SMARTIES for SMEs

Sofinancira Evropska unija

PRIROČNIK SMARTIES FOR SMEs

Mediteranska prehrana za trajnostni in regenerativni turizem

Praktični modeli in smernice za mala in srednja podjetja

Slovenska različica

CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΞΑΝΘΗΣ CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY OF XANTHI

LIBERTAS International University

REGIONAL CHAMBER OF CRAFT AND SMALL BUSINESS MARIBOR

ACIF Câmara de Comércio e Indústria da Madeira

LA ROTTA DEI FENICI

PAFOS REGION Cyprus

ENIT SPA

Kazalo

1. Uvod ... 3
2. SMARTIES for SMEs ... 3
3. Od Kompendija do priročnika ... 4
4. Referenčni modeli za MSP ... 5
4.1 Turizem in agroživilska veriga - mediteranska prehrana ... 5
Podeželska doživetja in družbeni učinek ... 6
Inovacije izdelkov in digitalno pripovedovanje zgodb ... 10
4.2 Regenerativni turizem in lokalne skupnosti ... 14
4.3 Sodelovanje in mreženje v lokalnem okolju ... 18
4.4 Inovacije in digitalni prehod ... 20
Avtomatizacija storitev in pot uporabnika ... 21
4.5 Onkraj obzorja - študije primerov in prihodnje inovacije ... 25
5. Strateški načrt: uvajanje inovacij ... 31
5.1 Presoje trajnostnosti in krožnost ... 31
5.2 Ciljno usmerjeno digitalno povezovanje in reševanje težav ... 31
5.3 Oblikovanje doživetij in pripovedovanje zgodb o lokalnem okolju ... 31
6. Podporna orodja za podjetja ... 32
6.1 Strokovna podpora, mentorstvo in usposabljanje ... 32
6.2 Sodelovalne mreže in lokalni grozdi ... 32
6.3 Platforme za deljenje in digitalni ekosistemi ... 33
7. Analiza in validacija pilotnih projektov ... 33
7.1 Kazalniki uspešnosti (KPI) za MSP ... 34
8. Analiza kritičnih dejavnikov in strategije za njihovo obvladovanje ... 34
8.1 Vrzel v znanjih in neskladje spretnosti ... 34
8.2 Odpor do sprememb in finančne omejitve ... 34
9. Vloga mediteranske prehrane pri oblikovanju trajnega modela regenerativnega turizma ... 35

1. Uvod

Ta priročnik je orodje, namenjeno malim in srednjim podjetjem (MSP) v turizmu in agroživilski panogi. Njegov cilj je rezultate projekta SMARTIES for SMEs pretvoriti v praktične napotke ter preproste rešitve, ki jih je mogoče takoj uporabiti.

Način potovanja se v zadnjih letih korenito spreminja. Vse več je zanimanja za pristno in okolju prijazno ponudbo, ki je tesno povezana z identiteto lokalnega okolja.

Podjetja morajo ob tem povezovati inovacije, okoljsko odgovornost in krepitev lokalnih skupnosti ter razvijati modele, ki prinašajo gospodarske, družbene in kulturne koristi.

V takšnih razmerah evropske strategije regenerativnega turizma spodbujajo modele, ki povezujejo inovacije, odpornost lokalnega okolja, okoljsko trajnostnost in vključevanje lokalne skupnosti.

Mediteranska prehrana, ki jo je UNESCO uvrstil na seznam nesnovne kulturne dediščine človeštva, je več kot prehranski model. Je identitetni in družbeni element, ki združuje tradicije, lokalne proizvode, krajino, dobro počutje, druženje, gostoljubnost ter zmanjševanje sezonskosti.

Zato je mediteranska prehrana strateško gonilo za oblikovanje pristnih, celovitih in regenerativnih turističnih doživetij. Poudarja povezanost turizma, lokalnega okolja in agroživilskega sistema ter hkrati prispeva k okoljski, gospodarski in družbeni trajnostnosti.

Priročnik postavlja mediteransko prehrano v središče kot izraz prehranske in kulturne trajnostnosti. Zasnovan je za podporo podjetjem in izvajalcem v panogi pri razvoju inovativne ponudbe z majhnim vplivom na okolje. Ponuja operativna orodja, pristope in uporabne zamisli, s katerimi lahko MSP okrepijo svojo prilagodljivost in kakovost.

Namenjen je zlasti podjetjem, ki želijo tržiti odgovornejše in vključujoče oblike turizma, usmerjene v promocijo lokalnih virov ter zeleni in digitalni prehod turistične panoge. Nagovarja podjetja, ki so pripravljena sprejeti trajnostno in regenerativno prenovo ter krepiti pristnost, konkurenčnost in povezanost z lokalnim okoljem.

2. SMARTIES for SMEs

Projekt SMARTIES for SMEs, v okviru katerega je nastal ta priročnik, je pobuda, sofinancirana iz Programa enotnega trga 2021-2027. Podpira turistična MSP v sredozemski regiji na poti trajnostnih inovacij ter dvojnega zelenega in digitalnega prehoda in spodbuja bolj trajnostne, inovativne in odporne turistične modele.

SMARTIES for SMEs temelji na celovitem pristopu, ki povezuje turizem, lokalno okolje in agroživilski sistem. Mediteransko prehrano prepoznava kot strateški element za razvoj pristnih in trajnostnih doživetij, krepitev konkurenčnosti podjetij ter ustvarjanje vrednosti za lokalna okolja in skupnosti.

Projekt se razvija v treh glavnih strateških smereh:

1. regenerativni turizem, ki temelji na dejavnem vključevanju lokalnih skupnosti in predstavljanju posebnosti lokalnega okolja;
2. sinergije med turizmom in agroživilskim sistemom, s posebnim poudarkom na mediteranski prehrani kot kulturni dediščini in modelu trajnostnosti;
3. zeleni in digitalni prehod turističnih MSP za izboljšanje njihove inovativnosti, kakovosti in konkurenčnosti.

Za doseganje teh ciljev je projekt z vrsto povezanih ukrepov ustvaril sredozemski ekosistem. Ti ukrepi vključujejo komuniciranje in izmenjavo informacij, operativna orodja ter podporne postopke, namenjene podjetjem v panogi.

Ekosistem je okrepil sinergije med turističnim in agroživilskim sektorjem ter spodbudil mreženje, izmenjavo znanja in sodelovanje deležnikov po vsej sredozemski regiji. Turistična MSP je podprl z raziskavami, dejavnostmi za krepitev zmogljivosti, promocijo dobrih praks in inovativnih projektov. S tem je prispeval k razvoju bolj trajnostne, inovativne in odporne turistične ponudbe, ki jo navdihuje model mediteranske prehrane.

Glavne pobude vključujejo:

4. mednarodne dogodke za mreženje, namenjene izmenjavi izkušenj in dobrih praks;
5. raziskovalne dejavnosti in krepitev zmogljivosti za izboljšanje znanj ter inovacijskih sposobnosti MSP;
6. evropsko komunikacijsko kampanjo za predstavitev doseženih rezultatov in razvitih modelov;
7. pripravo Priročnika o mediteranski prehrani kot praktičnega orodja za podporo podjetjem ter podlage za prihodnje smernice in dejavnosti prenosa rezultatov.

Osrednji element projekta SMARTIES for SMEs je strokovna in finančna podpora 75 inovativnim projektom, izbranim na evropskem razpisu v petih sredozemskih državah: na Cipru, Portugalskem, v Grčiji, Sloveniji in Italiji.

V vsaki državi je bilo izbranih 15 zmagovalnih projektov, ki so izkazali izjemno ustvarjalnost in inovacijski potencial, dolgoročno trajnostnost ter možnost ponovitve v turistični panogi. Za izvedbo dvojnega zelenega in digitalnega prehoda so prejeli finančno podporo v višini do 25.000 EUR na projekt.

Financirani inovativni projekti so bili osredotočeni na tri glavna področja: zeleni in digitalni prehod, regenerativni turizem ter sinergije z agroživilskim ekosistemom.

Poleg neposredne podpore je projekt vključeval obsežno analizo za prepoznavanje potreb in odličnih praks v panogi.

To kartiranje predstavlja spoznavno podlago celotnega metodološkega pristopa projekta, ki se naravno razvija od raziskav, zbranih v Kompendiju, do praktične uporabnosti priročnika.

3. Od Kompendija do priročnika

Kompendij predstavlja analitično podlago projekta SMARTIES for SMEs. Dokument zbira, ureja in analizira obsežen nabor dobrih praks, ki so jih razvila turistična MSP na območju Sredozemlja. Temelji na kvantitativni raziskavi, ki je vključevala 11 fokusnih skupin z izbranimi deležniki ter 250 intervjujev s podjetji v partnerskih regijah: Toskani v Italiji, Ksantiju v Grčiji, Madeiri na Portugalskem, Mariboru v Sloveniji in Pafosu na Cipru. Glavni cilj je bil opredeliti potrebe, izkušnje in ponovljive modele, ki podpirajo dvojni zeleni in digitalni prehod.

S kartiranjem Kompendij izpostavlja pomembne rešitve, povezane s trajnostnostjo poslovnih modelov ter povezovanjem turizma z lokalnim okoljem in skupnostmi.

Zbrane prakse odražajo inovativne pristope, ki segajo od regenerativnega turizma in spodbujanja kratkih dobavnih verig do uporabe digitalnih tehnologij za optimizacijo poslovanja in izboljšanje doživetja obiskovalcev. Mediteranska prehrana pri tem nastopa kot povezovalni element, ki združuje kulturno, gospodarsko in okoljsko razsežnost agroturističnega sistema.

Priročnik je praktično nadaljevanje Kompendija. Analizirane dobre prakse so preoblikovane v dostopna in takoj uporabna orodja za MSP. Priročnik vsebuje zlasti:

8. praktične smernice za uvajanje trajnostnih in regenerativnih turističnih modelov;
9. konkretne primere rešitev, ki so bile v Sredozemlju že uspešno preizkušene;
10. modele, ki jih je mogoče ponoviti in prilagoditi različnim podjetniškim in lokalnim okoljem.

S tem prehodom je projekt dosegel cilj, da podjetjem olajša pot od analize k ukrepanju. Zagotavlja jim operativna orodja za obvladovanje sprememb in podporo inovacijskim procesom v skladu z evropskimi cilji trajnostnosti in digitalizacije.

4. Referenčni modeli za MSP

Referenčni modeli v tem poglavju se osredotočajo na pet ključnih področij:

11. turizem in agroživilsko verigo - mediteransko prehrano;
12. regenerativni turizem in lokalne skupnosti;
13. sodelovanje in mreženje v lokalnem okolju;
14. inovacije in digitalni prehod;
15. onkraj obzorja - študije primerov in prihodnje inovacije.

Ti modeli so praktična orodja za podjetja. Izhajajo iz dobrih praks projekta SMARTIES for SMEs in so preoblikovani v predloge, ki jih je mogoče uporabiti v različnih lokalnih okoljih. Njihov namen je preizkušene izkušnje pretvoriti v ponovljive rešitve, ki ustvarjajo vrednost za podjetja in lokalna območja.

Vsak referenčni model je podrobneje obravnavan z določenega vidika, ki presega prvotna tematska področja in merila za izbor financiranih projektov.

Kjer je smiselno, so nekateri referenčni modeli razdeljeni še na podkategorije, kot so »Podeželska doživetja in družbeni učinek«, »Inovacije izdelkov in digitalno pripovedovanje zgodb« ter »Avtomatizacija storitev in pot uporabnika«. Tako so jasneje poudarjeni posamezni pristopi in možnosti uporabe.

4.1 Turizem in agroživilska veriga - mediteranska prehrana

Prvi model se nanaša na povezovanje turizma in agroživilske verige prek mediteranske prehrane. Ta ni razumljena zgolj kot način prehranjevanja, temveč kot kulturni, proizvodni in identitetni sistem lokalnega okolja.

Model predlaga pristop, ki podjetjem omogoča, da lokalno kulinarično in vinsko dediščino preoblikujejo v premišljeno turistično doživetje, v katerem so hrana, kultura in tradicije ključni elementi ponudbe. Območje tako ni več le destinacija za obisk, temveč sistem, ki ga je mogoče odkrivati, razumeti in z njim vzpostaviti odnos.

Podjetja lahko turistične proizvode, ki temeljijo na mediteranski prehrani, razvijejo z različnimi povezanimi dejavnostmi, med drugim:

16. degustacijami lokalnih in sezonskih proizvodov;
17. gostinskimi doživetji, povezanimi s tradicionalno kulinariko;
18. obiski lokalnih kmetij in pridelovalcev;

19. kulinaričnimi in vinskimi potmi po območju;
20. doživljajskimi turističnimi dejavnostmi, povezanimi s hrano in proizvodnimi tradicijami.

Podeželska doživetja in družbeni učinek

To področje načela regeneracije pretvarja v konkretne ukrepe ter kaže, da sta socialno vključevanje in zaščita kmetijskih skupnosti lahko pomembna dodana vrednost za gostitelja.

Pilotna projekta, analizirana v tem poglavju:

1. CANDIED TOMATOES (Slovenija) - socialno vključevanje in predelava presežkov hrane v izdelke z višjo dodano vrednostjo v Sloveniji.
2. THE LOCALS' TABLE (Italija) - povezovanje dobavne verige in trajnostne mobilnosti v Toskani.

PILOTNI PROJEKT

1. CANDIED TOMATOES - HUDO DOBRO - PREKMURJE, SLOVENIJA



CANDIED TOMATOES - HUDO DOBRO = SOCIALNO VKLJUČEVANJE IN PREDELAVA PRESEŽKOV HRANE

Zavod HUDO DOBRO v osrčju Prekmurja je zasebna organizacija, ki deluje kot zaposlitveni center za invalide. V skladu z vrednotami rokodelstva in tradicije se z ročnim delom postavlja po robu množični proizvodnji. Odlikuje ga povezovanje krožnega gospodarstva, zmanjševanja odpadkov in družbenega učinka z lokalno proizvodnjo hrane.

Pobuda Candied Tomatoes rešuje problem zavržene hrane tako, da presežke lokalno pridelanega paradižnika iz Pomurja z novim tehnološkim postopkom kandiranja predela v izdelek z višjo dodano vrednostjo. Sodelovanje z lokalnimi kmeti in ročna izdelava omogočata, da se presežki spremenijo v visokokakovostne gurmanske prigrizke v slanih in sladkih različicah.

Ukrepi

3. **Ustvarjalna predelava:** presežki paradižnika, ki zaradi videza ali neustrezne velikosti ne pridejo v prodajo, se spremenijo v kandirane kulinarične dobrote. Tako se prepreči, da bi bile tone pridelka zavržene kot kmetijski odpadek.
4. **Družbeni učinek:** invalidi dejavno sodelujejo v proizvodnem procesu, kar povečuje etično vrednost končnega izdelka in z rokodelstvom spodbuja vključujoče zaposlovanje.

Smernice za prenos modela

5. **Družbena razsežnost kot dodana vrednost:** socialnega vključevanja ne obravnavamo le kot dobrodelnost, temveč kot prepoznaven del zgodbe znamke in kakovosti izdelka.
6. **Povezanost z lokalnim okoljem:** z lokalnimi kmetijskimi pridelovalci vzpostavimo partnerstva, da presežke zajamemo že pri izvoru ter jih iz stroška odstranjevanja spremenimo v priložnost za prihodek.

PILOTNI PROJEKT

2. THE LOCALS' TABLE - TRAVEL ITALY GURU - PISA, ITALIJA



TRAVEL ITALY GURU

THE LOCALS' TABLE

THE LOCALS' TABLE - TRAVEL ITALY GURU = POVEZOVANJE DOBAVNE VERIGE IN TRAJNOSTNE MOBILNOSTI

Travel Italy Guru je podjetje, specializirano za doživljajski turizem v Toskani. Osredotoča se na ustvarjanje pristnih in globokih povezav med popotniki ter identiteto podeželskega življenja.

The Locals' Table razvija izlete, zasnovane na trajnostni mobilnosti, ki obiskovalce povezujejo z lokalnimi mikropridelovalci. S kolesarskimi turami, sezonskimi kuharskimi delavnicami in obiski kmečkih tržnic podjetje mediteransko prehrano spreminja v resnično doživetje, malim partnerskim kmetijam pa zagotavlja večjo prepoznavnost in prihodek.

Ukrepi

7. **Povezovanje s podeželjem in dostopnost:** turistični paketi vključujejo kuharske delavnice in obiske kmečkih tržnic ter so prilagojeni tudi invalidom in osebam s posebnimi potrebami.
8. **Počasni turizem:** kolesarski turizem zmanjšuje vpliv na okolje in spodbuja počasno raziskovanje območja.

Smernice za prenos modela

9. **Kulturno posredovanje:** podjetje deluje kot resnični most med lokalnimi skupnostmi in obiskovalci.
10. **Zmanjševanje sezonskosti:** predstavljanje obredov in vsakdanjega življenja, povezanega z zemljo, privablja obiskovalce vse leto.

Inovacije izdelkov in digitalno pripovedovanje zgodb

Razvoj turističnega trga od MSP zahteva, da na novo osmislijo tradicionalno ponudbo in lokalne proizvode spremenijo v resnično interaktivna doživetja.

Inovacija izdelka ne pomeni, da ga spremenimo, temveč da ga oplemenitimo z digitalnim pripovedovanjem zgodb. Strateška uporaba spletnih platform, kod QR in večpredstavnostnih vsebin omogoča sledljivost dobavne verige, sporoča pristnost ter popotnike že pred prihodom poveže z resnično identiteto lokalnega okolja. Potrošnja se tako spremeni v ozaveščeno kulturno dejanje.

Pilotna projekta, analizirana v tem poglavju:

1. THE VEGGIE BURGER PROJECT (Portugalska) - tradicija in kulinarična trajnostnost na Madeiri.
2. IRPINIA GREEN ESCAPE (Italija) - profesionalno pripovedovanje zgodb in digitalna pretvorba v Avellinu.

PILOTNI PROJEKT

1. THE VEGGIE BURGER PROJECT - NATURE XTRACTS - MADEIRA, PORTUGALSKA



THE VEGGIE BURGER PROJECT - NATURE XTRACTS = KULINARIČNA TRADICIJA IN TRAJNOSTNOST

NatureXtracts S.A. je podjetje na področju biorafinerije, ki proizvaja in trži eterična olja, naravne izvlečke ter prehranska dopolnila.

The Veggie Burger Project je sodelovanje med regionalnimi pridelovalci in kuharskimi mojstri, katerega cilj je povečati vrednost lokalnih stročnic in zelenjave. Projekt razvija kulinarične rešitve, ki spoštujejo identiteto mediteranske prehrane, vendar jih predstavljajo v sodobnih oblikah.

Projekt kaže, kako se lahko tradicionalna kulinarika razvija v skladu z zahtevami popotnikov po trajnostnosti in novimi prehranskimi navadami, ne da bi izgubila stik z lokalnimi koreninami.

Ukrepi

Pobuda želi sadovom zemlje zagotoviti osrednjo vlogo v turistični ponudbi:

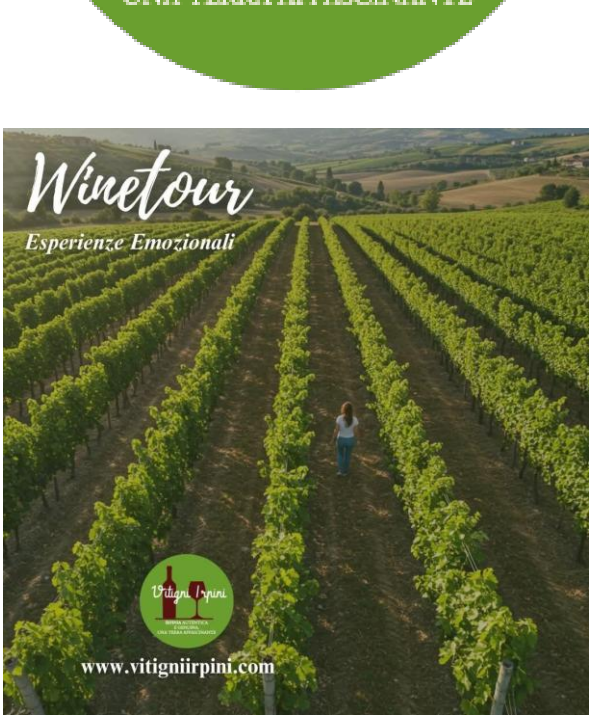
3. **V ospredju so regionalne sestavine:** uporaba mikroalg, čičerike, gob in tradicionalnih stročnic v inovativnih receptih, kot so vegetarijanski burgerji, ohranja pristnost portugalske in mediteranske kuhinje. Hkrati na ustvarjalen način promovira lokalno biotsko raznovrstnost, ki je zanimiva tudi mednarodnim turistom.
4. **Zmanjševanje vpliva na okolje:** kratke dobavne verige in rastlinske sestavine občutno zmanjšajo ogljični odtis proizvodnje ter omogočajo etično in trajnostno kulinarično doživetje.

Smernice za prenos modela

5. **Ustvarjalna prenova tradicije:** MSP lahko tradicionalne jedi na novo interpretirajo in tako nagovorijo nove tržne niše, na primer vegetarijance in okoljsko ozaveščene turiste.
6. **Krajša dobavna veriga:** stalna partnerstva med restavracijami in majhnimi lokalnimi pridelovalci zagotavljajo svežino, kakovost in pristno pripoved o lokalnem okolju.

PILOTNI PROJEKT

2. IRPINIA GREEN ESCAPE: TRAJNOSTNI TURIZEM VAS PRIČAKUJE - VITIGNI IRPINI - AVELLINO, ITALIJA



IRPINIA GREEN ESCAPE - VITIGNI IRPINI = PRIPOVEDOVANJE ZGODB IN DIGITALNA PRETVORBA

Podjetje Vitigni Irpini iz Avellina v Kampaniji je bilo ustanovljeno za promocijo pomembnih avtohtonih sort grozdja iz Irpinije z digitalnim trženjem in profesionalnim pripovedovanjem zgodb.

Irpinia Green Escape je digitalni ekosistem, ki pripovedovanje zgodb o vinu spreminja v trajnostno potovalno doživetje. Spletne vsebine povezuje s fizičnimi obiski vinskih kleti in pokrajine Irpinije.

Ukrepi

7. **Promocija odličnosti:** priprava večpredstavnostnih vsebin, ki prikazujejo povezanost zemlje in sort grozdja.
8. **Povezovanje digitalnega in resničnega sveta:** omogočanje neposrednega stika med obiskovalci in pridelovalci, s čimer se povečuje obisk vinskih kleti.

Smernice za prenos modela

9. **Poosebljanje znamke:** predstavimo ljudi in kraje, ki stojijo za etiketo, ter s tem gradimo zaupanje.
10. **Nišne identitete:** avtohtone sorte grozdja izpostavimo kot edinstveno privlačnost lokalnega območja.

4.2 Regenerativni turizem in lokalne skupnosti

Drugi model se osredotoča na regenerativni turizem. Pri tem pristopu turizem ne zmanjšuje le negativnih vplivov, temveč dejavno prispeva k izboljšanju območja in krepitvi lokalnih skupnosti. Prebivalci so s soustvarjanjem ter predstavljanjem svoje identitete in tradicij sestavni del ponudbe. Naloga podjetij je zato razvijati skupna doživetja, ki ustvarjajo široko porazdeljeno vrednost ter uravnotežene gospodarske, družbene in okoljske koristi za celovito trajnostnost lokalnih območij.

Glavne vrste dejavnosti vključujejo:

11. turistične dejavnosti, soustvarjene z lokalnimi prebivalci in deležniki;
12. kulturne dogodke, povezane z lokalnimi tradicijami;
13. pristna doživetja, ki temeljijo na lokalnem življenju in običajih.

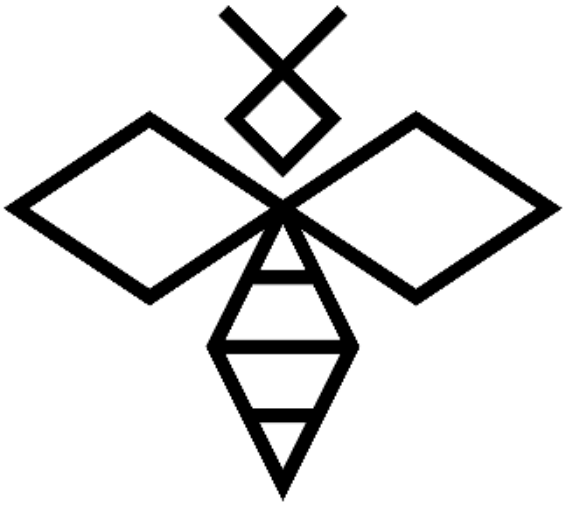
Pilotna projekta, analizirana v tem poglavju:

1. THE BEEGREEN PROJECT (Slovenija) - krožnost, biotska raznovrstnost in digitalna kultura v Mariboru.
2. ENTERINBO (Italija) - urbana regeneracija, socialno kmetijstvo in gostoljubnost v Bologni.

PILOTNI PROJEKT

1. THE BEEGREEN PROJECT - HOTEL ARENA, EUROTAS HOTELS - MARIBOR, SLOVENIJA





THE BEEGREEN PROJECT - HOTEL ARENA = KROŽNOST IN DIGITALNA KULTURA

Projekt BeeGreen, ki ga je skupina Eurotas Hotels razvila v Hotelu Arena v Mariboru, je odličen primer, kako se lahko hotelska veriga usmeri v regenerativni turizem ter svoje zelene površine spremeni v dejavni laboratorij biotske raznovrstnosti in vključevanja lokalne skupnosti.

Ukrepi

Pobuda temelji na večdisciplinarnem pristopu, ki ohranjanje biotske raznovrstnosti povezuje s predstavljanjem lokalne odličnosti:

3. **Obnova lokalnega ekosistema:** postavitev čebeljih panjev in »hotelov za žuželke« oziroma zavetišč za opraševalce neposredno prispeva k obnovi lokalnega rastlinstva ter opozarja na ključno vlogo opraševalcev v kmetijstvu in biotski raznovrstnosti.
4. **Interaktivno in digitalno izobraževanje:** celovita izobraževalna pot s kodami QR gostom omogoča dostop do vsebin o ekološki pridelavi in pomenu trajnostnosti, zato lahko tudi sami sodelujejo v procesu regeneracije.
5. **Vključevanje v agroživilsko verigo:** partnerstvo z lokalnimi čebelarji omogoča, da se med in drugi lokalni proizvodi neposredno vključijo v hotelsko kulinarično ponudbo. S tem se zmanjšajo emisije zaradi prevoza, skrajša dobavna veriga ter podpre lokalno gospodarstvo.

Smernice za prenos modela

6. **Oblikovanje izkustvenih izobraževalnih poti:** MSP lahko s preprostimi digitalnimi orodji, kot so kode QR, svoje zelene površine spremenijo v »muzeje na prostem«, ne da bi pri tem vizualno posegala v krajino. Tako med mednarodnimi obiskovalci krepijo okoljsko ozaveščenost.
7. **Partnerstva s specializiranimi izvajalci:** sodelovanje z lokalnimi strokovnjaki, v tem primeru slovenskimi čebelarji, krepi zaupanje obiskovalcev in lokalnemu okolju prinaša neposredne gospodarske koristi.
8. **Model, ponovljiv v večjem obsegu:** BeeGreen dokazuje, da je dobre regenerativne prakse mogoče standardizirati in ponoviti na različnih lokacijah, kot predvideva vizija skupine Eurotas. Tako nastaja skladna in konkurenčna »zelena« identiteta znamke.

PILOTNI PROJEKT

2. ENTERINBO - ETA BETA COOP. SOC. ONLUS - BOLOGNA, ITALIJA





SALUS SPACE

SALUS SPACE

ENTERINBO - ETA BETA COOP. SOC. ONLUS = REGENERACIJA IN GOSTOLJUBNOST

Eta Beta Cooperativa Sociale je dolgoletna zadruga v občini Bologna, ki vključujoče zaposlovanje, rokodelstvo in socialno kmetijstvo povezuje z obnovljenimi mestnimi prostori.

ENTERINBO je model gostoljubnosti in socialnega kmetijstva v večnamenskem centru Salus Space. Njegov namen je vzpostaviti neposredno povezavo med prebivalci, ranljivimi osebami in obiskovalci.

Ukrepi

9. **Skupnostni vrtovi:** upravljanje skupnih zelenih površin za lokalno pridelavo hrane po načelu nič kilometrov.
10. **Vključujoče delavnice:** kuharske in rokodelske delavnice obiskovalce dejavno vključujejo v življenje skupnosti. Vključujejo tudi razvoj novih, dostopnih in vključujočih turističnih paketov za invalide in osebe s posebnimi potrebami.
11. **Mobilnost in digitalizacija:** kolesarski turizem, kulturni sprehodi ter uporaba digitalnih orodij, kot so kode QR in spletne platforme, izboljšujejo celotno doživetje in dostopnost.

Smernice za prenos modela

12. **Skupno načrtovanje:** vključevanje nevladnega in socialnega sektorja omogoča oblikovanje etičnega turističnega doživetja.
13. **Vključevanje kot gonilo:** družbeno vrednost poslovanja postavimo v središče privlačnosti ponudbe.

4.3 Sodelovanje in mreženje v lokalnem okolju

Sodelovanje je orodje, s katerim lahko mala podjetja premagujejo izzive, povezane s svojo velikostjo. Z oblikovanjem mrež lahko MSP delijo stroške in znanje ter se lažje lotijo dvojnega digitalnega in zelenega prehoda. Ta model skupino posameznih podjetij spreminja v enotno in povezano destinacijo, ki lahko na mednarodnih trgih tekmuje z uporabo naprednih tehnoloških orodij.

Pilotni projekt, analiziran v tem poglavju:

1. SOLARE SMART OPERATIONS (Italija) - mreženje lokalnega okolja in umetna inteligenca na Monte Pisanu.

PILOTNI PROJEKT

1. SOLARE - PAMETNE OPERACIJE ZA LOKALNA REGENERATIVNA DOŽIVETJA, KI JIH PODPIRA UMETNA INTELIGENCA - DMC MONTEPISANO - SAN GIULIANO TERME, ITALIJA





SOLARE - DMC MONTEPISANO = MREŽENJE IN UMETNA INTELIGENCA

DMC Montepisano je organizacija za upravljanje destinacije iz San Giuliana Terme v Italiji, ki usklajuje poslovno mrežo Monte Pisano.

SOLARE je sistem digitalizacije lokalnega okolja, ki lokalnim mikropodjetjem omogoča skupno uporabo naprednih tehnologij za promocijo.

Cilj projekta je okrepiti sinergije med toskanskimi organizacijami za upravljanje destinacij (DMC in DMO) ter z digitalnimi inovacijami spodbujati počasen in trajnosten turizem. Projekt razvija potovalni načrtovalnik z umetno inteligenco in klepetalnim robotom, ki oblikuje prilagojene turistične pakete, osredotočene na lokalne proizvode in pristna doživetja. MSP podpira pri izboljšanju spletne prepoznavnosti, promocijskih dejavnosti in digitalnega prehoda.

Ukrepi

2. **Upravljanje mreže:** usklajevanje mikropodjetij in partnerjev, kot so kmetije, pridelovalci in vodniki, pod enotno znamko lokalnega območja.
3. **Potovalni načrtovalnik z umetno inteligenco:** digitalni pomočnik za oblikovanje prilagojenih in trajnostnih poti.

Smernice za prenos modela

4. **Združevanje moči:** oblikovanje formalnih mrež omogoča dostop do tehnologij, na primer umetne inteligence, ki posameznim podjetjem sicer ne bi bile dosegljive.
5. **Sistemski pogled:** lokalno območje promoviramo kot enoten ekosistem in tako krepimo identiteto znamke.

4.4 Inovacije in digitalni prehod

Digitalizacija ni le tehnološki napredek, temveč ključno strateško gonilo za MSP v sodobni turistični panogi. Model prikazuje, kako lahko digitalne rešitve optimizirajo poslovanje, povečajo prepoznavnost na mednarodnih trgih in prilagodijo doživetja ter s tem ustvarijo dostopnejšo in bolj vključujočo ponudbo.

Konkurenčne prednosti digitalne preobrazbe

Digitalne tehnologije omogočajo:

6. **največjo prepoznavnost:** promocijo ponudbe prek neposrednih in ciljno usmerjenih kanalov;
7. **razširljivost poslovanja:** doseganje in upravljanje večjega števila strank brez preobremenitve zmogljivosti;
8. **bogatejšo pot uporabnika:** izboljšanje interakcije z obiskovalci v vseh fazah, od navdiha in rezervacije do bivanja ter dejavnosti po potovanju;
9. **učinkovite postopke:** avtomatizacijo ponavljajočih se nalog, s čimer se človeški viri sprostijo za zagotavljanje kakovostnega gostoljubja.

Ključna orodja modela

Izvajanje modela temelji na treh glavnih tehnoloških stebrih:

10. **sistemi za neposredne rezervacije:** zmanjšujejo vlogo posrednikov in izboljšujejo marže;

11. **strategije digitalnega komuniciranja:** gradijo odnos zaupanja in identitete s ciljnim občinstvom;
12. **povezani ekosistemi in platforme:** povezujejo MSP z lokalnimi storitvami v pametnih destinacijah.

Model torej ne posodablja le podjetij, temveč krepi tudi njihovo odpornost. Omogoča jim hitro prilagajanje razvoju svetovnega trga ter povezovanje tehnoloških inovacij s cilji trajnostnosti.

Avtomatizacija storitev in pot uporabnika

To področje obravnava uporabo umetne inteligence in rešitev za upravljanje podatkov, s katerimi se optimizira skrb za goste ter zagotovi nemoten in hiter postopek rezervacije in nastanitve.

Pilotna projekta, analizirana v tem poglavju:

1. ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSFORMATION (Ciper) - digitalni ekosistem in brezpapirni postopki v Pafosu.
2. AI AGENT FOR TABLE RESERVATION (Slovenija) - inteligentni rezervacijski sistemi za gostinstvo v Mariboru.

PILOTNI PROJEKT

1. ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSITION 2.0 - ALIATHON RESORT - PAFOS, CIPER

aliathon RESORT

ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSITION 2.0 - ALIATHON RESORT = EKOSISTEM TREH STEBROV

Kako se načela digitalnega prehoda spremenijo v resnično konkurenčno prednost, kaže projekt Aliathon Resort.

Nastanitveni objekt v Pafosu na Cipru je primer digitalnega prehoda v velikem poslovnem okolju z zahtevnim upravljanjem.

Ukrepi

Za uskladitev storitev, odpravo papirnih postopkov v duhu dvojnega prehoda in večje zadovoljstvo gostov je objekt povezal tri ključne tehnologije:

3. **Klepetalni robot z umetno inteligenco »Mila« - vključevanje strank:** večjezični in večkanalni virtualni pomočnik deluje na spletu in družbenih omrežjih ter 24 ur na dan in sedem dni v tednu odgovarja na sporočila. V realnem času obravnava vprašanja in izboljšuje komunikacijo z gosti.
4. **Registracija in skeniranje potnih listov:** spletni sistem digitalizira prijavo gostov, skeniranje dokumentov in plačila. Povezava z osrednjo programsko opremo za upravljanje nastanitev (PMS) zagotavlja natančen in brezpapirni postopek brez čakalnih vrst.
5. **Vmesnik kartičnega sistema:** enotni vmesnik povezuje telefonsko centralo (PBX), prodajna mesta (POS) in storitve v sobah z rezervacijskim sistemom v realnem času ter tako optimizira prihodke in obračunavanje.

Smernice za prenos modela

6. **Interoperabilnost:** vrednost je v sposobnosti različnih programov, da komunicirajo z osrednjim sistemom upravljanja (PMS).
7. **Trajnostna digitalizacija:** brezpapirni procesi ob prihodu združujejo operativno učinkovitost in manjši vpliv na okolje.
8. **Avtomatizacija z identiteto:** umetna inteligenca mora odražati znamko in razširiti njen način sprejema gostov, osebje pa razbremeniti ponavljajočih se administrativnih nalog.
9. **Upravljanje na podlagi podatkov:** povezovanje sistemov POS in storitev omogoča natančen nadzor finančnih tokov v realnem času ter načrtovanje prihodnjih naložb.

PILOTNI PROJEKT

2. AI AGENT FOR TABLE RESERVATION IN HOSPITALITY - F.R.D. - MARIBOR, SLOVENIJA

F.R.D.
Član skupine
Business Point



AI AGENT FOR TABLE RESERVATION IN HOSPITALITY - F.R.D. D.O.O. = INTELIGENTNI REZERVACIJSKI SISTEM

Pilotni projekt podjetja F.R.D. d.o.o. iz Maribora se osredotoča na digitalno preobrazbo specifičnega, vendar ključnega procesa v gostinstvu: optimizacijo rezervacij miz z agentom umetne inteligence, ki lahko komunicira v realnem času in sprejema zahtevne upravljavske odločitve.

Ukrepi

10. **Komunikacija v naravnem jeziku:** umetna inteligenca z gosti komunicira tekoče in na človeku podoben način ter obravnava zahteve in vprašanja brez takojšnjega posredovanja osebja.
11. **Dinamično upravljanje prostora:** sistem upravlja prilagodljive koledarje in samodejno združuje mize, da glede na povpraševanje v realnem času kar najbolje izkoristi zmogljivost lokala.
12. **Povezovanje podatkov v realnem času:** stalno usklajevanje razpoložljivosti močno zmanjša število človeških napak in tveganje čezmernih rezervacij.

Smernice za prenos modela

13. **Učinkovitost in trajnostnost:** natančno predvidevanje toka gostov omogoča premišljeno upravljanje kuhinje, zmanjšuje količino zavržene hrane in optimizira vire.
14. **Avtomatizacija za kakovost:** prenos rezervacijskih nalog na umetno inteligenco osebje razbremeni administrativnih opravil, zato se lahko v celoti posveti skrbi za goste v restavraciji.
15. **Upravljanje prihodkov za MSP:** prilagodljiva optimizacija prostora, ki je bila prej dostopna le velikim verigam, postaja zaradi umetne inteligence mogoča tudi za mala podjetja.
16. **Internacionalizacija:** večjezični agent umetne inteligence odpravlja jezikovne ovire, zato je lokalno MSP konkurenčno, gostoljubno in takoj dostopno mednarodnemu občinstvu.

4.5 Onkraj obzorja - študije primerov in prihodnje inovacije

V tem poglavju so predstavljeni še drugi uspešni projekti SMARTIES for SMEs, ki so znali predvideti tržne trende in ponuditi napredne rešitve na področju učinkovitosti upravljanja ter poglobljenih doživetij.

Model se ne osredotoča na eno samo tematsko področje, temveč poudarja nove pristope, ki povezujejo digitalni prehod, trajnostnost in povečevanje vrednosti lokalnih dobavnih verig. Prikazuje, kako lahko sredozemska MSP razvijajo inovativne in odporne turistične rešitve.

Koristi in praktične rešitve

17. **Agroživilske sinergije:** vključevanje lokalne kmetijske proizvodnje v gostinsko ponudbo zagotavlja svežino in zmanjšuje vpliv na okolje.
18. **Digitalna nadgradnja:** inovativne tehnologije, kot so obogatena resničnost, holografi in namenske platforme, krepijo vključenost obiskovalcev in njihovo povezanost z lokalno identiteto.

19. **Podaljšanje poti uporabnika:** digitalna povezava med gosti in lokalnim okoljem se nadaljuje tudi po potovanju ter podpira rokodelstvo in lokalno gospodarstvo.

Pilotni projekti, analizirani v tem poglavju:

1. TIS PITSAS MEZEKLIKIA (Ciper) - dvojni prehod in povezani kanali v Prodromiju.
2. PALAIA POLIS (Grčija) - povezovanje gostinske panoge ter kulinarične in vinske kulture v Ksantiju.
3. SHARING THE PASSION OF PASSION FRUIT (Portugalska) - diverzifikacija agroturizma in ohranjanje biotske raznovrstnosti na Madeiri.

PILOTNI PROJEKT

1. TIS PITSAS MEZEKLIKIA - POLILAND HOLIDAY SHOP - PRODROMI, CIPER



TIS PITSAS MEZEKLIKIA = DVOJNI PREHOD IN POVEZANI KANALI

TIS PITSAS MEZEKLIKIA temelji na povezovanju tradicionalnega ciprskega mezeja in sodobnega gostinstva. Tesno sodelovanje z lokalno kmetijsko dobavno verigo združuje z močno inovacijsko usmeritvijo, ki na novo opredeljuje trajnostno in vključujoče gostinstvo na območju Prodromija na Cipru.

Ukrepi

4. **Zeleni prehod:** izvajanje konkretnih trajnostnih praks, med drugim ukrepov energetske učinkovitosti, sistematičnega recikliranja in nabave pri lokalnih dobaviteljih, zmanjšuje vpliv na okolje in podpira skupnost.
5. **Digitalne inovacije:** uvedba naprednih tehnologij, vključno s hologrami, kodami QR v obogateni resničnosti (AR) in sodobno programsko opremo za upravljanje, izboljšuje kulturno pripovedovanje zgodb in operativno učinkovitost.
6. **Regenerativni in agroživilski turizem:** sodobne interpretacije promovirajo ciprsko kulinariko, kulturni dogodki in tesno sodelovanje z lokalnimi kmeti pa zagotavljajo svežino surovin ter spodbujajo regionalno gospodarstvo.

Smernice za prenos modela

7. **Kulturna učinkovitost in ohranjanje dediščine:** digitalna orodja, kot so obogatena resničnost in holografi, omogočajo učinkovito notranje upravljanje, hkrati pa bogatijo doživetje obiskovalcev s pripovedovanjem o lokalni kulturi.
8. **Sinergije z lokalnim okoljem in skupnostjo:** neposredno sodelovanje z lokalno kmetijsko dobavno verigo kaže, kako lahko MSP ustvarja pozitivne gospodarske in okoljske učinke za celotno skupnost.

PILOTNI PROJEKT

2. PALAIA POLIS - KSANTI, GRČIJA



PALAIA POLIS = POVEZOVANJE GOSTINSKE PANOGE IN VINSKE KULTURE

Pilotni projekt restavracije PALAIA POLIS se osredotoča na predstavljanje kulinarične in kulturne dediščine grške regije Trakije. S filozofijo, usmerjeno v trajnostnost in pristnost, turistične tokove neposredno povezuje z lokalno agroživilsko proizvodnjo.

Ukrepi

9. **Zeleni prehod:** strateško in tesno sodelovanje z lokalnimi pridelovalci ter dosledna uporaba svežih in sezonskih surovin krajšata dobavno verigo in zmanjšujeta vpliv prevoza na okolje.
10. **Predstavljanje identitete:** kulinarično doživetje ohranja tradicionalne prakse Trakije. Skrbno izbrana ponudba restavratorske vinske kleti z grškimi in mednarodnimi etiketami povezuje umetnost pokušanja cenjenih lokalnih vin z avtohtono kulinariko.
11. **Regenerativni turizem:** objekt je kulturna referenčna točka za prebivalce ter domače in mednarodne obiskovalce. Gospodarska vrednost ostaja v skupnosti, hkrati pa se promovira širša regija.

Smernice za prenos modela

12. **Gostinstvo po načelu nič kilometrov:** tesna povezava jedilnikov s sezonskimi cikli in lokalnimi mikropridelovalci gostinstvo spreminja v gospodarsko gonilo lokalnega agroživilskega ekosistema.
13. **Povečevanje vrednosti zgodovinske dediščine:** povezovanje odlične kulinarične in vinske ponudbe z ohranjanjem zgodovinskih objektov, kot je dobro ohranjena vila s konca 19. stoletja, omogoča oblikovanje pristnega turističnega proizvoda, ki ga ni mogoče prenesti drugam.

SHARING THE PASSION OF PASSION FRUIT - VISITUNIVERSAL, UNIPESSOAL, LDA - MADEIRA, PORTUGALSKA = DIVERZIFIKACIJA AGROTURIZMA IN OHRANJANJE BIOTSKE RAZNOVRSTNOSTI

Podjetje Visituniversal z Madeire se osredotoča na obsežno komercialno pridelavo madeirske pasijonke. Avtohtono kmetijstvo povezuje s turistično panogo ter tako krepi trajnostnost in ohranjanje podeželske identitete.

Ukrepi

14. **Zeleni prehod:** dejavno ohranjanje tradicionalnega kmetijstva z eksperimentiranjem na terenu, razvojem novih kultivarjev in varovanjem zgodovinskih sort pasijonke, ki jih na Madeiri gojijo že skoraj dve stoletji.
15. **Regenerativni in doživljajski turizem:** razvoj praktičnih laboratorijev in delavnic za turiste na posebej urejenem poskusnem polju. Vsebine zajemajo kulinarično zgodovino, načine gojenja in kulturne prakse.
16. **Povezovanje gostoljubnega ekosistema:** partnerstva z oddelki za animacijo v lokalnih hotelih in uporaba družbenih omrežij usmerjajo turistične tokove v kmetijsko zaledje. Storitve se stalno izboljšujejo na podlagi povratnih informacij, zbranih z digitalnimi vprašalniki.

Smernice za prenos modela

17. **Pripovedovanje zgodb o kmetijstvu:** tradicionalni kmetijski proizvod lahko s praktičnim izobraževanjem postane turistična znamenitost. To poveča ozaveščenost obiskovalcev in oblikuje močno identiteto znamke MSP.

5. Strateški načrt: uvajanje inovacij

Za sredozemsko turistično MSP zeleni in digitalni prehod oziroma dvojni prehod ne more biti rezultat nepovezanih posegov, temveč zahteva sistemski in zaporedni pristop.

V nadaljevanju je strateški načrt predstavljen v treh ključnih izvedbenih korakih, katerih cilj je teorijo pretvoriti v merljivo konkurenčno prednost.

5.1 Presoje trajnostnosti in krožnost

Izhodišče je analitično merjenje okoljskega vpliva podjetja in kartiranje celotne vrednostne verige, vključno z energijo, odpadki in dobavo:

18. **Energetska diagnostika in upravljanje virov:** ocenimo porabo in izgube, učinkovitost strojev ter vodni odtis, da določimo takojšnje ukrepe. Ti lahko vključujejo uvajanje obnovljivih virov energije, na primer sončnih toplotnih ali fotonapetostnih sistemov, in krožne sisteme ravnanja z odpadki.
19. Med pilotnimi pobudami SMARTIES for SMEs izstopa pristop podjetja Fajã dos Padres na Madeiri. Gre za kmetijsko posestvo s 500-letno zgodovino, ki leži na odmaknjenem območju med plažo in 300 metrov visokim klifom. Posestvo spodbuja trajnostni turizem ter ohranja naravno in kulturno dediščino kraja. Projekt predvideva razvoj muzejske hiše Cisterna kot središča za interpretacijo dediščine in okolju prijazne rešitve upravljanja vode, prilagojene zahtevnim geografskim razmeram. Med njimi so rešitve za manjšo porabo vode in proizvodnjo organskih gnojil za kmetijsko uporabo.
20. **Kartiranje dobavne verige:** analiziramo izvor dobave, da izračunamo logistični vpliv in spodbudimo poslovna partnerstva, ki odpravljajo nepotrebne vmesne člene ter podpirajo lokalno gospodarstvo.

5.2 Ciljno usmerjeno digitalno povezovanje in reševanje težav

Tehnologije ne uvajamo zato, ker je »moderna« ali ker posnemamo druge, temveč zato, da odpravimo ozka grla v poslovanju ali odpremo nove tržne priložnosti:

21. **Digitalizacija notranjih postopkov:** optimizacija sistemov upravljanja, avtomatizacija rezervacij in prehod na brezpapirno poslovanje. Popolnoma digitalne evidence in sistemi upravljanja MSP omogočajo občutno zmanjšanje porabe papirja, manjši vpliv na okolje ter večjo notranjo operativno učinkovitost.
22. **Izboljšanje izkušnje strank:** umetne inteligence, obogatene resničnosti (AR) in hologramov ne uporabljamo zgolj kot zanimivosti, temveč kot napredne kanale kulturnega pripovedovanja. Ti lahko že pred fizičnim doživetjem pojasnijo izvor jedi ali biološko bogastvo ekosistema. Primer je pilotni projekt Tis Pitsas Mezeklikia na Cipru, ki z digitalnimi inovacijami pripoveduje zgodbo lokalne kulinarične tradicije in tehnologijo spreminja v most do kulturne identitete območja.

5.3 Oblikovanje doživetij in pripovedovanje zgodb o lokalnem okolju

Regenerativni turistični proizvodi morajo tržno ponudbo povezovati z antropološko in naravno identiteto okolja, iz katerega izhajajo.

23. **Mediteranska prehrana kot kulturna vrednota:** ne smemo je razumeti zgolj kot jedilnik oziroma hrano na krožniku, temveč kot pristen življenjski slog in Unescovo dediščino, ki jo delimo z obiskovalci. Zasnova doživetja mora gostinstvo povezati s počasnimi potmi, obiski pridelovalcev in praktičnimi izobraževalnimi delavnicami, kakršne so delavnice podjetja Visituniversal o zgodovini in gojenju pasijonke.
24. **Skupno načrtovanje z lokalnimi ponudniki:** oblikujemo destinacijske grozde, v katerih restavracije, butični hoteli, vodniki in lokalni rokodelci sodelujejo pri celovitem in kakovostnem doživetju. Tako gospodarska vrednost ostaja na območju, obisk turistov pa se enakomerneje porazdeli čez vse leto.

6. Podporna orodja za podjetja

Ta priročnik je operativni kompas, ki MSP pomaga pri orientaciji v ekosistemu virov, znanj in mrež, nastalih v projektu SMARTIES for SMEs. Nobenemu podjetju se s prehodom ni treba spoprijemati samemu.

6.1 Strokovna podpora, mentorstvo in usposabljanje

Dostop do strokovnega znanja je prvi steber za zmanjševanje vrzeli in neskladij v znanjih, ki so značilna za mikropodjetja.

S ponovno analizo pilotnih projektov SMARTIES for SMEs, predstavljenih v tem priročniku, lahko turistična MSP dostopajo do praktičnih izkušenj, ponovljivih pristopov in pridobljenih spoznanj. Dodatni viri, med drugim Kompendij, gradiva spletnih seminarjev in druga projektna dokumentacija, so na voljo na spletni strani SMARTIES for SMEs ter prek komunikacijskih kanalov projekta. Podpirajo izmenjavo znanja in podjetjem, ki želijo uvajati bolj trajnostne in digitalne prakse, ponujajo dodaten navdih.

25. **Mentorske dejavnosti SMARTIES for SMEs:** mentorstva in spletni seminarji so sodelujočim MSP pomagali okrepiti znanje in kompetence na področju trajnostnosti in digitalnega prehoda. Izkušnje, pridobljene s temi dejavnostmi, so prispevale k praktičnim pristopom, predstavljenim v priročniku.
26. **Prenos praktičnih znanj:** priročnik skupaj s Kompendijem in drugimi viri SMARTIES for SMEs ponuja praktične primere ter prenosljive dobre prakse iz pilotnih projektov. MSP lahko gradiva uporabijo kot izhodišče za razvoj celovite ponudbe z lokalnimi pridelovalci, boljšo uporabo digitalnih orodij in uvajanje trajnostnejših poslovnih praks.

6.2 Sodelovalne mreže in lokalni grozdi

Mreženje ni le način vzpostavljanja odnosov, temveč dejavnik, ki omogoča večjo gospodarsko učinkovitost in nižje stroške prehoda.

27. **Ekonomija obsega za MSP:** z oblikovanjem formalnih ali neformalnih mrež si lahko mala podjetja delijo stalne stroške uvajanja novih tehnologij, kot so skupne programske platforme, ter stroške mednarodne promocije.

28. **Medsektorske sinergije:** spodbujamo strukturiran dialog med nastanitvenim sektorjem, agroživilsko panogo in ponudniki informacijsko-komunikacijskih tehnologij. Strateško partnerstvo med tradicionalnim gostinstvom in lokalnimi butičnimi hoteli povečuje prepoznavnost in donosnost obeh strani.

6.3 Platforme za deljenje in digitalni ekosistemi

Digitalno mreženje podjetjem omogoča nastop na svetovnih trgih, pri tem pa ohranja njihovo velikost in identiteto trdno zasidrano v lokalnem okolju.

29. **Vključevanje v destinacijske kanale:** metodološke smernice pomagajo pri povezovanju s skupnimi spletnimi tržnicami in platformami e-trgovanja. Ponudba posameznega MSP se tako vključi v celotno digitalno pot sodobnega popotnika, od obdobja pred potovanjem do časa po njem.
30. **Izmenjava podatkov za trajnostnost:** sodelovanje v oblačnih ali odprtih podatkovnih zbirkah omogoča združevanje okoljskih kazalnikov in meritev zadovoljstva, na primer digitalnih vprašalnikov za ocenjevanje storitev. Tako je mogoče spremljati stanje in primernost obiskovalnih tokov celotne destinacije.

7. Analiza in validacija pilotnih projektov

Strateška vrednost projekta SMARTIES for SMEs se ne konča s časovnimi omejitvami posameznega financiranja. Njegova vrednost je v arhitekturi modularnih in nadgradljivih modelov, ki ustvarjajo multiplikativni učinek po celotnem sredozemskem prostoru.

Petinsedemdeset pilotnih projektov, ki jih je program SMARTIES for SMEs podprl v različnih sredozemskih državah, predstavlja laboratorij na prostem in prepričljiv empirični dokaz.

31. **Dokaz izvedljivosti:** primeri iz resničnega okolja dokazujejo, da tehnološke inovacije in zeleni prehod niso namenjeni le velikim hotelskim verigam ali multinacionalkam, temveč so povsem dostopni in vzdržni tudi za mikropodjetja ter samostojne podjetnike.
32. **Validacija na terenu:** vsak pilotni projekt je preverjen in konkreten primerjalni model, ki zmanjšuje tveganje prihodnjih naložb. Eden od primerov je House of Shadow v grškem Ksantiju, muzej in delavnica, ki s ponovno uporabo odpadnih materialov povezuje krožno gospodarstvo in regenerativni turizem. Odpadki, zbrani v lokalnem okolju, se spreminjajo v senčne skulpture ter dokazujejo, da lahko trajnostnost postane edinstvena in izobraževalna turistična znamenitost.

7.1 Kazalniki uspešnosti (KPI) za MSP

Za objektivno ocenjevanje uspešnosti prehoda priročnik uporablja nabor kazalnikov, ki jih je mogoče številčno izraziti in spremljati skozi čas. Razdeljeni so po strateških področjih:

Področje učinka	Kazalnik uspešnosti (KPI)	Praktični cilj za MSP
Okoljska trajnostnost	% zmanjšanja letne porabe energije in vode	Znižanje stroškov računov in učinkovitejša raba virov.
	Tone prihranjenega ekvivalenta CO_2	Zmanjšanje ogljičnega odtisa podjetja.
	% odpadne hrane, organskih odpadkov in embalaže, namenjenih recikliranju ali predelavi glede na celotno količino	Prehod na model brez odpadkov.
Digitalizacija za večjo učinkovitost	% poslovnih postopkov, ki se upravljajo digitalno	Manjša poraba papirja z digitalnimi evidencami in upravljanjem.
	% povečanja neposrednih spletnih rezervacij	Manjša odvisnost od velikih spletnih turističnih agencij in višje marže.
	Stopnja digitalne vključenosti obiskovalcev	Učinkovita uporaba kod QR, obogatene resničnosti ali hologramov za pripovedovanje zgodb.

8. Analiza kritičnih dejavnikov in strategije za njihovo obvladovanje

Pot zelenega in digitalnega prehoda za mikro- in mala podjetja v turizmu ni brez ovir. Razumevanje operativnih, kulturnih in finančnih ovir, s katerimi se ponudniki srečujejo na terenu, je prvi korak k učinkovitim strategijam njihovega obvladovanja. Tako je mogoče slabosti pretvoriti v priložnosti za dolgoročno rast in odpornost.

8.1 Vrzel v znanjih in neskladje spretnosti

Uvajanje inovacij v MSP ni odvisno le od finančnih virov, temveč je tesno povezano z upravljanjem in usposabljanjem zaposlenih.

33. **Zahtevnost upravljanja:** napredna orodja, kot je programska oprema z umetno inteligenco, zahtevajo tehnično znanje, ki ga tradicionalni turistični ponudniki pogosto nimajo. Projekt CYDIVER iz Pafosa na Cipru, osredotočen na trajnostni potapljaški turizem, kaže, da uvedba napredne mobilne aplikacije za kartiranje potapljaških lokacij in zbiranje podatkov o morski biotski raznovrstnosti v realnem času zahteva precejšen in nepredviden vložek v usposabljanje osebja potapljaških centrov.
34. **Strategija obvladovanja:** pomembno je zavrniti tehnološke rešitve, ki delujejo kot »črna skrinjica«, in od dobaviteljev zahtevati intuitivne uporabniške vmesnike. Mreženje in mentorstvo v programu SMARTIES imata ključno vlogo pri zmanjševanju te vrzeli, saj spodbujata podjetniško kulturo, usmerjeno v inovacije in dejavno vključevanje zaposlenih.

8.2 Odpor do sprememb in finančne omejitve

35. **Past nedejavnosti:** miselnost »Vedno smo delali tako« je največje tveganje za preživetje MSP. Inovacije so pogosto razumljene kot nepotreben strošek ali zaplet namesto kot dolgoročna naložba.

36. **Strategija obvladovanja:** spodbujamo logiko majhnih korakov in hitrih zmag. Najprej uvedemo rešitve brez dodatnih stroškov, kot sta brezpapirno poslovanje ali kratka dobavna veriga, ter z njimi pokažemo takojšnje prihranke. To poveča zaupanje podjetnikov, preden se lotijo zahtevnejših naložb.

9. Vloga mediteranske prehrane pri oblikovanju trajnega modela regenerativnega turizma

SMARTIES for SMEs mediteransko prehrano prepoznava kot strateški okvir, ki spodbuja zeleni in digitalni prehod ter ustvarja široko porazdeljeno vrednost za MSP, lokalna območja in skupnosti.



Infografika prikazuje krožnost modela SMARTIES for SMEs. Mediteranska prehrana ni razumljena le kot kulinarična dediščina, temveč tudi kot kulturno gonilo, ki ustvarja močne sinergije med turizmom in agroživilskimi ekosistemi.

Z digitalnimi inovacijami, mreženjem in regenerativnim pristopom se lokalni proizvodi spreminjajo v kakovostna doživetja. Ta skupnostim prinašajo gospodarsko in družbeno vrednost ter krepijo gostiteljska območja.

Rezultati programa SMARTIES for SMEs ponujajo jasno celovito vizijo prihodnosti turistične panoge v sredozemski regiji.

Dvojni prehod ni več izbira, temveč nujen pogoj za konkurenčnost in preživetje malih in mikropodjetij na mednarodnem trgu.

Izkušnje projekta SMARTIES for SMEs kažejo, da je dvojni zeleni in digitalni prehod edina pot do odpornosti sredozemskega turizma. Glavna priporočila vključujejo:

37. poenostavitev dostopa mikropodjetij do financiranja ter zmanjšanje birokracije pri manjših projektih prehoda;
38. spodbujanje krožnih in regenerativnih gospodarskih modelov z davčnimi olajšavami ali spodbudami pri javnih naročilih;
39. financiranje stalnega usposabljanja na področju digitalnih in okoljskih znanj kot trajnega strateškega cilja panoge.

Prihodnost turizma mora preseči cilj, da okolju »ne škoduje«, kar predstavlja trajnostnost, ter si prizadevati za njegovo regeneracijo. To pomeni dejavno izboljševanje lokalnega ekosistema in dobrega počutja gostiteljskih skupnosti. Petinsedemdeset pilotnih projektov SMARTIES for SMEs je začrtalo smer, zdaj pa mora turistična panoga prevzeti modele, ki turizem iz potrošniške panoge spreminjajo v gonilo oživljanja lokalnega okolja.

Do leta 2030 bo uspeh sredozemskih destinacij in podjetij odvisen od treh medsebojno povezanih stebrov:

40. **Regenerativni turizem:** cilj presega pasivno trajnostnost. Ne gre več le za to, da »ne onesnažujemo«, temveč da si dejavno prizadevamo območje zapustiti v boljšem stanju in ustvarjati vrednost za gostiteljske skupnosti.
41. **Hiperpersonalizacija:** z analitiko podatkov in umetno inteligenco lahko tudi MSP v realnem času ponujajo prilagojene storitve, usklajene z etičnimi, okoljskimi in zdravstvenimi vrednotami posameznega popotnika.
42. **Nadgrajena znanja:** tradicionalni turistični ponudnik kulturo gostoljubja dopolnjuje s sposobnostjo strateškega upravljanja kompleksnih digitalnih ekosistemov.

Vsebina tega priročnika izraža izključno stališča avtorjev in ne odraža nujno uradnega mnenja Evropske komisije, Izvajalske agencije za Evropski svet za inovacije ter mala in srednja podjetja (EISMEA) ali katerega koli drugega organa Evropske unije. Evropske institucije in agencije ne odgovarjajo za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje ta dokument.

Priročnik je nastal v okviru projekta SMARTIES for SMEs, ki je prejel sredstva Programa enotnega trga 2021-2027.

Spletna stran SMARTIES for SMEs - referenčni portal projekta z njegovimi cilji, celovito dokumentacijo, podrobnimi informacijami in izvedenimi komunikacijskimi dejavnostmi: https://smartiesforsmes.eu/en