

# Zažene

- povezane znanjem i iskustvom

# IMPRESSUM

**Naslov:** Zažene – povezane znanjem i iskustvom

**Nakladnik:**

Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj „Klub članova Selo“  
Croatian Association for Tourism and Rural Development “The Village Membership Club”  
Kaptol 29, 10 000 Zagreb  
tel: +385 1 2337 741  
mob: +385 98 213 976  
e-mail: info@klubselo.hr

**Za nakladnika:** mr.sc. Dijana Katica, dr.med.vet., predsjednica Udruge

**Fotografije:** Arhiva „Klub članova Selo“

**Grafička obrada:** Arsa design studio, vl. Nikolina Holjak

Tekstovi su izrađeni na temelju pojedinih tonskih zapisa konferencije „Ruralne Europljanke“, održane u Zagrebu, 24. listopada 2022.  
Edukacijski priručnik dostupan je samo u elektroničkom obliku.

Studen 2022.

# SADRŽAJ

ZAŽENE – POVEZANE ZNANJEM I ISKUSTVOM.....	1
ZNAM KOLIKO VRIJEDIM.....	4
PAMETNA SELA.....	5
RURALNI PAKT.....	6
ODRŽIVI TURIZAM – NOVA PRILIKA ZA ŽENE U RURALNIM PODRUČJIMA.....	11
VAŽNOST TRŽIŠNIH TRENDOVA ZA POSLOVANJE ŽENA U RURALNOM TURIZMU.....	14
KULTURNE RUTE KAO POTICAJ PODUZETNIČKIM INICIJATIVAMA ŽENA U RURALNIM PODRUČJIMA.....	18
ZAKLJUČCI KONFERENCIJE „RURALNE EUROPLJANKE – EUROPEAN RURAL WOMEN“ .....	21
INICIJATIVA ZA UNAPRJEĐENJE POLOŽAJA ŽENA U RURALNIM PODRUČJIMA JUGOISTOČNE EUROPE.....	23



# ZA ŽENE – POVEZANE ZNANJEM I ISKUSTVOM

Projekt „ZaŽene – povezane znanjem i iskustvom“ proveden je s ciljem podrške i poticaja žena u državama Jugoistočne Europe (Bosna i Hercegovina, Sjeverna Makedonija i Srbija) u sferi obrazovanja, učenja, zapošljavanja i poduzetništva, kao i stvaranja preduvjeta za revitalizaciju i održivi razvoj ruralnih područja.

Projekt je potaknuo međunarodnu razvojnu suradnju, osigurani su uvjeti za dugoročni rast i razvoj te se osnažio kapacitet žena na ruralnim područjima kako bi preuzele odgovornosti za vlastiti napredak.

Kroz sektorske i tematske cjeline (gospodarstvo, turizam, održivo življenje i razvoj, poljoprivreda i ruralni razvoj, socijalna uključenost i ljudski potencijal), povezani su pružatelji različitih usluga u jedinstveno rješenje dugoročnog održivog razvoja i ispunjavanje Agende 2030 (globalni razvojni program Ujedinjenih naroda).

Na razvoj ruralnog turizma značajan utjecaj imala je pandemija Covid-19 virusa, koja je utjecala na promjenu fokusa turista i povećani interes za ruralnim krajevima, slabije naseljenim područjima do kojih mogu doći vlastitim vozilima, koje pruža visoku kvalitetu usluge u prirodnom okruženju i domaću hranu.

Današnji turist želi živjeti kao lokalni mještani, cijeni bogato i jedinstveno nematerijalno nasljeđe, čemu pripada i gastronomija koja je ujedno i jako dobar resurs za stvaranje sveobuhvatnih, bogatih turističkih doživljaja na ruralnom prostoru. Uz stol se ljudi najlakše zbliže i upoznaju.

Autentična kultura života i rada ruralnog prostora i lokalnog stanovništva je nešto što današnji moderni turisti posebno ističu kao motiv odlaska u ruralne turističke destinacije, a posebno se izdvajaju tradicionalna poljoprivreda i izvorna gastronomija.

I tu vidimo velike mogućnosti za žene u ruralnom razvoju, a osobito u razvoju ruralnog turizma. Žene trebaju biti prozor u svijet ruralne zajednice za gosta koji dođe u vašu destinaciju. Ono što žene ionako rade, poput negovanja običaja vezanih ne samo uz gastronomiju, nego uz prirodne izvore hrane, načine pripreme hrane, konzumacije, doživljaje koji prati objedovanje za stolom, u vrtu, voćnjaku ili u vinogradu, uzgoj domaćih životinja, moderni turisti žele imati integrirane u svoj aktivni odmor.

Žene su danas u Hrvatskoj nositeljice jedne trećine OPG-a, proaktivno rade na svojim gospodarstvima, čuvarice su obiteljskih tradicija, kulture života i rada na selu te drugih elemenata nematerijalne baštine.

Žene bi trebale biti glavne promicateljice gastronomske i druge nematerijalne baštine, inovatorice u području stvaranja turističkih iskustava, interpretatorice i prenositeljice vještina u području tradicijske gastronomije i na kraju poduzetnice u diverzifikaciji na turističku djelatnost.

Brojne aktivnosti u projektu „ZaŽene – povezane znanjem i iskustvom“ utrle su put, povezale i dale prigodu govoriti ženama u ruralnim sredinama četiri države jugoistočne Europe te motivirale žene na snažniji angažman i još bolje korištenje kreativnih potencijala koji su, za sada, još uvijek nedovoljno otkriveni u ruralnim prostorima.



# ZNAM KOLIKO VRIJEDIM

Žene u ruralnim područjima svojim vještinama, znanjima i kreativnim potencijalima predstavljaju snagu na kojoj se temelji ruralni razvoj!

Pristup novim vještinama i obrazovanju ima velik utjecaj na potencijal ruralnih žena za stvaranje prihoda i opći napredak. Raznolika ponuda, uključujući neformalno obrazovanje, poljoprivredno savjetovanje, osposobljavanje na radnom mjestu te obuke iz novih tehnologija, potrebni su kako bi se ruralne žene mogle nositi s izazovima današnjeg vremena.

Ruralne žene trebaju suvremene vještine informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) te informacije o pravima koja imaju, kako bi saznale više o postojećim resursima, uslugama, socijalnoj i pravnoj zaštiti. Poduzetničke vještine su također ključne za podizanje životnog standarda žena i ruralne sredine općenito.

Ruralno poduzetništvo se općenito definira kao poduzetništvo koje se pojavljuje u seoskim krajevima i djeluje kao snažan čimbenik gospodarskog razvoja.

Glavne značajke ruralnog poduzetništva su:

- mogućnost samozapošljavanja
- zaustavljanje migracija iz ruralnih u urbane sredine
- uravnoteženi regionalni razvoj
- promicanje bogatog kulturno-povijesnog naslijeđa
- proizvodnja robe prema želji kupaca
- poticanje života mladih u ruralnim područjima
- poboljšanje životnog standarda u ruralnim područjima
- održivo korištenje lokalnih resursa
- povećanje dohotka stanovništva.

# PAMETNA SELA

Prema Europskom forumu pametnih sela, pametne sredine fokusirane su na ljudske potencijale, tj. lokalno stanovništvo. To su zajednice u ruralnim područjima koje koriste inovativna rješenja za poboljšanje svoje otpornosti, nadovezujući se na lokalne snage i mogućnosti. Uspješna tranzicija prema pametnim sredinama odvija se kroz pet glavnih stupova. Implementacijom digitalnih rješenja problem udaljenosti od velikih sredina zapravo postaje prednost budući da ovakve pametne sredine mogu ponuditi kvalitetan životni standard s jedne strane, te s druge strane, mirnu i zdravu okolinu koju nudi život na selu.


Pametne sredine uključuju ruralna područja i zajednice koje se razvijaju koristeći digitalna rješenja kako bi iskoristili svoje postojeće snage i resurse s naglaskom na tradicionalne usluge, ali i nova područja razvoja.

Kao prvi korak nameće se potreba za definiranjem sveobuhvatne strategije, koja nudi rješenja koja su univerzalno prihvaćena kao „pametna“, ali i koja su ujedno prilagođena svakoj pojedinoj lokaciji, uzimajući pritom u obzir sve lokalne uvjete i potrebe. Strateško opredjeljenje za „pametno“ ključan je prvi korak kako bi se osigurala sustavna i koordinirana provedba svih aktivnosti i mjera potrebnih za primjenu koncepta pametnog sela.



# RURALNI PAKT



 Ref. Ares(2021)7848782 - 18/12/2021

**DUBRAVKA ŠUICA**

VICE-PRESIDENT  
OF THE EUROPEAN COMMISSION  
DEMOCRACY AND DEMOGRAPHY

**JANUSZ WOJCIECHOWSKI**

MEMBER  
OF THE EUROPEAN COMMISSION  
AGRICULTURE

**ELISA FERREIRA**

MEMBER  
OF THE EUROPEAN COMMISSION  
COHESION AND REFORMS

*Brussels, 17 December 2021  
(2021) 8718018*

## ***Launch of the rural pact: strengthened governance for EU rural areas***

*On 30 June 2021, the European Commission adopted its communication “A long-term vision for the EU’s rural areas – Towards stronger, connected, resilient and prosperous rural areas by 2040”<sup>1</sup>. The Communication is people-centred and forms part of the Commission’s work on democracy and demography. It comes at a vital moment for the European Union, when we need to join forces to work our way out of the pandemic, the economic difficulties it has generated and the inequalities it has highlighted.*

*Rural areas are key to the future of Europe and are core components of the twin green and digital transitions. To reach their full potential under these transitions, rural areas must overcome a number of challenges, which are reviewed in the Communication. The Communication also sets out the many new opportunities that rural inhabitants, businesses and communities can, and already are, seizing. These opportunities can flourish under an enabling environment, which can in turn be nurtured by investments under the various EU funds. The Communication is therefore accompanied by an Action Plan, which outlines the main instruments for investment in rural areas, and puts forward actions that deploy all EU policies.*

*In addition, the Commission Communication introduces a key new initiative, the Rural Pact, which aims to “mobilise public authorities and stakeholders to act on the needs and aspirations of rural residents”. These aspirations are described through ten shared goals, which resulted from the extensive participatory consultations and stakeholder engagement processes. Despite the diversity of rural areas, we have been pleased to hear how widely stakeholders from across Europe support them.*

*Through this letter, we would like to invite all interested public and private stakeholders at European, national, regional and local levels to engage and commit to the shared goals expressed in the Long Term Vision for the Rural Areas and to participate in the implementation and development of the Rural Pact.*

---

<sup>1</sup> COM (2021) 345 final of 30 June 2021

*In June 2022, the Commission will organise a high-level conference to endorse the Rural Pact. In this conference, we intend to assemble representatives from the other EU institutions, as well as national, regional and local authorities. We will also welcome key stakeholder organisations and representatives from all organisations wishing to play a role in achieving the shared goals of the vision. We will invite speakers to present examples, scientific outcomes or best practices that can inspire action towards stronger, connected, resilient and prosperous rural areas by 2040. The conference will also discuss and plan the future steps and the organisation of the Rural Pact.*

*We look forward to the inter-institutional dialogue and the various events and networking activities programmed in 2022 that will take forward the rural vision and contribute to the Rural Pact. Concrete engagements from different institutions, public and private actors and stakeholders will be key inputs to this process - the development of the process can be followed on the rural vision webpage <sup>2</sup>.*

*We hope the Pact will provide a common framework for engagement and cooperation, and contribute to increased coherence between policies at all levels to reach the objectives of the long-term vision and respond to the common aspirations of rural communities.*



Dubravka ŠUICA



Janusz WOJCIECHOWSKI



Elisa FERREIRA

### *Dugoročna vizija za ruralna područja EU-a do 2040.*

*U Dugoročnoj viziji za ruralna područja EU-a do 2040. izričito je navedeno kako je veća vjerojatnost da će ruralne regije napustiti mlade žene nego muškarci. Osim toga, Vizija predlaže obraćanje pozornosti na činjenicu kako mnoge žene imaju nesigurne ugovore (npr. sezonske radnice) ili imaju „nevidljivu ulogu“ u ruralnim društvima (npr. supružnice koje pomažu), što ih čini izloženijima ranjivim situacijama poput, u nekim slučajevima, nedostatka pristupa socijalnoj zaštiti ili roditeljskim naknadama. Vizija navodi da žene predstavljaju značajnu pokretačku snagu za prosperitet i socijalnu uključenost u ruralnim područjima, posebice kroz poduzetništvo.*

Europska komisija je pokrenula Ruralni pakt, inicijativu, koji je najavljen u Dugoročnoj viziji ruralnih područja EU-a predstavljenoj u lipnju 2021. Novi pakt ima za cilj mobilizirati javna tijela i dionike kako bi djelovali u skladu s potrebama i težnjama zajednica ruralnih područja.

*“Ruralna područja su tkivo našeg društva i srce našeg gospodarstva. Ona su temeljni dio našeg identiteta i našeg gospodarskog potencijala. Njegovat ćemo i čuvati naša ruralna područja i ulagati u njihovu budućnost.”*

*– Ursula von der Leyen, predsjednica Europske komisije*

Na temelju širokih konzultacija s građanima i ruralnim dionicima, Dugoročna vizija ruralnih područja EU-a identificirala je hitne izazove i istakla neke od najperspektivnijih mogućnosti koje su na raspolaganju tim područjima. Uz potporu Ruralnog pakta i ruralnog akcijskog plana, koji je pokrenula Komisija, dugoročna vizija ima za cilj učiniti ruralna područja EU-a jačima, povezanim, otpornijima i prosperitetnijima.

Pojavila su se četiri komplementarna područja djelovanja koja utjelovljuju dugoročnu viziju prema jačim, povezanim, otpornim i prosperitetnim ruralnim područjima do 2040.

## Jača ruralna područja

Ruralna područja trebaju biti dom osnaženih i živahnih lokalnih zajednica. Omogućavanje ženama i muškarcima da aktivno sudjeluju u politici i procesima donošenja odluka, uključujući širok raspon dionika i mreža kao i sve razine upravljanja, ključno je za razvoj prilagođenih, mjesnih i integriranih političkih rješenja i ulaganja .

Trebalo bi razviti inovativna rješenja za pružanje usluga, maksimalno iskorištavajući mogućnosti koje nude digitalni alati i snažno poticati društvene inovacije.

## Povezana ruralna područja

Daljnji razvoj ruralnih područja ovisi o njihovoj dobroj međusobnoj povezanosti te s periurbanim i urbanim područjima. To će olakšati pristup, a istovremeno poboljšava dostupnost šireg raspona usluga za lokalne zajednice.

Održavanje ili poboljšanje usluga i veza javnog prijevoza, kao i produbljanje digitalne infrastrukture, ključni su za osiguranje bolje povezanosti ruralnih područja EU-a.

## Otpornija ruralna područja koja potiču dobrobit

Očuvanje prirodnih resursa, obnova krajolika, „zelene“ poljoprivredne aktivnosti i skraćivanje lanaca opskrbe, učinit će ruralna područja otpornijima na klimatske promjene, prirodne opasnosti i gospodarske krize.

Kao pružatelji usluga koje štite ekosustave i koriste rješenja za ugljičnu neutralnost, ruralna područja imaju ključnu ulogu u održivom bio i kružnom gospodarstvu.

## Prosperitetna ruralna područja

Ruralna područja mogu postati naprednija diverzifikacijom gospodarskih aktivnosti u nove sektore s pozitivnim učincima na zapošljavanje i poboljšanjem dodane vrijednosti poljoprivrednih i poljoprivredno-prehrambenih aktivnosti.

Diverzifikacija gospodarskih aktivnosti trebala bi se temeljiti na održivim lokalnim gospodarskim strategijama uključujući mjere koje njihovo okruženje čine privlačnim tvrtkama i proširuju digitalnu pismenost. To će doprinijeti zadržavanju pravednog udjela vrijednosti koju stvara poljoprivreda u ruralnim područjima.

Izvor: <https://bit.ly/3JudVJB>

# ODRŽIVI TURIZAM – NOVA PRILIKA ZA ŽENE U RURALNIM PODRUČJIMA

Pojam održivog turizma danas se prožima kroz sve aspekte razgovora o turizmu. U Hrvatskoj su, razvojem turizma na ekstenzivan način u uskom priobalnom području, već sada uočeni pojedini nedostaci. Zato je namjera u budućnosti razvijati isključivo održivi turizam koji paralelno treba nositi gospodarski i društveni napredak, ali i adekvatno upravljanje resursima.

Za to je potreban široki spektar interdisciplinarnih i multidisciplinarnih znanja. Potrebni su timovi iz različitih područja znanosti, ali potrebna je i adekvatna implementacija tog znanja u praksu.

Koje su specifičnosti koje bi mogao donijeti održivi razvoj turizma?

Osnovni ciljevi održivog razvoja turizma su, prije svega, zadovoljiti potrebe i unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva. Postojeće nedostatne uvjete za kvalitetu života u ruralnim prostorima može se popraviti ruralnim turizmom, jer se razvojem infrastrukture i suprastrukture za turizam, točnije skupa građevina, uređaja i posebno uređenih dijelova zemljišta za potrebe turizma, može doći do željenih iskoraka.

*Razvoj ruralnog turizma može doprinijeti značajnom očuvanju socio-kulturnog identiteta lokalnih zajednica.  
Ruralno je moguće pretvoriti u jedan snažan brend.*

Ruralni prostori mogu i trebaju pružiti kvalitetu, visoko kvalitetni turistički proizvod, no ono što je nužno jest imati potrebno znanje za razvoj ovakvog turizma. Za pružanje kvalitete, dionici u ruralnom turizmu trebaju imati mnogo iskustva i znanja o turizmu te trebaju biti educirani o onome što trebaju pružiti suvremenim gostima.



Trenutno je primjetna negativna tendencija, točnije potpuna turistifikacija ruralnih prostora. Ona znači da u ruralnim prostorima gubimo tradicijske djelatnosti i običaje, jer se svi u ruralnom prostoru potpuno okreću turizmu. Možemo to vidjeti u velikom broju ruralnih prostora u priobalju, gdje je došlo do potpunog odmaka od svih drugih djelatnosti i sve je okrenuto isključivo ka turizmu.

Budućnost ruralnog prostora jest razvoj održivog turizma, ali nikako samo turizma.

Turizam mora biti sastavni dio cjelovitog sustava ako želimo da bude dugoročno održiv, inače će doći do kontraefekta – u početku sve izgleda jako dobro, a poslije se počinju javljati negativni efekti.

Novi koncept turizma, kojeg promovira i Svjetska turistička organizacija, traži objedinjeni pristup i simbiozu razvoja turizma, paralelno sa zaštitom okoliša i uvažavanjem stavova lokalne zajednice.

Danas ne možemo govoriti o održivom turizmu ako prije svega ne upitamo lokalno stanovništvo što ono misli. U ruralnim je prostorima utjecaj lokalnog stanovništva, lokalnih zajednica, još uvijek dosta snažan. Okoliš, dakle pitanje ekologije, esencijalno je važan, a turizam treba činiti samo jedan dio te palete proizvoda i usluga koji se nude u ruralnom prostoru.

Zašto je održivi turizam važan za ruralna područja?

Ruralna područja trebaju ostati živa, demografska obnova iznimno je važna, a procesi koji se događaju paralelno s razvojem turizma, prije svega očuvanje socio-kulturnih identiteta i starih običaja, kroz turizam dobivaju novi značaj.

Bez turizma pojedini bi običaji otišli u zaborav, a danas su na listi UNESCO-ove nematerijalne baštine. Činjenica da su turisti zainteresirani za lokalne običaje i tradiciju osnažuje osjećaj ponosa i fokus na te sadržaje.

Zatim, tu je i ekonomska dobrobit za ruralna područja i to ne samo za one dionike koji se bave turizmom nego i za sve koji se bave cijelim drugim spektrom usluga i proizvoda. Naravno, ekološki aspekt jednako je važan. Ovo je najbolji način za planiranje održivog turizma i idealna situacija za ruralni prostor.

Što to znači za žene u ruralnim prostorima? Zašto bi se žene u ruralnom prostoru počele baviti turizmom? Što novo turizam može njima pružiti?

Za početak, što su to urbane ruralne žene u zemlji kao što je Hrvatska? Hrvatska nema velike gradove i ta je linija vrlo tanka. Žene koje žive na ruralnim prostorima iznimno su dobro obrazovane, širokog spektra znanja i vještina, sposobne za nove poslovne poduhvate. Ono što održivi turizam pruža ženama je upravo integracija osobnih i poslovnih potreba. Bavljenje turizmom, u pravilu, otvara mogućnost novog poduzetništva i samozapošljavanja, ali

otvara i kreiranje svog poslovnog vremena.

Ruralni turizam omogućuje širenje socijalnih kontakata koji su ponekad ograničeni u ruralnim prostorima, osobito ako su ti prostori u nešto izoliranijim dijelovima, bilo planinskim, otočkim i sl.

Ruralni turizam otvara mogućnost valorizacije od tradicije i običaja, od gastronomije. Od nečega što su ljudi svakodnevno radili, prenoseći znanja generacijama ili unutar svoje obitelji, danas se otvara mogućnost kreiranja novog komercijalnog proizvoda.

Kruna svega, što je važno za žene, je činjenica da turizam otvara prostor za razvijanje njihove osobne afirmacije u punom smislu ove riječi. Održivi turizam pruža ženama mogućnost da budu sjajne poduzetnice, poslovne žene i ujedno čuvaju svoju obitelj, ostaju na svojim ognjištima. Sve to može biti zadovoljeno kroz održivi razvoj održivog turizma u ruralnom prostoru.

Zašto uopće održivi turizam, ima li uopće smisla razvijati turizam u ruralnim prostorima?

Bilježi se stalni rast potražnje za ruralnim prostorima. Koliko god je pandemija imala ekstremno negativne utjecaje na turizam generalno, pozitivno je utjecala na turizam u ruralnim prostorima jer su turisti počeli tražiti izdvojena područja s manje ljudi u neposrednoj blizini. Klasični hotelski gosti, koji su tradicionalno boravili u urbanim destinacijama, otišli su u ruralna područja u kojima se danas nalaze i prekrasne ruralne vile te se i dalje opredjeljuju za ovaj oblik turističke ponude.

Ruralni turizam ima nižu razinu sezonalnosti od globalnog, posebno hrvatskog turizma u priobalju. To otvara mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja u ruralnim prostorima.

Održivi turizam predstavlja punu priliku za osobnu i poslovnu afirmaciju ruralnih žena.

Ono što se u budućnosti očekuje je da se i u ruralnim prostorima, posebno u razvoju održivog turizma koji pruža puno mogućnosti ženama, osnaži ravnopravnost muškog i ženskog spola, da žene dobiju punu osobnu i poslovnu afirmaciju te uspiju spojiti sve svoje afinitete i kvalitete.

# VAŽNOST TRŽIŠNIH TRENDOVA ZA POSLOVANJE ŽENA U RURALNOM TURIZMU

Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu i on je važan pokretač socio-ekonomskog razvoja u mnogim regijama u svijetu, državama ili lokalnim sredinama. Isto tako poznato je kolika je bila važnost turizma na globalnoj razini prije pojave covid-19 pandemije.

Putovanja i turizam činili su oko 10% globalnog BDP-a prije pandemije. Tijekom pandemije došlo je do značajnog pada turizma, ali ove godine smo vidjeli i značajan oporavak kako u Hrvatskoj tako i u drugim zemljama u svijetu.

Ruralni turizam izravno i neizravno utječe na razvoj ruralnih područja. To se posebice vidi kroz otvaranje novih radnih mjesta što je posebice važno za žene u ruralnim područjima.

Ruralni turizam promiče lokalnu kulturu i lokalne proizvode, odnosno promovira cjelokupnu regiju. Pomaže u revitalizaciji folkloru i lokalne tradicije u kojoj žene često imaju značajnu ulogu. I na kraju treba spomenuti i doprinos koji ruralni turizam ima u očuvanju bioraznolikosti okoliša.

Za uspješan razvoj bilo kojeg oblika turizma, nužno je pratiti tržišne trendove kako na globalnoj tako i na lokalnoj razini te im se stalno prilagođavati. Prije svega, vrlo brzi razvoj informacijske tehnologije odnosno interneta koji je značajno promijenio način funkcioniranja turističkog tržišta. Od načina odabira turističke destinacije, rezerviranja putovanja ili dijeljenja svojih iskustava s drugim turistima putem recenzija, komentara na društvenim mrežama i sl.

Sljedeći trend koji značajno utječe na razvoj ruralnog turizma je svijest i potreba za očuvanjem prirode i lokalne kulture, poput važnosti povijesnih građevina i tradicionalnih ruralnih društava.

Trend koji utječe na sve oblike turizma, ali i na ruralni turizam, jeste činjenica da današnji turisti postaju sve zahtjevniji. Oni su ekološki osviješteni, taže neistraženo, ali isto tako žele naučiti nešto novo, ne zadovoljavaju se putovanjima na kojima se mogu samo odmarati. Traže nešto autohtono, izvorno i različito od onoga što su dosada iskusili.

Nepobitna je činjenica da je pandemija covid-19 značajno promijenila turistički sektor te je promijenila važnost pojedinih čimbenika koji utječu na odabir turističkih putovanja. Zdravlje i osobna sigurnost došli su na prvo mjesto kod svih putnika i turista. Osim toga pandemija je utjecala na smanjen broj putovanja, ali dovela je i do novih načina korištenja turističkih usluga. Sve se više putuje u bližu okolicu, uglavnom osobnim automobilima.

Prvo možemo reći da je važnost tehnologije u putovanjima i dalje velika i očekuje se da će njena važnosti dalje rasti. To smo vidjeli kroz važnost digitalnih putovnica, cjepiva, kroz obavijesti o putovanjima u stvarnom vremenu i sl.

Osim toga, sve više se razvijaju nove tehnologije poput virtualne stvarnosti koje omogućuju virtualne obilaske apartmana, muzeja, turističkih atrakcija i sl. Nadalje, trend koji vidimo koji se pojavio jeste i personalizacija i potreba za stručnim vodstvom za svaki aspekt putovanja jer jednostavno pretraživanje weba neće biti dovoljno niti dostatno za putnike i turiste. Oni će tražiti više informacija o procijepljenosti recimo u destinaciji, o uvjetima koji se potrebni ispuniti za ulazak u restorane i sl. što znači da će tražiti dodatne ili nekakve personalizirane informacije prije nego što krenu na putovanja.

Očekivanja današnjih turista znatno su narasla. Oni na svojim putovanjima očekuju bogata iskustva, poput otkrivanja tzv. skrivenih dragulja, odlazak na neistražena mjesta ili sudjelovanje u aktivnostima u kojima inače ne sudjeluju poput fotografiranja, kajakarenje i sl. Žele sudjelovati u aktivnostima lokalnog stanovništva. Obavezno se očekuje čistoća i sigurnost samih smještajnih jedinica.

Sljedeći trend koji utječe na razvoj ruralnog turizma jeste i održivost, odnosno, svjesnost današnjih putnika o utjecaju klimatskih promjena na naše živote. Tako se povećava briga za smanjenjem ugljikovog otiska među turistima i oni sve više žele odgovorno uživati na svom odmoru. Osim toga, vrlo važno pitanje o kojem turisti vode brigu je pravilno upravljanje otpadom, a pritom turisti u ruralnim područjima posebno vode računa o otpadu od hrane.

Turisti danas ne traže samo čiste i uredne smještajne objekte nego traže sigurnost i zdravlje u svim segmentima svog putovanja. Putnici se osjećaju sigurnije nakon uvođenja mjera koje su usmjerene na zdravlje u različitim turističkim destinacijama. Važno je turistima komunicirati te mjere jer to osnažuje njihov osjećaj sigurnosti.

I posljednji trend vezan je uz poslovna putovanja. Povratak poslovnih druženja i konferencija znatno je sporiji nego što se vraćaju ostali oblici turizma upravo zbog toga što smo uz pomoć tehnologija razvili hibridna događanja. Međutim, ta hibridna događanja predstavljaju i potencijal za one koji mogu ponuditi prostor i infrastrukturu za takve oblike turizma.

Postoje trendovi koji su specifični samo za ruralni turizam. Održivost je značajan trend u današnjem ruralnom turizmu, no javljaju se i dva nova: kreativnost i autentičnost.

Kreativnost predstavlja diverzifikaciju aktivnosti koje se nude ruralnim turistima. To omogućuje privlačenja novih tipova turista, poput urbanih turista koji žele aktivno sudjelovati u edukativnim aktivnostima specifičnim za određenu destinaciju. U toj je kreativnosti važno korištenje lokalne kulture i umjetnosti, ali i lokalne gastronomije. Primjerice, nuditi sadržaje poput edukacije o lokalnim zanatima, preradi poljoprivrednih proizvoda i sl.

Autentičnost je drugi novi trend u ruralnom turizmu. Kada govorimo o autentičnosti, možemo govoriti o primarnoj i skrivenoj autentičnosti. Primarna autentičnost je ono što turist vidi kada se prvi put susretne s novom kulturom. To je umjetna autentičnost koja je oblikovana isključivo za privlačenje znatiželjnih turista. Ona je uglavnom zastupljena fizičkim predmetima kao što su različiti ukrasi ili reprodukciji povijesnih događaja, poput lokalne gastronomije. Skrivena autentičnost predstavlja pravu autentičnost i manje je vidljiva turistima, a odnosi se na stvarni život lokalnog stanovništva koji je često skriven od ruralnih turista.

Autentičnost u ruralnom turizmu zapravo služi za idealiziranje i stvaranje iskonske slike sela koja bi privukla turiste u njihovu destinaciju. Da bi žene koje se bave ruralnim turizmom mogle svojim turistima prikazati ono autentično i kreativno u destinaciji, važno je da posjeduju određena znanja i vještine.

Jako je važno da ruralne žene poznaju nove komunikacijske tehnologije, koristiti društvene mreže i ostale online alate za promociju svog gospodarstva ili cjelokupne destinacije. Iznimno važne su komunikacijske vještine i znanje stranih jezika te poznavanje lokalne kulture i povijesti da bi ste uspješno mogla prikazati autentičnost kraja u koji turisti dolaze.

Turisti sve više traže lokalna iskustva i zbog toga je važno uključiti kulturne elemente i veću interakciju s gostima, primjerice ponuditi posjete lokalnom muzeju, lokalnim spomenicima ili nekim drugim atrakcijama pri čemu bi domaćin ili domaćica trebali poznavati povijest i kulturu kraja u kojem se nalaze. Turistima se može ponuditi sudjelovanje u radionicama starih zanata ili sudjelovanje u berbi i drugim manifestacijama. Važno je ponuditi autentične smještajne kapacitete.

Kako sve više turista organizira svoja putovanja online važna je i jaka internetska prisutnost i online marketinška strategija za sva agrarna turistička i ruralna gospodarstva, pri čemu treba posebno naglasak staviti na društvene mreže. Uputno je koristiti slike i video uratke da bi se ispričala prava autentična priča, a posebnu pozornost turista mogu privući i postojeći gosti koji se mogu iskoristiti kao ambasadori koji će dalje promovirati destinaciju. Njihova iskustva mogu se podijeliti na web stranici ili društvenim mrežama, blogovima te na taj način privući nove turiste.

Gospodarstva, koja imaju mogućnosti i znanja, mogu iskoristiti nove poslovne mogućnosti organiziranjem hibridnim poslovnih sastanaka. To znači da trebaju osigurati potrebnu infrastrukturu i tehničku podršku za održavanje takvih skupova.

Današnji turisti sve više razmišljaju o sigurnost i zdravstvenim (ne)prilikama u destinacijama u koje žele otputovati. Zbog toga je posebno važno obratiti pozornost na sigurnosne mjere kako na samom gospodarstvu, ali i u cijeloj destinaciji; kako u samom objektu tako i vezano uz vodiče koji organiziraju ture za turiste. I poseban naglasak staviti na higijenske mjere. Ne samo da je važno voditi račun o sigurnosnim mjerama, nego ih je jako važno dobro iskomunicirati, posebice kroz online medije, jer će to današnji potrošači znati cijeliti.



# KULTURNE RUTE KAO POTICAJ PODUZETNIČKIM INICIJATIVAMA ŽENA U RURALNIM PODRUČJIMA

## **Kakve veze imaju kulturne rute s ruralnim područjem odnosno ruralnim ženama? Odgovor je – velike!**

Više od 90% europskih kulturnih ruta, koje je certificiralo Vijeća Europe, prolazi kroz ruralna područja. Zašto? To nije slučajno obzirom da znamo kako se više od 80% sveukupne svjetske kulturne baštine nalazi upravo na ruralnim područjima, sačuvane je na ruralnim područjima i predstavlja ogroman resurs za pokretanje novih aktivnosti i novih zaposlenja kroz kulturne i kreativne industrije.

## **Što su kulturne rute?**

To je opipljiva dionica (trasa) u prostoru koja ima zajedničku temu. Dakle, ona nije trasirana poput biciklističkih staza, pješačkih puteva, autocesta ili običnih cesta. Ona je imaginarna u svom obliku, ali je dovoljno opipljiva upravo zbog toga što postoji materijalna i nematerijalna kulturna baština koja se interpretira kroz različite modele, koristeći modernu tehnologiju. Usmjeravanje posjetitelja na putovanje po toj ruti znači otkrivanje čak i nekih područja za koje oni možda nisu ni znali da postoje.

Kod kulturnih ruta vrlo je važna tema. Je li to nematerijalna kulturna baština ili obrt, zanat, povijesna osoba oko koje se cijela kulturna ruta formirala, je li to događaj, aktivnost ili povijesno vremensko razdoblje – manje je bitno. Bitno je da se radi o kulturnoj baštini koja može povezati različita područja, različite destinacije i na taj način postati vidljiva upravo kroz promociju i interpretaciju.

Kulturna ruta ima nekoliko razina. Može biti internacionalna kao što su europske kulturne rute. Može biti nacionalna, može biti regionalna, može biti i lokalna. U Hrvatskoj imamo mnogo primjera takvih kulturnih ruta. Kao primjer

lokalne kulturne rute u ruralnim područjima možemo uzeti rutu Cesta zlatne niti u Županji, koja predstavlja vrlo zanimljiv model očuvanja baštine, ali i promoviranja cjelokupne ostale kulturne baštine na tom području.

*Kulturna ruta predstavlja putovanje kroz prostor i vrijeme, a glavni glumac je kulturna baština. Kulturna baština uvijek ima povijesni značaj, povijesnu dimenziju i vrijeme u koje ga se smješta. Danas se koriste i moderne tehnologije i interpretacije, kao što je digitalna tehnologija, kako bi kulturnu baštinu na kreativan način približili modernoj publici 21. stoljeća.*

Kulturne rute povezuju zemlje, regije lokacije kroz živu baštinu, baštinu koja još uvijek postoji, koja se živi, koja se može interpretirati autentično kako je nastala. To je tradicijska baština ili model kreativnosti koji postaje novi model interpretacije, čak i novi kulturni i turistički proizvod.

Kulturna ruta predstavlja ne samo turistički projekt, tu turizam i nije toliko bitan u smislu kulturne rute, mada je značajan jer se posjetitelji naslanjaju na turističku infrastrukturu. Ono što je bitno za kulturnu rutu je obrazovni projekt suradnje. Kulturna ruta je suradnja vezana uz temu koju obrađuje, i zato je jako važno umrežavanje, zajedničko odlučivanje, zajednički način kreiranja novih proizvoda i usluga. S time da svi poduzetnici na kulturnoj ruti zadržavaju svoju autentičnost i svoju profesionalnu, autentičnu dimenziju.

Kulturna ruta predstavlja novu vrijednost valorizacije kulturne baštine kroz novu interpretaciju i snažan je alat za kreiranje proizvoda kulturnog turizma. Danas kulturni turizam, bez kreativnih kulturnih turističkih proizvoda koji kreiraju doživljaj i iskustvo za gosta – nema smisla.

Kulturna ruta danas iziskuje inovativnu uporabu kulturne baštine. Ne doslovno reinterpretaciju, nego inovativnu uporabu kulturne baštine kroz model interpretacije. Turizam se naslanja na sve sfere života, na sve djelatnosti. Od svega se može napraviti turistička atrakcija.

Kulturni turizam jedan je od značajnih posjetnih oblika turističke djelatnosti, a kulturna ruta sadrži pored osnove, koju čini kulturna baština, i turistički dio bez koga bi kulturna ruta bila manje primijećena ili manje poznata.

Kultura kroz turizam traži inovaciju, autentičnost i destinacijsku prepoznatljivost.

Destinacijska prepoznatljivost kod kulturnih ruta je vrlo važna obzirom da kulturne rute, pogotovo ako se radi o internacionalnoj kulturnoj ruti, definitivno traže različitost u promociji same destinacije i različitost u prezentaciji i kreiranju kulturnih proizvoda.

### **Tko su gosti koji putuju zbog kulture, tko su ti ljudi koji putuju po kulturnim rutama?**

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, turisti koji danas putuju zbog kulturnih motiva čine 40% svih putovanja u svijetu. Glavna tržišta kulturnih turista svakako jesu velike, emitivne zemlje. One već generiraju 66 milijuna turista, a kada su u pitanju dobne skupine, zanimljivo je da su turisti uglavnom mladi ljudi za koje se ne bi reklo da ih zanima kulturna baština.

Vidljivo je to na primjerima velikih festivala u Hrvatskoj koji su vezani uz mlade ljude. Na festivale u Splitu, Puli, Zagrebu i Osijeku mladi ljudi prije svega dolaze zbog zabave, ali onda vrlo često koriste i kulturne znamenitosti. Više od 90% mladih ljudi po danu žele vidjeti lokalitete kulturne baštine. Je li u pitanju muzej, interpretacijski centar, arheološki punkt, manje je bitno, no žele se upoznati s destinacijom i kulturom destinacije. Sljedeća dobna skupina kulturnih turista su sredovječne osobe, od 39 do 59 godina. To su ljudi koji za koje je na neki način logično da ih više zanima kulturna baština, a manje zabava.

### **Kako je sve krenulo?**

1987. godine Europska unija, kroz Vijeće Europe, pokreće projekt kulturnih ruta u smislu promocije kulturnih identiteta Europe. Ideja Vijeća Europe bila je povezati zemlje Europe, ne samo zemlje EU, nego zemlje geografske Europe kroz određenu temu koja predstavlja zajednički europski identitet. Je li to povijesna osoba, povijesno razbolje ili možda događaj u povijesti, nije bitno, bitno je da postoji zajednički identitet. Iz ovog projekta su nastale kulturne rute kojih danas imamo 40-ak certificiranih. Svake godine broj certificiranih ruta raste, a u Hrvatskoj se s tom tematikom susrećemo 2004. godine kada su članovi današnje certificirane rute Trans Romanica, koja obrađuje vremensko razdoblje romanike, odnosno, romaničku kulturnu baštinu, došli u Hrvatsku i tražili partnere u ministarstvima i po županijama. Nakon početaka, u kojima kulturne rute nisu naišle na veliki interes, danas je situacija malo drugačija. Hrvatska je članica EU i uključena je u 14 certificiranih ruta Vijeća Europe. Za sada jedna ruta ima ishodište iz Hrvatske, Dunavska ruta željeznoga doba. Nadamo se da će od iduće godine biti certificirana i druga ruta koja će imati ishodište u Hrvatskoj, a to je ruta posvećena Nikoli Tesli, točnije Nikola Tesla Network.

# **ZAKLJUČCI KONFERENCIJE „RURALNE EUROPLJANKE – RURAL EUROPEAN WOMEN“**

*24. listopada 2022., Oris Kuća arhitekture, Kralja Držislava 3, Zagreb i 25. listopada 2022.,  
Vinogradarska kuća Braje, Lokoštin dol 1, Jastrebarsko*

Tijekom proteklog desetljeća, na području Europske unije, sve je veći fokus na osnaživanju žena u poljoprivredi, a broj žena koje se uključuju u ruralni razvoj posljednjih godina počeo je polako rasti. Prema Eurostatu, udio žena nositeljica gospodarstava u EU je 29% dok podaci za Hrvatsku pokazuju kako se udio žena nositeljica gospodarstva povećao s 26% u 2016. godini na 30% u 2020. godini. Uglavnom se radi o starijim ženama u dobi iznad 60 godina sa završenom ili nezavršenom osnovnom školom.

Ženske osobine, kao što su pažljivost i preciznost u obavljanju poslova, sklonost umrežavanju, ljubazno i pristojno ponašanje u odnosima ne samo s kupcima, već i sa svim dionicima gospodarstva, mogu doprinijeti efikasnijoj provedbi ruralnog razvoja. Istraživanja pokazuju da žene imaju bolje organizacijske vještine, sklonije su pitanjima zaštite okoliša i održivosti, inovacijama i brže se prilagođavaju zahtjevima tržišta.

Jedna od značajnih aktivnosti, koja može doprinijeti osobnoj afirmaciji žena u ruralnom području je ruralni turizam. Ruralni turizam otvara nove poduzetničke aktivnosti, mogućnost samozapošljavanja žena i turističke valorizacije tradicionalnih aktivnosti i običaja ruralnih krajeva kojih je u Hrvatskoj više od 80%.

Revitalizaciju ruralnog područja Republike Hrvatske nemoguće je ostvariti bez osnaživanja spolova i zajednice kroz društvene, ekonomske, političke i psihološke aspekte života. Razvoj ruralnih krajeva, osnažen razvojem ruralnog turizma, potencijalno ima veliku snagu doprinijeti i demografskoj revitalizaciji sela.

Ruralni turizam doprinosi unaprjeđenju postojećih infrastrukturnih uvjeta, što posljedično dovodi do poboljšanja uvjeta života i rada na selu. Jedan od mogućih rezultata razvoja ruralnog turizma je zadržavanje postojeće i privlačenje nove populacije u ruralno područje, kao i novih poslovnih subjekata.

Kako bi ojačali ulogu žena u ruralnim područjima potrebna je da kreatori politika u Hrvatskoj posvete veću pozornost njihovoj ulozi i položaju u vidu potpora ženskom ruralnom poduzetništvu. Potrebne su izravne mjere za žene na selu.

- Ženama je potrebno osigurati pristup informacijama, financijskim sredstvima (kapital, krediti), omogućiti im edukaciju te stjecanje znanja i vještina o poduzetništvu (prodaja, upravljanje i marketing itd.).
- Ruralna žena pridonijela je očuvanju hrvatske baštine i identiteta, a taj se doprinos treba posebno brendirati.
- Kao dio ruralnog razvoja potrebno je brendirati ruralne žene kao suvremene žene koje čuvaju i promoviraju ruralni i regionalni hrvatski identitet.
- Aktiviranje ruralnog poduzetništva žena je u razvoju inovativnih proizvoda i usluga koje su pristupačne za potrošače i u ekonomskom i u socijalnom pogledu, a koje istovremeno njeguju tradicionalne običaje i stil života oslonjen na ekologiji i aktivnostima u prirodi. Jedan od mogućih prijedloga je uvođenje dodatnih bodova u natjecajima za žene nositeljice OPG-a ili dobivanja u najam poljoprivrednog zemljišta.
- Jedna od važnih aktivnosti žena u ruralnom prostoru je i rad u sferi ruralnog turizma. Kako bi bile uspješne u ruralnom turizmu, ruralne žene moraju imati brojna znanja i vještine (npr. poznavanje lokalne kulture i povijesti, poznavanje novih komunikacijskih tehnologija, komunikacijske vještine). Postaje neizbježno znanje upotrebe interneta, s posebnim naglaskom na društvene mreže, te znanje kako postojeće goste motivirati za ambasadore koji dalje promoviraju destinaciju.
- Zahvaljujući ruralnom turizmu neka mjesta u Hrvatskoj spašena su od zaborava i danas čine dio nacionalne baštine. U tom kontekstu održivi ruralni turizam ženama otvara mogućnost samozapošljavanja i poduzetništva, više socijalnih kontakata, vrednovanje tradicije i običaja i mogućnost osobne afirmacije.
- Istraživanja pokazuju kako u turizmu sve važnije postaje očuvanje prirode i lokalne kulture, turisti postaju sve zahtjevniji i ekološki osvješteniji, a povećana je i potraga za autohtonim proizvodima, gastronomiji i aktivnostima. Ruralne žene moraju stalno pratiti tržišne trendove u turizmu kako bi gostima pružile one usluge i iskustva koja očekuju u određenoj destinaciji.
- Žene u ruralnim područjima imaju snažnu ulogu u razvoju i promociji ruralnih krajeva. U tom smislu potrebno je definirati jasne i konkretne poticajne mjere i aktivnosti kako bi se percepcija žene kao poljoprivrednice i domaćice promijenila i osnažila u korist kreativne i inovativne poduzetnice.
- Ženama koje čuvaju ruralne sredine treba dati podršku u smislu aktivnog slušanja o njihovim svakodnevnim poteškoćama na koje nailaze u svom radu. Otvorena komunikacija između državnih uprava i nositeljica OPG-ova je najbrži put prema ciljanom i konkretnom pomoći.

# INICIJATIVA ZA UNAPRJEĐENJE POLOŽAJA ŽENA U RURALNIM PODRUČJIMA JUGOISTOČNE EUROPE

U okviru 5. međunarodnog kongresa o ruralnom turizmu, održanog od 27. do 30. travnja 2022. u Cavtatu, Hrvatska, i Okruglog stola projekta „Za žene – povezane znanjem i iskustvom“, koji je okupio osam partnera iz četiri države (Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Sjeverna Makedonija i Srbija), potpisana je inicijativa za unapređenje položaja žena u ruralnim područjima Europe.

Inicijativa podržava postojeći okvir za suradnju na europskoj, nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini pod nazivom „Ruralni pakt“ koji je Europska komisija pokrenula u prosincu 2021. godine,

## uvažavajući:

- Rezoluciju Parlamentarne skupštine Vijeća Europe 1806 (2011) Ruralne žene u Europi koja navodi da „... ruralne žene rijetko su predmet specifičnih i ciljanih zakonodavnih mjera i politika“
- Izvešće Europskog parlamenta iz 2016. godine o ženama i njihovoj ulozi u ruralnim područjima (2016/2204(INI)) koje su zajednički pripremili Odbor za poljoprivredu i ruralni razvoj te Odbor za prava žena i jednakost spolova (Izjaviteljice su bile: Marijana Petir i Maria Lidia Senra Rodríguez), koje je usvojeno 2. travnja 2016.
- Opću preporuku o pravima žena u ruralnim područjima Odbora za uklanjanje diskriminacije žena Ujedinjenih naroda (br. 34/2016)
- EU Strategiju za ravnopravnost spolova 2020.-2025. koja predstavlja javno-političke ciljeve i radnje za postizanje napretka za rodno ravnopravnu Europu do 2025. godine,

## te razumijevajući kako:

- u Zajedničkoj poljoprivrednoj politici EU-a (ZPP) 2023-2027 od 6. prosinca 2021., se nastoji povećati doprinos poljoprivrede okolišnim i klimatskim ciljevima EU-a, pružiti usmjerenija potpora manjim poljoprivrednim gospodarstvima te državama članicama omogućiti veću fleksibilnost u prilagodbi mjera lokalnim uvjetima. Glavne novosti su veća fleksibilnost u planiranju, bolje usmjeravanje financijske potpore (mali i mladi), zelenije poljoprivredne prakse, veći naglasak na uspješnosti, predanost socijalnim i radničkim pravima (<https://www.consilium.europa.eu/hr/policies/cap-introduction/cap-future-2020-common-agricultural-policy-2023-2027/>)
- iz analize studije koju je proveo Odbor za prava žena i ravnopravnost spolova Europskog parlamenta (2015.) može se zaključiti da, barem na razini upravljanja farmom, žene dobivaju razmjerno manje potpore iz oba stupa ZPP-a (1. stup predstavlja izravnu potporu dohotku, a 2. stup usmjeren je na potporu ruralnom razvoju), nego muškarci. Velikim dijelom razlog je zato što žene obično upravljaju manjim poljoprivrednim poduzećima, imaju manje zemlje i nižu razinu formalnog obrazovanja. Žene, stoga, imaju koristi od manje izravnih plaćanja povezanih s prihvatljivim zemljištem ili stočnim jedinicama.
- da Strategija „od polja do stola” u okviru Europskog zelenog plana (EZP) ne navodi posebno žene.
- u Dugoročnoj viziji za ruralna područja EU-a do 2040. izričito je navedeno kako je među mladima veća vjerojatnost da će ruralne regije napustiti žene nego muškarci. Osim toga, Vizija predlaže da se obrati pozornost na činjenicu kako mnoge žene imaju nesigurne ugovore (npr. sezonski radnice) ili imaju „nevidljivu ulogu” u ruralnim društvima (npr. supružnice koje pomažu), što ih može izložiti ranjivim situacijama (kao što je, u nekim slučajevima, nedostatak pristupa socijalnoj zaštiti ili roditeljskim naknadama). Vizija navodi da žene predstavljaju značajnu pokretačku snagu za prosperitet i socijalnu uključenost u ruralnim područjima, posebice kroz poduzetništvo.

## Inicijativa uzima u obzir zaključke konferencije „Ruralne Europljanke“ te podržava:

1. Aktivan doprinos Dugoročnoj viziji za ruralna područja EU-a do 2040. izražavajući svoju predanost ciljevima Vizije i sudjelovanjem u razvoju i provedbi Ruralnog pakta, inicijative koja je predstavljena u lipnju 2021., a čiji je cilj mobilizirati javna tijela i dionike da djeluju u skladu s potrebama i težnjama stanovnika ruralnih krajeva. Uz potporu Ruralnog pakta i Ruralnog akcijskog plana EU koje je pokrenula Komisija, dugoročna vizija ima za cilj učiniti ruralna područja EU-a jačima, povezanim, otpornijima i prosperitetnijima.
2. Osigurati da su potrebe i interesi ruralnih žena integrirani u ovaj proces, a da bi se postigli ciljevi da ruralna područja EU-a postanu jača, povezanija, otpornija i prosperitetnija stavljajući interese ruralnih žena u prvi plan na lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj i EU razini.
3. Poduzeti korake za osiguravanje živopisnog, participativnog procesa na nacionalnoj i teritorijalnoj razini prema Strategiji za unaprjeđenje položaja ruralnih žena u našim zemljama i diljem Europe, a na temelju višegodišnjih najboljih praksi u području izrade i usvajanja strategija za jačanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Sjevernoj Makedoniji i Srbiji.





Nositelj projekta:



Partneri:

Projekt je (su)financiran sredstvima:

