



ROKASGRĀMATA PĀRTIKAS UN DZĒRIENU RAŽOTĀJIEM



Interreg
Estonia-Latvia
European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

Livonijas garša!

Livonija, valstu savienība Baltijas jūras krastā, XIII–XVI gadsimtā Igauniju un Latviju vienoja ģeogrāfiski un ekonomiski, veidojot līdzīgu dzīvesstilu un tradīcijas. Kaut arī Livonijas robežas no kartēm sen izdzisušas, latviešu un igauņu tradicionālo ēdienkarti joprojām lielā mērā veido tie paši ēdieni, no kuriem pārtika mūsu senči. Mēs joprojām paši cepam maizi un brūvējam alu. Tāpat kā agrāk bagātīgi izmantojam dabas veltes – meža ogas, sēnes, zivis un medījumu. Izrādās, ka tieši Livonijas laikā pie mums sāka iepazīt piparus, ingveru, krustnagliņas un kanēli un pēc tā, cik daudz austrumzemju garšvielu bija ēdienā, noteica Hanzas pilsētu augstmaņu turību. Livonijas virtuve bija daudzveidīga. Vienlaikus pastāvēja latviešu, līvu un igauņu zemnieku un zvejnieku, klosteru mūku, pilsētu iedzīvotāju un augstmaņu virtuve. Daļa produktu bija atrodami uz visu sociālo slāņu iedzīvotāju galdiem. Pārtikā lietoja graudaugus, pākšaugus, piena produktus, dārzeņus un garšaugus, zivis, mājlopu, putnu un medījuma gaļu, atkarībā no rocības un sociālā statusa.

Sekojoš kulinārajam ceļam “Livonijas garša”, tūristiem ir iespēja iepazīt Livonijas laika ietekmi uz mūsdienu latviešu un igauņu ēdieniem. Garšas pieredzi papildina stāsti par ēdienu izcelsmi un pagātņi. “Livonijas garša” ir ceļojums, kurā mūsu vēsture skatāma tepat uz galda.

www.celotajs.lv/livonia

www.flavoursoflivonia.com

Šī rokasgrāmata tapusi projekta “Livonijas kulinārais ceļš” un finansēta “Interreg Estonia-Latvia” programmas ietvaros no Eiropas Reģionālā attīstības fonda.

Šī publikācija atspoguļo autora viedokli. Programmas vadošā iestāde neatbild par tajā ietvertās informācijas iespējamo izmantošanu.

Saturs

APETĪTES ROSINĀŠANAI	3
ĒDIENS UN DZĒRIENS IR MŪSU IDENTITĀTES DAĻA	4
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
<i>Lāču maiznīca</i> , Latvija	6
Dūmu pirts saimniecība <i>Mooska</i> , Igaunija	7
PAR KULINĀRO TŪRISMU	10
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
Strausu ferma <i>Nornieki</i> , Latvija	12
<i>Andre Farm</i> siera ražotne, Igaunija	13
DALĪŠANĀS VĒRTĪBĀS AR APMEKLĒTĀJIEM	15
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
Vecsaimniecība <i>Adzelveši</i> , Latvija	17
<i>Mulke Crisps</i> – dārzeņu čipšu izgatavotājs, Igaunija	18
STĀSTU STĀSTĪŠANAS MĀKSĻA	20
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
Vides un veselības saimniecība <i>Upmaļi</i> , Latvija	21
<i>Höbekala</i> kōök zivju virtuve, Igaunija	22
SADARBĪBA, KULINĀRIE CEĻI UN PASĀKUMI	25
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
Bērzu sulas ražotne <i>Sula</i> , Latvija	28
<i>Tahkurannas</i> gurķu festivāls, Igaunija	29
ESIET AKTĪVI, ESIET REDZAMI, UZTURIET ATTIECĪBAS	30
Ražotāju iedvesmas stāsti:	
<i>Abavas vīnkalns</i> , Latvija	33
Garšaugu saimniecība <i>Tamme</i> , Igaunija	34
IEDROŠINĀJUMAM	35



www.metsavennatalu.ee

Kā izmantot ar tūrismu saistītās iespējas produktu attīstībā, mārketingā un pārdošanā.

APETĪTES ROSINĀŠANAI

Mēs dzīvojam laikā, kad pasaule ir ļoti daudzveidīga, mūsu ikdienas ēdiens ir bagātīgs un pasaules labākie produkti ērti atrodami pārtikas veikalos plauktos. Līdztekus plaši pazīstamiem lielo ražotāju pārtikas produktiem, garšas maņām baudu sniedz arī mazo ražotāju bagātīgais ēdienu un dzērienu klāsts. Bieži vien mazais ražotājs ar saviem izstrādājumiem piedāvā gan garšas piedzīvojumu, gan patērētājam saprotamas vērtības un aizraujošu stāstu par produktu izcelsmi. Viens no veidiem, kā komunicēt ar patērētājiem un pavēstīt savu stāstu, ir aicināt viņus ieskatīties produkcijas tapšanas procesā.

Šajā rokasgrāmatā apkopoti padomi pārtikas un dzērienu ražotājiem, kas rosina pārdomāti iepazīstināt ar savu produktu un tā stāstu, un piedomāt, kā ar produkta izcelsmi radīt emocionālu saikni ar patērētāju. Kā labie piemēri tūrisma attīstīšanā apskatāmi Latvijas un Igaunijas mazo ražotāju iedvesmas stāsti. Varbūt pieredze, kurā viņi dalījušies, iedrošinās arī citus vairāk popularizēt pārtikas kultūru un darīt to radoši, aizraujoši un ar labu noskaņu.

Izdevumā sniegtie ieteikumi un padomi var paplašināt zināšanas par iespēju ieskatīties pārtikas tapšanas procesā un to, kā šāds pārtikas piedzīvojums veidojams. Iesaistīšanās dažādās kulinārā tūrisma jomās rada daudz tiešu kontaktu ar patērētā-

jiem. Tiešas un aizrautīgas atsauksmes par produktu, ko snieguši pārtikas baudītāji, ir ārkārtīgi vērtīgas un bagātina mazā ražotāja ikdienas dzīvi.

Padomi un ieteikumi



Lūdzu, apsveriet, cik daudz cilvēku vēlaties redzēt apmeklējam savu ražošanas uzņēmumu vai saimniecību, ar cik daudziem spējat un vēlaties komunicēt tā, lai no tā būtu labums pamatdarbībai. Ja pašam nepadodas tērzēt ar apmeklētājiem, izpētiet, vai jūsu ciemā, ģimenē vai darbinieku saimē ir kāds komunikabls cilvēks, kuram vienmēr padomā kāds jautrs stāsts vai knifs, un kurš ar prieku uzņemtos saziņu ar viesiem. Varbūt ir vērts ieguldīt tehnoloģiskos risinājumos, kas ar mobilās lietotne starpniecību izved apmeklētāju pastaigā pa uzņēmumu.

Drosmīgus sapņus!



• 1 •

ĒDIENS UN DZĒRIENS IR MŪSU IDENTITĀTES DAĻA

Ēdiens un dzēriens mums ir nepieciešams, lai uzturētu dzīvību. Cilvēki iedalās tajos, kuri ēd, lai dzīvotu, un tajos, kuri dzīvo, lai ēstu. Pēdējie novērtē no ēdiena un dzēriena gūstamos maņu baudījumus tik ļoti, ka ēd un dzer pat tad, ja nemaz nejūt fizisku vajadzību to darīt. Jaunu un aizraujošu pārtikas baudījumu gūšanai cilvēki dodas tālos ceļojumos, viņiem ir lieli finansiāli izdevumi, un viņi velta tam daudz laika. Ēdieni un dzērieni ir būtiska kultūras un sociālās komunikācijas un mūsu identitātes daļa.



Attēls: E. Bardone

Pārtikas produkti un dzērieni nav nošķirami no mūsu patēriņa un ikdienas dzīves. Zinātkārs kulinārais tūrists nobaudīs un izmēģinās vietējos izstrādājumus un vēlēšies bagātināt savas zināšanas, ekskluzīvi komunicējot ar ražotāju un iepazīstot produktu tik tuvu un dziļi, cik vien iespējams. Katra ēdienreize, katrs nopirktais produkts un katrs apmeklējums ļauj iepazīt to, kā cilvēki šajā reģionā dzīvo, kāpēc viņi rīkojas, ēd un sazinās tieši tā un ne citādi. Reģiona identitāte tiek uztverta caur pārtikas kultūru. Saprotamākas kļūst sociālās, politiskās, vēsturiskās, ģeogrāfiskās, kultūras vērtības, ar veselību saistītie uzskati un to pārmaiņas laika gaitā.

Gan produktā, gan tā ražošanas procesā - ikkatrā detaļā atrodamas norādes uz mūsu domāšanas veidu un kultūru. Piemēram, par sociālajām attiecībām priekšstatu sniedz galda kultūra - kam ēdiens tiek pa-

sniegts pirmajam; ēdiena un estētiskuma izjūtas savstarpējo saikni ilustrē izmantotie trauki, galda klājums un dekorējumi. Apmeklējuma laikā jābūt sajūtamai cieņai pret ēdienu, lepnumam par savu reģionu un savām saknēm. Papildus verbālajai saziņai ar saimniekiem un vispārējai kārtībai, apmeklētāji, pamanot arī daudzas citas detaļas, intuitīvi un maņu vadīti pieņem lēmumu, vai viņiem patīk produkts un tā ražotājs, vai viņus tas iedvesmo vai arī atstāj vienaldzīgus.

Kulinārais tūrists un viņa garšas izjūta meklē aizvien jaunus kulinārus piedzīvojumus. Garšas izjūtu un izvēli ietekmē ar visām maņām uztveramā informācija, cilvēka iepriekšējā pieredze, vērtības, cenas un kvalitātes attiecība, iespēja ar savu pirkumu dot artavu vides, kopienas saglabāšanā, kā arī visa apmeklējuma laikā gūtās emocijas.



Ražotāju iedvesmas stāsti

Babītes apkaimē atrodas Latvijā iecienītā „Lāču” maiznīca un krodziņš. Maiznīca stāsta par spēku, ko dod gadsimtiem senas maizes cepšanas tradīcijas, mīlestību un rūpēm, kas, veidojot maizi un konditorejas izstrādājumus, tiek iekļautas mīklā un sasniedz ēdāja sirdi.

Izstrādājumi tiek salīdzināti ar bērna lēno augšanu, kurā radošās izpausmes, rūpes un mīlestība atstāj ego otrajā plānā. Tāpēc nav brīnums, ka „Lāču” izstrādājumi gan Latvijā, gan aiz tās robežām ir populāri un ieguvuši daudz atzinību, kas redzamas interneta vietnē un kā diplomu – saimniecībā. Ar pārliecību tiek vēstīts, ka rudzu maize, tāpat kā sava zeme, ir latvieša iden-



titāte, un tieši „Lāču” maiznieki cep maizi, ievērojot senlaiku pieredzi un zināšanas.

Apmeklētāji tiek aicināti doties ekskursijā pa maiznīcu, izcept savu maizes klaipiņu un mājīgajā krodziņā nobaudīt gadalaikam atbilstošus vietējos ēdienus. Izstrādātas īpašas programmas skolēniem un bērnu dzimšanas dienu svinībām. Lieliskas ir tradicionālajās ieražās balstītās līgavu un līgavaiņu meistardarbnīcas un kāzu programmas, kurās ģimenes laimei tiek cepti klaipiņi vai kliņģeri, un, godājot tradicionālo rudzu maizi, liksmi pārbaudīta jaunā pāra gatavība laulībai. Visus apmeklējumus iespējams iepriekš pieteikt internetā, un par pasūtīto pakalpojumu jāveic priekšapmaksa. Pasūtīšanas vide ietaupa uzņēmēja laiku un enerģiju. Tiem, kas iecienījuši „Lāču” izstrādājumus, pieejama klienta karte. Garšīgās un dažādās rudzu maizes, maizītes, kūkas, čipsi, saldumi, ievārījumi un citi produkti ir iegādājami gan maiznīcā, gan vēl 13 veikalos un dažādās tirdzniecības vietās visā Latvijā. Izstrādājumi tiek eksportēti.

Slavējama ir interneta vietnes apjomīgā un saturā bagātā daļa, kurā atspoguļota Latvijas maizes vēsture, receptes, ar maizes ēšanu un cepšanu saistītās ieražas un daudz cita. Patērētājs ir pilnīgi pārliecināts – tieši šeit „Lāču” maiznīcā, strādā eksperti un, ēdot „Lāču” rudzu maizi, var gūt daļu no latviešu rudzu maizes spēka.



Senā Veru novada dūmu pirts tradīcijas ir iekļautas *UNESCO* nemateriālā mantojuma sarakstā. Dūmu pirts saimniecībā „**Mooska**” Veru apriņķī tiek godātas ar dūmu pirti saistītās tradīcijas, kur viena no īpašām prasmēm ir cūkgaļas kūpināšana īstā dūmu pirtī.

Gada garumā, iepriekš pieteiktās grupās, dūmu pirts saimniecību apmeklē turpat divi tūkstoši kulinārā mantojuma interesentu, kurus iepazīstina ar saimniecību, tostarp arī pirti, kas tiek izmantota gaļas kūpināšanai, stāstot par izzūdošo dūmu pirts kultūru. Pastaiga saimniecībā sākas ar patīkamas kūpinātās gaļas smaržu dūmu pirtī un beidzas ar tās nobaudīšanu. Bieži vien viesi pirtī iegādājas kūpināto gaļu, lai paņemtu to līdzī uz mājām vai baudītu izbrauciena nākamajā ēdienreizē. Jau gadiem uzņēmuma Facebook kontā tiek sniegta informācija, kad dūmu pirts saimniecībā „**Mooska**” tapusi jauna gaļas produkcija, un cilvēki tiek aicināti uz saimniecību, paši izvēlēties sev tīkamāko gabaliņu tieši pirtī. Pircēji pēc kūpinātās gaļas bieži ierodas ar visu ģimeni, sabraucot no

plašas apkāmes. Reizēm izbrauciens uz Dienvidigauniju tiek ieplānots atbilstoši gaļas kūpināšanas laikam un kādam kultūras pasākumam. „**Mooska**” saimniece Eda Vēroja ir pārliecināta, ka viesi acīmredzami neierodas dūmu pirts saimniecībā tikai, lai nopirkt gaļu, jo pārtikas veikalā ir lieliska dažādās cenu klasēs ietilpstošas un dažādas garšas kūpinātās gaļas izvēle. Pustumūža un vecākus cilvēkus uzrunā pirtī kūpinātās gaļas nostalgiskā garša un smarža, kas pazīstama kopš bērnības. Vīrieši novērtē kūpinātās gaļas kā ēdiena kvalitāti un patīkamo iestiprināšanos. Cilvēki, kas pievērs uzmanību veselīgam uzturam, novērtē bez nitrītiem, pagatavoto produktu. Gardēži iecienījuši maigo dūmojumu un mēreno sāļumu, kas izceļ gaļas dabīgo garšu.

Pirtī kūpinātā gaļa pārstāv agrāko paaudžu kultūras mantojumu, dabīgo dzīvesveidu un ticību dzīves iespējamībai lauku reģionos. Daudzi saimniecības „**Mooska**” apmeklētāji saglabā kontaktus un laiku pa laikam pasūta pirtī kūpināto gaļu īpašiem pasākumiem vai dāvanām. Uz kūpinātās gaļas iepakojuma atrodams QR kods, kas aizved uz Igaunijas Nacionālā muzeja veidotajiem videokliem par gaļas kūpināšanu. Dūmu pirts mantojuma tēmas tiek atspoguļotas dažādos mediju kanālos.

www.mooska.eu

Padomi un ieteikumi

- Saplānojiet sava uzņēmuma apmeklētājiem ekskursiju ražotnē un paredziet tajā produkcijas nogaršošanas un iegādāšanās iespēju. Kā tūristi, mēs visi vēlamies iespējami daudz redzēt un pieredzēt, tāpēc cieniet apmeklētāju laiku un nodrošiniet viņiem izvēles iespējas apmeklējumiem dažāda garuma un cenu kategorijās.
- Veidojot apmeklējuma scenāriju, dodiet iespēju izmantot dažādas maņas, ļaujiet apmeklētājiem minēt atbildes un tikšanās nobeigumā piedāvājiat iespēju piedzīvot jaunatklāsmes prieku. Padariet apmeklējumu rotaļīgu un izglītojošu. Proporciju starp izklaidi un izglītojošu informāciju variet izvēlēties atbilstoši dažādām apmeklētāju grupām. Vadieties pēc apmeklētāju vēlmēm un uztveres spējām.
- Kādu izejvielu, ražošanas veida, telpu, apkārtnes u.c. faktoru **ieraudzīšana** vislabāk raksturo Jūsu produktu patērētājam? Kā Jūs virzāt apmeklētāja uzmanību, lai viņš pamanītu svarīgāko?
- Kādu dabas skaņu, mūzikas vai tieši klusuma **izdzirdēšana** atklāj Jūsu izstrādājuma būtību? Vai variet piedāvāt apmeklētājiem iespēju klausīties un atminēt skaņas vai paši šīs skaņas radīt? Kādas skaņas ir dzirdamas ekskursijas fonā un kādas izmantojiet, lai padarītu patīkamāku degustāciju?
- Daudzi cilvēki pieņem lēmumu par ēdienu pirms tā nogaršošanas, vadoties **pēc smaržas**. Kādas smaržas sajūt Jūsu uzņēmuma apmeklētāji? Vai variet izveidot apmeklētājam patīkamu smaržu spēli, pastiprinot izstrādājumā izmantojamo garšvielu pikantās smaržas, dabā labi pazīstamus aromātus, dažādu pamata izejvielu nogatavošanās posmu smaržu? Apdomājiet iespējas radīt kaut vai vienu pārsteidzošu smaržas piedzīvojumu apmeklējuma gaitā, lai mutē saskriētu siekalas.
- **Tauste** – iepazīstot, kā veidojas izstrādājuma konsistence, iepakojuma aptaustīšana, dažādu izejvielu vai izstrādājumu salīdzināšana veido apmeklētāja viedokli par izstrādājumu. Tādējādi produkta vērtība var kļūst saprotamāka, ja apmeklējums ietver iespēju kādu no ražošanas posmiem rotaļīgā veidā veikt pašiem.
- **Garša** ir svarīgi izcelt ēdiena un dzēriena labākās īpašības, veselīgumu un ietekmi uz vidi vai kopienu (iepakojuma atkārtotas izmantošanas iespējas). Kā un vai Jūs ļaujiet sajūt (ar salīdzināšanas vai aklās degustācijas palīdzību) Jūsu izstrādājuma svarīgās garšas: sāļš, salds, skābs, ass, rūgts, umami. Umami ir no japāņu valodas aizgūts jēdziens, kas nozīmē garšas pilnību. Umami mēs sajūtam ar pārtikas olbaltumvielu sadalīšanās rezultātā mutē izveidojušās aminoskābes (glutamāta) palīdzību.

Garšojot noteikti būtu jāuzsver atšķirīgais, piemēram, konservantu vai papildvielu neesamība.

- Bieži degustācijas veiksmē ir atkarīga arī no tā, kad bijusi degustācijas dalībnieka pēdējā ēdienreize, cik liela vai maza bijusi piedāvātā porcija un kādas ieražas, rituālus un pārsteigumus ietver apmeklējums. Padomājiet, vai un kā ražošanas un pārtikas prezen-

tācijas telpas (vai ēdiena servēšanas zona pagalmā) pastiprina uzņēmuma ideju un pārtikas vērtību. Svarīgāka par lielām investīcijām un svaigu remontu ir atjautība, humors un vides piemērotība izstrādājumam.





• 2 •

PAR KULINĀRO TŪRISMU

Ēdieni un dzērieni neizbēgami ir gan tuvāku, gan tālāku braucienu neatņemama sastāvdaļa. Ēdiens un viss, kas ar to saistīts, ir viens no galvenajiem tūrisma pakalpojumiem, tūrisma nodrošinātājs. Pašreizējā piesātinājuma laikmetā fizisko vajadzību pēc ēdiena – badu – aizstājusi ēdiena baudīšana. 2000. gados tādējādi ir izveidojusies jauna tūrisma forma – kulinārais tūrisms.

Kulinārais tūrisms (*food and drink tourism, culinary tourism*) ir ceļojuma pieredze, kas iepazīstina un godā vietējo kulināro kultūru, tā ir apzināta un pārdomāta iedziļināšanās kultūrā ar ēdiena un dzēriena starpniecību.

Aizvien vairāk pieaug tādu ceļotāju skaits, kuriem ir īpaša kulinārā interese, kuri visur pasaulē meklē autentiskas garšas, eksotiskas izejvielas, specifiskus gatavošanas veidus, veselīga uztura ieradumus, fascinējošus ēšanas paradumus un iespēju tieši iesaistīties attiecīgā reģiona ēdiena tapšanas stāstā. Ceļojumu laikā šādi ceļotāji apmeklē īstus tirgus, kur satiek pārtikas ražotājus un audzētājus, viņi izglīto sevi degustācijās, piedalās noskaņām bagātos ēdienu un dzērienu svētkos un meistarklasēs. Kulinārās kultūras izpratnei tiek veltīts laiks: strādājot uz lauka, gatavojot ēdienu kopā ar vietējiem, piedaloties rituālās ēdienreizēs un apmeklējot dažādus ar kultūru saistītus ēdienu piedzīvojumus. Arī tūrists, kuram ēšana nav ceļojuma galvenais mērķis, ceļojot gūst kulināro pieredzi.

Viesi iemācās novērtēt un godāt vietējās un tradicionālās garšas, kulināro kultūru, cilvēkus un gūto pieredzi, kad kļūst skaidrs pārtikas garais tapšanas process līdz nonākšanai galdā. Aizvien vairāk mazo ražotāju un izejvielu audzētāju ver sava uzņēmuma durvis, parāda savu mīlestību pret ēdienu, iepazīstina ar savu domu pasauli un dzīves stilu, lai nodrošinātu apmeklētājiem dziļu ieskatu savā kulinārajā kultūrā. Nenovērtējot par zemu izklaides nozīmi tūrismā, mēs ar saviem viesiem caur kulināro tūrismu varam runāt arī par tādām svarīgām un nopietnām tēmām kā dzīvnieku labklājība, bioloģiskā saimniekošana, veselīgs uzturs, cieņa pret ēdienu, dzīves iespējamība lauku reģionos, taisnīga tirdzniecība un saudzīga attieksme pret dabu.

Kulinārais tūrisms ir: bioloģisko un ražošanas saimniecību apmeklējumi; rokdarbu un lauku pārtikas veikalu un gadatirgu apmeklējumi; ar pārtiku saistītu muzeju apmeklējumi (piensaimniecības muzejs, alus darītavas muzejs u.c.); ēšana dažādās ēdināšanas vietās no mājas virtuves līdz atzītiem gardēžu restorāniem; degustācijas; ar pārtiku saistītu izstāžu, tirgu, svētku apmeklējumi (Ābolu svētki Dobelē, Nēģu svētki Carnikavā); pārtikas gatavošanas demonstrācijas un kursi; meistardarbnīcas dažādu izejvielu iepazīšanai, pārtikas gatavošanas tehnoloģiju vai ēdiena uzglabāšanas apguvei; ar pārtiku, ēdiena gatavošanu un pasniegšanu saistītu izstrādājumu prezentācija un pārdošana; recepšu konkursi; pārtikas gatavošanas konkursi (grilēšanas festivāls, kūku vai vīnu konkursi); ar lauku darbiem, gadalaikiem, personiskās dzīves notikumiem un svētkiem saistītu ēdienu un tradīciju iepazīšana; ražas novākšanas talkas; sava siera, maizes, konservējumu u.c. gatavošana ražošanas saimniecībās tradicionālā vai inovatīvā veidā; pikniki; ogošana, sēņošana, medības vai zveja kopā ar maltītes gatavošanu no gūtajiem produktiem u.c.

Kulinārais tūrisms ir kļuvis tik svarīgs, ka tam pielāgojas arī tūrisma mārketinga – ceļojuma galamērķu izvēli bieži ietekmē tieši ēdiens. Ēdienu un dzērienu ražotājiem tas nozīmē lielisku iespēju uzņemt viesus un pārdot savus izstrādājumus kā reģionāli unikālus un vērtīgus pārtikas suvenīrus.



Ražotāju iedvesmas stāsti

„Nornieki” ir Latvijā lielākā strausu ferma, kas atrodas netālu no Kuldīgas. Saimniecībā ir vairāk nekā 100 strausu un Āfrikas būru šķirnes kazu. „Nornieki” dibināti 2005. gadā, savukārt pirmie strausi iegādāti 2011. gadā. Saimniecības pamatdarbība ir strausu un kazu selekcija un gaļas tirdzniecība.

Saimnieki ar prieku gaida apmeklētājus, lai iepazīstinātu un ļautu atklāt strausu un kazu gaļas produkciju un citus produktus. Ražošana ir pakārtota ilgtspējīgas saimniekošanas principiem. Saimniecības apmeklētājiem nogaršošanai tiek piedāvāti dažādi izstrādājumi no strausu gaļas un olām, sātīgus ēdienus, kā arī radošās darbnīcas. Apmeklētāji paši uz savas ādas var izmēģināt no strausu taukiem gatavotus krēmus un ziepes.



Bioloģiski aktīvie tauki mitrina un atveseļo sausu, saplaisājušu vai saulē apdegušu ādu, mazina ādas kairinājumu un niezi. Krēmi un ziepes ir piemēroti gan sejai, gan visam ķermenim. Strausu tauku ziepes labi puto un šķīdina netīrumus. Visus saimniecībā ražotos izstrādājumus ir iespējams iegādāties līdzņemšanai.

Papildus saimniecības apmeklējumam populāras ir arī radošās darbnīcas (tikai iepriekš piesakot vizīti):

- Rakstāmriku darināšana no strausu spalvām un pērlītēm;
- Rotu darināšana no strausu spalvām, mežģīnēm un lentītēm;
- Saprņu ķērāju veidošana ar strausu spalvām un pērlēm.

Tartu apriņķī atrodas siera ražotne „Andre Farm”, kur govīs sauc par Raibaļām, tās lutina ar apskāvieniem un ar tām kopā meditē. Govīs šeit ir iemiļojušas cilvēkus, jo viņi dara visu iespējamo, lai dzīvniekiem būtu laba un droša vide.

Papildus siera ražošanai no Raibaļu piena, jo „tapšana par sieru ir katra piena sapnis”, ferma aicina pēc iepriekšēja pieteikuma doties maksas ekskursijā pa saimniecību un piedalīties degustācijās. Siera degustācija ir apvienota ar piemeklētām piedevām un dzērieniem. Saimniecības veikals ir atvērts katru dienu no plkst. 10:00 - 18:00. „Andre Farm” siera cienītāji zina, ka īpaši savdabīgu vai vērtīgu sieru produkcijas ir tik mazas, ka tās var nopirkt tikai saimniecībā. Papildus sieri, saimniecības veikalā ir nopērkami arī reģiona labākie rokdarbi un pārtikas suvenīri.



2018. gadā „Andre Farm” apmeklēja vairāk nekā 3000 cilvēku, vēl 6500 apmeklētāju ieradās atvērto saimniecību dienā un veikalā. Pēc saimnieces Erikas Pēbuses vārdiem, saimniecības apmeklējums ir lētākais mārketinga kanāls, jo tie, kas ierodas, iepazīst gan vidi, kur aug dzīvnieki, gan dažādas siera garšas. Tā kā sieru šeit ražo piecus gadus, saimniecība aug kopā ar tās produkcijas patērētājiem. Tiešu atgriezenisko saikni par vēl attīstāmajām siera šķirnēm sniedz apmeklētāji un *HoReCa* (viesnīcas, restorāni, ēdināšana) sektora lietpratēji. Saimniecība piedalās arī dažādos starptautiskos siera konkursos. 2018. gadā ASV notikušajā *World Championship Cheese* konkursā *Andre Grand Old* siers ieguva 99,15 punktus un *Andre Excellent* – 99,35 punktus no 100. „Andre Farm” vēsture ir iespaidīga. Pašreizējais saimnieks Aivars Alviste ar ģimeni ir jau piektā novatoriski domājošo saimnieku paaudze saimniecībā. Tās vēsturi apmeklētājs iepazīst caur lauksaimniecības darbarīku

ekspozīciju. Apmeklētājus piesaista cieņa pret dabu, dzīvniekiem un pārtiku, funkcionālā vide, fermas godīgā un komunicēt gatavā darba saime. Pašu rūpīgi uzturētie un lutinātie dzīvnieki, kvalitatīvā lopbarība un mīlestība pret sieru liek apmeklētājiem meklēt „Andre Farm” gardos produktus arī piemājas veikalā.

Padomi un ieteikumi

- Lai apdomātu labas idejas tūrisma produkta attīstībai, iesakām paņemt pusi dienas ilgu patīkamas atpūtas brīdi, lai pasapņotu.
- Kad un ko darot bijāt tik laimīgi, ka aizmirsāt par apkārtni? Pierakstiet piecas darbības. Vai kāda no šīm darbībām var kļūt par attīstīšanas vērtu piedāvājumu apmeklētājiem?
- Kādā gadalaikā, nedēļas dienā, pulksteņa laikā no Jūsu ražotnes viedokļa būtu labi saimniecībā uzņemt viesus? Vai esiet apsvēruši iespēju viesiem apmeklēt saimniecību agri no rīta vai īpašus pasākumus naktī? Esiet radoši, izdariet kaut ko pavisam atšķirīgu no ierastā!
- Vai un kad Jums nepieciešamas palīdzīgas rokas ražas novākšanai, iepakojšanai vai kādam citam lielākam darbam? Vai šo darbu varētu paveikt arī tūristi? Kāda instruktāža, aprīkojums, atbildība vai dokumenti (piemēram, veselības izziņa vai līgums) nepieciešami, lai piedāvātu brīvprātīgu, neapmaksātu darba pieredzi? Kādi ir riski? Kur atrast partnerus?
- Kādu ar ēdienu saistītu pakalpojumu paši esiet izmantojuši un ļoti izbaudījuši? Vai un kā šādu piedzīvojumu variet pielāgot savam uzņēmumam?
- Rūpīgi ieklausieties, kādas idejas ir Jūsu ģimenes locekļiem, bērniem, darbiniekiem, izplatītājiem un apmeklētājiem, lai vēl labāk varētu iepazīstināt viesus ar savu uzņēmumu. Pielāgojiet idejas darbībai tā, lai rezultātā izpaustos mūsu nacionālais domāšanas veids un pārtikas kultūra.





• 3 •

DALĪŠANĀS VĒRTĪBĀS AR APMEKLĒTĀJIEM

Ar rokām gatavota ēdiena pamatā galvenokārt ir tā darinātāja mīlestība un aizrautība ar izejvielām, tehnoloģijām vai specifiskām ēdiena īpašībām. Lai atrastu savu lojālo pircēju, ir svarīgi dalīties ar ēdiena un dzēriena īpašajām vērtībām, ņemot vērā dažādu patērētāju grupu vajadzības.

Kulināro tūristu vidū ir gardēži, kuri meklē īpašas garšas, un, kuriem ir svarīga ar ēdienu saistītā estētika un kultūra. Ēdienu cienītājam, sarunvalodā sauktam par fūdiju, hobijs ir viss, kas saistīts ar ēdieniem, dzērieniem un uzturu. Fūdiji galvenokārt vēlas aktīvi piedalīties ēdiena gatavošanā, dalīties ar savu pieredzi, fotogrāfijām, domām un uzskatiem par ēdienu sociālajos tīklos vai kādā no daudzajiem ēdienu blogiem. Ceļotāju vidū ir arī tādi, kas vēlas ātri un efektīvi piepildīt savu vēderu, taču ir arī cilvēki ar konservatīviem garšas un patēriņa ieradumiem, kas arī ceļojuma laikā dod priekšroku pazīstamiem un tradicionāliem ēdieniem. Aizvien vairāk ir to pārtikas piekritēju, kuri domā par veselīgu uzturu. Cilvēkus interesē pārtikas preču un izejvielu izcelsme, ietekme uz vidi, gatavošanas veids un ar pārtiku saistītie galvenie ieradumi.

Visā pasaulē cilvēki aizvien vairāk naudas tērē ēšanai ārpus mājām, veselīgam uzturam, vietējiem un ar rokām darinātiem pārtikas produktiem. Lai iepazītu pārtikas vai savu iecienītāko ēdienu izcelsmes stāstu, cilvēki ceļo. Ceļojuma laikā ēdieniem un dzērieniem tiek veltīta vairāk nekā trešdaļa no visa ceļojuma budžeta. Aizvien vairāk tiek novērtēta iespēja iegādāties produkciju no mazajiem un īpašas pārtikas ražotājiem, kulinārā mantojuma nesējiem un ciemu kopienām, turklāt tas tiek darīts tieši, bez starpniekiem. Vairāk nekā puse ceļotāju vēlas izmēģināt vietējās tradicionālās garšas, redzēt vai iemācīties kaut ko jaunu un īpašu. Un lai pēcāk dalītos ar tuviniekiem, viņi ceļojumos iegādājas reģionam raksturīgus īpašus pārtikas suvenīrus un dzērienus.

Kulinārais tūrists

Taupīgs tūrists, kurš dod priekšroku mājas garšām:

- Svarīgas dažādas izklaides, kurās ietverta ēšana;
- Konservatīvs, dod priekšroku jau zināmam ēdienam

Pazīstamu garšu cienītājs:

- Meklē iespējas izkļūt no ikdienas rutīnas
- Izvēloties ēdienu un ēšanas vietu, svarīgāka ir ērtība un viegla pieejamība

Novērtē piedzīvojuma pieredzi:

- Meklē jaunu pieredzi un aizraujošus piedzīvojumus
- Vēlas iepazīt reģiona tradīcijas un izprast vietējo kultūru

Modes tendenču informēts jaunumu meklētājs:

- Seko ēdienu modei un gastronomiskajām tendencēm
- Ceļo ar vēlmi izmēģināt īpašas garšas, ir gatavs eksperimentiem

Autentisku vietējo ēdienu meklētājs:

- Personība ietekmē arī ēšanas paradumus un autentiskuma izvēli galamērķī
- Var pats sagādāt, vākt, nozvejot, gatavot produktus

Kulinārais tūrists gūst pieredzi un atklāj galamērķa kultūru galvenokārt caur ēdienu. Šāds tūrists lielākoties pats izvēlas ceļojuma galamērķi un vietas, ko vēlas apmeklēt. Cilvēki aizvien vairāk ceļo, lai gūtu pieredzi, kas saistīta ar noteiktu garšu un autentisku ēdienu.

Preču un informācijas piesātinātības laikmetā lēmuma pieņemšana par ceļojumu un pirkumu strauji mainās atbilstoši jaunās, aizraujošās informācijas ieguvei. Par iegādājamu vērtību ir kļuvusi saziņa, pieredze, garšas un piedzīvojums, kas gūstams no autentiska un tradicionāla ēdiena un tā gatavošanas.



Ražotāju iedvesmas stāsti

„Adzelveši” ir vecsaimniecība, kurā jūtama maģiska vēsturiskā atmosfēra. Tā atrodas Ziemeļvidzemē pie Burtnieku ezera. Papildus labības audzēšanai, saimniecībā ir arī citi darbības virzieni: tiek audzēti kartupeļi, pupas, kaņepes un sertificētas mauriņa sēklas.

Saimniecības apmeklētāji galvenokārt interesējas tieši par kaņepju audzēšanu

un kaņepju izstrādājumiem, taču pievilcīgs viņiem šķiet arī saimniecības izstarotais senatnīgais cienīgums.

„Adzelvešu” sēta pirmo reizi avotos pieminēta jau 1542. gadā. Daudzas vēsturiskās ēkas ir saglabājušās sākotnējā veidolā, sētā eksponēta bagātīga, gadsimtiem sena darbarīku un sadzīves priekšmetu kolekcija. Visa šī iespaidīgā un daudzpusīgā vēsture piesaista saimniecības apmeklētājus. Šeit ir iespējams iepazīt seno lauku sētu, ieskatīties kūtī un nonākt gadsimtiem vecas autentiskas saimniecības ielokā. Ekspozīcija, kas iepazīstina ar aizraujošo kaņepju audzēšanas vēsturi, aizved apmeklētājus atpakaļ laikā. Tie, kuri vēlas, var apgūt aizmirstībā nonākušas senās prasmes, piemēram, miežu iesala malšanu. Ir iespējams piedalīties kaņepju degustācijā: šeit var salīdzināt smalko un rūgto kaņepju, svaigu un jau grauzdētu kaņepju sēklu, kaņepju salātu un svaigi spiestas kaņepju eļļas aizraujošo garšu. Protams, visi kaņepju izstrādājumi tiek gatavoti no saimniecības laukos augošajām kaņepēm. Tās audzē lielās platībās, un šie kaņepāju lauki vien ir apskates vērti.

www.adzelveisi.lv



Viljandi apkaimē atrodas uzņēmums „**Mulke Crisps OÜ**”, kas gatavo čipsus no dārzeņiem. Izstrādājumu klāstā ietilpst astoņas dažādas čipsu šķirnes, kuru pagatavošanā tiek izmantoti burkāni, kāļi, sarkanās bietes, dzeltenās bietes, rutki un kartupeļi.

Īpaša un ļoti igauniska delikatese ir skābo kāpostu čipsi. Skābētos kāpostus iepriekš apcep eļļā un pēc tam žāvē. Uzņēmuma mērķis ir ražot kvalitatīvas un veselīgas uzkodas no Igaunijā radītām izejvielām, kas būtu alternatīva parastajiem kartupeļu čipsiem. Sarkano biešu čipsiem 2015. gada rudenī piešķirta „Atzīta Igaunijas garša” (*Tunnustatud Eesti Maitse*) izcelsmes un kvalitātes zīme. Sarkano biešu čipsus vislabāk pasniegt ar mīkstu un svaigu Igaunijā tapušu sieru un Igaunijā spiestu ābolu sulu.

„Mulke Crisps OÜ” čipsi Igaunijā atrodami *Maksimarket* veikalos, lielākajos *Konsum* veikalos, *Premium 7* un *Olerex* degvielas uzpildes stacijās, *Stockmann* un citur. Uzņēmuma darbība ir labs piemērs, kā radīt un izmantot sadarbības iespējas. Kopā ar citiem mazajiem uzņēmējiem tika izveidota *Mulgi novada Mazo ražotāju apvienība* – sadarbības padome, kuras mērķis ir īstenot kopīgas aktivitātes *Mulgi novada mazo ražotāju konkurētspējas stiprināšanai*. Jau gadiem sadarbībā ar gidiem un tūrisma firmām tiek piedāvātas ekskursijas, kas ietver uzņēmumu apmeklējumus un degustācijas. Tā kā reģiona apmeklētājs isā laikā vēlas apskatīt un piedzīvot pēc iespējas vairāk, *Mulgi alusdarītavā* līdz ar pusdienām pie alus tiek piedāvāta ar dārzeņu čipsu degustācija. Maltītē, protams, tiek pasniegta vietējā *Mulgi novada putra!*



Padomi un ieteikumi

- Noformulējiet paši sev, kāpēc Jūs darbojaties pārtikas ražošanas jomā!
- Aprakstiet gardēžiem savu izstrādājuma garšu, struktūru, smaržu, izskatu u.c.
- Izskaidrojiet ēdiena cienītājiem ar savu izstrādājumu saistītās darbības un iespējas.
- Piedāvājiet patērētājam, kurš interesējas par veselīgu uzturu, ar savu izstrādājuma veselīgumu saistītus pierādāmus faktus vai ticējumus.
- Izanalizējiet Jūsu ražošanas ietekmi uz vidi, dabu, kopienu, kultūru.
- Uzklusiet savus patērētājus: pie rakstiet vārdus un izteicienus, lai vēlāk to varētu izmantot mārketingā.
- Izmantojiet iepriekš izveidotos aprakstus un argumentus dažādos sociālajos medijos, izstrādājumu aprakstos, interneta vietnēs un intervijās.





• 4 •

STĀSTU STĀSTĪŠANAS MĀKSLA

Ceļojot mēs vērojam dabu, laika apstākļus, arhitektūru, cilvēkus un piedalāmies dažādās aktivitātēs, taču interpretējam redzēto, pamatojoties uz iepriekšējām zināšanām un pieredzi. Lai labāk izprastu vietējos apstākļus, ceļotājam nepieciešami vietēji stāsti un kāds, kas tos var izstāstīt.

Pārtikai un dzērieniem no likumu prasībām izrietošie skaidrojumi par izstrādājuma sastāvu un citām līdzīgām lietām tiek norādīti uz iepakojuma. Domājot par reģiona apmeklētājiem, vienmēr paliek aktuāls jautājums, kādā apmērā būtu saprātīgi saviem izstrādājumiem pievienot informāciju svešvalodā. Skaidrs, ka mazā ražotāja reklāmas iespējas būs ierobežotākas salīdzinājumā ar lielajiem uzņēmumiem. Uzņēmēja interesēs ir iepazīstināt, nodrošināt efektīvu mārketingu un runāt par savu produktu tā, lai patērētājs paliktu ražotājam uzticīgs arī tad, ja produkta ieguvē nepieciešams piepūlēties: pasūtīt e-vidē, doties pēc pārtikas uz saimniecību, braukt uz lauku produktu veikalu citā pilsētas daļā u.c.

Ievērojami vieglāk ir prezentēt savu izstrādājumu un nostiprināt tā garšu patērētāja atmiņā, stāstot ar izstrādājumu saistītus stāstus tieši uzņēmumā. Cilvēki, kas pavadījuši aizraujošus brīžus Jūsu uzņēmumā, ir Jūsu stāsta izplatītāji, vēstnieki, kas tā vērtību daudzārt pastiprina. Turklāt informācija, kas tiek nodota no mutes mutē, joprojām ir uzticamākais mārketinga kanāls. Pozitīvi nostrādā arī pavadītais laiks, ko klients pavada esot tiešā vai netiešā kontaktā ar ražotāju. Informācija tiek iegūta uzņēmuma interneta vietnē vai sociālajos tīklos, piesakot apmeklējumu, klients sazinās ar uzņēmuma darbiniekiem, braucienā uz vienu konkrētu uzņēmumu izveidojas arī pilnvērtīgāks priekšstats par visu reģionu un tā dzīvesveidu. Pēc brauciena šo saikni pastiprina dalīšanās

ar iespaidiem sociālajos tīklos, fotogrāfiju un video rādīšana tuviniekiem un nopirkto izstrādājumu lietošana kopā ar draugiem, kas, savukārt, arī ir informācijas nesējs. Visa saziņa nostiprina produkta un prečzīmes tēlu patērētāja atmiņā, ja produkta identitāte un specifika ir skaidra, atmiņā paliekoša un ieraugāma ikvienā mārketinga darbībā.

Visnoturīgāko saikni ar izstrādājumu (protams, arī pašam izstrādājumam jābūt lieliskam!) patērētājam rada emocionāli aizraujoši stāsti. Stāstu stāstīšana mazam uzņēmumam ir viena no galvenajām biznesa prasmēm. Labs stāsts atklāj ražotāja un produkta vērtības, piedāvā jaunatklājumu prieku un ir cilvēciski aizraujošs – tas paliek apmeklētājam atmiņā!



Ražotāju iedvesmas stāsti

„Upmaļi” ir vides un veselības saimniecība, tēju zīmola *AnnA Bergmans* mājvieta, saimniecība, kurā tiek audzētas tējas un ārstnieciskie augi.

Upmaļu saimniecībā apmeklētājiem atvērti gleznainās Īvandes upes lokos izveidotie dziedinošie dārzi – ar septiņiem tiltiem savstarpēji savienotu dārzu un parku zona,

kas izveidota apmeklētāju vajadzībām, lai viņi atklātu savu čakru spēku un tās stiprinātu, uzlabotu veselību, gūtu labu pašsajūtu un dzīvesprieku. Daudzus patīkamus brīžus veselības atgūšanai, baudīšanai un dzīves spēka atjaunošanai dāvā ārstnieciskās tējas, pirts, relaksējoša masāža, mūzikas terapija un, pats par sevi saprotams, tase tējas.

AnnA Bergmans zāļu tēju zīmols uzsāka darbību 2000. gadā. 2015. gadā tēju un garšvielu maisījumu klāstu papildināja daudzi citi no ārstnieciskajiem augiem un garšaugiem gatavoti izstrādājumi: balzami, hidrolāti jeb ziedūdeņi un krēmi. Aizvien plašāku popularitāti gūst gan pieaugušajiem, gan bērniem un jauniešiem paredzētas ekskursijas un semināri, kas iepazīstina ar augiem un to ārstnieciskajām īpašībām.

<http://anna-bergmans.eu>



Uzņēmums „**Höbekala köök**” (Sudraba zivs virtuve) Igaunijas Hījumā salā no vietējām zivīm gatavo produktus pārdošanai mazākos veikalos, kā arī tieši pasūtītājam. Zivju virtuve izveidota ar domu gūt stabilākus ienākumus visa gada garumā, it īpaši tūrisma nesezonā no rudens līdz pavasarim, kad Hījumā salā valda klusums.

Kopš 2016. gada rudens Kergesārē no vietējo zvejnieku ķertajām zivīm tiek izgatavoti produkti pārdošanai Hījumā salā un kontinentā. Zivis tiek kūpinātas, marinētas, sālītas un iepakotas. Sīpolu, sinepju, citrusaugļu un kadiķu reņģes pārdod Tallinā, Tartu, Hāpsalu, Pērnavā un citur. No ālanta filejas gatavotais ēdiens ākine (pēc senas zvejnieku receptes sālītas zivis), ālanta maltā gaļa, fileja un dažādas kūpinātas zivis ir pieejamas arī pēc iepriekšēja pasūtījuma. Atbilstoši sezonai, produktu klāstu papildina piparu ķilavas, asara fileja, butes, vējzivis u.c. Zivju izstrādājumu klāsts tiek piedāvāts arī restorāniem un viesnīcām, ēdināšanas pakalpojumu sniedzējiem, arī dažādiem pasākumiem. Visjaukāk, pēc “Höbekala köök” saimes domām, tomēr ir iegādāties prāmja biļeti un makšķerēšanas atļauju Kivi kotti (Ne asakas). Papildus aizraujošajai zvejai profesionāla zvejnieka pavadībā un zvejnieku stāstiem, tūrists, kurš ieradies uz zveju, var izjust fizisku slodzi, gumijas biksēs kilometriem ejot pa slidenajiem akmeņiem vai līdz ceļgaliem stampājot pa

dūņām. Uzturēšanās dabā arī sniedz vairāk skaistuma acīm un veldzējuma dvēselei – agrā rīta klusums un atmoda, putnu rīta sveicieni, stīrnas, lapsas un daudzi citi meža dzīvnieki, kas dzīvo ikdienas ierastajā ritumā. Nereti zvejnieks atklāj, ka makšķerē zivis kopā ar ūdeni padzerties atnākušū alni.

Iešana jūrā notiek ar zvejas laivu, kurā ietilpst 4–5 cilvēki. Iespējams makšķerēt arī pie upēm, kur reizēm cilvēku ir tikpat daudz kā dziesmu svētkos – kad ir raudu laiks, puikas vairs nenoturēt skolā un pat vecāki zvejnieki dodas uz upmalu, lai peldinātu sliekas. Ja pašam ķert zivis šķiet pārāk ekstrēmi, var sekot jaunumiem uzņēmuma Facebook lapā un doties uz ostu, lai nopirktu svaigas zivis. „Höbekala

köök” ir labs mazo uzņēmumu sadarbības piemērs. No mīlestības un cieņas pret Hījumā salas vietējiem ēdieniem, kā arī, lai godātu mazo pārtikas ražotāju un zemnieku darbu, katru mēnesi tiek sastādīti Hījumā labāko produktu piedāvājumi MTÜ Hiiukala pastāvīgajiem klientiem un citiem Tallinā dzīvojošiem interesentiem, kuriem sūtījums tiek piegādāts mājās. Pārtikas kastes saturs ir atbilstošs sezonai. Kastē klients vienmēr atradīs dārzenus, svaigu maizi un lauku olas. Zivju un gaļas klāsts mainās atbilstoši tam, kas attiecīgajā brīdī ir pieejams. Pievienots tiek arī kāds skaists rokdarbs vai dizaina elements! Tiek ņemtas vērā arī vegānu vēlmes un vajadzības.



Padomi un ieteikumi

- Jums noteikti bieži ir jāstāsta par sava izstrādājuma vēsturi. Ieklausieties savā stāstījumā ar apmeklētāja ausīm, cieniet apmeklētāja laiku un sekojiet viņa interesēm.
- Sadaliet sava izstrādājuma stāstu daļās: Jūsu ģimene, dzīves stils, izejvielas, partneri, receptes, gatavošana, iepakojums, mārketingas, izstrādājuma vēsture reģionā u.c.
- Par katru tēmu izveidojiet 2–3 teikumus garu, pārdomātu stāstu, ar kuru arī atbildat uz iespējamajiem jautājumiem. No šiem stāstiņiem dažādām apmeklētāju grupām variet arī izveidot dažāda garuma prezentācijas ar attiecīgiem uzsvāriem.
- Pārdomājiet pārvietošanās ceļu uzņēmumā. Kāda vides, skatu, smaržas, taustes un garšas pieredzēšana vislabāk pastiprina attiecīgo stāstu? Veidojiet emocijas apzināti.
- Lai klausītājus personiski uzrunātu ar stāstu, vajadzības vai iespējas gadījumā izmantojiet izloksni, vārdus, brīžus no sava dzīvesstāsta, ievijiet spēcīgas emocijas un humoru. Tomēr dariet to īsi!
- Bieži atkārtojiet izstrādājuma nosaukumu, Jūsu vērtīgāko izejvielu, tehnoloģiju, preču zīmes nosaukumu. Ir svarīgi sākt teikumu ar vārdiem, kurus vēlaties iekalt apmeklētāja atmiņā.
- Stāstījumā ir skaidri jāpasaka, vai balstāties uz zinātni, vēsturi, pieredzi, ģimenes tradīcijām vai ko citu. Piemēroti ir sakāmvārdi, kas nodod tālāk vērtības vai liek aizdomāties, teiku, nostāstu vai joku stāstu īsi kopsavilkumi.
- Izmantojiet pauzes apzināti. Nodaliet ievadu, pašu stāstu, jēgu, kopsavilkumu. Apzināti izmantojiet runas tempa un balss stipruma variācijas. Labā stāstā var būt pat divi kulminācijas brīži!
- Iesaistiet apmeklētājus, ļaujot viņiem kaut ko aptaustīt, pasmaržot, pagaršojot salīdzināt, pašiem kaut ko pamēģināt utt.
- Vienmēr pielāgojiet savu stāstu apmeklētāju tautībai, iepriekšējām ziņāšanām, vēlmei klausīties!



• 5 •

SADARBĪBA, KULINĀRIE CEĻI UN PASĀKUMI

Viens no vērtīgākajiem mazā ražotāja resursiem ir laiks. Lielākais laika ietaupījums rodas sadarbībā, kas apmierina gan uzņēmēja, gan reģiona intereses, piesaistot privātā vai publiskā sektora vai, ja iespējams, Eiropas Savienības atbalstu. Neiztikt arī bez attīstības veicināšanas un mārketinga nolūkā iesaistītiem lietpratējiem. Sadarbība ir veiksmīgāka tiem uzņēmumiem, kas paši iegulda tajā savas idejas un laiku.

Sadarbības iespējas tūrisma uzņēmējiem un mazajiem ražotājiem Latvijā piedāvā Lauku atbalsta dienests. Lauku atbalsta dienests (LAD) ir valsts tiešās pārvaldes iestāde, kas ir atbildīga par vienotu valsts un Eiropas Savienības (ES) atbalsta politikas īstenošanu Latvijā, uzrauga normatīvo aktu ievērošanu lauksaimniecības jomā un pilda citas ar lauksaimniecības un lauku atbalsta politikas realizāciju saistītas funkcijas. Atbilstoši savai kompetencei LAD administrē valsts atbalstu un Eiropas Savienības atbalstu laukiem, lauksaimniecībai, mežsaimniecībai, zivsaimniecībai un daudz citās nozarēs - pieņem un izvērtē iesniegumus atbalsta saņemšanai, pieņem lēmumu par finansējuma piešķiršanu vai atteikumu to piešķirt, lemj par atbalsta izmaksu vai atteikumu to izmaksāt un veic izmaksātā atbalsta uzskaiti un izlietošanas kontroli.

Dažādus kulināros reģionus un produktus lielākai patērētāju grupai palīdz atklāt uz lielāku patērētāju grupu orientēti un ar izklaides elementiem papildināti festivāli un gadatirgi. Gadatirgu kalendāri visa gada garumā piedāvā dažādu tematiku pasākumus. Pārtikas un dzērienu ražotājam būtu vērts tajos, kur ir vislielākā iespēja satikt tieši savu patērētāju. Piedaloties lielākos un tālākos pasākumos, ir vērts apsvērt kopīgu pārdošanas un degustācijas zonu izveidi, sadarbojoties ar citiem sava reģiona uzņēmumiem. Reizēm pārtikas un dzērienu pārdošana vai iepazīšanās pasākumi labi darbojas,

piemēram, antikvariāta vai tehnikas izstādē, kur pārtikas un dzērienu piedāvājums ir mazāks, līdz ar to preces labāk paliek atmiņā.



Padomi un ieteikumi

- Kulinārā tūrista iecienītākā vieta ir vietējais tirgus. Tirgus – tas arī ir cilvēku domāšanas veids, vietējās preces, garšas, smaržas un balsis. Vai Jūsu produkti ir pieejami vietējā tirgū? Vai Jūsu reģiona tūrisma izdevumos ir pieejami vietējā tirgus attēli un darba laiks?
- Apsveriet iespējas savā uzņēmumā noorganizēt kādu savdabīgu pasākumu vismaz reizi gadā. Jauki, ja tas kļūtu par tradīciju. Pasākums var būt neierasts vai sirsnīgs, koncerts vai deju svētki, mākslas projekts, komercizstāde vai amatiermāksla. Bieži vien tieši šādus pasākumus vēlāk publicē medijos, veidojot saikni ar uzņēmumu, kas ietekmē turpmāku interesi par produktiem.
- Ar ēdienu gan nespēlējas, taču kādas aizraujošas spēles, sacīkstes un mākslas darbus varētu izveidot no Jūsu produkcijas vai izejvielām. Pasaules slavenas ir tomātu cīņas Spānijā un pasaules meistarsacīkstes jēlu olu mešanā. Ar kādu savādu ideju Jūs varētu padarīt slavenus savus pārtikas izstrādājumus?
- Piedalieties dažādos vietējos vai starptautiskos konkursos, aklās nogaršošanas konkursos, festivālu degustācijās un prezentējiet rezultātus savos reklāmas kanālos.
- Vienojieties ar vietējo pārtikas veikalu par reģionālo izstrādājumu plauktu, vietējās pārtikas marķējumu un pārtikas izstādīšanas laikiem.
- Pievilcīgs produkta iepakojums aizvien piesaista skatu un rosina to iegādāties. Iepakojumā jāizmanto reģionam atbilstoši raksti un krāsas, vietējā savdabība un pārsteigumi. Labs iepakojums pauž izstrādājuma, ražotāja un reģiona stāstu. Pārtikas un dzērienu izstrādājumiem varētu būt arī kāds ekskluzīvāks dāvanu iepakojums, kas būtu izmantojams arī tukšā veidā un ko patērētājs varētu lietot ilgāku laiku.



Ražotāju iedvesmas stāsti

Ražotne „Sula” ir Libertu ģimenes bērzu sulas vīnadarītava. Linarda Liberta aizraušanās ar bērziem un bērzu sulu ir pāraugusi reālos produktos - raudzētos bērzu sulas dzērienos, vīnos, limonādēs un sīrupos.

Uzņēmuma ražotā saldētā bērzu sula kalpo par izejvielu kosmētikas rūpniecībā un citiem dzērienu ražotājiem. Bērzu sula ir izsenis pazīstamas veselīgs dzēriens ar daudz labām īpašībām. Desmit darbības gadu laikā Libertu ģimene ir novērojusi bērzu sulas un no tās gatavoto izstrādājumu popularitātes kāpumu. Īpaši eksotiska bērzu sula šķiet ārzemniekiem, kas neko tādu iepriekš nav garšojuši. Apmeklētāji tiek gaidīti uz ekskursiju un degustāciju saimnieka paša būvētajā mūsdienīgajā pagrabā, vienlaikus klausoties saimnieka stāstus un daloties mīlestībā pret bērzu sulu.

Komunikācija ir ļoti pozitīva, personiska un atvērta. Interneta vietne iedrošina apciemot Libertu ģimeni iepazīties ar



vīnadarītavas produktiem, kā arī iegūtu bērzu sulas ievākšanai nepieciešamās zināšanas un pieredzi. Lai turpinātu bērzu sulas ievākšanas tradīcijas, interesenti var iegādāties bērzu sulas tecināšanai nepieciešamo pieredzi komplektu: urbji, plastmasas caurules, pārtikai un sulai piemēroti plastmasas maisiņi uzglabāšanai, tapas, metāla turētāji. Ar šo pieredzi palīdzību bērzu un kļavu sulu ievākšana kļūst ievērojami vienkāršāka un bērzu sulas dzeršanas tradīcija saglabā dzīvotspēju. Vietnes noformējums ir vienkāršs un melnbalts kā pats bērza koks. Tā satur īsus, informatīvus stāstus gan rakstītā, gan attēlu un filmu veidā.

<http://sula.lv>

Tahkurannas gurķu festivāls ir labs piemērs, kas veidots, sadarbojoties reģionālajā tīklā *Romantiline Rannatee* (Romantiskais piekrastes ceļš).

2019. gadā festivāls norisinājās jau desmito reizi. Svētki motivē kopienu pulcēties un kopīgi darboties. Pateicoties festivālam, Romantiskā piejūras ceļa reģionā ir attīstījušās kopienas virtuves, mazi un savdabīgi pārtikas, dzērienu un konservējumu ražotāji. Meistardarbnīcās cilvēki mācās cits no cita, rada vēlmi būt labākiem un uzlabot savus produktus. Ar svētku palīdzību, Tahkurannas mazo ražotāju laipnība nonāk patērētāju sirdīs, savukārt izstrādājumi – uz viņu virtuves galda.

Gurķu festivāls, kas notiek Igaunijas Neatkarības atjaunošanas dienā – 20. augustā –, Tahkurannā nenorisinās nejauši. Šeit gurķus sāka audzēt jau 1870. gados. Pusgadsimtu vēlāk, „Metstes” saimniecības saimnieks Johans Akermans selekcionēja vietējo gurķu šķirni ‘Tahkuranna murom’. Līdztekus gurķiem, kā jau tas raksturīgs Romantiskajam piejūras ceļam, šajos svētkos tiek godātas zivis un rokdarbi. Garo festivāla dienu piepilda gurķu konservu meistarklases, degustācijas, labāko gurķu konservu konkurss, gadatirgus, izklaides bērniem un jauniešiem, kā arī koncerti un uzstāšanās.

www.kurgifestival.ee

Padomi un ieteikumi

- Izanalizējiet no Jums pusstundas auto brauciena attālumā esošo tūrisma uzņēmumu darbību (izmitinātāji, ēdinātāji, pasākumu organizētāji). Sastādiet sarakstu ar tuvākās apkaimes vietām, ko apmeklē cilvēki un kur Jūs labprāt vēlētos redzēt lietojam Jūsu produktus un otrādi.
- Iesākumam izvēlieties ap desmit uzņēmumu, ar ko mēģināsiet sākt sadarbību. Vai Jūsu izstrādājumi var noderēt viņu brokastu galdam? Kāda ēdiena piedevās vai pamata izejvielai var izmantot Jūsu produktu? Vai Jūsu produktu ikdienā var pārdot pie kāda no šiem uzņēmējiem vai, piemēram, piedāvāt iepriekš pasūtītu Jūsu produkta prezentāciju?
- Varbūt pietiek, ja viesu pārvietošanas zonās ir pieejama rakstiska vai vizuāla informācija arī par Jūsu produktiem un uzņēmuma apmeklējuma iespējām?
- Kādiem uzņēmumiem vai organizācijām Jūsu produkti varētu noderēt kā biznesa dāvanas vai suvenīri? Un otrādi – kā Jūs savā uzņēmumā varētu būt noderīgi citiem? Vai un kā Jūs ieteiktu saviem apmeklētājiem un patērētājiem savus partnerus?
- Sadarbības sākumā ir būtiski iedrošināt vienam otru, runāt par veiksmēm un diskutēt par to, kā panākt labāku rezultātu. Atvēliet laiku komunikācijai ar partneriem.



• 6 •

ESIET AKTĪVI, ESIET REDZAMI, UZTURIET ATTIECĪBAS

Pārtikas un dzērienu ražotājs savā uzņēmumā vēlas redzēt atvērtus, ziņošus un pārtikas izstrādājuma savdabību saprotošus apmeklētājus, kas par izstrādājumu ir gatavi maksāt atbilstošu samaksu. Lai nonāktu pie savstarpējas kopīgas izpratnes, pārtikas un dzērienu ražotājs ar mārketinga palīdzību veido visai personisku un unikālu saikni ar saviem patērētājiem. Galvenās grūtības mazā uzņēmumā var būt laika trūkums, iemaņu un radošuma nepietiekamība.

Mārketingu veido iespēja apmeklējuma laika baudīt ēdienu, kam ir atmiņā paliekošs nosaukums un piemērota cena, kā arī ir pieejama ērta iegādāšanās vieta – šādi pircējam uzreiz rodas skaidra vēlme iegādāties preces. Vissvarīgākā ir saziņa un atzinība, kas patērētājam ir cilvēcīgi nepieciešama. Katrs, kurš ierodīs uzņēmumā vai nogaršojis produktus, var kļūt par vislabāko ražotāja reklāmu vai arī visbargāko kritiķi. Piedāvāji patērētājam iespēju un godu tikt ar uzņēmuma īpašnieku. Ieplānojiet laiku, kad uzklaut patērētāja domas un novērtēt vēlmes attiecībā uz savu produktu vai apmeklējumu.

Dažas reizes gadā starptautiskos, valsts vai vietējos medijos nepieciešams apzināti izplatīt gan attēlu, gan teksta ziņā apetīti rosinošus jaunumus par uzņēmuma produktiem un apmeklētāju atsauksmēm. Bieži tiek izmantota profesionālu žurnālistu palīdzība, lai rosinātu interesi par vietas un produkta unikalitāti un īpašo garšu. Labākie kanāli ir labi pazīstami žurnāli vai informatīva satura televīzijas un radio raidījumi ar garākiem sižetiem. Rediģējot rakstus un sniedzot intervijas, jāuzsver sava uzņēmuma nosaukums un preču zīme tā, lai klientam tie paliktu atmiņā.

Vienu vai divas reizes gadā ir vērts pārskatīt mārketinga aktivitātes un sastādīt mārketinga plānu, kas ietvertu īsu galveno mārketinga aktivitāšu aprakstu. Vajadzības gadījumā jādūdz palīdzība profesionāļiem. Vissvarīgākais ir nodrošināt savas informācijas parādīšanos iespējami augstu

Google meklēšanas rezultātos, vislabāk – pirmajā rādāmajā lapā. Viens no Google kritērijiem ir vietnes atvēršanās ātrums. Tiek sagaidīts, ka vietne atvērsies 2–4 sekunžu laikā. Google bieži tiek meklēta informācija ar atslēgas vārdiem “Top10” un “Kā pagatavot...”. Šādi virsraksti varētu būt arī vietnē un metadatos.

Garāki teksti tīmekļa vietnē vai sociālajos tīklos, ja iespējams, jāsadala daļās, turklāt vissvarīgākā informācija jāsakopo pirmajā rindkopā. Pēdējiem vārdiem pirms rindkopas beigām būtu jārosina, pat jāliek lasīt, skatīties, klikšķināt un dalīties tālāk. Jo skaidrāka ir vietne un vairāk dažādu saišu, jo labāk. Attēli starp teksta daļām sagrupē tekstu, rada emocijas un var saturēt saites uz videofragmentiem YouTube kanālā. Gaidot starptautiskus apmeklētājus, pārdodot savus izstrādājumus ārvalstu tirgū, noteikti nepieciešama iespēja uzņemt informāciju vismaz angļu valodā.

Ļoti svarīgi, lai uz uzņēmuma lapu vestu norādes no ārējiem resursiem. Tas nozīmē, ka kāds ir norādījis uz Jūsu vietni. Lapas, uz kurām nenorāda, neparādās augstu Google meklēšanas rezultātos. Vienojieties ar kaimiņiem reģionā, saviem izplatītājiem un partneriem par to, ka savstarpēji norādīsiet viens otra lapas.

Arī citos vietnes rakstos ievietojiet saites uz lapas saturu. Jo vairāk saišu, jo labāk Google meklētājā rodas saiknes. Šādi meklēšanas pārlūks saprot, par ko šajās lapās īstenībā tiek runāts.

Vietnes saturs jāveido tā, lai ar to būtu viegli dalīties, izmantojot sociālo tīklu pogas. Sociālajos tīklos var aicināt interesentu pievienoties Jūsu e-pastu saņēmēju sarakstam vai apmeklēt lapu. Ar e-pasta starpniecību komunikācija ir personīgāka un tādējādi ar mazāku iesaistīto cilvēku daudzumu var panākt labāku apmeklējumu vai pārdošanas rezultātus. E-pasta vai jaunumu lapas izsūtīšanas biežuma

labā prakse ir viena vai divas reizes mēnesī. Pārdošanas piedāvājuma informāciju var pievilcīgi kombinēt ar daudzveidīgu saziņas stilu, izklaidi un pārsteigumiem. Ir pieklājīgi katras saziņas kopsavilkumā pateikties saviem vēstuļu draugiem, uzacīnāt viesos uz uzņēmumu un lūgt dalīties ar Jūsu informāciju tālāk.

Padomi un ieteikumi

- Pārbaudiet un vajadzības gadījumā atjaunojiet savas interneta vietnes informāciju un fotogrāfijas vismaz reizi mēnesī. Noteikti atjaunojiet vietni, kad maināt izstrādājumus, piedāvājumus, iepakojumu, cenas u.c.
- Par mainījušos informāciju paziņojiet arī visiem sadarbības partneriem, lai informācija par Jums parādītos dažādos avotos. Laiku var ietaupīt, ja partneru, kuriem nepieciešama atjaunotā informācija, e-pasta adreses ir pievienotas e-pastu saņēmēju sarakstam.
- Apkopojiet vietnē attiecīgo blogu, mediju izdevumu, tīklu un pasākumu saites, lai vairotu lapas apmeklējumu un palielinātu lapas atrašanas iespējas meklēšanas pārlūkjos. Ar blogu un rakstu palīdzību veiciniet savu autoritāti.
- Esiet aktīvi sociālajos tīklos vismaz reizi nedēļā. Ierakstiem jābūt daudzveidīgiem un emocionāliem. Rosiniet paust sociālajos tīklos savu viedokli un dalīties pieredzē uzņēmuma apmeklētājus, viedokļu līderus, jaunos un pastāvīgos klientus. Mērķtiecīgi izmantojiet tēmturi #.
- Aiciniet ciemos influencerus un blogu veidotājus.



Ražotāju iedvesmas stāsti

„Abavas vīna darītava” un vīna pagrabs ir Mārtiņa un Lienas Barkānu ģimenes uzņēmums. 2010. gadā izveidotā vīnogulāju plantācija ir lielākā Latvijā, un tajā atrodamas gandrīz 40 vīnogu šķirnes.

Abavas vīna kalns noteikti ir viena no atraktīvākajām vīnogu audzēšanas vietām Eiropas ziemeļos, pateicoties tā atrašanās vietai skaistās Abavas upes senlejas stāvājās nogāzēs. Papildus vīnogām tiek audzētas arī upenes, avenes, zemenes, rabarberi, plūškoki un daudz citu augu. Tas darīts, lai no vietējām izejvielām gatavotu augstas kvalitātes ar rokām darinātus dzērienus, galvenokārt vīnu un sidru. Dzērieni top Ārlavciemā, Tukuma apkaimē, un ir guvuši atzinību daudzos starptautiskos sidra un vīna konkursos.

No maija līdz septembrim apmeklētājiem, iepriekšēji piesakoties, ir iespējams iepazīties ar vīna kalnu un ogu dārziem. Visu gadu ir iespējams iepazīt dzērienu ražošanu, piedalīties degustācijās un apmeklēt vīna pagrabu. Atsevišķs tūrisma produkts

ir ekskursija, kuras gaitā īpašnieki paši izrāda savu uzņēmumu un dalās bagātīgajā pieredzē vīnogu audzēšanā un vīna vai sidra gatavošanā.

Abavas vīna kalna draugu loks un atpazīstamība pieaug gan Latvijā, gan starptautiski. Šeit notiek korporatīvi pasākumi, uzņēmums piedalās izstādēs un dalās sociālajos tīklos ar informāciju par talcām, koncertiem, svētkiem un pasākumiem. Abavas Facebook kontam ir 12 000 sekotāju. Pievilcīgi ir piedāvātie dāvanu komplekti, kas tapuši sadarbībā ar citiem vietējiem uzņēmējiem, un īpaši populāri tie ir pirms Ziemassvētkiem.

www.abavas.lv



Saimniecības „**Tamme**” garšaugu dārzs un saimniecības veikals Pērnavas apkaimē ielūdz interesentus aizraujošajā garšu un smaržu pasaulē. Saimniecības pamatnodarbošanās ir ar lielu mīlestību audzēt garšaugus, ogas un dārzeņus un vietējā saimniecības ražotnē gatavot no tiem garšīgus un veselīgus izstrādājumus.

Pārdošanā ir augu tējas, ogu tējas ar garšaugiem, garšaugu maisījumi, garšaugu eļļas, garšaugu sāls, delikatešu un garšaugu ievārījumi, dāvanu komplekti un čili izstrādājumi. Daudzpusīgajā produktu klāstā savu iecienītāko produktu atradīs gan asi pikantas, gan viegli saldenas garšas cienītāji. Saimniece Heli Viidehofa saimniecības mājaslapā aicina cilvēkus iepazīties ar viņas darbu: “Vasarā gaidīšu jūs ciemos *Tamme* saimniecības garšaugu dārzā, lai iepazītu burvīgi smaržojošos augus. Un uzreiz jūs brīdinu! Garšaugu, aromātisko un ārstniecisko augu audzēšana var būt visai lipīga un radīt atkarību! Augus, kas iepatikušies, tirdzniecības laukumā var iegādāties līdzņemšanai. Tiem, kuri noguruši no garšas klejojumiem, atpūtas brīžiem paredzēta dārza kafejnīca, kurā tiek piedāvāta tēja, kafija un atspirdzinoši dzērieni.”

Garšaugu dārza, stādu tirdzniecības laukuma un saimniecības veikaliņa apmeklējums laikā no maija līdz oktobrim darbadienās no plkst. 9:00 – 15:00 ir bez maksas.

Par maksu tiek piedāvāta smaržas un garšas baudījumu pārpilna pastaiga garšaugu dārzā kopā ar saimnieci. Papildus pastaigai katram apmeklētājam tiek piedāvāta krūze eksotiskas garšaugu tējas. Apmeklētāju vide ir labi pārdomāta, krāsaina un pilna smaržām. Augiem ir pievienotas atraktīvas informācijas plāksnītes. Vienkāršu un mājīgu apkārtnes baudīšanu nodrošina dārza kafejnīca, kurā māla trauki ir dekorēti ar skaistām kresēm. Tās pašas krešu tases ir arī iegādājamas kā suvenīri vai dāvanas. Viss saimniecības izstrādājumu klāsts ir pieejams saimniecības veikaliņā.

Produktus var ērti iegādāties e-veikalā vai visā Igaunijā vairāk nekā 70 tirdzniecības vietās, kuru saraksts ir pieejams interneta vietnē. Saimniecību aicina apmeklēt arī blogs, kurā atrodami uzņēmuma jaunumi, padomi garšaugu audzēšanai un receptes, kurās izmantojami Tamme saimniecības produkti.

<http://tammetalu.eu>

A historical map of the Baltic region, showing parts of Livonia, Estonia, and Latvia. The map is detailed with various place names, rivers, and geographical features. A dark, semi-transparent rectangular box is overlaid on the map, containing text in Latvian. The text is centered and uses a mix of bold and regular fonts. The map's colors are muted, with greens for land and blues for water. The text in the box is white and yellow, providing a high contrast against the dark background.

IEDROŠINĀJUMAM

No sirds pateicamiēs par to, ka bagātināt mūsu galdu ar prieku gatavotiem vietējiem ēdieniem un dzērieniem. Ceram, ka padomu grāmatiņā radāt iedrošinājumu savai ikdienas darba dzīvei, pārmaiņām, radošām idejām un jaunu apmeklētāju piesaistīšanai.

Rosinām pastāvīgi turpināt meklēt veidus, kā dalīties savā mīlestībā pret kvalitatīviem produktiem ar līdzīgi domājošiem un vērtības cenošiem cilvēkiem. Viņi arī ir Jūsu produkta patērētāji un Jūsu labākie reklamētāji. Visas pasaules patērētāji šodien ir tikai vienas labas idejas un viena datorpeles klikšķa attālumā. Būsim redzami un atvērsim savus uzņēmumus apmeklētājiem gan datora ekrānā, gan ikdienā.

Rokasgrāmatas iedvesmas stāsti sniedz tikai nelielu ieskatu plašajā ideju gammā, kas atrodama kulinārā tūrisma tirgū. Jūs noteikti paši turpināsiet iet pa atklājumu ceļu: apmeklēsiet daudzus uzņēmumus un kulinārā tūrisma pasākumus, iepazīsiet interesantas mājas lapas, sociālo tīklu ierakstus un apmeklētāju atsauksmes.

Novēlam daudz iedvesmojošu un spārnotu domu un entuziasmu savu ideju īstenošanā!



Lauku Ceļotājs

www.celotajs.lv

"LAUKU CEĻOTĀJS"
Kalnciema iela 40, Rīga
LV-1046, Latvija
+371 67617600
lauku@celotajs.lv
www.celotajs.lv

 facebook.com/laukucelotajs

 twitter.com/laukucelotajs

