Vsem podjetjem in organizacijam,

ki sodelujejo pri oblikovanju turističnih storitev

na območju LAS Kras

**JAVNO POVABILO**

**PROMOCIJA AKTIVNIH TURISTIČNIH IZKUŠENJ V LETU 2021**

**1. Uvod**

Agencija PromoTurismoFVG in LAS Kras si skupaj prizadevata za promocijo turističnih storitev v letu 2021 na območju LAS Kras[[1]](#footnote-1), k sodelovanju pa vabita tudi druge zainteresirane javne in zasebne subjekte. Cilji tega sodelovanja so:

* povezati podjetja, ki nudijo turistične izkušnje na območju LAS, z drugimi lokalnimi in deželnimi turističnimi podjetji, pričenši s ponudniki nočitev (hoteli, ponudniki nočitev z zajtrkom, kmečki turizmi) ter vsemi drugimi subjekti, ki z agencijo PromoTurismoFVG že sodelujejo;
* dopolniti turistično in enogastronomsko ponudbo območja LAS v promocijskem gradivu agencije PromoTurismoFVG (deželne info točke, kartica FVG Card, Cesta vina in okusov, pohodniška pot Alpe Adria Trail itd.) ter v drugih orodjih, za katere menimo, da so učinkoviti (Trieste.Green);
* ustvariti, razširiti in oglaševati primere dobre prakse na tem območju, ki lahko pripomorejo k trajnostnemu turističnemu razvoju.

**2. Izbor aktivnih izkušenj na območju**

Preko tega razpisa, objavljenega v okvirju tokratnega sodelovanja med LAS in PromoTurismoFVG, želimo odkriti vse aktivne turistične izkušnje, ki so na voljo na tem območju, in pripomočki k promociji najpomenljivejših izmed njih. Najprepričljivejše izkušnje bomo promovirali pri ponudnikih, ki že delujejo na območju same LAS v Trstu ali deželi sami, ter pri potencialni (oziroma že obstoječi) turistični javnosti.

**KAJ JE AKTIVNA IZKUŠNJA?**

* »Aktivne izkušnje« so vse tiste dejavnosti ali dogodki, ki trajajo nekaj ur (običajno največ en dan) in ki imajo naslednje značilnosti:
* namenjene so (le oziroma tudi) turistom;
* imajo jasen cenik za stranke;
* imajo opredeljeno najmanjše in največje število udeležencev;
* imajo jasen program dogajanja, ki se bo odvijalo med samo dejavnostjo in ki ga je mogoče večkrat ponoviti;
* omogočajo poglabljanje poznavanja lokalne identitete skupaj z njenimi posebnostmi, ki so plod lokalne zgodovine, prizadevanj živeče skupnosti, naših krajin (kopenskih in morskih) ter tipičnih izdelkov;
* imajo jasno navedene pogoje za zainteresirane udeležence.

Primer aktivnih izkušenj:

- glej seznam s strani LAS izbranih in promoviranih dejavnosti v poletnem obdobju leta 2020;[[2]](#footnote-2)  
- glej seznam dejavnosti, navedenih v splošnem katalogu izkušenj AirBnb Experiences.[[3]](#footnote-3)

**3. Kako bomo promovirali tvojo aktivno izkušnjo?**

**TOURISM MATCHING**

Z namenom izpostavljanja najlepših turističnih izkušenj, ki so na voljo na nekem območju, je LAS oblikovala poseben format dogodka, t. i. 'Tourism Matching'. Na tem dvournem dogodku bodo javnosti predstavljeni nekateri izmed najzanimivejših turističnih produktov, zatem pa bodo imeli navzoči podjetniki možnost medsebojnega povezovanja. Letošnje srečanje, Tourism Matching 2021, se bo izvedlo sredi aprila 2021, z osebno navzočnostjo ali preko spleta *(spodaj sta fotografiji dveh srečanj 'Tourism Matching', ki sta potekali v znanstvenem in tehnološkem središču Area Science Park ter na Devinskem gradu).*





**KOLEDAR 'SLOW' TURISTIČNIH IZKUŠENJ**

Na enak način kot je potekala priprava koledarja t. i. 'slow' turističnih izkušenj, ki sta ga za julij in avgust 2020 objavili PromoTurismoFVG in LAS[[4]](#footnote-4), predlagamo pripravo podobnega koledarja tudi za leto 2021. Koledar bo zajemal najboljše 'aktivne izkušnje' tega območja.

**PROMOCIJA TURISTIČNIH IZKUŠENJ**

Promocija poletnega koledarja izkušenj (glej zgoraj) bo potekala preko številnih digitalnih orodij agencije PromoTurismoFVG in LAS:

* preko številnih promocijskih strani in družbenih kanalov agencije PromoTurismoFVG;
* preko turističnih info točk agencije PromoTurismoFVG;
* preko programa popustov, ki jih bodo pri teh izkušnjah imeli imetniki kartice FVG Card agencije PromoTurismoFVG (teh je bilo v letu 2019 preko 10.000);
* preko spletni strani Trieste.Green oziroma spletne strani, ki ponuja storitev e-trgovanja na področju turističnih izkušenj in lokalnih enogastronomskih izdelkov, preko Facebook strani Trieste.Green (približno 4.500 sledilcev), preko novičnikov Trieste.Green in LAS (skoraj 2.000 prijavljenih).

**NAVZOČNOST TURISTIČNIH IZKUŠENJ V PONUDBI FVG CARD**

Izbrane ponudnike bo LAS Kras samodejno vnesla v sistem FVG Card. Vsi izbrani ponudniki bodo lahko zaprosili za brezplačen vstop v sistem FVG Card tudi izven obdobja izvajanja načrtovanih storitev.

**4. Kaj morate storiti, če se želite umestiti med izbrane ponudnike?**  
  
**Vaše predloge morate POSLATI PREKO ELEKTRONSKE POŠTE DO VKLJUČNO 11. APRILA 2021.**

Vse zainteresirane subjekte prosimo, da LAS posredujejo predlog za največ dve aktivni izkušnji, ki jih ponuja posamezni zainteresirani subjekt, na elektronski naslov trieste.green@galcarso.eu najkasneje do 11. aprila 2021. Pri vsaki predlagani izkušnji morajo biti navedeni naslednji podatki:

* ime izkušnje;
* strošek izkušnje (strošek vodnika, morebitnega potrebnega materiala, najema opreme itd.)
* jasen cenik za stranke;
* najmanjše in največje število udeležencev;
* jasen program dogajanja, ki se bo odvijalo med samo dejavnostjo;
* informacije o tem, v kakšnih razmerah je mogoče izvesti izkušnjo (v kakšnih vremenskih razmerah, ob upoštevanju okoliščin, povezanih s trenutno pandemijo itd.) in morebitne alternativne rešitve;
* drugi jasno navedeni pogoji za zainteresirane udeležence;
* promocijska besedila, fotografsko gradivo ali video posnetki izkušnje;
* številka mobilnega telefona in elektronski naslov organizatorja.

**KRITERIJI IZBORA**

Prednost bodo imele predlagane aktivne izkušnje, pri katerih je posebna pozornost namenjena:

* okoljski vzdržnosti;
* ekonomski vzdržnosti (tj. da gre za dobičkonosne izkušnje, ki se lahko obdržijo na tržišču);
* dejstvu, da gre za izkušnje, ki so se že izvedle oziroma ki jih lahko podjetnik v kratkem času lahko ponovno izvede;
* vključevanju drugih lokalnih podjetij, zlasti domačij kmetijskih podjetij;
* dejavnosti, pri katerih je predvidena aktivna vloga turista/stranke oziroma kjer se turist/stranka nauči neke praktične veščine (npr., vendar ne nujno, kuharska delavnica);
* učinku presenečenja;
* priznavanju biosfernega območja mab unesco miramare, suhozidov (dediščina unesco) in drugih zanimivosti, ki izvirajo iz geoloških posebnosti območja, kot geodiverzitete krasa (v luči razvoja bodočega geoparka krasa, ki bo del globalne mreže unesco) ter kulturnih posebnosti območja ob upoštevanju vidikov sobivanja in mešanja različnih tradicij;
* ustreznemu naboru opisov in zlasti profesionalnih fotografij in video posnetkov, ki se bodo uporabljali pri njihovi promociji;
* zmožnosti ozaveščanja o pomenu tega območja (v skladu z določili, navedenimi v dokumentu Priloga A, »Umestitev območja«, ki ga je z vidika ciljne javnosti ter vrednosti umeščanja pripravila LAS).

|  |  |
| --- | --- |
| **KRITERIJI** | **ŠT. TOČK** |
| okoljska vzdržnost | 15 |
| ekonomska vzdržnost | 15 |
| zgodovinskost: že izvedene/hitro izvedljive izkušnje; | 15 |
| vključevanje drugih lokalnih podjetij/partnerstvo | 15 |
| učinek presenečenja | 10 |
| vrednotenje področja katerega upravlja LAS Kras oziroma sposobnost ozaveščanja o bogastvu krajevnega območja | 20 |
| profesionalna besedila, fotografsko gradivo ali video posnetki | 10 |

**KDO BO OPRAVIL IZBOR IZKUŠENJ?**

Komisija, ki jo bosta imenovali LAS ter PromoTurismoFVG, bo prejete predloge proučila in jih točkovno ovrednotila (po zgoraj navedenih kriterijih izbora). Na podlagi pridobljenih rezultatov bo pripravila lestvico po njeni presoji najpomenljivejših izkušenj.

Glede na omejitve razpoložljivih finančnih in človeških virov bodo lahko pomoč prejele le najboljše izkušnje. Če bodo omejitve sredstev, namenjenih promociji, s katerimi razpolagata LAS in PromoTurismoFVG (npr. za promocijo enoturizma), to dopuščale, bo lahko komisija pripravila tudi 'poseben', ločen seznam.

**5. Informacije in pojasnila**

Za informacije in pojasnila vam je na voljo Enrico Maria Milič, član LAS, na elektronskem naslovu trieste.green@galcarso.eu. Odgovoril vam bo v 3 delovnih dneh.

**PRILOGA A: UMESTITEV OBMOČJA**

**Vrednote, s katerimi je mogoče ponazoriti določeno območje**

V teh letih je LAS izvedla vrsto kakovostnih in količinskih raziskav o tem, kateri so tisti močni motivi (sugestije, estetske posebnosti, vrednote), ki potrošnike pritegnejo na naše območje in ki predstavljajo prednostne točke našega regionalnega sistema. Te analize so bile opravljene med lokalnimi turističnimi in kmetijskimi podjetji ter turisti in potrošniki lokalnih produktov, s proučevanjem poezije in proze, ki opeva naše ruralno območje, ter na podlagi prizadevanj različnih ustanov, ki so v teh letih pripomogla k razvoju in promociji. Povzemimo torej na tem mestu, kaj smo lahko s temi številnimi raziskavami dognali:

* **Vrednota 1:**  
  **NEUKROTLJIVI KAMEN**



Leta 1912 je Tržačan Scipio Slataper zapisal:

»*Da, trd in dober je moj Kras.*

*Vsaka njegova bilka se je morala prebiti skozi skalo, da je vzniknila,*

*vsak od njegovih cvetov se je napil pripeke, da bi se razprl.*

*Zato je njegovo mleko zdravo in njegov med dišeč ...«.*

Kras ljudem že dolga stoletja ponuja nešteto sugestij o svoji kamniti pokrajini raznolikega značaja. Tu so svoj navdih našli npr. pesniki kot je bil Slataper, vinogradniki, za katere znamenita kraška vina niso nič drugega kot izražanje kamenja (glej npr. Zidaricheve steklenice 'Kamen'), ter ustanove kot je Avtonomna pokrajina Furlanija - Julijska krajina, ki si je s široko zastavljenim partnerstvom zadala nalogo, da v naslednjih letih ustanovi geopark Krasa oziroma sistem vrednotenja lokalnih geoloških posebnosti.

**SIMBOLNI KRAJI:** Devinski grad in Rilkejeva pot; Briškovska jama, kamnite kleti Škerk, Zidarich ali Kante; paleontološko najdišče; Tabor; Naravni rezervat doline Glinščice, Jama Pejca v Lazcu; škraplje v Briščikih.

* **Vrednota 2:**  
  **»*ENO JE SVETO:* PREPROSTO IN PRISTNO.« (SREČKO KOSOVEL)**

****

|  |  |
| --- | --- |
| *Eno je vroče: žeja Pravice in Odrešitve.*  *Eno je sveto: Preprosto in Pristno.* | *Una cosa è bollente: la sete di giustizia e salvezza.*  *Una cosa è santa: il semplice e il genuino.* |

Leta je 1926 je véliki pesnik Krasa v pesmi »Ecce homo« zapisal:

Še danes v Krasu, njegovih prebivalcih, krajini in kmetijskih izdelkih turisti prepoznajo njegovo 'pristno' in brezkompromisno dimenzijo, ki svoje bíti še ni prodala prevladujoči estetiki trženja. Številni naši vinogradniki vino pridelujejo pravzaprav tako, kot so ga pridelovali njihovi dedki, obenem pa se štejejo za 'kmetovalce, obrtnike in umetnike'. Naraven in okoljsko vzdržen pristop h kmetijstvu je pri nas standard, v nasprotju z ogromnimi kmetijskimi podjetji, značilnimi za druga območja.

**SIMBOLNI KRAJI:** biosferno območje MAB Unesco Miramare, pašniki z živalmi in kraško pokrajino na Grmadi, osmice in kmečki turizmi, bukolični griči nad Miljami, preko katerih poteka državna meja, izliv Timave, dolina zaselka Piščanci, notranjost oljarne v Dolini, antični kamnolom kraškega kamna Romana.

* **Vrednota 3:**  
  **Divje in okoljsko vzdržno**

Hermann Bahr, avstrijski novinar, je na začetku leta 1908 zapisal:

*»Stojimo poleg obeliska. Pod nami leži mesto, pristanišče z ladjami in barkami, kadečimi dimniki ter rdečimi, rumenimi in rjavimi jadri, modro morje […] Okrog nas pa se razprostira kamniti sivi Kras, puščava. Smo tristo šestdeset metrov nad morsko gladino, dosegata nas dih morja in zrak, ki diši kot cvetje daljnih otokov, z gora pa se proti nam plazi veter, ki ima okus po snegu. Gorski pašnik ob morju.«*

Velik del našega območja je dandanes pod zaščito Evropske unije v okviru evropskega omrežja »Natura 2000«, namenjenega zaščiti tistih območij Evrope, na katerih je prisoten največji delež raznolikosti (samo na Krasu na primer uspeva približno 1.800 rastlinskih vrst). Ta kakovost okolja je tudi posledica dejstva, da je bilo med letoma 1960 in 2010 opuščenih kar 78 % kmetijskih površin pokrajine Trst; preveč kamenja, malo rodovitne prsti in posledična prenizka produktivnost za industrijski sistem, ter po drugi strani območje, ki ga je znalo izkoristiti le tistih nekaj naših herojev, ki običajno še danes obdelujejo zemljo, redijo živino in tako prispevajo k ohranjanju bioraznolikosti območja. Pesnik Luigi Nacci je leta 2019 zapisal, da je Kras »drugi, nezloščeni obraz Krasa, ki ga je treba okusiti, antispritz, vrata v divjino.».

**SIMBOLNI KRAJI:** manjša plaža Filtri (Devin Nabrežina), vinogradi in oljčniki, vdelani v gozdove in druga območja visoke naravne vrednosti; naravni rezervat Doberdobskega in Prelosnega jezera, povodje Doberdobskega jezera, gmajna, v kateri se pasejo krave kmetije Samsa v Alturi di Polazzio; vrhovi gora Sveti Lenart in Volnik, Park Lupinc v praprotnem med skalami in strelskimi jarki.

* **Vrednota 4:**

**Stičišče**

Naše območje ni le stičišče dveh narodov: še bolj kot številna druga je to območje stičišče vsaj treh ljudstev, podnebij, geoloških enot in krajin. Kot je bilo ugotovljeno v eni izmed raziskav SWG, izvedenih v letu 2012 za Občino Trst, je ta posebnost eden izmed dejavnikov, na katerega se osredotočajo turisti. Turisti, ki prihajajo z italijanske strani, menijo, da je tu začetek Balkana ter prvih znakov avstroogrskega vpliva na kulturo, krajino, arhitekturo. Kdor sem prihaja iz vzhodne Evrope, je mnenja, da se tu začenja zahod. Koncept dojemanja tega območja pa je še starejši in veličastnejši pri popotnikih iz središča Evrope. Maksimiljan Habsburški je ob koncu 19. stoletja zapisal:

*»dolge ure po zapuščenem skalovju Krasa ... se na zadnjem bregu povzpne do obeliska in glej: ob nogah očaranega popotnika se odpre podoba neskončnosti, ki jo nasprotje med morjem kamenja in živo naravo naredi še mamljivejšo. […] Nekaj naznanja jug: že je mogoče začutiti Italijo«.* (iz »Potovanj v Italijo 1851-1852. Dnevniki nadvojvode Maksimiljana Habsburškega«).

**SIMBOLNI KRAJI:** odsev morja pod gradom Miramare, majhno pristanišče in trg v beneškem slogu v Miljah, grič Debela griža, Napoleonova pot.

**Umestitev območja - ciljna publika in tržišča**

Analize, opravljene v okviru Strategije lokalnega razvoja 2014-2020 LAS Kras ter projekta trženja bodočega geoparka Krasa, so bile povod za idejo, da se mora oglaševanje našega območja osredotočati na dva referenčna trga:

1. krajinski turizem, za katerega sta značilna iskanje butičnih storitev in drugačnih izkušenj, kot so npr. enogastronomske, okoljske, kulturne in podobne izkušnje. Tovrstni turizem predvideva (v okviru omejitev, pogojenih s covidom-19), podaljšanje turističnih sezon, zaradi česar postane načrtovanje potovanj v Italijo privlačno tudi v spomladanskem in jesenskem obdobju. Turistov, ki se zanimajo za tovrstni turizem, je vedno več, prihajajo pa iz držav, ki mejijo na nemško govoreče države.[[5]](#footnote-5)
2. Turizem »regeneriranja v naravi«, ki obiskovalcem ponuja doživljanje naravnih danosti določenega območja ter njegove lokalne dediščine in skupnosti.

Seveda imajo pri obeh tipih turizma osrednjo vlogo:

* obiskovalci na kolesih (glej skupine kolesarjev, ki že dandanes potujejo po območju LAS ter bodoči cesti Via Bora od Ronk do Milj, ta projekt pa vodi LAS Ronk, Devina in Milj);
* pohodniki (pohodniška pot Alpe Adria Trail in druge poti, ki jih že danes zarisujejo posamezniki ali skupine pohodnikov);
* turisti na ladjah (glej uspeh izkušnje s starodobno lošinjsko jahto v Tržaškem zalivu, objavljeno v Koledarju poletnih izkušenj 2020, ki sta ga pripravila PTFVG in LAS);
* različne izkušnje v naravnih rezervatih;
* enogastronomske in enološke izkušnje;
* dogodki in izobraževanja, namenjena prepoznavanju divjih rastlin in dišavnic tega območja, kuhanje z naravo, holistične dejavnosti itd.

Prednostno publiko, za katero že vemo, da ceni območje, ki se razteza med Krasom in Istro in kjer je mogoče najti nove turiste in potrošnike, sestavljajo:

* glede na demografski profil:
  + 1) turisti, ki se zanimajo za kmečki in krajinski turizem (kultura & natura), starejši od 40 let (kot je razvidno iz elaboratov Ca' Foscari - Banca d'Italia);
  + 2) družine z otroki med 30. in 50. letom, z enakimi zanimanji kot zgoraj;
  + 3) t. i. 'foodies‘ z višjo kupno močjo, ki se zanimajo za nišno, domačo, naravno kuhinjo itd.
* glede na geografsko območje:
  + 1) prebivalci Trsta, Krasa, Istre in okolice;
  + 2) prebivalci Vidma in mest dežele Benečije;
  + 3) prebivalci Koroške in Štajerske;
  + 4) prebivalci Ljubljane.

1. Območje LAS Kras je določeno z deželnim zakonom. Točen obseg območja njenega delovanje je mogoče poiskati na spletni strani LAS, tudi s pomočjo aplikacije Google Maps, na tem spletnem naslovu: http://www.galcarso.eu/it/territorio/. [↑](#footnote-ref-1)
2. »54 dogodkov med Krasom in Istro«, na voljo na spletni strani LAS: https://www.galcarso.eu/partono-54-eventi-turistici-a-luglio-e-agosto-tra-carso-e-istria/. [↑](#footnote-ref-2)
3. AirBnb Experiences je digitalni katalog te ameriške multinacionalke, ki se stalno posodablja, glej njihovo spletno stran: https://www.airbnb.it/s/experiences. [↑](#footnote-ref-3)
4. »54 dogodkov med Krasom in Istro«, na voljo na spletni strani LAS: http://www.galcarso.eu/poletne-turisticne-prireditve-54-dogodkov-med-krasom-in-istro/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Ti podatki izvirajo iz analize potovalnih navad tujih turistov v Italiji, izvedene v okviru devetnajste konference »Italija in mednarodni turizem«, ki jo je pripravilo mednarodno študijsko središče za proučevanje turistične ekonomije CISET z beneške univerze Ca' Foscari v sodelovanju z Italijansko banko maja 2019. [↑](#footnote-ref-5)