

Poročilo delavnice **Zeleno delovno mesto – kako začeti, primer dobre prakse**

Bližajo se pomladni meseci, ko bomo izvedli še preostali delavnici namenjeni turističnim delavcem. Prvo bo vodil g. **Dario Cortese**. Popeljal nas bo med užitne divje rastline, ki rastejo v okolici Slapa. Drugo delavnico pa bo vodil g. **Matej Tomažič**. V njej bo prikazal uporabo tradicionalnih znanj o divjih rastlinah v sodobni kulinariki.

Konec januarja pa smo zaključili z delavnico, kjer se je predstavilo dobro prakso zelenega delovnega mesta. Delavnico je vodila ga. **Lara Lapajne Golob** iz Idrijskih Krnic, ustanoviteljica blagovnih znamk [Hiša zelišč](#), in *Dežele doživetij Log*. Nosilec aktivnosti je bilo **Društvo upokojencev Ajdovščina**, saj je bila delavnica namenjena tudi vključitvi starejših v delovne procese s poudarkom na zelenih delovnih mestih.

Prvi del predavanja je bil namenjen predstavitvi poslovne poti in razvoju blagovnih znamk, v drugem delu je bil poudarek na marketingu. Seznanili smo se, kaj le-ta zajema in se poučili, kako najbolje promovirati svojo zgodbo. Prav ta je bila posebej izpostavljena, saj mora za dobro idejo stati dobro trženje, katerega del so različne zgodbe povezane v celoto.

Predavateljica je izpostavila izhodišča za razvoj lastne blagovne znamke, ki temelji na »zelenem pristopu«:

- Tradicija,
- sonaravna, kasneje ekološka pridelava zelišč,
- skrb za okolje,
- medgeneracijsko povezovanje,
- povezovanje s partnerji,
- lokalne zgodbe.

Udeleženke in udeležence delavnice je zanimalo marsikaj, predvsem so bili dobrodošli zelo praktični nasveti o rastlinah, načinu uporabe, zakonskih omejitvah, pogojih za začetek opravljanja dejavnosti... Ga. Lapajne Golob je vse odgovore podkrepila z izkušnjami iz lastne prakse.

Poseben poudarek je bil na medgeneracijskem povezovanju, saj tovrstna dejavnost prav potrebuje starejše, ki še imajo tradicionalna znanja in vedenja, pa tudi čas in predvsem željo po preudarnem delu v naravi in z naravnim.

Drugi del je bil posvečen trženju, saj lahko le z vzajemnim delovanjem dobre ideje in odličnega marketinga tako rekoč iz »nič« zgradimo dober posel. Posebej je bil poudarjen spletni marketing, ki omogoča, da lahko prodajamo izdelke tudi izven trgovskih centrov, a le če takemu načinu prodajnega kanala posvetimo dovolj časa in strokovnih znanj (fotografije, oblikovanje, besedila, redno objavlanje novic ...). Kot primer uspešne marketinške zgodbe je predstavila zeliščarsko vas

Objava za splet

»Zelena priložnost – divje rastline / Tematska pot Slap«

Partnerji: Občina Vipava – nosilec operacije, Majerija Matej Tomažič s.p., Krajevna skupnost Slap, Društvo upokojencev Ajdovščina, Območna obrtno-podjetniška zbornica Ajdovščina

Irschen, ki leži na avstrijskem Koroškem na nadmorski višini 810 metrov in slovi po tem, da so vsi njeni krajanje povezani z zelišči ter vsako poletje pripravijo zeliščarski praznik.

Ob ustvarjanju zelenih delovnih mest ne moremo mimo povezovanja s partnerji, kar primer vasi Irschen pa tudi lasten primer predavateljice (prejemnice nagrade leta 2014 »Uspešna in napredna partnerstva, ki prispevajo k ustvarjanju zelenih delovnih mest in so lahko navdih za partnerstva v drugih okoljih po Sloveniji.«) nazorno prikaže. Sama pravi, da je bistveno kvalitetno partnerstvo: s kom in zakaj se povezujemo.

Ob upoštevanju vsega naštetega je uspela iz opuščene kmetije prednikov, razviti butično ponudbo visokokakovostnih izdelkov, storitev in doživetij, s posluhom in skrbjo za ohranjanje tradicije in narave. Njen primer naj bo vzpodbuda vsem, ki jih ljubezen in spoštovanje narave, usmerja k iskanju »zelenih« poslovnih priložnosti in idej.

Natančna termina za naslednji delavnici bosta objavljena na spletnih straneh partnerjev operacije in na spletni strani LAS Vipavska dolina.



Foto: OVG

<p>Izhodišča za razvoj blagovne znamke HZ</p> <ul style="list-style-type: none"> • medgeneracijsko povezovanje • povezovanje s partnerji • lokalne zgodbe  <p>DEŽELA DOŽIVETIJ LOG</p>	<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Čas za marketing = čas za vse ostalo • Osebni pristop • Kvaliteta, ne cena • Izvirnost, kreativnost • Zgodbe, ki temeljijo na lokalnem okolju • Od ust do ust • Sejmi, predstavitve <p>PRO M OCIJA PROD A JA T R G STRAN K A C E NA IN T ERNET C I LJ A N ALIZA O G LAŠEVANJE</p> <p>DEŽELA DOŽIVETIJ LOG</p>
---	---

Avtorica: Lara Lapajne Golob

Objava za splet

»Zelena priložnost – divje rastline / Tematska pot Slap«

Partnerji: Občina Vipava – nosilec operacije, Majerija Matej Tomažič s.p., Krajevna skupnost Slap, Društvo upokojencev Ajdovščina, Območna obrtno-podjetniška zbornica Ajdovščina