



# Erasmus+



## Studietur til Slovenia 01.-05.-09.18

### DAG 2

Besøkte Industribyen Trzic.

Var på gamal industritomt midt i byen og med på opning av kunstutstilling her.

Besøkte handverkarar, museum samt at me var på denne store årlege marknadsdag her.

Ordføraren invitert på lunsj.

Kvelden tok me del i eit direktesendt TV program frå Bohinj med sjølvaste presidentet til stades.

### DAG 3

#### **Business School of Bled -**

#### **Higher vocational college for Hospitality, Tourism and Wellness.**

Høgskule for Hotell, reiseliv og wellness. Dette er ein skule som driv hotellet me bur på, som del av utdanninga. Dei har 262 studentar på Reiselivslinja med hotellfag og 163 studentar går på Wellness. Dei yngste elevane er 19 år. Viktig mål er å gje sine studentar ei god, realistisk livs opplæring i tillegg til det teoretiske.

Skulen prioriterar å ha eit tett samarbeid med lokalsamfunnet og andre i næringa både lokalt, nasjonalt og internasjonalt, og samarbeider kun med dei som fremjar bærekraft.

**Skulen er veldig opptekne av av at bærekraft ligg i botnen av alt dei gjer, og at det ikkje berre er på papiret.** Viktig å praktisera bærekraft med bærekraftig oppførsel og tanke. Berekraft er også viktig for gjestene deira og fleire og fleire gjester etterspør krev det. Elevane har mykje praktisk trening både i Slovenia og internasjonalt, og alle elevane må gjennom 8 prosjekter pr. år, både lokale og internasjonale. Eksempel er Gallamiddag for kandidater og catering for store mesterskap. **Dette prosjektet: "Culinary vintage train"** fekk dei utmerkelse for. Det gjekk ut på at skulen vart utfordra på å utvikla produktet frå eit konsept som ikkje fungerte til ein suksess. VINN-VINN : bra for alle!

#### **Skulen har kurs/utdanning for mange forskjellige grupper med ulike formål:**

- Arbeidsledige og arbeidssøkjande
- For vertskap og medarbeidarar på fjellhytter (markedet her har endra seg og dei treng høg standard på vertskap og personell)
- Lokale og regionale guidar
- Folk med ulike handicap: f.eks vore med å utvikla "Sandras cookies "(bilde)

#### **Utfordringar i Bled:**

-“People pollution” er ein utfordring i høgsesong. Så dei har fokus på korleis få gjestene til å koma meir spreidd gjennom året.

-For mykje trafikk er også utfordrande, då kollektivtransport ikkje er god nok, og dei fleste kjem i eigen bil. Arbeider med god kollektivløysingar.

**Viktig fokus er også å auka inntektene per gjest. Det krev at kvalitet er i fokus.**

Bled har to store sesongar, vinter og sommar. Fokus i utvikling er vår og haust. Då må dei skapa andre aktivitetar og tiltrekkja seg konferansar song aktiv.

I dag er er dei flinke til å bruka vinteranlegg til sommaraktivitetar som sykkel. Ein annan ting er at klimaet i fjella dvs temperaturen er mykje meir attraktiv for dei fleste enn for varme dagar i låglandet.

## **Skulen ønskjer å samarbeide med oss i nye prosjekt!**

### **DARK SKY - prosjekt om korleis få naturlig mørke tilbake**

Med ny teknologi klarer de å redusera lysforureining og ta den mørke himmelen tilbake Naturvern er viktig for innbyggere og turisme. Viktig at regjeringen og lokalpolitikarar får kunnskap om lysforureining, slik at dei kan gjera noko med det, og forhindra meir forureining Naturleg mørke er bra for alle dyr som lever av og i nattemørke. I dette prosjektet arbeider dei også for å få lovpålagt mål om nattemørke, det er det ikkje i dag .

Kommunen arbeider med privat firma PETROL, for å utnytta energi på best mogleg måte og skapa ein SMart City. Det er foreneleg med Dark sky og mindre bruk av lys, eller bruk av betre lyskjelder. Kommunen har spart mange pengar .( Dette er berre ein liten del av deira samarbeid)

Denne konferansen var i "GARDEN VILLAGE", utruleg spennande stad og konsept.

### **Triglav National park senter i Bohinj**

Kven ER me som destinasjon? Slogan: "**Det er bare ett Bohinj**"

#### **Strategi for utvikling av turisme**

1. Utvikling av reiseliv
2. Etablera kvalitets senter som tek seg av: design utvikling, inkubatorer for nærings og sertifisering.

#### **Dette arbeider dei med i kvalitets senteret for merkevara Bohinj:**

- Sertifisering AOC med kvalitetssikra eksterne sertifisørar
- Oppmodar innbyggjarar til å utvikla nye og gamle handverk og idear
- Inkubator: Plattform for aktørar for å utvikla nye produkt
- Felles merkevare og felles marknadsføring.

Dei er utviklar og destinasjonsselskap. Kommunen eig merkevaren og er stor bidragsytar.

#### **Dette sertifiserar dei:**

- a. Lokalmat, matrettar og lokal drikke
- b. Arts and Crafts
- c. Industri produkt og moderne design
- d. Restaurant og overnatting

Dei hjelp lokale produsenter, som bare treng lite støtte til å verta betre og/eller større f.eks. lokal sjokoladeprodusent: både produkt og design

f.eks. håndverk med skall i tre - designa nytt produkt som er salgbart

Med sertifisering får dei også stort register over interessentar og kvalitetssikra produkt.

For sertifisering må dei søkja sjølve, og så vert dei vurdert av ekstern konsulent med ekspertise. Dette har vore svært vellukka her.

Når dei er sertifiserte får dei tilbud om å registrera seg og då med i liste, og kan gratis få bruka merkevaren til Bohinj. Dei får også hjelp til oppgradering av design mm.

### Viktig erfaring frå deira arbeid:

**Ta deg: tid - prata - lytta -**

Spørsmål: Kven betalar? Svar: Kommunen betalar frå sine utviklingspengar.

Det tok lang tid å koma der dei er i dag, og dei måtte arbeida med kvar enkelt og prata mykje. Mange sa nei starten, men etter 3 år og mange kaffikoppar er mykje skjedd og no ser dei fleste nytten og ønskjer av å vera med.

**Økonomi:** No ser dei resultat i markedet også.

**Avgift:** I begynnelsen var det gratis, no må dei betala 50 euro pr år. Då er dei med i felles marknadsføring. Når dei deltek på messer, får dei dekka halvparten av utgiftene, mot at dei også marknadsfører heile regionen.

Hotel/restaurant skulle beta 200 euro pr år, men det var for høgt, så no er det gratis.

**Berekraft:** Alle som vert sertifiserte må arbeida for at alt det dei gjer er berekraftig. Dette er i realitetene ein ny måte å tenka på. Ikkje berre er det tradisjonelle handverk som vert produsert etter moderne behov, men på denne måten tek ein vare på kunnskap som ellers dør. Dette er også ein måte å få ungdommen tilbake på, når dei kan leva av noko i distriktet.

**Mobilitetskort:** Dei har også laga eit mobilitetskort, som turistar får kjøpa. Med å kjøpa kortet sparar du eller får offentleg kommunikasjon gratis. Slik får dei turistane til ikkje å koma med eigen bil. Kortet har svært låg pris, så det sparar dei på.

## DAG 4

### Møte med turistsjefen i Radovljica

Turistkontoret er f.eks med å arrangerar mange festivalar og dei arbeider med lokale produkt og tilbydarar for å hjelpa dei med utvikling og salg. Dette gjer kommunen attraktiv som reisemål. F. eks har dei no ein stor sjokoladefestival i april. (Den starta som svært liten, og idag trekk den 50 000 gjester over tre dagar i lågsesong)

For november månad arbeider dei med å ha fokus på lokalmat overalt

Dei tilbyr sine gjester/turistar å læra eit gammalt handverk som ein aktivitet.

Viktig å få meir aktivitet i lågsesong, og all marknadsføring handlar kun om lågsesong.

Dei tek mål av seg å alltid vera eit skritt føre.

### KRANJ School Center - secondary Technical (vgs)

Yrkeskule med 600 studenter i ulike fagrettigheter

Skulen arbeider tett med lokalt næringsliv og gjer sitt beste for at elevane skal få ei god utdanning og god arbeidsplass etterpå. Skulen samarbeid med lokale selskaper, og dei har alltid det nyaste utstyret, slik at elevane kan gå rett inn i arbeid når dei er ferdige med skulen. Elevane har alltid nyskapende prosjekt i løpet av skuleåret.

I avtalane som skulen har med lokale bedrifter, er utveksling av informasjon, ei åpen dør viktige punkt.

Skulen finansierer sitt moderne utstyr via budsjettet, der dei får forvalta 30% sjølve.

### **Møte med Jezersco - ein liten fjellkommune med 500 innbyggjarar**

Dei har eit veldig vellukka samarbeid i "Mountain Villages", og dei trenger en høg standard. Dette er eit unikt samarbeid, då dei samarbeider over fleire "toppar" og mange land . Berekraft er svært viktig i all utvikling av turisme her.

### **Trzic- eit kongedøme av stiar**

Deira mål: Å utvikla bærekraftig turisme i nasjonalpark og verna områder.

Må jobbe med strategi:

a. *Kva har me?*

- Mange stiar : 670 km for sykkel og 150 km merka turstiar
- Så vakker natur at den tek pusten ifrå oss

**Visjon:**

**Innan 2020 skal dei vera eit leiande reisemål for Mountainbike (MTB)-turar, og ein internasjonal base camp for for utenlandske syklistar med fokus på fjellsykling, då dei har så mange fjell. Berekraft er på topp i alle prioriteringar.**

Dei er med i eit internasjonalt prosjekt om: **Vandring, sykling og langrenn**

b. *Kva har me ikkje?*

- Manglar heilårs reiseliv
- andre utfordringer Dei har utfordra seg sjølve på å utvikla 5 turistopplevinager, ein for kvar sans.
- trenger investorar

