

2. NOVIČNIK »Flagship Products«

Napredek projekta - pregled projektnih aktivnosti v letu 2017

Projekt "**Flagship Products**" spodbuja razvoj počitniških doživetij, tudi s pomočjo tradicionalnih vodilnih produktov v regijah Vzhodne in Jugovzhodne avstrijske Štajerske ter v Pomurju in Podravju v Sloveniji. Devet projektnih partnerjev se ukvarja z vodilnimi produkti: bezeg, fižol, hren, buče, termalna in mineralna voda, jabolko ter mleko, med in kruh.

Cilj projekta "**Flagship Products**" je krepitev turistične in gospodarske vrednosti izstopajočih produktov v obmejnem območju Slovenija-Avstrija, in sicer skozi nova znanja, razvoj novih storitev in novih inovativnih medsektorskih oblik trženjskega sodelovanja.

Projekt podpira program čezmejnega sodelovanja Interreg SI-AT (Evropski sklad za regionalni razvoj - ESRR) in dežela avstrijska Štajerska (Land Steiermark).



Projekt se je začel julija 2016, danes pa so že vidni mnogi rezultati:

SWOT analiza - Analiza prednosti, pomanjkljivosti, možnosti in tveganj vodilnih produktov

Za oblikovanje celovite slike posameznih produktov so bili tako strokovnjaki kot proizvajalci posameznih vodilnih produktov anketirani o prednostih, slabostih, možnostih in tveganjih vodilnih produktov. V ospredju so bila sledeča vprašanja:

- Na katerih področjih, v zvezi z vodilnim produktom, ima regija posebne prednosti v primerjavi z drugimi regijami?
- Na katerih področjih zasledite pomanjkljivosti (slabosti) v primerjavi z drugimi regijami?
- Kakšen razvoj v prihodnosti bi lahko bil glavni izziv za regionalni vodilni produkt (podnebne spremembe, globalna konkurenca, zaščita pridelkov itd.) in kako ga lahko rešimo?
- Kakšne so, oziroma bi lahko bile nove priložnosti in kako bi jih lahko izkoristili (regionalizacija, sledljivost porekla)?

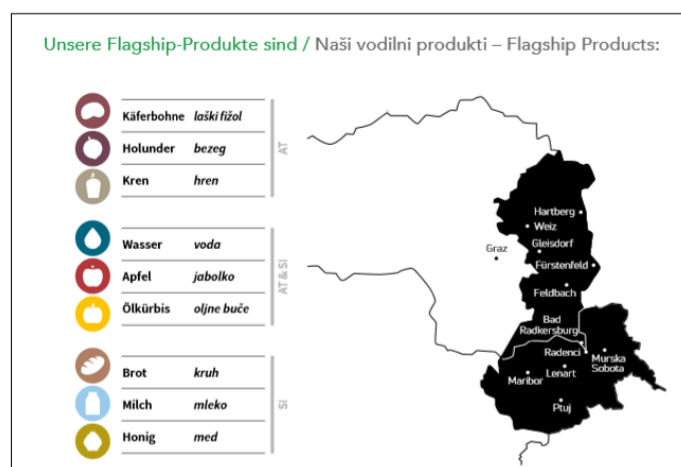
Ta vprašanja so bila obravnavana na delavnicah in s pomočjo intervjujev. Rezultati so osnova za nadaljnje delo.

SWOT analize vseh vodilnih produktov se nahajajo na spletnem naslovu:
https://www.qua.or.at/wp-content/uploads/2017/11/SWOT-Analyse-2017_WEB.pdf.



Raziskava znanj

Ste vedeli, da 99% avstrijskega hrena zraste v regiji avstrijska Štajerska? In, ali ste vedeli, da je bezeg za jabolkom najpogostejša sadna vrsta v Avstriji? Ta in še veliko drugih podobnih dejstev s področja zgodovine, proizvodnje, predelave, zdravja, kulinarike in drugih posebnosti je bilo zbranih v okviru raziskave znanj. Znanje po eni strani služi kot podlaga za učno gradivo (nadaljnje izobraževanje, učenje v šolah), po drugi strani pa je lahko koristno podjetnikom, da zanimiva ozadja produktov predstavijo gostom in domačinom.



Strategija ustvarjanja vrednosti in marketinškega sodelovanja

V ospredju je trajnostna naravnost! Da bi se izognili nenadnemu prenehanju aktivnosti po zaključku projekta in da bi zagotovili trajnostno umeščenost vodilnih produktov v sodelujočih regijah, so projektni partnerji razvili strategijo, na osnovi katere lahko deležniki posameznih produktov nadaljujejo z delom.

Strategija med drugim vključuje povečanje dodane vrednosti v proizvodnji, predelavi, trgovini, gastronomiji in hotelirstvu. Ob tem so prikazane tudi možnosti trženja. Izvajanje oblikovanih smernic se začne s partnerskim sodelovanjem, v prihodnosti pa naj vodi v nadaljnje tematsko povezovanje.

Izgradnja partnerstev za vodilne produkte

Že na začetku projekta so bile za vsak vodilni produkt vzpostavljene povezovalne platforme, tako da se lahko vse dejavnosti načrtujejo in izvajajo skupaj s pomembnimi zainteresiranimi deležniki. Tako so že bile izvedene prve delavnice o razvoju ponudbe z vodilnimi produkti. Tovrstne delavnice se bodo izvajale tudi v nadaljevanju projekta. V sklopu delavnic se zbirajo ideje, razvijajo se potencialne ponudbe in preučujejo možnosti njihovega udejanjanja. Skupaj s produktnimi partnerji so organizirane tudi študijske ekskurzije s predstavitvijo inovativnikov ponudnikov, regij ali institucij.

Okuševalnice

Za promocijo vodilnih produktov smo v okviru projekta načrtovali okuševalnice, na katerih smo izvajali degustacije izdelkov in okušanje jedi iz vodilnih produktov. Z namenom, da bi čim več ljudi bilo deležno promocije in prepoznavnosti tako projekta kot projektnih aktivnosti, smo na dogodku festivala ulične kulinarike Sočna vilica »JA(BUČNA) VILICA« in »BUČNA VILICA« pripravili stojnico, na kateri smo predstavljali ponudnike, vključene v mrežo projekta Flagship Products.



Obiskovalce smo seznanjali s projektom in projektnimi aktivnostmi, s promocijskimi letaki (recepti iz buč in jabolk, zanimivosti in informacije) ter s samimi izdelki iz vodilnih produktov. Tako so mimoidoči poskusili namaz iz bučnih semen in bučnega olja, pražena semena z grenko čokolado, jabolčni in grozdni sok, marmelado iz buč, jabolčno marmelado, ter degustirali tradicionalno in hladno stiskano bučno olje.

Ponudniki so poskrbeli za razvijanje brbončic, pripravili so jedi iz vodilnih produktov buče in jabolka. Tako smo lahko poskusili bučni paprikaš, ocvrte piščančje medaljončke na jabolčnem pireju, bučin paprikaš, svinjino odeto s semeni in obdano z jabolki z bučno majonezo, vegetarijanski krožnik z bučami, zelenjavo, ajdovo kašo,

čičeriko, rižem in sirom, pisano presenečenje z jabolki, peso, korenjem in šunko, goveja lička in jabolčni študel. Tudi sladice so mamile sladokusce: Sladica z jabolčno čežano, Jabolčni žele, krema z jabolčno čežano, skuto in čokoladni zavitek z bučnimi semeni, Jabolčni sladoled in Bučni creme brulee.



Dogodka se je udeležilo več kot 1.500 obiskovalcev, s čimer smo nadvse zadovoljni. Na eni okuševalnici nas je zabavala glasbena skupina **Prašnati**.



Strokovna ekskurzija v Avstrijo – ogled dobrih praks

Da bi ponudnikom pokazali dobre prakse smo pripravili celodnevno strokovno ekskurzijo v Avstrijo. Ogledali smo si »Hišo jabolk« in sadjarski muzej Mostschank Kelz (Puch bei Weiz) in sadjarstvo Leitner vgl. Niglbauer (Puch bei Weiz), kjer smo si ogledali proizvodnjo. Udeleženci so se seznanili s postopki izdelave nekaterih produktov. Sledil je ogled »Zrnoteke« Steirerkraft Kernothek (Ruprecht an der Raab) in družinske proizvodnje Schalk Muehle (Kalsdorf). Za konec so si udeleženci ogledali še sirarno Fromagerie zu Riegersburg (Bergl), kjer so pokusili 10 različnih vrst sirov.



Poleg ogledov, prenosa dobrih praks in znanj, je bila ekskurzija uspešna predvsem zaradi medsebojnega povezovanja in druženja na sami poti. Sodelovanje med udeleženci je dobra popotnica za nadaljevanje dela na razvoju izdelkov, ponudbe, medsebojnega mreženja in sodelovanja.