

Interreg



Sofinancira
EVROPSKA UNIJA
Az EURÓPAI UNIÓ
társfinanszírozásával

Slovenija – Magyarország

CROSSDEST

CROSSDEST - Za vključujoč in trajnostni turizem v slovensko-madžarski obmejni regiji



Ustanovil:

Panonsko evropsko združenje za teritorialno sodelovanje

30. November 2025



**PRIROČNIK O
DOBRIH PRAKSAH
ZA LOKALNE
IZDELKE**

KAZALO

.....	3
1. UVOD.....	3
.....	4
2. LOKALNE IZKUŠNJE IN POTREBE	4
2.1. DELAVNICE	4
2.1.1. DELAVNICA LentiBA.....	4
2.1.2. DELAVNICA BANUTA.....	4
2.1.3. IZKUŠNJE Z DELAVNIC	5
3. MEDNARODNE DOBRE PRAKSE	10
3.1. NAMEN I METODOLOGIJA PODGLAVLJA	10
3.2. PREDSTAVITEV DOBRIH PRAKSI	11
3.2.1. BOHINJ (SLOVENIJA) – BLAGOVNA ZNAMKA “BOHINJSKO” IN MODEL SLOVENIA GREEN.....	11
3.2.2. GENUSSREGION (AVSTRIJA) – LOKALNI OKUSI IN KVALIFICIRANI TURIZEM NA ŠTAJERSKEM 16	
3.2.3. VIPAVSKA DOLINA (SLOVENIJA) – GREEN GOURMET ROUTE IN GASTROTURIZEM.....	20
3.2.4. SOUTH TYROL / ALTO ADIGE (ITALIJA) – AGROTURISTIČNI SISTEM “RED ROOSTER”	24
3.2.5. LAKELAND (FINSKA) – TRAJNOSTNI GASTROTURIZEM IN DIGITALNA VIDNOST	28
3.2.6. ALPE ADRIA TRAIL (AVSTRIJA-SLOVENIJA-ITALIJA) – ČEZMEJNI TURIZEM IN SKUPNI REZERVACIJSKI SISTEM	32
3.3. PRIDOBLEJENE IZKUŠNJE IN OVIRE PRI VKLJUČEVANJU LOKALNIH PROIZVODOV V TURIZEM	36
3.3.1. SKUPNE ZNAČILNOSTI USPEŠNEGA VKLJUČEVANJA	36
3.3.2. Ovire	38
4. PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE	39
4.1. UVOD.....	39
4.2. PRAVNI OKVIR EVROPSKE UNIJE	39
4.2.1. PRAVNE PODLAGE ENOTNEGA NOTRANJEGA TRGA.....	39
4.2.2. PROSTI PRETOK BLAGA IN NAČELO VZAMEZNEGA PRIZNAVANJA	39
4.2.3. ŽIVILSKA ZAKONODAJA IN SLEDLJIVOST	40
4.2.4. IZJEMNA IN OLAJŠANA PRAVILA	40
4.2.5. OBDAVČITEV IN PRAVILA O DDV	40
4.2.6. MEDNARODNI SPORAZUMI.....	40
4.3. MADŽARSKO PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE	41
4.3.1. STRUKTURA ORGANOV	41

4.3.2.	KONCEPT IN ZAŠČITA LOKALNEGA PROIZVODA	41
4.3.3.	KATEGORIJE PROIZVAJALCEV	41
4.3.4.	PRODAJNI KANALI IN OMEJITVE	42
4.3.5.	OBDAVČENJE IN DDV	42
4.3.6.	VINARSTVO IN DESTILARSTVO	42
4.4.	SLOVENSKO PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE	42
4.4.1.	GLAVNI ORGANI	42
4.4.2.	REGULACIJA KMETIJSKIH PROIZVAJALCEV IN MALEGA PROIZVAJALCEV	42
4.4.3.	OBDAVČENJE IN OPROSTITEV DDV	43
4.4.4.	PROIZVODNJA VINA IN ŽGANJA	43
4.4.5.	LOKALNE TRŽNICE IN OBČINSKI PREDPISI	43
4.5.	PRIMERJAVA MADŽARSKE IN SLOVENSKE regulacije	44
4.6.	PREDLAGANE PRAVNE IN UPRAVNE REŠITVE	44
4.6.1.	PRAVNA REŠITEV	44
4.6.2.	UPRAVNA REŠITEV	44
4.6.3.	IZOBRAŽEVALNA IN PRAKTIČNA PODPORA	45
4.7.	POVZETEK	45
5.	VIRI	46
6.	SEZNAM SLIK IN TABELA	48



1. UVOD

Priročnik je pripravljen v okviru projekta CROSSDEST – Razvoj čezmejnih destinacij za vključujoč in trajnostni turizem v slovensko-madžarski obmejni regiji, ki poteka v okviru programa Interreg Slovenija–Madžarska 2021–2027.

Cilj projekta je ustvariti **enotno, trajnostno, “zeleno” turistično destinacijo** v slovensko-madžarski obmejni regiji, ki temelji na kvalifikacijskem sistemu v skladu z mednarodnimi standardi **Green Destinations (GD)** in **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**.

Osrednji cilj programa je zagotoviti, da se **trajnost, dostopnost in kakovost** odražajo v turist relnih storitvah in razvoju destinacij po enotnih merilih. Projektni partnerji sodelujejo, da bi turistični akterji v regiji lahko pridobili mednarodne kvalifikacije trajnosti in da se vzpostavi **krožno gospodarsko in turistično omrežje**, ki povezuje obe strani meje.

Projekt posebej poudarja vključevanje **lokalnih izdelkov in storitev** v turizem.

Trajnostnega turizma si ni mogoče predstavljati brez aktivnega sodelovanja **lokalnih gospodarskih akterjev, proizvajalcev in obrtnikov**. Lokalni izdelki ne krepijo le gastronomske in kulturne identitete regije, temveč **prispevajo tudi k zeleni tranziciji turizma**: zmanjšujejo prometne razdalje, podpirajo kratke dobavne verige in povečujejo ekonomsko udeležbo lokalnega prebivalstva.

Namen priročnika je:

- **raziskati potrebe in izkušnje lokalnih akterjev** na področju vključevanja trajnostnega turizma in lokalnih izdelkov (na podlagi poglobljenih intervjujev in delavnic),
- **predstaviti mednarodne dobre prakse**, ki uspešno združujejo turizem in lokalno gospodarstvo v skladu z načeli Green Destinations in GSTC,
- **povzeti ustrezne pravne in upravne okvire**, katerih poznavanje je bistvenega pomena za lokalne akterje,
- **ter zagotoviti smernice** za trajnostni, na skupnosti temelječ razvoj turizma v slovensko-madžarski obmejni regiji.

Priročnik **na praktičen način** organizira rezultate raziskovalnega in zbirnega dela, tako da predstavljeni primeri, priporočila in predlogi služijo kot **oprijemljiv vodnik** za lokalne oblasti, turistične organizacije, organizatorje trgov in lokalne proizvajalce v regiji.

Dokument prispeva k dolgoročnemu cilju projekta CROSSDEST: ustvariti **povezano, pristno “zeleno” destinacijo**, kjer se trajnostni turizem, lokalni izdelki, sodelovanje skupnosti in krožno gospodarstvo medsebojno krepijo ter oblikujejo prihodnost regije.



2. LOKALNE IZKUŠNJE IN POTREBE

2.1. DELAVNICE

V okviru raziskovalne faze projekta CROSSDEST sta bili jeseni 2025 izvedeni dve strokovni delavnici, katerih cilj je bil neposredno vključiti deležnike iz slovensko-madžarske obmejne regije ter skupaj obravnavati lokalne izkušnje in potrebe.

Dogodka sta temeljila na rezultatih prejšnjih anket in poglobljenih intervjujev ter ustvarila priložnosti za dialog med proizvajalci, ponudniki turističnih storitev, strokovnjaki in predstavniki lokalnih oblasti.

2.1.1. DELAVNICA LENTIBA

Prva delavnica je potekala **20. oktobra 2025 v Lentibi**, v konferenčni sobi **Hotela Balance**, z naslovom **“Krepitev čezmejne turistične vloge lokalnih proizvajalcev v slovensko-madžarski obmejni regiji”**.

Dogodka so se **udeležili lokalni proizvajalci, osebje turističnih organizacij, ponudniki turističnih storitev, predstavniki strokovnih organizacij, strokovnjaki za agroturizem, ustvarjalci vsebin, obrtniki in lastniki majhnih kmetij**.

Na dogodku so bile predstavljene **alternativne prehranske mreže, vključevanje lokalnih proizvodov v turizem ter priložnosti in izzivi čezmejnega sodelovanja**.

Po dopoldanskih **strokovnih predstavitev** je popoldanski program vključeval **interaktivno, moderirano izmenjavo znanja in izkušenj**.

2.1.2. DELAVNICA BANUTA

Druga strokovna delavnica je potekala **18. novembra 2025 v Banuti**, na kateri so sodelovali tudi slovenski projektni partnerji.

Delavnica je bila izvedena kot strokovno nadaljevanje prve delavnice in se je na podlagi prejšnjih izkušenj posebej osredotočila na vprašanja **skupnih razvojnih smeri, modelov organizacije trga ter trajnostnega povezovanja turizma**.

Glavni cilj delavnice je bil **okrepiti praktično sodelovanje** lokalnih proizvajalcev in ponudnikov turističnih storitev, ki delujejo na obeh straneh meje. Udeleženci so se s konkretnimi primeri seznanili, kako je mogoče lokalne izdelke vključiti v turistično ponudbo regije in kakšne nove priložnosti ponuja skupni razvoj v regiji Mura in na madžarski strani.

Dogodek Banuta je strokovno delo projekta obogatil z novimi elementi v več vidikih. Predstavljene so bile dobre prakse iz Slovenije in Madžarske, vključno s primeri strokovnjakov z Prekmurske Vzorčne Kmetije in Univerze v Mariboru, ki so ponudili oprijemljiv model za praktično izvajanje sodelovanja.

Strokovne predstavitve je dopolnjevala **okrogla miza**, na kateri so bile v ospredju priložnosti, izzivi in praktične ovire lokalnega sodelovanja. Pomemben del dneva je bilo tudi mreženje ob neformalnem kosilu, ki je udeležencem omogočilo vzpostavitev novih profesionalnih odnosov prek osebnih, neposrednih pogovorov.

2.1.3. IZKUŠNJE Z DELAVNIC

Delavnici sta ponudili dragoceno priložnost za neposredno vključitev izkušenj, spoznanj in praktičnega znanja lokalnih akterjev v raziskavo. Skupno razmišljanje in strokovni dialog sta privedla do pristne **izmenjave znanja**, hkrati pa je potekal **proces mreženja**, saj so se odnosi med udeleženci okrepili. To je privedlo do natančnejše slike področij, kjer se pojavljajo največji izzivi in kjer je potrebna ciljno usmerjena intervencija. Izkušnje, pridobljene na delavnicah, so jasno prispevale k razumevanju kompleksne situacije in možnosti intervencije v regiji.

Kompleksnost davčnega in upravnega okolja se je izkazala za glavno težavo pri čezmejni prodaji. Kompleksnost in pomanjkanje preglednosti madžarskih in slovenskih predpisov predstavljata znatno breme za manjše proizvajalce, zlasti ko želijo vstopiti na tuje trge. V praksi so se pojavili primeri, ko je nepopolno poznavanje lokalnih pravil povzročilo **finančne sankcije**, kar je še povečalo negotovost in odvrnilo proizvajalce od prodaje čez mejo. Na podlagi tega se je pojavila potreba po približevanju pravnega okolja obeh držav in **zmanjšanju upravnih bremen**, kar bi ustvarilo preglednejše in varnejše pogoje za čezmejno prodajo.

Vprašanje učinkovitosti je prišlo v ospredje v povezavi z naložbami v razvoj trga. V primeru prejšnjih razvojnih projektov smer pogosto ni bila določena z raziskovanjem potreb lokalnih proizvajalcev in potrošnikov, temveč predvsem z razpoložljivimi razpisnimi možnostmi. Posledično so bile v več naseljih vzpostavljene tržnice, ki **ne delujejo ali delujejo le v omejenem obsegu** ali pa so premalo izkoriščene. Nasprotno pa so se uspešne izkazale tiste lokacije, kjer obstaja **aktiven, predan organizator tržnice**, ki prevzame tudi vlogo skupnosti in zagotavlja neprekinjeno delovanje tržnice.

Težava pri inšpekcijskih praksah je, da čeprav postopki temeljijo na enotnih pravilih po vsej državi, v praksi obstajajo **različne razlage od regije do regije**. To lahko privede do tega, da je ista dejavnost sprejeta v enem okrožju, medtem ko se v drugem pojavljajo ugovori, kar lahko povzroči **nepredvidljivo delovno okolje** in celo tržno neugodnost za proizvajalce.

Na področju ekološkega kmetovanja se je pojavilo več težav. Po eni strani **večletni čas, potreben za pridobitev ekološkega certifikata**, predstavlja resen izziv. V prehodnem obdobju kmetija že deluje po ekoloških načelih, vendar njenih izdelkov ni mogoče prodajati z oznako "ekološko", zato dodatnega dela in dodatnih stroškov **ne spremlja takojšnje povečanje dohodka**. Po drugi strani pa je za ekološko živinorejo značilna **dolga doba povračila**: nekatere živalske vrste postanejo tržno primerne šele po več letih kmetovanja. Tekoči stroški in pozni dohodki so še posebej obremenjujoči za manjše družinske kmetije.

Predlogi za intervencije

Ugotovljene ovire in sistemske težave dajejo jasne smernice, kje so potrebni ciljno usmerjeni razvojni posegi za izboljšanje delovanja sistemov, da bi okrepili sodelovanje na področju lokalnih izdelkov in turizma v regiji:

VLADNI IN REGULATORNI POSEGI

- **Poenostavitev in večja preglednost davčnega okolja**

Delovanje malih proizvajalcev in upravljavcev kmečkega turizma trenutno znatno ovira **kompleksnost davčnega in upravnega okolja**, zlasti pri čezmejni prodaji. Različni sistemi madžarskih in slovenskih predpisov, težavno usklajevanje kategorij in **negotovost, ki izhaja iz pogostih zakonodajnih sprememb**, prispevajo k temu, da se proizvajalci pogosto spopadajo s pomanjkanjem informacij, kar lahko povzroči celo **finančna tveganja**.

Zato je upravičeno ustvariti **preglednejše, enostavnejše in predvidljivejše davčno okolje**, ki upošteva **posebnosti malih proizvajalcev**, omogoča uvedbo **poenostavljenih postopkov** in prilagaja **dobre prakse** iz regije – na primer **hitre in jasne upravne rešitve hrvaškega sistema**. K izboljšanju razmer bi pripomogla tudi **dvostranska informacijska platforma**, kjer je mogoče dostopati do lahko razumljivih in ažurnih informacij o čezmejnih davčnih, higienskih in živilskih predpisih.

Poleg tega bi bilo pomembno zagotoviti **stabilnejšo in predvidljivejšo pravno podlago**, ki bi kmetom omogočala večletno načrtovanje.

- **Vzpostavitev enotnih praks inšpekcijskega nadzora in razlage**

V trenutnem sistemu inšpekcijskega nadzora obstajajo znatne razlike v načinu, kako posamezna okrožja razlagajo uradne predpise. To ustvarja situacijo, v kateri je ista dejavnost sprejeta v eni regiji, v drugi pa je **predmet ugovorov**, kar ovira **predvidljivo in konkurenčno nevtravno delovanje**.

Potrebna je uskladitev na nacionalni ravni, ki zagotavlja enotne **smernice za razlago**, skupno **usposabljanje** in prakse, ki ustvarjajo **enotnost pri uporabi zakona**. To bi hkrati okrepilo pravno **varnost proizvajalcev in zaupanje potrošnikov**.

- **Krepitev finančne stabilnosti in razvojne zmogljivosti malih kmetov**

Za male kmete je na splošno značilen **omejen kapital, sezonska nihanja dohodka** in pogosto **dolge dobe vračila**, kar skupaj predstavlja znatne likvidnostne izzive. Ti dejavniki pogosto ovirajo razvoj kmetov, mehanizacijo, naložbe v zagotavljanje kakovosti ali celo izkoriščanje čezmejnih prodajnih priložnosti.

Zato je upravičeno razviti širši **sistem finančnih spodbud**, ki podpira kratkoročni in srednjeročni razvoj malih kmetov s preferencialnimi ali subvencioniranimi shemami. To lahko vključuje **mikrokredite, instrumente za financiranje obratnega kapitala, programe preferenčnih posojil za razvojne namene** ali **sheme predfinanciranja**, ki prispevajo k **ohranjanju likvidnosti** kmetij in širitvi njihovih razvojnih zmogljivosti.

Prehod na ekološko kmetovanje je večletni proces, v katerem kmetje že **pridelujejo po ekoloških načelih**, vendar še ne morejo izkoristiti tržnih prednosti **“ekološke” certifikacije**. Zaradi dodatnih stroškov in izgub dohodka so v tem obdobju še posebej pomembni **dodatna prehodna podpora, prehodne kategorije certificiranja** in finančni instrumenti za ublažitev stroškov prehoda.

Splošna finančna podpora za male pridelovalce in ciljno usmerjene spodbude za ekološki prehod skupaj prispevajo k dolgoročni **finančni vzdržnosti** kmetij in krepitvi njihovih razvojnih zmogljivosti.

INTERVENCIJE, POVEZANE Z INSTITUCIONALNIMI IN STROKOVNIMI ORGANIZACIJAMI

- **Razvoj omrežij znanja in mentorstva za čezmejno prodajo**

Informacije, potrebne za čezmejno prodajo, so trenutno **razdrobljene in težko dostopne**. Vzpostavitev **madžarsko-slovenske informacijske in svetovalne platforme** bi znatno zmanjšala **možnosti** za napake in **globe** zaradi pomanjkanja informacij.

Vse to bi lahko dopolnila **mentorska mreža**, ki bi proizvajalcem zagotavljala prilagojeno podporo pri prvih korakih, pa naj gre za **davčne, higienske, živilske** ali **upravne** naloge.

- **Razvoj kompetenc organizatorjev tržnic**

Uspeh kmečkih tržnic je v veliki meri odvisen od **predanih in pripravljenih organizatorjev tržnic**. V ta namen so potrebni **programi usposabljanja, mentorske priložnosti in delavnice za izmenjavo strokovnega znanja**, ki razvijajo kompetence, povezane z **upravljanjem tržnic, komunikacijo in organizacijo skupnosti**.

To prispeva k **dolgoročnemu trajnostnemu** delovanju tržnic na podlagi lokalnih potreb.

- **Razvoj tržnic, ki temeljijo na povpraševanju, in trajnostno delovanje**

Osnovni pogoj za uspešen razvoj tržnic je razumevanje **dejanskih potreb proizvajalcev in potrošnikov**. Na podlagi izkušenj dobro delujejo trgi, kjer za razvojem stoji **sodelovanje skupnosti in vnaprej razvit koncept delovanja**.

V ta namen je bistveno **vključiti lokalne skupnosti, izvesti ocene potreb** in uporabiti razvojne modele, ki jih je **mogoče dolgoročno upravljati**.

INTERVENCIJE, POVEZANE Z LOKALNIMI AKTERJI IN SKUPNOSTMI

- **Razvoj izobraževalnih in ozaveščevalnih programov za potrošnike**

Eden od ključev do povečanja povpraševanja po lokalnih izdelkih je **oblikovanje stališč potrošnikov** in njihovo izobraževanje o delovanju lokalne prehranske verige.

Potrošniki se pogosto ne zavedajo vloge lokalnih kmetij, prednosti ekološkega kmetovanja ali socialnih in ekonomskih vplivov nakupa lokalnih pridelkov. Ob tem je treba razviti **izobraževalne, skupnostne in turistične programe**, ki delo proizvajalcev približajo vsakodnevnim potrošnikom.

Takšne pobude lahko vključujejo **dneve odprtih vrat za kmetovalce, obiske kmetij, interaktivne demonstracije**, delavnice priprave lokalne hrane ali celo **programe izmenjave znanja** za šole in družine, ki prikazujejo vrednote ekološkega kmetovanja. Krepitev stališč ima tudi dodatno prednost krepitve **ozaveščene potrošniške kulture**, kar lahko dolgoročno zagotovi stabilnejše povpraševanje po lokalnih izdelkih.

- **Razvoj skupnih turističnih paketov in programov doživetij**

Turistična integracija lokalnih izdelkov je lahko učinkovito orodje za povečanje privlačnosti regije in krepitev prepoznavnosti proizvajalcev. Na delavnicah je bila večkrat omenjena potreba po razvoju **čezmejnih, skupnih paketov doživetij**, ki združujejo **gastronomijo, lokalne izdelke, obiske, ki temeljijo na doživetjih, in turistične storitve**.

Ti bi lahko vključevali **degustacijske ture, tematske vikende, obiske kmetij, gastronske dogodke** ali celo ustvarjanje poti, ki povezujejo lokalne izdelke in kulturne vrednote več naselij. Takšni paketi ne le **krepijo turistično podobo** regije, temveč ustvarjajo tudi nove **priložnosti za prihodke** za proizvajalce in ponudnike storitev, hkrati pa povečujejo vrednost doživetja, povezano z lokalnimi izdelki.

Enotno komuniciranje skupnih ponudb – tudi z madžarsko-slovenskim sodelovanjem – pomaga regiji, da se pokaže kot **dobro pozicionirana, kooperativna turistična destinacija**.

- **Krepitev lokalnega sodelovanja in odnosov v skupnosti**

Sodelovanje lokalnih akterjev je bistveno za dolgoročno uspešnost kmetijskih tržnic, dogodkov v skupnosti in turističnih programov. V mnogih primerih je odnos med proizvajalci in ponudniki storitev neformalen, ad hoc ali nepopoln, kar ovira skupno delovanje in dostop do trga. Zato je treba razviti **lokalne platforme za sodelovanje**, ki redno združujejo deležnike, delijo znanje in pospešujejo razvoj skupnih pobud.

Takšne platforme so lahko **tematske delovne skupine, delavnice**, organizirane za lokalne proizvajalce in ponudnike storitev, **degustacijski dogodki** ali **procesi načrtovanja razvoja, ki temeljijo na vključevanju skupnosti**. Ti programi krepijo zaupanje, ustvarjajo priložnosti za nova sodelovanja in pomagajo lokalnim akterjem, da postanejo aktivni udeleženci pri razvoju regionalne vrednostne verige.

Poleg zgoraj naštetih razvojnih intervencij bi bilo še **posebej pomembno**, da sodelovanje in razvoj, vzpostavljen v regiji, ne temeljita izključno na **projektne financiranju**. Čeprav so te strukture prinesle pomembne rezultate, se dejavnosti po njihovem zaprtju običajno prekinejo, kar povzroči **razdrobljenost** razvojnih procesov in **prekinitev učinkov**.

Poleg tega je mogoče ugotoviti, da so pobude doslej večinoma delovale ločeno **druga od druge, brez strateškega usklajevanja**, zato je **dolgoročno povezovanje in sistemsko vzdrževanje** doseženih rezultatov omejeno.

Zato je treba vzpostaviti **stabilen, institucionaliziran operativni in finančni okvir**, ki podpira **kontinuiteto, koordinacijo in usmerjanje procesa na pot trajnostnega razvoja z dolgoročno predvidljivimi viri**.

3. MEDNARODNE DOBRE PRAKSE

3.1. NAMEN I METODOLOGIJA PODGLAVLJA

Razvoj trajnostnega turizma vse bolj temelji na spoznanju, da je mogoče ekonomske, okoljske in socialne cilje doseči le z **integriranim, lokalno usmerjenim pristopom**.

S tega vidika so še posebej pomembne **mednarodne dobre prakse**, ki **uspešno združujejo proizvodnjo lokalnih proizvodov, gastronomijo, sodelovanje skupnosti in turistične storitve**.

Skupna značilnost teh primerov je, da se razvoj turizma ne obravnava kot samostojna gospodarska dejavnost, temveč kot sestavni del **lokalnega gospodarstva, rabe krajine in identitete skupnosti**.

Projekt CROSSDEST sledi temu pristopu in si prizadeva za skupni razvoj **regionalnega modela za trajnostni, "zeleni" razvoj destinacij** med deležniki v **slovensko-madžarski obmejni regiji**.

Cilj projekta je ustvariti **čezmejno, krožno turistično mrežo**, ki temelji na lokalnih izdelkih, izkustveni gostoljubnosti in sodelovanju v skupnostnem gospodarstvu, v skladu z mednarodno priznanimi standardi trajnosti **Green Destinations (GD)** in **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**.

Med raziskavo je partnerstvo preučilo **evropska modelna območja**, kjer so načela trajnosti **že vključena v vsakodnevno poslovanje destinacij** in kjer se turizem, lokalno gospodarstvo in skupnostne mreže **medsebojno krepijo**.

Glavni vidiki študije so bili:

- vključevanje **lokalnih proizvodov** v turistično ponudbo (gastroturizem, obrtniški proizvodi, kratke dobavne verige),
- operativni model destinacij s **certifikatom trajnosti**,
- in sodelovanje **akterjev skupnosti** (občin, organizatorjev trgov, civilnih mrež) v razvojnih procesih.

Izbrane mednarodne študije primerov prihajajo iz naslednjih držav in programov:

Slovenija (Bohinj, Vipavska dolina, Alpe Adria Trail), Avstrija (AMA Genuss Region), Italija (Red Rooster / South Tyrol) i Finska (Lakeland).

Ti primeri prikazujejo tako **modele mreženja na nacionalni ravni** (npr. sistemi certificiranja, tematske poti, digitalne platforme za rezervacije in certificiranje) kot **prilagoditve na lokalni ravni** (npr. partnerstva med proizvajalci in turizmom, skupnostne tržnice, programi doživljajske gastronomije).

Primerjava vzorcev nam omogoča, da raziščemo, kateri dejavniki zagotavljajo uspešno vključevanje lokalnih proizvodov v turizem in katere operativne elemente je mogoče prilagoditi razvojnemu modelu **slovensko-madžarske obmejne regije**.



Slika 1: Preučevana mednarodna vzorčna območja

3.2. PREDSTAVITEV DOBRIH PRAKSI

3.2.1. BOHINJ (SLOVENIJA) – BLAGOVNA ZNAMKA “BOHINJSKO” IN MODEL SLOVENIA GREEN

Bohinj je alpska regija v severni Sloveniji, v osrčju **Triglavskega narodnega parka**, ki je postala **ena najbolj prepoznavnih destinacij trajnostnega turizma v Evropi**.

Leta 2024 je mesto ponovno prejelo certifikat **Slovenia Green Platinum** – najvišjo stopnjo, ki se podeljuje izključno destinacijam, ki dolgoročno, pregledno in merljivo razvijajo trajnostne turistične prakse.

Bohinj je tudi član mreže **Alpine Pearls**, ki združuje alpske skupnosti, zavezane okolju prijazni mobilnosti, varstvu biotske raznovrstnosti in ohranjanju tradicionalnih načinov življenja.

Območje ima **5275 prebivalcev**, **9822 postelj** in **več kot 840.000 nočitev** na leto. Prebivalstvo se v poletni sezoni praktično podvoji, kar predstavlja posebne izzive glede pitne vode, energije in ravnanja z odpadki ter javnega prevoza – vendar se je Bohinj na te odzval s **sistemskimi, dolgoročnimi rešitvami**.



Slika 2: <https://www.bohinj.si/en/slovenia-green/>

Preobrazba mlečnih kmetij – novi temelji za lokalno gospodarstvo

Bohinj je tradicionalno **mlečna regija**, kjer se kmetije že generacije ukvarjajo s predelavo mleka in sirarstvom.

Ker pa je turizem postal vse pomembnejši gospodarski dejavnik, so lokalni gostinski obrati in ponudniki nastanitev pokazali vse večje povpraševanje po **svežih, lokalnih sestavinah** – zelenjavi, sadju, predelanih obrtniških izdelkih.

Za kmete je to pomenilo novo priložnost: poleg mlečne proizvodnje so se gradile dopolnilne, **raznolike kmetijske dejavnosti**, namenjene strežbi lokalnih trgov in turizma.

To je postala osnova za proces, ki je bohinjsko gospodarstvo spremenil v model **“sinergije lokalnih izdelkov in turizma”**.

Sistem certificiranja “Bohinjsko / From Bohinj”

Ključ do povezovanja turizma in kmetijstva je sistem certificiranja “Bohinjsko / From Bohinj”, ki zagotavlja lokalno poreklo, trajnostno proizvodnjo in vrednote skupnosti.

Blagovno znamko koordinira organizacija **Turizem Bohinj** in zdaj združuje gospodarske akterje regije v dobro delujoč in pregleden sistem:

- **63 certificiranih ponudnikov storitev**
- **183 gastronomskih izdelkov**
- **69 restavracij in gostinskih obratov**
- **28 vodenih programov doživetij**
- **7 certificiranih nastanitev**

Cilj sistema je predstaviti lokalno proizvodnjo in storitve **v enotni, zanesljivi strukturi kakovosti**, kjer lahko gostje in domačini zavestno izbirajo trajnostne, “bohinjske” izdelke in doživetja.

Lokalna dobavna veriga: “Od vil do vilic” – Od njive do vilic

Eden najvidnejših rezultatov preobrazbe mlečnih kmetij, mreža, ki jo je sprožil Turizem Bohinj, povezuje **proizvajalce, gostince, tržnice in šole** ter tako ustvarja sodobno, kratko dobavno verigo.

V dveh letih se je program razširil **s 7 na 9 proizvajalcev in z 12 na 23 kupcev** (restavracije, trgovine, javni zavodi).

Obdelovalna površina se je povečala **z 1 hektarja na 6 hektarjev**, leta 2024 pa so kmetije lokalnemu gostinskemu sektorju dobavile **več kot 6 ton sveže zelenjave in žitaric, s prometom več kot 12.000 evrov**.

Program je dokazal, da je kratka dobavna veriga **ne le okoljsko bolj trajnostna, ampak tudi ekonomsko stabilnejša**, saj zmanjšuje odvisnost od uvoza in krepi lokalno samozadostnost.

Bohinjski zajtrk – lokalni okusi v turističnem paketu



Slika 3: <https://www.bohinj.si/en/from-bohinj/bohinj-breakfast/>

”**Bohinjski zajtrk / Bohinjski Breakfast**” je skupni razvoj lokalnih proizvajalcev in turističnih operaterjev.

Gostje lahko izbirajo med tremi vrstami zajtrka – mesnim, vegetarijanskim in veganskim – vsi so pripravljeni iz lokalnih sestavin pod blagovno znamko “**From Bohinj**”.

Naročila se prevzemajo v namestitvenih objektih ali prek spleta, dostava pa se izvaja **v reciklirani embalaži z električnimi vozili**.

Pobuda je leta 2024 prejela nagrado **Green Cuisine Award** in je postala eden najbolj priljubljenih in ikoničnih elementov turistične ponudbe Bohinja.

Okoljski in trajnostni rezultati

Okoljsko uspešnost Bohinja podpirajo natančni, merljivi podatki:

- **Poraba pitne vode (2024):** 256.813 m³/leto → 133 litrov/osebo/dan
- **Emisije odpadkov:** 2.685.512 kg/leto → 509 kg/osebo
- **Javni prevoz:** 59.039 potnikov/leto, 8 novih prevozov
- **Zmanjšanje ogljičnega odtisa:** električni čolni in avtobusi okoli jezera
- **Ozaveščenost o porabi energije:** nastanitve so dosegle 25–30 % prihranka energije z varčnimi tuši in avtomatizirano razsvetljavo

Kampanja “**Precious Water Drops**” ozavešča o vrednosti vode: lokalni hoteli in penzioni uporabljajo izobraževalne materiale in so omejili pogostost umivanja na enkrat na teden, s čimer letno prihranijo na tisoče litrov vode in energije.

Trajnost v praksi – lokalni primeri

V okviru projekta “**First Mile**” (2022–2025) je deset turističnih podjetij v Bohinju izvedlo praktične izboljšave trajnosti:

- **Hiša Pr’ Budkovič** – polnilnica pitnikov, prihranek 20 kg plastičnih odpadkov na leto
- **Butterfly Lodge** – varčne tuš glave, 25 % zmanjšanje porabe vode in elektrike
- **Kamp Danica** – brezplačen program tuširanja, 13 % prihranek vode
- **Restavracija Divja Jaga** – lončki za ponovno polnjenje, 1500 plastičnih lončkov manj poleti
- **Koča na Uskovnici** – 74 % zmanjšanje porabe ustekleničenih pijač, lokalno proizvedeni sirupi

Spremembe so majhne, vendar imajo sistemski vpliv: cilj je, da trajnost postane **privzeti način delovanja** za vse ponudnike storitev.

Digitalna prisotnost in komunikacija

Bohinj je danes model digitalnega **zelenega turizma**.

Spletna stran www.bohinj.si in sistem QR kod v publikacijah obiskovalcem omogočata, da v realnem času prejemajo informacije o programih, tržnicah, nastanitvah in znamenitostih s podatki o trajnosti.

Komunikacija Turizma Bohinj je moderna, interaktivna in izobraževalna ter se predstavlja kot izkušnja “zelenega razmišljanja”.

Obiskovalci lahko enostavno dostopajo do koledarja dogodkov, strani za naročanje “Bohinjski zajtrk”, pohodniške poti Juliana Trail ali celo do lokalnih poročil o trajnosti.

Digitalna platforma je pregledna, ažurna in estetska – to Bohinj uvršča med najbolj inovativne zelene destinacije v Evropi.

Bohinj kot model upravljanja destinacij

Turizem Bohinj od leta 2003 deluje strateško, na podlagi sodelovanja lokalnih gospodarskih, okoljskih in socialnih akterjev.

Stebri strategije so:

- podpora kratkim dobavnim verigam
- promocija lokalnih podjetij
- varstvo krajine in dediščine
- načela krožnega gospodarstva
- okoljsko ozaveščena mobilnost

Osrednje načelo je jasno: turizem je trajnosten le, če se izvaja skupaj z lokalno skupnostjo, ob spoštovanju narave in kulturne dediščine.

Sezonska trajnost – Bohinj je doživetje skozi vse leto

Bohinj je aktivna, živahna in trajnostna destinacija v vseh štirih letnih časih.

Poleti kmečke tržnice in festivali (Bohinj Summer Market, Bohinjska Noč), jeseni Cheese and Wine Festival ter Fly Fishing Festival, pozimi pa OKO Photo Festival opozarjajo na harmonijo narave in kulture.

Sezonska ponudba ne le pomaga pri **diverzifikaciji turizma**, temveč zagotavlja tudi **celoletno preživetje** lokalnih proizvajalcev in ponudnikov storitev.

**“BUT YOU WON’T ALWAYS BE OUR TOP PRIORITY. THIS IS
RESERVED FOR BOHINJ COWS.”**

Ta moto odlično povzema bohinjski pristop:

narava je na prvem mestu, ljudje pa so del skupnosti le, če se do nje obnašajo spoštljivo.



Slika 4: <https://www.slovenia-green.si/>

POVZETEK

Bohinj je danes ena najbolj kompleksnih in navdihujočih zelenih destinacij v Evropi.

Lokalno gospodarstvo, ki temelji na mlekarstvu, sistem certificiranja „From Bohinj“, kratke dobavne verige, skupnostni zajtrki in trajnostna podjetja ponujajo model, ki ga je mogoče neposredno uporabiti v regiji CROSSDEST.

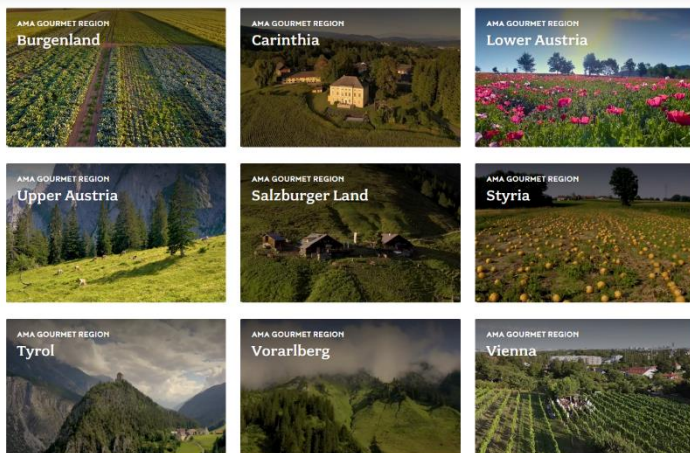
Najpomembnejša lekcija:

trajnost ni ločen projekt, temveč vsakodnevni operativni pristop.

Če lokalno gospodarstvo, skupnost in turizem gradijo drug na drugem, potem varstvo narave in gospodarski razvoj nista nasprotja, temveč vzajemni viri.

3.2.2. GENUSSREGION (AVSTRIJA) – LOKALNI OKUSI IN KVALIFICIRANI TURIZEM NA ŠTAJERSKEM

Nacionalno omrežje – skupno certificiranje lokalnih okusov



Slika 5: <https://www.genussregionen.at/en/regions>

AMA GENUSS REGION je avstrijski nacionalni sistem blagovnih znamk, ki združuje **kmetijstvo, gastronomijo in turizem**.

Program je bil ustanovljen leta 2019 na pobudo avstrijskega **Ministrstva za kmetijstvo (BML)** in podjetja **AMA Marketing GmbH** z namenom **uskladitve razvoja lokalnih proizvodov, gostinstva in turizma** v enotnem sistemu kakovosti in komunikacije.

Omrežje združuje **več kot 4000 proizvajalcev, restavracij, ponudnikov nastanitev in turističnih storitev**.

Udeleženci lahko **blagovno znamko “AMA GENUSS REGION”** uporabljajo le, če njihova proizvodnja in ponudba temeljita na lokalnih sestavinah, trajnostnih postopkih in preglednem dokazilu o poreklu.



Cilj sistema je, da “lokalni okus” ne postane le marketinško orodje, temveč **resnično ekonomsko in kakovostno jamstvo** za potrošnike in turiste.

Certificiranje temelji na treh stebrih:

- **lokalne sestavine in poreklo** – samo sestavine iz regionalne pridelave,
- **trajnostna pridelava** – okolju prijazna pridelava in predelava,
- **izkušnja in gostoljubnost** – pojavnost lokalnih izdelkov v turistični ponudbi.

Pod okriljem programa deluje nacionalni sistem popustov “**GenussCard**”, ki ponuja popuste za obiske **več kot 250 lokalnih znamenitosti, proizvajalcev in gastronomskih programov**.

Kartica je **simbol nacionalnega povezovanja turizma** in hkrati spodbuda za trajnostne potrošniške odločitve: gost z nakupom doživetja postane del lokalnega gospodarstva.

Komunikacija in digitalna prisotnost

Omrežje AMA je zgrajeno na sodobnih, **digitalnih platformah**: na spletni strani www.genussregionen.at lahko obiskovalci na interaktivnem zemljevidu iščejo certificirane proizvajalce, restavracije in nastanitve.

Sistem je **pregleden, pristen in izobraževalen** ter gostom pomaga pri sprejemanju premišljenih odločitev o trajnostni potrošnji.

Ključnika **#genussregion** in **#amaqualityfood** sta postala simbola trajnostne avstrijske gastronomije na družbenih omrežjih.

Izobraževalna in ozaveščevalna komponenta– AMA Bio-Volksschulaktion

Dejavnosti mreže AMA niso omejene le na certificiranje in vključevanje turistov, temveč izvajajo tudi **institucionalne in izobraževalne programe**. Program **AMA Bio-Volksschulaktion** (ekološka osnovna šola) si prizadeva **izobraževati mlajšo generacijo o vrednotah ekološkega kmetovanja, lokalne pridelave in trajnosti**.



Slika 6: <https://bio.amainfo.at/>

Program učiteljem in učencem zagotavlja izobraževalne materiale, delovne liste in interaktivne vsebine (npr. načela ekološkega kroženja, ekološko varstvo rastlin, ekološko kmetovanje).

Cilj je razvijati zavestno potrošnjo in občutljivost za lokalne sestavine že od zgodnjega otroštva, kar lahko dolgoročno okrepi družbeno sprejemanje in podporo lokalnim izdelkom.

Oblikovanje odnosa

Sistem blagovnih znamk AMA GENUSS REGION dopolnjuje celovita komunikacijska infrastruktura: platforma **AMA Info**, ki izvaja aktivne kampanje in izobraževalne vsebine. Spletna stran redno izvaja tematske kampanje, kot so **“Tierhaltung plus”** (izboljšanje živinoreje), **“Regionalnost”** (regionalnost), pa tudi mesni izdelki, kruh in pekovski izdelki, katerih cilj je **ozaveščati potrošnike o poreklu, dobrobiti živali in lokalnih vrednotah**. amainfo.at

Spletna stran ponuja tudi podrobne informacije, svetovalna gradiva in vodnike, s pomočjo katerih se lahko proizvajalci, gostinci in potrošniki informirano odločajo o izbiri lokalnih, kakovostnih izdelkov. amainfo.at

Omrežje AMA tako ne le postavlja standarde s certificiranjem, temveč **s komunikacijo, ozaveščanjem in kampanjami** oblikuje tudi svoje družbeno in tržno okolje.

AMAcademy

Omrežje AMA vključuje tudi platformo za usposabljanje in izobraževanje **AMAcademy** (academy.amainfo.at), ki združuje vse izobraževalne ponudbe AMA Marketing. AMAcademy ponuja **spletne seminarje**, povezane s sistemi blagovnih znamk, lokalnimi izdelki in trajnostnimi metodami, ter zagotavlja tudi **izobraževalne materiale za šole** – različne delovne liste za učilnice, module o znanju o hrani in tematske pripomočke.

Na ta način AMA ni prisotna le na institucionalni ali podjetniški strani, temveč oblikuje ozaveščenost že od otroštva: učence se seznanijo z lokalnimi izdelki, regionalnim poreklom in pomenom trajnosti.

Ta dimenzija usposabljanja je še posebej dragocen dodatek k sistemu AMA GENUSS REGION, saj poleg certificiranja in vključevanja turistov oblikuje tudi odnos potrošnikov in mlajših generacij.

Vodilna regija: Štajerska (GenussRegion Steiermark)

GenussRegion Steiermark je najnaprednejša in najbolj znana modelna regija omrežja AMA.

Štajerski model se je začel v začetku 2000-ih, veliko pred nacionalnim programom: tukaj so se **lokalno kmetijstvo, gastronomija in turizem** razvijali v tesnem sodelovanju. Cilj pobude je bil, da **podeželska proizvodnja ne bi postala le proizvodnja surovin**, temveč tudi del turistične izkušnje.

Štajerska je danes **kulinarično središče Avstrije**: v omrežje je vključenih **več kot 250 proizvajalcev in ponudnikov storitev**, vključno z vinarnami, proizvajalci bučnega olja in sira, destilarnami marmelad, restavracijami in družinskimi kmetijami.

Certificiranje se izvaja na treh ravneh: **izdelek - gostinstvo - izkušnja**, na vseh ravneh pa sta glavni merili lokalno poreklo in zagotavljanje kakovosti.

Tukaj je v največji možni meri izvedeno povezovanje turizma: **ponudniki nastanitev in restavracije se zavezujejo, da bodo v svojo ponudbo vključili lokalne izdelke, gastronomski ogledi in tržnice** so deležni skupne promocije, **GenussCard** pa goste aktivira v lokalni vrednostni verigi.

Mrežo skupaj upravljata **Štajerska kmetijska zbornica in Steiermark Tourismus**.

Akterji se redno **udeležujejo tečajev usposabljanja, delavnic in skupnih trženjskih kampanj** ter nastopajo s

skupno vizualno identiteto, tako da "GenussRegion Steiermark" ni le gospodarska blagovna znamka, temveč tudi **blagovna znamka, ki gradi identiteto**.



1. kép <https://www.genussregionen.at/en/region/styria>

Rezultati in vplivi

- Do leta 2024 bo več kot **30 štajerskih gostinskih obratov** pridobilo evropski certifikat trajnostne gastronomije.
- Delež lokalnih dobaviteljev v gostinstvu je **presegel 60 %**.
- Letni promet, povezan z lokalnimi izdelki, doseže **20 milijonov evrov**.
- Kratke dobavne verige so **zmanjšale emisije CO₂**, zmanjšanje embalaže pa je privedlo do napredka pri ravnanju z odpadki.
- Lokalni prebivalci kažejo **močan občutek skupnosti**, turisti pa štajersko regijo prepoznavajo kot **pristno gastronomsko destinacijo**.

“GOOD TASTE IS LOCAL”

–to je moto mreže AMA, ki velja ne le za kakovost, temveč tudi za vrednote:

prava trajnost se začne tam, kjer **se lokalni okusi, človeški odnosi in zavestno razmišljanje** medsebojno krepijo in tvorijo sistem.



Slika 8: <https://www.genussregionen.at/en/region/styria>

POVZETEK

Model **AMA GENUSS REGION** dokazuje, da se lahko **odnos med lokalnimi proizvodi in turizmom** razvije v **nacionalni sistem**, če ga drži enotna **struktura certificiranja, izobraževanja, trženja in podpore**.

Uspeh **štajerske modelne regije** kaže, da **trajnost, gospodarska konkurenčnost in lokalna identiteta** niso protislovni, temveč se medsebojno krepijo.

Ena najpomembnejših značilnosti modela je, da **ne razvija le proizvodnega in turističnega sektorja, temveč tudi oblikuje družbeno perspektivo**.

Izobraževalni programi in kampanje AMA – od šolske kampanje **AMA Bio-Volksschulaktion** do tečajev strokovnega usposabljanja **AMAcademy** – sledijo načelu, da je **treba kulturo ozaveščene in odgovorne potrošnje graditi že od otroštva**.

Omrežje AMA torej ni le gospodarski ekosistem, temveč **skupnost vrednot**, kjer se lokalni proizvodi, okoljska ozaveščenost in družbena odgovornost gradijo drug na drugem.

3.2.3. VIPAVSKA DOLINA (SLOVENIJA) – GREEN GOURMET ROUTE IN GASTROTURIZEM

“Slovenia Green Gourmet Route” – nacionalno gastroturistično omrežje

Slovenia Green Gourmet Route (SGGR) je slovenska nacionalna trajnostna **gastroturistična blagovna znamka in tematsko omrežje poti**.

Namen pobude je povezati regije, ki so prejele certifikat *Slovenia Green* in so zavezane okolju prijaznemu turizmu, ki temelji na lokalnih sestavinah.

SGGR je pot z več kot 400 km kolesarskih in peš odsekov, ki povezuje naselja s certifikatom Green Destinations v skupno verigo doživetij.

Obiskovalci se lahko seznani s kulturno in naravno raznolikostjo države skozi gastronomijo – omrežje pa enotno uporablja sistem certificiranja **“Slovenia Green Cuisine”**, ki temelji na lokalnih sestavinah, zmanjševanju odpadkov in energetske učinkovitosti.

Ključni elementi programa so:

- **Trajnostna mobilnost:** kombinacija električnih koles, minibusov in železniških povezav;
Digitalne poti in zemljevidi: dvojezična (slovensko-angleška) spletna platforma, ki interaktivno prikazuje sodelujoče ponudnike storitev;
- **Lokalna doživetja:** povezovanje vinarn, obrtnih delavnic, tržnic in tematskih festivalov;
- **Enotno certificiranje:** ponudniki storitev prejmejo certifikat *Slovenia Green Cuisine* na podlagi okoljskih, ekonomskih in socialnih meril.

“Slovenia Green Gourmet Route” tako ni le pot, temveč **nacionalna blagovna znamka in sistem certificiranja**, katerega cilj je povezati gastronomijo, turizem in trajnostno lokalno gospodarstvo.

Digitalne inovacije in izkušnja obiskovalcev na nacionalni ravni

Omrežje *Slovenia Green* in program *Slovenia Green Gourmet Route* sta **pionirja pri razvoju digitalnega turizma** poleg trajnostnega.

“Alma” – virtualni turistični vodnik, ki temelji na ChatGPT in je na voljo na uradnem turističnem portalu *Slovenia.info* – obiskovalcem nudi podporo v realnem času.

Uporabniki mu lahko interaktivno postavljajo vprašanja o nastanitvah, vinarnah, gastronomskih dogodkih, pohodniških poteh ali kulturnih znamenitostih, pri čemer jim priporočila na zemljevidu in QR kodah pomagajo pri navigaciji.

Zaradi tega je *Alma* **simbol digitalnega trajnostnega turizma** v Sloveniji – človeku prijazna manifestacija umetne inteligence, ki nacionalno “zeleno” blagovno znamko spreminja v sodobno izkušnjo.

Vipavska dolina kot osrednja točka mreže

Vipavska dolina je eno najbolj dinamično razvijajočih se podeželskih območij v zahodni Sloveniji in **osrednja točka** SGGR.

Dolina izvaja načela programa na lokalni ravni in je v zadnjih letih postala **vodilna sila** slovenskega gastroturizma.

Lokalni razvoj temelji na **prepletanju trajnostnega turizma, gastronomije in lokalnih izdelkov**, kar jasno kaže, kako je mogoče nacionalni koncept prenesti v prakso.

Lokalno sodelovanje in organizacija

Izvajanje **modela trajnostne gastronomije** v Vipavski dolini temelji na širokem partnerstvu.

Glavni koordinator je **Turistična skupnost Vipava**, ki tesno sodeluje z **mrežo Slovenia Green**, **lokalno gospodarsko zbornico** in **gastronomskimi združenji**.

Partnerstvo vključuje lokalne pridelovalce, vinarje, gostince, nevladne organizacije in občine.

Skupni cilji so:

- **ohranjanje in reinterpretacija lokalne gastronske dediščine,**
- **krepitev kratkih dobavnih verig,**
- **povečanje turistične sposobnosti podeželja,**
- **spodbujanje vrnitve mladih podjetnikov in družinskih kmetij.**

Vsi udeleženci se zavezujejo, da bodo uporabljali načela trajnosti – od lokalnega naročanja do okolju prijazne rabe energije in odgovornosti skupnosti.

Lokalni izdelki in gastronomska identiteta

Gastronomija Vipavske doline temelji na **pristnih lokalnih okusih in obrtni predelavi**. Med najbolj značilne izdelke spadajo:

- **lokalne sorte vina** (zelen, pinela, rebula),
- **obrtiški siri in med,**
- **domače testenine, olivno olje, suho sadje,**
- **žganja iz grozdja in sadna vina.**

Nastanitvene enote in restavracije morajo svojo ponudbo zasnovati na **vsaj 50 % lokalnih sestavin**, s čimer krepijo gastronomsko pristnost in kratke dobavne verige.

Obiskovalci se lahko udeležijo **programov odprtih delavnic**: dobijo vpogled v proizvodne procese, se seznani s tradicionalnimi tehnologijami in se neposredno srečajo s kmeti.

Primeri krajev za obisk

- **Vino Petric** –družinska vinarija z degustacijami vin in sirov.
- **Vina Sveti Martin** –panoramska klet z degustacijami 6–10 steklenic vina.
- **Domačija Koren** –obrtna sirarna v Budanjah.
- **Golden Ring Cheese Factory** –butična sirarna na Sinjem vrhu.

Ti kraji **ponujajo** ne le izdelke, temveč **tudi doživetje**, skozi osebni stik med pridelovalci in gosti.



Slika 9: <https://goldenringcheese.com/en/about-us/>

Ekonomski in socialni vplivi

Po uvedbi Green Gourmet Route sta se turizem in lokalno gospodarstvo v Vipavski dolini znatno okrepila:

Vipavska dolina je v zadnjih letih zabeležila **znatno rast turizma**, kar je skladno z nacionalno rastjo, ki **znaša približno 20%**, o kateri poroča Slovenska turistična organizacija (Slovenia.info), povprečna dolžina bivanja gostov na Primorskem, katere del je tudi Vipavska dolina, pa se je **podaljšala na 2,4 dni**, kar kaže na daljša, na doživetjih temelječa bivanja.

Gastroturizem je tako prinesel ne le gospodarsko, temveč tudi **socialno prenavo**: okrepila se je lokalna identiteta in ponos skupnosti.

Izzivi in vidiki trajnosti

Poleg uspeha modela je ohranjanje trajnosti stalen izziv.

Glavna problematična področja so:

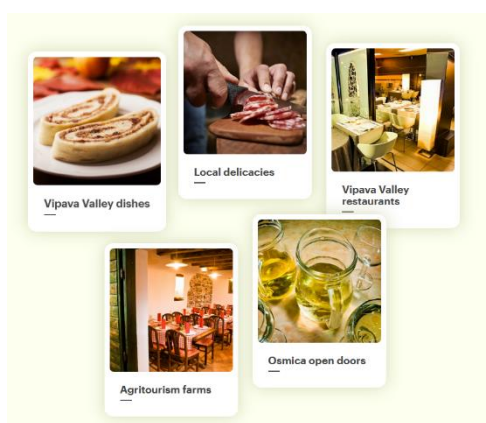
- **sezonska nihanja prometa,**
- **ohranjanje zagotavljanja kakovosti** ob rastočem turizmu,
- krepitev **koordinacije in komunikacije** med deležniki,
- potreba po **razvoju infrastrukture,**
- in **zmanjšanje vpliva na okolje.**

Lokalni partnerji zagotavljajo dolgoročno trajnost s skupnimi procesi spremljanja in akcijskimi načrti.

“VIPAVA VALLEY – UNIQUELY DIFFERENT. ANY TIME OF THE YEAR.”

Ta moto izraža gastronomsko in življenjsko identiteto Vipavske doline:

celoletno odprtost regije, raznoliko pokrajino in edinstvenost doživetij, ki temeljijo na pristnih, lokalnih okusih.



Slika 10:

<https://www.vipavskadolina.si/en/okusaj/kulinarika>

POVZETEK

Model **Slovenia Green Gourmet Route** dokazuje, da lahko povezovanje gastronomije in turizma deluje na nacionalni ravni, če ga združuje **enoten sistem certificiranja, partnerstva in komunikacije**.

Modelno območje **Vipavske doline** kaže, da **trajnost, ekonomska upravičenost in obnova lokalnih skupnosti** niso protislovni, temveč se medsebojno krepijo. Model je edinstven, saj ustvarja **krožni odnos** med **lokalno proizvodnjo, gastronomsko izkušnjo in turističnimi storitvami**, v katerem so vsi akterji – od proizvajalca do gosta in občine – neposredno zainteresirani za trajnost.

Digitalni razvoj na nacionalni ravni, kot je virtualni **turistični vodnik „Alma“**, ozaveščeno potrošnjo in zeleno razmišljanje posreduje v **sodobni, na doživetjih temelječi obliki**. Tako **Slovenia Green Gourmet Route** ni le gastronomsko omrežje, temveč tudi **skupnost vrednot za trajnost in identiteto**, ki zagotavlja verodostojen model za prizadevanja na področju zelenega turizma v drugih državah.

3.2.4. SOUTH TYROL / ALTO ADIGE (ITALIJA) – AGROTURISTIČNI SISTEM “RED ROOSTER”

Uvod v model

Južna Tirolska (Alto Adige) je avtonomna pokrajina v severni Italiji, ki se nahaja ob avstrijski meji in je postala ena najuspešnejših regij kmečkega turizma v Evropi.

Poseben položaj regije je posledica njene **dvojezične (italijansko-nemške)** kulturne dediščine, **gorate pokrajine in visoke ravni kmetijske tradicije**.

Leta 2020 je regija prejela certifikat **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** in postala **prva uradno priznana “zelena destinacija” v Italiji**.

Osrednji element strategije trajnosti Južne Tirolske je blagovna znamka **Roter Hahn / Red Rooster**, ki jo je leta 1999 ustvarilo **Južnotirolsko združenje kmetov (Südtiroler Bauernbund)**.

Cilj pobude je **združiti podeželske kmetije, proizvajalce in ponudnike turističnih storitev**, da bi ustvarili **uspešen kmečki turizem, ki temelji na skupnosti**.



Slika 11:
<https://www.roterhahn.it>

Struktura sistema Red Rooster

Blagovna znamka Red Rooster temelji na **štirih stebrih**, ki skupaj tvorijo trajnostni model podeželskega gospodarstva na Južnem Tirolskem:

1. **Farm Holidays – namestitev na podeželju (Agriturismo)**

Več kot 1600 certificiranih kmetij ponuja namestitev, lokalne zajtrke in pristno podeželsko izkušnjo.

Gostje lahko osebno spoznajo kmete in sodelujejo v vsakodnevnih dejavnostih, kot so oskrba živali, obiranje sadja ali izdelava sira.

2. **Quality Products from the Farm – blagovna znamka lokalne hrane**

Izdelki z logotipom Red Rooster (sir, vino, marmelada, med, mesni izdelki, zeliščni izdelki) prihajajo izključno z nadzorovanih kmetij.

Oznaka je jamstvo za kakovost, lokalni izvor in trajnostno proizvodnjo.

3. **Farm Inns – tradicionalne gostilne in vinske hiše**

Te restavracije uporabljajo samo sestavine iz **lastne kmetijske proizvodnje** ali od **lokalnih dobaviteljev**.

Ponudba je sezonska, jedilniki pa so določeni s sestavinami, pridelanimi v danem času.

4. **Farm Crafts – obrtniške delavnice in vaše obrti**

Del programa so tudi lokalne obrti – delavnice lesa, volne, cvetja in keramike imajo dneve odprtih vrat in delavnice. Obrt je simbolni nosilec lokalne identitete, ki pomaga ohranjati tradicije.

Sistem certificiranja in trajnosti

Vsak partner programa Red Rooster je podvržen strogemu postopku preverjanja, ki preučuje tri glavna področja:

- **lokalno poreklo** – vsaj 75 % sestavin mora prihajati s same kmetije,
- **okoljska trajnost** – energetska učinkovitost, raba vode, ravnanje z odpadki,
- **kakovost izkušnje gostov** – osebni stik, pristno okolje, predstavitev lokalne kulture.

Digitalne inovacije in ekosistem

Program **Red Rooster** ni le tradicionalno omrežje agroturistike, temveč tudi **sodoben digitalni ekosistem**, ki na celosten način predstavlja odnos med kmetijstvom, turizmom in potrošniško izkušnjo.

Osrednji element sistema je spletna stran www.roterhahn.it in pripadajoča mobilna aplikacija, ki služita kot **interaktivna, večjezična platforma** za neposreden stik med lokalnimi akterji in obiskovalci.

Digitalna infrastruktura želi gostom zagotoviti **enoten in pregleden dostop** do vseh elementov agroturizma:

- podatki in storitve **več kot 1600 kmetij** (nastanitve, obroki, izdelki, obrtne delavnice),
- **iskalnik po zemljevidih** za načrtovanje tematskih poti in programov,
- **neposreden stik** s kmeti (rezervacija, povpraševanje, naročilo),
- ter **nenehno posodobljen koledar dogodkov** in sezonske ponudbe.

Digitalni sistem Red Rooster v spletnem okolju izvaja načelo **“farm-to-visitor”**:

obiskovalec komunicira neposredno s proizvajalcem ali ponudnikom nastanitve, tako da prihodki od turizma **ostajajo lokalni**, hkrati pa se **povečujeta preglednost in zaupanje**.

Na ta način blagovna znamka služi kot **marketinška platforma, prodajni kanal in socialno omrežje**, ki zagotavlja digitalno podlago za trajnostni turizem.

Spletna stran in aplikacija Red Rooster sta na voljo v **treh jezikih** (nemščini, italijanščini, angleščini) in ne zagotavljata le informacij, temveč imata tudi **vlogo pri oblikovanju odnosa**:

predstavljata trajnostni podeželski način življenja, pomen sezonske hrane in resnično vrednost lokalnih izdelkov.

Digitalni ekosistem je tako **inovativen, znanje prenosljiv steber** mreže Red Rooster, ki tradicionalni agroturizem spreminja v **interaktivno izkušnjo 21. stoletja**.

Družinam prijazna doživetja in izobraževalni učinki

Ena od pomembnih ciljnih skupin kmečkega turizma **Red Rooster** so **družine in otroci**, za katere se podeželsko življenje in dejavnosti blizu narave zdijo kot **izkušnja in priložnost za učenje**.

V skladu s filozofijo programa otroci postanejo okoljsko ozaveščeni in odgovorni potrošniki, ko **osebno izkusijo** proces pridelave hrane in ritem narave.

Med programi, ki so organizirani za otroke na kmetijah in v gostinskih obratih, lahko najdete:

- **živalski vrtovi za božanje in programi hranjenja**, kjer lahko spoznajo koze, jagnjeta, kunce in konje,
- **dejavnosti “mini kmetov”**, kjer lahko sodelujejo pri nabiranju sadja in zelenjave, izdelavi sira ali pridobivanju medu,
- **zeliščni sprehodi in gozdne naravoslovne poti**, ki na igriv način predstavijo lokalno floro,
- in **obrtne delavnice** (volna, glina, cvetlični aranžmaji), kjer lahko domov odnesejo svojo lastno stvaritev.

Za otroke je izkušnja Red Rooster **poučna in zabavna**: spoznajo, od kod prihaja njihova hrana, kako deluje kmetija in kaj pomeni spoštovati naravo v vsakdanjem življenju. Številne kmetije imajo posebna **varna igrišča, živalske vrtove za božanje živali** ali **naravoslovne poti**, penzioni pa ponujajo družinam prijazne nastanitve in otroške menije, pripravljene iz lokalnih sestavin.



Slika 12: <https://www.roterhahn.it/en/farm-holidays/childrens-paradise>

Otroški programi niso le zabavni, ampak tudi **poučni**: vpogled v vsakdanje podeželsko življenje pomaga razvijati občutek **odgovornosti do narave, okoljsko ozaveščeno razmišljanje** in **spoštovanje lokalnih vrednot** že od malih nog.

Gastronomske delavnice in kuharska šola

Eden najbolj priljubljenih elementov mreže Red Rooster je **sistem tečajev lokalnega kuhanja**, ki jih vodijo **gospodinje, kuharji in obrtniški pridelovalci hrane**.

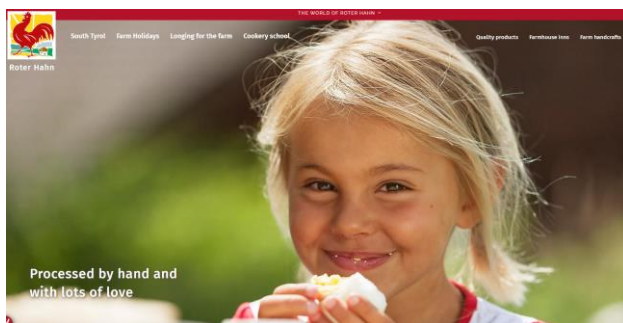
Ti programi so povezani z pobudama **“Taste of the Farm”** in **“Cooking with the Farmers”** ter si prizadevajo goste seznaniti z osnovami južnotirolske gastronomije, medtem ko **lokalne sestavine predelujejo z lastnimi rokami**.

Za otroke te delavnice potekajo v igrivi, skrajšani obliki – na primer pod naslovom **“Little Chef on the Farm”** – kjer lahko poleg osnovnega znanja o hrani izkusijo tudi **veselje do ročnega ustvarjanja**.

Kuharske šole in gastronomske delavnice so tudi **kulturna vrata**: gostje se ne naučijo le receptov, temveč dobijo tudi vpogled v **tradicije gorskega življenja, sezonski ritem kmetij** in kako je **trajnostna poraba hrane** povezana z lokalno identiteto.

“KMETIJA, KJER SE GOST POČUTI KOT DOMA.”

Ta pristop poudarja lokalno gostoljubnost, neposreden stik med pridelovalcem in obiskovalcem ter izkušnjo naravnega načina življenja.



Slika 13: <https://www.roterhahn.it/en/farm-holidays/indulgence-on-the-farm/farm-products>

POVZETEK

Model **Red Rooster (Roter Hahn)** dokazuje, da lahko tesno sodelovanje med **lokalnim kmetijstvom, gastronomijo in turizmom** dolgoročno privede do trajnostnega gospodarskega sistema.

Uspeh južnotirolskega programa je v tem, da so **certificiranje, blagovna znamka, digitalizacija in identiteta skupnosti** postali medsebojno krepilni dejavniki. Pristop „kmetije, kjer se gost počuti kot doma“ ni le turistično sporočilo, temveč **način življenja in komunikacija vrednot**, v kateri se združujejo narava, gostoljubnost in lokalno znanje.

Red Rooster ni le gospodarska mreža, temveč tudi **družbena inovacija**: družinske kmetije, mladi kmetje in podeželske ženske imajo aktivno vlogo pri trajnostnem razvoju.

Digitalni ekosistem dodaja novo dimenzijo tradicionalnemu agroturizmu – povezuje **kmete in obiskovalce** ter hkrati posreduje lokalno izkušnjo **na pregleden, sodoben in human način**.

Tako Red Rooster ni več le blagovna znamka, temveč **skupnost vrednot**, ki služi kot model prihodnosti za podeželsko Evropo: pristen, trajnosten in navdihujoč.

3.2.5. LAKELAND (FINSKA) – TRAJNOSTNI GASTROTURIZEM IN DIGITALNA VIDNOST

Ozadje regije in programa

Finska **regija Lakeland** je največje turistično območje v državi z **več kot 180.000 jezeri, obsežnimi gozdovi** in majhnimi podeželskimi skupnostmi.

Območje je vodilno modelno območje programa **Sustainable Travel Finland (STF)**, kjer so turizem, kmetijstvo in varstvo narave integrirani.

Pobudo koordinira nacionalna turistična agencija **Visit Finland**, ki temelji na mednarodnih standardih **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**.

Cilj je harmonično povezati **naravo, gastronomijo in življenje v skupnosti** ter okrepiti **digitalno vidnost** regije v skladu z načeli trajnostnega turizma.

Lakeland je leta 2021 prejel certifikat **Sustainable Travel Finland**, s čimer je postal eno prvih uradno certificiranih območij trajnostnega turizma v državi.



Slika 14: <https://www.visitfinland.fi/en/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>

Sistem Sustainable Travel Finland (STF)

Program STF je nacionalni okvir za kvalifikacije in razvoj, ki podpira trajnostno delovanje ponudnikov turističnih storitev.

Certifikacija preučuje šest glavnih področij:

1. optimizacija porabe energije in vode,
2. zmanjšanje in recikliranje odpadkov,
3. vključevanje lokalnih skupnosti,
4. ohranjanje kulturne dediščine,
5. uporaba lokalnih sestavin v ponudbi,
6. izobraževanje in oblikovanje stališč o trajnosti.

Ponudniki storitev, ki se pridružijo certifikaciji, prejmejo strokovno mentorstvo in skupno komunikacijsko podporo, ki jo organizira Visit Finland.

Rezultat je **učeča se, omrežena destinacijska skupnost**, kjer kmetje, gostinci in občine sodelujejo pri gradnji zelene prihodnosti.

Lokalni izdelki in gastronomska doživetja

Gastronomija regije Lakeland temelji na **lokalnih sestavinah in naravnih okusih**.

Restavracije in kmetije v regiji rade uporabljajo ribe iz bližnjih jezer, gozdne sadeže, med, sir in obrtniško pecivo.

Turistična spletna stran Visit **Lakeland Finland** predstavlja tudi več poti in programov, kjer lahko obiskovalci spoznajo lokalne kmetije, tržnice in obrtne delavnice (npr. *“Share a Taste of Local Life in Lakeland Finland”*).

Trajnostna hrana in lokalna gastronomija sta zdaj ena najpomembnejših turističnih atrakcij v regiji: restavracije vse pogosteje sodelujejo z lokalnimi pridelovalci v skladu s filozofijo *“Farm to Table”*.

Cilj podeželskih restavracij in kmečkih hiš je, da gostje niso le potrošniki, temveč da se **seznanijo s povezavo med proizvodnjo, naravo in hrano**.

Digitalne inovacije in izkušnja obiskovalcev

Lakeland je pionir na področju **digitalnega pripovedovanja** zgodb in **gastronomskega trženja**.

Lokalni proizvajalci, kuharji in vodniki predstavljajo svoje dejavnosti, trajnostno proizvodnjo in lokalne tradicije s kratkimi videoposnetki.

Ta vsebina je predstavljena tudi na spletnih platformah **Visit Finland** in **Visit Lakeland Finland**, kar povečuje pristnost in čustveno privlačnost regije.

Digitalne platforme ne delujejo le kot komunikacijsko orodje, temveč tudi kot **platforma za gradnjo izkušenj**: interaktivni zemljevidi, tematske poti in možnosti spletne rezervacije pomagajo obiskovalcem izbrati prilagojeno, trajnostno izkušnjo.

Družinam prijazen in vključujoč turizem

Trajnost na Finskem ni le ekološka odgovornost, temveč tudi **družbena odgovornost**. Turistični operaterji v regiji Lakeland dajejo velik poudarek temu, da so njihovi programi **prijazni do družin, vključujoči in dostopni**.

Za družine je na voljo vrsta interaktivnih doživetij:

- kmečki in ribolovni programi,
- gozdni sprehodi z nabiranjem jagod in zelišč,
- otrokom prijazni programi kuhanja,
- obrti, povezane z naravo.

Več ponudnikov storitev v regiji zagotavlja **naravoslovne poti brez ovir, nastanitve in centre za obiskovalce**, v skladu z zahtevami programa Sustainable Travel Finland.

Za starejšo generacijo programi doživetij **“Slow Nature”** – mirni sprehodi v naravi, ribolov, opazovanje ptic, gozdne savne – ponujajo regeneracijski turizem z majhnim vplivom.

Izkušnje v vseh štirih letnih časih in sezonska trajnost

Turistična ponudba regije Lakeland je usklajena z naravnim ritmom **štirih letnih časov**.

Regija si prizadeva za trajnostno delovanje skozi vse leto in se tako izogne sezonski preobremenitvi, ki jo povzroča množični turizem.

- **Spomladi** ribolov, nabiranje gob in gozdno nabiranje ponujajo pristna doživetja.
- **Poleti** prevladujejo vodni turizem, veslanje, ribolov in kmečki festivali.
- **Jeseni** pridejo v ospredje gastronomski ogledi jagodičevja in gob ter programi obiranja.
- **Pozimi** kultura savnanja, ledene kopeli in kuhanje ob ognju zagotavljajo najbolj pristno finsko doživetje.

Ta sezonski pristop zagotavlja, da trajnost ni praksa, podobna kampanji, temveč **celosten življenjski slog** v regiji.



Slika 15: <https://visitlakelandfinland.com/four-seasons-of-lakeland-finland/>

Gastronomske delavnice in kuharska doživetja



Več lokalnih ponudnikov na območju Lakelanda ponuja **tečaje kuhanja in gastronomske delavnice**, kjer se obiskovalci lahko aktivno seznani s finsko kuhinjo.

Cilj programov je, da udeleženci izkusijo **naravno, sezonsko in kuhanje brez odpadkov**.

Slika 16:
<https://visitlakelandfinland.com/products/karelian-pie-workshop-puumala/>

Tipične izkušnje::

- Tečaji **“Forest to Table”** – zbiranje gozdnih sestavin in skupno kuhanje na prostem,
- delavnice peke rib in kruha – spoznavanje tradicionalnih tehnik dimljenja in mariniranja,
- kuhanje v savni (*Sauna Kitchen*) – posebna kombinacija finske savne in gastronomije.

Tečaji niso le kulinarična izkušnja, temveč tudi **priložnost za učenje v skupnosti**, ki krepi povezavo med ljudmi, hrano in naravo.

“TASTE THE NATURE – FEEL THE CONNECTION.”

(Visit Lakeland Finland)

Ta moto izraža bistvo finskega Lakelanda: odkrivanje okusov narave in doživljanje globoke, harmonične povezave med ljudmi, pokrajino in skupnostjo – na fizični, čustveni in digitalni ravni.



Slika 17: <https://visitlakelandfinland.com/6-reasons-to-visit-lakeland-finland/>

POVZETEK

Regija Lakeland na Finskem dokazuje, da se **trajnost, lokalna gastronomija in digitalne inovacije** medsebojno ne izključujejo, temveč se medsebojno krepijo.

Razvoj regije v okviru programa **Sustainable Travel Finland** temelji na ravnovesju med certificiranjem, sodelovanjem skupnosti in izmenjavo znanja.

Integracija bližine narave, lokalnih okusov in doživljajskega turizma je ustvarila gospodarski in socialni model, ki hkrati krepi **lokalno identiteto in kakovost življenja na podeželju**.

Sistem Lakeland je še posebej znan po načinu uporabe digitalnih orodij – spletnih poti, tematskih programov in vizualnega pripovedovanja zgodb – za zagotavljanje **osebnih, skupnostnih izkušenj**.

Programi „**Forest to Table**“, doživetja na kmetijah in v ribolovu ter gastronomski ogledi, ki so usklajeni s štirimi letnimi časi, sporočajo, da trajnost ni le certificiranje, temveč način življenja.

Lakeland je zdaj vzorčna destinacija ne le na Finskem, temveč tudi v vsej severni Evropi, kjer je mogoče pristno doživeti povezavo med naravo, okusi in ljudmi.

3.2.6. ALPE ADRIA TRAIL (AVSTRIJA-SLOVENIJA-ITALIJA) – ČEZMEJNI TURIZEM IN SKUPNI REZERVACIJSKI SISTEM

Ozadje in cilj programa

Alpe Adria Trail je ena najuspešnejših čezmejnih trajnostnih turističnih pobud v Evropi, ki vključuje **750 km dolgo** pohodniško pot **od avstrijskih Alp do Jadranskega morja**.

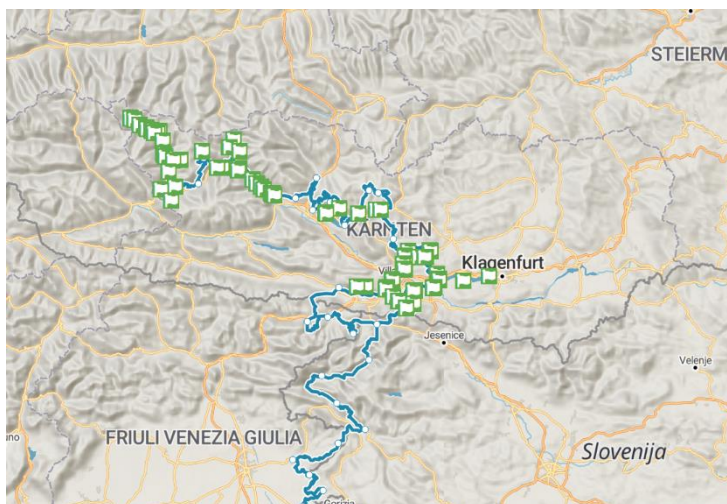
Program je bil ustanovljen leta 2012 v tesnem sodelovanju treh držav – Avstrije, Slovenije in Italije – kot skupni projekt **Kärnten Werbung**, **Slovenian Tourist Board** in **Friuli Venezia Giulia Tourism Board** krajine.

Cilj Alpe Adria Trail je organizirati doživetja narave, gastronomije in lokalne kulture v enoten sistem, hkrati pa podpirati trajnostni razvoj podeželja in čezmejno mobilnost turistov.

Struktura in delovanje skupnega sistema

Posebnost Alpe Adria Trail je, da je ustvaril **popolnoma integriran ekosistem rezervacij in informacij**, ki povezuje ponudnike storitev in upravljanja destinacij treh držav v enotno mrežo.

Osrednji element sistema je **Alpe Adria Trail Booking Center**, do katerega lahko dostopate na spletni strani www.alpe-adria-trail.com.



Slika 18: <https://www.alpe-adria-trail.com/en/experiences/>

Tukaj lahko obiskovalci:

- izbirajo med več kot **43 etapami**,
- ustvarjajo prilagojene načrte potovanj in **pakete, ki jih je mogoče rezervirati**,
- neposredno rezervirajo **nastanitev, transferje, prevoz prtljage in obroke**,
- in imajo dostop do integriranega sistema zavarovanja in storitev za stranke.

Podjetje **Trail Angels** upravlja centralno rezervacijsko platformo, ki upravlja podatke vseh partnerskih ponudnikov storitev (nastanitve, restavracije, turistični vodniki, podjetja za transferje) prek enotnega sistema zaledja.

Turistične pisarne treh držav skupaj financirajo delovanje in trženje.

Trajnost in lokalni gospodarski vidiki

Projekt deluje v skladu z načeli **Green Destinations** in **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**, z močnim poudarkom na vključevanju lokalnih proizvajalcev, vaških penzionov in malih podjetij.

Storitve, vključene v rezervirane odseke, običajno vključujejo gostilne z lokalno hrano, regionalne vinarije, obrtniške tržnice in ekoturistične lokacije.

Vsak odsek projekta ima ločeno priporočilo **“Taste of the Trail”**, ki predstavlja gastronomske specialitete regije (npr. avstrijske sirarne, slovenski proizvajalci medu, italijanske vinarije).

Gostje imajo med postopkom rezervacije možnost **predhodnega naročila paketov lokalnih izdelkov**, ki jih lahko prevzamejo v nastanitvi – tako je dohodek lokalnih proizvajalcev neposredno povezan s turističnim prometom.

Projekt letno oskrbi več kot **40.000 registriranih gostov** in predstavlja približno **15–20%** turističnega prometa v regiji.

Digitalne inovacije in izkušnja obiskovalcev

Digitalna platforma Alpe Adria Trail je model rešitev za turizem 4.0.

Na spletni strani in mobilni aplikaciji lahko uporabniki:

- prejemajo vremenske podatke in podatke o poti v realnem času,
- prenašajo zemljevide in diagrame nadmorske višine brez povezave,
- uporabljajo navigacijo in sledenje poti na podlagi GPS-a,
- in dostopajo do integrirane storitve za stranke (prek klepeta in telefona).

Sistem je neposredno povezan z nacionalnimi sistemi DMO treh držav, tako da so podatki o rezervacijah, statistika in povratne informacije strank takoj na voljo vsem partnerjem.

Trail Angels je prvi turistični operater na svetu, ki upravlja *popolnoma digitaliziran mednarodni sistem rezervacij na ravni DMO*.

Vplivi na skupnost in gospodarstvo

Posledica programa:

- **povečana zasedenost podeželskih nastanitev** v obmejnih regijah,
- ustvarjene so bile nove **gastronomske in obrtniške storitve**,
- povečan je bil delež dohodka lokalnih proizvajalcev v ekoturizmu (v povprečju 35–40%),
- okrepilo se je tudi **institucionalno sodelovanje** med sodelujočimi občinami.

Povprečna dolžina bivanja gostov se je povečala s 3,2 dni na 4,1 dni (Trail Angels Annual Report, 2022), projekt pa ponuja tudi ponudbe za manj gneča izven sezone, s čimer se zmanjšujejo negativni učinki množičnega turizma.

Vključevanje gastronomskih turističnih doživetij in lokalnih izdelkov

Koncept **Alpe Adria Trail** ne obravnava le sprehodov v naravi, temveč tudi **odkrivanje gastronomske dediščine in lokalnih izdelkov** kot osrednji element.

Program “**Taste of the Trail**” povezuje kulinarčno ponudbo treh držav in predstavlja pristne okuse in obrtniške izdelke regije **Kärnten–Soča–Friuli**.

Obiskovalci lahko za vsak odsek rezervirajo tudi **pakete Culinary & Gourmet**, ki vključujejo:

- menije, ki temeljijo na regionalnih sestavinah, ki jih postrežejo v lokalnih gostiščih,
- degustacije vin in obiske sirarn,
- in gastronomske ture tipa “**Wine & Walk**”.

Vsaka država vzdolž poti ima svoje **gastronomsko partnerstvo**:

- omrežje *Alpe Adria Cuisine* (Kärnten) v Avstriji,
- *Soča Valley House of Flavors*, v Sloveniji,
- *Strada del Vino e dei Saponi FVG* v Italiji.

Ti partnerji skupaj zagotavljajo, da restavracije in planinske koče uporabljajo vsaj **70% lokalno pridobljenih sestavin**.

Program tako ustvarja ne le kulinarčno izkušnjo, temveč tudi **neposredno gospodarsko povezavo** med lokalnimi pridelovalci in turisti.



Slika 19: <https://www.alpe-adria-trail.com/en/offers/details/offer-alpe-adria-trail-food-wine-cellars-and-osmizze/>

“HIKING IN THE GARDEN OF EDEN.”

Moto izraža bistvo programa: pohodništvo ni le fizična pot, temveč doživljanje harmonične enotnosti narave, kulture in gastronomije v “zemeljskem raju”, ki prečka meje treh držav.



Slika 20: <https://www.alpe-adria-trail.com/en/offers/individual-packages/>

POVZETEK

Alpe Adria Trail je eden najboljših delujočih primerov trajnostnega čezmejnega turizma v Evropi.

Model je dokazal, da lahko **skupni sistem rezervacij, integracija lokalnih produktov in digitalnih orodij** skupaj ustvarijo ekonomsko uspešno in okoljsko trajnostno destinacijo s sodelovanjem več držav.

3.3. PRIDOBLENE IZKUŠNJE IN OVIRE PRI VKLJUČEVANJU LOKALNIH PROIZVODOV V TURIZEM

Mednarodni primeri dokazujejo, da vključevanje lokalnih proizvodov v turizem **ni le gastronomsko vprašanje, temveč tudi ekonomsko in skupnostno vprašanje**.

Skupna značilnost uspešnih modelov je, da lokalni proizvajalci, gostinci in turistični akterji sodelujejo kot **prava mreža** – prek skupnega nabora pravil, enotne komunikacije in digitalne prepoznavnosti.

Ti elementi skupaj zagotavljajo, da lokalni proizvod ni le “lokalno izdelan proizvod”, temveč osrednja, avtentična komponenta izkušnje destinacije.

3.3.1. SKUPNE ZNAČILNOSTI USPEŠNEGA VKLJUČEVANJA

Primerjava predstavljenih modelov jasno kaže osnovna načela, ki zagotavljajo trajnost in dolgoročen odnos med lokalnim proizvodom in turizmom:

1. Enoten in verodostojen sistem certificiranja

Za vsako uspešno mrežo stoji pregledno in objektivno certificiranje (npr. *Slovenia Green Cuisine*, *AMA Genuss Region*, *Red Rooster Quality Seal*), ki zagotavlja zaupanje potrošnikov in konkurenčnost proizvajalcev.



2. Digitalna prepoznavnost in centralna platforma

Spletne platforme destinacij (npr. *Slovenia.info*, *Roterhahn.it*, *Visit Finland – Sustainable Travel Platform*) omogočajo celosten nastop proizvajalcev, ponudnikov nastanitev in gostinskih ponudnikov z interaktivnimi zemljevidi in sistemom rezervacij.

To ni le marketinško orodje, temveč tudi gospodarska infrastruktura.



3. Tematska doživetja in programi, ki temeljijo na lokalnih sestavinah

Vsi modeli vključujejo posebne dejavnosti, ki neposredno povezujejo proizvodnjo in porabo: tečaji kuhanja, degustacijski ogledi, obiski kmetij, programi “forest-to-table” ali celo gastronomski festivali.



4. Sodelovanje skupnosti in lokalna identiteta

Ključ do uspeha je, da proizvajalci, lokalne oblasti, turistične organizacije in skupine civilne družbe skupaj opredeljujejo vrednote regije.

Delovanje mreže ni administrativno, temveč je organizirano na podlagi zaupanja – to je značilno tudi za Bohinj, Vipavsko dolino in Južno Tirolsko.



5. Nenehno izobraževanje in izmenjava znanja

Vsi pregledani modeli vključujejo nekakšen program usposabljanja ali mentorstva za proizvajalce in ponudnike storitev (npr. *AMA Academy*, *Sustainable Travel Finland Training*), ki zagotavlja enoten pristop in kakovost.



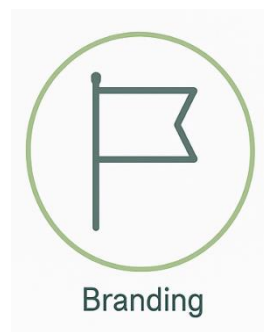
6. Sezonska in prilagodljiva ponudba

Trajnost se okrepi, če ponudba ne temelji na sezonskih vrhuncih, temveč sledi ritmu narave (npr. pustolovske poti štirih letnih časov v Lakelandu, celoletni programi vina in sira v Vipavski dolini).



7. Močna blagovna znamka in skupna zgodba

Moto ("Taste the Nature", "Dream of Heavenly Flavours", "Kmetija, kjer se gost počuti kot doma") niso le slogani, temveč gesla, ki izražajo vrednote regije, za katerimi se skriva resnična vsebina in sporočilo skupnosti.



3.3.2. OVIRE

Turistične pobude, ki temeljijo na lokalnih izdelkih in gastronomiji, se dolgoročno ne izkažejo vedno za uspešne.

Pregled več evropskih programov – vključno z baltskimi in podonavskimi ter nizozemskimi (npr. *Baltic Sea Culinary Routes*, *Danube Gourmet Route*, *Culinary Heritage Europe*) kaže, da uspeh pogosto ne ovira pomanjkanje koncepta, temveč **pomanjkanje pogojev za trajnostno delovanje**.

Ti projekti zagotavljajo dragocene izkušnje o tem, **kateri organizacijski, ekonomski in tehnološki dejavniki lahko privedejo do izumrtja pobude** po koncu projektnega cikla.

Najpogostejše opažene težave::

- **Projektno delovanje** – pobude se financirajo izključno iz razpisnih sredstev, po koncu obdobja financiranja pa ni poslovnega modela ali načrta vzdrževanja.
- **Pomanjkanje centralne koordinacije** – koordinacijska organizacija po zaključku projekta preneha obstajati, s čimer se izgubi omrežno sodelovanje.
- **Pomanjkanje vzdrževanja digitalne infrastrukture** – spletna mesta, podatkovne baze in aplikacije postanejo zastarele v nekaj letih, če ni določenega lastnika ali vira za njihovo posodabljanje.
- **Različne nacionalne ali regionalne prioritete** – partnerji se po projektu vrnejo k lastnim blagovnim znamkam in strategijam, kar slabi skupno identiteto.
- **Pomanjkanje tržne integracije** – omrežja pogosto delujejo le na komunikacijski ravni, vendar ni vzpostavljena skupna prodajna, rezervacijska ali logistična struktura.
- **Sezonskost in učinki pandemije** – kratke turistične sezone in zunanje krize (npr. COVID-19) pogosto prekinejo partnerske procese.

Najpomembnejši nauk je, da se bodo rezultati, doseženi v obdobju projekta, ohranili le, če:

- je sodelovanje vpeto v **ekonomski in institucionalni model**,
- obstaja **dolgoročni komunikacijski in digitalni načrt vzdrževanja**,
- in vsaj en **stabilen koordinator ali "gostiteljska organizacija"** zagotavlja delovanje sistema.

Izkušnje kažejo, da ključ do uspeha **ni le inovativna vsebina, temveč tudi zagotavljanje organizacijske kontinuitete**:

trajnostna gastroturistična mreža se ne konča s projektom – tam začne zares delovati.



4. PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE

4.1. UVOD

Čezmejna prodaja lokalnih proizvodov je še posebej pomembna v madžarsko-slovenski obmejni regiji, saj kratke dobavne verige, lokalni trgi in gastronomska turistična ponudba prispevajo k trajnostnemu gospodarskemu razvoju regije. Vendar pa za male proizvajalce kompleksnost pravnih in upravnih predpisov – zlasti zaradi različnih predpisov na obeh straneh meje – pogosto ovira dostop do trga.

Namen tega poglavja je podati pregled načel EU, madžarskega in slovenskega pravnega sistema ter ovir in rešitev, ki vplivajo na čezmejno prodajo in sodelovanje.

4.2. PRAVNI OKVIR EVROPSKE UNIJE

Temeljno načelo notranjega trga Evropske unije so **štiri svoboščine** – prosti pretok blaga, storitev, oseb in kapitala. Cilj je odpraviti notranje meje po vsej EU in zagotoviti trgovino in sodelovanje med državami članicami.

4.2.1. PRAVNE PODLAGE ENOTNEGA NOTRANJEGA TRGA

Direktiva 2006/123/ES ureja prosti pretok storitev in ponudniku storitev omogoča začasno delovanje v drugi državi članici brez posebnega dovoljenja. Direktiva zahteva, da upravne zahteve niso nesorazmerno stroge in da vsi ponudniki storitev v EU delujejo pod enakimi pogoji, na podlagi načela enake obravnave.

Določba se nanaša predvsem na *storitvene dejavnosti*, medtem ko prodaja na lokalnih trgih spada na področje uporabe zakonodaje o prostem pretoku blaga in živilih (178/2002/ES; 852/2004/ES; 853/2004/ES).

4.2.2. PROSTI PRETOK BLAGA IN NAČELO VZAMEZNEGA PRIZNAVANJA

Uredba 2019/515/EU določa, da proizvodov, ki se zakonito tržijo v eni državi članici, druga država članica ne sme prepovedati, razen če je to upravičeno z razlogom javnega interesa (npr. varovanje zdravja, varstvo potrošnikov). Cilj uredbe je odpraviti “neupravičene ovire za trgovino” in okrepiti vzajemno priznavanje. Uredba opredeljuje tudi postopek, če želi država članica preprečiti uvoz izdelka, ki se trži v drugi državi – v takih primerih je treba predložiti utemeljitev in o tem obvestiti Evropsko komisijo.

Načeloma bi se izdelek, odobren na Madžarskem, lahko tržil tudi v Sloveniji – vendar to v praksi **ni samodejno zaradi predpisov o varnosti hrane in davčnih predpisov**.

4.2.3. ŽIVILSKA ZAKONODAJA IN SLEDLJIVOST

Osrednji elementi zakonodaje EU o lokalni hrani so:

- **Uredba 178/2002/ES** – načela varnosti prehranske verige “od vil do vilic”,
- **Uredbi 852/2004/ES in 853/2004/ES** – posebna pravila o higieni živil in proizvodih živalskega izvora,
- **Uredba 2017/625/EU** – pravila o kontroli in uradnem nadzoru.

Te določbe veljajo za vse nosilce živilske dejavnosti, vključno z malimi proizvajalci. Mali proizvajalci – kot nosilci živilske dejavnosti – lahko poslujejo pod poenostavljenimi higienskimi in sledljivimi pogoji, vendar je registracija v vseh primerih obvezna.

4.2.4. IZJEMNA IN OLAJŠANA PRAVILA

Sistem EU določa poenostavljen postopek (ta olajšava se ne odraža v ločeni uredbi EU, temveč v predpisih o higieni živil (delno v Uredbi 852/2004/ES) in izvedbenih pravilih držav članic, ki temeljijo na njej), če proizvajalec prodaja **majhne količine lokalnih in obrobni proizvodov neposredno potrošniku** (“marginal, local and limited sales”), kar je bilo pojasnjeno s spremembo Uredbe 852/2004/ES z Uredbo 2021/382/EU.

Vendar pa imajo posamezne države članice različne razlage, kaj se šteje za “majhno količino” ali “lokalni trg”. V skladu z Uredbo 852/2004/ES je naloga nacionalnih predpisov, da to razjasnijo. Na Madžarskem Uredba Ministrstva za kmetijstvo št. 60/2023 (XI.15.) vsebuje podrobna pravila za izjemo za male proizvajalce.

4.2.5. OBDAVČITEV IN PRAVILA O DDV

Direktiva Sveta 2006/112/ES določa enotno načelo obveznosti plačila DDV, hkrati pa kmetom dovoljuje uporabo sistema “kompenzacijskega pribitka”. Ti sistemi se ne uporabljajo samodejno za čezmejno prodajo, saj sta registracija in prijava med davčnimi organi držav članic obvezni.

Za majhno čezmejno prodajo ni enotne oprostitve DDV; vendar izmenjava podatkov med državami članicami omogoča poenostavljeno obravnavo transakcij nizke vrednosti.

Sprememba EU k direktivi o DDV za mala podjetja, uvedena leta 2025, poenoti pragove oprostitve v državah članicah, vendar se praktična uporaba še vedno razlikuje od države do države.

Cilj je **ustvariti poenostavljen mehanizem DDV**, ki malim proizvajalcem omogoča zmanjšanje upravnega bremena in zagotavlja pravno varnost pri čezmejni prodaji.

4.2.6. MEDNARODNI SPORAZUMI

Pravna podlaga za madžarsko-slovensko sodelovanje je **Medvladni sporazum** o spodbujanju odnosov med obmejnimi lokalnimi oblastmi iz leta **2007** in **Konvencija o gospodarskem in socialnem razvoju iz leta 2022**.

Ti dokumenti nimajo neposredne pravne veljave, temveč služijo kot okvir za podporo čezmejnim pobudam za lokalni gospodarski razvoj.

Koordinacijska vloga EZTS (Pannon in Muraba) je pomembna, vendar nimajo uradne vloge – opravljajo informacijsko in koordinacijsko funkcijo.

4.3. MADŽARSKO PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE

4.3.1. STRUKTURA ORGANOV

V madžarskem sistemu je pri regulaciji lokalnih proizvodov vključenih več institucij:

- **Ministrstvo za kmetijstvo** – upravljanje politik, subvencije, razpisi, spodbujanje kratkih dobavnih verig.
- **Uradi okrožne vlade** – licenciranje in inšpekcijski pregledi.
- **NÉBIH** – nadzor varnosti prehranske verige, spremljanje, laboratorijski testi.
- **Nacionalna kmetijska zbornica (NAK)** – registracija, svetovanje, usposabljanje, koordinacija lokalnih trgov.

4.3.2. KONCEPT IN ZAŠČITA LOKALNEGA PROIZVODA

“Lokalni proizvod” ni samostojna pravna kategorija, vendar njegovo prakso opredeljuje več predpisov:

- Odlok Ministrstva za razvoj podeželja št. 51/2012. (VI.8.) – pravila delovanja lokalnih tržnic pridelovalcev (Uradni list Madžarske 2012/69.),
- Odlok Ministrstva za razvoj podeželja št. 74/2012. (VII.25.) – razlikovalni znaki (razlikuje med “madžarskim proizvodom”, “domačim proizvodom”« in “domačim predelanim proizvodom”),
- Zakon XXX iz leta 2012 – o sistemu Hungarikuma (izveden z vladno odredbo 324/2020 (XII.29.)).

Zaščita se izvaja v različnih oblikah: blagovne znamke (npr. “HÍR”, “Nemzeti Parki Termék”), geografske označbe (OEM, OFJ) in certifikati ekoloških proizvodov.

4.3.3. KATEGORIJE PROIZVAJALCEV

Sistem razlikuje tri osnovne oblike proizvajalcev:

- **Primarni proizvajalci in družinske kmetije (ŐCSG)** – z registracijsko oznako (FELIR), z omejenim prodajnim območjem.
- **Mali proizvajalci** – prodajajo majhne količine lokalno pridelane in predelane hrane, s količinskimi omejitvami in omejitvami glede razdalje.
- **Obrtni proizvajalci** – tradicionalni izdelki, ne nujno hrana.

4.3.4. PRODAJNI KANALI IN OMEJITVE

Odlok Ministrstva za kmetijstvo št. 60/2023 (XI.15.) določa poenostavljena pravila o higieni in sledljivosti za male proizvajalce ter dovoljuje nacionalno prodajo pod določenimi pogoji:

V skladu z Odlokom Ministrstva za kmetijstvo št. 60/2023 (XI.15.) lahko mali proizvajalci prodajajo na tržnicah, sejmi, občasnih dogodkih, z dostavo paketov (razen živil, ki zahtevajo hlajenje) in iz prodajnih avtomatov (razen perutnine, kuncev in rib). Meso nekaterih živali, zaklanih v klavnicah, se lahko dostavi le trgovcem na drobno/gostinskem obratoma znotraj okrožja kmetije ali v radiju 40 km.

4.3.5. OBDAVČENJE IN DDV

Mali proizvajalci se običajno lahko odločijo za pavšalno obdavčitev, pri čemer so oprostitve odvisne od dohodkovnih omejitev. Trenutne omejitve in pogoji za individualno oprostitve davka in pavšalno obdavčitev so na voljo v trenutnih informacijah Madžarske davčne uprave (NAV). Zagotavljanje podatkov o računih prek spleta in davčna obveznost skupnosti (registracija NAV-EU) lahko zahtevata izdajo ločene davčne številke v primeru čezmejne prodaje.

4.3.6. VINARSTVO IN DESTILARSTVO

Za proizvodnjo vina in žganja veljajo posebna pravila:

- **Zakon LXVIII iz leta 2016** o žganih pijačah z davčno znamko,
- **Zakon CLXIII iz leta 2020** o vinogradništvu in vinarstvu.

Domači destilat je dovoljen izključno za osebno porabo, prodaja pa se lahko izvede le z dovoljenjem za davčno skladišče. Sistem davčne znamke in žiga je usklajen z uredbo EU o trošarinah (2019/787/EU).

4.4. SLOVENSKO PRAVNO IN UPRAVNO OKOLJE

4.4.1. GLAVNI ORGANI

Osrednji akterji slovenskega sistema so:

- **Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP),**
- **Ministrstvo za finance (MF)** in njegov organ, **Finančna uprava Republike Slovenije (FURS).**

Nadzor varnosti prehranske verige izvaja Uprava Za Varo Hrano, Veterinarstvo in Varstvo Rastlin (UVHVVR) Republike Slovenije, ki je podrejen MKGP.

4.4.2. REGULACIJA KMETIJSKIH PROIZVAJALCEV IN MALEGA PROIZVAJALCEV

V skladu z **zakonom ZKme-1 (Agriculture Act)** so mali proizvajalci, ki neposredno prodajajo lastne rastlinske ali živalske proizvode, oproščeni popolne registracije živil.

ZKme-1 koncepta "lokalni trg" ne razlaga na nacionalni ravni, temveč na regionalni ravni; količinske omejitve so določene v podzakonskih predpisih (Uredba o dopolnilnih dejavnostih na kmetiji).

Proizvajalci lahko prodajajo neposredno:

- na mestu proizvodnje,
- na tržnicah, sejmi, mobilnih stojnicah,
- z dostavo na dom ali na dogodkih.

Začasna čezmejna prodaja se lahko odobri s pisnim obvestilom MKGP, ki mora vsebovati kraj prodaje, ponudbo izdelkov in trajanje.

4.4.3. OBDAVČENJE IN OPROSTITEV DDV

Davčni sistem v Sloveniji omogoča malim davčnim zavezancem (mikropodjetjem) oprostitve plačila **DDV** do določene dohodninske omejitve.

Prag za domače male davčne zezance je **od leta 2025 60.000 EUR**.

Za nerezidente **praga ni**: če opravljajo obdavčljive transakcije v Sloveniji, je potrebna obvezna registracija za DDV, razen če so vse transakcije predmet obrnjene davčne obveznosti.

Za madžarske proizvajalce to pomeni, da morajo, če prodajajo v Sloveniji (npr. na sejmu), pri FURS zaprositi za identifikacijsko številko DDV, vendar lahko izmenjava podatkov z NAV poenostavi administracijo.

4.4.4. PROIZVODNJA VINA IN ŽGANJA

ZTro-1 (Zakon o žganih pijačah in trošarinskih izdelkih) ureja dejavnosti vinarstva in destilacije.

Mali vinar je tisti, ki iz nasada, manjšega od 20 hektarjev, proizvede do **100.000 litrov** vina na leto.

Majhne destilarne uživajo preferencialno obdavčitev do **150 litrov čistega alkohola**.

Podrobnejše pogoje teh ugodnosti urejajo ločeni predpisi (npr. Uredba o trošarinah za alkohol in alkoholne pijače).

Obe kategoriji sta upravičeni do izvoznega dovoljenja, če izpolnujeta obveznosti registracije in plačila davka.

Sistem trošarin temelji na direktivah 2008/118/ES in 2019/787/EU, zato sta madžarska in slovenska pravila usklajena.

4.4.5. LOKALNE TRŽNICE IN OBČINSKI PREDPISI

Delovanje lokalnih tržnic urejajo občine. Na primer, **Tržna uredba Lendva** lahko daje prednost proizvajalcem, ki živijo v občini in ponujajo doma narejene, kmetijske ali obrtniške izdelke.

Uredba podrobno navaja tudi dovoljene prehrambene in neprehrambene izdelke.

4.5. PRIMERJAVA MADŽARSKE IN SLOVENSKE REGULACIJE

Vidik	Madžarska	Slovenija
Koncept "majhne količine"	Podrobno opisano v prilogi k uredbi, s tedenskimi in letnimi količinskimi omejitvami.	Na splošno opredeljeno z zakonom, omejeno na "lokalni trg".
Razlikovanje med osnovnimi in predelanimi proizvodi	Uredba Ministrstva za kmetijstvo št. 60/2023. (XI.15.): unprocessed/processed v skladu z EU 852/2004.	ZKme-1: temelji na 178/2002/ES, s podobno logiko.
Oprostitev DDV in davka	Pavšalna obdavčitev, doplačilo za nadomestilo, omejitev oprostitve 18 milijonov.	Sistem oprostitve za mala in srednje velika podjetja (EX-številka) z uskladitvijo davkov Skupnosti.
Spletna prodaja in prodaja prek prodajnih avtomatov	Omogočeno, vendar ne v celoti urejeno.	Dovoljeno tudi, vendar omejeno v praktični uporabi.
Priznavanje poklicnih kvalifikacij	Zakon C. iz leta 2001 o priznavanju diplom, omejeno področje uporabe.	Medsebojno priznavanje v skladu z Direktivo 2005/36/ES, bolj prilagodljivo v kmetijstvu.
Inšpekcijski pregledi in nadzor prehranske verige	NEBIH s osrednjo vlogo pri sodelovanju EU.	Skupaj sta ga izvedla Ministrstvo za kmetijstvo in UVHVR.

Tabela 1: Primerjava madžarske in slovenske regulacije (podatki posodobljeni novembra 2025)

4.6. PREDLAGANE PRAVNE IN UPRAVNE REŠITVE

Študija v nadaljevanju predstavlja praktične rešitve za pravne in upravne ovire za okrepitev čezmejnega sodelovanja.

4.6.1. PRAVNA REŠITEV

- Vzpostavitev **posebnega obmejnega območja 25+25 km**, kjer bi lahko mali proizvajalci iz obeh držav prodajali po poenostavljenih, skupnih pravilih.
- Uvedba skupnega **sistema certificiranja in registracije**, ki ga vzajemno priznavata obe državi članici in ki zagotavlja zaščito pred zavajajočimi "lokalnimi" izdelki.
- Krepitev koordinacijske vloge **EZTS** (npr. Pannon, Muraba) za podporo uradni komunikaciji, vendar brez uradnih pooblastil, le v posredniški funkciji.

4.6.2. UPRAVNA REŠITEV

- **Poenostavljeno poročanje o čezmejni prodaji** izključno organom države izvora, z avtomatskim posredovanjem podatkov drugi državi članici.

- Avtomatsko posredovanje davčnih informacij in informacij o prehranski verigi organom druge države članice.
- Vzpostavitev skupnega dvojezičnega vodnika in spletne informacijske platforme za proizvajalce.

4.6.3. IZOBRAŽEVALNA IN PRAKTIČNA PODPORA

- Kratki, praktično usmerjeni tečaji usposabljanja o upravnih, higienskih in davčnih pravilih za čezmejno prodajo. Tečaji usposabljanja bi lahko bili sestavljeni iz skupnih, dvojezičnih modulov, ki so usklajeni tudi s cilji strategije EU Farm to Fork.
- Uvedba mentorskega programa za mlade in starejše proizvajalce, za katere je preglednost pravnih in upravnih postopkov izziv.

4.7. POVZETEK

Zakonodaja EU določa enotna načela za varnost, zaščito porekla in prosti pretok lokalnih proizvodov, vendar izvajanje ostaja v pristojnosti držav članic.

Različni upravni pristopi madžarskega in slovenskega sistema predstavljajo ovire za male proizvajalce, ki delujejo ob meji.

Glede na študijo je ključ do prihodnjega sodelovanja:

- **poenostavitev in uskladitev zakonodaje,**
- razvoj **dvojezičnih informacijskih sistemov,**
- **medsebojno priznavanje uradnih postopkov,**
- in razvoj pilotne uredbe na **območju 25+25 km, ki temelji na ozemlju.**

To lahko privede do prostega pretoka lokalnih proizvodov, širitve ponudbe gastronomskega turizma in trajnostnega regionalnega gospodarskega modela, ki koristi obema državam.

Usklajena ureditev in odprava informacijskih ovir lahko povečata tudi konkurenčnost madžarsko-slovenske obmejne regije v skladu z razvojnimi trendi kratkih dobavnih verig v EU.

Ti ukrepi lahko prispevajo k gospodarskemu povezovanju in trajnostnemu razvoju madžarsko-slovenske obmejne regije v skladu s cilji projekta CROSSDEST.



5. VIRI

Slovenija

Bohinj in mreža Slovenia Green hálózat

- Slovenia.info – Bohinj, Slovenia Green Destination Platinum – <https://www.slovenia.info/en/places-to-go/regions/alpine-slovenia/bohinj>
- Alpine Pearls Network – Sustainable Alpine Mobility Initiative – <https://www.alpine-pearls.com/en>
- Green Destinations – Certified sustainable destinations: Slovenia Green program overview – <https://www.greendestinations.org/slovenia-green>

Vipavska dolina in Slovenia Green Gourmet Route

- Vipavska dolina – Official tourism website – <https://www.vipavskadolina.si/en>
- Slovenia Green Gourmet Route – National gastronomic route presentation – <https://www.slovenia.info/en/stories/slovenia-green-gourmet-route>
- Slovenia.info – Slovenia Green Cuisine certification – <https://www.slovenia.info/en/business/slovenia-green>
- Alma virtual guide – AI-based tourism assistant introduction (Slovenia.info) – <https://www.slovenia.info/en/stories/meet-alma>

Avstrija

AMA GenussRegion (AMA GENUSS REGION)

- AMA GenussRegion – Offizielle Website: Qualität und Herkunft genießen – <https://www.genussregionen.at>
- Agrarmarkt Austria (AMA) – Genuss Region program overview – <https://www.ama.at/ueber-ama/ama-marketing>
- AMAcademy – Bildungs- und Schulungsprogramme für Produzenten und Gastronomen – <https://www.ama.info.at/amacademy>

Italija

South Tyrol / Alto Adige – Red Rooster (Roter Hahn)

- Roter Hahn – Offizielle Website / Official website – <https://www.roterhahn.it/en/>
- Südtiroler Bauernbund – Agritourism and quality label presentation – <https://www.sbb.it/en>
- Visit South Tyrol – Sustainable travel and rural tourism overview – <https://www.suedtirol.info/en/experiences/sustainable-travel>

Finska

Lakeland és Sustainable Travel Finland (STF)

- Visit Finland – Sustainable Travel Finland program – <https://www.visitfinland.com/sustainable-finland/>
- Visit Lakeland Finland – Official regional tourism site – <https://www.visitlakeland.fi>
- Sustainable Travel Finland – Criteria and certification process – <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/travel/sustainable-travel-finland>
- Visit Finland – Food tourism and Local Food Routes overview – <https://www.visitfinland.com/en/articles/local-food-tourism-in-finland/>

Avstrija–Slovenija–Italija

Alpe Adria Trail – Čezmejni turizem

- Alpe Adria Trail – Official trail website and booking system – <https://www.alpe-adria-trail.com/en>
- Kärnten Werbung – Cross-border destination management info – <https://www.kaernten.at/en/alpe-adria-trail/>
- Slovenia.info – Alpe Adria Trail section and Slovenian stages – <https://www.slovenia.info/en/hiking/alpe-adria-trail>
- Friuli Venezia Giulia Tourism – Italian partner page – <https://www.turismofvg.it/en/alpe-adria-trail>

Informativni (zaključeni) mednarodni projekti

Neaktivna ali zaključena sodelovanja (sklicevanja v poglavju 3.3.2))

- Baltic Sea Culinary Routes / Baltic Sea Food (Interreg Baltic Sea Region project) – <https://www.balticseaculinary.com>
- Lauku Ceļotājs – Latvian Country Tourism Association, Baltic Sea Food coordinator – <https://www.celotajs.lv/en/project/7>
- Culinary Heritage Europe (korábbi hálózat, 2010-es évek) – <https://www.culinary-heritage.com>
- Danube Gourmet Route (Interreg Danube Transnational Programme pilot) – <https://danube-region.eu/projects/>

Mednarodni viri certifikatov in strokovnega ozadja

- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) – Global Sustainable Tourism Criteria – <https://www.gstcouncil.org>
- Green Destinations – Sustainability Certification for Destinations – <https://www.greendestinations.org>
- European Network of Regional Culinary Routes – Policy and practice report (2019) – <https://www.interregeurope.eu/policy-learning-platform>

6. SEZNAM SLIK IN TABELA

Seznam slik

SLIKA 1: PREUČEVANA MEDNARODNA VZORČNA OBMOČJA	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
SLIKA 2: HTTPS://WWW.BOHINJ.SI/EN/SLOVENIA-GREEN/	11
SLIKA 3: HTTPS://WWW.BOHINJ.SI/EN/FROM-BOHINJ/BOHINJ-BREAKFAST/	13
SLIKA 4: HTTPS://WWW.SLOVENIA-GREEN.SI/	15
SLIKA 5: HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGIONS	16
SLIKA 6: HTTPS://BIO.AMAINFO.AT/	17
SLIKA 7: HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGION/STYRIA	18
SLIKA 8: HTTPS://WWW.GENUSSREGIONEN.AT/EN/REGION/STYRIA	19
SLIKA 9: HTTPS://GOLDENRINGCHEESE.COM/EN/ABOUT-US/	22
SLIKA 10: HTTPS://WWW.VIPAVSKADOLINA.SI/EN/OKUSAJ/KULINARIKA	23
SLIKA 11: HTTPS://WWW.ROTTERHAHN.IT	24
SLIKA 12: HTTPS://WWW.ROTTERHAHN.IT/EN/FARM-HOLIDAYS/CHILDRENS-PARADISE	26
SLIKA 13: HTTPS://WWW.ROTTERHAHN.IT/EN/FARM-HOLIDAYS/INDULGENCE-ON-THE-FARM/FARM-PRODUCTS	27
SLIKA 14: HTTPS://WWW.VISITFINLAND.FI/EN/LIIKETOIMINNAN-KEHITTAMINEN/VASTUULLINEN-MATKAILU/SUSTAINABLE-TRAVEL-FINLAND	28
SLIKA 15: HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/FOUR-SEASONS-OF-LAKELAND-FINLAND/	30
SLIKA 16: HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/PRODUCTS/KARELIAN-PIE-WORKSHOP-PUUMALA/	30
SLIKA 17: HTTPS://VISITLAKELANDFINLAND.COM/6-REASONS-TO-VISIT-LAKELAND-FINLAND/	31
SLIKA 18: HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/EXPERIENCES/	32
SLIKA 19: HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/OFFERS/DETAILS/OFFER-ALPE-ADRIA-TRAIL-FOOD-WINE-CELLARS-AND-OSMIZZE/	34
SLIKA 20: HTTPS://WWW.ALPE-ADRIA-TRAIL.COM/EN/OFFERS/INDIVIDUAL-PACKAGES/	35

Seznam tabel

TABELA 1: PRIMERJAVA MADŽARSKE IN SLOVENSKE REGULACIJE (PODATKI POSODOBLJENI NOVEMBRA 2025)	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
---	--