

OPIS OPERACIJE

Naziv operacije: Jem drugače – jem domače!

Čas trajanja operacije: 1.1.2018 do 31.12.2018

VKLJUČENI PARTNERJI:

TOTI LAS, Pobreška cesta 20, 2000 Maribor (nosilec operacije)
LAS Lastovica, Pohorska cesta 15, 2311 Hoče
LAS Bogastvo podeželja, Ormoška cesta 28, 2250 Ptuj
LAS Dobro za nas, Trg svobode 5, 2310 Slovenska Bistrica
LAS Obsotelje in Kozjansko, Aškerčev trg 24, 3240 Šmarje pri Jelšah

Ozadje:

Slovenija se še vedno sooča z nizko stopnjo prehranske samooskrbe in ne izkorišča svojih potencialov na področju potrošnje kmetijsko-živilskih proizvodov lokalnega izvora. Večji dostop do lokalne hrane je ključnega pomena za večjo prehransko samostojnost, ohranjanje in razvoj kmetij, nova zelena delovna mesta, varovanje okolja ter skrb za zdravje ljudi.

Z usklajenim in aktivnim sodelovanjem LAS-ov iz dveh statističnih regij na ukrepu LAS sodelovanje bomo prispevali k dvigu stopnje prehranske samooskrbe.

Operacija »Jem drugače – jem domače!« je usklajena z usmeritvami nacionalne politike na področju spodbujanja kratkih verig in lokalne samooskrbe in je skladna z Resolucijo o strateških usmeritvah razvoja slovenskega kmetijstva in živilstva do leta 2020 – »Zagotovimo.si hrano za jutri« ter s Programom razvoja podeželja 2014-2020. Aktivnosti operacije zasledujejo tudi cilje potrjenih Strategij lokalnega razvoja.

Kljub temu, da se zavedanje o pomenu lokalno pridelane hrane v zadnjih letih povečuje, menimo, da še vedno velik del prebivalstva kakovostni hrani iz neposredne bližine ne posveča dovolj pozornosti. Slabo sodelovanje, pomanjkanje organiziranega nastopa na trgu ter slaba prepoznavnost ponudnikov ob vedno hitrejšem tempu življenja usmerja potrošnike v velike trgovske centre, kjer je poreklo in kakovost blaga drugotnega pomena. V zadnjem času smo priča intenzivnim promocijskim kampanjam trgovskih centrov, s katerimi želijo prepričati potrošnike, da je pri njih vse domače, pri čemer je še vedno velika večina njihovega blaga tujega porekla in pogosto slabše kakovosti. Posledično se zmanjšuje obisk lokalnih tržnic, kar negativno vpliva na prodajo lokalnih ponudnikov.

Dejstvo je, da se ponudniki srečujejo z velikimi spremembami na trgu, ki pa jim velika večina ne uspe slediti. Prepričani smo, da bomo z usklajenim in celovitim sodelovanjem vključenih LAS-ov in ključnih deležnikov prispevali k večji ozaveščenosti lokalnega okolja, posledično k izboljšanju pogojev za prodajo lokalno pridelane hrane ter posredno vplivali na dvig lokalne samooskrbe in lokalne ekonomije. Vsak evro, porabljen lokalno, multiplikativno učinkuje na izboljšanje lokalne ekonomije ter vpliva na dvig standarda lokalnega prebivalstva.

CILJI OPERACIJE SODELOVANJA:

1. Povečati osveščenost otrok in njihovih staršev glede pomena lokalno pridelane hrane,
2. Povečati usposobljenost ponudnikov za uspešnejši nastop na trgu,
3. Povečati prepoznavnost lokalnih ponudnikov in njihove ponudbe,
4. Dvig zavesti ter spreminjanje nakupovalnih navad lokalnega prebivalstva.

CILNE SKUPINE V OKVIRU OPERACIJE SLODELOVANJA:

1. Otroci (v vrtcu, OŠ) ter njihovi starši.
2. Lokalni ponudniki.
3. Lokalno prebivalstvo.

Cilj 1: Povečati osveščenost otrok in njihovih staršev glede pomena lokalno pridelane hrane

Aktivnost 1.1: Dogodki osveščanja v vrtcih in osnovnih šolah ter vključevanje njihovih staršev:

Z izvedbo aktivnosti z otroki v vrtcih in OŠ se bomo približali njihovim staršem ter jih spodbudili, da tudi v domačem okolju posvetijo več časa pripravi hrane iz lokalnega okolja ter skupaj z otroki obišejo in nakupujejo na tržnicah v neposredni bližini doma. Na ta način bodo otroci spremljali in doživljali pomen lokalne hrane neposredno. Vsak LAS je pri tem izbral svoj pristop, odvisno od lokalnih značilnosti, že izvedenih operacij in večjega pričakovanega učinka izvedenih aktivnosti.

1. **Izbor vrtca, OŠ:** vsak LAS bo za svoje območje izbral šole in vrtce, kjer bo izvajal delavnice.
2. **Priprava dogodkov/delavnic za otroke v vrtcu, OŠ.** Pripravi se enoten koncept delavnic na območju LAS, ki se prilagodi ciljni skupini in območju.
3. **Aktivna vključitev staršev:** vsak LAS bo starše na srečanju (roditeljski sestanek ali drugo podobno srečanje) seznanil z vsebino, izvedeno z otroki. Z zastavljenim konceptom srečanja bo skušal opozoriti na problematiko lokalne samooskrbe, seznaniti starše z možnostmi ter pomenu nakupa lokalne hrane v lokalnem okolju. Hkrati bo skušal z njihove strani pridobiti povratne informacije o njihovih nakupnih navadah, motivih ter željah in potrebah njihove družine. Povratne informacije bodo koristne tako za nadgradnjo ponudbe v okviru lokalnih tržnic kot tudi podlaga in usmeritev za morebitne kasnejše vsebine tako v okviru LAS kot tudi morebitnega sodelovanja med LAS-i v prihodnje.

Cilj 2: Povečati usposobljenost ponudnikov za uspešnejši nastop na trgu

Aktivnost 2.1: Izvedba izobraževalnih modulov in individualnega svetovanja

Z operacijo želimo usposobiti ponudnike s potrebnimi znanji, veščinami, kompetencami za razvoj prepoznavne ponudbe območja. Vsak LAS bo izvedel postopek izbire ter izvedel izbor predvidoma 10 ponudnikov, katerim bo zagotovil usposabljanje ter individualno svetovanje na njihovem konkretnem primeru. Za ta namen smo oblikovali 4 vsebinske module, izmed katerih vsak LAS izbere vsaj 2 modula za izvedbo:

1. **modul: Oblikovanje vizualne podobe ponudnika (logo, promocijski material, embalaža)** pomoč oblikovalca pri vizualni predstavitvi ponudnika in podlaga za razvijanje blagovne znamke, v kolikor bo to potrebno.
2. **modul: Trženje/prodaja/promocija:** za doseganje dobrih rezultatov v prodaji je za vsakega ponudnika zelo pomembna opredelitev, kdo je ključna ciljna skupina, katere tržne poti bo uporabljal, kakšna je bistvena prednost, značilnost, posebnost njegovega produkta v primerjavi s konkurenčno ponudbo na trgu, prilagajanje produktov v ponudbi glede na podnebne spremembe (pregled portfelja obstoječih produktov glede na spremembe podnebja, uvajanje novih produktov, možnosti zaščite, nova, odpornejša semena ipd.). Del te vsebine je tudi ozaveščanje glede okoljske trajnosti (embalaža,

recikliranje, kratke dobavne verige, krajše transportne poti, zmanjšanje CO2 izpustov). Pred individualnim delom bo najprej izvedena skupna delavnica, kjer bo na primeru iz prakse predstavljen program modula, da bodo udeleženi ponudniki izvedeli, kaj od njih pričakujemo in kaj bo rezultat njihovega aktivnega dela. Ker bo priprava načrta trženja in akcijskega načrta vodena, bo ob individualnem delu ponudnik oba načrta postopoma gradil. Predavatelj bo na koncu oba načrta pregledal in ga po potrebi dopolnil.

Z različnimi delovnimi nalogami bodo ponudniki spoznali korake, ki jih morajo izvesti za učinkovito prodajo in promocijo.

3. **modul: Oblikovanje zgodbe:** Ponudniki znajo zelo dobro pridelati, predelati produkte. Današnji čas od ponudnikov zahteva, da se s svojo zgodbo ločijo od drugih ponudnikov in najdejo svoje mesto na trgu in pri potrošnikih. Pomagali jim bomo razvijati in predstaviti svojo zgodbo na lokalnim kupcem in turistom, zanimiv način.
4. **Modul: Javno nastopanje.** Po oblikovani zgodbi posameznega ponudnika bomo lokalne ponudnike naučili, kako zgodbo v javnosti učinkovito predstaviti. Delo z udeleženci bo predvsem praktično naravnano. Na začetku modula bo 2-urno uvodno predavanje o pomenu komunikacije na splošno. Temu bodo sledilo individualno svetovanje (3 srečanja po 1 uro) z veliko praktičnih vaj ter evalvacijo nastopa. Svetovanje bo vključevalo tudi razmislek o dodani vrednosti njihove ponudbe oz. izdelka. Zaključna naloga vsakega udeleženca bo pripravljena predstavitev njihove ponudbe. Nastop bomo posneli s kamero. Udeleženci bodo ob zaključku modula prejeli tudi kratko poročilo z napotki.

Cilj 3: Povečati prepoznavnost lokalnih ponudnikov in njihove ponudbe

Aktivnost 3.1: Dogodki na lokalnih tržnicah ter ogledi dobrih praks

LAS-i bodo v sodelovanju z lokalnimi ponudniki izvajali različne aktivnosti za promocijo lokalne hrane. Le-te bodo potekale na lokalnih tržnicah in/ali v okviru dogodkov in prireditve na območju LAS, z namenom, da potrošniki pogosteje obiščejo lokalne tržnice ter prireditve in kupujejo različno lokalno hrano.

Na lokalnih tržnicah/dogodkih bomo LAS-i izvajali predstavitev ponudnikov iz drugih LAS ter predstavitev operacije. Stojnico bomo opremili s promocijskim materialom ter izvajali predstavitev (npr. »kolo zdravja«).

Dodatno bosta z namenom izmenjave dobrih praks vsaj 2 LAS-a na svojem območju organizirala ogled dobrih praks, v okviru katerih bodo lahko ponudniki oz. predstavniki iz drugih LAS izmenjali svoje izkušnje, poglede in rešitve glede skupnih izzivov. Rezultate in možne rešitve bomo predstavili na zaključnem posvetu ob zaključku operacije.

Aktivnost 3.2: Izdelava e-kataloga ponudnikov

Vsak LAS bo izdelal e-katalog ponudnikov na svojem območju. Podatki vseh ponudnikov bodo nato združeni in objavljeni na spletni strani vseh partnerjev.

Cilj 4: Dvig zavesti ter spreminjanje nakupovalnih navad lokalnega prebivalstva

Aktivnosti so organizirane s ciljem osveščati, izobraziti potrošnike, da so pri nakupu hrane pozorni kakšno hrano kupujejo, od kod prihaja. V preteklosti smo potrošniki del hrane kupovali na tržnicah ali direktno na kmetijah. V zadnjih 20-ih letih so se razširili nakupovalni centri, ki z intenzivno in kontinuirano promocijo vabijo potrošnike k nakupu. Zavedajo se, da potrošniki vedno bolj iščejo slovensko lokalno pridelano hrano, zato so tudi promocijo in prodajne kotičke oblikovali za ta namen. Treba je poudariti, da gre za manjši del ponudbe v teh centrih, v določenih primerih pa prihaja tudi do zavajanja kupcev (npr. slovensko poreklo, slovenski proizvod).

4.1: promocijske aktivnosti

- Skupni načrt promocije, prilagojen na vsakem območju LAS-a, sodelovanje z mediji in priprava tekstov za medije: lokalni, regionalni (radio, tisk, TV, FB strani).
- Izdelava celostne grafične podobe – CGP: logotip, dopis, PPT prezentacija, plakat, zloženka, beach flag, oglas (Vsi partnerji uporabljajo CGP pri vseh aktivnostih povezanih z operacijo; izbran slogan in logo za operacijo: Jem drugače – jem domače!)
- Izdelava promocijskih materialov: plakati, zloženke, beach flag kolo sreče, majice s tiskom, papirnata nosilna vrečka, prti za stojnice-
- 2 novinarski konferenci: Novinarska konferenca na začetku operacije, predvidoma na območju TOTI LAS, ter druga novinarska konferenca v povezavi s posvetom na zaključku operacije (ob nekem že uveljavljenem dogodku), kjer se prav tako predstavijo dobre prakse v okviru operacije (vsak LAS izbere en primer dobre prakse in ga na posvetu predstavi).
- Facebook profil operacije: vsak LAS, ena oseba administrator, ki objavlja vsebino na FB.
- Objave na spletnih straneh partnerjev, vsak partner odpre podstran za operacijo.
- Izdelava promocijsko – animacijskega filmčka.

REZULTATI OPERACIJE:

- Izvedene delavnice z otroki in starši, preko katerih je povečana osveščenost otrok in njihovih staršev o pomenu lokalne hrane.
- 50 ponudnikov opolnomočenih za bolj profesionalen, lažji, učinkovitejši nastop na trgu.
- Izvedeni dogodki na tržnicah in izvedeni ogledi dobrih praks.
- Pripravljen in objavljen e-katalog ponudnikov.
- Izdelan skupen promocijski načrt.
- Izvedeni novinarski konferenci.
- Izdelan promocijski material.
- Objavljeni članki, intervjuji, objave v medijih.
- Širjenje rezultatov projekta preko socialnih omrežij (projektne FCB profil in na zasebnih profilih partnerskih organizacij) ter spletnih straneh partnerjev.

KAZALNIKI OPERACIJE:

	TOTI LAS	LAS LASTO VICA	LAS DOBRO ZA NAS	LAS BOGASTVO PODEŽELJA	LAS OBSOTELJE IN KOZJANSKO	Skupaj
Aktivnost 1.1. Dogodki osveščanja v vrtcih in osnovnih šolah ter vključevanje njihovih staršev						
Število vrtcev in šol, kjer bodo izvedene delavnice	6	6	1	8	10	31
Število delavnic	6	6	14	16	10	52
Število vključenih otrok	120	120	110	200	180	730
Število izvedenih delavnic za starše	6	6	0	0	0	12
Število vključenih staršev	70	70	0	0	0	140
Aktivnost 2.1: Izvedba izobraževalnih modulov in individualnega svetovanja						
Število izvedenih modulov	3	3	2	4	3	15
Število vključenih ponudnikov z izdelanimi akcijskimi načrti	10	10	10	10	10	50
Aktivnost 3.1: Dogodki na lokalnih tržnicah ter ogledi dobrih praks						
Dogodki (interni) na lokalnih tržnicah/ lokalnih dogodkih v organizaciji LAS	1	2	1	1	2	7
Organiziran obisk iz drugih LAS na lokalnih dogodkih	1	1	1	1	1	5
Organizacija ogleda dobrih praks	0	0	0	1	1	2
Udeležba na ogledu dobrih praks	2	2	2	2	2	10
Kolo zdravja	0	1	1	1	0	3
Prti za stojnice	5	7	10	10	0	32
Aktivnost 3.2: Izdelava e-kataloga ponudnikov						
na spletni strani objavljen e-katalog	1	1	1	1	1	5
Aktivnost 4.1: promocijske aktivnosti						
Skupna celostna podoba operacije	1					1
Plakati	25	25	25	25	20	120
Zloženska – trodelna enostranski tisk	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
Beach-flag	1	1	1	1	1	5
Majice s tiskom – otroci	150	160	120	200	50	680
Majice s tiskom – odrasli	40	50	30	50	20	190

Papirnate vrečke	400	500	500	500	300	2.200
Promocijski letak dvostranski	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
Novinarska konferenca	1	0	0	0	0	1
Novinarska konferenca s posvetom	1	0	0	0	0	1
FB profil operacije	1					1
Spletne podstrani pri partnerjih	1	1	1	1	1	5
Izdelava animacijsko promocijskega filmčka	0	0	0	1	0	1
Število objav v medijih*	6	6	6	10	6	34

*spletne podstrani partnerjev, spletne strani občin vključenega območja...

Prispevek k doseganju ciljev SLR - v Prilogi 1 k temu dokumentu

Prispevek k doseganju horizontalnih ciljev

Blaženje podnebnih sprememb: Z operacijo podpiramo trajnostni razvoj podeželja, predvsem trajnostno kmetijstvo, ki je odvisno od podnebnih sprememb. V okviru operacije skušamo spodbujati lokalno proizvodnjo in potrošnjo, kratke dobavne verige, posredno pa tudi ohranjanje kulturne krajine. Operacija zasleduje dva cilja in sicer: zmanjšanje emisij iz kmetijstva in krepitev lokalne samooskrbe, spodbujanje skupnega trženja s prednostno obravnavo izdelkov lokalnega porekla.

Okoljska trajnost: Z operacijo skušamo spodbuditi lokalno pridelavo in potrošnjo, kar posledično pomeni manj transportnih poti in manj izpušnih plinov v okolje, kar ima neposreden vpliv na izboljšanje stanja okolja, dolgoročno pa to pozitivno vpliva tudi na podnebne spremembe. Z vzpostavitvijo kratkih dobavnih verig se zmanjšajo emisije toplogrednih plinov v zrak, zaradi krajših razdalj med proizvajalcem in potrošnikom, ohranja se krajina, kvaliteta življenja, ter posledično tudi vitalnost podeželja.

Inovativnost: Z operacijo uvajamo nov pristop pri usposabljanju ponudnikov. Z izvedbo modulov bomo izvajali nove, prilagojene vsebine: individualni načrt trženja, oblikovanje zgodbe ponudnika, krepitev veščine javnega nastopanja, izboljšanje zunanje podobe ponudnikov. Navedenih aktivnosti na območju toliko LAS-a v načrtovani obliki še nismo izvajali. Celosten pristop obravnave je novost, ki lahko na dolgi rok daje odlične rezultate in se lahko kot primer dobre prakse prenaša tudi na druga območja.

Enakost med spoloma: Z operacijo skušamo vplivati na lokalno ekonomijo, vključno s stanjem brezposelnosti na podeželju. V SLR smo ugotovili, da je na podeželju več brezposelnih (starejših) žensk, zato bomo skozi aktivnosti operacije skušali poiskati več možnosti za vključevanje te ranljive kategorije. Skozi module jim bo omogočen dostop do novih znanj.

Vključevanje ranljivih ciljnih skupin: Pri izvedbi aktivnosti operacije se bomo posebej osredotočili na več ranljivih ciljnih skupin: mladi (otroci iz vrtcev in šol), ženske, starejše in brezposelne. S projektom želimo namreč vzpostaviti tudi medgeneracijsko vez, ki se je v zadnjem obdobju precej skrhalo. V bistvu bomo s projektom poskušali vzpostaviti način vključevanja mladih, žensk in drugih ranljivih skupin v družbeno življenje, s tem mislimo na otroke iz socialno ogroženih družin, njihove starše, tudi brezposelne ter starejše z nizkimi dohodki. Z aktivnostmi v okviru projekta bomo vzpostavili neposredno povezovanje z ranljivimi skupinami.

- Mladi – šolsko in predšolsko mladino bomo nagovorili o pomenu lokalno pridelane hrane in jih tako ozavestili o pomembnosti kupovanja in pridelovanja lokalne hrane.

- Ženske in brezposelni – s povabilom ponudnikov in potencialnih ponudnikov k oblikovanju celovitega načrta za povečanje usposobljenosti ponudnikov za uspešnejši nastop na trgu, bomo vzpostavili pogoje za lažjo vključitev omenjenih ciljnih skupin na trg dela.
- Posredno starejši – starejši bodo s prenosom dobrih praks kmetovanja in ozaveščanja o pomenu lokalno pridelane/predelane hrane aktivno sooblikovali projektne aktivnosti.

Vključenost partnerjev: V operacijo je vključenih 5 partnerjev, ki so podpisali pogodbo o sodelovanju: TOTI LAS (nosilec operacije), LAS Lastovica, LAS Dobro za nas, LAS Bogastvo podeželja, LAS Obsotelje in Kozjansko. Štirje LAS-i so iz Podravja, en iz Savinjske regije. Vsi LAS-i skupaj pokrivajo območje s 22 občinami iz območja Slovenije.

Finančna porazdelitev stroškov med partnerji je dokaj sorazmerna. Vsak LAS prevzame stroške, ki se nanašajo na izvedbo na njegovem območju. Za pridobitev ugodnih ponudb smo se poenotili tudi pri izboru podizvajalcev.

Porazdelitev aktivnosti med partnerji je sorazmerna. Vsi LAS-i bodo izvajali vse vsebine, pri čemer bodo izhajali iz lokalnih značilnosti, pristope medsebojno usklajevali in jih izvedli ustrezno prilagojene. Z uskladitvijo vsebine operacije partnerji krepimo zmogljivost posameznega LAS-a ter vseh LAS-ov skupaj.

Vpliv na območje LAS

Vpliv operacije na gospodarsko rast območja LAS: Pričakujemo, da bomo z izvajanjem aktivnosti v okviru operacije pozitivno vplivali na gospodarsko rast območja. Praksa iz drugih okolij nam kaže, da ima krepitev lokalnega gospodarstva multiplikativne učinke: vsak evro, porabljen lokalno, multiplikativno vpliva na ostale sektorje gospodarstva. Pričakujemo, da bo nakup lokalne hrane in drugih lokalnih produktov imel spodbujevalni učinek na lokalno ekonomijo. V bistvu želimo s projektom spodbuditi »lokalno krožno gospodarstvo«, kar bo na dolgi rok prispevalo k boljši kakovosti življenja na obravnavanem območju.

Pozitiven vpliv na promocijo in prepoznavnost LAS: V okviru operacije je velik poudarek na promociji, saj je le-ta rdeča nit celotne operacije in hkrati področje, ki je bilo na nivoju LAS v preteklosti premalo poudarjeno. Pri promociji bomo promovirali predvsem aktivnosti operacije, hkrati pa pričakujemo pozitiven vpliv na prepoznavnost LAS na lokalnem območju. Promocija bo izvedena širše, kar pomeni, da bodo LAS-i postali bolj prepoznavani na celotnem območju, ki ga zaobjema ta operacija sodelovanja.

Skupen nastop proizvajalcev na trgu: Za vsak dogodek bo za ponudnike organiziran skupen nastop na trgu, kjer bodo imeli tudi možnost prodaje svojih produktov, torej bomo zanje ponudili vzpostavljane novih kanalov prodaje, ki jih bodo lahko uporabili skupaj ali pa posamično. Nujno je namreč, da sami prepoznajo prednosti skupnega nastopa na trgu in se zanj zavestno odločijo.

Povezovanje ponudnikov: V okviru operacije si bomo prizadevali za ustvarjanje novih povezav in mrež med proizvajalci. Pričakujemo, da se bodo le-te oblikovale že v okviru modulov usposabljanja in svetovanja, še bolj pa se bodo te povezave utrdile v okviru dogodkov, aktivnosti na tržnicah ter medsebojnih izmenjav ter ogledov dobrih praks. Ponudnike bomo povezali tako znotraj posameznega LAS-a, kot med vsemi LAS-i.

Trajnostno upravljanje naravne in kulturne dediščine: V okviru modulov usposabljanja in svetovanja imamo vsi velik poudarek na kreiranju zgodb. Nepogrešljiv del zgodb so tradicionalni načini predelave in predelave hrane (stare sorte, avtohtona semena, lokalno tipični produkti, kuhinja naših babic). Vse to predstavlja kulturno dediščino vključenih območij.

Prenos dobrih praks:

V vsakem LAS-u imamo primere dobrih praks lokalnih ponudnikov, pa tudi primere dobrih praks izvajanja promocijskih in drugih aktivnosti na nivoju LAS. Omenjene primere dobrih praks bomo izpostavili v okviru zaključnih srečanj izobraževalnih modulov, organizirali ekskurzijo udeležencev iz drugih LAS-ov (izvajalci aktivnosti, lokalni ponudniki), prav tako pa bomo primere dobrih praks v okviru operacije sodelovanja izpostavili na zaključnem posvetu. S tem bomo spodbudili tudi mreženje med ponudniki ter prenos znanja in izkušenj med ponudniki. Z izvajanjem prenosa dobrih praks ter z izkušnjami in znanjem iz preteklih operacij ter obstoječega, bomo vključeni LAS-i okrepili svoje zmogljivosti ter pridobili potrebno poznavanje področja za pripravo operacij v prihodnje.

ZAKLJUČEK

Operacijo bomo izvajali eno leto, zato je zelo pomembno, da je naša ciljna skupina skrbno izbrana in da se vse aktivnosti izvajajo sistematično in z merljivimi kazalniki. S povezavo petih LAS-ov iz Podravske in Savinjske regije se je povečalo območje delovanja in učinkov aktivnosti operacije. Glede na to, da sta glavna cilja operacije sodelovanja osveščanje lokalnega prebivalstva in opolnomočenje lokalnih ponudnikov, bomo proti koncu operacije izvedli njeno evalvacijo aktivnosti in vključenih deležnikov. Doseženi rezultati bodo dobra podlaga za oblikovanje morebitnih novih operacij v prihodnosti. V okviru operacije bomo na podlagi identificiranih potreb območja izvajali konkretne aktivnosti s konkretnimi deležniki, zato pričakujemo dobre rezultate in zadovoljstvo vseh posameznih ciljnih skupin.

Izdelani moduli za izobraževanje, e-katalog s predstavitvijo lokalnih ponudnikov po posameznih LAS-ih, opolnomočeni ponudniki ter ozaveščeni prebivalci bodo omogočali in zagotavljali trajnost operacije tudi po njenem zaključku.