

## GRÖ – Genussregion Österreich – kaitstud märk

### Eesmärk:

- tarbijale peab saama nähtavaks põllumajandustootjate, töötlejate ja piirkonna toitlustajate saavutused,
- tõsta teadlikkust, et kultuurmaastik ning sealt saadav kõrge kvaliteediga toiduaine on üks tervik ja selgelt iseloomulik vastavale regioonile.
  
- teha austria põllumajandustooted kohalikule tarbijale ja turistile nähtavaks
- suunatud info ja üritused
- kohalik tooraine päritolu täpselt teada ja piirkonnale omased toidud
- tihe koostöö põllumajandusettevõttele, toitlustuse ja turismi vahel
- lühikesed vahemaad transpordiks, ökonoomne logistika
- värske toodang
- väärtuste loomine, töökohti regioonis hoida ning juurde luua.
- Austria tugevuseks on säilitada oma regioonide omapära, et neid ei oleks võimalik omavahel ära vahetada, tekitades identiteedi- ja kokkukuuluvustunde.

### Kriteeriumid alates 2003

- regioon so. geograafiline määratlus
- traditsiooniline toode regioonis, spetsiifiline tootmisviis, kõrge kvaliteet
- nõuetele vastav tootekirjeldus
- põhitoote tooraine toodetakse mitme pereettevõtte või tootmisühistu poolt. Reeglina töödeldakse kohapeal.
- Regiooni nimega taimesordid või loomatõud. Kaitstud päritolukirjeldused ja kaitstud geograafilised andmed. Tooraine ja toiduainete esimese või teise töötlemisastme täpne jälgimine.
- Regiooni iseloomustav spetsialiteet on regiooni ankurdatud (reeglina 5 toitlustusettevõttes)
- alkoholi va. Obstwein, märgi kirjeldusi ja tootenimetusi ei arvestata.
- Turustatakse üldjuhul regioonis. Reeglina pakub toodet vähemalt 5 partnerit.
- Perioodiliselt toimuvad üritused, mille keskmes on regioonile omased tooted.
- Regioon määrab oma tootele standardid, millele põhitoode vastama peab (tootmisprotsess, keskkonnakaitse, bio, kvaliteedikaitse jne.)
- Kõik otsused (ühingute rajamine, kutsehariduse andmine, kuni autasudeni välja) järgivad reegleid.
- Kogu protsessi järgib žürii, kus toimetatakse kindla statuudi järgi.

„Gutes von Bauernhof“ - „Hea talust“ või „Parim talust“ - otseturustajate kaubamärk. Märgiga on ühinenud 1520 väiketootjat (Austrias on 80% pereettevõttes).

Aastaks 2020 strateegia on „Bildung säen, Erfolg ernten.“ (Haridust külvata, edu lõigata). Esimene tähelepanu läheb nõustamisele ja haridusele.