**POVZETEK OPERACIJE**

**potrjene na 2. Javnem pozivu za izbor operacij za uresničevanje ciljev SLR na območju**

**LAS Posavje v letu 2018 EKSRP in z Odločbo Agencije RS za kmetijske trge in razvoj podeželja, št. 33152-71/2018/2, z dne: 02. 07. 2019**

1. **Identifikacija operacije**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tematsko področje** | *Ustvarjanje delovnih mest* | |
| **Ukrep** | UKREP 2: INOVATIVNA PARTNERSTVA ZA RAST | |
| **Naziv sklada** | **EKSRP** | |
| **Akronim operacije** | **ČRNO-BELO BOGASTVO** | |
| **Naziv operacije** | **Črno-belo bogastvo s krškega polja – samooskrbna, podjetniška in turistična priložnost** | |
| **Izvajanje na problemskem območju občine Radeče** | **NE** |  |
| **Naziv vlagatelja in višina podpore EKSRP** | **OBČINA KRŠKO** | **65.387,70 EUR** |
| **Naziv partnerjev in višina podpore EKSRP** | POSAVSKI MUZEJ BREŽICE (PMB)  KUNST 1966, D. O. O.  KMEČKA ZADRUGA SEVNICA  DRUŠTVO REJCEV KRŠKOPOLJSKIH PRAŠIČEV | **25.882,44 EUR**  **26.148,22 EUR**  **20.908,05 EUR**  **11.670,52 EUR** |
| **Skupna višina podpore EKSRP:** | **149.996,93 EUR** | |
| **Celotna vrednost operacije (z DDV):** | **196.049,04 EUR** | |
| **Trajanje operacije** | 01. 09.2019 **-** 31.08.2021(24 mesecev; 2 fazi) | |

1. **Opis operacije**

|  |
| --- |
| **Namen projekta** je podpreti nosilce dejavnosti (ponudnike krškopoljskega prašiča), da izboljšajo svoj ekonomski položaj in potencial zaposlovanja s partnerskim povezovanjem za razvoj prepoznavne blagovne znamke **Krškopoljca.** Oblikovani bodo novi produkti (samooskrbni, podjetniški, turistični) s katerimi bomo pripomogli k prepoznavnosti podeželja in širitvi na nove trge z novimi marketinškimi pristopi.  **Izzivi SLR**  *Prioritetno rešuje -* P2 Povezovanje v podporo skupni predelavi in trženju *In tudi*  P 1 Ustvarjanje novih delovnih mest  P3 Novi produkti, samooskrbni, podjetniški, turistični  P 4 Lokalna samooskrba s svežo, kakovostno in varno hrano  P 7 Vključevanje naravne in kulturne dediščine v razvoj trajnostnega turizma  P 8 Inovativen turistični produkt in ponudba  P11 Ureditev t. i. »selfie točk«  P12 Ranljive skupine: ženske, mladi  **Glavne aktivnosti**   1. Priprava strokovnih podlag za oblikovanje raznovrstnih produktov in programov (od prehrane do spominkov) 2. Ureditev »selfie točk« za inovativno prezentacijo Krškopoljca 3. Izobraževanje ponudnikov od reje do izdelka (rejcev, ponudnike kulinarike, zgodb, dediščine) in animiranje ciljnih skupin 4. Priprava akcijskega načrta in trženjskih prijemov za nov turistični produkt 5. Snemanje in izdelava predstavitvenih filmov, tudi animiranega 6. Razvoj novih produktov, samooskrbnih, podjetniških, turističnih 7. Oblikovanje blagovne znamke – Krškopoljec in turističnega produkta 8. Izvedba kulinaričnih dogodkov in interaktivnih delavnic 9. Promocija in ozaveščanje – družabna omrežja, nadgradnja spletne strani, študijska tura, sejmi, objave, promocijski material   **Cilji**  Podpreti obstoječe nosilce dejavnosti - rejce, jih povezati, usposobiti in aktivirati z drugimi deležniki (predelovalci, gostinci, turističnimi kmetijami, nosilci kulturne dediščine, raziskovalci, trženjskimi strokovnjaki).  Vzpostaviti mrežo Krškopoljca na vseh nivojih v regiji in dvigniti dodano vrednost obstoječim ter novim produktom, da izboljšajo svoj ekonomski položaj in *potencial zaposlovanja ter podjetništva*.  *Razviti prepoznavno blagovno znamko Krškopoljca* in unovčiti njeno kvaliteto, s katero bomo pripomogli k prepoznavnosti področja.  *Dolgoročno ohraniti avtohtono pasmo krškopoljski prašič* in s skupno sinergijo ustvariti nove produkte s pozitivnim ekonomskim učinkom.  **Rezultati**   1. Izdelan elaborat o posavski dediščini – krškopoljski prašiček 2. Urejene točke za fotografiranje in oblikovani novih programi 3. Izvedena izobraževanja ponudnikov in interaktivne delavnice 4. Neposredno vključeni v izobraževanja in delavnice 5. Akcijski načrt za nov tur. produkt 6. Oblikovani novi produkti (mesni, kulinarični krožnik, knjižica receptov, knjiga za otroke, brošura, skulpture, predstavitveni filmi, različni spominki, turistični– Gastronomsko razvajanje Posavja) 7. Izvedeni dogodki (Antonovo, Okusi Posavja, študijska tura) 8. Število prodanih novo razvitih kulinaričnih krožnikov 9. Objave v medijih, promocija na sejmih 10. Novo delovno mesto   **Opis učinkov**   1. Vzpostavljena partnerstva oz. mreža ponudnikov krškopoljca 2. Usposobljene osebe za rejo, ponudbo in prezentacijo krškopoljca 3. Varna, kakovostna in lokalno pridelana hrana – novo razvita ponudba mesnih produktov 4. Povečana prodaja novo razvitih kulinaričnih krožnikov 5. Povečanje števila obiska v Posavju zaradi novih turističnih in drugih produktov   **Trajnost**  Finančna:  Odraža se z novimi mesnimi produkti, ki zagotavljajo samooskrbo, skupaj z novo razvitim turističnim produktom, ki omogoča povečan obisk, pa tudi podjetniško in turistično priložnost.  Narejen akcijski načrt z trženjskimi prijemi, predvideva povečano prodajo na trgu.  *Ogrožene avtohtone pasme lahko trajnostno ohranimo le, če so tržno zanimive.*  Organizacijska:  Društvo je, kot priznana rejska organizacija odgovorna za dolgoročno ohranjanje pasme.  Partnerstvo je zainteresirano, da uporablja rezultate trajno.  **Prenosljivost**  Novo razvite mesne produkte bodo lahko ponujali v obliki novo razvitih krožnikov tudi drugi ponudniki in drugi akterji turistične ponudbe, izven območja LAS Posavje in širše. Uporabljene inovacije v projektu predstavljajo dobro prakso za različne akterje turistične ponudbe.  Pridobljeno znanje in izkušnje v projektu, se bodo lahko uveljavile tudi pri drugih avtohtonih pasmah domačih živali.  **Inovativnost**  Postavitev atraktivnih točk - prijemi\*Land art tehnike v obliki krškopoljca in atraktivni napis Krško. Snemanje animiranega filma o krškopoljcu ter uporaba multimedijske inštalacije in aplikacije ter njegova predstavitev z AR (augmented reality)\* razširjeno resničnost tehniko in 3D zvočnimi kulisami. Navedeno na *območju LAS Posavje predstavlja inovativnost*.  Ogrožena avtohtona pasma bo z inovativnim pristopom dosegla zainteresiranost tudi pri osebah, pri katerih klasični postopki promocije in ozaveščanja niso učinkoviti.  **Izboljšanje stanja okolja**  Z oživitvijo in obuditvijo reje krškopoljca ohranjamo biotsko raznovrstnost – biodiverziteto domačih živali ter oživljamo živo kulturno dediščino.  Novo urejene točke za fotografiranje t.i. »selfie točke« bodo narejene iz naravnih materialov (les, land art) in urejujejo sedaj degredirane površine.  Pri osvetlitvi skulptur bomo solarna svetila, zato takšna operacija prispeva k zmanjšanju onesnaževanja zraka. |

1. **Cilji in kazalniki operacije**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cilj | Kazalnik | Število |
| **Cilj 1.1: Ustvariti kakovostna delovna mesta** | **Št. novo ustvarjenih delovnih mest** | **1** |
| Št. usposobljenih nosilcev dejavnosti |  |
| **Cilj 1.2: Krepiti pogoje za rast malih ponudnikov v perspektivnih dejavnostih** | **Št. novih produktov ali storitev** | **3\*** |
| **Št. usposobljenih nosilcev dejavnosti** | **20\*** |
| **Št. vzpostavljenih partnerstev** | **1** |
| **Cilj 2.1: Aktivirati potenciale za revitalizacijo podeželja** | Št. novih programov ali storitev |  |
| **Št. vključenih proizvajalcev** | **1** |
| **Št. vključenih prebivalcev** | **50\*** |
| **Cilj 3.1: Izboljšati stanje okolja za večjo kakovost življenja in dela** | **Št. vključenih v aktivnosti ozaveščanja** |  |
| Št. izvedenih ukrepov |  |
| Št. novih okoljskih rešitev |  |
| **Cilj 3.2: Ohranjanje narave in biotske raznovrstnosti za trajnostni razvoj območja LAS** | Št. izvedenih ukrepov |  |
| **Št. novih vsebin in programov** | **1\*** |
| Št. vključenih v aktivnosti ozaveščanja |  |
| **Cilj 4.1: Izboljšati pogoje za vključenost ranljivih ciljnih skupin v družbo** | Št. izboljšanih ali novih programov |  |
| **Št. vključenih iz ranljivih skupin** | **30\*** |
| Št. vzpostavljenih partnerstev |  |
| Cilj 4.2: Krepitev zdravega življenjskega sloga prebivalcev | Št. neposredno vključenih v nove programe |  |
| Št. novih ali izboljšanih programov |  |

Opombe: \*Šteti le vrsta produkta in ne vsi produkti, kot pri rezultatih (samooskrbni, turistični, podjetniški), \*10 nosilcev dejavnosti, rejcev, ki se bodo usposobili in dobili dodatna znanja, \*Šteti 30 rejcev, kmetij, ki bodo vključene v izobraževanja, tečaje, strokovni posvet, študijsko turo, \*Novi pedagoški program in pri selfie točkah, \*Ženske, starejši, mladi.

**GLAVNE AKTIVNOSTI OPERACIJE:**

* **1. faza:**
* Vodenje projekta, koordinacija in finančno spremljanje
* Ureditev 2 točk za fotografiranje oz. t.i. »selfie točk«, postavitev atraktivnih črk in skulpture v obliki Krškopoljca
* Nakup opreme za predstavitev Krškopoljca (hlad. vitrina, LCD, AR tehnologija, računalniki)
* Izvedba kulinaričnega dogodka s poudarkom na Krškopoljcu - izbor najboljše jedi
* Priprava akcijskega načrta za razvoj gastronomskega turizma v Posavju
* 2 ustvarjalni delavnici o Krškopoljcu
* Izvedba dogodka Krškopoljec na dan sv. Antona
* Priprava strokovnih podlag o dediščini Krškopoljca in izvedba interaktivnih delavnic (4 delavnice); evalvacija na delavnicah; v Brežicah 2x in 1x Radečah, 1x Kostanjevici na Krki
* Priprava podlag za oblikovanje raznovrstnih produktov – 1 elaborat
* Animiranje cilnjih skupin
* Črno belo bogastvo v receptih: priprava vsebine knjižice receptov
* Ureditev prostora/restavracije - poslikava stropa simbolika krškopoljec
* Izvedba delavnice od reje do izdelka, kreiranje krožnikov v Krškem in Bistrici ob Sotli – 2 delavnici
* Postavitev skulpture v obliki krškopoljca - točka za fotografiranje
* Promocija in obveščanje: dogodki, objave, družabna omrežja
* priprava gradiv, posnetkov o pasmi krškopoljski prašič, sodelovanje na strokovnem posvetu, degustacije, priprava dokumentacije, vzpostavitev mreže krškopoljcev
* Izvedba nadgradnje -preoblikovanje registrirane blagovne znamke Mesnine krškopoljskega prašiča
* Izvedba tečaja predelave mesa na tradicionalni način
* Izvedba uskladitve spletne strani in aplikacije
* Oblikovanje brošure - predstavitvene aktivnosti
* **2. faza:** 
  + Organizacija in izvedba 1 študijske ture za turistične akterje Posavja
  + Snemanje in izdelava filma, oblikovanje knjige za otroke; nov program
  + Izvedba 2 interaktivnih delavnic za otroke
  + Objave v medijih
  + Izvedba kulinaričnega dogodka s poudarkom na Krškopoljcu - izbor najboljše jedi
  + Oblikovanje novih turističnih produktov, spominkov; 5 produktov
  + Vzpostavitev novih programov za različne ciljne skupine; 5 novih programov
  + Tisk knjige receptov; 1000 kosov
  + Predstavitev dediščine, zasnova vsebine za delavnice in izvedba delavnic ter evalvacija v Kostanjevici na Krki, v Radečah (2x) in Brežicah 2x; skupaj: 4 delavnice
  + Oblikovanje izhodišč in modelov novih produktov
  + Celostna izdelava aplikacije »Selfie« z elementi AR tehnike (razširjene resničnosti) in nakup premične opreme
  + Tisk embalaže, modelov krškopoljcev
  + Oblikovanje novih programov - točka za fotografiranje (Selfie točka); 1 program
  + Zaposlitev nove osebe
  + Izvedba delavnice za otroke, učenje, prenos znanja v Krškem in Bistrici ob Sotli; 2 delavnici
  + Predstavitev razvitih krožnikov - preizkusimo recepte v Bistrici ob Sotli; 1 predstavitev
  + Izvedba dogodka - Krškopoljec na dan Sv. Antona
  + Izvedba strokovnega posveta na sejmu;
  + Udeležba na sejmu Agra, Komenda, Vseslovenski sejem (3 sejmi).