

# Trženjska strategija Notranjsko-kraške regije: Zeleni kras

mag. Petra Lapajne, Pristop  
Lucija Marovt, Consensus

# Ozadje nastanka Zelenega krasa

- Naročnik: Regionalna razvojna agencija Notranjsko-kraške regije
- 7 občin: Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Logatec, Loška dolina, Pivka, Postojna
- Natura 2000: 54 % območja
- Gozdnatost + kraški pojavi
- Bogata kulturna dediščina
- Izvozne dejavnosti,  
a nizka dodana vrednost

## Naloge:

- Strateški načrt razvoja regije
- Trženjska strategija
- CGP
- Nabor produktov, storitev in projektov



# Spremembe v okolju



Spremembe podnebja



Staranje prebivalstva



Razslojenost  
prebivalstva



Individualizacija  
družbe



Kolaborativne  
tehnologije

# Sprememba: vrednot?



Korporativnih?



Družbenih?

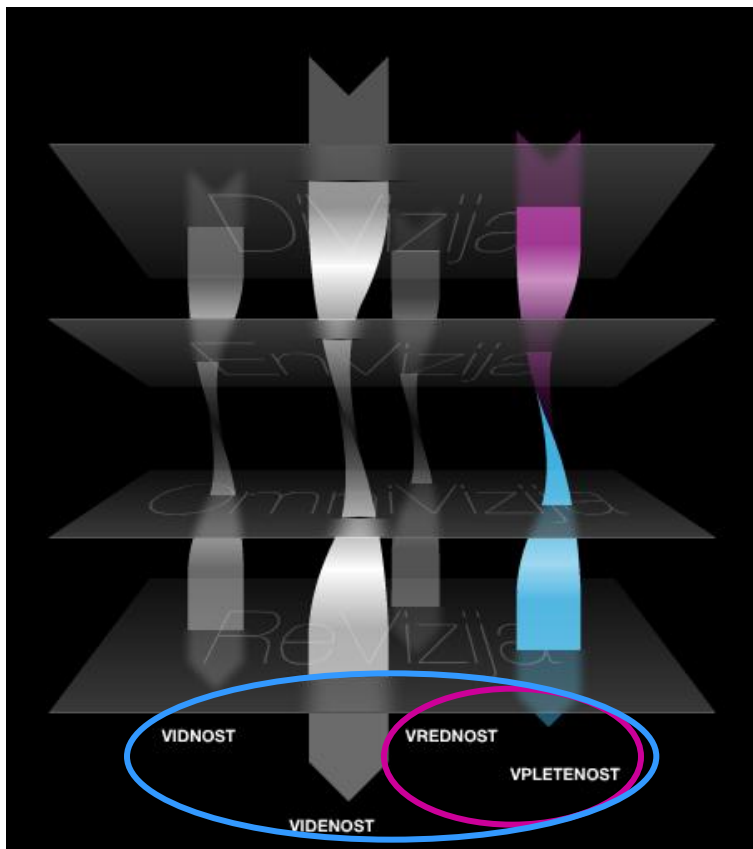
# Trženjska strategija Zelenega krasa

## VSEBINA

Ključna področja  
+  
Pozitivno uveljavljanje  
trajnostnega razvoja

Diferenciacija  
Integracija  
Desezonalizacija

Prepoznavnost  
Povečanje ponudbe  
Dvig kakovosti  
Manjša sezonskost  
Integracija ponudbe



## METODOLOGIJA

Javna uprava  
Kmetijstvo in dopolnilne  
dejavnosti na kmetijah  
Turizem  
Gospodarstvo

Participativno znamčenje

Podpora  
Participacija  
Promocija

... znotraj regije

# Znamka Zeleni kras



Raznolikost



Nova spoznanja



Vključenost

# Ciljne skupine Zelenega krasa



Aktivni posamezniki in družine



Ljubitelji domačega



Iskalci znanja



PREBIVALCI



Investitorji v okolju  
prijazne tehnologije

# Produkti Zelenega krasa



Regionalni produkti



Zanimivosti krasa



Okolju prijazni  
produkti



Izobraževalni produkti



Tradicionalni  
produkti

# Prodajne poti Zelenega krasa



Čim krajše



Neposredne  
in digitalne

# Komunikacija Zelenega krasa



Lokalno osveščanje in  
spodbujanje vključevanja  
prebivalstva

Lokalno tržno komuniciranje  
regijskih produktov



Krovno komuniciranje  
regije na nacionalni  
ravni

Tržno komuniciranje  
regijskih produktov na  
nacionalni ravni

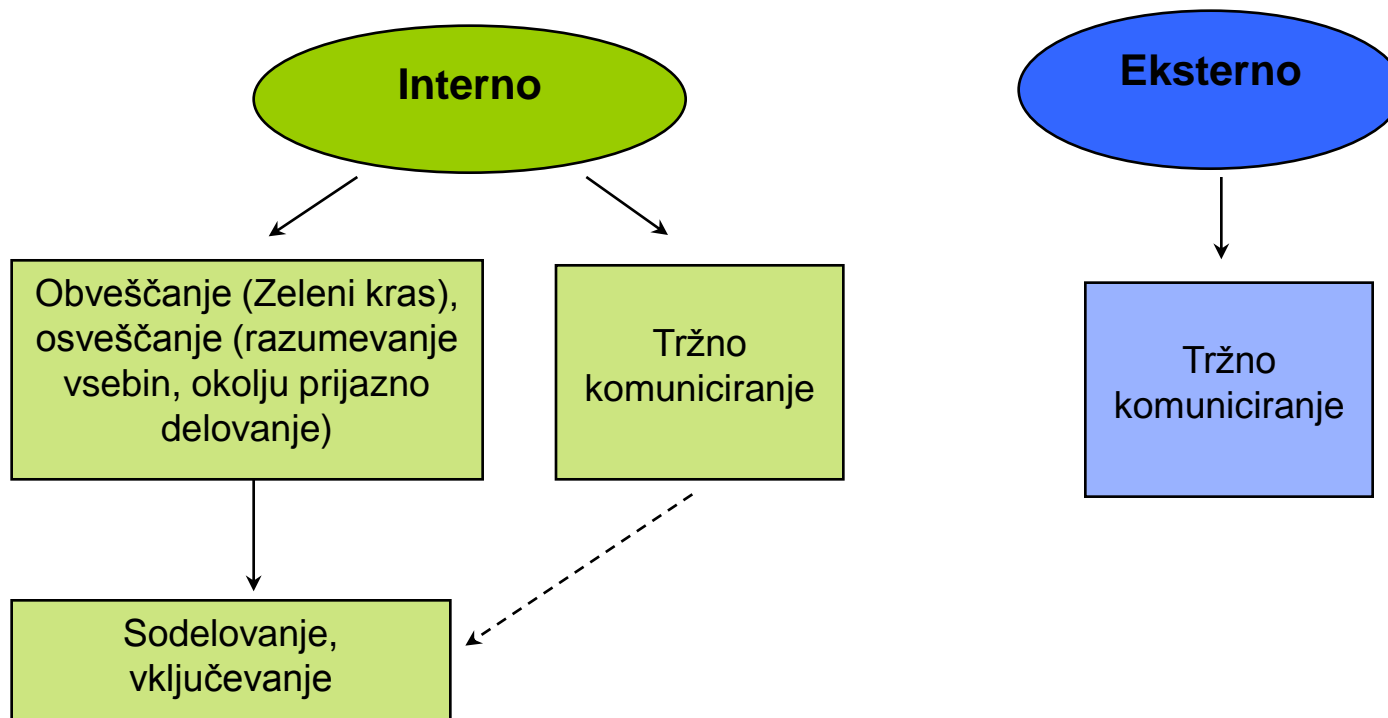


Ciljano krovno komuniciranje  
regije

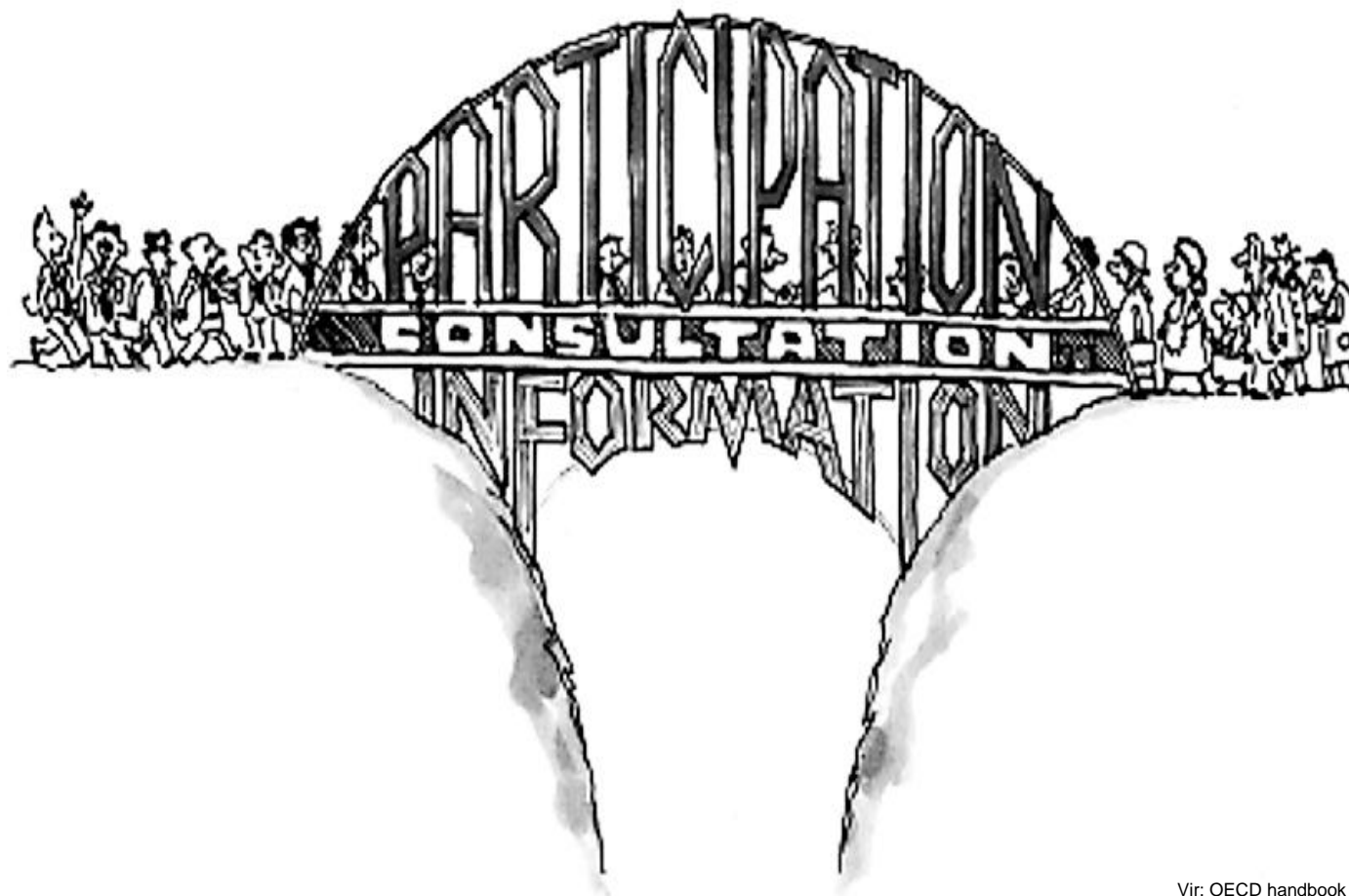
Obmejno tržno komuniciranje  
regijskih produktov

Ciljano tržno komuniciranje  
turističnih produktov

# Komuniciranje: interno (znotraj) in eksterno (izven) regije



# Od obveščanja do participacije



Vir: OECD handbook – Citizens as partners

# Podprojekt: Interno komuniciranje



Zelena javna uprava



Spodbujanje  
vključevanja mladih



Družbena odgovornost  
v gospodarstvu



Spodbujanje  
vključevanja starejših

# Sklopi: 3 + 1

## Zelena javna uprava

- Okoljski odtis
- Področja:
  - odpadki
  - voda
  - energija

## Programi osveščanja in vključevanja mladih

- Okoljski odtis
- Vključitev v učne vsebine (odprti koncept, izbor možnosti)
- Povezovanje z drugimi deležniki in področji delovanja

## Spodbujanje vključevanja starejših prebivalcev

- Področje turizma
- Področje kmetijsko-dopolnilnih dejavnosti

## Gospodarstvo:

- CSR programi
- Okoljski programi
- Del standardov regije

## Hvala za pozornost!

?

mag. Petra Lapajne, Pristop d.o.o.,  
[petra.lapajne@pristop.si](mailto:petra.lapajne@pristop.si)

Lucija Marovt, Consensus d.o.o.,  
[lucija.marovt@consensus.si](mailto:lucija.marovt@consensus.si)

*Avtorstvo slik: Arhiv Notranjski regijski park, Arhiv Notranjsko-kraške novice*