



Notranjsko-kraška regija po novem Primorsko-notranjska - Zadovoljni predvsem Bistričani

Z novim letom tudi uradno Primorci

Preimenovanje Notranjsko-kraške regije v Primorsko-notranjsko praktičnih posledic ne bo imelo, bo pa pomenilo, da se bo polovica prebivalcev sicer umetno ustvarjeno regijo bolj poistovetila. Obenem se je preimenovala tudi regionalna razvojna agencija, ki odslej nosi ime po blagovni znamki Zeleni kras.

PIVKA ▶ Povod za preimenovanje regije je bila odločitev občine Ilirska Bistrica, da prestopi v Obalno-kraško regijo. A ker bi prestop v razvitejšo regijo za seboj potegnil tudi manjše možnosti za evropska razvojna sredstva, je na koncu na predlog vlade, ki je spremembo v Bruselj sporočila že leta 2013, prevladala kompromisna rešitev. Ilirska Bistrica je tako ostala v družbi istih občin na obeh straneh Javornikov in Snežnika (Postojne, Pivke, Cerknice, Loške doline in Blok), hkrati pa so ustregli njihovi pripadnosti primorski identiteti.

“Beseda Primorska je očitno pomembna, zato je bila vnešena v ime regije. Res pa je, da je bila ta sprememba stvar vlade. Občine v regiji resne razprave o imenu nismo imele. In mogoče je celo bolje, da ne, ker je vprašanje, če bi prišle do resnega odgovora na to temo,” je spremembo, ki je v veljavo uradno stopila z letom 2015,

komentiral pivški župan **Robert Smrdelj**. Njegov ilirskobistriški kolega **Emil Rojc** pa se na našo prošnjo za komentar ni odzval.

Zahod primorski, vzhod notranjski

“Verjamem, da bodo Bistričani lažje živeli v tej regiji, ker so Primorci. Tako kot smo Primorci Pivčani in tudi Postojnčani. Zahodni del regije je primorski, vzhodni je notranjski. Recimo, da bomo zdaj vsi bolj zadovoljni, nekkih drugih posledic preimenovanja pa ne bo,” je dejal **Boštjan Požar**, direktor regionalne razvojne agencije (RRA), ki je s spremembo imena regije spremenila tudi svoje ime. Po novem se imenuje RRA Zeleni kras. S tem želijo krepiti blagovno znamko Zeleni kras, ki pomeni preseganje dvojnosti primorsko-notranjske regije in pomanjkanja skupne identitete ter služi zlasti njeni turistični promociji.

“Poleg tega je bil naš namen odklop od administrativne in birokratske konotacije,” poudarja Požar, ki ga moti, da regionalne razvojne agencije mnogi napačno pojmujejo kot nekakšno “podaljšano roko države” in proračunsko financirane institucije.

Udarec za proizvodna podjetja

“Naša usmeritev je postati razvojno jedro, neke vrste podjetniški center, kjer tisti, ki se ukvarjajo s podjetništvom ali se odločajo zanj, dobijo vse na enem mestu: poslovno svetovanje, informacije o finančnih virih, pomoč pri pripravi vlog na razpise in poslovnih načrtov, subvencionirano štipendijo za mlade kadre, ...” izpostavlja Požar. Letos bodo svoje storitve predvidoma nadgradili tudi z vzpostavitvijo jamstvene sheme, s katero bodo podjetjem jamčili za posojila, ki jih bodo najela pri bankah.

“Vsem občinam v regiji smo že večkrat predlagali, da bi prevzeli upravljanje z vsemi obrtno-poslovnimi conami v regiji, kar bi potencialnim investitorjem in drugim zainteresiranim omogočilo, da bi na enem mestu dobili informacije o



“Čedalje več podjetnikov imamo na vratih, ki jim moramo dati čim širšo paleto storitev,” pravi Boštjan Požar, direktor RRA Zeleni kras.

razpoložljivem prostoru, lokacijah, pogojih, cenah, ...” poudarja Požar.

Prav povečanje konkurenčnosti gospodarstva in ustvarjanje novih delovnih mest je sicer tudi ena od prednosti regionalnega razvojnega programa za obdobje do leta 2020. Toda Požar ostaja zaskrbljen. “V novi finančni perspektivi je za gospodarstvo na voljo denar za raziskave in razvoj, inovacije, internacionalizacijo. Gospodarstvo v naši regiji je pretežno proizvodno in ne razvojno naravnano. Taka podjetja ne bodo mogla do kohezijskega denarja in bodo v primerjavi s kon-

kurenco zato še izgubljala. Opozarjali smo, da država nima rešitve za ta del gospodarstva, ki kljub temu, da ni razvojno naravnano, zaposluje veliko ljudi,” izpostavlja Požar.

Oživljajo turizem

V RRA jih še veliko dela čaka tudi na področju turizma. Toda sadovi, ki jih po dobrem letu delovanja daje regionalna destinacijska organizacija Postojnska jama-Zeleni kras, ki je zaživela v okviru RRA, so vzpodbudni. Tako na področju povezovanja in izobraževanja turističnih po-

nudnikov, skupne promocije in večanja prepoznavnosti destinacije Zeleni kras kot tudi pri turističnem obisku, ki se povečuje.

“Turizem je trd oreh. Bili smo v skrbeh, saj v naši regiji na tem področju ni bilo tradicije, povezovanja, sodelovanja. Slab okus je ostal tudi zaradi neuspešne zgodbe nekdanjega Zavoda za turizem. Toda nekdo mora spet začeti sistematično delati in ne smemo si privoščiti, da še enkrat ne bi uspelo. S tem bi namreč pokopali turizem v regiji za naslednjih deset let,” meni Požar.

VERONIKA R. ŽENKO