) • nove prodajne priložnosti za ekološke pridelovalce • vzor drugim skupnostim • večja dodana vrednost regije



2.2. Nemčija

2.2.1 Pilotni projekti v Nemčiji 1

Naslov pilotnega projekta	Gastronomski dogodek Fläming
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodja projekta: Bernd Schulz</p> <p>Projektna skupina je bila oblikovana na prvi delavnici septembra 2020 in se je kasneje povečala. Projekt »Fläming Event Gastronomy« izvira iz ideje o sodelovanju lokalnega ponudnika gastronomskih storitev »Backschwein-Tenne« v Gömnigku in manualnega terapevta, ki v plezalni dvorani DAV v kraju Wiesenburg/Mark organizira plezalne tečaje za družine in podjetja. Na nadaljnjih delavnicah je bila prvotna zamisel projekta nadgrajena: regionalni pridelovalci, gostinci in ponudniki hrane sedaj skupaj ponujajo širšo paleto regionalnih izdelkov (hladnih in toplih, od veganskih in eksotičnih jedi do domače kuhinje). Vaške skupnosti, trgovci, podjetja in organizatorji prireditev imajo kot stranke koristi od večje raznolikosti te ponudbe za svoje obiskovalce/stranke. Ti z veseljem sprejmejo individualizirane ponudbe in so jih seveda pripravljene tudi plačati. Tako imajo od projekta koristi vsi. Osrednja ekipa treh proizvajalcev/ponudnikov hrane je že pripravila ponudbo za pilotni dogodek Mac Village.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Trend predelave regionalnih proizvodov iz ekološke pridelave v gastronomiji. • Mreže regionalnih proizvajalcev/gostincev obstajajo že od leta 1990. • Novi poslovni modeli, ki jih gostinci in ponudniki gostinskih storitev iščejo po krizi Covid-19. • Večja prisotnost kmetij, gostincev in mobilnih gostinskih ponudnikov v družbenih omrežjih. • Dogovor med deležniki o večji prepoznavnosti njihovih edinstvenih prodajnih točk.
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • Raznolika ponudba organizatorjev vaških in podjetniških festivalov ter trgovcev, družin in organizatorjev prireditev za zahtevnejše občinstvo. • Privabljanje novih strank na gastronomski dogodek Fläming. • Ustvarjanje večjega prometa na vseh straneh in stabilizacija gospodarskega položaja regionalnih podjetij. • Dober primer regionalnega krožnega gospodarstva.

2.2.2 Pilotni projekti v Nemčiji 2

Naslov pilotnega projekta	Fläminger - prašiči proste reje
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodja projekta Anja Koch s svojim podjetjem »Fläminger Weideschwein« sodeluje pri projektu »Fläming Event Gastronomy«. Pred dvema letoma je od kmeta Bernda Schulza prevzela kmetijo s prašiči v prosti reji. Njena strast je vzreja približno 100 prašičev, ki se skozi celotno leto prosto redijo na pašnikih. Živali se hranijo samo z ekološko pridelano krmo iz regije, brez koncentrirane krme. Anja Koch se zaveda, da je vedno več njenih strank, ki takšni reji, primerni za posamezne vrste, pripisujejo velik pomen. Stranke lahko njene živali obišejo na pašniku, gospa Koch pa z veseljem odgovori na njihova vprašanja. Tržni delež tako zahtevnih potrošnikov svinjskih proizvodov v Nemčiji trenutno znaša 3 %. Delež se nenehno povečuje. Ekološko meso se prodaja gostišču »Backschwein-Tenne« ter regionalnim in nacionalnim strankam trgovine na kmetiji gospe Koch. Opisano sodelovanje s širitvijo v okviru projekta »Fläming Event Gastronomy« s ciljem skrajšanja razdalj med proizvajalci, predelovalci in potrošniki je odličen primer regionalnega krožnega gospodarstva.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • regionalna ekološka pridelava krme • majhne razdalje med lokacijami za pridelavo, predelavo in prodajo • gostinska ponudba za gastronomski dogodek Fläming • visoka zavezanost vključenih proizvajalcev in gostinskih ponudnikov k trajnostnemu upravljanju • kreativna industrija za izdelavo oglaševalskega materiala (filmska ekipa)
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • več obiskovalcev v regiji • večji dobiček za udeležence zaradi skupnega regionalnega trženja • vzorna sinergija med regionalnimi podjetji postane zgled • nove prodajne priložnosti za ekološke pridelovalce, povečanje regionalne dodane vrednosti • vzor drugim skupnostim



2.2.3 Pilotni projekti v Nemčiji 3

Naslov pilotnega projekta	Dogodki "Divja zelišča" in teambuilding
Vodja projekta/projektne skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodja projekta: Stefanie Görisch</p> <p>Projektne ekipa: udeleženci projekta MaC Village, regionalni trgovci, delavci v kulturi in drugi ustvarjalci</p> <p>Stefanie Görisch je kot alternativna zdravnica in strokovnjakinja za zelišča z dolgoletnimi izkušnjami na področju teambuildinga po končanem študiju zdravstvenega turizma ustanovila lastno podjetje, ki ponuja alternativne in kreativne timske dogodke. Ponuja zeliščne sprehode in delavnice s področja zeliščarstva, užitnih divjih rastlin in povezovanja z naravo. S svojim projektom MaC Village pod naslovom »Wild Herb Events and Teambuilding« želi motivirati lokalna podjetja in združenja, posameznike in skupine, da rezervirajo pri njej svoje službene izlete in timske dogodke. Preko projekta MaC Village je Stefanie dobila spodbudo za svoj podvig. Izpopolnila je svoj poslovni model in navezala pomembne stike. Svoje dogodke obogati z igrami in vajami, ki spodbujajo medsebojno zaupanje, povezanost s samim seboj ter z naravo in razvijajo občutek za skupnost.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • usposabljanje za alternativnega zdravnika in strokovnjaka za zelišča • lastne izkušnje pri oblikovanju ekipe • raznolikost zelišč in zdravilnih rastlin v regiji • turistična industrija in turistična združenja • sodelovanje s kulturno in kreativno industrijo (KKI), tudi izven regije (filmska ekipa)
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • obogatitev raznolikosti ponudbe v regionalnih KKI • nova izobraževalna ponudba za podjetja in družine s kombinacijo doživetja narave in teambuildinga • prispevek k zdravstveni vzgoji, preventivnemu zdravstvenemu varstvu in čuječnosti



2.2.4 Pilotni projekti v Nemčiji 4

Naslov pilotnega projekta	Inovativno energetska svetovanje za oblikovanje energetskega prehoda
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Vodja projekta: Harald Lacher</p> <p>Sodelujoči partnerji: Gospodarsko razvojna agencija Brandenburg, Ministrstvo za energijo, Gospodarska zbornica Potsdam, Komunalno podjetje Bad Belzig</p> <p>Zamisel za projekt »Inovativno energetska svetovanje za oblikovanje energetskega prehoda« je predstavil Harald Lacher in o njej razpravljajal na delavnicah MaC Village. Spodbuda za izvedbo njegovega projekta je prišla na izvedbeni delavnici (Consolidation Workshop) ter na usposabljanjih ob skupnem delu na njegovem projektu. Januarja 2021 se je Harald Lacher po dolgoletnih poklicnih izkušnjah v občinskem komunalnem podjetju Bad Belzig in svetovalnem centru za zasebno energetska svetovanje potrošnikom samozaposlil. Kot neodvisni energetska svetovalec in ponudnik energetske svetovalnih storitev zasleduje cilj, da pomaga lastnikom stanovanj, občinskim upravam in podjetjem pri izbiri in načrtovanju trajnostne in okolju prijazne oskrbe z energijo. Po njegovih besedah je za skupno uresničevanje novih rešitev poleg nove tehnologije potrebno tudi novo razumevanje energetskega prehoda. In še: z vsako nalogo rad raste in v staro znanje vključuje nove izkušnje.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • podnebne spremembe kot izziv za nove kooperativne energetske rešitve • daljnovidne in trajnostne perspektive v energetska industriji (poslovanje kot doslej ne pride v poštev) • strokovnjaki z obsežnim usposabljanjem in praktičnimi izkušnjami v različnih vlogah (dobavitelj energije, kupec in svetovalec) • dreženje v energetska sektorju (podjetja, gospodarska zbornica, svetovalni center za potrošnike) • vse večje povpraševanje po trajnostnih energetska rešitvah v regiji
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • večje število ponudb rešitev za okolju prijazno in trajnostno oskrbo z energijo • večja privlačnost regije za okoljsko ozaveščeno bivanje • razširjanje koristi proaktivnega pristopa k podnebnim spremembam na druge regije

2.3. Italija

2.3.1 Pilotni projekti v Italiji 1

Naslov pilotnega projekta	Mikropoti okusa
Vodja projekta/projektne skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Podjetniški subjekt, določen za upravljanje storitve, je Lokalna skupnost (Javne službe), ki bo sodelovala z lokalnimi podjetji (potovalne agencije, turistična nastanitvena podjetja, tipični proizvajalci, okoljski vodiči, upravljavci muzejev itd.). Dolgoročno gledano lahko Lokalna skupnost izvaja tudi druge storitve, in sicer z javnimi naročili (kot so upravljanje zelenih površin, nekatere socialne in socialnovarstvene storitve) in zasebnimi naročili (kot sta varovanje in vzdrževanje počitniških hiš). Pri tem je sodelovanje med tradicionalnimi ponudniki storitev in kulturno ter kreativno industrijo sestavljeno predvsem iz dveh vidikov: 1. Oblikovanje koncepta mikropoti, ki jih je treba spodbujati, ob upoštevanju strategij, ki temeljijo na spletu in družbenih omrežjih in so povezane s segmentom počasnega turizma (slow tourism); 2. Promocija in prodaja mikropoti prek spleta in družbenih kanalov kot izkušnje, ki omogoča doživetje tipičnih značilnosti in proizvodov lokalnega območja. Pilotni projekt je bil zasnovan tako, da je vključeval vsa štiri območja pilotnih vasi (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo).
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> Naravni/okoljski viri (hribi, vinogradi, mreža pohodniških/kolesarskih poti itd.), zgodovinski/arhitekturni viri (gradovi, cerkve, stare podeželske zgradbe itd.). Tradicionalna podjetja in njihovi značilni proizvodi (predvsem kmetijski proizvodi – vino, med, sivka, proizvajalci suhih mesnin).
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> Enostavna ponovitev projektne ideje na drugih območjih, na celotnem območju Oltrepò Pavese.



2.3.2 Pilotni projekti v Italiji 2

Naslov pilotnega projekta	Blagovna znamka Oltrepo
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Cilj je vzpostaviti mrežo lokalnih podjetij (konzorcij), katerim bo pomagala lokalna kreativna industrija pri iskanju inovativnih nespletnih in spletnih orodij za izvenregionalno promocijo blagovne znamke ter pri oblikovanju grafične podobe regionalne identitete območja (glej projekt Living the Oltrepo). Predstavniki kulturne in kreativne industrije imajo pomembno vlogo, saj tradicionalna podjetja v regiji nimajo znanj, potrebnih za oblikovanje identitete blagovne znamke, ki bi bila konkurenčna na trgu. Pilotni ukrep je bil zasnovan tako, da je vključeval vsa štiri območja pilotnih vasi (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo).
Uporabljena sredstva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Naravni/okoljski viri (hribi, vinogradi, mreža pohodniških/kolesarskih poti ...), zgodovinski/arhitekturni viri (gradovi, cerkve, stare podeželske stavbe ...), nesnovni viri (festivali, tradicije, legende ...). 2. Tradicionalna podjetja in njihovi značilni izdelki (predvsem kmetijski izdelki – vino, med, sivka, proizvajalci suhih mesnin). 3. Tradicionalna turistična podjetja s svojimi gostinskimi storitvami.
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • Dejavnosti vezane na identiteto blagovne znamke za dva glavna segmenta ciljnih strank. Ta segmenta sta: <ul style="list-style-type: none"> - lokalna podjetja: promocija edinstvene turistične blagovne znamke v smislu tiskane in spletne komunikacije vključno z lobiranjem pri organizatorjih potovanj, trgovcih ali subjektih izven regije - končni turisti: funkcionalne in razširjene službe za sprejem, ki so pripravljene izpolniti potrebe in zahteve po doživljajskih paketih in paketih »počasnega turizma (slow tourism)«.



2.3.3 Pilotni projekti v Italiji 3

Naslov pilotnega projekta	Živeti v Oltrepu
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	The entrepreneurial subject identified for the management of the service is Fondazione Futurae, a non-profit organisation established with the intention of giving continuity to the strategic experience of the network of the Authentic Villages of Italy, with particular reference to the themes of social development and sustainable local development. Here the cooperation between local actors (public administrators, enterprises, citizens) led to a new way of thinking local cooperation processes, that can be fostered through the application of models that the local communities never used before (design thinking, etc). The pilot action was designed to involve all four pilot villages areas (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo).
Uporabljena sredstva	Viri celotne pokrajine Oltrepò Pavese, ki je skupek naravnih/okoljskih virov (hribi, vinogradi, mreža pohodniških/kolesarskih poti ...), zgodovinskih/arhitekturnih virov (gradovi, cerkve, stare podeželske zgradbe ...), nesnovnih virov (festivali, tradicije, legende ...), proizvodnih virov (proizvajalci vina, medu, sivke, suhih mesnin) in ne nazadnje človeških virov (kmetje, turistični delavci, visoko usposobljeni delavci, ki živijo na tem območju).
Vpliv na regijo	Približevanje k (ponovni) prisvojitvi ozemlja, njegove odličnosti in tipičnosti (projektna zamisel je torej naložba lokalne skupnosti v svojo lastno korist).



2.4. Slovenija

2.4.1 Pilotni projekti v Sloveniji 1

Naslov pilotnega projekta	Pravljični park Jezersko
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Park Jezersko d.o.o. (Rekreacijski turistični center) in Turistično društvo Jezersko, oba lastnika in upravitelja Pravljičnega parka, imata ključno vlogo pri povezovanju kulturne in kreativne industrije, ki deluje na tem območju. Ključni partnerji so tudi: Irena Cerar, pravljičarka, avtorica štirih vodnikov za družine z naslovom Pravljične poti Slovenije in certificirana interpretativna vodnica (Certified Interpretive Guide - CIG) Interpret Europe; Špela Kuhar, samostojna arhitektka na področju arhitekturnega načrtovanja, izobraževanja in novinarstva, prejemnica več mednarodnih nagrad Piranesi in Plečnikovih medalj, nagrade Zlati svinčnik 2015 in nagrade Lesena ikona 2016.</p> <p>Šenkova domačija je turistična kmetija s pristno alpsko arhitekturo, ki ponuja turistične nastanitve, tipične jedi z Jezerskega ter različne športno turistične proizvode in storitve. Poslovno partnerstvo za prilagojeno izvedbo zgodb, krajinsko načrtovanje ter umetniško oblikovanje skulptur in opreme sestavljajo predstavniki kulturne in kreativne industrije Jezersko in strokovnjaki iz drugih regij: pripovedovalci zgodb in interpretacijski vodniki, arhitekti in oblikovalci, akademski kiparji, mojstri ohranjanja kulturne dediščine. Projekt bo najmlajšim in njihovim družinam ponudil doživetje ljudskih pravljic v naravi skozi pripovedovanje zgodb, igro in spretnostne izzive v naravi. S tem bodo prebudili svojo domišljijo in kreativnost, se srečali z duhovnim svetom naših prednikov, se naučili raziskovati, razumeti in spoštovati naravo ter se spomnili na vrednote, kot so prijaznost, poštenost, zaupanje in pomoč drugim.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalna flora, favna, vodni viri in kmetijski proizvodi se srečujejo z nesnovno kulturno dediščino (npr. ljudske zgodbe, legende, zgodbe lokalnih prebivalcev - osebnosti). • Novi izdelek bo izkoristil inovativni, poslovni in tržni potencial ljudskih pravljic in legend z Jezerskega kot najpomembnejše kulturne dediščine te odmaknjene, edinstvene in čudovite zelene doline v osrčju Kamniško-Savinjskih Alp. • Kulinarčne specialitete, pripravljene iz lokalnih sestavin.
Vpliv na regijo	<p>Razvoj pilotnega območja Jezersko VISION v MaC Village, da postane privlačna destinacija skozi celo leto in privablja stalne goste s turističnim produktom, ki je edinstven preplet umetnosti, narave in domišljije.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umetniška igralnica v naravi, ki temelji na mitološkem izročilu Jezerskega in Kamniško-Savinjskih Alp, primerna za alpski prostor. Navsezadnje Jezersko k temu zavezuje tudi članstvo v mednarodni zvezi planinskih vasi »Bergsteigerdörfer«. • Novo vzpostavljena mreža kulturne in kreativne industrije pod vodstvom družbe Park Jezersko d.o.o. bo gradila turistični produkt s PETKRATNIM CILJEM: <ul style="list-style-type: none"> - dvig okoljske in družbene odgovornosti najmlajših skozi igro in ljudske pravljice - spodbujanje ohranjanja naravne in kulturne dediščine na podeželju - navdih za zdrav in ustvarjalen življenjski slog - dopolnitev in nadgradnja turistične ponudbe za družine z otroki - spodbujanje ekološkega turizma

2.4.2 Pilotni projekti v Sloveniji 2

Naslov pilotnega projekta	Back to history "Escape room - search for a conspiracy letter"
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Glavni izziv pilotnega projekta je bil razviti inovativen in privlačen izdelek za turiste.</p> <p>Ustvarjalci projektne ideje so tradicionalni podjetniki in so organizirani kot samostojni podjetniki, zavod in kmetija:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokalni turistični vodniki, turistična agencija – so bili pobudniki ideje in bodo imeli nov inovativen turistični proizvod • lokalna pekarna – nudi domače pecivo • Lokalni razvojni inštitut - razvoj in upravljanje sobe pobega • Lokalne ekološke kmetije - ponujajo lokalno gastronomijo, lokalne proizvode, vinsko trto <p>Pilotni projekt je bil razvit na podlagi resničnih zgodovinskih dogodkov na tem območju, ki so malo znani. Lastnik gradu Rače je bil v 17. stoletju grof Ivan Erazem Tattenbach. Skupaj s hrvaškima plemičema banom Zrinskim in grofom Frankopanom je bil vpleten v zgodbo o zaroti proti cesarju Leopoldu I. Habsburškemu. Njuna zgodba zarote se je končala tragično. Zarota je bila obsojena, zato so ju obglavili. Obiskovalci sobe pobega morajo poiskati pismo zarote. Turistični sektor ima pomembno vlogo v lokalnem gospodarstvu, saj je bil v času omejitve gibanja zaradi epidemije Covid-19 močno prizadet. Soba pobega je inovativen izdelek, ki temelji na lokalni zgodovini in kulturnih virih. Krepi in diverzificira lokalno gospodarstvo, vključuje podjetništvo in zaposlovanje, širi turistično ponudbo in zagotavlja edinstveno doživetje v skladu s kreativnim turizmom.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • občina, ki je dala na voljo prostore • inovativna neprofitna ustanova, ki prispeva tehnično znanje kot predstavnica kreativne industrije • lokalni turistični vodnik, ki pripoveduje zgodbo in udeležence uvaja v zgodbo • lokalni ponudniki (ponudniki gastronomskih storitev itd.)
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • možnost trgovanja z lokalnimi izdelki in storitvami • zmanjšanje bega možganov iz občine in regije



2.4.3 Pilotni projekti v Sloveniji 3

Naslov pilotnega projekta	Tematske sobe za goste, kulinarčne dobrote in podeželsko kmetijsko središče (z degustacijsko sobo) v gostišču Danica & nastanitve (penzion)
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Turizem Bohinj - Javni zavod za spodbujanje razvoja turizma in Turistično društvo Bohinj, lastnik in upravitelj gostišča Danica & nastanitve, prevzema ključno vlogo pri povezovanju KKI, ki deluje na tem območju.</p> <p>Poslovno partnerstvo za arhitekturno oblikovanje (vključno z vizualizacijami), zgodbe, obnovitvena in gradbena dela zunanosti in notranosti sestavljajo bohinske KKI: arhitekti, interpret dediščine, etnolog, tekstopisci, fotografi, grafični oblikovalci, obrtniki in LIP Pohištvo Bohinj d.o.o. kot oblikovalec in proizvajalec lesenega pohištva in opreme iz lokalnih vrst dreves. Strokovnjaki iz drugih regij so zagotavljali sedežno pohištvo, sanitarno keramiko in dodatke ter tkanine za notranjo opremo. Lokalni kmetje (pridelki) in živilskopredelovalna podjetja (živilski izdelki) pridobijo certifikat Bohinjsko / From Bohinj. Dopolnilna turistična ponudba in integralni turistični proizvodi se upravljajo v sodelovanju z določenimi kmetijami, tujimi organizatorji potovanj, športnimi agencijami, visokošolskimi in raziskovalnimi ustanovami ter s Turizmom Bohinj. Produkt turistom in obiskovalcem ponuja pristno doživetje narave, kulinarike in tradicionalnih znanj. Poleg tega se bodo lahko preizkusili v rezbarjenju, se učili kuhati po starih receptih, obrti, kmečkih opravilih in nabiranju divjih zelišč.</p>
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalna flora, favna, vodni viri in kmetijski proizvodi se srečujejo z nesnovno kulturno dediščino (npr. tradicionalna znanja in veščine obdelave lesa, železa in hrane; zgodbe; pravljice; zgodbe lokalnih prebivalcev – osebnosti) z rahlim pridihom sodobnosti. • Novi izdelek izkorišča inovativni, poslovni in tržni potencial lesenega pohištva in opreme za gostinske in turistične objekte, izdelanega iz lokalnih vrst dreves ter kulinarčnih specialitet, pripravljenih iz lokalnih sestavin.
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • Spodbujanje, vrednotenje in izboljšanje kakovosti in količine lokalnih lesenih in živilskih izdelkov, rokodelskih izdelkov, umetniških del ter njihove povezanosti z zgodovino, kulturo in tradicijo območja. • Prenovljeno gostišče in penzion Danica bo povezovalo vse elemente Bohinja – bodisi na krožniku bodisi z avtentično oblikovano notranjostjo, ki jo bodo vodili domačini, domače znanje, tradicionalne veščine, zgodbe, stari recepti in inovacije.

2.4.4 Pilotni projekti v Sloveniji 4

Naslov pilotnega projekta	Posodobitev kmečke tržnice; vse lokalno - vse domače
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Pilotni projekt je razvit na podlagi obstoječih dejavnosti na kmečkih tržnicah. Odvija se redno vsako soboto dopoldne na dvorišču gradu Rače od 8. do 11. ure poleti oziroma od 9. do 12. ure pozimi.</p> <p>Pri oblikovanju in izvajanju sodelujejo naslednji podjetniki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokalni kmetje, ki kupcem ponujajo svoje izdelke. Njihova ponudba vključuje različno, večinoma ekološko sadje in zelenjavo, mesne izdelke, mlečne izdelke, medene izdelke, sadike zelenjave itd. • Občina Rače-Fram je organizirala stojnice in dala na voljo prostor za tržnico.
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Pilotna ideja temelji na virih in znanju lokalnih kmetov in pridelovalcev hrane ter na naraščajočem trendu kratke verige oskrbe s hrano in prodaje v lokalnem okolju. • Moto kmečke tržnice je »s kmečkega vrta v vašo kuhinjo«. Pomembno in edinstveno je, da lokalni podjetniki prodajajo dobro in kakovostno hrano v lokalnem okolju. Ni prevoza na dolge razdalje od proizvajalca do kupca.
Vpliv na regijo	<p>Pilotna ideja Modernizacija kmečke tržnice; vse lokalno – vse domače bo spodbujala trajnost:</p> <ul style="list-style-type: none"> • z življenjem v harmoniji z naravo, • z vračanjem ljudi k tradiciji, • kupci lahko kupijo sveže izdelke na tržnici ali pridejo na kmetije, kjer si lahko ogledajo pridelavo hrane in se prepričajo o kakovosti izdelkov, • vključevanje lokalnih podjetij, kmetov itd. bo območju dalo možnost trgovanja z lokalnimi proizvodi. S kratkimi transportnimi verigami se bo zmanjšalo onesnaževanje v občini in regiji. Z uživanjem bolj zdrave lokalno pridelane hrane se bo izboljšalo zdravje ljudi.



2.4.5 Pilotni projekti v Sloveniji 5

Naslov pilotnega projekta	Bučno olje – zeleno zlato za vsako mizo
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	<p>Pilotni projekt je razvit na podlagi priljubljenosti bučnega olja in stare tradicije - tehnične dediščine. Stari stroji še vedno delujejo, podjetje pa jih namerava v prihodnosti spremeniti v muzej. Pri oblikovanju in izvajanju pilotne zamisli sodelujejo naslednji akterji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tovarna olja Fram, • lokalna skupnost, • kmetje v Podravju in Pomurju – tovarna od njih odkupuje semena
Uporabljena sredstva	<p>Ljudje imajo radi bučno olje, ki je del kuhinje. Bučna semena se ne uporabljajo le za proizvodnjo olja, ampak tudi v prehrani, saj so bogat vir omega maščobnih kislin, vitaminov in mineralov.</p> <p>Pilotna zamisel je razvita na podlagi virov kulturne in tehnične dediščine območja.</p>
Vpliv na regijo	<p>Rast zanimanja za bučno olje med proizvajalci, ki so povečali površine, zasajene z bučami, je povečala proizvodnjo olja. Za obiskovalce veljajo priložnosti, povezane predvsem s trajnostno gospodarsko rastjo in turizmom.</p> <p>Vključevanje lokalnih podjetij, kmetov itd., ki dajejo ozemlju možnost trgovanja z izdelki iz bučnih semen. To že daje poslovne priložnosti in delovna mesta več kmetom v regiji, ki so dobavitelji tovarne olja Fram.</p> <p>Promocija tehnične dediščine in znanja o bučnem olju kot tipičnem lokalnem proizvodu in delu lokalne dediščine, kar je zelo privlačno za prebivalce regije. Območje bo povečalo nakup olja in spodbudilo njegovo pogostejšo uporabo, kar bo vodilo k povečanju prodaje in nenazadnje k izboljšanju konkurenčnosti in ekonomskega položaja proizvajalcev.</p>



2.4.6 Pilotni projekti v Sloveniji 6

Naslov pilotnega projekta	Kratka veriga preskrbe s hrano (nov poslovni model) s skupno blagovno znamko za lokalne kmetijske proizvode in podeželsko kmetijsko središče (z degustacijsko sobo)
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Lokalne male družinske kmetije (vključno z rejci koz, ovac in prašičev), zeliščarji, čebelarji, živilskopredelovalna podjetja in ponudniki turističnih nastanitev se povezujejo s Turizmom Preddvor - Javnim zavodom za spodbujanje razvoja turizma in Občino Preddvor. Izdelek bo turistom in obiskovalcem ponudil pristno kulinarično doživetje. Poleg tega se bodo naučili kuhati po starih receptih, preizkusili se bodo v kmečkih opravilih in nabiranju divjih zelišč.
Uporabljena sredstva	Novi poslovni model bo izkoristil inovativni, poslovni in tržni potencial kulinaričnih specialitet, pripravljenih iz lokalnih sestavin.
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • Spodbujanje, vrednotenje in izboljšanje kakovosti in količine lokalnih živilskih proizvodov ter njihove povezanosti z zgodovino, kulturo in tradicijo območja. • Pod blagovno znamko »Preddvorsko«/«From Preddvor« ali podobno bo novo vzpostavljena mreža KKI pod vodstvom Turizma Preddvor - Javnega zavoda za spodbujanje razvoja turizma, Občine Preddvor in BSC Kranj vzpostavila agroživilski sistem z DVOJNIM CILJEM: <ul style="list-style-type: none"> - ponuditi kupcem visokokakovostne živilske izdelke, - omogočiti pridelovalcem, da pridobijo pravičnejšo vrednost za svoje delo na kmetijah ali v živilskopredelovalnih podjetjih.



2.5. Madžarska

2.5.1 Pilotni projekti na Madžarskem 1

Naslov pilotnega projekta	VALLEY OF THE DRAGON - Zmajeva dolina
Vodja projekta/projektne skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Vodja projekta je ekipa, ki jo sestavljajo udeleženci delavnic, pridružujejo pa se ji vključene občine, lokalna obrtna nevladna organizacija, regionalni turistični urad, lokalni gostinski izvajalci, lokalni proizvajalci in lokalni muzej.
Uporabljena sredstva	Glavni vir temelji na naravnih vrednotah regije, ki so tesno povezane z legendami, ki jih najdemo na tem območju. Poleg tega so osnova projekta tudi lokalni izdelki in nastanitve.
Vpliv na regijo	Projekt udeležencem ponuja priložnost, da njihovi izdelki/storitve postanejo dostopnejši za obiskovalce območja. Blagovna znamka Dolina zmaja pa daje prebivalcem regije močno identiteto, za katero je mogoče ustvariti dobro artikulirano serijo dogodkov, ki še povečajo turistično privlačnost regije.

2.5.2 Pilotni projekti na Madžarskem 2

Naslov pilotnega projekta	Regionalna znamka Bácska Buffalo
Vodja projekta/projektne skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Vodja projekta je BÁCSALMÁSÉRT Feldolgozó és Értékesítő Start Szociális Szövetkezet (FOR BÁCSALMÁS Start Socialna zadruga za predelavo in prodajo), ki sodeluje z Občino Bácsalmás in Uradom za turizem Bácsalmás. Sodelujejo pri razvoju regionalne blagovne znamke (Bácska Buffalo) za promocijo lokalnih proizvodov in proizvajalcev, spodbujanje turizma ter povezovanje lokalnih dobrin, turizma, gastronomije in proizvodov.
Uporabljena sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • lokalna gastronomija • lokalni in tradicionalni izdelki regionalnih proizvajalcev in podjetnikov, tudi lokalno živalstvo in rastlinstvo, naravne vrednote (Sóstó - slano jezero, vodni bivoli) <p>V primeru prireditev se upoštevajo lokalne turistične dobrine (mlini na veter, tradicionalne domačije in kmetije, center za obiskovalce ekoturizma).</p>
Vpliv na regijo	<ul style="list-style-type: none"> • Prvotno zelo močna čilijeva pasta, ki jo proizvajajo in uporabljajo domačini. • Edinstvenost regije zaradi bivolov, ki so pogosti v regiji, vendar niso pogosti na splošno. • Glavno sporočilo regionalnih proizvodov: naravni (brez konzervansov), močni, lokalni. • Blagovna znamka bi se lahko razširila na regionalno blagovno znamko, ki krepi lokalno identiteto. • Lahko je vključujoča blagovna znamka za lokalne proizvode in pobude (kot so gastronomski festivali, sejmi, skupna identiteta itd.).

2.5.3 Pilotni projekti na Madžarskem 3

Naslov pilotnega projekta	Pot Maria Mecsetum
Vodja projekta/projektna skupina in sodelovanje z drugimi (občine itd.)	Vodja projekta je ekipa, ki jo sestavljajo udeleženci delavnic, pridružijo pa se jim vključene občine, lokalni izvajalci gostinskih storitev in lokalni proizvajalci.
Uporabljena sredstva	Projekt temelji predvsem na Marijini romarski poti, ki poteka skozi vključene vasi. Lastniki zemljišč in lokalni pridelovalci, ki živijo v regiji, so še en odličen vir za projekt. Pomembno je tudi omeniti, da je imela stavbna dediščina na tem območju pomembno vlogo pri tem, da se je projekt usmeril v to smer.
Vpliv na regijo	Mošeja Via Maria je neizkoriščena priložnost, ki je lahko v veliko pomoč lokalnim proizvajalcem in ponudnikom nastanitev. Regija lahko s svojimi posebnimi naravnimi značilnostmi s krepitvijo verskega turizma dobi nov kontekst in se tako usmeri v ciljno skupino, ki lahko močno spodbudi turizem na tem območju.





MaC Village

Interreg 
CENTRAL EUROPE European Union
European Regional
Development Fund

MaC Village

