



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

Povzetek operacije: Vodilni partner ART NEPREMIČNINE d.o.o. se želi skupaj s svojimi lokalnimi partnerji na turistični trg dodatno umestiti s prepoznavno turistično ponudbo, ki bo osnovana na inovativnem mrežnem produktu, na odnosu do lokalne ekološke gastronomije, naravne in kulturne dediščine ter družbene odgovornosti.

Mrežo ponudnikov SREČAJmo KRAS – Krasmeet sestavljajo:

1. **vodilni partner Art nepremičnine d.o.o.**, ki vodi ekološki turistični objekt St. Daniel in je eden od dveh slovenskih ponudnikov (edini na Krasu) v skupini Die BioHotels, največji evropski verigi ekoloških turističnih nastanitev.
2. **partnerji v projektu** želijo nadgraditi dosedanje medsebojno sodelovanje s povezavo v mrežo, ki bo skupno nastopala tudi na turističnem trgu (doma in v tujini) in z novim, skupnim produktom obiskovalcem na osmišljen in organiziran način ponudila doživljanje ekološkega in izvirnega Krasa. V mrežo se **vkjučujejo ekološka kmetija Brinjevka d.o.o., so.p, biodinamična kmetija Kamnarjevi, kmetija Škapin – dopolnilna dejavnost na kmetiji (sirarstvo), Vinarstvo Čotar in ekološka kmetija Brhanovi, žganjekuha Ginbrin Erik Sarkič s.p., kamnoseštvo Simon Bele s.p. ter Društvo Vezi.**

Spodbuda za tovrstno povezovanje in oblikovanje skupnega produkta je lasten izražen interes, pa tudi razmah tako imenovanega »novega turizma«, kjer popotniki kažejo višji nivo okoljske in kulturne osveščenosti, kar pomeni, da so bolj zahtevni, imajo višja pričakovanja, se zavedajo svojega vpliva in želijo osebno vloge pri izbiri doživetij. Za nosilca projekta in partnerje je edina izbira ekološki turizem oz. ekološko kmetijstvo, kjer se zasleduje nizkoogljičnost in spodbuja kupce/goste, da izbirajo tudi v turizmu take možnosti in korake, ki so okolju manj škodljive (npr.: uporaba kolesa, električnega avtomobila...).

Okvir produkta predstavlja spoznavanje izvora nekaterih kraških ekoloških živil, njihovih nosilcev in lokacij. Vsak od partnerjev v mreži je aktivno vključen v izvajanje produkta, saj postane gostitelj turističnih ciljnih skupin, kar je za kmetije nekaj novega. Poleg osnovnih dogajanj, ki so povezane s predstavitvijo lokacije, izdelkov, postopkov pridelave, degustacijami, se posamezna dogajanja prilagodi sezoni in zanimanju, ki ga izkažejo gostje na lokaciji sami. Spodbuja se aktivna vloga udeležencev v dogajanju. Obiskovalci zaključijo svoj obisk posamezne lokacije/ponudnika s pridobitvijo fotografije, s katero dopolnjujejo svoj spominski foto album, ki ga po zaključenih počitnicah odnesejo s seboj domov. Turistični paketi s poudarkom na ekološkem Krasu bodo vsebinsko razširjeni s tistimi naravnimi in kulturnimi biseri Krasa, ki ga zaznamujejo, razlikujejo, opredeljujejo in jih želimo gostom še posebej predstaviti.

S povezovanjem oz. mreženjem ponudnikov na Krasu se želi postaviti pilotni primer, katerega cilj je razvoj novega družbeno odgovornega inovativnega turističnega produkta s skupno promocijo in trženjem. Soočili se bomo z izzivi ohranjanja in razvoja kmetijstva v okviru kratkih dobavnih verig in

verig, ki obvladujejo tržni prostor na področju turizma ter vključili ponudnike, ki že dolgo gojijo spoštljiv odnos do narave in dediščine Krasa. Ekološka živila niso pomembna zgolj kot zdrava hrana, ampak spodbujajo tudi načela pravične trgovine in odgovornosti do okolja. Z vzpostavitvijo mreže in mrežnim produktom nastaja primer dobre prakse in dejaven nagovor lokalnim ponudnikom z drugih področij delovanja za podobna mrežna povezovanja in skupne nastope ne samo na domačem, pač pa tudi oziroma predvsem na tujih trgih.

Glavne dejavnosti za doseganje ciljev: Znotraj prijavljenega produkta načrtujemo ustanovitev in razvoj mreže SREČAJmo KRAS-KRASMEET ter njeno promocijo, izdelali bomo programsko nalogo (študijo) in znotraj nje razviti nov mrežni turistični produkt, oblikovali bomo skupne turistične pakete za trženje ciljnim skupinam zlasti na tujih trgih v časovnih in vsebinskih različicah (štirje avtorski turistični paketi, ki vsebujejo ponudbe partnerjev razširjene z lokalnimi znamenitostmi), izvedli bomo štiri izobraževalne delavnice (mreženje, razvoj novih produktov s poudarkom na nizkoogljičnih produktih, pristop do novih kupcev – s poudarkom na kratkih dobavnih verigah ter predstavitev zaključkov projekta), izvedli bomo inovativni promocijski materiala - foto album opremljen s samostojnimi fotografijami in večjezičnimi besedili s predstavitvami partnerjev in znamenitosti, nov turistični produkt bomo oglaševali prek FB in spletnih strani vodilnega partnerja ter nekaterih ostalih partnerjev, sklenili bomo dogovor o testnem trženju turističnega produkta in paketov s turistično agencijo na italijanskem trgu.

Razmišljanje o dolgoročni vzdržnosti mrežnega produkta zahteva tudi načrtovanje dveh temeljnih zadev: upravljanja in načrtovanja – širjenja mreže z novimi akterji in redno osvežitev oz. nadgradnjo produkta z novimi vsebinami, kar bo prispevalo k trajnosti in uspešnosti obojega predvsem po zaključku projekta.

Operativni cilji in rezultati operacije:

- Ustanovitev partnerske mreže lokalnih ponudnikov SREČAJmo KRAS – KRASmeet, ki izhajajo iz različnih resorjev (turizem, kmetijstvo, socialno podjetništvo, obrt...) z namenom poslovnega povezovanja s skupnim mrežnim produktom;
- Sodelovanje ranljivih skupin pri izvedbi delavnic, vključitev ranljivih skupin v razvijanje in izvajanje družbeno odgovornega produkta;
- Izgradnja novega turističnega produkta, ki spoštuje in predstavlja kulturno avtentičnost lokalnega okolja Krasa. Nov turistični produkt bo predstavljen skozi 4 turistične pakete in je sestavljen iz ponudbe vseh partnerjev;
- Izvedba 7 scenarijev dogajanja (ki bodo vključeni v turistične pakete) za goste na vsaki od lokacij partnerjev v projektu;
- Skupno trženje turističnega produkta oz. umestitev novega mrežnega turističnega proizvoda na trg – sklenitev dogovora s turistično agencijo na tujem trgu, trženje preko spletne strani partnerja prijavitelja (vsaj dve novi tržni poti);
- Skupna promocija (kot element trženja) – izdelava skupnega promocijskega materiala in materialov za objavo na spletu, promocija mreže in produkta na spletnih straneh in socialnih omrežjih partnerjev;
- Izmenjava znanj in izkušenj – izvedba delavnic o mreženju, novih produktih, trženju, kratkih dobavnih verigah, nizkoogljičnosti in evalvaciji;
- Vzpostavitev pogojev za poslovno rast prijavitelja in partnerjev za zagotovitev novih delovnih mest;
- S promocijo trajnostnega turizma (aktualni trend LOHAS - Lifestyle of Health and Sustainability), ozavestiti dobavitelje in ponudnike v turizmu, kaj vpliva na zmanjšanje kvarnih vplivov na okolje.