

# EDEN GÆÐAÁFANGASTAÐIR

Ferðamálastofa er fyrir Íslands hönd aðili að Evrópska EDEN-verkefninu, sem stendur fyrir „European Destination of Excellence“. Markmið verkefnisins er að vekja athygli á gæðum, fjölbreytileika og sameiginlegum einkennum Evrópskra áfangastaða og kynna til sögunnar nýja, lítt þekkt, áfangastaði vítt og breitt um Evrópu þar sem áhersla er lögð á ferðþjónustu í anda sjálfbærni\*.



## Samkeppni annað hvort ár

Annað hvort ár haldin samkeppni um gæða áfangastaði í Evrópu og er nýtt þema í hvert sinn. Með því að hafa þau breytileg er leitast við að gefa sem flestum gerðum af stöðum og ferðþjónustu kost á þátttöku. Auglýst er eftir umsóknum í hverju landi og einn áfangastaður valinn frá hverju þátttökuríki í Evrópu. Verðlaunaafhendingin og sýning með kynningu á öllum verðlaunaáfangastöðunum fer fram í tengslum við ferðamálaráðstefnuna The European Tourism Forum sem haldin er í Brussel á hverju hausti. Allir EDEN verðlaunahafar fá töluverða umfjöllun og kynningu í fjölmiðlum í Evrópu í tengslum við verðlaunaafhendinguna og á vefsíðum og kynningarritum EDEN verkefnisins eftir það. EDEN verðlaunin eru bæði viðurkenning á gæðum viðkomandi áfangastaðar og hafa mikla þýðingu fyrir markaðssetningu.

## 2015 – Matartengd ferðþjónusta

Umsóknarfrestur vegna EDEN-samkeppninnar 2015 er til miðnættis þann 19. júní næstkomandi, en þema ársins er "Matartengd ferðþjónusta". Um getur verið að ræða staði af öllum stærðum og gerðum og er fólk hvatt til að kynna sér málið nánar í meðfylgjandi viðauka. Allar nánari upplýsingar fást hjá Hrafnhildi Ýr Víglundsdóttur á netfangið [hrafnhildur@ferdamalastofa.is](mailto:hrafnhildur@ferdamalastofa.is).

## Tengslanet

Annar tilgangur EDEN-verkefnisins er að mynda tengslanet þeirra staða sem öðlast útnefningu. Þannig geti staðir aukið samvinnu sín á milli, skipst á upplýsingum, deilt góðum ráðum o.s.frv., öllum til hagsbóta.

## EDEN-áfangastaðir Íslands

Ísland tók í fyrsta sinn þátt í EDEN-verkefninu á árinu 2010, þegar samkeppnin var haldin í 4. sinn. Þema ársins 2010 var Sjálfbær ferðþjónusta tengd vatni (Sustainable Aquatic Tourism). Nokkrar áhugaverðar tillögur bárust en dómnefnd valdi Vestfirði og Vatnavini Vestfjarða EDEN sem fulltrúa fyrir hönd Íslands. Árið 2011 var þemað „Ferðþjónusta og endurnýjun svæða“ (Tourism and Regeneration of Physical Sites) og var Stykkishólmsbær fulltrúi Íslands.

Á árinu 2012 var svo tekin ákvörðun um að stækka tengslanetið enn frekar og bjóða stöðum sem orðið hafa í 2. sæti samkeppni viðkomandi lands þátttöku. Þar með bættust við tveir nýir íslenskir EDEN-staðir. Þetta eru Húsavík, sem varð í 2. sæti árið 2010 og Borgarfjörður eystri, sem varð í 2. sæti 2011.

[Nánar um viðurkenningu Vestfjarða](#)

[Nánar um Viðurkenningu Stykkishólms](#)

## Vefsíður með upplýsingum

[Heimasíða EDEN](#)

[EDEN á Facebook](#)

[EDEN á Wikipedia](#)

## Viðauki – skilmálar, viðmið og markmið verkefnisins

Evrópska EDEN- samkeppnin um gæðaáfangastaði í Evrópu, European Destinations of Excellence.

### **Þema: Svæðisbundin matartengd ferðapjónusta og matargerðarlist**

### **Undirþema: Lögð er sérstök áhersla á verkefni þar sem matvælaframleiðendur og ferðapjónustuaðilar vinna í sameiningu að sjálfbærri nýtingu og kynningu á svæðisbundnum matvælum.**

Mikilvægt er að tilvonandi umsækjendur lesi vel og kynni sér helstu skilmála, viðmið og markmið verkefnisins hér að neðan.

#### **1. Viðmið**

- a) Með hliðsjón af markmiðum EDEN samkeppninnar skal áfangastaðurinn/svæðið ekki vera á meðal fjölsóttustu ferðamannastaða landsins. Markmiðin eru m.a. að vekja athygli á og kynna til sögunnar nýja, lítt þekkt, áfangastaði vítt og breitt um Evrópu þar sem áhersla er lögð á ferðapjónustu í anda sjálfbærni.
- b) Áfangastaðurinn/svæðið skal bjóða upp á raunverulegar svæðistengdar upplifanir (*authentic tourism experiences*), þar sem aukin svæðisvitund/svæðistenging er leiðarljós í gegnum öll stig verkefnisins.
- c) Sýna þarf fram á að stjórnvöld áfangastaðar/svæðis stuðli að samfélagslegri, efnahagslegri og náttúrulegri sjálfbærni hans. Þannig þarf að koma skýrt fram á hvaða hátt opinberir aðilar, einkafyrirtæki og íbúar geta komið að og haft áhrif á ákvarðanatöku tengda skipulagi áfangastaðar/svæðis.
- d) Áfangastaðurinn skal skipuleggja ferðapjónustu sína með félags-, menningar- og umhverfislega sjálfbærum hætti og skal virk stjórn (s.s. öflug ferðamálasamtök, fagráð, klasaráð eða annar slíkur hópur) hafa yfirumsjón með þróun hans og markaðssetningu. Þar þurfa að sitja fulltrúa bæði einkafyrirtækja og opinberra aðila.
- e) Áfangastaðurinn skal hafa komið sér upp eða hafa í undirbúningi skilgreinda áætlun um þróun og markaðssetningu sjálfbærrar ferðapjónustu.
- f) Markvisst er stefnt að því að jafna árstíðarsveiflur í starfsemi ferðapjónustuaðila innan áfangastaðarins og er í þeim tilgangi búið að tryggja heilsársþjónustu, eða þjónustu utan háannar.
- g) Innan áfangastaðarins skulu vera starfandi samtök, áhugamannafélög eða yfirvöld sem styðja við og vinna að sjálfbærri þróun ferðapjónustu á svæðinu.

h) Umsækjendur geta t.d. verið frjáls félagasamtök, samtök fyrirtækja og/eða félaga (t.d. klasar) í samvinnu við bæjar- og sveitarfélög eða bæjar-og sveitarfélög ein og sér. Það er í öllum tilfellum svæðið sjálft sem hlýtur útnefninguna, þótt umsækjandinn sé t.d. félagasamtök. Ef ekki er um opinberan aðila að ræða er æskilegt að hann vinni náð með viðkomandi bæjar- eða sveitarstjórn að verkefninu.

## **2. Umsækjendur og verkefni þeirra**

Skilyrði er að þau verkefni eða svæði sem tilnefnd eru hafi verið í uppbyggingar- og þróunarferli a.m.k. frá árinu 2012, með það að markmiði að þróa framboð ferðapjónustu byggða á svæðisbundinni matargerðarlist/matartengdri ferðapjónustu. Áréttað er að ekki er um að ræða styrkveitingu vegna nýrra verkefna. Verkefnin skulu hafa það að markmiði að draga úr árstíðabundnum sveiflum innan ferðapjónustunnar og beina ferðafólki í auknum mæli að nýjum áfangastöðum. Lögð skal áhersla á sjálfbærni, til að tryggja vöxt sjálfbærrar ferðamennsku innan svæðisins.

Sjálfsagt skilyrði er að verkefnin falli að þeim viðmiðum sem lýst hefur verið hér að framan.

### **Samfélagsleg sjónarmið**

Meginmarkmið EDEN samkeppninnar varða samfélag, umhverfi og sjálfbærni. Að þessu sinni er sjónum beint að svæðisbundinni matargerðarlist og matartengdri ferðapjónustu. Hér að neðan er gerð grein fyrir nokkrum meginþáttum sem þau verkefni eða svæði sem sækja um skulu leggja áherslu á til að staðurinn geti komið til greina sem „Gæðaáfangastaður Íslands 2014.“

Hvatt er til þess að verkefnin séu samstarfsverkefni, með fjölþættri þátttöku hagsmunaaðila, þar sem þetta eykur heildargildi verkefnisins. Því ættu umsækjendur að leggja sig fram um að hvetja heimamenn til þátttöku, enda hefur slíkt samstarf í för með sér gagnkvæma kosti og lágmarkar neikvæð áhrif. Mikilvægt er að víðtækur skilningur ríki í nærsamfélaginu á verkefninu og að heimamenn séu meðvitaðir um þýðingu þess. Umsækjandi skal gera grein fyrir eðli samstarfs og þátttöku samstarfsaðila í verkefninu.

### **Sjálfbærni**

Verkefni skulu grundvölluð á sjálfbærnisjónarmiðum. Þetta þýðir að lágmarka skal neikvæð félags-, menningar- og umhverfisleg áhrif, um leið og leitast er við að skapa störf í heimabyggð og afla tekna. Til að verkefni geti talist sjálfbær, skal einnig reynt að skapa starfsemi sem nær yfir allt árið, eða fer fram utan háannatíma, og draga þannig úr árstíðabundnum sveiflum í atvinnugreininni.

## Umhverfis- félags og menningarleg áhrif

Neikvæð áhrif, einkum á vatnsbúskap svæðisins, skal forðast eða lágmarka eftir föngum. Framkvæmdir og inngrip skulu styðja við og bæta umhverfi þess svæðis sem um ræðir. Sama máli gegnir um félags- og menningarlega þætti. Verkefnið skal virða menningu svæðisins og ætíð skal leitast við að styrkja og efla hefðbundin einkenni viðkomandi byggðarlags.

## Nýsköpun

Frumkvæði á sviði nýsköpunar og sjálfbærni er kostur og er slíkum áherslum umbunað í EDEN verkefninu. Góð dæmi um slíkt eru nýjar hugmyndir, starfsemi á heilsársgrunni eða utan háannar, sem og nýjungar fyrir ferðafólk sem bæta aðgengi allra að svæðinu. Verkefnið skal vera sjálfbært, auka framboð á afþreyingu og áhugaverðri iðju fyrir ferðafólk og auka gildi áfangastaðarins með því að draga fram sérstök einkenni hans.

## 3. AÐ SÆKJA UM

Ekki er um sérstakt umsóknareyðublað að ræða en umsókn skal byggja á leiðbeiningum í þessu skjali. ( sjá liði 3.1 – 3.9 ) Aðeins má leggja fram eina umsókn fyrir hvert svæði.

### 3.1.Umsóknin

- Umsóknin skal vera á **ensku**
- Umsókn skal vera undirrituð, dagsett og snyrtilega framsett
- Félög verða að hafa verið lögformlega stofnuð og skráð
- Starfsemi / uppbygging verður að hafa verið til staðar frá árinu 2012
- Verkefnið verður að bjóða upp á svæðisbundna matartengda ferðapjónustu í háum gæðaflokki

### Athugið:

Gert er ráð fyrir að sótt sé um fyrir landfræðilega afmörkuð svæði/stað. Umsækjendur geta t.d. verið frjáls félagasamtök, samtök fyrirtækja og/eða félaga (t.d. klasar) í samvinnu við bæjar- og sveitarfélög eða bæjar-og sveitarfélög ein og sér. Það er í öllum tilfellum svæðið sjálft sem hlýtur útnefninguna, þótt umsækjandinn sé t.d. félagasamtök. Ef ekki er um opinberan aðila að ræða er æskilegt að hann vinni náið með viðkomandi bæjar- eða sveitarstjórn að verkefninu.

### 3.2.Umsækjandinn

Umsækjendur þurfa að fylla út nafn og heimilisfang viðkomandi stofnunar / samtaka / sveitarfélags, og einnig upplýsa um tengilið.

Upplýsingar um umsækjanda og viðkomandi stofnun (bæjar- eða sveitarstjórn eða frjáls félagasamtök), tilgang hennar og markmið, og starfsemi umsækjanda innan áfangastaðarins.

Samstarfsaðilar: Umsækjendur skulu skrá alla samstarfsaðila sem taka þátt í verkefninu og hlutverk þeirra innan þess. Mikilvægt er að skrá þessar upplýsingar þar sem umsóknin fær fleiri stig ef um samstarfsaðila er að ræða.

### **3.3. Lýsing á viðfangsefnum og verkþáttum**

Tilgangur og markmið: Skrá skal tilgang og helstu markmiðin með verkefninu, þar á meðal áætlaðar niðurstöður og árangur.

Lýsing á verkefninu: Hér skal koma fram nákvæm lýsing á einstökum viðfangsefnum, þar sem þeim er skipt niður í áfanga og verkþætti. Umsækjendur ættu að lýsa verkefninu með vísan til viðmiða og þeirra samfélagslegu sjónarmiða sem áður er getið um.

### **3.4. Sjálfbærni verkefnisins**

Umhverfisleg – Í þessum kafla skal koma fram umhverfisleg sjálfbærni verkefnisins. Gera skal grein fyrir ráðstöfunum sem gripið hefur verið til í þeim tilgangi að lágmarka neikvæð umhverfisáhrif og hámarka jákvæða þætti sem leggja áherslu á náttúruleg einkenni áfangastaðarins.

Efnahagsleg – Hér skulu umsækjendur gera grein fyrir efnahagslegum áhrifum verkefnisins og hversu sjálfbært það er á því sviði. Einnig ætti að koma fram atvinnusköpun á áhrifasvæði verkefnisins – bæði bein og óbein. Einnig skal geta um önnur efnahagslega jákvæð áhrif á einkafyrirtæki á áfangastaðnum.

Félagsmenningarleg – Í þessum kafla skulu umsækjendur greina frá félagsmenningarlegum áhrifum verkefnisins, t.d. varðandi staðbundnar hefðir og siði, menningu og athafnir daglegs lífs. Gera skal grein fyrir viðleitni til að varðveita og styrkja enn frekar þessi staðbundnu sérkenni.

### **3.5. Áhrif verkefnisins á eftirfarandi sviðum:**

Jákvæð viðhorf og þátttaka fólks í byggðarlaginu – Hér skal fjalla um áhrif verkefnisins á viðkomandi samfélag. Fyrst og fremst skulu umsækjendur lýsa þátttöku samfélagsins í skipulagningu og framkvæmd verkefnisins og þeim ráðstöfunum sem gerðar voru til að lágmarka neikvæð áhrif þess á daglegt líf fólks. Önnur tækifæri, kostir og hagræði (svo sem í tengslum við menntun, hæfni eða sjálfboðavinnu) sem af verkefninu leiða innan samfélagsins skulu einnig hljóta umfjöllun í þessum kafla.

Dregið úr árstíðarsveiflu – Umsækjendur skulu gera grein fyrir því hvernig verkefnið vinnur gegn árstíðarsveiflu í ferðapjónustu á svæðinu.

### **3.6. Aðrar ráðstafanir með hliðsjón af eftirfarandi þáttum:**

Samskipti við ferðafólk og markaðssetning – Í þessum kafla skulu umsækjendur lýsa viðleitni sinni til að kynna áfangastaðinn ferðafólki til framtíðar, þ.m.t. bæklingar, markaðssetning á netinu, auglýsingar og hvers kyns önnur markaðsstarfsemi. Einnig skal gera grein fyrir aðferðum til kynningar og samskipta á staðnum, svo sem upplýsingatöflum og skiltum eða upplýsingamiðstöðvum.

Nýsköpun – Hér ætti að koma fram hversu nýtt og skapandi verkefnið er.

### **3.7. Áætlanir um frekari þróun verkefnisins**

Hér skulu koma fram áætlanir um framhald verkefnisins, þ.e. það sem fyrirhugað kann að vera í tengslum við frekari útfærslu eða eftirfylgni þessa verks.

### **3.8. Niðurstöður**

Í þessum kafla skal birta tölfræðilegar upplýsingar eða annað sem gefur til kynna þann fjölda ferðamanna sem verkefnið laðaði að áfangastaðnum. Einnig má nefna annan raunhæfan árangur sem verkefnið hafði í för með sér. Í framhaldi af þessu (vegna verkefnisins og afraksturs þess) ættu umsækjendur að gera grein fyrir því hvers vegna skipa ætti áfangastaðnum í hæsta gæðaflokk.

### **3.9 Fylgiskjöl**

Umsækjendur **verða** að láta fylgja umsókninni einnar síðu skjal sem lýsir áfangastaðnum frá markaðssjónarmiðum. Ef áfangastaðurinn hlýtur tilnefningu verður þetta skjal notað á aðalvefsetri EDEN og í öðru auglýsingaefni sem unnið er á vegum EDEN verkefnisins. Textinn ætti að vera þannig úr garði gerður að hann höfði til ferðamanna og vekji hjá þeim áhuga á að heimsækja staðinn. Í honum skal vera grípandi slagorð og a.m.k. tvær myndir í hárrí upplausn. Skjalið þarf að geta þjónað þeim tilgangi að auglýsa áfangastaðinn með áhrifaríkum hætti.

Ef fyrir hendi eru, skulu eftirfarandi gögn fylgja umsókninni:

1. Allt miðlunarefni (prentað eða hljóð- og myndrænt) sem notað hefur verið vegna þessa verkefnis um svæðisbundna matartengda ferðaþjónustu - t.d. auglýsingar, myndbönd, bæklingar, kynningarrit, stuttmyndir, tímarit o.s.frv.
2. Útgefin rit eða annars konar efni sem dreift er á staðnum – t.d. svæðiskort, svæðisbundnar upplýsingar eða handbækur.
3. Skýrslur og önnur rituð gögn um rannsóknarvinnu, þ.á.m. tölfræðilegar skýrslur um áfangastaðinn.
4. Hljóð- og myndefni sem sýnir framkvæmdir og starfsemi í tengslum við verkefnið (ef við á).
5. Annað prentað efni sem hentar til útgáfu.