

SPODBUJANJE KRATKIH DOBAVNIH VERIG – KOROŠKA KOŠTA
Kratek naslov projekta: KOROŠKA KOŠTA
Projekt sodelovanja dveh slovenskih LAS
Prijavitelj projekta: LAS Mežiške doline / LAS Mislinjske in Dravske doline 2027
Partnerji na območju LAS MD: Koroški pokrajinski muzej, KGZS – Kmetijsko gozdarski zavod Celje, A.L.P. Peca, d.o.o.
Vrednost projekta (partnerstvo): 198.822,4 €
Vrednost sofinanciranja (partnerstvo EKS RP): 159.056,53 €
Vrednost projekta za LAS Mežiške doline: 62.491,90 €
Vrednost sofinanciranja za LAS Mežiške doline (EKS RP): 49.993,52 €
Izvedba projekta: 1. FAZA: 1. 12. 2025 – 30. 6. 2026 2. FAZA: 1. 7. 2026 – 28. 2. 2027
Ozadje projekta
Projekt se osredotoča na oskrbo z lokalno hrano in spodbujanje kratkih dobavnih verig. S projektom želimo vplivati na dvig socialnega kapitala, ki odločilno vpliva na dinamiko razvoja na podeželju. Bogata dediščina in zapuščina naših prednikov predstavljata izhodišče za prepoznavanje bogastva zgodb o lokalnih in regionalnih živilih, pestrost in diverziteti kulinarične oz. gastronomske ponudbe, ki jo zaznamujeta tradicija, kakovost, hkrati pa tudi inovativnost. Prav tako projekt omogoča prepoznavnost rokodelske ustvarjalnosti, hkrati pa odkriva potenciale za oblikovanje turističnih produktov, doživetij, ponudb. Ozadje projekta: Občine v koroški regiji si delijo skupno bogato prehrambno dediščino, je pa pogosto res, da ne delujejo kot povezana celota, kar se kaže v pomanjkanju homogenega pristopa in neprepoznavnosti na širšem trgu. Ta razdrobljenost in pomanjkanje usklajenega delovanja lahko omeji potencial regije na več načinov. Pomanjkanje skupne blagovne znamke ali usklajenega trženja pomeni, da regija kot celota ni prepoznavna na širšem trgu – bodisi znotraj Slovenije bodisi mednarodno. Ponudniki delujejo kot ločeni akterji, ponujajo podobne izdelke brez usklajenega pristopa, zato je omejen potencial za skupno promocijo. Ker ponudniki ne delujejo usklajeno, ne izkoriščajo vseh sinergij, ki jih prinaša sodelovanje. Če bi delovali kot homogeni ekosistem, bi lahko bolje tržili svoje izdelke, izmenjavali dobre prakse, skupaj organizirali dogodke, sodelovali pri skupnih promocijah in izobraževanjih za izboljšanje kakovosti hrane. Brez teh sinergij je težje doseči večji vpliv na trgu. Ker ponudniki delujejo kot ločeni subjekti, se razvija tekmovalna dinamika, ki lahko omeji možnosti za širšo rast. Namesto sodelovanja pri ustvarjanju skupnega imena in prepoznavnosti, se pojavlja boj za lokalne trge in strah pred izgubo tržnega deleža. Takšna dinamika zmanjšuje potencial za dolgoročne koristi, ki bi jih prinesla povezana regija z močnim skupnim prepoznavnim blagovnim imenom. Za prebroditev teh izzivov je ključnega pomena vzpostavitev skupne blagovne znamke, ki bo združila deležnike in njihove posebnosti v enotno celoto. S tem bo regija pridobila večjo prepoznavnost, povečala učinkovitost trženja in omogočila razvoj novih poslovnih priložnosti skozi sodelovanje. Tako se bo okrepila sinergija med ponudniki, obiskovalci pa bodo imeli enotno izkušnjo ob obisku celotne regije. Hkrati se bo ohranila bogata lokalna dediščina in tradicija, ki bo postala prepoznavna na širšem trgu. Z integriranim pristopom bo lahko regija postala sinonim za specifične kulinarične izdelke, kar bo pritegnilo turiste, povečalo povpraševanje po lokalnih izdelkih in spodbudilo lokalno gospodarstvo. Namen projekta je vzpostavitev blagovne znamke Koroška košta, s katero se bo spodbujala raba lokalnih virov in dvig kakovosti lokalne ponudbe. Koroški pokrajinski muzej je s svojo raziskavo Koroške košte, razstavo in izdanim katalogom, v katerem so zbrane glavne jedi našega območja, vzpostavil odlične strokovne temelje za vzpostavitev blagovne znamke, ki bo s pomočjo projekta sodelovanja lahko zaživela. Z vzpostavitvijo blagovne znamke se bodo

oblikovali temelji za dvig kakovosti lokalne ponudbe in odprle se bodo nove tržne priložnosti za lokalne ponudnike.

Cilji projekta

Splošni cilj (2 Cilj SLR LAS MD): Spodbujanje zaposlovanja, rasti, enakosti spolov, vključno s participacijo žensk v kmetovanju, socialne vključenosti in lokalnega razvoja na podežlju, vključno s krožnim biogospodarstvom in trajnostnim gozdarstvom.

Specifični cilj projekta: Dvig socialnega kapitala na področju lokalne hrane in trženja.

Socialni kapital v tem kontekstu pomeni močnejše vezi, večjo vzajemno podporo in učinkovitejše delovanje skupnosti, z namenom povečanja uspešnosti in prepoznavnosti lokalnih prehranskih proizvodov – Koroške košte.

Aktivnosti projekta

AKTIVNOSTI PROJEKTA:

1. Faza: december 2025 – junij 2026

DP 1 - Vodenje in koordinacija

- Sodelovanje s partnersko LAS
- Sodelovanje s partnerji na nivoju LAS

DP 2 - Vzpostavitev blagovne znamke

- Sodelovanje pri pripravi pravilnika za ocenjevanje produktov ponudnikov,
- Usposabljanje in svetovanje kandidatom s produkti za certificiranje,
- Ocenjevanje in izbor ponudnikov za pridobitev certifikata,
- sodelovanje pri oblikovanju in izdelavi certifikatov za izbrane ponudnike,
- Tisk enotnih certifikatov za ponudnike na območju.
- Usposabljanje in svetovanje ponudnikom za dvig lokalno dodane vrednosti ponudbe in razvoj tržnih produktov (ponudniki vključeni v blagovno znamko in kandidati, ki imajo potencial za vključitev).

DP 3 - Prepoznavnost, trženje in promocija

- Priprava vsebin za internetno podstran za promocijo certificiranih ponudnikov
- Priprava kataloga - vsebinski del
- Udeležba na sejmih

DP 4 - Prenos znanja

- Organizacija in izvedba delavnic - Koroške jedi
- Ogled dobrih praks v tujini

1. zahtevak: 31. 7. 2026

2. faza: julij 2026 – februar 2027

DP 1 - Vodenje in koordinacija

- Sodelovanje s partnersko LAS

- Sodelovanje s partnerji na nivoju LAS

DP 3 - Prepoznavnost, trženje in promocija

- Priprava internetne podstrani za promocijo certificiranih ponudnikov

- Priprava kataloga - grafično-oblikovni del

- Fotografiranje ponudbe za spletno stran in katalog

- Tisk kataloga

- Udeležba na sejnih

- Študijska tura

- Zaključni dogodek

DP 4 - Prenos znanja

- Organizacija in izvedba delavnic - Koroške jedi

2. zahtevek: 31. 3. 2027

Rezultati projekta

Rezultati projekta:

1. Vzpostavitev blagovne znamke »Koroška košta« vključno s celotnim postopkom vključevanja ponudnikov in nadzorom.
2. Oblikovanje dveh novih tržnih produktov
3. Vzpostavitev aktivne skupine ponudnikov s certifikatom Koroška košta.

Trajnost rezultatov:

Po zaključku projekta bo skrb in nadzor nad novo blagovno znamko prevzel Koroški pokrajinski muzej v sodelovanju s partnerji projekta, ki so lokalni dejavniki razvoja.