

SPOROČILO ZA MEDIJE

Vpliv tradicije na trženje vodilnih produktov Podravja in Pomurja

Razvojna agencija Slovenske gorice je v čezmejnem projektu **FLAGSHIP PRODUCTS** eden od devetih partnerjev, pet partnerjev je iz avstrijske Štajerske ter štirje slovenski partnerji iz Podravja in Pomurja (Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota, Razvojna agencija Slovenske gorice d.o.o., Srednja šola za gostinstvo in turizem Radenci ter Zavod za inovativnost in podjetništvo).

V Bioterma Mala Nedelja je 12. decembra v okviru projekta potekala okrogla miza z delavnicama na temo trženja vodilnih produktov, na kateri so sodelovali priznani strokovnjaki. Dogodek, ki ga je organizirala Razvojna agencija Slovenske gorice in ga je povezoval Igor E. Bergant, je bil zanimiv in dobro obiskan. Na delavnici so sodelovali etnolog, prof. dr. Janez Bogataj, ki je na osnovi prehranske kulturne dediščine predstavil možnosti razvoja turističnih proizvodov in Karl Vogrinčič, čebelar in apiterapevt iz Lenarta, s predstavitvijo inovativnih izdelkov v čebelarstvu. V nadaljevanju je potekala predstavitev dveh kulinaričnih posebnosti regije, prleške in slovenskogoriške gibance, podobnosti in razlike v recepturi in izdelavi ter možnosti trženja. O prleški gibanci je spregovorila Frančka Lebarič iz Kmetijske svetovalne službe Ljutomer, slovenjegoriško gibanco pa je predstavila Jožica Kramberger, predsednica Društva kmečkih žena in deklet Lenart. Imamo bogato snovno in nesnovno dediščino, ki je že sama po sebi odlična osnova za zgodbo pri trženju vodilnih produktov. V drugem delu je bil poudarek na dediščini in znamčenju v turizmu, ki je recept za trajnostno ekonomizacijo vodilnih produktov. Mladi in priznani oblikovalec Nenad Cizl je spregovoril o znamčenju v turizmu, s poudarkom na vodilnih produktih kruhov in medu, za katera je v projekta odgovorna Razvojna agencija Slovenske gorice.

V razpravi so udeleženci poudarili, da je najbolj pomembno povezovanje med ponudniki, pri razvoju turističnih produktov pa je potrebno upoštevati tudi strokovnjake. V turizmu so danes pomembne zgodbe, enovitost ponudbe in vzpostavitev jasnega komuniciranja s kupci, ki vedno bolj povprašujejo po lokalnih in regionalnih posebnostih. Te po moramo ceniti, spoštovati in se z njimi identificirati najprej sami, potem bodo to prepoznali tudi turisti, trženje pa bo učinkovitejše.

V avli Hotela Bioterme so udeleženci delavnic spoznavali dobre prakse in izdelke ter okušali kulinarične dobrote, pripravljene iz vodilnih produktov območja. Predstavili so se: Pekarna Vitapek, Kmetija Kramberger, Družina Senekovič, Čebelarstvo in apiterapija Vogrinčič in Srednja šola za gostinstvo in turizem Radenci. Gostitelji dogodka Hotel Bioterme pa so pripravili pogostitev z dobrotami na osnovi vodilnih produktov

Organizatorji sporočajo, da bodo delavnice za oblikovanje integralnih turističnih produktov izvedli v začetku marca prihodnje leto.

Mala Nedelja, 12. december 2017

O PROJEKTU:

Projekt **FLAGSHIP PRODUCTS**, sofinanciran s strani Evropske unije, Evropskega sklada za regionalni razvoj, programa sodelovanja Interreg V-A Slovenija – Avstrija 2014-2020, gradi na izjemnem pomenu strateškega in izvedbenega povezovanja turizma, kmetijstva, razvoja podeželja in gastronomije, ki je v projektu zastavljeno skozi razvoj vodilnih regijskih produktov in ustvarjanje trajnostnih učinkov ponudbene edinstvenosti in odličnosti. **Cilj projekta** je ustvariti nova partnerstva in turistične produkte ter skupno mreženje na področjih razvoja, marketinga in distribucije tipičnih produktov obmejne regije.

Večji pomen valorizacije regionalnih tradicij, kulturne dediščine in naravnih virov odpira nove izzive za partnerje projekta FLAGSHIP PRODUCTS. Poglavitne misije, ki bodo udeležene skozi projekt, so:

- pridobitev novih znanj, ki temeljijo na posameznih regijsko specifičnih produktih najvišje kakovostni,
- razvoj novih izjemnih storitev in edinstvenih počitniških doživetij,
- pospeševanje inovativnega medsektorskega sodelovanja,
- večja prepoznavnost čezmejnih turističnih destinacij z novimi trženjskimi pristopi in
- medgeneracijsko ozaveščanje o pomenu trajnostne lokalne oskrbe.

Razvoj ključnih vodilnih produktov (čezmejni so: **jabolka, buče in termalna voda**, specifični za slovensko stran so: **mleko, kruh in med**, za avstrijsko pa: **hren, laški fižol in bezeg**) v privlačne tržno produktne kombinacije, bo prispeval k povečanju turistične in kmetijske dodane vrednosti, hkrati pa tudi gospodarske, okoljske in socialne privlačnosti zelene, aktivne in nepozabne čezmejne regije doživetij.

Osnovne informacije o projektu:

- Trajanje projekta: 36 mesecev (01.07.2016 – 30.06.2019);
- Vrednost projekta: 1,883.654,99 EUR (od tega 1,601.106,74 EUR iz Evropskega sklada za regionalni razvoj);
- Projektni partnerji:
 - Qualifizierungsagentur Oststeiermark GmbH (vodilni partner projekta),
 - Zavod za inovativnost in podjetništvo,
 - Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota,
 - Razvojna agencija Slovenske Gorice d.o.o.,
 - Srednja šola za gostinstvo in turizem Radenci,
 - Tourismus-Regionalverband Oststeiermark,
 - Thermenland Süd- & Oststeiermark Marketing GmbH,
 - Regionalmanagement Südoststeiermark,
 - Steirisches Vulkanland GmbH,
 - Regions Entwicklungs- und Management Oststeiermark GmbH.