



„Cseszt Regélő” Térségfejlesztési és Felnőttoktatási
Kiemelten Közhasznú Nonprofit Kft.
8973 Csesztreg, Petőfi utca 2.
Felnőttképzési nyilvántartási szám: 00046-2008



Térségi marketingstratégia, egységes arculati és védjegyprogram kidolgozása és népszerűsítése Dél-Zalában

45 db kérdőív összegzése

A védjegyprogram jelöltjeinek (15+5 fő) kiválasztása

Készítette: PROMEN Tanácsadó Kft.
Kovács István, Murai Szabolcs
2011



ÚJ MAGYARORSZÁG
VIDÉKFEJLESZTÉSI PROGRAM
2007–2013



**„Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap: a vidéki területekbe
beruházó Európa”.**

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
I. Bevezetés	4
II. Dél-Zala rövid bemutatása	6
III. Kiválasztási pontrendszer ismertetése	7
IV. Statisztika	9
IV./1. Termék előállítók	9
IV./2. A termékek	10
IV./3 A jelenlegi termékmarketingről	11
IV/4. A kiválasztott termék előállítók termék előállítás típusai szerint	12
V. A termék-előállítók bemutatása és értékelése	13
1. jelölt: Dr. Nagy Barnabás, fenyőfatermelő, Surd	14
2. jelölt: Kanász János, fenyőfatermelő, Surd	15
3. jelölt: Kovács Mariann, kecskesajt készítő, Kerecseny	16
4. jelölt: Kránicz László borász, vendéglős, Garabonc	17
5. jelölt: Deutsch Bálint borász, Zalakaros, Szent Orbán borozó	18
6. jelölt: Kovács Ottó borász, Nagyrada	19
7. jelölt: Stefan Császár borász, Nagyrada, Cezar Pincészet	20
8. jelölt: Völgyesi József és Völgyesi Józsefné, szeder, málna termesztő, Gelse	21
9. jelölt: Tislér Zoltán, fafaragó, Nagykanizsa	22
10. jelölt: Németh Ferenc, faragások, fajátékok, Szepetnek	23
11. jelölt: Takács József, fafaragó, Gelse	24
12. jelölt Eiter István, portál-kapu készítés, faragó, Balatonmagyaród	25
13. jelölt: Bodó Tamás, gyertyaöntő, Homokkomárom	26
14. jelölt: Kóbor Gézané, hímzés, Balatonmagyaród	27
15. jelölt: Lukácsi Ferencné, hímzés, horgolás, Balatonmagyaród	28
16. jelölt: Mihácsi Lajosné, házi lekvárok, savanyúságok, Balatonmagyaród	29
17. jelölt: Herman Edit, fazekas, Murakeresztúr	30
18. jelölt: Takács István, kovács, Zalaszentbalázs	31
19. jelölt: Molnár Gyuláné, méhész, Hahót	32
20. jelölt: Zala Megyei Önkormányzat Fogyatékosok Rehabilitációs Intézete, kerámia, textil, merített papír, Magyarszerdahely	33
A védjegyrendszerbe nem kerülő termék-előállítók	34
Skobrics Lászlóné, csipkeverő, Murakeresztúr	34
Dávid Lajosné, házi lekvár, savanyúság, Zalakomár	34
Könczöl Jenőné, házi lekvár, savanyúság, Zalakaros	34
Tarr Ernőné, házi lekvár, savanyúság, méz, Zalakaros	35
Priskó László, savanyúság, szárított gomba, tökmagolaj, Zalaújlak	35
Daxner József, fenyőfatermelő, Surd	35
Daxner Gábor, fenyőfatermelő, Surd	36
Gazdigné Széchenyi Vilhelmina, fenyőfatermelő, Surd	36
Boruzs Lajos Péter, fafaragó, bútorkészítő, díszítő, Liszó	36
Tomasics György, díszítő-kovács, Hosszúvölgy	36
Skobrics Erika, keramikus, Murakeresztúr	37
Kordély Gábor, fazekas, Zalakaros	37
Ott István, méhész, Hahót	37
Németh Ferenc, fenyőtuja termelő, Szepetnek	37

Szili Dezső, borász, Garabonc	37
Kunics József, méhész, Szepetnek	38
Vastag Norbert, méhész, Zalakomár	38
Kerekes Endréné, hímző, Gelse	38
Harangozóné Németh Beatrix, fazekas, Nagyrécse	39
Bazsó János, borász, Zalakaros	39
Stróbl Györgyné, viseletkészítő, Zalakaros	39
Lakatos Benő, fafaragó, Zalakomár	40
Szmodics Kornél, fenyőfatermelő, Surd	40
Csuti Tibor, fazekas, Zalaegerszeg	40
Csiszár Tibor, tüzi kovács, Népi Iparművész, Zalaszentgrót	41
Csávás Csaba, fafaragó mester, Nagykanizsa	41
VI. A helyi termékek népszerűsítésével foglalkozó szervezetek	42
VII. Összegzés	44
VIII. Felhasznált forrásmunkák	45
1. számú melléklet	46
2. számú melléklet	47
3. számú melléklet	48

I. Bevezetés

A tanulmánykészítés célja, hogy a kutatómunka során felhalmozódott és rendelkezésre álló dokumentumokat értékelje, és a megkeresett 45 helyi termelő jelenlegi piaci helyzetét definiálja.

Feltárja, hogy kik azok, akik a helyi értéket képesek megteremteni, kik a **helyi termékek** előállítói a térségben. Rávilágítsunk, hogy mennyire ismerik Dél-Zalát a térségben lakók és a térségen kívüliek. Megismerjük, hogy milyen értékek vannak az itt élők szerint Dél-Zalában. Választ keressünk arra, hogy megfelelő innovációval és marketinggel eladhatóak-e az itt előállított termékek.

Egy 2010-es tanulmányból idéznénk néhány sort:

„Jellemzően elmondható, hogy megnőtt a fogyasztói kereslet az egyes régiókra jellemző, többgenerációs, hagyományos módon előállított termékek iránt. Ezt a tendenciát felismerve elsőként Franciaországban hozták létre a magas hozzáadott értéket képviselő, különleges élelmiszerek leltárát. Kiderült, hogy a hagyományok erősíthetik a nemzeti identitástudatot, ebből eredeztethetően a program koncepciójának a lényege, hogy a hagyományos és tájjellegű élelmiszereket a nemzeti kulturális örökség részének tekinti. Az európai gyűjtemény az EU 129 régiójának 4000 termékét foglalja magában.”

„A helyi termékek iránti hazai figyelem erősödésében a fent említett célok, motivációk mindegyike kivehető. A 2005-ben létrehozott Pannon Helyi Termék Klaszter például térségfejlesztési indíttatású, ily módon komplex eszközként tekint a helyi termék fejlesztésre: A helyi termékek piacra jutása mellett kiemelt célként fogalmazza meg, hogy a helyi termékek előállítása növelje az adott vidéki térségek foglalkoztatottságát és javítsa a jövedelemszerzési lehetőségeket.”

Forrás: Részlet a Pannon Elemző Iroda Kft. A „Helyi Kezdeményezései Gazdaságfejlesztési Programok Értékelése” című kutatás résztanulmányából (2010. november 30.)

Jelen kutatási összefoglaló szerzői szerint nem szabad leragadni az élelmiszer-ipari termékeknél, ha helyben előállított árukról beszélünk. A piaci szempontokat figyelembe véve az élelmiszer-nél van a legnagyobb kiugrási lehetőségük a „Helyi Termékeknek”, mert enni, inni muszáj. Általában mindenki szereti is a finom ízeket. A kirándulás, a tiszta levegő, az új élmények pedig fokozzák az éhségünket, meghozzák kíváncsiságunkat a helyi specialitásokhoz. Ezért nem elhanyagolható, de nem is kizárólagos része a helyi szellemiségnek, kultúrának a gasztronómia. Komplex szolgáltatásokban, foglalkoztatásban és gazdaságfejlesztésben kell gondolkodni és nem szabad csupán egy területre koncentrálni akkor, amikor a térségre jellemző értékeket kívánjuk bemutatni, életben tartani. Ehhez szükséges valamilyen közös, követhető szemléletet kialakítani és elfogadni, amely egyértelmű definíciókat ad.

A váci *Magosfa Alapítvány* tevékenységeinek középpontjában a környezetvédelem áll. A Duna-Ipoly térségben szerveznek közös megjelenést vásárokon, és internetes adatbázist a helyi termékek számára. Az Alapítvány értelmezésében a helyi termék fogalma:

„Minden, amit nem importáltak. Amit nem az ország másik feléből szállítottak. Ami helyben készül. Amit 50 km-en belül adnak el. Házi savanyúság a kertből. Friss kenyér a péktől. Gyümölcs a fáról. Cipő a sarki cipésztől. Hegedű a szomszéd hangszerkészítőtől. Hagyományörző portéka. Kézműves termék. Ami nem tömegcikk. Nem nagyipari selejtmunka a hipermarketeknek. Ami minimum 51%-ban helyi hozzáadott értéket (munkaerő, alapanyag) tartalmaz. Helyi specialitás. Ételkülönlegesség. Használati tárgy. Népi motívumokat őrző áru. Amit sokszor nehezen, vagy egyáltalán nem lehet értékesíteni,

pedig érdemes lenne. Helyben, a helyieknek. Hogy tudják, mit esznek meg. Hogy tudják, mit vesznek meg.”

Forrás: <http://magosfa.hu/?q=hu/kiadvanyok>

A helyipiac.egzinet.hu – a következő érveket sorolja a helyi termékek mellett, szintén komplex szemléletben:

Forrás: <http://helyipiac.egzinet.hu/index>

- *„A helyi termék vásárlása előnyösen hat a lokális gazdaságra. Tanulmányok szerint a helyben elköltött 100 Ft a helyi gazdaság szereplői számára 200 Ft bevételt jelent. Amikor az értékesítő vállalkozás nem helyi tulajdonú, a profit garantáltan elhagyja a helyi közösséget.*
- *A helyben termesztett zöldség, gyümölcs frissebb. Míg a nagyáruházak polcain található zöldségeket, gyümölcsöket éretlenül szedték le, esetenként hetekig, hónapokig szállították, majd valahol hűtve tárolták, addig a helyi zöldségek a piacon nagy valószínűséggel az eladást megelőző 24 órán belül kerültek betakarításra. Ez nem csak a frissességére van hatással, hiszen az idő múlásával ezen élelmiszerek táplálkozási értéke csökken.*
- *A helyi élelmiszernek jobb az íze. Kóstolj meg egy kerti paradicsomot, frissen a növényről lépve és egy importot a boltból. Érezhető a különbség!*
- *A helyi zöldségek, gyümölcsök tovább érnek. Mivel ezek a termékek helyben kerülnek értékesítésre, nem kell elviselniük a hosszú hajóutat, a szállítás gyötrelmeit és a hosszú hűtőházi tárolást. Ezért nem kell, hogy éretlenül szüreteljék be őket.*
- *A helyi termékek fogyasztása kevésbé szennyezi a környezetet. Annak köszönhetően, hogy a helyi termék lényegesen kevesebbet utazik (általában max. 60 km-t), a fogyasztásuk jelentősen csökkenti a környezet terhelését. Sajnos a nagyon import biotermék szállítása során bekövetkező környezetszennyezés gyakran nagyobb mérvű, mint az az előny, amit az ökológiai termesztés során a gazda megtakarít.*
- *Minden helyi termékhez tartozik egy helyi történet is. A piaci árusok, a helyi zöldség és gyümölcstermesztők, állattartók és élelmiszer feldolgozók mind-mind rendelkeznek egy saját, családi (siker)történettel. Különösen igaz ez akkor, ha az előállítás során a hagyományos családi recepteket, módszereket alkalmazzák. Azzal, hogy megvesszük ezeket a termékeket, a történet részeseivé válunk.*
- *A helyi élelmiszerek kevesebb vegyszermaradványt tartalmaznak. Azzal, hogy kevesebbet kell az élelmiszereket szállítani, nincs szükség jelentős tartósításra. A helyi termékkel kapcsolatos probléma esetén a helyi termelő gyorsabban, hatékonyabban felelősségre vonható. A termelőnek pedig érdeke a minőségi termék, hiszen gyakran a saját becsülete, az arca, az a brand, amit értékesít.*
- *A helyi termékek értékesítése hozzájárul a diverzitáshoz. Azzal, hogy nem kell a termelőnek jól tárolható, jól szállítható, magas profittal kecsegtető nagyipari fajtákat termesztetni, megmaradhatnak olyan ősi hazai fajták, melyek termesztése egyre inkább a feledésbe merül.*
- *Helyi termékek vásárlásával a saját környezetünket támogatjuk. Azzal, hogy a helyi termékek mellett tesszük le a voksunkat, hozzájárulunk ahhoz, hogy a településünk, a kistérségünk, vagy a régió gazdaságilag fejlődjön, életképes, élhető és sikeres maradjon.”*

II. Dél-Zala rövid bemutatása

Dél-Zala a megye déli részén, a nagykanizsai és zalakarosi kistérség területén található önálló identitású térség, melybe tágabb értelemben beletartozik a letenyei kistérség is. A térség közlekedési, gazdasági, kereskedelmi és kulturális központja Nagykanizsa.

A térség területe 722 km^2 , átlagos népsűrűsége Nagykanizsát nem számítva 42 fő/km^2 . A térség településszerkezete aprófalvas, a települések több mint fele 500 fő alatti.

A térséget kettősség jellemzi. Az egyik pólust Nagykanizsa, és a turisztikailag virágzó kisváros, Zalakaros alkotja. A másik pólust népességükben csökkenő, kilátástalanságot érző kistelepülések alkotják.

A földrajzi fekvéséből adódóan közlekedésére és gazdasági életére meghatározó az osztrák, szlovén, horvát határ és a Balaton közelsége, Nyugat- és Dél-Dunántúlt összekötő szerepe. A térséget átszeli az M7 autópálya (V. számú helsinki korridor), mely közvetlen összeköttetést biztosít az Adriai-tenger és a kelet-európai országok között. Ha megépül az M9 gyorsforgalmi út, akkor megteremtődik a Dunántúl É-D irányú átjárhatósága.

A terület logisztikai adottságai kiválóak, amit erősít, hogy itt található Zala megye egyetlen vasúti határátkelőhelye (Murakeresztúr – Kotoriba). A 4 megyei repülőtér közül kettő a térségben (Nagykanizsa, Zalakaros), egy pedig közvetlen közelében (Sármellék) helyezkedik el.

III. Kiválasztási pontrendszer ismertetése

A pontrendszer kialakítása egy hosszú távú stratégia felépítését feltételezi. Azokat a termékeket szükséges kiválasztani, amelyek egyedi arculattal vagy már rendelkeznek vagy kialakítható a számukra. Mindez a minőséget hosszútávon garantáló, motivált előállítót feltételez.

A kiválasztás főbb kritériumai:

- helyi, dél-zalai termékről legyen szó, akár már az alapanyag beszerzésénél is,
- megújulási képesség és fenntarthatóság a minőség és anyagi ráfordítás szempontjából,
- eladhatóság, amely meghatározója lehet a helyi gazdaságnak és idegenforgalomnak,
- egy termékkör elterjeszthetősége, forgalmazási területe.

E kritériumok alapján a Promen Tanácsadó Kft. turisztikában és helyi termék előállításban jártas szakemberei objektív pontrendszer használatát javasolták, amelynek alapján a termék előállítók között sorrendet lehet felállítani. A nevesített szempontok tükrözik a piac elvárásait és a termékekkel támasztott követelményeket.

A szempontrendszer elemei a következők:

Az előállított termék egyedisége	1-5 pont
Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége	1-5 pont
A termék előállításának helyi hagyománya	1-5 pont
A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága	1-5 pont
A termékkör bővítés lehetőségei	1-5 pont
Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban	1-5 pont
Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció	1-5 pont
Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége	1-5 pont
Maximálisan elérhető pontszám	40 pont

A 45 db lekérdezésből kialakuló végső sorrend személyes interjúk alapján alakult ki. A lekérdezés alapján 20 dél-zalai termelő esetében javasoljuk, hogy egy védjegyrendszerhez tartozóan képviseljék a jövőben a térséget. A tervezett hálózatiépítési program nem csak számukra, hanem a későbbiekben más helyi termelők számára is nyitott, ha megfelelnek a minőségi elvárásoknak.

„Az előállított termék egyedisége”

- 5 pont: Ha országosan szinten és/vagy a térségben nincs ilyen termék, vagy kevés hasonló termék létezik. Egyedinek ítéltető meg, ha több hasonló közül kiemelkedik minőségében.
- 4 pont: Létezik hasonló termék, ám színvonalában és az alapanyag minőségében is jónak ítéltető meg.
- 3 pont: 1 kritériumban egyedi (alapanyag, forma, szín, íz-világ).
- 2 pont: A termék-előállító értékesíthető tömegárut készít, amely jelenleg nem képez egyedi értéket.
- 1 pont: A termék formavilágában, alapanyag felhasználásában, színvonalában sem mutat egyediséget, értékesíthetősége bizonytalan.

„Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége”

- 5 pont: Dél-Zalából és Zala megyéből szerzi be a felhasznált alapanyagot.
- 4 pont: A szomszédos megyékből és határ közeli horvát és szlovén területekről szerzi be az alapanyagot.
- 3 pont: Dunántúl más részeiről szerzi be az alapanyagot.
- 2 pont: Az ország más területeiről (Duna-Tisza-köze, Tiszántúl) szerzi be az alapanyagot.
- 1 pont: Külföldről (kivétel érintkező határtérség) szerzi be az alapanyagot.

„A termék előállításának helyi hagyománya”

- 5 pont: Hagyományos dél-zalai, zalai élelmiszer vagy kézműves termék családi kötődéssel.
- 4 pont: Hagyományos dél-zalai, zalai élelmiszer vagy kézműves termék családi kötődés nélkül (első generációs fejlesztő).
- 3 pont: A tevékenység néhány évtizedre vezethető vissza a térségben (max. 50 év).
- 2 pont: Magyarországi hagyományai vannak, de térségi hagyományai nincsenek a helyi termék-előállításnak.
- 1 pont: Nincs hagyománya a termék-előállításnak.

„A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága”

- 5 pont: Megoldott.
- 4 pont: Könnyen megoldható, de nem megoldott.
- 3 pont: Nehézségekbe ütközik, de megoldható.
- 2 pont: Nehezen kivitelezhető mind a beszerzés, mind a szállítás.
- 1 pont: Nem megoldható.

„A termékkör bővítés lehetőségei”

- 5 pont: Kitűnő lehetőségek rejlenek a termékben akár kis ráfordítással.
- 4 pont: Lehetséges a bővítés, ám közepes ráfordítást igényel.
- 3 pont: Nagy ráfordítással (Pl.: új géppark vásárlása, új technológia kifejlesztése) jár.
- 2 pont: Nem látni pillanatnyi lehetőséget a bővítésre, de idővel bővíthető.
- 1 pont: Nem megoldható.

„Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban”

- 5 pont: Együttműködő.
- 4 pont: Hajlandó bizonyos kritériummal együttműködni.
- 3 pont: Bizonytalan, de inkább „nem” vesz részt.
- 2 pont: Nem kíván részt venni, de az ötletet jónak tartja.
- 1 pont: Elutasító, nem ért egyet a program pontjaival, nem csatlakozna.

„Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció”

- 5 pont: Motivált, fenntartható tevékenységet végez, kitűnő termékkel.
- 4 pont: Motivált, de lehetnek nehézségei a termék fenntarthatóságával.
- 3 pont: Nem túlzottan motivált, termék-előállítási tevékenysége kiegészítő jellegű.
- 2 pont: Nem motivált, de a terméke fenntartható lenne.
- 1 pont: Passzív, nem fenntartható a termék.

„Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége”

- 5 pont: Eladható.
- 4 pont: Eladható, de nehezen „marketingelhető”.
- 3 pont: Erős marketinggel válik eladhatóvá.
- 2 pont: A termék alacsony színvonalú, minősége nem egyenletes, kis mennyiségben adható el.
- 1 pont: Nem eladható marketinggel sem.

IV. Statisztika

IV./1. Termék előállítók

A termék előállítókat szakmai szervezeteken keresztül, internetes adatbázisok felhasználásával és a megkeresett termelők információi alapján értük el.

A kérdőívezés keretében a településeken is informálódunk, így közel 60 termelőről rendelkezünk alapadatokkal.

45 fővel készült személyes interjú, de 15 feletti azok száma, aki nem mutatott együttműködést, nem töltötte ki a „Helyi termék felmérő adatlapot”.

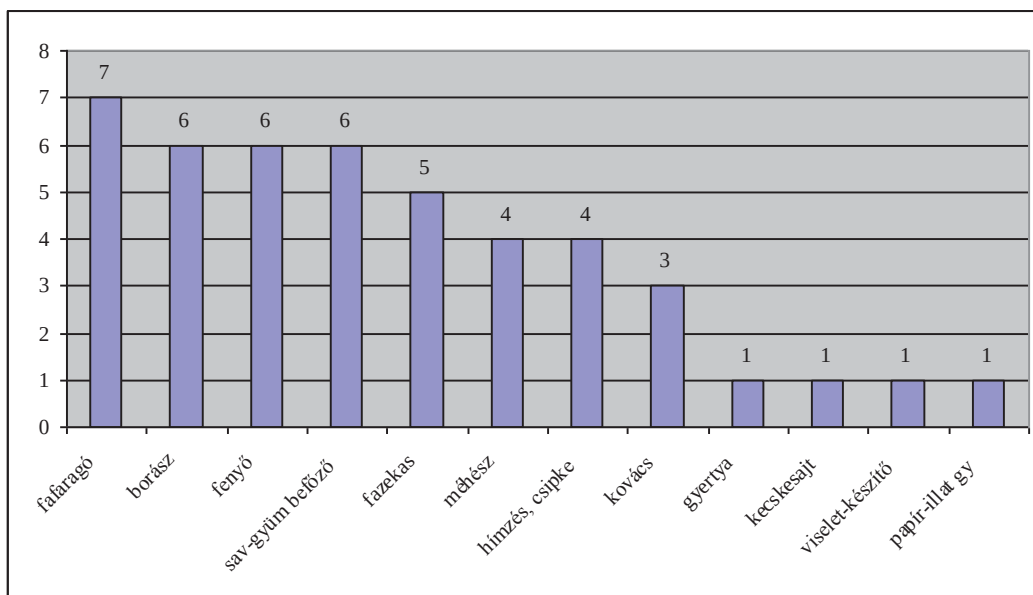
Biztosan vannak olyan potenciális helyi termelők, szíveségi alapon dolgozók (pl. tágabb családban készít terméket), akiket a kutatással nem értünk el, de trendek látsznak.

Az adatlapot (3. számú melléklet) a Promen Tanácsadó Kft. turisztikában és helyi termék előállításban jártas szakemberei állították össze.

A kutatás alapján a 45 helyi termelő az alábbi termékkör fejlesztésében érdekelt:

- Mezőgazdasághoz kapcsolódó termék: bor és szőlőszármazék 6 fő, zöldség-gyümölcs 6 fő, méz, méhészet 4 fő, erdészet, díszfa, fenyő 6 fő, állattenyésztés, kecskesajt 1 fő.
- Kézművességhez kapcsolódó termék: fafeldolgozás, faragás 7 fő, fazekasság 5 fő, textilfeldolgozás 5 fő, kovács 3 fő, gyertyakészítő 1 fő, papírgyártás 1 szervezet.

A felmérés jól mutatja azt is, hogy a mezőgazdasági termékek közül az élelmiszer-feldolgozás terén számos ágazatban nem találtunk terméket, vagy a termelők nem szolgáltattak információt (pl. húsfeldolgozás).



1. ábra: A helyi termelők ágazati megoszlása

A termék-előállítók jellemzően kiegészítő foglalatosságként végzik termékeik előállítását. Erre utal, hogy egyéni vállalkozóként mindössze 6 fő termel. Az őstermelők általában több lábon állnak. Ide tartoznak a lekvárt befőzők, savanyúságot készítő, akik saját kertjükben termelik az alapanyagot, valamint a fenyőtermelők.

Az egyes helyi termelők gazdasági forma szerint a következőképpen oszlanak meg (fő):

- Östermelő	21
- Hobbi kézműves (nincs regisztrálva)	9
- Egyéni vállalkozó	6
- Gazdasági társaság	3
- Alkotóművész (népi iparművész)	3
- Szellemi szabadfoglalkozású	2
- Szociális foglalkoztató	1

IV./2. A termékek

A megkérdezett termék-előállítók által készített legtöbb termék előállítása nem engedélyköteles, jellemzően kézműves alkotásokról van szó. 11 termelő (befőttet, savanyúságot készítő, kecskesajt készítő, bor, földlabdás fenyő) állategészségügyi vagy jövedéki engedélyköteles terméket állít elő.

Különleges minősítéssel 9 termék-előállító rendelkezik (pl. Népi Iparművészeti Tanács által elismert termék).

A termékek értékét és a Dél-Zalai védjegy szellemiségét kiemelten meghatározhatja a termék alapanyagának beszerzési helye.

19-en megtermelik az alapanyagot a termék előállításának helyszínén. 2 fő gyűjti az alapanyagot (faragásra alkalmas fát) a környező erdőkből. 27-en vásárolják az alapanyagot, ebből 21 fő a megyéből (főként Nagykanizsáról, Zalakarosról és Zalaegerszegről), 2 fő a régióból, 4 fő a régió kívülről (Budapest és Pécs környékéről). Átfedések előfordulnak, helyben is beszerez, de régiós és országos beszerzései is vannak.

A termékek kiszerelése döntően behatárolja az értékesítést. Értékesítési szempontból a kis helyigényű, szép csomagolású, házas ízeket tartalmazó árucikkek a leginkább kezelhetőek. A termékek túlnyomó többségben (29 db) egyedi kiszerelésűek, palackozott termék 6 db, befőttes üveg 5 db, hordós termék 4 db, doboz 1 db.

A mézet általában nagyobb méretű hordókban vásárolják fel a kereskedők a termék-előállítótól. E kiszerelés nem tartalmazza a termék előállítójának sem a nevét, sem az előállítás helyszínét (egyes termék-előállítók ezt nem is igénylik). A méhészek az ágazat sajátosságai miatt (nincs/nem volt nagyüzemi méhészet) „elkényelmesedtek”, jelenleg sem érdekeltek egyedi kiszerelésű termékkel előrukkolni a piacon, mert a nyersmézet is jó áron vásárolják fel tőlük a kereskedők. A termelő munkaidejéből venné el a kereskedés a hasznos munkaórákat, így inkább a felvásárlási láncot és nem az egyéni piaci szereplést választja legtöbbjük.

Az egyedi termékkínálás a dél-zalai gyümölcs szeder, málna termelőnél dobozokkal megoldott, de nem jellemző az egyedi, termékre jellemző csomagolás.

Kivételt képeznek a dunsztos, befőttes üvegek és házilag készített felcímkézett savanyúságok, lekvárok, ám címkéjükben a termék megjelölésen túl nem tartalmazzák az előállító nevét, és az előállítás helyszínét. A zalakarosi városi piacon a zöldség-gyümölcs értékesítőkön kívül csak a befőtt, lekvár, savanyúság termelő, értékesítők maradtak meg. E terület marketing-elemek használatával a leginkább fejleszhető.

A bor egyedi palackozása kevés befektetéssel megoldható. A kisebb mennyiségben termelők gyakran címke nélkül vagy folyó borként értékesítik terméküket. A nagyobb mennyiségben termelő, mint például a Cezar pincészet Nagyradán kiterjesztett piaci kapcsolattal rendelkezik, az ellátás folyamatos, a csomagolás, címkézés egyedi és standardizált.

Az egyedi kiszerelés a faragóknál, fenyőfatermelőknél, fazekasoknál kecskesajt-készítőnél és gyertyaöntőnél adott. Hálózati együttműködésben e termékek továbbfejleszthetők. A fazekas által készített csuporban árusítható lekvár, méz és egyéb termékek, árulható együtt kerámia borhűtő és bor, korsó és bor árusítása stb. A fafaragó egyedi megmunkálású díszdobozt készíthet, melyben kerámiatárgy, bor, méz illatgyertya értékesíthető. A doboz és külön a termékek is logóval lennének ellátva.

Az egyes termékek készítésének, előállításának hagyományai

Az agyagos talajú Dél-Zalában évszázados múltja van a fazekasságnak, bár a helyi motívumok és formakincs nem őrződött meg.

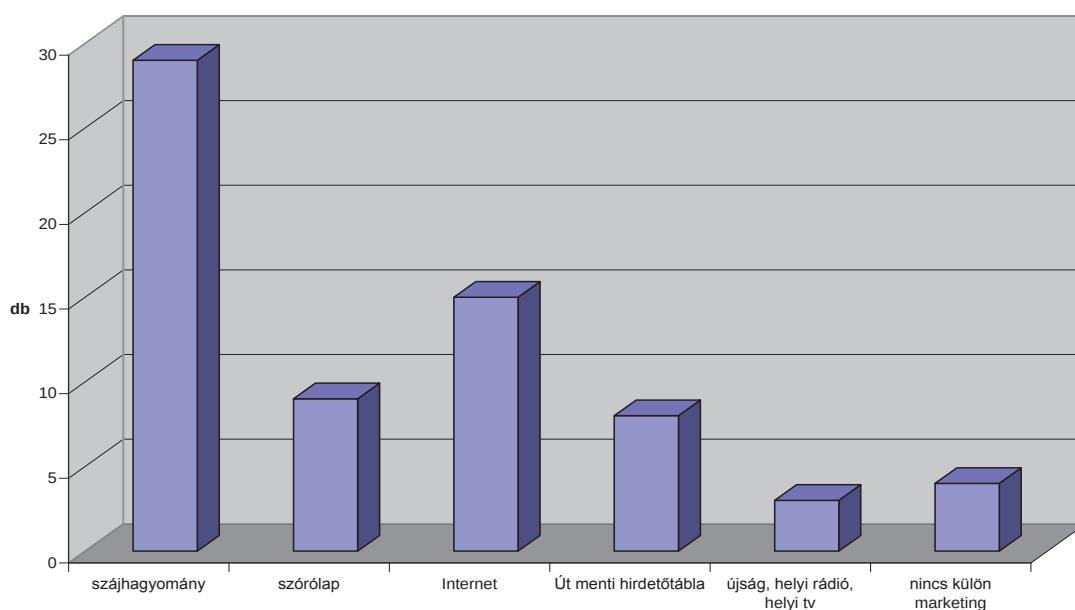
A talajadottságokkal és a földrajzi fekvéssel függ össze a szőlőtermesztés, és Surd környékén a fenyőtermesztés (karácsonyfa).

A termék múltjára vonatkozó felmérés alapján megállapítható, hogy 10 évnél rövidebb ideje 4 fő, legalább 20 éve 15 fő, 30 évnél régebben 8 fő foglalkozik termék-előállítással. 6 fő termelő 40 éve, és 2 fő legalább 50 éve adott ágazatban tevékenykedik.

A szülői, ősi hagyományok megőrzése 19 termék előállítónál nem értelmezhető, mivel korábban senki nem foglalkozott a jelenleg előállított termékkel („elsőgenerációs termék”). 11 fő esetében több évtizede, közülük 3 főnél 60 évet meghaladóan foglalkoztak a családban az adott területtel.

22 fő nem tervez termékkapacitás növelést, 20 fő viszont akár a duplájára is képes lenne növelni jelenlegi termelői, termék-előállítói kapacitását.

IV./3 A jelenlegi termékmarketingről



2. ábra: Alkalmazott marketingtevékenység megoszlása az értékesítés során

A kérdőívben a „Milyen marketinget alkalmaz az értékesítés során?” felvetésre a dél-zalai termék-előállítók több választ is megjelöltek. A legtöbben - a tapasztalat alapján- bíznak abban, hogy a „jó bornak nem kell cégér” elv működik, azaz külön marketing elem nélkül is eladható a termék. 30 jelölést kapott a „szájhagyomány”, mint passzív marketing elem és ide csatolhatók talán azok szavazatai is, akik kimondottan azt jelölték meg, hogy „nem foglalkoznak marketinggel” (4 jelölés).

Az aktív marketingelemek között az internet a vezető eszköz, 15 jelölést kapott. Itt fontos hangsúlyozni, hogy az interjúk során részletesen egyeztetünk az internet-használati szokásokról a termelőkkel, s kiderült, hogy ebben az esetben azok is megjelölték a használatot, akik csak a közeljövőben tervezik saját honlap kialakítását.

A világháló után a legtöbb, 9 említést a szórólapozás (kis költséggel viszonylag nagy területet lehet lefedni) kapott. Az eladók számítanak az átutazó vendégek vásárló kedvére, erre utal az út-menti hirdetőtáblákra fordított energia. (8 szavazatot kapott ez a reklámozási lehetőség).

Dél-Zalában a legkevesebb ráfordítást a helyi médiába való megjelenésre fordítanak a megkérdezettek, hiszen a 68 jelölésből mindössze 3-at kapott a helyi TV, rádió és újság. Ez főként a környék médiacégeinek és azok marketingstratégiájának erős kritikája.

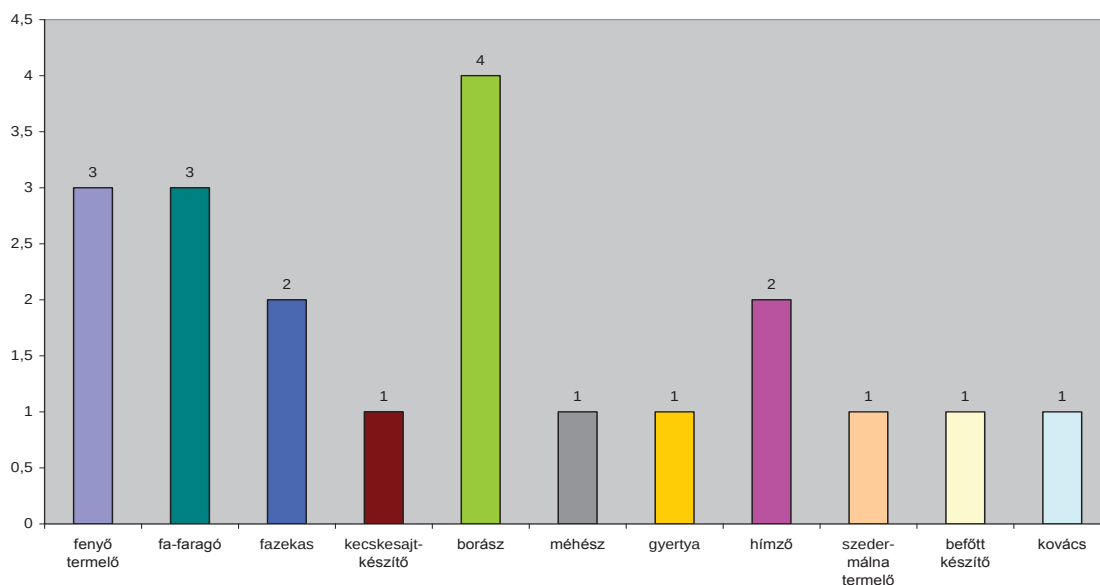
Összességében megállapítható, hogy a helyi termékkel foglalkozók rövidtávú marketing eszközöket alkalmaznak, arra alapozva, hogy a helyi piac (helyi fogyasztás) folyamatosan erősödik majd. A felmérés bemutatja, hogy a „helyi termék” a helyi értékesítésben bízik legfőképpen, de piac szélesítési lehetőséget lát az internet felhasználásában. A termelők számítanak a rendezvényeken való megjelenés sikerességében, erre utal a szórólapozás, az út menti hirdetések, események előtti transzparenszek használatának gyakorisága és a szájhagyomány útján való népszerűsítés is.

A kérdőívek összegzésekor azt is meg kell említeni, hogy kivétel nélkül a védjegyprogramot „jó ötletnek” tartó termelők úgy vélik, hogy csak hatékonyabb marketinggel tudják megoldani azt az értékesítési nehézséget, amellyel szinte mindegyikük szembenéz.

IV/4. A kiválasztott termék előállítók termék előállítás típusai szerint

A diagram mutatja, hogy Dél-Zalában a termék-típusok között a bor a legjellemzőbb termék (felmérésben 4 borász szerepel). Ezt követi a fenyő (karácsonyfa), mint a térség egyik szimbóluma (a fenyőtermelést 3 fő képviseli), a fafeldolgozás (fatálak, portál-kapuk, fa-játékok és szobrok készítői, 3 fő) és a fazekasság (3 fő).

A fehérhímzést és horgolást 1-1 termék-előállító végez, míg befőttekkel, méhekkal, kovácsolással és gyertyaöntéssel úgyszintén 1-1-1-1 fő foglalkozik.



3. ábra: Dél-Zalában jellemző termékek

V. A termék-előállítók bemutatása és értékelése

A termék-előállítók (45 fő) képekkel illusztrált bemutatása, (amely alkalmas internetes marketing felületen való bemutatásra is) e fejezetben található. A bemutatás tartalmazza a termék-előállító nevét, tevékenységét. Az 1. számú melléklet tartalmazza a pontrendszer alapján adott pontokat, különösen a „védjegyprogram potenciális jelöltjeinek” értékelését.

A termék-előállítók bemutatását az általuk készített termék típusok csoportosításával végeztük. A fenyő-termelők a borászok, a fafaragók összehangolt és gyakran csak apró eltérést mutató javaslatot, iránymutatást kaptak. Fontos, hogy a fenyőfa-termelők kivételével, olyan egyedi termékspalettát kaptunk, amely az előállítóktól válik különlegessé és éppen ezért értékké, eladhatóvá.

A fazekas termékek előállításának hagyományai i.e 4. évezredik vezethetők vissza. Ezért a legrégebbi népi hagyománynak tekinthetjük a dél-zalai fazekasságot. Dél-Zala legjelentősebb fazekas központja Nagykanizsa környékén volt.

A borkészítés hagyománya is régi. Az ország délnyugati sarkában elhelyezkedő területen a nedves kontinentális klímán belül jobban érvényesül az óceán hatása és némiképp a Földközi-tengeré is. A filoxéravész óta eltelt időszakban a zalai termelők nem csak borszőlőfajták, elsősorban fehérbort adó fajták termesztésével foglalkoztak, hanem étkezési szőlővel is.

A fenyőfáról, mint termékről a Zalában élők többsége nyilatkozott úgy, hogy „tipikus zalai, dél-zalai termék”. A Budapesten eladott fenyők több mint felét a dél-zalai települések adják. Surd kül- és belterületén több mint 2 millió tűlevelűt termelnek. A lakosság csaknem 100%-a fenyőfatermesztésből él, ezért nem véletlen, hogy a sort a fenyőfa termelőkkel kezdjük. A termék tipikusan Dél-Zala terméke. Ennek oka a természet-földrajzi és talajviszonyokban keresendő. Érdekesség, hogy erre kulturális, népi hagyományt tartalmazó emlékek is utalnak.

*„Szép Zalában születtem,
A nagy erdő nevelt fel.
Fenyőerdő a hazám,
Minden leány hű babám ...” (népdal)*

A fenyőfákkal foglalkozók a környéken szívesen vennék modern gépeket kiadó gépkölcsönző megnyitását, amely a permetezéstől a földlabdázáson át a csomagolásig jelentős segítség lenne számukra. E gépek beszerzésére a Zala Megyei Agrárkamara tájékoztatása szerint lehetőség a jelenleg futó vagy nyíló pályázatoknál a régióban nincs. Kertészeti támogatásra, amely a gépparkra is vonatkozik, információik szerint, jelenleg készítenek elő pályázati kiírást. (2011-09-30)

A fenyő munkaigényes és a klímaváltozás miatt igen érzékeny fafajta, ezért a kártevők ellen évente 3-4 alkalommal (minimum) permetezni kell. A földmunkák és a fenyő lombzatának kialakítása is szakértelmet és korszerű gépeket igényel.

A termékértékelés részletesen bemutatásra kerülnek azok a termelők, akiket javasolt a marketing-fejlesztésbe és védjegyrendszerbe bevonni, míg azon termelők bemutatása kevésbé részletes, akik vagy nem kívántak a védjegyrendszerhez csatlakozni, vagy a pontrendszer alapján a tanulmánykészítők nem javasolják bevonásukat.

1. jelölt: Dr. Nagy Barnabás, fenyőfatermelő, Surd



Ambiciózus, felkészült és jó minőséget előállító termelő Dr. Nagy Barnabás. Mezőgazdász végzettségéből adódóan tudományos szakértelemmel foglalkozik a mezőgazdasággal, és mint surdi lakos szinte kötelességének tekinti a fenyőfatermelést.

A nagyszülei és szülei is ezen a területen dolgoztak, dolgoznak. Saját csemetenövelő fóliasátorban és a közeli földeken (összesen 6 hektáron) „fenyőzik”, ám a földlabdás eladás jelenti számára a legfőbb kiugrási lehetőséget, mivel az ehhez szükséges engedélyekkel is rendelkezik vállalkozása. Nemcsak végzi a fenyőfák termelését, de kiegészítő szolgáltatásként tájékoztat, ismeretet ad át a többi gazdának, hogy települése még inkább öregbítse hírnevét. A termelő a Nyugat-dunántúli Díszfaiskolások Egyesületének tagja. Jövőben szeretné színesíteni új fajtákkal a fenyőfák és örökzöldek kínálatát.

Pontjainak alakulása:

•	Az előállított termék egyedisége	5 pont
•	Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége	5 pont
•	A termék előállításának helyi hagyománya	5 pont
•	A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága	5 pont
•	A termékkör bővítés lehetőségei	5 pont
•	Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban	5 pont
•	Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció	5 pont
•	Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége	5 pont

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- Jelenleg a szójhagyomány és az internet jelenti számára a termék népszerűsítésének lehetőségét. Szívesen fejlesztené a terméket. A technológiában is, és a marketing tevékenységében is nyitott a változtatásra. Nagy Barnabás bízik abban, hogy a tuják földlabdás forgalmazásával a szezonális hatás lényegesen megváltozik az őszi, tavaszi időkre is kitolódik. Mivel a dél-zalai térség jól ellátott fenyővel, ezért a térségen túli marketing tevékenység az előremutató a vállalkozó számára.
- Termékeinek 30%-át jelenleg is Budapesti piacon értékesíti, a maradék termék eladását jelenleg Surdon bonyolítja. A vele és a fenyőfatermelőkkel készített interjú készítésekor felmerült modern, ám költséges géppark beszerzése vagy a jelenlegi fejlesztése.

2. jelölt: Kanász János, fenyőfatermelő, Surd



Surd első embere csaknem 40 éve foglalkozik az ágazattal, szülei, nagyszülei is a surdi fenyőfatermelők közé tartoztak. Jelenleg 2 Hektáron termel a Bucsai hegyen, ám tervei között még 1 hektár (2,47 hold) földterület vásárlása szerepel.

A Surdi fenyő népszerűsítését tekinti legfőbb feladatának, úgymint termelő, de úgy is, mint polgármester. Tervezi más örökzöldek telepítését, termesztését is. A túlevelű erdők és a gyertyánosok viselik el legjobban a szántóföldként rosszul hasznosítható talajt, amely erre a térségre jellemző.

A település alkalmas lehet Helyi Termék polc kihelyezésére.

Pontjainak alakulása:

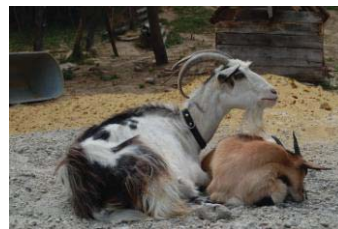
- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 4 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- A surdi fenyő a térség szimbólum rendszerében meghatározó lehet, hiszen nagy területeket foglal el, ugyanakkor értékes is, hiszen több település megélhetését biztosítja a karácsonyfaként eladott fenyő.
- Eladhatósága szezonális, de kitűnő. Az igények alakulása pedig arra enged következtetni, hogy állandóság lesz a területen, és a termék fenntarthatósága és a környezeti hatások (pl.: éghajlatváltozás) miatt többek közt gép-korszerűsítés szükséges. A termék marketing lehetősége és termék-előállító motiváltsága jó. A termékkör bővítési lehetőségei kérdésesek, ezért erre 4 pontot kapott.

3. jelölt: Kovács Mariann, kecskesajt készítő, Kerecseny



Egészséges tejtermékeket, sajtokat készít Kovács Mariann, olyan íz-világgal, amely mindenki számára tökéletes gasztronómiai élményt nyújt. Kecskesajtai a fokhagymástól a kellemesen fűszeresen át a csípősig harmonikus és valóban minőségi íz-élményt nyújtanak. A Dél-zalai dombok között meghúzódó kerecsenyi gazdaságban, számos hazai őshonos háziállat él. Mangalicák, öszvérek, lovak, kecskék és a körülöttük ugráló, terelő puli kutya teszi igazán hitelessé a környezetet.

Kiegészítő programként állatsimogató, igényesen kialakított kemping, tűzrakók, fedett étkező-helyek akár több napos igazi vadregényes, tartalmas időtöltést is kínálnak azoknak, akik a régi vidéki életbe, és nem utolsósorban hagyományos ízekbe kóstolnának.

Kovács Mariann számára mindent ez a „világtól távoli” maroknyi birtok jelent. Ha jól sáfárkodik, igazi aranybánya lehet Kerecseny és szimbólumává válhat Dél-Zalának.

Pontjainak alakulása:

•	Az előállított termék egyedisége	5 pont
•	Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége	5 pont
•	A termék előállításának helyi hagyománya	5 pont
•	A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága	5 pont
•	A termékkör bővítés lehetőségei	5 pont
•	Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban	5 pont
•	Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció	5 pont
•	Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége	5 pont

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A kecskesajt készítése nem terjedt el a környéken. Az Őrségben sokkal többen foglalkoznak e területtel, mint Zalában. A szarvasmarha és sertésenyésztés nagyobb hagyománnyal bír, ám az egyediségét éppen ez jelentheti a vidéken. Hangsúlyozni kell, hogy természetesen a vidéki élethez mindig is hozzátartozott a házi sajtok, túrók készítése. Manapság azonban szinte - kis túlzással - nem is találunk olyan dél-zalai embert, aki otthon, hagyományos körülmények között állítja elő ezeket a termékeket, és még azt is vállalja, hogy mindezeket bemutatja az érdeklődőknek. E szemlélet az eladhatóság lehetőségeit erősíti. Az interjú során kiderült, hosszú távú, jól kigondolt stratégiával rendelkezik Mariann, amely kitűnően illeszkedik a Dél-zalai védjegy kialakításának szemléletébe.

4. jelölt: Kránicz László borász, vendéglős, Garabonc



Csaknem 30 év alatt elérte, hogy 19 féle saját bor, házas ételek, folyamatosan, visszatérő vendégkör látogatja a Kránicz László névvel fémjelzett éttermet. Palackozott és folyó borok egyaránt vásárolhatóak helyben, ahol a cserszegi fűszeresre és az irsai olivér fajtákra a legbüszkébb a termelő. Az egyszerre 180 fő fogadására alkalmas étterem tulajdonosa a nagyrendezvények tartásától sem riad vissza, hiszen tapasztalata szerint a hely, amely egyébként gyönyörű kilátással bír, mindig megőrzi családi hangulatát. Kránicz úr nyitott a tanácsadásra a termék minősége és eladhatósága érdekében. Mivel a térség egyik turisztikai húzóágazatáról a szőlőkultúra és gasztronómia területéről van szó, bízunk benne, hogy a tervezett fejlesztései (Pl.: 3 új borfajta előállítása) eredményesek lesznek. A kitűnő termékét és színvonalas szolgáltatásait minél több embernek kellene megismerni.

Pontjainak alakulása:

•	Az előállított termék egyedisége	5 pont
•	Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége	5 pont
•	A termék előállításának helyi hagyománya	5 pont
•	A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága	5 pont
•	A termékkör bővítés lehetőségei	5 pont
•	Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban	5 pont
•	Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció	5 pont
•	Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége	5 pont

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A termék egyedi. A magyar bor és ezzel együtt a dél-zalai is akkor szerezhetné vissza igazán méltó hírnevét - vallja a borász-, ha a szőlőfajták termesztéséhez kiváló adottságú térségeket megbecsüljük. A térségekben élő, évezredek hagyományokat tisztelő és képviselő, ám mégis új irányokkal is szívesen kísérletező termelőink állítják elő gondos munkájukkal az ízletes boraikat. Kránicz úr kizárólag borszőlőt termel. Értékesítési csatornáit főként rendezvényekhez kapcsolódnak, de borainak szélesebb körű megismertetésén is munkálkodik. Úgy véljük, hogy a termékeinek népszerűsítése a követendő irány és marketing-szempontról jelentős erőfeszítéseket kellene tennie.

5. jelölt: Deutsch Bálint borász, Zalakaros, Szent Orbán borozó



Ha egy kivételes környezet különleges kínálattal, figyelmes kiszolgálással, bő helyi étel és italspecialitásokkal, friss, tartalmas borokkal csalogatja a betérőt, akkor könnyű igent mondani a hely hívogató szavára. A Szent Orbán Borozóhoz kapcsolódó szolgáltatások révén több napos programmal készülhet bárki a zalakarosi dombvidék bebarangolására és a helyi turisztikai attrakciók, valamint a különleges helyi értékek felkutatására.

A saját készítésű és a környék termelői által előállított bort 2 literes kiszerelésben vásárolhatja bárki májustól október végéig. A Zalai Borút Egyesület tagja jó ötletnek tartja a Dél-zalai védjegyprogramot.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- A borászat egyediségét a hely szelleme és a termék íze adja. Lenyűgöző látvány, kivételesen finom ételek és helyi borok társaságában igazán „egyedi” lehet az élmény, amelyet a zalakarosi borozó nyújt.
- A termékkör bővítése folyamatos. A falusi vendéglátás területén az elmúlt években több előrelépést tett Deutsch Bálint, ezt igazolja az is, hogy több vendéglátóhelyet, köztük panziót üzemeltet Zalakaroson a Szent Orbán borozó tulajdonosa.
- A védjegyprogramban a fiatal, motivált vendéglátó és borász szívesen venne részt.
- A termék eladhatósága, mivel kevés saját bor áll a rendelkezésére 4 pontot kapott. Úgy véljük, hogy Kránicz Lászlóhoz hasonlóan a termékeinek népszerűsítése a követendő irány és marketing-szempontról jelentős erőfeszítéseket kellene tennie.

6. jelölt: Kovács Ottó borász, Nagyrada



Dédszülei is borral foglalkoztak, jelenleg 10 hektáron termeli édesapjával a borszőlőt. Ebből 6 hektár viszonylag új telepítésű. Rizlingszilváni, leányka, olaszrizling, veltelíni, de az újabb telepítésekben is ugyanúgy van olaszrizling, egy kevés magyar rizling, és pelso (Olaszrizling - Ezerjó - Olasz rizling - Szürkebarát keresztezés). Ezeken kívül chardonnay, sauvignon blanc, szürkebarát, irsaiból pedig szintén van régi és új telepítés. A borfajták palettáját színesíti, hogy nagyon kevés zenit és sárgamuskotály is áll a pincében. De nem csak fehérbor fajtákat állít elő a gyerekkorától szinte a szőlőben élő Kovács Ottó. Kékszőlőből cabernet franc, cabernet sauvignon, kékfrankos és merlot van. Most tervezi a sirah fajtát is. A borok nagy részét helyben értékesítik, de palackozást követően a nagykereskedésekben is találkozni Kovács Ottó boraival. Fejlesztési tervei között szerepel egy hangulatos borkóstoló helység kialakítása és falusi turizmus elindítása.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A Nagyradán működő Cezar pincészet már tett pár lépést, hogy öregbítse a Nagyradai borok hírét. Fontos azt hangsúlyozni, hogy az Ottó által kínált borok színvonalukban igencsak komoly vetélytársai lehetnének a Cezar-nak, ám a versengés helyett a nagyradai termelőkre inkább az összefogás jellemző, így hát biztosra vehető, hogy megfelelő marketing program segítségével, előbb-utóbb növelheti palackozott borai számát is a nagyradai Kovács Ottó.
- A termékkör bővítési lehetőségeit motiváltsága alapján jól kihasználja majd a borász, hiszen valóban hangulatos, a borturisták számára ideális helyé varázsolhatja a Szelem hegyi pincét Ottó.

7. jelölt: Stefan Császár borász, Nagyrada, Cezar Pincészet



A Nagyradai csodaként emlegetett pincészet az ezredfordulótól napjainkig a térség, a Kis-Balaton és Dél-Zala egyik zászlóshajójává nőtte ki magát. Ízletes borfajtái a különleges mikroklíma adottságait nagyszerűen adják vissza. Az olyan különlegességek, mint a pezsgő, gyöngyöző bor vagy a szőlőmag olaj és balzsamecet pedig igazi gasztronómiai kuriózumot jelentenek. A Hungarikumnak számító pálinka előállítását és a szőlőmag őrlemény jótékony élettani hatását helyezik a jövőben előtérbe, mintegy hangsúlyozva e vidék nem csak a lélekre, de a testre is kitűnő hatással lehet. Az itáliai, német és osztrák borászok is nagy elismeréssel beszélnek a Nagyradai borról.

A honfoglaló magyarok e tájon már jelentős szőlőtermesztést találtak. Számos lelet, valamint földrajzi nevek tanúsítják, hogy az Árpád-házi királyok idejében, a térségben fejlett szőlő- és borkultúra volt. A török uralom Radát megsemmisítette, a radaiak többsége a törökök által okozott sebesülések elfertőződésétől halt meg. Ebből származik a „radai rossebb” /rossz seb/ kifejezés. A török hódoltság után még 100 évig nem volt lakott Rada a források szerint.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A termék egyedisége, ahogy korábban már írtuk a bor természetéből adódik. Stefan Császár, mint a környék egyik legnagyobb foglalkoztatója 40 főnek ad munkát Nagyradán. Jelenleg 5000 hektoliter bort termelnek, ám kapacitásuk, a tulajdonos elmondása szerint, a duplájára is emelhető lenne.
- Terméküknek mindössze 40%-át értékesítik Nagyradán kívül, főként nagykereskedésekben. A pincészet akár 90 fő számára alkalmas borkóstoló helyszíneként is működik. Aki pedig kostól, az általában vásárol is a Nagyradán előállított nedűből, - állítja a tulajdonos.
- Értékesítésben a szájhagyományra, szórólapra és az internetre támaszkodnak.

8. jelölt: Völgyesi József és Völgyesi Józsefné, szeder, málna termesztő, Gelse



3 tonna málna és ugyanennyi szeder szüretelése valamint egyéb gyümölcsök, mint például a cseresznye termesztése annyira kedvezően alakul a gelsei családnak, hogy már hűtőházat is építenek a termékek számára, hogy hosszabb ideig lehessen eltartani a szezonárut. Az ízletes gyümölcsöket a 70-es évektől termelő család júniustól októberig árusítja, ám bíznak abban, hogy a szezont a beruházásnak köszönhetően kitolhatják. A málna és a feketeszeder termesztése, nagyban történő forgalmazása a térségben kuriózumnak számít, pedig Dél-Zala adottságai lehetővé tennék, hogy népszerűbb legyen e két gyümölcs és akár gyümölcslé, akár szörp vagy befőttek formájában is forgalomba kerüljön. De a helyi, környéken működő vagy egy Nagykanizsán létrehozandó Helyi Termelői Piac létrehozta is nagyban segítené értékesítési lehetőségeit, piaci előrejutását.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A málna, szeder termesztésével ekkora tételben és ilyen formában nem találkoztak a dél-zalai interjúk során a lekérdezők, de e tanulmány készítői sem. Pedig a 70-es években a bogyós gyümölcsű termékeknek népszerűsítő kampánya zajlott a térségben. Marketing szempontból ez mindenképpen kihasználható lehetőség, hogy egyedi és viszonylag nagy területen zajlik a málna és szeder termelése. Helyi, gelsei hagyományról e két gyümölcsnél jellemzően nem, ám általában a gyümölcstermesztésről azért igenis beszélhetünk a zalai térségben, hiszen a talaj, a megfelelő mennyiségű csapadék és a viszonylag enyhe és későn beköszönő tél általában alkalmassá teszi a régiót e gyümölcsfajták eredményes termelésére.
- A termék szállítását a termelő oldja meg, egyedi csomagolással. Ez bejáratott módon történik, hiszen zöldség-gyümölcskereskedéssel is rendelkeznek.
- A termék előállítója motivált a védjegyprogrammal kapcsolatban.

9. jelölt: Tislér Zoltán, fafaragó, Nagykanizsa



A civilben rendőrként dolgozó Zoltán bámulatos világot teremtett a Csinga hegyen. Olyan művészeti stúdiót hozott létre barátaival, amely értékteremtő és hagyományőrző elveket vall magáénak. Zoltán több díjjal is büszkélkedhet, ám nem kívánja zsúriztetni az általa készített termékeket. Neki az a legnagyobb elismerés, hogy egyedi szobrai számos környékbeli település utcáit díszítik. A Homokkomáromban alkotó férfi szerint fontos, hogy a magyar hagyományok éljenek nemzedékről nemzedékre. Ő maga a fával való kapcsolatát ácsként dolgozó édesapjától származtatja, aki mellett rengeteg időt töltött el gyerekkorában.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|---------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | .5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | .5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A fafaragások, famegmunkálások Zala megyei hagyományai erősek. A fa szobrok egyedisége tökéletes megmunkálást igényel, a csinga-hegyi művészeti stúdió pedig bekapcsol több művészeti ágat is a fejlesztésbe.
- A termékkör bővítési lehetőségei korlátlanok, jelenleg is sokszínű termékskálát tudhat magáénak a faragó, aki a védjegyről is pozitívan nyilatkozott.

10. jelölt: Németh Ferenc, faragások, fajtékok, Szepetnek



Népi Iparművészeti Díj, Savaria díj, számtalan vásár díj, amelyet Németh Ferenc bezsebelt már. Ha csak kezébe vett valaki egy általa készített játékot, tudja, nem érdemtelenül. A szellemi szabadfoglalkozású Szepetneken élő faragó már 40 éve fabrikál kisautót, markolót vagy várat, de ugyanúgy portrészobrok és egyéb faragások is a repertoárjába tartoznak. Kedvenc alapanyagai az éger és a dió, amelyet általában a Zala megyei erdészettől vételez. Termékeit vásárokra viszi, de megrendeléseket interneten is felvesz, árusítani a lakásán szokott.

Mint mondja, a legnagyobb kereslet a kis faautókra, vonatokra és a tányérokra, poharakra van, ám szívesen ül neki csak úgy saját kedvtelésére is faragni, ilyenkor születnek azok a művészeti alkotások, amelyek előtt meghajtják fejüket az Iparművészeti Tanácsnál is.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- A fafaragások, famegmunkálások Zala megyei hagyományai erősek. A fa fedeles tál egyedisége pedig kiemelendő, mivel Németh Ferenc saját találmánya. A fajtékok egyedisége tökéletes megmunkálást igényel és sajátos látásmódot tükröz. Olyan képi látásmód kialakításában segít a gyerekeknek is, amely kiszakíthatja őket a szabványokra épülő fajtékok és a megszokott, műanyagok által uralt játékok világából.
- A termékkör bővítési lehetőségei korlátlanok, jelenleg is nagyon sokszínű termékskálát tudhat magáénak a faragó, aki a védjegyről is pozitívan nyilatkozott.

11. jelölt: Takács József, fafaragó, Gelse



Ma már 27-féle fatálalót készít. A klasszikus hús, köret, savanyúság felosztású tálak mellett gyárt levél, malac, hal, sőt, hegedű alakút is. Emellett fából készült kanalak, villák is készülnek a kis gelsei műhelyben, akár extra nagy méretben is. Termékeik készítéséhez égerfát használnak, tartóssága és szép erezettsége miatt. Az alapanyagot pallókban vásárolják Borsfáról, s otthonukban darabolják méretre fiával. A formát és az íveket fűrészsel, nagy teljesítményű sarokcsiszolóval és kézi szerszámokkal alakítják ki. Miután kézzel teljesen simára csiszolták, étolajjal kenik át, azzal eresztve be a pórusokat.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 4 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- Az éger, adja leginkább az egyediségét a fából készített termékeknek. A tálalók formavilága ugyancsak érdekesség. A fából készített faragásoknak zalai hagyománya messze időkbe nyúlik vissza. Főként a pásztorok foglalkoztak mellékesen faragással, Gelsén nem ismert ilyen hagyomány őrzése.
- A lehullott forgácsból, fűrészporból fűtőpogácsa készítését tervezik, mint termékkör bővítést. - Ez egyrészt a fenntarthatóság, másrészt az újrahasznosítás szempontjából üdvöztendő megoldás lehet.
- A termék előállító motivált, marketing szempontból, főként, ami vásári megjelenéseket illeti, jól használhatóak termékei. A személyes interjúból az is kiderült, hogy a faragó szeretné új ötleteivel színesíteni termékeinek palettáját. A védjegyprogramban elképzelhető lehet egy ajándékcsomag alapjául szolgáló tál megrendelése a faragótól.

12. jelölt Eiter István, portál-kapu készítés, faragó, Balatonmagyaród



Kedvenc faanyaga a már-már eltékozolt zalai tölgyfa. Eiter István igazi ezermester, az általa készített fa-portálok dél-zalai kuriózumok a térségben. Az egyedi bútorok készítésében a népi faragott motívumokat szívesen jeleníti meg. Az évente 3-4 elkészített portál akár 10-re is feltornászható lenne. Kiépített infrastruktúrával, műhellyel, kisbolttal rendelkezik Balatonmagyaródon. Ambíciói és az eddigi munkái arra kvalifikálják, hogy szerepet vállaljon a dél-zalai termékek népszerűsítésében. A portálokat helyi megrendeléssel, 1993 óta készíti. A lakása melletti üzletben árulja egyedi bútorait, faragásait, ám a portál-kapukat a termék egyedisége miatt interneten és prospektusokból kínálja. Fejlődésének, fejlesztéseinek útját egy jól kialakított marketing-stratégiában látja. A vele készített interjúból kiderült, hogy szívesen venne részt szakmai fórumokon, előadásokon és egyéb rendezvényeken.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

A www.fa-muveszet.com honlapon megtekinthető István művészete. Ez is jelzi, komolyan veszi termékei értékesítését és színvonalas honlapon kínálja őket.

A tálalóktól a székeken át az ajtók, ágyak, padok, szekrények kínálatáig megtalálható művészeti repertoárjában minden, ami egyedi stílusát tükröző fafaragással és bútorokkal kapcsolatos. Az interneten kívül a „szájhagyomány” útján terjedő ismertség a legerősebb marketingfogás. Eiter István jól mozgósítható termékei, kisebb bútorok, szobrok és a portál-kapukat tartalmazó ízléses kiadvány kiegészítene a termékcsomagot és jól szolgálná a térségben rejlő lehetőségek kiaknázását. A faragó mester motiváltsága, felkészültsége, a térség és a népi kultúra iránti elhivatottsága az interjú során kiderült. Termékeinek alapanyagát Zala megyéből szerzi be. Hisz abban, hogy a zalai tölgyet nem szabad, nem magyar érdekeltségű társaságoknak alapanyagként használni úgy, hogy abból ne a térség profitáljon. Elhivatottságát az is jelzi, hogy örömmel vette a védjegyprogram tervét és a lehetőséget, hogy termékeivel képviselheti a Dél-zalai térséget.

13. jelölt: Bodó Tamás, gyertyaöntő, Homokkomárom



A Bodó Tamás által készített gyertyák nem gépi, hanem kézi öntéssel, formázással saját ötlet és tervezés alapján készülnek.

15 éve foglalkozik szakmájával a Keresztelő Szent János Gyertyaműhelyben, amelyet kegytárgy kereskedésével és személyes kiszállítással tesz vonzóvá a termékei iránt érdeklődőknek. Tamás nyitott a változtatásra mind a fejlesztés, mind a termékpaletta szélesítése kapcsán.

Pontjainak alakulása:

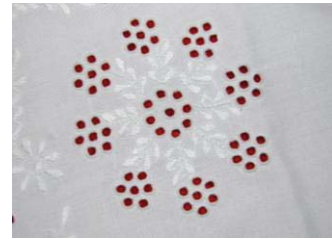
- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 4 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- A gyertyaöntés nem elterjedt szakma Zalában. A termék egyedisége abban rejlik, hogy a Szent János Gyertyaműhelyben Tamás olyan gyertyákat készít, amelyek főként egyházi alkalmakra, ünnepekre, keresztelekre, esküvőkre készülnek. E termékigény igaz szűknek tűnhet, ám Zala megye aprófalvas szerkezetéből adódóan a templomok és a katolikus közösségek száma is magas, ami azt jelenti, hogy az igények folytonosságot és biztos, hogy nem csökkenő tendenciát mutatnak.
- E termékek minősége kitűnő, az alapanyag beszerzése is Dél-Zalához, Nagykanizsához kötődik és az eladhatóság szempontjából is rejt további lehetőséget, főként a vállalkozó fuvar és kegytárgy árusító szolgáltatásaival összekötve.
- A termékkör lehetőségei szűknek mutatkoznak abban a tekintetben, hogy nem divat-irányzatokat követő, hanem főként egyházi témájúak termékei. Ám e tekintetben, mint a személyes találkozáskor kiderült- a piaci igényeket figyelembe véve - új területeken is kísérletezne.

14. jelölt: Kóbor Gézané, hímzés, Balatonmagyaród



Az igazi, hamísítatlan zalai „fehér hímzés” egyik jeles képviselője a Balatonmagyaródi asszony. A hímzést ő maga 3. évtizede gyakorolja. Anyai ágon pedig még korábbi időkre vezethető vissza a családi hímzés hagyománya. A terítők, alátétek készítésében lát fantáziát Magdi asszony és szeretné, ha továbbra is fennmaradna ez a népi zalai motívum, amelynek vásári kereslete korlátozott, ám népi, kulturális értéke magas.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 4 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- Ahogy a források is utalnak rá, itt Dél-Zalában készültek a legpompásabb fehérhímzések, s itt viselték őket legtovább férfiak és nők. A rokonság nőtagjai közösen varrták, hímezték a menyasszony s a vőlegény kelengyéjét. A termék egyedisége a népi kultúrában rejlik és a jellegzetes zalai viselethez, díszítésekhez kapcsolódik.
- A termék fenntartható, terítőkkel, poháralátétekkel, ahogy a termék előállítója ezt szeretné is, bővíthető. A vásárokon szerzett tapasztalat alapján nem állandó jelleggel, de a termékre azért mutatkozik kereslet.
- Marketing szempontból általában a textíliák a távol-keleti áruk térhódítása miatt vesztek piacukból, ezért az eladhatóság 4 pontos.

15. jelölt: Lukácsi Ferencné, hímzés, horgolás, Balatonmagyaród



A kézi horgolásra és hímzésre Balatonmagyaródon sok szép példát látni. A horgolást különösen magas szinten űző Lukácsi Ferencné a népi motívumokat a textilbe öltve angyalokat, ágy és asztali terítőket, takarókat készít. Számára ugyan egyelőre hobbiról van szó, ám az igények növekedésével nagyobb mennyiségben is képes lenne előállítani az általa megálmodott textiliákból. A speciális eljárással készített angyali karácsonyfadíszek méltán népszerűek a helyi piacokon.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 4 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- Ahogy a források is, és korábban mi is utaltunk rá, itt Dél-Zalában készültek a legpompásabb fehérhímzések, s itt viselték őket legtovább férfiak és nők. A rokonság nőtagjai közösen varrták, hímezték a menyasszony s a vőlegény kelengyéjét. A termék egyedisége a népi kultúrában rejlik és a jellegzetes zalai viselethez, díszítésekhez kapcsolódik.
- A termék fenntartható, terítőkkel, poháralátétekkel bővíthető. Ezt a termék előállítója is szeretné. A vásárokon szerzett tapasztalat alapján van a termékre kereslet, nem beszélve arról, hogy a Balatonmagyaródiak egymást támogatva és nem egymás konkurenciájaként képzelik el a termék értékesítését. A védjegyhez való hozzáállás mindkét balatonmagyaródi hölgnél pozitív volt.
- Az eladhatóság textiliák, ruhaneműk esetében csökkenő tendenciát mutat a kínai áruk miatt. Ez a terület 4 pontot kapott az értékelésben.

16. jelölt: Mihácz Lajosné, házi lekvárok, savanyúságok, Balatonmagyaród



Körte, füge, bodza, cseresznye vagy sárgabarack, de szinte minden nagyszerű gyümölcsből, amelyet maga termel, saját maga készíti is a lekvárt Mihácz Lajosné. A balatonmagyaródi asszony a termékei alapján havonta akár 100 db literes üveget is képes lenne eladásra kínálni, ám a jelenlegi kereslet ennek felére kapacitálja mindössze. Igazi kuriózum, hogy a borvidéken ő maga egyedül állít elő szőlőből lekvárt, nagy elismerést kiváltva a zalakarosi piacon vásárló vendégekből.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 4 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- A termék egyedisége „házas” jellegéből adódik. Kinek ne lenne szüksége azokra az ízekre, amelyeket egykor a vidéki életet megtestesítő nagy dédi kínált a befőzött lekvárból. Ezeknek az ízeknek a kóstolása visszahoz olyan múltban gyökerező élményeket, amelyek kitörölhetetlenek az elméből és a szívből. A hagyományos tartósítás pedig sokkal egészségesebb ételt produkál, mint a vegyszerekkel telített eljárások.
- A termék egyediségét és értékét az is emeli, hogy saját termelésű gyümölcsökből, zöldségekből (savanyúságok) készül.
- Mihácz Lajosné lát fantáziát a Dél-zalai termékek széleskörű népszerűsítésében. Kellően motivált is abban, hogy akár vásári megjelenések alkalmával termékeit bemutassa.
- A termékkör bővítési lehetőségei behatároltak, ezért erre a területre 4 pontot kapott a termékes.
- Marketing szempontból a házas ízek e tanulmány írója szerint-mindig eladhatóak, értékesek, azaz „jól kezelhetőek” lesznek.

17. jelölt: Herman Edit, fazekas, Murakeresztúr



A több mint 10 éves fazekas múlttal rendelkező Herman Edit igyekszik zalai motívumot, motívumokat csempészni az általa alkotott tárgyra. Jellemző ősi motívum a hullámvonalas és virágos díszítés. Termékei a díszes egyedi boroskancsótól kezdve a csupokon, poharakon át egészen a mécses tartókig azt mutatják, hogy a fazekas határozott elképzeléssel és egyedi mégis hagyománytisztelő formavilággal készíti alkotásait. Elvei szerint a népi motívumok megőrzése fontos feladat és a termék-védjegy az eladhatóság esélyeit növeli. Az általa készített használati és dísz tárgyak lakásán készülnek, jól felszerelt műhelyében. Itt is értékesíti a termékeket. Álmai között szerepel egy falusi vendéglátóhely kialakítása, amelynek komplexitását a helyben készített étkezészetek, poharak, mint használati tárgyak adnák. A jövőben házzámokat, névtáblákat vagy cégereket kerámiából készítené, hiszen úgy érzi, erre egyre nagyobb igény mutatkozik.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 40 pont

Értékelés:

- Termékeinek egyedisége abban rejlik, hogy gondosan készített díszítő-elemei révén akár dísz tárgyakként is a konyha, szoba díszévé válhatnak amellet, hogy funkciójukat nem vesztik el. A kancsók, tányérok, bögrék forma és színvilágukban és motívumaikban őrzik a zalai hagyományokat. A termék egyedisége abban is rejlik, hogy Edit, mint hölgy végzi a komoly fizikai megterhelést igénylő mesterséget. Egykor nehéz fizikai munkának számított a fazekasság, ezért a fazekas családokban addig születtek a gyerekek sorban, amíg fiú nem jött a világra, hogy ő vigye tovább a családfenntartó által művelt mesterséget.
- A termékkör praktikus bővítésének élő példája Herman Edit, hiszen a falusi vendéglátást éppen termékei és azokon keresztül a Dél-zalai népi kultúra megismertetése a célja.
- A termék eladhatóságát jelzi, hogy a fazekas szép számú megrendelésre állítja elő termékeit.

18. jelölt: Takács István, kovács, Zalaszentbalázs



Mesterremek, Magyar termék nagydíj, Kézműves remek, Gránátalma díjjal és Magyar minőségdíjjal jutalmazott mester. A díszítő kovácsolást Zalaszentbalázson végző szakember 30 éve kezdte formálni a vasat. Mint a Zala Megyei Népművészeti Egyesület és a Magyarországi Kézműves Céh, valamint a Pannon Fa és Bútoripari Klaszter tagja, számos kiállító és bemutató helyen ért el sikereket. Az általa készített tárgyak pontos megmunkálása és az, hogy tartós termékekről beszélünk, növelik az ár-érték arányt és az eladhatóságot is. A termék a helyszínen rendelhető, ám a kiszállítás is megoldott.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 4 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

Összesen: 39 pont

Értékelés:

- A vas alapanyagát tekintve nem túl egyedi, a térségre sem különösen jellemző, ám olyan termékek alakulhatnak egy ügyes kezű mester keze alatt - Takács úr pedig az, amelyek elkápráztatóak lehetnek. Komplet vaskályha, lámpatest vagy szélkakas is olyan mesterműként válik szinte értéketlen vasból nagyszerű alkotássá a Zalaszentbalázi kovácsműhelyben.
- A kovácsolás helyi hagyományairól nincs adat, ezért ez a terület 4 pontot kapott az értékelésnél.
- A vállalkozó korszerű műhelyben, a jövőre folyamatos fejlesztésekkel készül. Legutóbbi ötlete, hogy kovácsolt ajándéktárgyakat alkot.
- Takács István motiváltan áll a védjegyprogramhoz és bízik abban, hogy a marketingelemek, amelyek beépülnek a védjegyprogramba, az ő termékeinek sorsára is kedvező hatással lesznek.

19. jelölt: Molnár Gyuláné, méhész, Hahót



A Hahóti méhész a falusi vendéglátás területén is tevékenykedik. Mézfajtái igen ízletesek, elsősorban akác, gesztenye, de repce és napraforgó mézet is előállítanak, persze szorgos munkatársaikkal a méhekkel együtt. Tagja a Söjtör és Térsége Méhészeinek Egyesületének, de nem látja megoldottnak a méhészek helyzetét. Sajnálja, hogy a kereskedők összeöntik a jó minőségű mézet és vegyes mézként értékesítik. Szeretné, ha egyedi csomagolót hozhatna létre és későbbiekben termékkínálatát a propoliszsal is bővíthetné. Jelenleg 30 méhcsaládjuk van, de a családok számát is növelnék, mivel új és korszerű kaptárrendszert építettek ki Hahóti házuk kertjében.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|-------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 5pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5pont |

Összesen: 40pont

Értékelés:

- A méhész mesterségre vonatkozóan Dél-Zala mindig is élenjáró volt, erdeinek, akácosainak, szelídgesztenye erdőinek köszönhetően. A méhészet speciális helyzetben van, mivel nem kellett megszenvednie az államosítást. Így jól bejáratott felvásárlói hálózat működik. Azok a termelők, amelyek kapcsolódnak biztos felvásárlási láncához, rendszerint elégedettek, nem fordítanak plusz energiát az értékesítésre.
- A Hahóti Molnár család a cukrosodásra nem hajlamos akácot, az erős zamatú, vérhígító, vértisztító hatású, magas oxálsav tartalmú gesztenye mézet is kínálja a repce és a napraforgó méz mellett.
- Termékkörüket a propolisz virágporral bővítenék és a csomagolás, szállítás valamint az eladhatóság növelése érdekében egyedi üveget, csomagolást alakítanának ki. Ezért is örültek a Dél-zalai védjegy ötlet hallatán és bíznak az együttműködés sikerességében.
- A méhészetten kívül falusi vendéglátást is szeretnék végezni, akár a méhészettel összekapcsolva. Ezen a területen történtek próbálkozásaik és jelenleg is, hirdetik ezt a tevékenységet, véleményünk szerint erősebb összekapcsolás lenne szükséges a termékkel (Pl.: mézfürdő, mézes pakolás stb.)
- A méz, mivel ízletes és egészséges, ha ízléses csomagolásban és az ár-érték arány figyelembevételével állapítják meg, kitűnő marketinges lehetőségeket rejt.

20. jelölt: Zala Megyei Önkormányzat Fogyatékosok Rehabilitációs Intézete, kerámia, textil, merített papír, Magyarszerdahely



Munka-rehabilitáció keretében végzett tevékenységek az intézet lakói részére:

Kerámia és gipszöntő műhelyben virágserepek, kaspók és ajándéktárgyak készítése, kerámiázás.

Textiles műhelyben rongybabák, foltvarrás technikával készíthető használati tárgyak, ajándékok készítése.

Papírmerítő műhelyben képeslapok, üdvözlőlapok, oklevelek készítése.

Pontjainak alakulása:

- | | | |
|---|--|--------|
| • | Az előállított termék egyedisége | 5 pont |
| • | Az előállított termék alapanyagának beszerzési térsége | 4 pont |
| • | A termék előállításának helyi hagyománya | 5 pont |
| • | A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága | 5 pont |
| • | A termékkör bővítés lehetőségei | 5 pont |
| • | Az előállító együttműködése a védjegy kialakításban | 5 pont |
| • | Az előállító jövőképe, fenntarthatóság, motiváció | 5 pont |
| • | Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége | 5 pont |

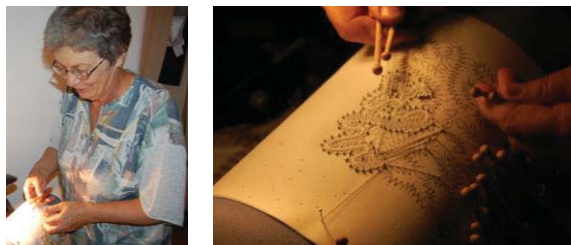
Összesen: 39 pont

- A termékkör minőségét jelzi, hogy számos megrendelésnek tesz eleget az intézet. Főként a papírmerítő műhelyekben készített tárgyakra (képeslapok, oklevelek) van kereslet.
- A termék előállítás hagyománya, mivel főként új területekről van szó, csak a kerámiák elkészítésénél értelmezhető, ott viszont, mint korábban írtuk, jelentős hagyományokkal rendelkeznek.
- A termék eladhatósága kedvezően alakult a közelmúltban, ám hatékonyabb marketingeszközök bevetésével ez tovább javítható.
- A termékeik alapanyagának beszerzését - főként az agyagét - a régió kívülről szerzik be. Erre a területre ezért 4 pontot kaptak.

A védjegyrendszerbe nem kerülő termék-előállítók

Skobrics Lászlóné, csipkeverő, Murakeresztúr

8834 Murakeresztúr, Kossuth u. 34., Telefon: 93/369-259



Alig 10 éve végzi ezt a tevékenységet a murakeresztúri Skobricsné, ám munkái azt bizonyítják, hogy a népi kultúra a vérében van. A nyugdíjas asszony napi teendői mellett készíti vert csipkéit, használati tárgyait, amelyeket fesztiválok, kézműves rendezvényeken láthat a nagyközönség, termékeivel a helyi piacokon is feltűnik. Szívesen részt venne a programba, ha kereslet mutatkozna termékeire. Katalógusban szerepelne, de az értékesítésben személyesen nem venne részt.

Dávid Lajosné, házi lekvár, savanyúság, Zalakomár

8752 Zalakomár, Árpád u. 144.



A zalakomári asszony életéhez a zalakárosi piac elválaszthatatlanul hozzá tartozik. Itt árulja befőtt üvegeiben azokat a termékeket, amelyeket gondosan válogatott gyümölcsből, zöldségből készít. Kínálatához a fűszer őrlemények is hozzá tartoznak. Már idős ahhoz, hogy többet termeljen, de ami van, azt jó szívvel kínálja mind a fürdővendégeknek, mind azoknak, akik a helyi ízekre vágnak.

Könczöl Jenőné, házi lekvár, savanyúság, Zalakaros

8749 Zalakaros Fő u. 10., Telefon: 93/340-193



A zalakárosi Könczöl Jenőné jelenleg 15-20 üveget árul a piacon egy nap, de ennek dupláját is képes lenne előállítani. Az általa termesztett zöldséget, gyümölcsöt és fűszernövényeket hagyományos eljárással tartósítja és üvegezi. Nem csak tartósított, hanem szezonális zöldséggel-gyümölccsel is megjelenik a piacon. Büszke arra, hogy nála mindig friss és helyi ízekben gazdag terméket vehetnek a Dél-Zalába látogatók, de a

helyiek is szívesen keresik fel a piacon. Túl idősnek érzi magát belefogni a Dél-Zala programba.

Tarr Ernőné, házi lekvár, savanyúság, méz, Zalakaros

8749 Zalakaros, Csalogány u. 16



Erdei, napraforgó és repce méz, mézbe áztatott gyümölcsök és dió a specialitása a helyi piacon értékesítő zalakarosi asszonynak. Remek termékeit ő maga is készíti. Akár duplájára is emelhetné termékei számát, ha lenne kereslet rá. Évtizedek óta foglalkoznak a családban az asszonyok a gyümölcsökkel és a mézzel. Kapacitását nem növelné, sőt a közös piacra jutás lehetőségét sem szeretné. Elég neki a zalakarosi piacon értékesíteni árukészletét.

Priskó László, savanyúság, szárított gomba, tökmagolaj, Zalaújlak

8822 Zalaújlak, Fő út 34., Telefon: 30/368-9912



A szárított vargánya, a saját tökmagból készített, ám nem saját palackozású olaj és a házi savanyúság Priskó Lászlónak a helyi piaci értékesítésre szükséges. Termékei igazi dél-zalai finomságok, a zalakarosi piacon havi 10 üvegnyi terméket el tud adni, továbblépési lehetőséget nem lát a területen a zalaújlaki férfi.

Daxner József, fenyőfatermelő, Surd

8856 Surd, Újtelep u 21., Telefon: 30/634-6797



2,5 Hektáron termeli fenyőfáit több mint 40 éve Daxner József Surdon. A termékfejlesztést nem a terület növelésében, hanem a technológia modernizálásában, gépkölcsönzési lehetőségben és az értékesítésben látja. A program első körébe az egyediség hiánya és a fenyőfatermelők viszonylag nagy száma miatt nem került be.

Daxner Gábor, fenyőfatermelő, Surd

8856 Surd, Kossuth u. 60., Telefon: 30/226-7835

Nem járult hozzá a fényképkészítéshez.

A normand, és luc, valamint az ezüstfenyő fajtákat előnybe részesítő termelő szülei és nagy-szülei is a fenyőfatermesztéssel foglalkoztak. A család 1 hektáron foglalkozik fenyőfa-termesztéssel. Ekkora területen minőségi és nem mennyiségi termék előállítók.

Az épületasztalosként is dolgozó férfi bízik abban, hogy újfajta örökzöldekkel, tujákkal versenyképesek lesznek országosan. A program első körébe az egyediség hiánya és a fenyőfatermelők viszonylag nagy száma miatt nem került be.

Gazdigné Széchenyi Vilhelmina, fenyőfatermelő, Surd

8856 Surd, Hősök tere 19., Telefon: 30/339-2098



Jelenleg 8 hektáron, ám a tervek szerint további két hektárral gyarapodva kezdi a jövő évi karácsonyfa szezont Vilhelmina.

A 30 éve már fenyőfákkal foglalkozó hölgy családja már a 70-es évek elejétől csemetéztet és termel fenyőfákat. Az elképzelések között szerepel, hogy tujákkal, örökzöldekkel teszik kínálatukat színesebbé. Az igény is megvan a keresleti oldalról e termékekre.

Boruzs Lajos Péter, fafaragó, bútorkészítő, díszítő, Liszó

8831 Liszó, Alsó u. 17.



Az egykor géplakatos mesterként dolgozó ügyes kezű Boruzs Lajos erdélyi őseire vezet vissza a fához, a fa megmunkálásához való vonzódását. A jelenleg Surd főterén elhelyezendő kopjafán dolgozó mester otthonát olyan általa faragott kincsek díszítik, amelyeket családtagjai számára készített. Baldachinos ágy, dohányzóasztal vagy egy egész székgarnitúra is ezek közé sorolható. Mivel csak egyedi igények alapján, előzetes megrendelésre vállalna be munkát, ezért nem került a kiválasztott termék előállítók közé.

Tomasics György, díszítő-kovács, Hosszúvölgy

8777 Hosszúvölgy, Széchenyi u. 12, Telefon: 20/417-6663

Nem járult a fényképkészítéshez.

Jelenleg csak hobbiként kovácsol a hosszúvölgyi Tomasics György, de kereslet esetén, szívesen élne is a kétkézi munkáiból. Elsősorban díszítő elemeket kovácsol szívesen, de használati tárgyakat is készít. Egyelőre nem lát esélyt a megrendeléseinek jelentős megnövekedésére, ezért nem érzi magát motiválva a programban.

Skobrics Erika, keramikus, Murakeresztúr

8834 Murakeresztúr, Táncsics u. 6., Telefon: 30/2378-621

Fényképkészítést nem engedte.

A Zala Megyei Népművészeti Egyesület tagjaként 5 éve kerámiák készítésével foglalkozó Erika a vásári megjelenéseken és rendezvényeken túl szívesen dolgozna egyedi megrendelésre is. Egyre növekvő kapacitása akár a jelenlegi duplájára is növelhető lenne. Fejlődésének útját a technológia és az értékesítés területén látja.

Kordély Gábor, fazekas, Zalakaros

8749 Zalakaros, Liget u. 16., Telefon: 93/340-589

Nem járult hozzá a fényképkészítéshez.

Termékei, amelyek főként ajándéktárgyak, nagyon kedveltek mind a városba érkező turisták, mind a helyi lakosság körében. Kordély Gábor nem klasszikus hagyományörző, ám minden alkotása olyan érték, amelyre építhet biztos piacot, hiszen van rá kereslet. A fazekas nem motivált a Dél-Zala programban. Termékeit népszerű zalakarosi kisboltjában árúsítja.

Ott István, méhész, Hahót

8771 Hahót, Zrínyi M. u. 131., Telefon: 30/332-1605

Nem járult hozzá a fényképkészítéshez.

A fiatal méhész 10 éve foglalkozik méhekkel, igaz szülei révén a 70-es évek óta áll közeli kapcsolatban a méztermesztéssel. Számára egyelőre hobbi a méhészkedés, ám szívesen fejlesztené. Szerinte előrelépés lenne, ha a csomagoláson tudna változtatni, a jelenlegi hordós felvásárlást inkább egyedi termékcsomagban, helyi mézek népszerűsítésében látná.

Németh Ferenc, fenyőtuja termelő, Szepetnek

8861 Szepetnek, Forrás u. 6., Telefon: 30/258-3690



A sziklakerti növényekkel és tujákkal valamint egyéb örökzöldekkel foglalkozó szepetneki termelő 5 000 négyzetméteren termeli tujáit, örökzöldjeit.

Büszke arra, hogy a smaragd a kolunaris a globóza fajtákat szívesen keresik nála a kertjeiket szépítőik. A csemetéket Surdról szerzi be.

Szili Dezső, borász, Garabonc

8747 Garabonc, Kossuth u. 32. (szőlő), Zalakaros Hegyalja u. 17. (lakás)



20féle borfajtája között nagyon népszerű a vidék legelterjedtebb, ízletes bora a Cserszegi Fűszeres és a Királylányka, de a rég elfelejtett ősi fajtákat, mint a Mirkovácsát is termeszt 6600 négyzetméteres egyéni garabonci gazdaságában.

Kunics József, méhész, Szepetnek

8861 Szepetnek, Forrás u. 2., Telefon: 20/584-6521



A méhészek országos szervezetének az OMME –nek oszlopos tagjaként küzd a dél-zalai mézért. Célja, hogy ne a vegyes méz kategóriájába sorolva öntsék össze a kereskedők a gyatra minőségű mézekkel a jó minőségű termékeket. Szeretne új telephelyet 100 méhcsaládjának, amelyek a cigánykender, repce és akác virágjairól gyűjtik a nektárt. Szeretne továbbá egyedi kiszerelésű mézet kínálni, ha lenne rá kereslet.

Vastag Norbert, méhész, Zalakomár

8752 Zalakomár, Attila u 36., Telefon: 70/212-7672



A fiatal termelő aranyvessző mézet készít. 350 méhcsaládja jelenleg 5 tonna, nagyjából 100 hordó mézet állít elő. Ennek dupláját is elkészítené, és van is erre kapacitása. A védjegyprogramot jó ötletnek tartja, de nem érzi önmaga számára előrelépésnek, mivel az értékesítést más úton oldja meg, nem kívánja a helyi termék-jelleget a jelenlegi módnál erősebben hangsúlyozni. Szülei is korábban méhészkedtek, ő maga 15 éve él e területen szerzett bevételből. Az előállítás helyszínén adja el nagyfelvásárlónak a mézet. Tagja az Országos Magyar Méhészeti Egyesületnek. Termékbővítésként tervezi méhcsaládok értékesítését. A méhészetének problémája, a termelő szerint, hogy az értékesítés elvonná az energiáját a termék előállításáról.

Kerekes Endréné, hímző, Gelse

8774 Gelse, Kossuth L. u. 64., Telefon: 30/500-0631



A Gelsén élő asszony generációk óta tanulta a hímzést. Pro Renovanda Cultura Hungarica, Gránátalma, Életfa díjas, Népi Iparművész. Munkájából többször nyílt népművészeti kiállítás. A hagyományörzést 3. évtizede lelkén viseli, több hímző szakkör elindítója és életben tartója, lelke volt Vas és Zala megyében.

Munkái nem kizárólag Zala, hanem az Őrség és Vas megye motívumait is tartalmazzák. Igazi nyugat-dunántúli népi hagyományokat őriznek kézimunkái. Kedvelt motívumai: madár, tulipán, pipacs, korsó és indás virágok.

Korára hivatkozva úgy nyilatkozott: „nem szívesen vágok bele semmi újba...”. Jó ötletnek tartja a védjegyprogramot, és támogatja is szakértelmével, ha erre igény mutatkozik.

Harangozóné Németh Beatrix, fazekas, Nagyrécse

8756 Nagyrécse, Kossuth u. 79. Telefon: 70/361-1800



Évtizedes munkásságának darabjai főként használati tárgyak, edények, korsók, tányérok. Egyedi megrendeléseket szívesen fogad, dísz tárgyai a zalai motívumok és a vidékre jellemző stílusjegyeket hordozzák. Műhelyébe ritkán tért be az utóbbi évekbe, mert gyermekével otthon tartózkodott. A védjegyprogramhoz szívesen csatlakozna. Az első körbe azért nem került, mert nemrég született kisgyermekével mellett egyelőre csak nagyon kis mennyiségű terméket képes előállítani.

Bazsó János, borász, Zalakaros

8749 Zalakaros, Fő utca 2. (lakás), Bor u. 17. Bazsó Pincészet, Telefon: 93/340-427



A Zalakarosi Nagyközség „Arany” díját kapta „Tónai” fajtájú borával. A Zalakarosi Borút Egyesület tagjaként egy rég elfelejtett szőlőfajtát keltett életre. A száraz, az olaszrizlingre hasonlító ízű, ám muskotályosabb jellegű fehérbort a „tónai” fajtából állítja elő. A nagyszerű adottságú zalakarosi domboldalon 120 hektoliter bor előállítását 60 éves tapasztalattal állítja elő családi borászatában, ahová szívesen várja a fajta iránt érdeklődőket.

A bor jelenleg kizárólag a helyszínen vásárolható. Aki kóstolja, biztos, hogy egyetért a borással, miszerint a „magyar bor becsületéért érdemes kiállni.”

Stróbl Györgyné, viseletkészítő, Zalakaros

8749 Zalakaros, Alsóhegyi út 45. Telefon: 93/701-084



A zalakarosi gyöngyösnec viseleti darabjait jelenleg Stróbl Györgyné menti meg kézzelfogható formában az utókor számára. A Zala Megyei Népművészeti Egyesület tagja kimondottan a hagyomány megőrzésének nemes célját tekinti hobbyjának. Fejdíszei, kalapjai és a babákat díszítő ruhadarabok számos kiállítást emeltek a népművészet legmagasabb színvonalára. Igény szerint kiállításokra, egyes esetekben jelmeznek készíthetők a hagyományörző ruhadarabok. Nem kíván részt venni a védjegyprogramban.

Lakatos Benő, fafaragó, Zalakomár

8752 Zalakomár, Kossuth u. 38., Telefon: 93/386-616



A zalakomári Lakatos Benő tiszta-, mogyoró-, hárs- és diófával dolgozik legszívesebben, de képes akár a barackmagból is műremeket alkotni. Szobrainak, kopjafáinak elkészítését generációk óta végzi a családja, ő is úgy leste el a fafaragás fogásait. Szívesen készíti alkotásait barátoknak és önmaga örömeire, ám nem készítené eladásra és nagyobb tételben. Termékei korlátozott számban megvásárolhatóak.

Szmodics Kornél, fenyőfatermelő, Surd

8856 Surd, Újtelep u. 20., Telefon: 30/905-8902



A jelenleg 15 hektáron termelő Szmodics Kornél szeretné bővíteni az őseitől ráhagyott ültetvényeket 25 hektárra. Normand, ezüst és lucfenyő, amit termel.

Surdon és környékén az erdőkön kívül a precízen ültetett leendő karácsonyfák „hadseregei” sorakoznak a tájon. Több településen is a családok megélhetését biztosítja a fenyőfa.

Szmodics Kornél szerint a minőség itt is jól érzékelhetően elválnak a selejttől. A Surdon élők ezért különös gonddal foglalkoznak a termékkel a csemetéktől a több méter magas fenyőig. Ha valaki azt gondolja, hogy a fenyő nem igényel túl sok foglalatosságot, ez tévedés a részéről - mondja Kornél, majd hozzáteszi, igaz alkalmasságra, de legalább annyit, ha nem többet kell foglalkoznia a fenyőfákkal, mint a szőlővel, amelynek a család szintén birtokában van.

Családi okok miatt nem vállalta a programhoz csatlakozást.

Csuti Tibor, fazekas, Zalaegerszeg

8900 Zalaegerszeg, Berzsenyi u. 13., Telefon: 30/364-0099

Dél-Zalához kötődő, de nem helyben előállító.



A Népművészet ifjú mestere cím birtokosa. Gulyás, pálinkás készleteket, sütő-főző és tárolóedényeket készít csaknem 20 éve. A művészeti alkotások és a „sorozat-gyártás” szerű fazekasság is repertoárjában van. Jellemzőes népművészeti elemeket szívesen használ.

A Dél-zalai védjegyhez szívesen csatlakozna, korábban alkotott a térségben. Jelenleg a Zalaegerszegi Alkotóházban készíti termékeit.

Csiszár Tibor, tüzi kovács, Népi Iparművész, Zalaszentgrót

8790 Zalaszentgrót, Béke u. 33., Telefon: 83/361-370. Dél-Zalához kötődő, de nem helyben előállító.



A zalaszentgróti kovácsmester számos nemzetközi és hazai díjjal büszkélkedhet. A csaknem 40 éve pályán lévő kovács a vaskapuk díszítésében, a különleges megmunkálásban látja mestersége szépségét. Számos alkotása készült Dél-Zalában. Megrendeléseinek zöme a térséghez kötődik. Nem csak munkáját végzi a hagyományos szerszámokkal, de muzeális értékű eszközeit szívesen kiállításra is bocsátja, sőt műhelyében az ősi mesterség minden mozzanatát bemutatja az érdeklődőknek. Speciális érték, amely miatt ebbe az összefoglalóba került, az a hagyományos pincerekeszek, kulcsok szerkezetének előállítása.

Csávás Csaba, fafaragó mester, Nagykanizsa

8800 Nagykanizsa, Bolyai J. u. 9., Telefon: 30/665-1338
Dél-Zalához kötődő, de nem helyben előállító.



A Nagykanizsai Fafaragó Egyesület elnöke 40 éve mestere szakmájának. Főként fa, kő, csont, bronz szobrok, kisplasztikák, kültéri fa játszóeszközök faragásával foglalkozik. Az otthonában elkészített szobrokat egyedi megrendelésre készíti. Nagykanizsai műhelyében számos kül- és beltéri díszítőelem, szobor született. Különösnek értékesnek tartjuk az egyedi látásmódot és formavilágot. Motiváltságát tekintve Csávás Csaba bízik a védjegyprogram sikerében, és szívesen bővítené termékeinek palettáját az igények szerint. Nagykanizsa nem tartozik a Leader térséghez, ezért a programba nem vonható be.

VI. A helyi termékek népszerűsítésével foglalkozó szervezetek

A Nagykanizsai Erzsébet téren lévő TISZK Helyi Termék márkaboltjában végzett lekérdezésből, amelyet a Kanizsa és Térsége TISZK Nonprofit Kft. vezetője adott, kiderül, hogy a helyi termék szimbólumához a gyógyvíz, bor és méz tartozik. A válaszokból az is kiderült, hogy országosan nem ismerik, pedig egyedi íz világgal rendelkezik a térség. A forgalmazó szerint a marketing területén kellene erősödnie a térség termék-előállítóinak.

„Helyi Termék” Értékesítési csatornák Magyarországon

- Termelői piac
- Web-áruház
- Helyi termék-adatbázis
- Helyi termék-bolt, mozgó helyi termék-bolt
- Bevásárló kör
- Helyi termék-fesztivál
- Egyebek (helyi termék polcok, csúcsgasztronómia beszállítói, közétkeztetés)
- Komplexebb, több csatornát is használó kezdeményezések

A Zalakarosi Piacon végzett lekérdezésből kiderült, hogy a turisták, (főként a németek) kevesebbet költenek, kevesebb vendégéjszakát töltenek nálunk, mint korábban. A gazdasági válság a hazai piacot is nagyban érintette, igaz a piacon az igényes terméknek, ha nincs túlságosan felülértékelt ára, akkor van keletjük. A termékeket árusítók arról számoltak be, hogy bizonyos termékekről nem is tudnak a fogyasztók, míg egy másik, minőségében gyengébb termékről sokkal többen (marketing tevékenység fontossága).

Termékértékesítéssel külön szervezetek nem foglalkoznak és a már említett nagykanizsai „helyi termék” bolt sem számolt be kedvező benyomásokról.

A Nagykanizsa központjában, az Erzsébet téren található „helyi termék bolt”-ról a közelben működő 10 kereskedésből mindössze 1 kisbolti eladó tudott. A megkérdezett járókelők nem tudták, hogy létezik ilyen bolt Nagykanizsán.

Az Innovatív Dél-Zala Vidékfejlesztési Egyesület tesz jelenleg „helyi termékek” népszerűsítésével kapcsolatban erőfeszítéseket, ennek, eredményeinek vizsgálata nem ennek a tanulmánynak a témája. Az említett Egyesület „akciócsoportjai révén” 46 településen van jelen, amelyből 14 hátrányos helyzetű.

Zala megye székhelyén, Zalaegerszegen, tehát nem Dél-Zalában működik a „Göcseji Élískamra” nevű bolt, amely a helyi termékeket, „Göcsej termék” védjeggyel ellátott termékeket forgalmaz.

Dél-Zalában a Zalakarosi piacon és a nagykanizsai TISZK- en kívül nem találtunk kutatásaink alkalmával több „helyi terméket” és nem mondjuk 1 féle „helyi terméket”, (mint például Szepetneken feldolgozott húst) forgalmazó kereskedést.

Javaslataink:

Nagykanizsán Helyi Termék Piac létrehozása, amely akár csak havonta egyszer egy frekvenciált helyen működhetne. Indokolt, hogy e piacot egy kereskedelmi hálózatot üzemeltető csoport működtesse, egy adott raktár helyiséget bérelve deponálják a termékeket, majd ízléses formában kínálják. Ennek a javaslatnak az oka, hogy sok termék-előállító esetében azt az információt kaptuk, hogy a termék-előállítás rovására megy a kereskedelmi tevékenység.

Helyi termék-előállítók hálózatba szervezése, árukapcsolások kialakítása.

Meggyőződésünk, hogy foglalkoztatást ösztönző is lehet, ha a helyi termékhez kötődő kereskedelmi tevékenységet olyanok végzik, akiknek ez munkalehetőséget, bevételi forrást jelent. E javaslat részletes kidolgozása nem ennek a tanulmánynak a témája, de minél komplexebb Helyi Termék előállító, terjesztő és értékesítő rendszer-hálózatot sikerül kiépíteni, annál eredményesebb lehet a védjegyprogram működése is.

VII. Összegzés

Mint a termék-előállítók termékek szerint összeállított csoportjai (2. számú melléklet), is mutatják, egyes területen belül is ki kellett alakítani egyfajta sorrendet, hogy a védjegyprogram terméki sokszínűségét betartsuk. A kiválasztás során igazságtalannak éreztük volna 15 termék-előállító kiválasztását, hiszen minimális különbséggel, 40-39 ponttal végeztek a pontrendszer élén ezek a termék-előállítók (1. számú melléklet). Javasoljuk egy második kiválasztási kör elindítását, egy részletezettebb felállított pontrendszer alapján.

A 45 kérdőív 46 különféle termékkörre vonatkozik (Németh Ferenc fafaragás vs. tuja).

11 jelölt a maximális 40 pontot kapta, tizenkettő pedig 1 pontot veszített az értékeléskor. 2 db 38 pontos értékelés született, 5-en kaptak 37 pontot, ami szintén jó eredmény. 6 termékes 36 pontot, 1-1 fő 35, 34, 32, 31, 30 pontot kapott. 3 fő 29 pontot ért el. 1-1 fő 28, és 25 pontot szerzett.

Megszerzett pontok	Termék előállítók száma
max. 40 pont	11
39 pont	12
38 pont	2
37 pont	5
36 pont	6
35 pont	1
34 pont	1
32 pont	1
31 pont	1
30 pont	1
29 pont	3
28 pont	1
25 pont	1

A védjegyrendszer kialakítása szempontjából kevés, a 45 lekérdezettből mindössze 7 termék-előállító zárkózott el a védjegyprogram gondolatától a többiek, azaz 38 fő pozitívan állt a programhoz, s úgy értékelte, hogy a védjegyprogram fenntarthatósági és előrelépési lehetőséget kínál számára.

A kiválasztott (20 db) termék beleillik a „helyi termék” arculatba és jól forgalmazható.

VIII. Felhasznált forrásmunkák

1. Ádám László-Marosi Sándor: A Kisalföld és a Nyugat-Magyarországi peremvidék. Budapest, 1975.
2. Barbarits Lajos: Nagykanizsa. Budapest, 1929.
3. Bátorfi Lajos: Adatok Zala megye történetéhez I-V. kötet. Nagykanizsa, 1876-78.
4. Cseke Ferenc: A Principális-csatorna vízgyűjtőjének vízföldrajzi viszonyai. Doktori értekezés
5. Degré Alajos (szerk.): Olvasókönyv Zala megye történetéhez. Zalaegerszeg, 1961.
6. Fűzi Ferenc: Zala megye védett természeti értékei. Zalaegerszeg, 1980.
7. Gódor Győző: A Közép-Zalai dombság felszínfejlődési problémái. Zalaegerszeg, 1979.
8. Gönczi Ferenc: Hetes vidékének és népének összevontabb ismertetése. Kaposvár, 1914.
9. Horváth Ferenc: A Zala megyei hírlapok és folyóiratok bibliográfiája 1861. Zalaegerszeg, 1978.
10. Kalicz Nándor: Siedlungsfunde der Balaton-Gruppé in Nagykanizsa. (Mitt. Arch. Inst. 4/1973. 19-24 1.) 21. Kalicz Nándor: Die funde der Phase III. der kupferzeitlichen Balaton-Gruppé in Nagykanizsa-Sánc. (Mitt. Arch. Inst. 5/1974/1975. 41- 44. 1
11. Kalicz Nándor: Funde der ältesten Phase der Linienbandkeramik in Südtransdanubien. (Mitt. Arch. Inst. 8/9/1978/1979. 13⁴⁶ 1.)
12. Károlyi Árpád: Dél-Zala érdekes és gyógyító növényeiről. (A Nagy kanizsai Thury György Múzeum jubileumi emlékkönyve.) Nagykanizsa, 1972. 429-454 1.
13. Kerecsényi Edit: Zala megye néprajzi csoportjai. Budapest, 1979
14. Kerecsényi Edit: Zala megye népi hímzései. I. Zalai fehérhímzések. Budapest, 1975. 27.
15. Kerecsényi Edit: A Mura menti horvátok története és anyagi kultúrája. Zalaegerszeg, 1983.
16. Kerecsényi Edit: A népi méhészkedés története, formái és gyakorlata Nagykanizsa környékén. Néprajzi Közlemények, 1969
17. Páll Miklós: A dél-zalai bükk táj ismertetése. (A Nagykanizsai Thury György Múzeum jubileumi emlékkönyve, 413-427. 1.) Nagykanizsa, 1972.
18. Rác János: A Szőlő és Bor. Magyar Nyelvőr CXXVII. (2003) 3. 283-287.
19. Pannon Elemző Iroda Kft.: A „Helyi Kezdeményezésű Gazdaságfejlesztési Programok Értékelése” című kutatás résztanulmányából (2010. november 30.)
20. Helyi Vidékfejlesztési Stratégia- Innovatív Dél-Zala Vidékfejlesztési Egyesület - Innovatív megoldásokat Dél-Zaláért (2009. november)

1. számú melléklet

	Az előállított termék egyedisége	Az előállított termék alapanyagának beszerzési	A termék előállításának helyi hagyomány	A termék beszerzésének, szállításának rugalmassága	A termék kör bővítés lehetőségei	Az előállított együttműködése a védjegy kialakításban	Az előállított jövőképe, fenntarthatóság, motiváció	Az előállított termék eladhatósága, marketing lehetősége	Összesen
Bazsó János / borász	5	5	5	4	4	5	4	5	37
Bodó Tamás / gyertyakészítő	4	5	4	5	5	5	5	5	38
Borúzs Lajos / faragás	5	5	5	5	5	5	0	5	35
Stefán Császár / borász	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Csávás Csaba / faragó	3	5	5	4	5	5	5	5	37
Csiszár Tibor / kovács	5	3	5	5	4	5	5	4	36
Csuti Tibor / fazekas	5	3	5	5	4	5	5	4	36
Dávid Lajosné / befőttek, lekvár	5	5	5	5	4	0	0	5	29
Daxner Gábor / fenyő	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Daxner József / fenyő	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Deutsch Bálint / borász	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Eiter István / portál-kapu faragás	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gazdigné Széchenyi Vilhelmina / fenyő	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Harangozóné Németh Beatrix/ fazekas	4	3	5	5	5	5	5	4	36
Herman Edit / fazekas	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kanász János / fenyő	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Kerekes Endréné / hímző	5	5	5	5	2	5	0	5	32
Kóbor Gézáné/ hímzés	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Kordély Gábor / fazekas	0	3	3	5	5	0	5	4	25
Kovács Mariann / kecskesajt készítő	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kovács Ottó / borász	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Könczöl Jenőné / befőttek, lekvár	5	5	5	5	4	5	2	5	36
Kráncz László / borász	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kunics József / méhész	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Lakatos Benő / faragó	5	5	5	5	4	0	0	5	29
Lukácsi Ferencné/ hímzés	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Mihácsi Lajosné / befőttek, lekvár	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Molnár Gyuláné / méhész	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Dr. Nagy Barnabás / fenyő	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Németh Ferenc / fajták	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Németh Ferenc / tuja	5	5	5	5	3	5	5	4	37
Ott István / méhész	4	5	5	5	4	5	5	4	37
Priskó László / befőttek, lekvár	5	5	5	5	5	0	0	5	30
Skobrics Erika / fazekas	4	4	5	5	4	5	5	4	36
Skobrics Lászlóné / vert csipke	5	5	5	5	4	2	5	3	34
Stróbl Györgyné / viselet készítő	5	5	5	5	5	1	0	5	31
Szili Dezső / borász	5	5	5	4	4	5	4	5	37
Szmodics Kornél / fenyő	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Takács István / kovács	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Takács József / fafaragó	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Tarr Ernőné / befőttek, lekvár	5	5	5	5	4	0	0	5	29
Tislér Zoltán / faragás	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tomasics György / kovács	5	5	5	4	5	0	0	4	28
Vastag Norbert / méhész	5	5	5	4	5	5	2	5	36
Völgyesi József(né) / szeder, málna	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Zala Megyei Rehab. Int.	5	4	5	5	5	5	5	5	39

2. számú melléklet

A termékek szerinti sorrend

Fenyő

Dr. Nagy Barnabás
Kanász János
Dexner Gábor
Dexner József
Szmodics Kornél
Gazdigné Vilhelmina

Faragás

Eiter István
Németh Ferenc
Takács János
Tischler Zoltán
Csávás Csaba
Borúzs Lajos
Lakatos Benő

Fazekas

Herman Edit
Csuti Tibor
Harangozóné Németh Beatrix
Skobrics Erika
Kordély Gábor

Borász

Kránicz László
Császár Stefan
Kovács Ottó
Deutsh Bálint
Bazsó János
Szili Dezső

Lekvár

Mihácz Lajosné
Priskó László
Könczöl Jenőné
Dávid Lajosné
Tarr Ernőné

Hímző, horgoló, viselet

Kóbor Gézané
Lukácsi Ferencné
Skobrics Lászlóné
Kerekes Endréné
Stróbl Györgyné

Gyümölcs (málna,szeder)

Völgyesi Józsefné

Gyertya

Bodó Tamás

Papír

Magyarszerdahelyi Rehab

Méz

Molnár Gyuláné
Kunics József
Vastag Norbert
Ott István

Kovács

Takács István
Csizsár Tibor
Tomasics György

Kecskesajt

Kovács Mariann

3. számú melléklet

Helyi termék felmérő adatlap

(Kérjük, az adatlapot nyomtatott nagybetűkkel, olvashatóan töltsék ki!)

1. TERMÉK NEVE, MÁRKANÉV

Termelő neve:

Cég neve:

Cím:Telefon:

Fax /.....

E-mail: Honlap:

Működési forma ☐ őstermelő
☐ egyéni vállalkozó
☐ gazdasági társaság (bt, kft)
☐ egyéb, mégpedig:

2. TERMÉK

2.1. TÍPUSA

☐ termesztett, gyűjtött és feldolgozott gyümölcs, zöldség	☐ hús és húskészítmény
☐ sütőipari termék ☐ ital ☐ tejtermék	☐ egyéb feldolgozott élelmiszer
☐ gyógy- és fűszernövény ☐ ipari termék	☐ kézműipari termék
☐ dísznövény ☐ egyéb	

Kérjük, részletezze:

.....

2.2. KISZERELÉSE

.....

.....

2.3. ENGEDÉLYKÖTELES-E A TERMÉK ELŐÁLLÍTÁSA?

☐ igen ☐ nem

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

.....

2.4. A TERMÉK RENDELKEZIK EGYÉB KÜLÖNLEGES MINŐSÍTÉSSEL (pl. kiváló magyar élelmiszer, biotermék, zsúrizett termék (kézműipari termék esetében) stb.)

☐ igen ☐ nem

Megnevezése:

minősítő szervezet neve:

3. ALAPANYAG

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

3.2. JELLEGE

3.3. BESZERZÉSE ☐ termelés ☐ vásárlás ☐ gyűjtés ☐ egyéb:
.....

Ha vásárolja, akkor honnan/kitől szerzi be?
.....

4. ELŐÁLLÍTÁS

4.1. ELŐÁLLÍTÁS HELYSZÍNÉNEK PONTOS CÍME
.....

4.2. AZ ELŐÁLLÍTÁS SORÁN KIKKEL DOLGOZIK EGYÜTT?

☐ családtag ☐ egyéb magánszemély ☐ más vállalkozó

4.3. AZ ELŐÁLLÍTÁSBAN RÉSZTVEVŐK MEKKORA LÉTSZÁMMAL SZEREPELNEK?

Családtag.....fő

Egyéb magánszemély.....fő

Más vállalkozó.....fő

4.4. AZ ELŐÁLLÍTÁSBAN RÉSZTVEVŐK MILYEN STÁTUSZBAN DOLGOZNAK?

Családtag:

☐ csak segítenek ☐ főállású munkaviszonyban ☐ alkalmi munkavállalóként
☐ megbízási jogviszonyban ☐ vállalkozási szerződéssel ☐ Egyéb:

Egyéb magánszemély:

☐ csak segítenek ☐ főállású munkaviszonyban ☐ alkalmi munkavállalóként
☐ megbízási jogviszonyban ☐ vállalkozási szerződéssel ☐ Egyéb:

Más vállalkozó:

☐ csak segítenek ☐ főállású munkaviszonyban ☐ alkalmi munkavállalóként
☐ megbízási jogviszonyban ☐ vállalkozási szerződéssel ☐ Egyéb:

4.5. AZ ELŐÁLLÍTÁSBAN RÉSZTVEVŐK MEKKORA ÓRASZÁMBAN DOLGOZNAK?

Családtag:

Az év minden napján: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

Idényjelleggel: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

Egyéb magánszemély:

Az év minden napján: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

Idényjelleggel: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

Más vállalkozó:

Az év minden napján: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

Idényjelleggel: ☐ napi 1-2 órában ☐ napi 3-6 órában ☐ napi nyolc órában

4.6. TERMELÉSI KAPACITÁS

Jelenlegi: Maximális:

4.7. TERMÉK MÚLTJA

Hány éve állítja elő?

Foglalkozott vele ezelőtt más is?

☐ igen ☐ nem

Ha igen, ki és mikortól?

.....

A termék-előállítás technológiája: ☐ házi ☐ kisüzemi ☐ nagyüzemi

5. ÉRTÉKESÍTÉS

5.1. HOL SZEREZHETŐ BE A TERMÉK ÉS MILYEN ARÁNYBAN?

- ☐ előállítás helyszínén %
- ☐ egyéb saját tulajdonú, vagy bérelt helyiségben %
- ☐ piacon %
- ☐ helyi boltban %
- ☐ kistérség egyéb értékesítési pontjain %
- ☐ interneten: %
- ☐ egyéb (megnevezése is): %

5.2. HA ÖN ÁRUSÍTJA, A NYITVA TARTÁS

- ☐ egész évben -> a hét mely napjain?
nyitvatartási idő:
- ☐ szezonálisan -> mitől
meddig?

5.3. KÖTÖDIK-E HOZZÁ VALAMILYEN SZOLGÁLTATÁS?

- ☐ igen ☐ nem

Ha igen,
milyen?
Egyszerre hány fő tudja igénybe venni a szolgáltatást? fő

5.4. MILYEN MARKETINGET ALKALMAZ AZ ÉRTÉKESÍTÉS SORÁN?

- ☐ szójhagyomány ☐ szórólap ☐ út menti hirdetés ☐ internet
- ☐ egyéb:

5.5. AZ ÉRTÉKESÍTÉSBŐL SZÁRMAZÓ BEVÉTEL MILYEN ARÁNYBAN JÁRUL HOZZÁ A CSALÁD ÉVES JÖVEDELMÉHEZ?

- ☐ 0-10 % ☐ 11-30% ☐ 31-50% ☐ 51-70% ☐ 71-85% ☐ 85-100%

6. JÖVŐBENI TERVEK, LEHETŐSÉGEK

6.1. MIBEN LÁTJA TEVÉKENYSÉGÉNEK FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEIT?

☐ a termék minőségén ☐ technológiában ☐ csomagolásban ☐ értékesítésben
☐ egyéb:

6.2. A TERMÉKKÖR BŐVÍTÉSÉT TERVEZI?

☐ igen ☐ nem

Ha igen, milyen termékekkel?

6.3. MILYEN KÜLSŐ SZOLGÁLTATÁST VENNE IGÉNYBE TEVÉKENYSÉGÉHEZ? EZEK SORÁN EGYÜTTMŰKÖDNE –E MÁS TERMELŐKKEL?

		Együttműködne?	
		Igen	Nem
☐	Szakmai tanácsadás		
☐	Technológiai fejlesztés		
☐	Értékesítés		
☐	Közös piacra jutás segítése		
☐	Marketing		
☐	Vállalkozási ismeretek		
☐	Külső forrásokhoz való hozzájutás		

6.4. TAGJA –E VALAMILYEN SZAKMAI SZERVEZETNEK?

☐ igen ☐ nem

Ha igen, melyiknek?

6.5 RÉSZT KÍVÁN –E VENNI DÉL-ZALAI TERMÉKEK ARCULATÁNAK, VÉDJEGYÉNEK KIALAKÍTÁSÁBAN?

☐ igen ☐ nem

7. EGYÉB MEGJEGYZÉSEK

.....

Felelősségem teljes tudatában kijelentem, hogy a közölt adatok a valóságnak megfelelnek.

Dátum:.....

Aláírás (ha van, bélyegző):
.....