

TKBZ Iz Doline Soče



Vsebina delavnice



- Uvodni pozdrav koordinatorja TKBZ IDS, Tjaša Bizjak
- Predstavitev sistema certificiranja Vodenih doživetij za certifikat TKBZ
Iz Doline Soče, Tanja Lešnik Štuhec
- Vodena doživetja – primeri prakse, Ilona Stermecki
- Gastronomija in vodena doživetja, Mojca Polak
- Outdoor turizem in vodena doživetja, Vid Štuhec
- Razprava

TKBZ Iz Doline Soče



Razvoj kolektivne blagovne znamke



2020

- Razvoj sistema podeljevanja pravice do uporabe znamke
- razvoj CGP

2021

- Priročnik CGP, destinacijske vrečke
- Ocenjevanje RI
- Ocenjevanje PŽI
- Razvoj sistema za Hišo okusov

2022

- Ocenjevanje JP (3x)
- Ocenjevanje Hiša gastronomije (3. nivo)
- Ocenjevanje Hiša okusov (3. nivo)
- Javna podelitev certifikatov in predstavitev certificirane ponudbe



Delavnica s ponudniki VD, TKBZ Iz Doline Soče, 16.4.2024, ProVITAL d.o.o.



Delavnica s ponudniki VD, TKBZ Iz Doline Soče, 16.4.2024, ProVITAL d.o.o.



Anina kuhinja



Ko ješ v Hiši Franko, lahko zapreš oči in popolnoma razumeš okolje, katerega del je naša restavracija.

— VEČ O ANINI KUHINJI



Razvoj kolektivne blagovne znamke



**Mreža TKBZ po modelu Izvorno slovensko
Okusiti Slovenijo, I feel Slovenia**

Peti nivo – mreženje, usposabljanje, svetovanje, promocija, trženje, logistika in prodaja – Akademija IS, Platforma IS

**Predstavitveno-prodajni center -
Ambasador certificirane ponudbe s TKBZ v regiji oz. subregiji**

Četrti nivo – Vzpostavitev centra TTKBZ na območju regije oz. subregije, tretje-peto leto vzpostavljanja TKBZ



Tretji nivo – Mreženje ambasadurjev – visokokakovostne ponudbe z dodano vrednostjo na nivoju regije, tretje-peto leto



Drug nivo – Mreženje za dvig kakovosti in dodane vrednosti na nivoju TKBZ, drugo-tretje leto



Prvi nivo – Mreženje za dvig kakovosti in dodane vrednosti na nivoju TKBZ, prvo leto vzpostavljanja TKBZ

SKUPAJ:
38 ponudnikov
111 certificiranih izdelkov

5

Nadaljevanje projekta v 2024 in 2025



2024

- Dve sejamski predstavitvi (Ljubljana, Celje)
- Individualna svetovanje – marec, april
- Delavnica kreiranje doživetij – 16. april ob 17. uri, Kobarid
- Ocenjevanje PŽI, RI – 5. junij
- Individualna svetovanja za VD – maj/junij
- Ocenjevanje vodenih doživetij – 2. september
- Ocenjevanje JP – 5. november
- Slavnostna podelitev certifikatov – december

2025

- Študijska tura z ogledom dobrih praks
- Delavnice, usposabljanja, izobraževanja
- Ocenjevanje gastronomskih prireditev
- Ocenjevanje namestitev
- Ocenjevanje butičnih vodenih doživetij
- ...

Več informacij:

Tjaša Bizjak, koordinatorica
KBZ IDS
tjasa.bizjak@dolina-soce.si
05 38 00 480

+ Sodelovanje v mreži TKBZ po MIS

TKBZ Iz Doline Soče



Slovensko podeželje



Podeželski gastronomski turizem



Podeželski gastronomski turizem



Podeželski gastronomski turizem



Zanesljivi in pošteni odnosi med deležniki v verigi zagotavljajo varno preskrbo s hrano!



Foto: Tomo Jeleničak, izvorno slovensko

VISOKA GASTRONOMIJA Z NIČELNIM KILOMETROM

lahko spodbudi k ekološki pridelavi in razvoju ponudbe na podeželju –
povezane kmetije, vinarji, čebelarji, rokodelci in gostinski ponudniki (sejalni idr.
načrti), športne agencije in ponudniki sproščanja v naravnem okolju.

Podeželski gastronomski turizem



od 22

— + Samodejno

V ZAČIMBNEM BUTIKU

Začimbe – zgodovinski luksuz, več stoletij gonilna sila svetovne ekonomije, simbol bogastva in moči imperijev, naravno plačilno sredstvo...

Njihovih zdravilnih, lepotilnih in dišavnih potencialov ter božanske energije so se več tisoč let še kako zavedali vladarji in drugi pomembneži starih kultur.

Kaj vse zmorejo kakovostne začimbe, kako nam lahko pomagajo pri zdravju in dobrem počutju, kako jih vsakodnevno uporabljati ter iz njih izvabiti čim več koristnih potencialov za telo in dušo?

Podali se bomo na pot raziskovanja, užitek in veselja. Preizkušali, ostrili bomo naše čute ter spoznavali esence, ki nas bodo z milino in toplino spremljale na poti dolgoživosti.

Delavnica s ponudniki VD, TKBZ Iz Doline Soče, 16.4.2024, ProVITAL d.o.o.



Ekskluzivni kulinarični doživljaj



Doživljajski zeliščni sprehod s konkretnimi rešitvami za vzgojo in pravilno uporabo začimb doma

Odličen 4-hodni meni skupaj soustvarjenih jedi

Interaktivna delavnica s predstavitvami receptur

Koristni nasveti za naravno krepitev zdravja



Začijnite dan s kraškim šetrajem.
Prisrčno dobrodošli pri nas!
EKIPA BELAJEVI

Zeliščno-etnološka domačija Belajevi
Kačiče – Pared 13, 6215 Divača
T. +386 41 697 737 E. info@belajevi.si
FB. Domačija Belajevi z zeliščnim vrtom



Podeželski gastronomski turizem



Pridelava in predelava hrane

(kmetijstvo, vinarstvo, sadjarstvo, oljarstvo, ribištvo, živinoreja, živilska predelava, idr.)

Distribucija skozi različne

kanale (trgovinice na dvorišču ponudnika, kmečke/vaške/eko tržnice, lokalne prodajalne, veleblagovnice, delikatese, trgovine z mešanim blagom in online prodaja)

Procesiranje in okušanje –

gastronomija, javne ustanove, gospodinjstva – končni kupci, turisti

Proces vključuje dodano vrednost kot npr.:

- lepoto krajine z odličnimi razgledi,
 - kulturno in kulinarčno identiteto destinacije,
 - **snovno in nesnovno kulturno dediščino** (kulinarčne, vinske, čebelarske idr. obrti; tradicionalni recepti; tradicionalne arhitekturne posebnosti, zelena nastanitev),
 - kreativna doživetja in aktivna druženja v naravi,
- in se povezuje z drugimi elementi – npr. javnimi politikami, upravnimi predpisi, infrastrukturo, izobraževanjem ter usposabljanjem in raziskavami.



<https://www.slowfood.com>

Podeželski gastronomski turizem



CERTIFIKACIJSKI SISTEMI IN OZNAKE

KAKOVOSTI,

povezani z GASTRONOMSKIM TURIZMOM,
predstavljajo pomembno jamstvo destinacij in
ponudnikov, ki obljublajo neponovljiva zelena
doživetja obiskovalcem.

(World Tourism Organization & Basque Culinary Center, 2019).



Dolina Soče

Soča Valley



Mreža TKBZ MIS



TKBZ IDS – geografsko območje



Območje LAS Dolina Soče – štiri občine:

- Bovec,
- Kobarid,
- Tolmin,
- Kanal ob Soči.



Mreža TKBZ po modelu Izvorno slovensko Okusiti Slovenijo, I feel Slovenia



Peti nivo – mreženje, usposabljanje, svetovanje, promocija, trženje, logistika in prodaja – Akademija IS, Platforma IS

Predstavitveno-prodajni center -
Ambasador certificirane ponudbe s TKBZ v regiji oz. subregiji

Četrty nivo – Vzpostavitev centra TTKBZ na območju regije oz. subregije, tretje-peto leto vzpostavljanja TKBZ

Hiša
Gastronomije

Hiša okusov

Domačija

Hiša vina

Delavnica
odprtih vrat

STA z vodenimi butičnimi
gastronomskimi doživetji

Tretji nivo – Mreženje ambasadorjev – visokokakovostne ponudbe z dodano vrednostjo na nivoju regije, tretje-peto leto

Nastanitvene kapacitete

Gastronomske prireditve

Vodena gastronomska idr. doživetja

Drug nivo – Mreženje za dvig kakovosti in dodane vrednosti na nivoju TKBZ, drugo-tretje leto

Rokodelski izdelki

Pridelki in živilski izdelki

Jedi in pijače postrežene
na gostinski način

Prvi nivo – Mreženje za dvig kakovosti in dodane vrednosti na nivoju TKBZ, prvo leto vzpostavljanja TKBZ

Vrednote ponudnikov



Vizija TKBZ Iz Doline Soče



**Destinacija Dolina Soče bo leta 2030 nudila
povezana, avtentična, visokokakovostna,
butična, personalizirana, nepozabna
gastronomska doživetja ob reki Soči
po meri domačinov in obiskovalcev,
ki spoštujejo naravo, kulturno dediščino in tradicijo
alpskega prostora Triglavskega narodnega parka.**



**TKBZ Iz Doline Soče predstavlja leta 2030
visokokakovostno gastronomsko ponudbo
alpskega prostora ob reki Soči in Triglavskem narodnem parku,
katere tehnologija izvedbe, recepture, vzorci in zgodbe
pridelkov, živil in gradiv ter jedi in pijač postreženih na gostinski način,
izhajajo vsaj v 50 oz. pri vodenih doživetjih 80 odstotkih iz opredeljenega
območja podeljevanja pravice do uporabe
TKBZ Iz Doline Soče.**

Istovetnost TKBZ Iz Doline Soče



TKBZ Dolina Soče

**obljublja in izpolnjuje pričakovanja po
visokokakovostni gastronomski ponudbi z lokalno
dodano vrednostjo Doline Soče,
ki omogoča izkušnjo izjemnega doživetja
alpskega prostora Triglavskega narodnega parka
po meri prepoznanih ciljnih skupin domačinov
in obiskovalcev.**

Strateški razvojni cilji znamčenja s TKBZ IDS



RC1: **Razvit sistem oskrbne mreže** na območju DDS z učinkovito logistiko in prodajnimi mesti s TKBZ IDS v Julijskih Alpah

RC2: **Odlično povezane specializirane verige ponudnikov** pridelkov in živilskih izdelkov (meso, mleko, zelenjava, sadje, zelišča, med, žganja in likerji, peka kruha in peciva...), jedi in pijač, rokodelskih izdelkov, nastanitvenih obratov, gastronomskih prireditev, **vodenih doživetij**, idr. certificiranih s TKBZ IDS v Julijskih Alpah

RC3: **Učinkovit sistem nenehne nadgradnje kakovosti ponudbe** certificirane s TKBZ IDS v Julijskih Alpah (svetovanje ter izobraževanje in usposabljanje)

RC4: **Vzpostavljen sistem Letnega koledarja odprtih vrat** certificiranih ponudnikov Mreže TKBZ IDS v Julijskih Alpah, ki s privlačnimi gastronomskimi doživetji vnesejo DDS na gastronomski zemljevid Slovenije

RC5: **Chefi na območju DDS** zagotavljajo neponovljiva gastronomska doživetja z lokalno oskrbno verigo in avtentičnimi okusi alpskega prostora

RC6: **Programi za aktiven in zdrav življenjski slog** na območju DDS vključujejo lokalna živila, ogled kmetij in rokodelskih delavnic, privlačne lokalne tržnice, pokušnje, delavnice in gastronomska vodena doživetja



Strateški trženjski cilji znamčenja s TKBZ IDS

TC1: Učinkovit sistem promocije in trženja ponudbe ter prodajnih mest s TKBZ IDS:

„**Letni akcijski načrt promocije, trženja in prodaje ponudbe certificirane s TKBZ IDS v JA**“

TC2: Vsaj **50 prepoznanih blagovnih znamk** ponudnikov certificiranih s TKBZ IDS, ki zagotavljajo visoko kakovost ponudbe

TC3: Vsaj **5 ponudnikov vsake od specializiranih verig** pridelkov in živilskih izdelkov s certificirano ponudbo TKBZ IDS

TC4: Vsaj **15 rokodeelcev** s certificirano ponudbo TKBZ IDS

TC5: Vsaj **5 ponudnikov odprtih vrat** s certificirano ponudbo TKBZ IDS

TC6: Vsaj **3 gastronomske prireditve** certificirane s TKBZ IDS

TC7: Vsaj **5 nastanitvenih obratov** certificiranih s TKBZ IDS

TC8: Vsaj **5 ponudnikov vodenih doživetij** s certifikatom TKBZ IDS

TC9: Vsaj **1 ponudnika** s certifikatom TKBZ IDS - **Delavnica odprtih vrat**

TC10: Vsaj **2 ponudnika** s certifikatom TKBZ IDS - **Hiša gastronomije**

TC11: Vsaj **2 ponudnika** s certifikatom TKBZ IDS - **Hiša okusov**

TC11: Vsaj **2 STA z vodenimi butičnimi gastronomskimi doživetji** s certifikatom TKBZ IDS.

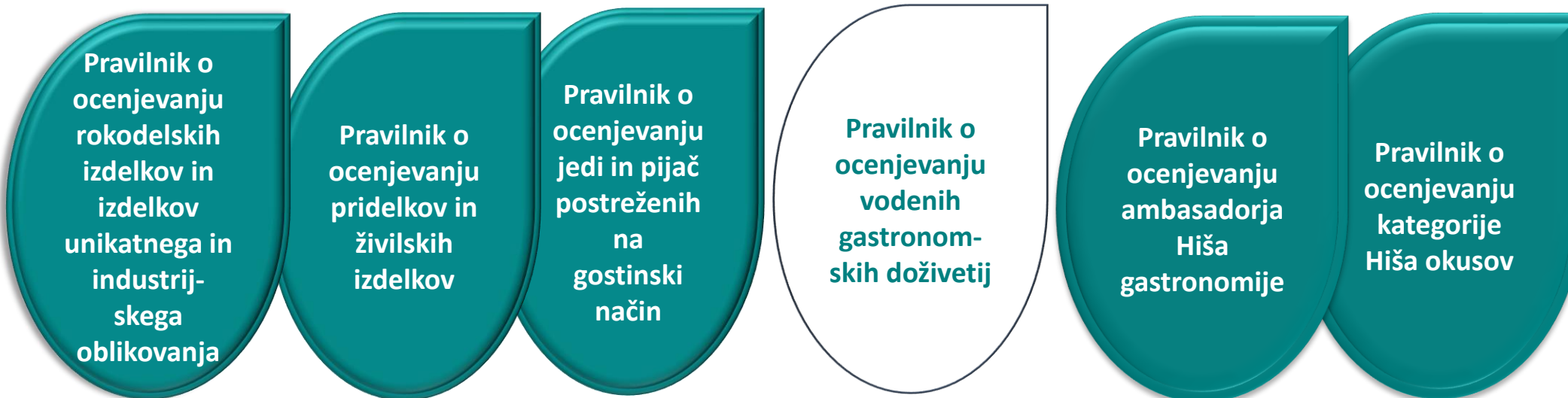
Podelitev pravice do uporabe TKBZ IDS



Approved by
ProVITAL



Pravilnik o TKBZ IZ DOLINE SOČE in pogojih podeljevanja pravice do uporabe TKBZ IZ DOLINE SOČE



Podpravidniki za
razrede pridelkov in
živilskih izdelkov

Merila - Ocenjevalni listi za posamezne izdelke in storitve

Priporočila – Poročila za vsak ocenjen izdelek oz. storitev

Spodbujanje ponudnikov VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Spodbujanje ponudnikov vodenih doživetij k celovitemu zagotavljanju kakovostnih izkušenj s TKBZ:

- Prijavitelj mora imeti **sedež** na območju podeljevanja TKBZ IDS – občine Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči in izpolnjevati zakonsko določene predpise in standarde,
- v kolikor ima Prijavitelj dejavnost registrirano izven območja se mora VD **izvajati preko podjetja registriranega na območju** podeljevanja pravice do uporabe TKBZ,
- **vsaj 80 % programa VD** mora biti izvedenega na območju podeljevanja TKBZ IDS
- visoka mera **lokalno dodane vrednosti** - kratka veriga turističnih ponudnikov VD, vključuje vsaj 1 ponudnika in 1 certificiran produkt,
- prepoznavanje ciljnih skupin gostov – **butičnost, ekskluzivnost, avtentičnost,**

Spodbujanje ponudnikov VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Spodbujanje ponudnikov vodenih doživetij k celovitemu zagotavljanju kakovostnih izkušenj s TKBZ:

- **personaliziranost programa** VD glede na ciljne skupine obiskovalcev,
 - lokalno značilni kreativni pristopi, ki temeljijo na **trajnostnem ravnanju in zelenem poslovanju**,
 - odlično **usposobljeni akterji** (udeleženi na delavnici, konzultacijah),
 - **promocija in prodaja** vodenih doživetij skozi različne kanale – že objavljeno na spletu oz. na enem rezervacijskem sistemu in foto ter predstavitveni video (vsaj 3 krat izvedeno VD),
- z **ZGODBAMI** z lokalno dodano vrednostjo, ki razlikujejo VD od podobnih v sosednjih destinacijah.

Spodbujanje ponudnikov VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Prijavitelj:

- se udeleži **delavnice**.
- na osnovi razpisa izpolni **Vlogo** in prijavi produkte v ocenjevanje s **Prijavo** za turistični produkt/vodeno gastronomsko doživetje. Priloži tudi izpolnjen **Delovni list** in vsa dokazila - **priloge**.
- se udeleži **konzultacij** in sprejme **Ocenjevalno komisijo**.
- **izvede** prijavljeno vodeno doživetje oz. del tega.
- sklene **pogodbo** in spoštuje zapisana določila.
- certificirano ponudbo **označi** s CGP TKBZ skladno s Pravilnikom CGP TKBZ.
- **sodeluje** na prireditvah s certificirano ponudbo.
- je **promotor** TKBZ.

Matrika produktov slovenskega turizma



Pravilnik o ocenjevanju vodenih gastronomskih doživetij



Izhodišča za prijavo VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Vrsta
vodenega
doživetja
(označite):

Vodeno doživetje **POSAMEZNE TURISTIČNE ATRAKCIJE** na območju podeljevanja pravice do uporabe TKBZ – **INDIVIDUALNA ALI SKUPINSKA KRAJŠA VODENA DOŽIVETJA** (delavnice, vodene okuševalnice - degustacije enega ponudnika)

Vodeno doživetje **VEČ TURISTIČNIH VSEBIN, ZANIMIVOSTI NA MANJŠI LOKACIJI - POLDNEVNA ALI CELODNEVNA INDIVIDUALNA ALI SKUPINSKA VODENA DOŽIVETJA** po območju podeljevanja pravice do uporabe TKBZ (prireditve, dnevi odprtih vrat ipd.).

INDIVIDUALNI ALI SKUPINSKI KROŽNI turistični produkt / vodeno doživetje – **ORGANIZIRANI IZLET** po območju podeljevanja pravice do uporabe TKBZ.

STACIONARNI VEČDNEVNI turistični produkt / vodeno doživetje na območju podeljevanja pravice do uporabe TKBZ.

Spodbujanje ponudnikov VD



PRIJAVA

VODENEGA DOŽIVETJA

za pridobitev pravice do uporabe certifikata TKBZ IZ DOLINE SOČE

Evidenčna št. ponudnika TKBZ IZ DOLINE SOČE: _____

Naziv in naslov pravne / fizične osebe - Prijavitelja:	
Ime in priimek kontaktne osebe:	
Naslov kontaktne osebe:	
Kontaktne podatki: Telefon, GSM E-mail	
Ime in priimek avtorja/jev/ – vodenega doživetja:	
Ime in priimek izvajalca vodenega doživetja:	
Na kateri produkt iz Matrike produktov slovenskega turizma 2022-2028 se nanaša vodeno doživetje:	

Produkt/i:

Vrsta vodenega doživetja (označite):	Vodena doživetja posamezne turistične vsebine, zanimivosti v destinaciji Dolina Soče – individualna ali skupinska krajša vodena doživetja (delavnice, vodene degustacije enega ponudnika, vodeni ogledi). Vodena doživetja več turističnih vsebin, zanimivosti na manjši lokaciji - poldnevna ali celodnevna individualna ali skupinska doživetja v destinaciji Dolina Soče (prireditve, dnevi odprtih vrat ipd.). Individualna ali skupinska krožna vodena doživetja, produkti – organizirani izleti po destinaciji Iz Doline Soče. Stacionarna večdnevna vodena doživetja v destinaciji Iz Doline Soče.
Naziv vodenega doživetja in njegovih variacij:	
Ciljna/e skupina/e vodenega doživetja in njegovih variacij (mednarodni jeziki):	
Pozicionirana zgodba vodenega doživetja na domačem / mednarodnem trgu (VD v katerih mednarodnih jezikih):	
Sezona izvajanja vodenega doživetja:	
Območje – seznam lokacij izvajanja vodenega doživetja:	
Možno število udeležencev na vodenem doživetju v eni izvedbi:	
Možno število ponovitev vodenega doživetja v enem dnevu / sezoni:	
Dobaviteljska veriga –	
seznam vključenih ponudnikov,	
ki sestavljajo zgodbo vodenega doživetja:	
Seznam vključenih izdelkov in storitev, ki sestavljajo vodeno doživetje – lokalno dodana vrednost:	
Trajnostni vidik izvajanja vodenega doživetja (okoljska, socialno-kulturna, podnebna komponenta):	
Vpletenost narave v vodeno doživetje (doživetja, rekreacija):	



Spodbujanje ponudnikov VD



Vpletenost občudovanja kulturne krajine z razglednimi točkami, panoramskimi pogledi in počivališči:	
Vpletenost kulturne dediščine v vodena doživetja (doživetja, rokodelstvo):	
Vpletenost občudovanja sodobnega načina življenja (arhitektura, oblike gospodarskih prizadevanj domačinov) v vodeno doživetje:	
Vpletenost navduševanja nad kakovostno (značilno) lokalno prehransko kulturo v vodeno doživetje:	
Vpletenost družbenih vrednost (druženje z lokalnimi prebivalci) v vodeno doživetje:	
Katere so vzgojne in izobraževalne sestavine vodenega doživetja:	
Katere so umetniške oz. oblikovalske sestavine vodenega doživetja:	
Katere lokalne / regionalne kulinarčne sestavine so vključene v vodeno doživetje:	
Prodajna cena vodenega doživetja na osebo pri določenem številu oseb na variacijo:	
Vzpostavljeni načini marketinškega komuniciranja s ciljnim skupinami (orodja):	
Vzpostavljene prodajne poti (neposredne in posredne) vodenega doživetja za doseganje ciljnih trgov:	

Usposobljen kader za izvajanje vodenega doživetja (seznam izvajalcev: vodniki, izvajalci delnih storitev):	
Ali ste pogodbeni partner Mreže TKBZ Iz Doline Soče:	
Zgodovina izvajanja vodenega doživetja:	
Vzpostavljeni standardi izvajanja vodenega doživetja:	
Vzpostavljeni standardi varnosti in higiene pri izvajanju vodenega doživetja:	
Vzpostavljena celostna komunikacijska podoba ponudnika vodenega doživetja:	
Katere prvine delajo vodeno doživetje drugačno, posebno, unikatno:	
Ekonomska vrednost vodenega doživetja (vrednost za denar, število do sedaj prodanih vodenih doživetij, vsaj 3):	
Priloge: Pridobljeni certifikati / znaki kakovosti, nagrade na nacionalni ravni:	
Priloge: Program vodenega doživetja predstavljen v/na promocijskih materialih/orodjih:	
Priloge: Dokazila o izvoru gradiv, izdelkov, storitev (dobavnice, računi, pogodbe ipd.) v vodenem doživetju:	
Priloge: Licenca vodnika, mojstra, ki izvaja doživljajski program – vodeno doživetje:	

Spodbujanje ponudnikov VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Izjava

Spodaj podpisani Prijavitelj izjavljam, da program vodenega doživetja temelji na lokalnih posebnostih območja destinacije Dolina Soče in se v več kot 80 % izvaja na območju omenjene destinacije. Omogoča unikatno doživetje znamenitosti lokalnega okolja in ljudi, ki v njem živijo.

Prijavitelj izjavljam, da sem registriran na območju občin destinacije Dolina Soče, člani dobaviteljske verige so lahko tudi izven destinacije Dolina Soče.

Prijavitelj sem seznanjen s priporočili za ponudnike (dogovorjene cene) vključene v vodena doživetja s certifikatom TKBZ IZ DOLINE SOČE in v vsak program vodenega doživetja vključujem vsaj enega ponudnika s certifikatom TKBZ IZ DOLINE SOČE.

Izjavljam tudi, da ravnam etično sprejemljivo - v procesu razvoja, izvedbe, promocije in prodaje predvidevam in minimiziram vse negativne posledice in neželene stranske učinke na ljudi in okolje (upoštevana je moralna odgovornost dejanj, ki se nanašajo na program vodenega doživetja).

Izjavljam, da v ponudbo vodenih doživetij vključujemo tudi mehko mobilnost.

Soglašam z uporabo ter obdelavo navedenih osebnih in poslovnih podatkov za namen uporabe TKBZ in vodenja Registra uporabnikov TKBZ IZ DOLINE SOČE.

Spodbujanje ponudnikov VD



DELOVNI LIST
za
TURISTIČNI PRODUKT / VODENO DOŽIVETJE PRI PONUDNIKU
CERTIFICIRANEM S TKBZ IZ DOLINE SOČE



Ime / naslov turističnega produkta / vodenega doživetja:	
Termin izvedbe programa (datum in čas izvedbe in čas trajanja):	
Ciljna skupina (izvedba v mednarodnih jezikih):	
Možno število oseb:	
Možnost ponovitve v dnev:	
Sezonskost:	
Vsebina turističnega produkta / vodenega doživetja (glavne točke, izvedba) – zagotavljanje unikatnosti in ekskluzivnosti:	
Vključene atrakcije (narava, kulturna dediščina, gastronomija, transport, rekreacija ipd.):	
Dobaviteljska veriga – mreženje ponudnikov znotraj območja TKBZ IZ DOLINE SOČE:	
Usposobljenost vodnikov in drugih izvajalcev posameznih sklopov turističnega produkta / vodenega doživetja:	
Kalkulacija in prodajna cena:	Fiksni stroški: Variabilni stroški: Provizija za oblikovanje produkta (TA):
Možni načini plačila:	

Načini marketinškega komuniciranja (orodja):	Objava TP/VD na spletni strani oz. rezervacijskem portalu
Sistem rezervacije in prodajne poti (kje se lahko produkt kupi):	
Zagotovljena trajnost po vseh štirih stebrih (brez plastike, mehka mobilnost, lokalna razpršenost prihodka, kulturna dediščina in lokalna narava, stik z lokalnimi prebivalci, njihovimi vrednotami, merjen ogljični odtis ...):	
Varnost in higienski standardi:	
Zagotavljanje vključenosti in kreativnosti:	
Fototeka in kratek predstavitveni video o izvedenih TP/VD:	

Priloga: Itinerarij
Avtor: _____
Tolmin: _____

Spodbujanje ponudnikov VD

Ocenjevalni list za
VODENO DOŽIVETJE
certificirano s TKBZ IZ DOLINE SOČE

Evidenčna številka: _____
Naziv vodenega doživetja: _____



MERILO	Možne Točke	Dose žene točke
1. primernosti poimenovanja vodenega doživetja glede na njegovo vsebino in sporočilnost	0 – 10	
2. koncepta povpraševanja - prepoznavanja ciljnih skupin kupcev vodenega doživetja.	0 – 10	
3. pozicioniranja zgodbe vodenega doživetja na slovenskem / mednarodnem trgu (kateri mednarodni jeziki)	0 – 10	
4. sezonskosti – širitev sezone na vso leto	0 – 10	
5. območja – lokacije izvajanja vodenega doživetja	0 – 10	
6. možnega števila udeležencev določenega vodenega doživetja	0 – 10	
7. števila možnih ponovitev določenega vodenega doživetja v dnevu / sezoni	0 – 10	
8. mreženja in kakovosti dobaviteljske verige – delnih ponudnikov, ki sestavljajo zgodbo vodenega doživetja	0 – 10	
9. izvora-porekla gradiv, izdelkov in storitev – lokalno dodana vrednost kratke oskrbne verige	0 – 30	
10. trajnostnega izvajanja vodenega doživetja (okoljska, socialno-kulturna, podnebna komponenta trajnosti)	0 – 10	
11. vrednot narave – doživljanje in rekreacija	0 – 10	
12. vrednot naravne in kulturne krajine z razglednimi točkami, panoramskimi pogledi in počivališči v sklopu vodenega doživetja.	0 – 10	
13. vrednot kulturne dediščine – prepoznavanje in doživljanje	0 – 10	
14. vrednot (občudovanja) sodobnega načina življenja (arhitektura, oblike gospodarskih prizadevanj domačinov) v sklopu vodenega doživetja.	0 – 10	
15. vrednot (navdušenja) nad kakovostno (značilno) lokalno prehransko kulturo v sklopu vodenega doživetja.	0 – 10	
16. lokalne / regionalne kulinarike v sklopu vodenega doživetja.	0 – 10	

17. družbenih vrednot – druženje in spoznavanje z lokalnim prebivalstvom v sklopu vodenega doživetja.	0 – 10	
18. vzgojnih in izobraževalnih sestavin za osebnostno rast	0 – 10	
19. umetniških oz. oblikovalskih sestavin vodenega doživetja	0 – 10	
20. konkurenčnosti prodajne cene vodenega doživetja	0 – 10	
21. vzpostavljenega marketinškega komuniciranja s ciljnim skupinami	0 – 10	
22. vzpostavljenih prodajnih poti (neposredne in posredne) vodenega doživetja do ciljnih trgov	0 – 10	
23. usposobljenosti akterjev – izvajalcev vodenega doživetja (mednarodni jeziki)	0 – 30	
24. vključevanja poslovnih partnerjev Mreže TKBZ IZ DOLINE SOČE v vodeno doživetje.	0 – 10	
25. standardizacije izvedbe vodenih doživetij	0 – 10	
26. varnosti in higienskih standardov	0 – 30	
27. fizičnih dokazov - celostne podobe trženja vodenega doživetja	0 – 10	
28. celovite kakovosti in unikatnosti doživljanja	0 – 30	
29. ekonomske vrednosti – vrednost za denar (število prodanih vodenih doživetij)	0 – 10	
30. nagrajenosti – pridobljeni znaki, certifikati	0 – 10	
Skupaj	0 – 380	

Meje sprejemljivosti:
Maks = 380 točk (370 točk, od 1-29)
Min = 296 točk (80 % od 370 točk)

Merila za VD



MERILO	Možne Točke
1. primernosti poimenovanja VD glede na njegovo vsebino in sporočilnost	0 – 10
2. koncepta povpraševanja - prepoznavanja ciljnih skupin kupcev VD	0 – 10
3. pozicioniranja zgodbe VD na slovenskem / mednarodnem trgu	0 – 10
4. sezonskosti VD – širitev sezone na vso leto	0 – 10
5. območja – lokacije izvajanja VD	0 – 10
6. možnega števila udeležencev določenega VD	0 – 10
7. števila možnih ponovitev določenega VD v dnevu / sezoni	0 – 10
8. mreženja in kakovosti dobaviteljske verige – delnih ponudnikov, ki sestavljajo zgodbo VD	0 – 10
9. izvora gradiv, izdelkov in storitev – lokalno dodana vrednost kratke oskrbne verige	0 – 30
10. trajnostnega izvajanja VD (okoljska, socialno-kulturna, podnebna komponenta trajnosti)	0 – 10
11. vrednot narave – doživljanje in rekreacija	0 – 10
12. vrednot kulturne krajine z razglednimi točkami, panoramskimi pogledi in počivališči	0 – 10
13. vrednot kulturne dediščine – prepoznavanje in doživljanje	0 – 10
14. vrednot (občudovanja) sodobnega načina življenja (arhitektura, oblike gospodarskih prizadevanj domačinov)	0 – 10
15. vrednot (navdušenja) nad kakovostno (značilno) lokalno prehransko kulturo	0 – 10
16. lokalne / regionalne kulinarike	0 – 10
17. družbenih vrednot – druženje in spoznavanje z lokalnim prebivalstvom	0 – 10

Spodbujanje ponudnikov VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

MERILO	Možne Točke
18. vzgojnih in izobraževalnih sestavin za osebno rast	0 – 10
19. umetniških oz. oblikovalskih sestavin	0 – 10
20. konkurenčnosti prodajne cene vodenega doživetja	0 – 10
21. vzpostavljenega marketinškega komuniciranja s ciljnim skupinami	0 – 10
22. vzpostavljenih prodajnih poti (neposredne in posredne) VD do ciljnih trgov	0 – 10
23. usposobljenosti akterjev – izvajalcev VD	0 – 30
24. vključevanja poslovnih partnerjev s pridobljeno TKBZ Iz Doline Soče v VD	0 – 10
25. standardizacije izvedbe VD	0 – 10
26. varnosti in higienskih standardov VD	0 – 30
27. fizičnih dokazov - celostne podobe trženja VD	0 – 10
28. celovite kakovosti in unikatnosti doživljanja VD	0 – 30
29. ekonomske vrednosti – vrednost za denar (število prodanih VD)	0 – 10
30. nagrajenosti – pridobljeni znaki, certifikati	0 – 10
Skupaj	0 – 380

Meje sprejemljivosti:

Maks = 380 točk (370 točk od 1-29);

Min = 296 točk (80 % od 370 točk)

Člani Akademije Izvorno slovensko za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

- **prof. dr. Janez Bogataj**
- **Ilona Strmecki, mag. mark. in prod.**
- **Mojca Polak, mag. mark. in prod.**
- **Dunja Koren**
- **Marko Slapnik**
- **dr. Jana Vilman**
- **Vid Štuhec, MA**
- **Špela Kuzma**
- **dr. Tanja Lešnik Štuhec**

Kaj pridobim s certifikatom za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

- Udeležba na delavnicah – **usposabljanje v stroki.**
- **Svetovanje** pri oblikovanju produktov s CGP na promocijskem materialu.
- **Ocenitev** ponudbe ponudnika izvede Strokovna komisija za ocenjevanje.
- Ponudniki dobijo za svoje ocenjene produkte **poročilo Strokovne komisije za ocenjevanje**, ki poda tudi predloge za nadgradnjo ponudbe in njene CGP.
- Profesionalen fotograf **fotografira produkte/ kratek video** - ponudnik dobi fotografije/ kratek video za uporabo v promocijske namene.

Kaj pridobim s certifikatom za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

- Po podelitvi certifikata in podpisu pogodbe se vso certificirano ponudbo s ponudniki javno **objavi v Registru ponudbe** certificirane s TKBZ.
- Ponudniki **pridobijo oblikovano predlogo za uporabo promocijskega znaka TKBZ IDS ter spletno verzijo znaka.**
- Ponudnike se povabi, da v sklopu promocijskih aktivnosti Turizma Dolina Soče svoje produkte **predstavijo javnosti** in s tem promovirajo kakovost lastnih produktov in ponudbo TKBZ kot celoto; ko ponudniki sami predstavljajo svojo certificirano ponudbo se pričakuje, da bodo **uporabili promocijska sredstva**, ki jih pridobijo od Lastnika TKBZ.

Kaj pridobim s certifikatom za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

- **Turizem Dolina Soče bo certificirane produkte promoviral** v sklopu vseh svojih promocijskih aktivnosti in kanalov z njihovimi kontaktnimi podatki.
- **Vodi se arhiv dokumentacije, slik in video posnetkov v navezi s TKBZ.**
- Ponudniki bodo pozvani, da **promocijski znak TKBZ uvrstijo na lastne spletne strani**, v podpis mailov, na promocijske materiale ..., v sodelovanju z izbranim oblikovalcem.
- **Turizem Dolina Soče bo na lastnih prodajnih mestih promoviral in prodajal produkte** certificirane s TKBZ IDS in tako omogočil ponudnikom nove prodajne poti.

Proces pridobivanja certifikata za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

- Pravico do uporabe certifikata TKBZ **izda Strokovna komisija za ocenjevanje s Sklepom.**
- **Certifikat** (vsaj enkrat letno) **podelita direktor/ica in predsednik/ica Strokovne komisije za ocenjevanje za vsak produkt** za katerega je proizvajalec oz. ponudnik pridobil pravico do uporabe TKBZ Iz Doline Soče.
- **Pridobljena pravica se vpiše v Register** upravičencev do uporabe TKBZ Iz Doline Soče.

Uporaba certifikata TKBZ IDS za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Prejemniki pravice do uporabe TKBZ Iz Doline Soče lahko **pričnejo** uporabljati **certifikat TKBZ** po:

- **prejemu Sklepa** o podelitvi pravice do uporabe TKBZ Iz Doline Soče,
- **podpisu Pogodbe** z nosilcem TKBZ Iz Doline Soče, s katero se upravičenec do uporabe TKBZ zaveže izpolnjevati določila Pravilnika, ki je kot priloga sestavni del Pogodbe in
- **vpisu v Register** upravičencev do uporabe TKBZ Iz Doline Soče, ki ga vodi Lastnik TKBZ Iz Doline Soče.

Objava in veljavnost certifikata za VD



Pravilnik o
ocenjevanju
vodenih
gastronom-
skih doživetij

Turizem Dolina Soče javno objavi na spletnih straneh:

- seznam upravičencev do uporabe TKBZ IDS in
- seznam produktov pri ponudbi katerih je ponudnik upravičen do uporabe TKBZ IDS.

Podeljena pravica do uporabe TKBZ Iz Doline Soče velja za:

- vodena gastronomska doživetja – **tri leta**.

Po pretečenem času morajo biti produkti preverjeni - **ponovno ocenjeni** in pravica do uporabe TKBZ Iz Doline Soče podeljena za naslednje obdobje.

TKBZ Iz Doline Soče





IZZIVI V TURIZMU

- Obdobje po Covidu
- Okoljske spremembe
- Pomanjkanje kadrov
- Digitalizacija
- Ključne usmeritve

GLOBALNI TRENDI V TURIZMU

- Vse **večji pomen potovanj s ciljem transformacije** (rast na področju ponudbe programov namenjenih dobremu počutju, zdravju, osebni rasti ter bivanju v naravi in kulturi),
- Do leta 2050 bo več kot 30% populacije v Evropi starejše od 60 let/cca 220 mio preb. – t. i. **SREBRNI TURISTI** (iskali bodo programe zdravja in dobrega počutja),
- Do leta 2025 bodo **MILENIJCI** predstavljali 50% vseh turistov (iskali bodo programe usmerjene v raziskovanje, interakcijo ter čustvena doživetja, digitalno podprtost ter trajnostno usmerjenost).



POMEN TRAJNOSTNEGA IN DRUŽBENO ODGOVORNEGA TURIZMA



POMEN TRAJNOSTNEGA IN DRUŽBENO ODGOVORNEGA TURIZMA



vid



okus



tip



sluh



voh

PET

čutil, s katerimi zaznavamo Slovenijo
in razvijamo trajnostni turizem, ki ceni
gospodarstvo, družbo in okolje.

Uravnoteženi kazalniki trajnostnega turizma v novi realnosti



OKOLJSKA TRAJNOST

- Število ponudnikov s trajnostnim znakom Zelena shema slovenskega turizma
- Okoljska trajnost (WEF)
- Naravni viri (WEF) itd.



DRUŽBENA TRAJNOST

- Zadovoljstvo (SURS, ZSST)
- Varnost (A TU-T, SURS)
- Kompetence
- Pomembnost turizma (pozitivni učinki)



EKONOMSKA TRAJNOST

- Turistični promet (SURS)
- Vrednost izvoza potovanj (BS)
- Delež turizma v BDP (BS)
- Dodana vrednost na zaposlenega (SURS)
- Človeški viri in trg dela (WEF)
- Lastniško preoblikovanje (MGRT) itd.



POMEN GASTRONOMIJE V TURIZMU

- Gastronomija v povezavi s turizmom = **orodje, ki destinacijo približa turistom.**
- Tretjina izdatkov turista gre za hrano.
- Hrana je pomemben odločilni dejavnik pri izbiri cilja potovanja.
- **Gastronomski turizem - samostojen turistični produkt.**
- **Slovenija je stičišče gastronomske različnosti in lokalnih okusov** (24 gastronomskih regij, 170 strokovno izbranih jedi).

POMEN LOKALNE SKUPNOSTI





SCENARIJ RAZVOJA TURIZMA

- Nekaj več in nekoliko bolj (uravnoreženo), zmerna kvantitativna rast ob pospešeni rasti kakovosti in dodane vrednosti (pomen lokalne identitete in lokalnega karakterja).



<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>

MATRIKA PRODUKTOV SLOVENSKEGA TURIZMA



<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>



I FEEL
SLOVENIA

NOSILNA TEMATIKA 2024-2025

UMETNOST IN KULTURA

https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

UMETNOST IN KULTURA

- Turizem in kultura z roko v roki
 - **Slovenija se pozicionira kot končna destinacija prihoda**
 - Prireditve, festivali
 - Kulturna krajina, kulturne poti
 - NIŠNA OPREDELITEV: filmska produkcija
-
- TRENDI: sobivanje med obiskovalci in prebivalci
 - Nova zanimanja: urbane izkušnje, sodobna umetnost
 - Kreativni sektor: mesta za delo, življenje, obisk
 - Trajnost
 - **PRIPRAVLJENI PRODUKTI**
 - Digitalizacija

CILJNE PERSONE SLOVENSKEGA TURIZMA

I FEEL
SLOVENIA

VALICON TOURISM



SEGMENTNE SKUPINE

DOŽIVETJA

PRIMARNI MOTIV JE VEZAN NA
AKTIVNEGA POSAMEZNIKA.



- Energija
- Individualizem
- Jaz
- Izraziti sebe
- Lastne potrebe
- Aktivno doživetje

DRUŽENJE

PRIMARNI MOTIV JE VEZAN NA
DRUŽBO ALI DRUŽINO.



- Druženje
- Bližina
- Povezanost
- Skupni interes
- Kompromis

SKRIB ZASE

PRIMARNI MOTIV JE VEZAN NA
POSAMEZNIKA ALI PAR.



- Prenova
- „Retreat“
- „Detox“
- Umiritev
- Razvajanje
- Sproščanje

LJUCNE BESEDE

CILJNE PERSONE SLOVENSKEGA TURIZMA



SEGMENTI, IZ KATERIH IZHAJAJO PERSONE*

DOŽIVETJA “RAZISKOVALEC”



- Doživetje kulture / zgodovine / narave • Hedonizem
- Užitek v kulinariki in razvajanju
 - Športne aktivnosti
- Rekreacija • Adrenalinska doživetja

DRUŽENJE “DRUŽABNIK”



DRUŽBA

- Zabava in dogajanje
- Užitek in sprostitev v družbi

DRUŽINA

- Družinski mir in povezanost
- Aktivno preživljanje skupnega časa

SKRB ZASE “MUZA”



- Zdravstvene storitve
- Wellness • Lepotni tretmaji
 - Umik in pobeg
 - Spoznavanje sebe
(selfness, mindfulness, detox)

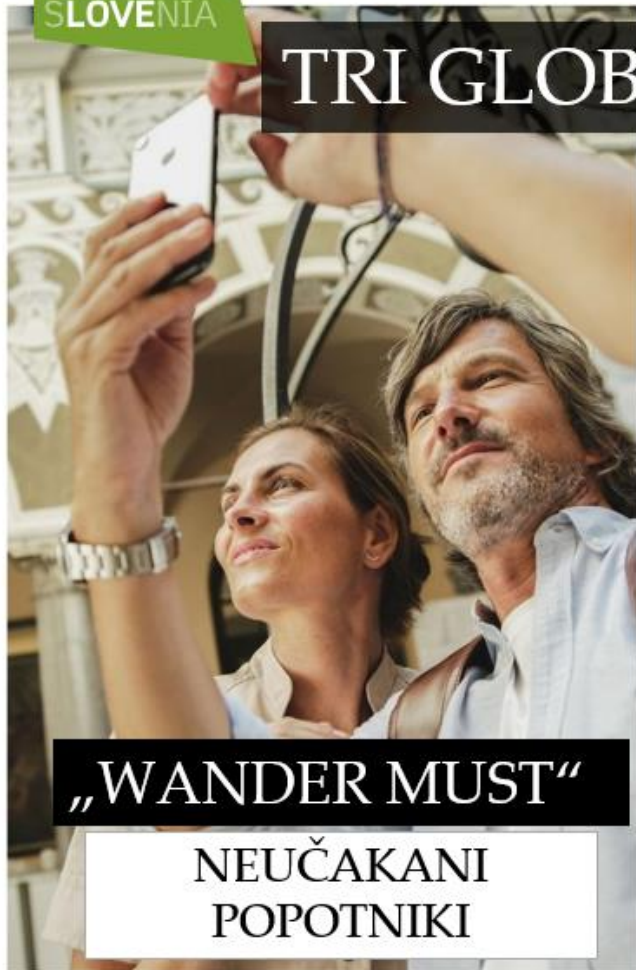
* Opis v narekovajih predstavlja arhetip, ki pooseblja značilnosti segmentne skupine. Razlaga in opis arhetipov je predstavljena v podrobnem poročilu.

https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_person_e_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf

CILJNE PERSONE PRIHODNOSTI

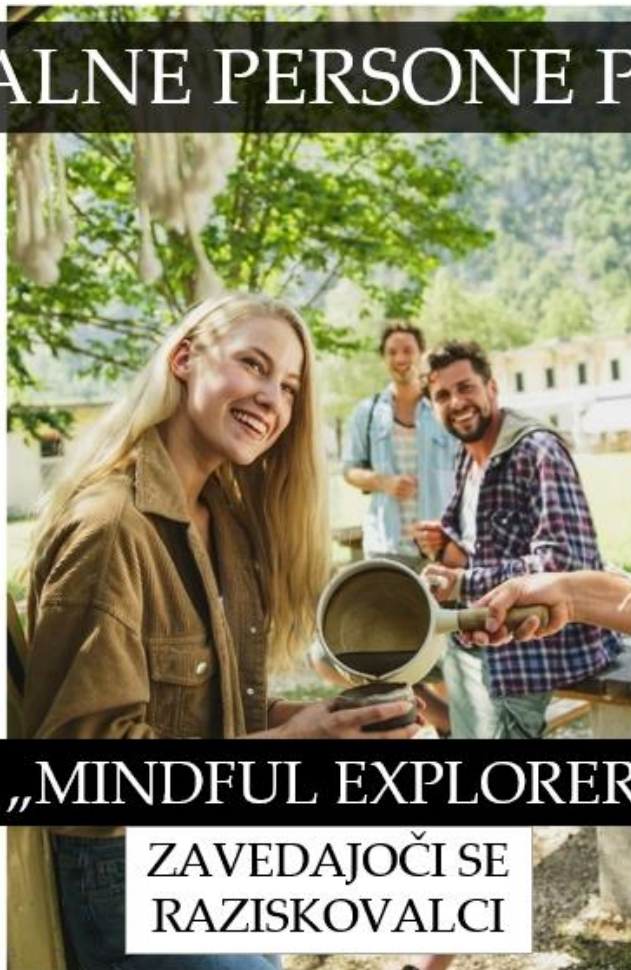
I FEEL
SLOVENIA

TRI GLOBALNE PERSONE PRIHODNOSTI



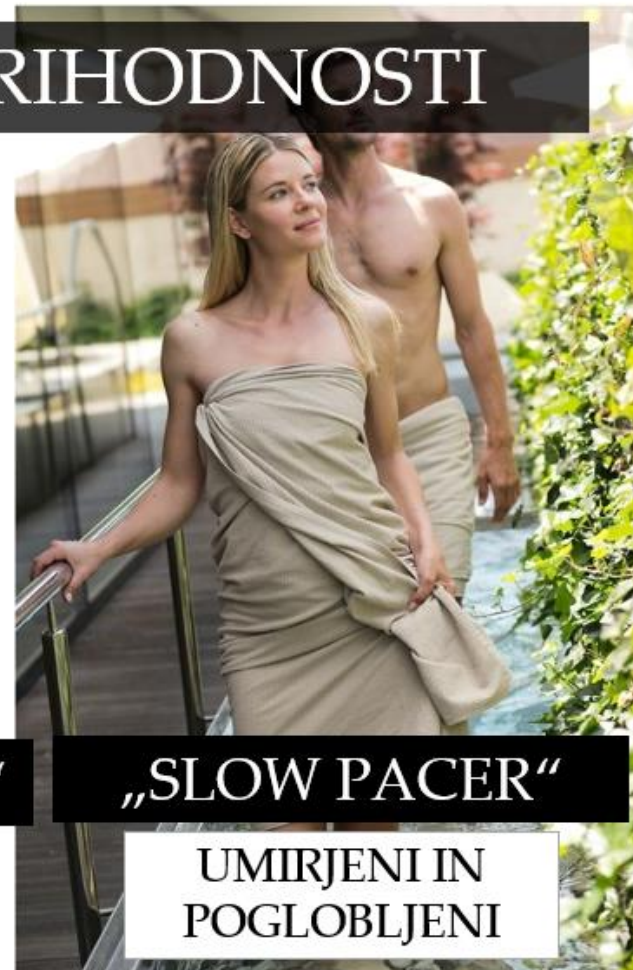
„WANDER MUST“

NEUČAKANI
POPOTNIKI



„MINDFUL EXPLORER“

ZAVEDAJOČI SE
RAZISKOVALCI



„SLOW PACER“

UMIRJENI IN
POGLOBLJENI



Vir: Singapore Tourism Board, Global Conversations

OBLIKOVANJE DOŽIVETIJ = PRODAJANJE SPOMINOV!!!!!!

- ZAKAJ – kaj nam to prinaša?
- KAKO – kakšen koncept?

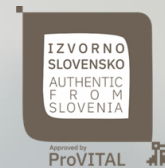
KAJ JE POMEMBNO?

- Koga nagovarjamo?
- Za koga oblikujemo doživetje?
- Komu ga lahko ponudimo?
- Ali je gost že v naši/sosednji destinaciji?
- Ali smo doživetje prilagodili potrebam gosta?



RAZUMEVANJE AVTENTIČNOSTI DOŽIVETJA

- Spoznavanje zaodrja in ne samo dogajanja na odru
- Doživetje je zvesto naravi, kulturi in ljudem območja (poudarja DNK)



Delavnica: Oblikovanje izdelkov in storitev v turizmu, Akademija IS, 2.10.2023

Delavnica s ponudniki VD, TKBZ Iz Doline Soče, 16.4.2024, ProVITAL d.o.o.

RAZUMEVANJE IZKUSTVENOSTI DOŽIVETJA



- Vključevanje gosta
- Prenos znanj in spoznanj
- Pripovedovanje zgodbe
- Emocionalnost gosta
- Dvosmerna komunikacija - ali gost sodeluje?



POMEN DOŽIVETIJ



- Dvig dodane vrednosti ponudbe, predstavitev lokalne identitete ter istovetnosti območja/destinacije ter ponudnikov
- Povezovanje ponudnikov na lokalni, regijski in nacionalni ravni

GOST JE POMEMBEN SOUSTVARJALEC PONUDBE TURISTIČNE DESTINACIJE!!!!

IZHODIŠČA ZA NAČRTOVANJE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA



- **Upoštevanje trendov, smernic, usmeritev** na nacionalni, regionalni in lokalni ravni,
- Izbor **ciljne skupine**,
- **Idejna zasnova doživetja pri ponudniku** – temelji na dobri zgodbi (pristnost, srčnost, resničnost, povezanost s tradicijo, preteklostjo kraja, družine, dejavnosti idr.)
- Vključevanje **drugih lokalnih ponudnikov** (kdo so, kriterij za izbiro),
- **Zapis zgodbe in načina izvedbe doživetja** (čas trajanja, čas možne izvedbe, razdelitev vlog vključenih akterjev, njihove obveznosti, način izvedbe, kdo lahko izvaja, način vodenja – voden ali samovoden),
- **Privlačen naslov** doživetja,
- **Ureditev fototeke** (v vseh letnih časih) ter **promocijskega filma** (pomembna je kakovost fotografij ter dolžina promocijskega filma),
- **Možnost vključevanja gosta** pri izvedbi doživetja (kreativnost),

IZHODIŠČA ZA NAČRTOVANJE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA



- **Izračun lastne in prodajne cene** (kalkulacija) glede na število udeležencev (določitev minimalnega števila udeležencev za izvedbo),
- **Višina prodajne provizije (prodaja preko agenta ali drugega ponudnika),**
- **Zapis programa** (vrstni red aktivnosti, čas trajanja, jezik izvedbe, časovni redosled, cena, kaj cena vključuje, pogoji in način rezervacije ter plačila, možna doplačila, alternativa v primeru slabega vremena),
- **Oblikovanje letaka** (elektronska verzija, tiskana verzija),
- **Načini promocije** (socialni mediji, spletna stran, direktni kontakt s kupci iz lastne baze, kanali ostalih vključenih ponudnikov, lokalnih TA, drugih TA, ostali ponudniki v destinaciji, povezovanje z LTO/ predstavitve na sejmi, borzah, workshopih, študijskih turah idr.),
- **Načini prodaje** (direktno ali indirektno; kanali ostalih vključenih ponudnikov, lokalnih TA, drugih TA, LTO, ostali ponudniki v destinaciji).

ORGANIZIRANJE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA

- **Rezervacija** ostalih vključenih ponudnikov ter vodnika,
- **Uskladitev časovnice** s kupcem in dobavitelji,
- **Zapis končnega obvestila za kupca** (čas in kraj srečanja, izmenjava kontaktov, zapis morebitnih prehranskih ali drugih posebnosti gosta, vremenska napoved, priporočljiva obutev in oblačila, morebitni dodatni stroški ali možnosti za nakup lokalnih izdelkov),
- Posredovanje **končnih navodil in informacij ostalim vključenim ponudnikom**,
- **Izvedba plačila** dobaviteljev (naročilnica, avansno plačilo oz. po dogovoru).



IZVAJANJE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA

- **Koordinacija** izvedbe od začetka od konca BVD (glede na zapis standardizacije),
- **Urejanje morebitnih sprememb** (prilagoditev programa glede na vreme, morebitno zamudo ob prihodu gostov, posebne želje gostov, idr.),
- **Način predstavitve ponudnika** in izvedbe (komunikacija, retorika, jezik, uniforma, pripomočki, CGP),
- Priprava **promocijskih materialov** (zemljevidi, brošure),
- **Darilce** ob zaključku doživetja,
- Izdaja **računa** kupcu (v kolikor ga nismo izdali že pred prihodom),
- Zapis **končnega poročila** (povratna informacija vodnika),
- **Finančni obračun**,
- **Plačilo obveznosti** do zaposlenih, dobaviteljev ter FURS.



EVALVIRANJE IZVEDBE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA

- Priprava **anketnega vprašalnika** za goste (pridobitev povratne informacije o zadovoljstvu, predlogi za izboljšave),
- Pridobitev povratnih informacij s strani ostalih vključenih ponudnikov,
- **Uskladitev povratnih informacij** s strani kupcev in izvajalca (vsi vključeni akterji),
- **Upoštevanje predlogov** za izboljšave pri nadaljnji izvedbi,
- **Poprodajne aktivnosti** (obveščanje kupcev o novi ponudbi, voščilnice ob prazniku, ipd./usklajeno z GDPR),
- **Ohranitev stika** s kupci.



NADGRAJEVANJE PONUDBE BUTIČNEGA VODENEGA DOŽIVETJA



- Sledenje smernicam in trendom v panogi,
- **Nenehno izobraževanje,**
- **Uvedba izboljšav in novosti** glede na pretekle izvedbe,
- **Vključevanje inovativnosti in kreativnosti,**
- **Vključevanje novih vsebin ter novih ponudnikov** v destinaciji,
- **Digitalizacija** vključenih vsebin (kjer je to možno).

****(priloga delovni list v Wordovem dokumentu)*

PRIMER DOBRE PRAKSE VODENEGA BUTIČNEGA DOŽIVETJA PO MODELU IS



Večerni obisk gradu Sevnica in srečanje z **GROFICO MATHILDE**

Mrak. Grad kot nekoč. Osvetljujejo ga sveče, vi se po njem sprehajate z lanterno. Vodička vam prek interpretativnega vodstva razkriva zgodovino gradu. Srečate grofico Mathilde Arco Zinneberg, zadnjo lastnico gradu. Izjemno žensko, ki vam zaupa svojo življenjsko zgodbo vredno romana. Več vam ne povemo. Nekaterne skrivnosti se razkrijejo samo ob srečanju iz oči v oči.

julij: 2., 3., 16., 17., 30. in 31.

avgust: 13., 14., 27. in 28.

Ko pade mrak.

Točno uro začetka vam sporočimo ob rezervaciji vstopnice.

Cena: 19,90 €, otroci do 14. leta: 18,90 €

Delavnica s ponudniki V.D. TKBZ Iz Doline Soče, 16.4.2024, ProVITAL d.o.o. za odrasle.

SEVNICA
SLOVENIA

IZVORNO
SLOVENSKO
AUTHENTIC
FROM
SLOVENIA

ProVITAL



<https://www.kstm.si/veerni-obisk-gradu-sevnica-in-sreanje-z-grofico-mathilde.html>

PRIMER DOBRE PRAKSE VODENEGA BUTIČNEGA DOŽIVETJA PO MODELU IS



Oljarna Kocbek

Potek ogleda:

Degustacije za večje skupine

Ob prihodu najprej ponudimo našo suho salamo z bučnimi semeni.

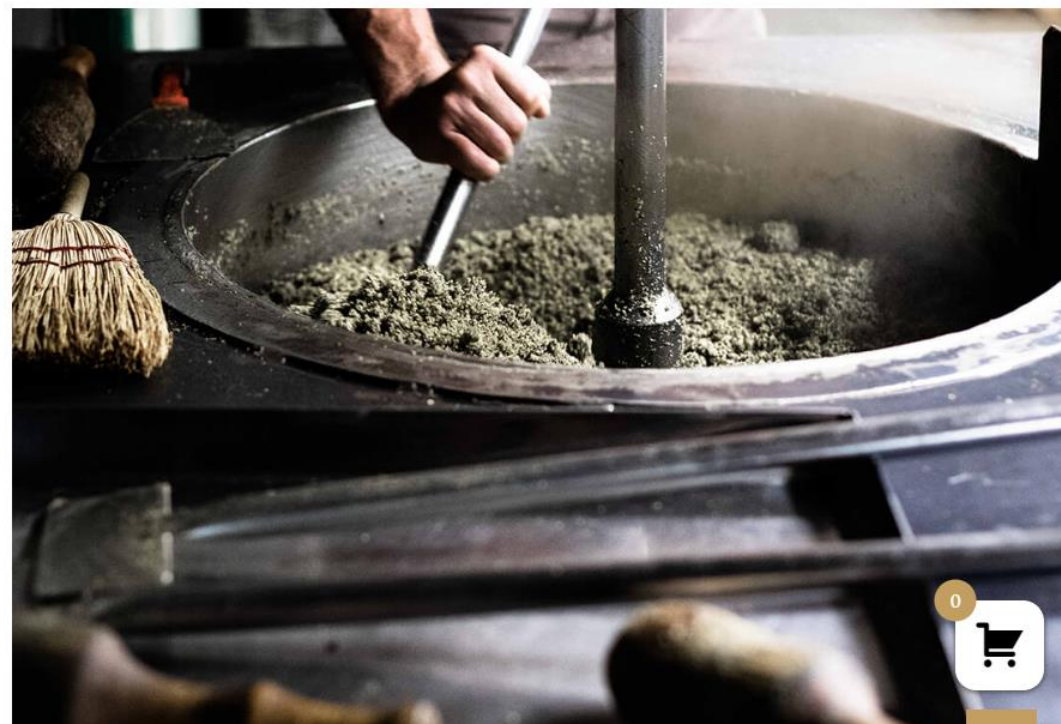
Sledi predstavitev našega dela (zgodovine, nastanka bučnih semen, predelave bučnega olja, razlike med olji, kaj vse delamo in kako delamo...) nato sledi **ogled predelave.**

Po ogledu sledi degustacija 5 različnih olj, namaz z bučnimi semeni in bučnim oljem, peciva z bučnimi semeni in bučnim oljem ter naše čokolade z bučnimi semeni in bučnim oljem.

CENIK:

- Cena celotne ponudbe je za skupine do 25 oseb **160 EUR**
- Nad 25 oseb se plača po osebi **6,50 EUR** (DDV je vključen v ceno)

Kontaktirajte nas



<https://kocbek.si/oljarna-kocbek-degustacija/>



MREŽA
TKBZ
PO MODELU
IZVORNO
SLOVENSKO



POGLOBLJENE ŠTUDIJSKE TURE NAJBOLJŠIH PRIMEROV DOBRIH PRAKS

Primeri dobrih praks povezani v
celodnevno vodeno doživetje.

Udeleženci na študijskih turah: ponudniki
različnih TKBZ, predstavniki LTO ter druge
interesne skupine.

Primer študijske ture: **Okusi najboljše
(TKBZ Naše najboljše).**





MREŽA
TKBZ
PO MODELU
IZVORNO
SLOVENSKO



POGLOBLJENE ŠTUDIJSKE TURE NAJBOLJŠIH PRIMEROV DOBRIH PRAKS

Primeri dobrih praks povezani v
celodnevno vodeno doživetje.

Udeleženci na študijskih turah: ponudniki
različnih TKBZ, predstavniki LTO ter druge
interesne skupine.

Primer študijske ture: Užij svetlobo
tišine ter spoznaj dediščino
kartuzijanov v Turistični destinaciji
Rogla-Pohorje (TKBZ Okusi Rogli).





MREŽA
TKBZ
PO MODELU
IZVORNO
SLOVENSKO



POGLOBLJENE ŠTUDIJSKE TURE NAJBOLJŠIH PRIMEROV DOBRIH PRAKS

Primeri dobrih praks povezani v
celodnevno vodeno doživetje.

Udeleženci na študijskih turah: ponudniki
različnih TKBZ, predstavniki LTO ter druge
interesne skupine.

Primer študijske ture: Okusi Sevnico
ter večerno srečanje z Grofico Matilde
(TKBZ Sevnica Premium).





MREŽA
TKBZ
PO MODELU
IZVORNO
SLOVENSKO



IZVEDBA ŠTUDIJSKIH TUR ZA KOORINATORJE MREŽE TKBZ

Primeri dobrih praks povezani v
celodnevno vodeno doživetje.



Primer študijske ture: **Regija
Vulkanland (Avstrija).**





MREŽA
TKBZ
PO MODELU
IZVORNO
SLOVENSKO

TKBZ IZ DOLINE SOČE



VOĐENO DOŽIVETJE ZA MANJŠE SKUPINE
DO 8 OSEB: OKO REKE

ČAS TRAJANJA: 5 UR

MOŽNOST IZVEDBE: vse dni v letu

CENA: 75 EUR na osebo pri udeležbi
minimalno 8 oseb

Vključeno:

- **Most na Soči skozi zgodbe** - voden sprehod s spoznavanjem dediščine območja,
- **keramično delavnico** - oblikovanje keramičnega spominka,
- **panoramsko vožnjo z ladjo** ob postrežbi osvežilnega napitka ter piškotov z zdravilno marmelado,
- obisk **Arheološkega muzeja** Most na Soči (zgodbe ljudstva z obeh bregov Soče),
- **kulinarično doživetje v Penzionu Šterk** na razgledni terasi nad sotočjem Soče in Idrijce (soška postrv s prilogo),
- **spominsko darilo,**
- spremstvo destinacijskega turističnega vodnika, organizacijo izvedbe doživetja ter DDV.

TKBZ IZ DOLINE SOČE



Dolina Soče ponuja številne možnosti za doživetja v neokrnjeni naravi, ki navdihuje z lestvico raznolikih barv. Reka Soča je tista, ki s svojo smaragdno barvo pritegne obiskovalce iz vseh koncev sveta, hkrati pa ohranja spomin na dediščino iz preteklih obdobj. Bogato izročilo območja vam bo pomagalo ustvariti nepozabne spomine, pogledi na očake in visokogorske pašnike pa vas bodo prepričali, da človek v tem okolju ves čas živi v tesnem stiku z naravo, ki v vseh letnih časih ponuja mnoge surovine za najboljše kulinarične dosežke v globalnem merilu. Značilnost območja so tudi številne kmetije, kjer pastirji pasejo živino in proizvajajo mlečne izdelke na način kot to počeli njihovi predniki.

**VOĐENO DOŽIVETJE ZA SKUPINE DO 20 OSEB:
PRIPOVED VOJAKA S SOŠKE FRONTE TER OD
PLANINE DO PLANIKE**

ČAS TRAJANJA: 8 UR

MOŽNOST IZVEDBE: od spomladi do jeseni

CENA: 72 EUR na osebo pri udeležbi 20 oseb

Vključeno:

- doživljajsko vodenje v **Muzeju na prostem Kolovrat** (lokacija tretje obrambne črte italijanske vojske v času prve svetovne vojne je danes čezmejni muzej z izjemnim razgledom na Dolino Soče in predstavlja detajle iz časa vojne);
- voden pohod do **Nježne hiše** v vasici Jevšček (predstavlja stavbno identiteto ter način življenja na najbolj zahodni slovenski meji/ogled notranjosti hiše);
- kulinarično doživetje s pogledom na Krnsko pogorje na **Turistični kmetiji Jelenov Breg pod Matajurjem** (jed iz divjačine/certifikat znamke Dolina Soče);
- voden ogled **Mlekarne Planika v Kobaridu** (spoznavanje tisočletne tradicije planinskega pašništva in sirarstva, ogled zbirke Od planine do planike, pokušnja izdelkov);
- spremstvo destinacijskega turističnega vodnika, organizacijo izvedbe doživetja ter DDV.

TKBZ IZ DOLINE SOČE

DOLINA SOČE
(ZA SKUPINE DO 20 OSEB)
ČAS TRAJANJA: 8 UR
CENA: 72 EUR na osebo pri udeležbi 20 oseb

KALKULACIJA

VRSTA STROŠKA/AKTIVNOST	FIKSNI STROŠKI	VARIABILNI STROŠKI	NABAVNA CENA NA OSEBO
Turistični vodnik - cel dan		180	9,00
Vodnik Kolovrat		130	6,5
Nježna hiša	5		5
Kosilo	25		25
Planika	15		15
STROŠKOVNA CENA/na osebo	45		60,50
15% PROVIZIJE			9,075
DDD (22% OD PROVIZIJE)			2,00
PRODAJNA CENA			71,57
ZAOKROŽENA PRODAJNA CENA			72



VLOGA DESTINACIJSKIH VODNIKOV PRI KREIRANJU IN IZVEDBI DOŽIVETIJ

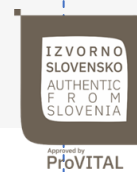


TKBZ Iz Doline Soče

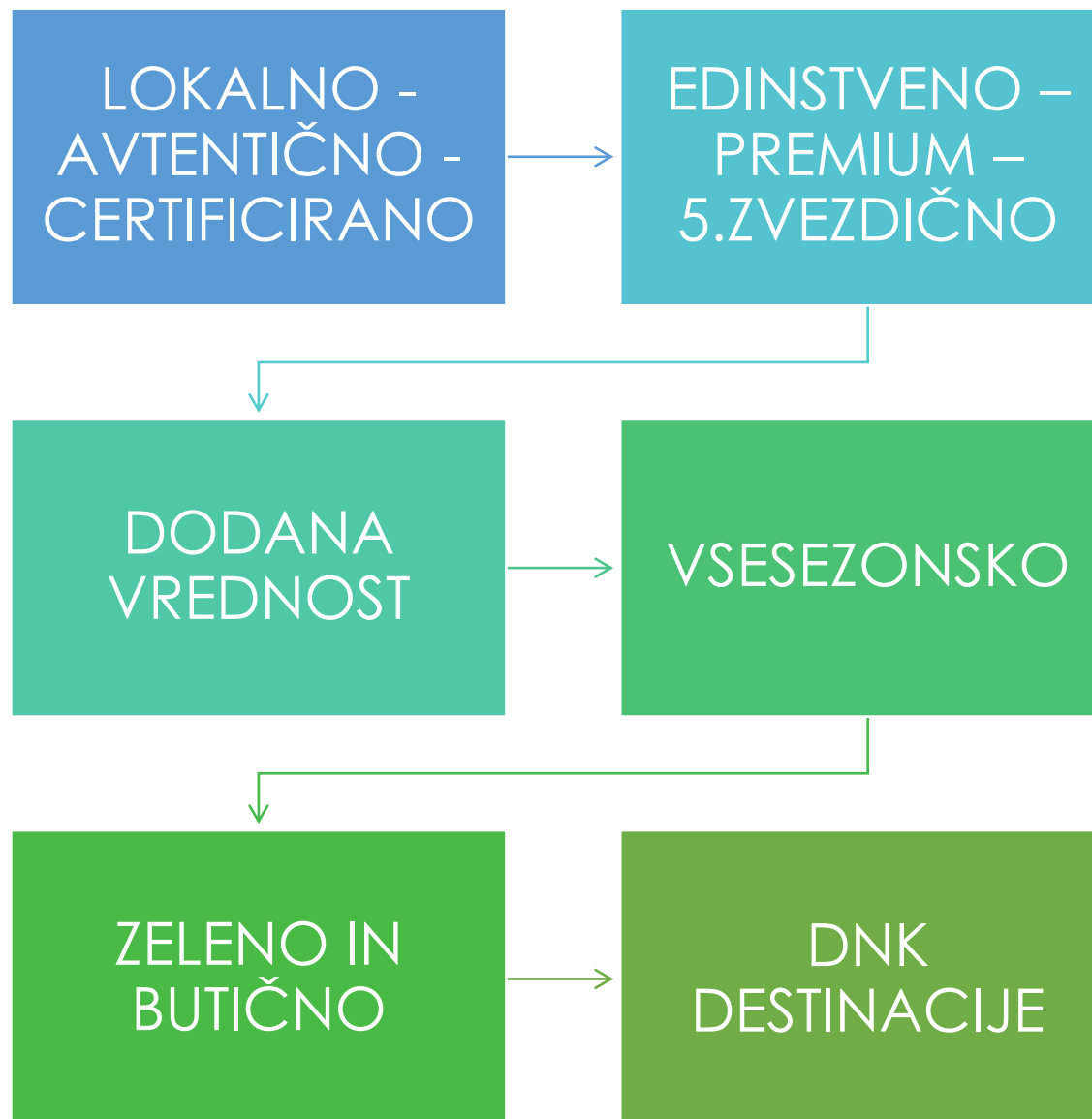


Trendi na področju gastronomskih vodenih doživetij

- Pitna voda v naravi
- Nekultivirana hrana
- Slow food
- Nenavadna ambientalna izkušnja
- Animacija s soudeležnostjo gosta
- Hrana, ki stimulira zdravje
- Učenje arhaičnih kuharskih tehnik
- Učenje veščin samooskrbe
- Personalizacija storitve
- Ponudba gastronomskih doživetij znotraj spletnih platform



Ključni gradniki gastronomskega vodenega doživetja





Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

- Družinska kulinarika
- Kulinarika različnih družbenih skupin
- Zgodovinska kulinarika
- Inovativni poslovni model
- Trajnostna (dediščinska) pridelava hrane
- Gastronomija v povezavi z drugimi privlačnostmi
- Neobičajni ambienti

Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?





Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

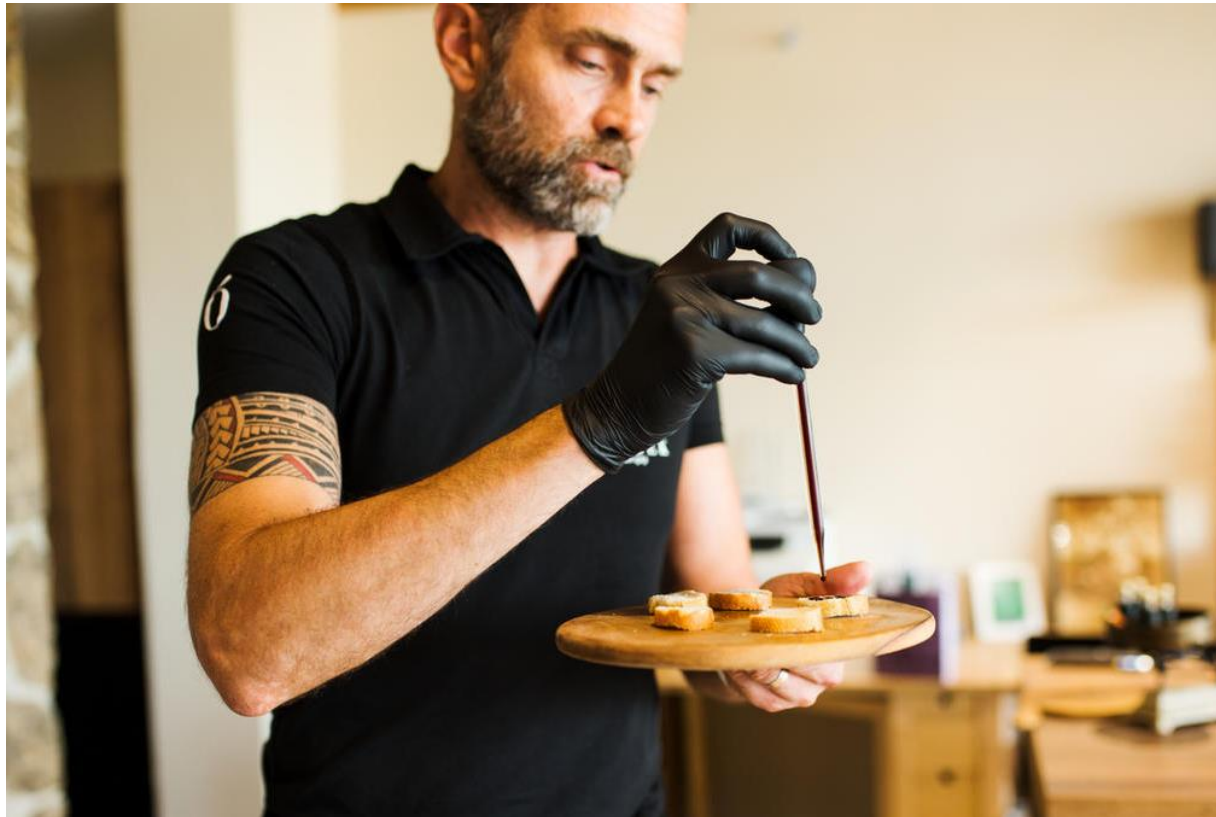


Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

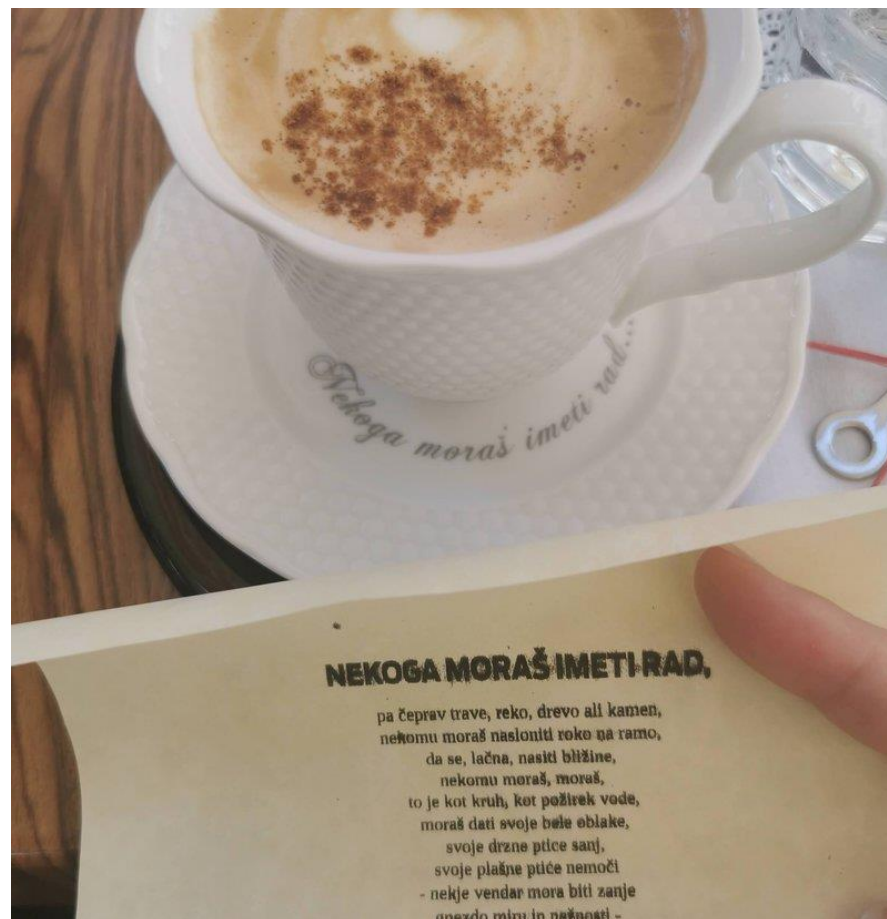


Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?



Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?



NEKOGA MORAŠ IMETI RAD.

pa čeprav trave, reko, drevo ali kamen,
nekomu moraš nasloniti roko na ramo,
da se, lačna, nasiti bližine,
nekomu moraš, moraš,
to je kot kruh, kot požirek vode,
moraš dati svoje bele oblake,
svoje drzne ptice sanj,
svoje plašne ptice nemoči
- nekje vendar mora biti zanje
gnezdo miru in nežnosti -

Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

- kulinarčna dediščina
- samooskrbe in lokalne naravne danosti
- vključevanje lokalnih kulinarčnih tehnik
- uporaba izvirne kuhinjske tehnologije
- vključevanje lokalnih gastronomskih ponudnikov
- vključevanje person Doline Soče in okolice skozi gastronomijo



Katere gastronomske posebnosti destinacije lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

- Osvetlitev ključnih prehranskih pridelkov in jedi iz gastronomske piramide destinacije



- Gibanje v naravi
- Tradicija
- Skupnostna izkušnja
- Trajnostni pristop
- Učenje veščin

Obiranje jabolk

Poskrbite za ozimnico in v klet dodajte nekaj zabojev jabolk. Obiščite jabolčne sadovnjake Resje, kjer si lahko nabereite jabolka. V eni uri boste porabili 200 kalorij, z nošenjem zabojev pa boste še okrepili mišice.

Naučite se pripraviti jabolčno čežano za ozimnico...



Katere gastronomske posebnosti lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

- predstavitev družinske - hišne kulinarčne dediščine in posebnih veščin v povezavi z lokalnimi sestavinami



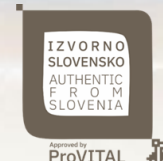


*Katere gastronomske posebnosti
lahko preobrazimo v vodena
gastronomska doživetja?*

Izpostavljanje prehranskih rešitev iz destinacije, ki
stimulirajo zdravje

Katere gastronomske posebnosti lahko preobrazimo v vodena gastronomska doživetja?

- Visoka kuhinja & divje rastline
- Visoka kuhinja & soft pairing
- Visoka kuhinja & gourmet pridelki





EDINSTVENO IN IZKUSTVENO



EMOCIONALNO, PODPRTO Z DOBRO ZGODBO, PRESENETLJIVO





ZELENO IN TRAJNOSTNO

Delavnica s ponudniki VDO, TKBZ iz Doline Soče, 16. 4. 2024, ProvITAL d.o.o.





NEODVISNO OD SEZONE

IZKORISTITI POSEBNOSTI LETNEGA ČASA ZA RAZŠIRITEV DOŽIVETJA



SIRAR ZA EN DAN

EST. 1989

PUSTOTNIK

NAJBOLJŠE IZ MLEKA



KMET ZA EN DAN ŽENSKI EKO VEČER

- Ob posebni priložnosti (praznovanje, srečanje...) vam na naši EKO IDILI na Pohorju pripravimo poseben kulinarčni vinski dogodek Ženski eko večer.
- Kaj je lepšega kot klepet s prijateljicami, razvajanje ob dobri hrani, vinu in ličenju obraza.
- Na ženskem eko večeru sodelujejo:
- Patricija ŠENEKAR – EKO kozmetika SUNNA, vam bo predstavila, kako se naličite v vašem vsakdanu.
- Ekološka kmetija Valentan bo poskrbela za vinsko kapljico z izbranimi ekološkimi vini.
- Baronova kuhinja pa bo pripravila pravo kulinarčno doživetje s 5 hodnim historičnim degustacijskim menijem izključno iz lastnih ekoloških sestavin.
- Na dogodku bomo pripravili tudi tržnico v malem, ekološke kmetije Pri Baronu, ekološke kmetije Valentan, Hiške zelišč in ekološke kozmetike SUNNA.



BERGSTEIGER
DÖRFER

deutsch

Die Orte Aktiv am Berg Angebote Service



STUCK @ Alpenhotel Wanderniki

Kulinarisch durch das Lesachtal

Alpenhotel "Wanderniki" | Lesachtal

Erleben Sie die weltweit erste Slow Food Travel Destination und lernen Sie die Philosophie dieser einzigartigen Region im Süden Österreichs kennen.

Diese Reise führt zu den Produzenten des Tales, welche die Wurzeln des guten Geschmacks nie verlassen haben: Brotbacken nach alten Rezepten, Buttererzeugung aus eigener Milch und der Anbau von Urgetreidesorten.

Folgen Sie den Pionieren dieser

Wandererlebnisse mit der Slow Food Reise

Highlights & Fakten

- 6 Tage geführte Wanderungen und Slow Food Travel Erlebnissen
- "Friggaessen" auf der Obergailer Alm
- Lesachtaler Kulinarik beim



Gourmet pohodništvo

genießen Sie die Lesachtaler Kulinarik

Angebotszeiträume und Preise

Katere informacije potrebuje gost?

- Jasna predstavitev doživetja
- Izpostaviti dobrobit
- Ali je doživetje varna izkušnja
- Časovna opredelitev, sezonska odvisnost (opcije)
- Cenovni razpon
- Možnost rezervacije
- Prehranske, vremenske, garderobne omejitve
- Možnost razširjenega produkta

What's Included?

- ✓ Gin Lover's Masterclass with Tastings for Two
- ✓ Discover gin's past and the distillery process from a gin expert
- ✓ Taste five unique gins and learn about each, accompanied by Fever Tree tonic and nibbles
- ✓ Choice of main courses from the Academy menu
- ✓ Choose your favourite gin and enjoy a large G&T to finish
- ✓ Experience Gift Voucher with personalised gift message

Katere informacije potrebujemo pri razvoju doživetja?

- Imamo na voljo izurjenega vodnika – gostitelja?
- Imamo na voljo dovolj osebja?
- Kako zagotoviti stalno kakovost?
- Kako prilagoditi doživetje letnim časom?
- Kako učinkovito tržiti?
- Kako pritegniti ostale deležnike?
- Kako zagotoviti parametre vodenega doživetja?
- Kako uskladiti dejavnost doživetja s primarno dejavnostjo?
- Priprava pravno-formalnih pogojev za izvedbo
- Smo upoštevali vse gradnike?
- Lahko uspešno promoviramo ostale deležnike in ponudbo?

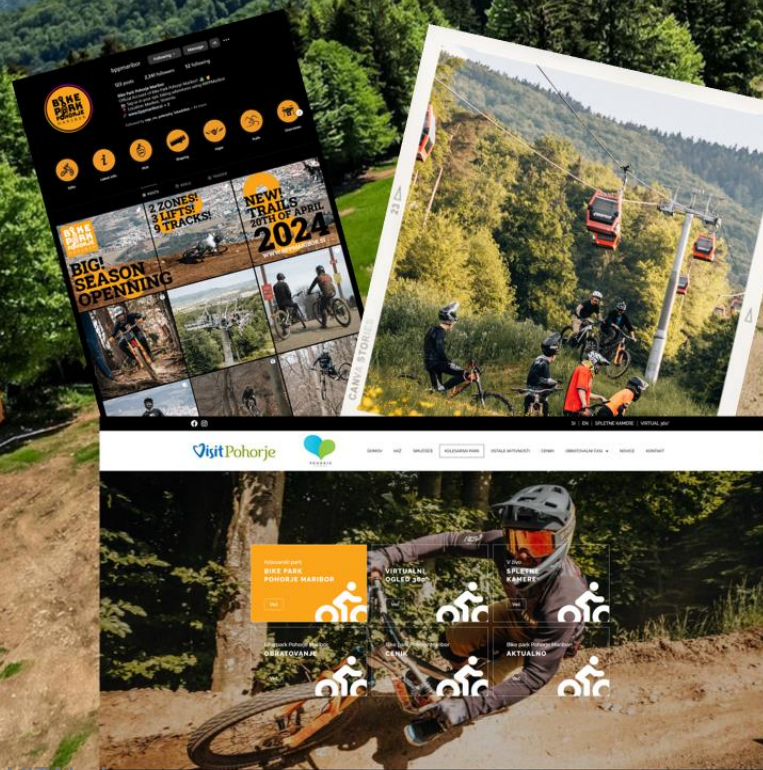


TKBZ Iz Doline Soče



DIGITALIZACIJA TURIZMA

ZAKAJ IN KAKO?



Vid Štuhec, MA

Delavnica s posredniki Vd, TKBZ iz Doline Soče, 16.4.2023, ProVITAL d.o.o.

PREGLJED VSEBIN



DRUŽBENA OMREŽJA

Generaciji Y in Z

Strateška promocija

KAJ, KAKO IN KDAJ OGLAŠEVATI

Ciljne skupine

Kvalitetne vsebine

PRIMER: BIKE PARK POHORJE MARIBOR

Platforme

Rezultati

KAJ LAHKO STORIM SAM, KJE IŠČEM POMOČ

ZAKLJUČEK



DRUŽBENA OMREŽJA

Generaciji Y in Z

skoraj 40% EU prebivalstva

1980-1995 (29-44 let)

prvi uporabniki

inovativnost, svoboda, prilagodljivost

1995 - 2010 (14-29 let)

rojeni v digitaliziran svet

varnost, stabilnost, dostopnost

Primer jumbo plakat

Kaj zamujam?

Smiselnost vlaganja v tradicionalne medije?

Strateška promocija

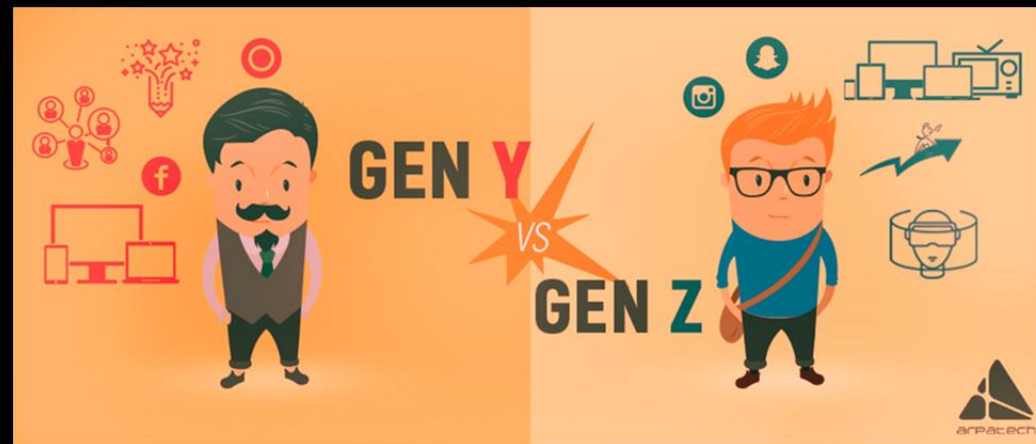
Digitalni marketing

Tradicionalni marketing

Strateško pozicioniranje oglasov

Število prehodov

Okupiranost ljudi na prehodih



POZNAJ SVOJO ZGODBO IN SVOJE SLEDILCE

Kaj je moja strast?
Na kaj sem najbolj ponosen?
Kaj so moji strahovi?
Kaj me dela drugačnega?

Koga želim nagovarjati?

Kaj delajo drugi?
Kaj lahko naredim sam?
S kom naj sodelujem?

KDAJ OGLAŠUJEM KJE?

Moja zgodba

Družbena omrežja
FB, IG, YouTube, TikTok,

Spletna stran

Mrežno trženje znotraj TKBZ

Posebni dogodki

Dodatni kanali !

*Kje se giblje in na kaj je pozorna moja
ciljna skupina*

Premišljene kampanje, ki
povezujejo tradicionalne in digitalne
medije !

KAJ, KAKO IN KDAJ OGLAŠEVATI?

V POPLAVI INFORMACIJ IZSTOPAJO KVALITETNE VSEBINE

VIZUALNO

Kaj je vizualno privlačno in estetsko za mojo ciljno skupino?

*Celostna
grafična podoba*

Foto

Video

*“Nove”
tehnologije*

VSEBINSKO

Katere besede uporabiš je pomembno!

Ustvarjaj zgodbe!

Sledi pravim trendom!

Premisli s kom se povezuješ!

Ustvarjaj trende!

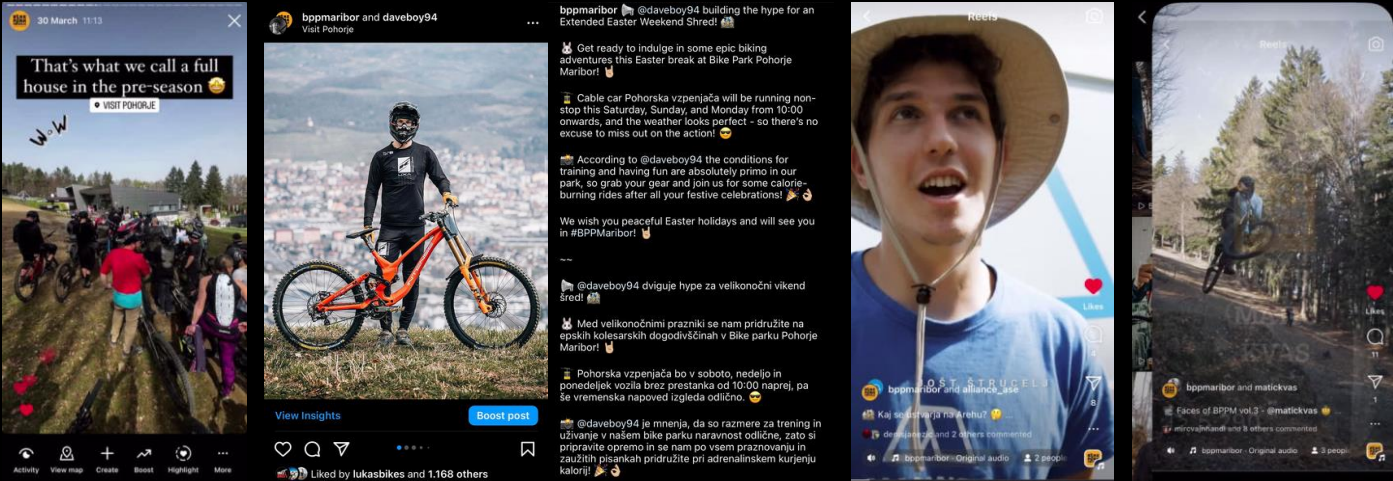
Obstajajo pozitivne in negativne besede!

Neskončen učni proces!



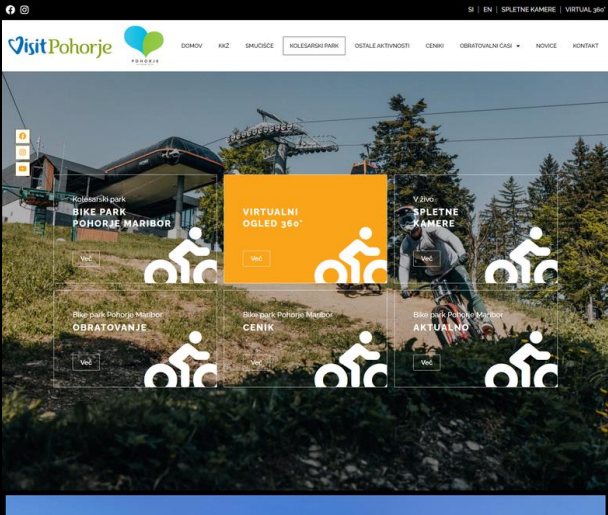
PRIMER:BIKE PARK POHORJE MARIBOR

BPPMaribor platforme in vsebine

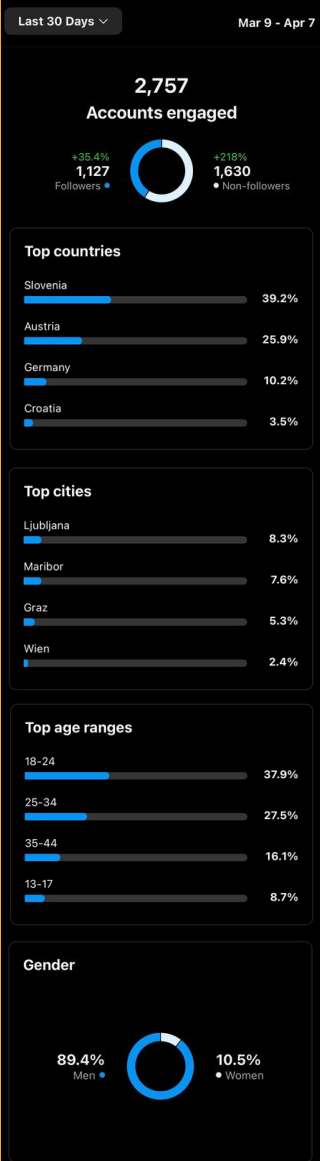
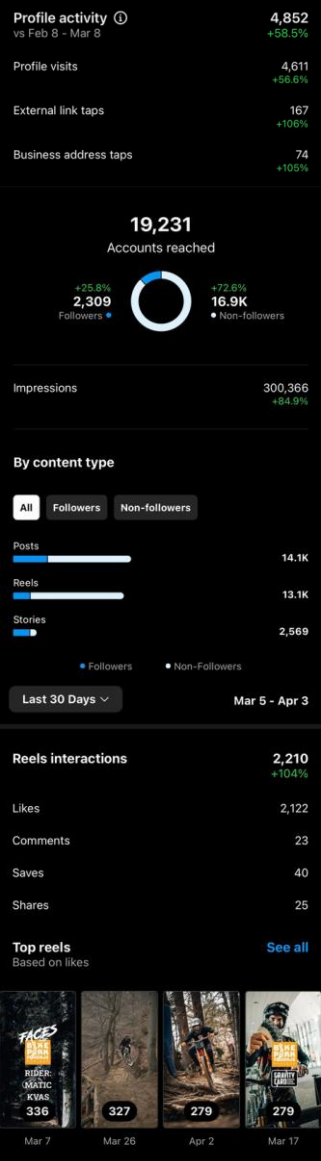
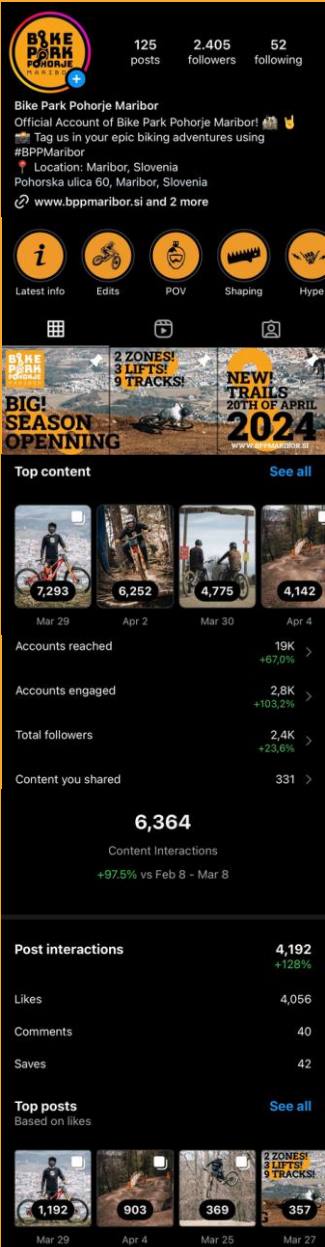


[BPPMaribor in Allinace ASE](#)

[Faces of BPPMaribor](#)



Instagram skozi številke



Fotografija

Album 100 fotografij, ki zajema

- pokrajino
- življenski slog

500 - 900 EUR

Video produkcija

1x Promo video 90-150s,
1x video 30-60s, ki zajemata

- dodatno ponudbo
- akcijske posnetke

1.500 - 2.000 EUR

Pregled 360°

Digitalni dvojnik destinacije - 10 točk

- ptičja perspektiva
- žabja perspektiva
- animacije

2.500 - 6.000 EUR

Virtualna resničnost

Akcijski posnetek outdoor
doživetja s 360 pogledom

- POV
- rent VR očal

1.500 - 2.500 EUR

Vodenje družbenih omrežij

Strateško upravljanja
družbenih omrežij

- analiza, načrt
- aktivno objavljanje

200 - 1.000 EUR/m

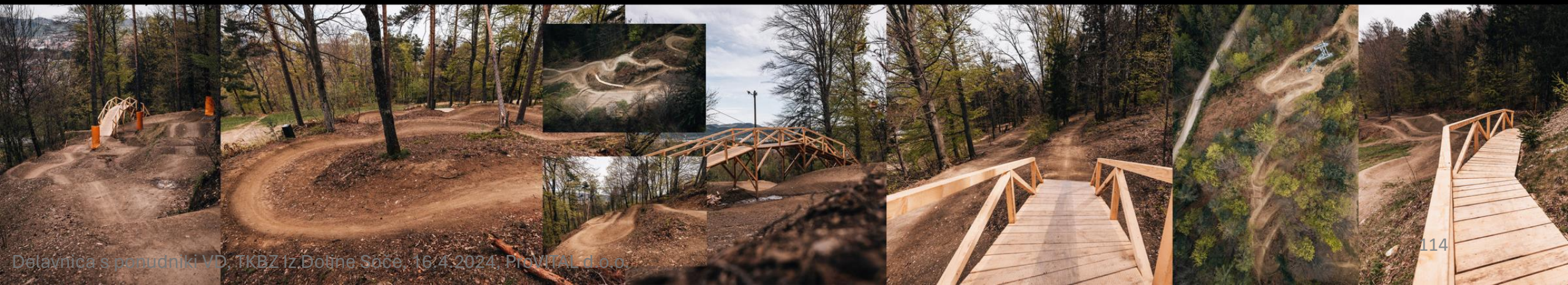


IZVORNO
SLOVENSKO
AUTHENTIC
FROM
SLOVENIA

ProVITAL



ŽIVIMO ZA DOŽIVETJA



TKBZ Iz Doline Soče



Povzetek - Vodena doživetja



**Pravilnik
o TKBZ IDS s
pravilniki za
vsako
kategorijo
produktov in
podpravilniki
za pridelke
in
živilske
izdelke**

**Razpis
za
pristop v
Mrežo TKBZ IDS**

Vloga

Prijava

**Usposabljanje
na delavnicah**

**Svetovanje ena
na ena**

**Nadgradnja
produkta in
njegove
vizualne
podobe**

**Ocenjevanje
Strokovne
komisije
Poslovnik
ocenjevanja**

Dokumentacija

**Urejen prostor
in drobni
inventar za
ocenitev VD
ponudnika**

Ocenjevalni list

**Poročilo
Sklep**

Certifikat

Pogodba

**Vpis v register –
javna
predstavitev**

**Ponovno
svetovanje**

**Preverjanje
kakovosti in
celostne podobe
certificiranih
produktov**

**Ponovno
ocenjevanje**

Nadaljnje aktivnosti za VD



Svetovanja, 31. maj 2024

Ocenjevanje 2. september 2024

Dolina Soče



TKBZ Iz Doline Soče vzpostavljena po modelu



Tjaša Bizjak, Turizem Dolina Soče
041 753 011, tjasa.bizjak@dolina-soce.si

Tolmin, 16. april 2024