

Agrobiznis konferenca »Povezovanje kmetijstva in turizma«

V petek, 4.9.2020, je v Ljubljani potekala 2. konferenca Agrobiznis z naslovom »Povezovanje kmetijstva in turizma«. Agrobiznis spodbuja podjetništvo in inovativnost tudi na področju prehranske samooskrbe in za tokratno srečanje so pripravili uspešne zgodbe, ki so prepoznavne ne le v Sloveniji, temveč tudi v svetu. Slovenija v promocijo turizma vključuje gastronomijo, predvsem preko visoke kulinarike in lokalno pridelane hrane. Pomemben del le te so tudi avtohtone pasme domačih živali in njihovi izdelki.

10.9.2020

Tina Flisar, Metka Žan in Danijela Bojkovski

Konferenco je z pozdravnim nagovorom odprl g. Peter Frankl, direktor Časnika Finance. V nadaljevanju je Andraž Štalec (Red Orbit) s pomočjo analize spletnih poizvedovanj predstavil trende interesov v novi dobi t.i. času korone. Uporaba podobnih orodij je dobrodošla za prepoznavanje sprememb v navadah potrošnikov in možnosti hitrih prilagoditev v podjetništvu. Pokazalo se je, da kupci nimajo jasne preference, saj tudi v času epidemije, ko smo bili usmerjeni v isti fokus, nimamo vsi enakih izbir. To je dobrodošla informacija v podjetništvu, saj obstajajo različne tržne niše, ki jih velja izkoristiti. Jasno pa je bila izražena usmeritev poizvedovanja v lokalne, slovenske produkte, kar je priložnost za razvoj in ponudbo lokalnih pridelovalcev. Zaznati pa je bilo povezovanje pridelovalcev, ki so ponudbo zbrali na skupnih spletnih straneh in se tako prilagodili situaciji.

V nadaljevanju smo bili priča okrogli mizi s temo »Drugačne razmere zahtevajo drugačne poslovne modele«, v kateri so sodelovali: Tomaž Kavčič (Gostilna Pri Lojzetu), Aleks Simčič (kmetija Edi Simčič), Marcela Klofutar (Gostilna Podvin, Hotel & bistro Linhart) in Ana Praprotnik (Sava Turizem). Osrednja nit pogovora, ki ga je povezoval Vanja Alič, je bil turizem po korona krizi in načini prilagajanja na nove razmere. Vsak od sodelujočih je predstavil svoje izkušnje soočanja z negotovostjo v času epidemije in z njo povezane karantene. Tomaž Kavčič priznava, da so bili od marca do junija težki časi v

gostinstvu in je osebno pogrešal stik z gosti. Poštenost, pristnost in iskrenost so se mu zelo obrestovali, saj so se po koncu epidemije gostje vrnili in mu tako izkazali podporo za kakovostno delo. Gostilna Podvin (Marcela Klofutar in Uroš Štefelin) se je prilagodila na drugačne razmere z ohranjanjem stika s snemanjem video posnetkov, kjer so prikazali pripravo jedi. Hkrati sta gostom omogočila naročanje in dostavo kosil in tako poskrbela, da so nekaj storitev vseeno izvajali. Priznavata, da jima je karantena spremenila način dela, a hkrati odprla nov pogled na delo, odnose in način življenja. Tako sta karanteno izkoristila tudi za čas zase in se ob koncu le te odločila, da bosta z umiritvijo tempa poskrbela za kakovostno in harmonično življenje. V hotelih Sava Turizem so se ob pomanjkanju tujih gostov osredotočili na ponudbo za slovenske turiste. Ana Praprotnik je poudarila pomen gastronomije v Slo za povezovanje kmetijstva in turizma. Na kmetiji Edi Simčič so to negotovo obdobje izkoristili za razvoj in pripravo za prihodnost. Aleks Simčič je poudaril, da so v tem času število zaposlenih celo povečali. Dela v vinogradništvu namreč ne morejo obstati, saj vinarji razvijajo produkt več kot dve leti predno ga plasirajo na tržišče.

Konferenco je obiskala ministrica za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, dr. Aleksandra Pivec. Predstavila je stanje v kmetijstvu in razpise, ki so na voljo. Priporočila je prijave na razpise, ki so v teku in najavila leto dni premora z razpisi, saj se pripravlja strategija za novo programsko

obdobje. Barbara Zmrzlikar iz Slovenske turistične agencije je predstavila ukrepe za okrevanje turizma, ki temelji na razumevanju potrošnikovih potreb in maksimiranje uporabe digitalne tehnologije. Kot ključni dejavnik v promocijskih aktivnostih vidijo v gradnji odnosa med turisti in lokalnimi skupnostmi. NA STO so pripravili vrsto prilagojenih javnih razpisov, ki bodo v pomoč tako turističnim agencijam, vodnikom, letalskim prevoznikom in drugim akterjem v turizmu. Petra Stušek (Turizem Ljubljana) je povedala, da je Ljubljana utrpela znaten padec turizma, boleč je bil predvsem upad poslovnega turizma. Ukrepi za zajezitev širjenja okužb so dodatno krojili izvedbe dogodkov, predvsem omejitev števila udeležencev do 50 ljudi. Kljub težavam so se trudili, da bi izvedli čim več dogodkov. V času pred marcem 2020 je delež slovenskih turistov znašal 2.4%, zdaj se je le ta povečal na 13 %. Tudi v Ljubljani se strinjajo, da v turizmu dodatno noto prinaša kulinarika in zagovarjajo promocija turizma preko gastronomije. V dolgoročnem obdobju ciljajo na tuje goste in verjamejo, da se bodo kmalu vrnili.

Sogovorniki so si bili enotni, da je epidemija in z njo ukrep vlade s podelitvijo turističnih bonov doprinesla prednost turističnim kmetijam, ki so beležile porast obiska. Rezervacije beležijo tudi za jesen. Pričakujejo tudi, da bo podelitev sedmih Michelinovih zvezdic pomenila za Slovenijo nov mejnik v turizmu, saj bo pritegnilo petičneže, ki nas bodo v prvi vrsti obiskali zaradi kulinarčnih izkustev, a hkrati se bodo zadržali v regiji in koristili tudi druge storitve. Kljub cilju, da privabi Slovenija tujce, ki veljajo za bolj upravljive, se velja zavoljo odpornosti turizma približati tudi slovenskemu gostu. Letos je prav ta reševal turizem.

Slovenija velja kot dober primer povezovanja turizma in kulinarike. Za okroglo mizo je dr. Pivčeva predstavila pomen certificiranja in projekta izbrana kakovost. Delo bo v kratkoročnem obdobju usmerjeno v akcijski

načrt za spodbujanje ekološko pridelane hrane, saj je Slovenija zavezana za povečanje deleža ekološko pridelane hrane. Trenutno znaša delež ekološko obdelanih kmetijskih zemljišč v Evropi 10 %, do leta 2030 naj bi ta delež znašal 25 %. Aktivnosti, na katerih bi morali graditi v kmetijstvu in turizmu v obdobju 5 let, sogovorniki vidijo v zmanjšanju odpadkov in pa vlaganje v poznavanje preferenc porabnikov. Ministrica za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano je vidi potencial v izkoriščanju resursov, ki jih ima Slovenija in hkrati tudi ozaveščanje kupca z namenom, da prizna in priznava visoko in kakovostno (lokalno) pridelavo hrane. Veliko vlogo in sinergijo vidi v povezovanju kmetijstva, turizma in kulinarike, ki lahko vsem deležnikom doprinese mnogo večje učinke.

V nadaljevanju so sodelujoči predstavili primere dobre prakse, ki predstavljajo uspešne zgodbe. S projektom Okusi Posavja so začeli leta 2002, kjer so imeli na začetku kar nekaj težav z iskanjem ponudnikov, da bi se vključili v projekt. Projekt je danes uspešen in ponudniki sami pristopijo. Skupaj so ustvarili blagovno znamko, ki je že prepoznavna. Projekt je predstavila Kristina Ogorevc Račič. Maja Roš Kanellopulos (Nebesa Chalets) je predstavila skupen projekt s sestro Ano Roš (Hiša Franko) z namenom, da bi gostje, ki bi obiskali znamenito hišo Franko v regiji ostali kakšen dan dlje. Pripravili sta inovativen projekt, ki zajema pohod s kulinarčnimi doživetji, ki nahrani tako duha kot telo. Tura bo vodena in gostje bodo aktivno sodelovali, saj bo osrednja naloga zbiranje kravjih zvoncev. Pohodniki bodo obiskali tudi trop drežniških koz.

Malce drugačna, a prav tako izredna zgodba, pa prihaja s Pohorja. Kar 19 občin iz treh regij se je odločilo, da skupaj promovirajo Pohorje. Pohorje velja za prepoznavno zimsko destinacijo, ki pa jo želijo razširiti in jo zapisati kot »outdoor« destinacijo, ki nudi različna

doživetja v vseh letnih časih. Letos so se hitro prilagodili nepričakovani situaciji in sestavili paketi za družine. Koordinacija promocij in usklajevanje ciljev jim je odlično uspelo, ljudje pa so jih že nagradili z obiskom.

V Vipavsko dolino pa je prisotne povabila Brigita Štolfa. Aktivno delo na prepoznavnosti se jim je obrestovalo in lahko se pohvalijo z nazivom »Top 10 destinacija«, ki ga je dodelil Lonely planet. Ne skrivajo, da je njihov cilj privabiti goste, ki zapravijo več in prepoznajo kakovost ter dodano vrednost tako v izdelkih kot tudi storitvah. Aktivnosti posvečajo tudi razvijanju novih praks kot je gojenje

ameriškega slamnika. Podjetniško priložnost vidijo tudi v lokalni pridelavi hrane.

Ob koncu prijetnega dne je sledila okrogla miza, kjer sta Martina in Aleks Simčič predstavila svojo podjetniško pot in življenje vinarja. Za podmladek in nadaljevanje te uspešne zgodbe se jima ni potrebno bati, saj skrbno prenašata znanja na sinova. Iz pogovora smo razbrali, da prav vsak v družini prinaša delček sestavljanke in se lepo dopolnjujejo. Vizije jim ne manjka in tudi v prihodnje se bomo lahko veselili okusov, ki nam jih že pridno pripravljajo.