

# Z nastopom na sejmu zadovoljni, a še ne povsem

» Petra Trček

**Turistični delavci iz regije so s predstavitvijo na sejmu zadovoljni, imeli pa so tudi nekaj kritičnih pripomb – Zeleni kras prvič predstavili na turističnem sejmu**

**Ljubljana** – Ponudniki turističnih storitev in izdelkov iz Notranjsko-kraške regije so se med 21. in 24. januarjem predstavili na sejmu Turizem in prosti čas. Predstavitev, ki jo sicer ocenjujejo kot uspešno, bi bila nedvomno učinkovitejša, če bi se ponudniki skupaj pojavili na enem mestu. Turistična društva in njihovi člani so namreč prostor že tradicionalno dobili v paviljonu Jurček. Regionalna razvojna agencija Notranjsko-kraške regije (RRA) pa je, prvič na turističnem sejmu, blagovno znamko Zeleni kras predstavljala v Kristalni dvorani. Poleg tega so turistična društva z Blok, iz Cerknice in Loške doline v Jurčku nastopila kot turistična destinacija Notranjska, na sosednji stojnici so se ločeno predstavljali preostali ponudniki iz Turistične zveze Brkini, Kras, Notranjska, pri čemer povezave z Zelenim krasom nikjer ni bilo moč zaslediti.

Kot je pojasnila predsednica TD Notranjska Magdalena Mekina, so se turistična društva za nastop pod okriljem Turistične zveze Slovenije v paviljonu Jurček odločila, ker z zvezo ves čas dobro sodelujejo, pa tudi zato, ker so prostor dobili brezplačno. »Nekaj krivde je tudi na pomankanju komunikacije med ponudniki oziroma društvi in RRA, saj je en sestanek na leto vsekakor premalo, da bi se začeli resnično povezovati,« dodaja Mekinova.

Skupen nastop regije oziroma Zelenega krasa je pogrešal v. d. direktorja Notranjsko-kraškega regionalnega zavoda za turizem

Na stojnici Zelenega krasa so poleg delavcev turističnih informacijskih centrov, ki so obiskovalce vabili k obisku krajev in prirediteljev v regiji ter preživljanju aktivnega oddiha, z bogato ponudbo sodelovale turistične kmetije v okoliših. Med njimi so bila: kmetija Jdeželja med Snežnikom in Nanosom, pa tudi Turizem Kras, Park vojaške zgodovine Pivka, Posestvo grad Prestranek in zavod Martin Krpan.

Na stojnicah v Jurčkovem paviljonu so se predstavljala društva iz regije, ki delujejo pod okriljem Turistične zveze Brkini, Kras, Notranjska. Njihovi člani, ki se ukvarjajo s turizmom, podeželske žene iz Narina in družinska kmetija Biščak iz Buj so poskubeli, da so obiskovalci dobili propagandne materiale, okrepčali pa so se tudi z dobrotami iz domačih shramb in peč.

Obiskovalci sejma so lahko videli še Erazma Predjamskega z vitezi, Martina Krpana in hruške škorumate ter prisluhnili predavanju o Ljubljani, ki povezuje večji del občin v regiji.

Postojna Marko Rupar, ki je sicer skrbnik tematske Vetrove poti Slovenske turistične organizacije, pod okriljem katere pa se letos ni predstavil nihče iz regije. »Obiskovalci sejma niso dobili vtisa, da gre tako na eni kot drugi lokaciji za eno samo regijo. To vrtičkanje ne bo nikamor pripeljalo, saj smo premajhni, da bi društva nastopala vsako zase: stopiti bi morali skupaj in se enotno predstaviti pod znamko Zeleni kras, ne glede na nerazumljive zamere med občinami na eni in drugi strani Javornikov,« pravi Rupar. Meni, da je RRA projekt dobro zastavil, a ga skrbi, da

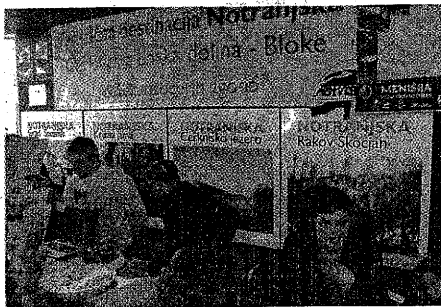
ga ne bi doletela usoda zavoda za turizem, ki že nekaj časa živi v zatohli. »Ideja je odlična, zdaj je čas, da nekaj naredimo, da ne bo zvođenela.« Tega se zavedajo tudi na RRA, ki so lani razvito blagovno znamko prvič predstavili na katerem od turističnih sejmov. »S predstavitvijo pod skupnim imenom smo bili bolj učinkoviti, mislim, da je bil to dober zgled tudi drugim ponudnikom, ki tokrat niso sodelovali, in se bomo v prihodnje znali še bolj in kakovostneje predstaviti tako domači javnosti kot tudi na bližnjih tujih trgih v sosednji Italiji, Avstriji in na Hrvaškem,« je prepričana Mateja Simčič iz RRA.

Tudi Marica Gombač iz Turističnega društva Postojna meni, da se blagovna znamka šele razvija in da se bodo o njej in uporabi turistični akterji morali še dogovoriti. Sicer Gombačeva ocenjuje, da je sejem vsako leto boljši. »Ni samo promocijski učinek, ki šteje in nas duži, tudi sodelovanje, povezovanje in izmenjava izkušenj ter nadaljnji dogovori o gostovanju na posameznih prireditvah so tista zele-na nit, ki nas povezuje.«

**»Ljudi so privabile**



Na stojnici Zelenega krasa so obiskovalce vabili k obisku krajev in prirediteljev v regiji ter preživljanju aktivnega oddiha.



Blok in Loške doline. Po oceni Mekinove so se povabili k nastopu na sejmu odzvali slabše, kot so pričakovali; med drugim

tako potencialnim posameznim obiskovalcem kot tudi agencijam; čeprav ima Mekinova letos nekoliko slabše izkušnje.

cij, čeprav je sejem namenjen tudi temu. Največ ljudi se je na sejmu tlo prav v Jurčkovem paviljonu, v katerem so