

OŠ Bovec Trg golobarskih žrtev 17 5230 Bovec



# OKUSI KANIN

## prehranski spominek

33. festival TURIZMU POMAGA LASTNA GLAVA  
Turistični spominek mojega kraja



**Mentorica: Nataša Bartol**  
**Bovec, šolsko leto 2018/19**

Avtorji: Eva Flajs, 7. razred, Maša Komac, 7. razred, Taniša Močnik, 5. razred,  
Nina Komac, 5. razred, Vita Sofija Stakolič, 5. razred

## ZAHVALA

Za izpeljavo našega projekta smo letos rabili veliko zunanje pomoči in prav vsakemu posebej smo iz srca hvaležni. Vsak nam je dal nepozabne izkušnje in obilo novih znanj in izkušenj.

Zahvaljujemo se zunanjim sodelavcem (po priimkih po abecednem vrstnem redu) Žigu Bartolu, Janiju Kravanji, Gregorju Mavriču, Žarku Mlekužu, Tomažu Sovdatu ter ekipi Sončnega Kanina.

Zahvaljujemo se tudi upokojeni učiteljici slovenskega jezika Slavici Mlekuž, da nam je popravila slovnične napake.

Zahvaljujemo se tudi staršem in sorodnikom, ki so nas spodbujali, stali ob strani in opravili marsikatero uslugo, da nam je uspelo zaključiti projektno nalogo.

## POVZETEK

V naši projektni nalogi, ki smo jo izdelali učenci OŠ Bovec oz. člani turističnega krožka skupaj z mentorico Natašo Bartol in zunanjimi sodelavci, smo predstavili, kako smo prišli do ideje za prehranski spominek oz. turistični produkt OKUSI KANIN, ki vsebuje sladico *Kaninski vrh* ter *Kaninski paket*. Kakšen spominek to je, komu je namenjen, kako izgleda, kdo sodeluje pri oblikovanju le-tega smo navedli skozi štiri poglavja projektne naloge.

V prvem poglavju smo predstavili našo idejo prehranskega spominka ter vizijo in cilje, ki so plod naših iskanj. V II. poglavju smo zapisali zgodovino sladice, ki jo predstavljamo v naši nalogi, potek našega dela in nastanek ideje. Turistični produkt je podrobneje prikazan v III. poglavju. Tržni načrt, pri katerem smo rabili strokovno pomoč, smo predstavili v IV. poglavju.

V prilogi smo vložili gradiva, ki smo jih uporabili pri našem delu, od ankete, objave natečaja za najboljši turistični spominek za gorsko središče Kanin, tržni načrt, ki ga je pripravil Žarko Mlekuž, do zgodbice za tiskani del spominka.

Iskreno bomo priznali, da je bil začetek zelo težaven, saj je bilo težko razumeti pravila za dober in kvaliteten spominek, ne da bi pomotoma izbrali spominek »nabiralca prahu«. Težko smo izbrali eno skupno idejo. Na eni strani je bilo enostavno osredotočiti se na spominek za točno določeno destinacijo, a hkrati razmišljati tako, da bi takšen spominek bil zanimiv za širšo skupino ljudi. To je bil za nas velik izziv.



## KAZALO

ZAHVALA .....	2
POVZETEK .....	2
KAZALO .....	3
UVOD .....	4
I. NAŠA VIZIJA IN CILJ ZA PREHRANSKI SPOMINEK .....	5
OD SLADICE DO ZGODBE KANINSKI VRH IN KANINSKI PAKET .....	5
II. NAŠA POT DO KANINSKEGA VRHA- RAZISKOVANJE .....	6
ZAČETKI SO NAVADNO TEŽKI .....	6
SPOMINKI KANINA V PRETEKLOSTI .....	7
DALI SMO POBUDO JZSK ZA NATEČAJ .....	8
POISKALI SMO ZGODOVINO SLADICE .....	8
SPEKLI SLADICO Z GREGORJEM MAVRIČEM .....	9
SODELOVANJE S TOMAŽEM SOVDATOM .....	10
DELAVNICA Z OBLIKOVALCEM ŽIGOM BARTOLOM .....	11
ANALIZA STANJA .....	12
Anketa .....	12
Spominki v Bovcu .....	12
III. TURISTIČNI PRODUKT .....	13
PODOBA SLADICE IN SPOMINKA KANINSKI PAKET .....	13
EMBALAŽA .....	13
OD IDEJE DO REALIZACIJE .....	14
TRŽNI PROSTOR .....	14
PROCES DELA ZA IZDELAVO SPOMINKA IN NJENE VSEBINE .....	14
IV. TRŽNI NAČRT .....	15
ZAKAJ NA KANIN NA KANINSKI VRH .....	15
PRILOŽNOSTI ZA TRŽENJE .....	16
SODELOVANJE KLJUČNIH ELEMENTOV ZA NASTANEK TURISTIČNEGA PRODUKTA .....	17
SWOT ANALIZA .....	17
PODOBA ZA PROMOCIJSKI MATERIAL .....	19
Kaj smo se naučili? .....	20
ZAKLJUČEK .....	20
VIRI .....	21
PRILOGE .....	22



## UVOD

Namen projektne naloge je predstaviti našo idejo spominka v kategoriji prehranski spominek. Pri turističnem krožku smo idejo za prehranski spominek izdelali za gorsko središče Kanin oz. Javni zavod Sončni Kanin (v nadaljevanju: JZSK), ki bi lahko z našo idejo obogatil svojo kulinarično in spominkarsko ponudbo.

Posvetili smo se sladici Kaninski vrh, ki je nekoč že obstajala, a se ne trži več. Idejo smo oblikovali za restavracijo Prestreljenik na Kaninu, ki velja za najvišje ležečo restavracijo, in se nahaja na 2202 m nmv. Idejo za sladico smo obogatili z zgodbo, lokalnimi sestavinami in drugačno podobo. Tako smo prišli do kombiniranega spominka: *sladice Kaninski vrh in Kaninski paket*.

Da smo lahko oblikovali celotno idejo, smo proučili že obstoječo sladico. Sladico Kaninski vrh smo spekli z Gregorjem Mavričem, nekdanjim direktorjem hotela Alp, ki je tudi hranitelj originalnega recepta. Posvetovali smo se z vrhunskim kuharjem Tomažem Sovdatom, ki je v originalnem receptu zamenjal nekaj sestavin z bolj naravnimi, lokalnimi sestavinami ter nam podal nekaj idej, kako se lahko sladico postreže. Spoznali smo oblikovalca, dizajnerja Janija Kravanja, ki nam je predstavil idejo maskote- zajčka, ki jo je nekoč oblikoval za športni center Kanin. Žarko Mlekuž nam je pomagal pri tržnem načrtu. Prav lepo in ustvarjalno je bilo z Žigom Bartolom, s katerim smo oblikovali likovno podobo za naš projekt oz. idejo prehranskega spominka.

Naš turistični produkt smo poimenovali OKUSI KANIN. Beseda OKUSI je v glagolskem načinu.



Slika 1 Fotografija iz arhiva JZ Sončni Kanin



## I. NAŠA VIZIJA IN CILJ ZA PREHRANSKI SPOMINEK

### OD SLADICE DO ZGODBE OKUSI KANIN



Z novim, delno spremenjenim receptom in izgledom ter načinom postrežbe sladice Kaninski vrh želimo navdušiti najprej JZSK, da bi to idejo prepoznal kot priložnost za dodatno ponudbo in z njo promoviral ne le najvišje slovensko smučišče pač pa tudi svojo izjemno točko- najvišje ležečo restavracijo v Sloveniji. Verjamemo pa, da bi mnogi obiskovalci Kanina radi ponesli spominek domov zase, za svoje sorodnike, prijatelje, sodelavce... Na vsak način želimo vse posebnosti Kanina in njegove okolice primerno vključiti v našo idejo spominka. Zato smo se domislili, da pripravimo turistični produkt oz. dva paketa **OKUSI KANIN**. Beseda okusi je v glagolski obliki in v tej besedni zvezi pomeni z okusom doživi Kanin (I feel Slovenia).



## II. NAŠA POT DO KANINSKEGA VRHA- RAZISKOVANJE

### ZAČETKI SO NAVADNO TEŽKI

V preteklosti smo pri krožku že izdelali cel nabor spominkov pod imenom W'ca z Bca, ki je leta 2013 postala zaščitena blagovna znamka pri LTO Bovec. Med druge spominke, ki smo jih še izdelali v okviru različnih nalog, lahko naštejemo Koledar za leto 2003 »So bili in so veliki ljudje na Bovškem«, namizno igro »W'ca ne jezi se«, spominski koledar »Svitnjak«. Za TNP smo izdelali celovito idejo za družinsko namizno igro »TNP- Spoštovati Tradicijo, doživljati Naravo, razumeti Park«.

Tokrat smo se želeli preizkusiti v kulinariki, še posebej ker bo leta 2021 Slovenija Evropska gastronomska regija 2021.<sup>1</sup>

V šolskem letu 1999/2000 je turistični krožek popisal bovške jedi za potrebe 14. festivala TPLG. Lokalnim ponudnikom gostinskih storitev s(m)o predlagali, da v svojo ponudbo vnesejo bovške jedi, saj je takrat bilo možno nekaj bovških jedi okusiti le na prireditvah (Kmečke igre, Čomparska noč, Trentarski senjem). Gostinci so naš predlog sprejeli skeptično. Razveseljivo pa je dejstvo, da je opazen napredek na tem področju od takrat. Opazen je porast tako v ovčereji in sirarstvu, kot tudi v ponudbi bovških jedi. Zahvala gre predvsem Društvu Od ovce do izdelka in projektnim nalogam PRC-ja, kjer so izvedli več aktivnosti (knjižica Nabor starih receptov, več kuharskih delavnic, prikazi priprave jedi na dogodkih, poskusi novih različicah jedi). Leta 2014 pa je LTO Bovec pripravil dokumentacijo za registracijo sladice bovški krafi v Register nesnovne kulturne dediščine Slovenije.<sup>2</sup>

Spomnili smo se sladice, ki se je nekoč prodajala v hotelih- KANINSKI VRH. Danes se ta ne trži več, predvsem zato, ker podjetja, ki je pričelo z izdelavo in prodajo te sladice, ni več. Ocenili smo, da bi pravi ponudnik te sladice lahko bilo ponovno odprto smučišče Kanin oz. Javni zavod SONČNI KANIN ( v nadaljevanju JZSK). Zato smo se povezali z JZSK. Na našo pobudo je ta objavil natečaj za najboljši turistični spominek za gorsko središče Kanin.

---

<sup>1</sup>[http://www.mkgp.gov.si/si/delovna\\_podrocja/promocija\\_lokalne\\_hrane/evropska\\_gastronomska\\_regija\\_2021/](http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/promocija_lokalne_hrane/evropska_gastronomska_regija_2021/)

<sup>2</sup> <http://www.nesovnadediscina.si/sl/priprava-bovskih-krafov>



## SPOMINKI KANINA V PRETEKLOSTI

Iskali smo spominke, ki so se nekoč tržili za Kanin. Žal jih nismo našli veliko, le nekaj razglednic in značk. Zvedeli pa smo, da je Jani Kravanja, po poklicu oblikovalec, v istem času, kot je nastala sladica Kaninski vrh, izdelal simpatično maskoto za Kanin. To je zajček. Janijev radoživi in energetski zajček nam je bil takoj všeč. Zaupal nam je, kako je ta maskota nastala. Kanin v nekaj germanskih in romanskih jezikih pomeni *zajec* in v tistih letih je na Bovško prihajalo veliko mičnih turistk iz Skandinavije, oblečenih v skandinavske tradicionalne vzorce. Ta skandinavski vzorec mu je bil navdih, da je zajčka smučarja odel v oblačila po teh vzorcih. Tako so nastali še drugi zajčki (kajakaš, tenisač, kegljač, ...) Prav rad nam je pokazal svoje izdelke in nam je bila njegova ideja zelo všeč, tako zelo, da bi jo radi uporabili tudi v svoji projektni nalogi.

Prepričani smo, da bi našli kaj več, če bi več časa iskali. Naš čas iskanja je bil omejen na rok oddaje projektne naloge.



Slika 2 Maskota zajčka Kanin, avtor Jani Kravanja



Slika 3 T-shirt majica z maskoto Kanina iz osemdesetih let, avtor: Jani Kravanja

## DALI SMO POBUDO JZSK ZA NATEČAJ

Člani turističnega krožka so leta 2002 dali pobudo Turističnemu društvu Bovec za razpis natečaja za najboljši bovški turistični spominek (glej priloga 1). Tudi člani krožka so sodelovali z naborom spominkov W'ca z B'ca, ki so jih pripravili za razstavo in sprva niso bili predmet natečaja, a je ocenjevalni komisiji z dr. Janezom Bogatajem na čelu bila naša ideja o imenu spominka tako všeč, da so tudi naše spominke uvrstili v natečaj in tako s(m)o si delili 2. mesto. Danes je »W'ca z B'ca« zaščiten blagovna znamka.

Iz preteklih izkušenj smo tokrat dali pobudo JZSK, da razpiše natečaj. Razpisali so natečaj za najboljši turistični spominek za gorski center Kanin.<sup>3</sup> (glej priloga 2)

Rezultat natečaja: na natečaj se je prijavil samo en kandidat, ki pa je izdelal spominek, ki ni ustrezal merilom natečaja.



Slika 4 Primer spominka, ki je sodeloval na natečaju za najboljši turistični spominek za gorski center Kanin

## POISKALI SMO ZGODOVINO SLADICE



V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je takratni vodja strežbe, zdaj pokojni, Karlo Kuk, ki je občasno hodil v Gozd Martuljek na sladico z imenom špikov vrh.<sup>4</sup> Ta sladica mu je bila tako všeč, da jo je hotel prinesiti v Bovec. S svojimi sodelavci so se skupaj odpravili v Gozd Martuljek, v Gostilno Špik, da bi pridobili recept prej omenjene sladice. Recept so dobili, obliko in sestavine so delno spremenili ter sladici dali ime *KANINSKI VRH*.

Slika 5 Kaninski vrh

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/events/368627007223911/>

<sup>4</sup> <https://www.kulinarika.net/recepti/5488/sladice/spikov-vrh/>

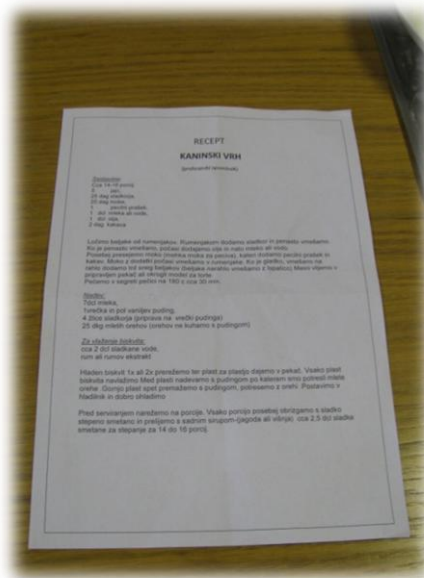


## SPEKLI SLADICO Z GREGORJEM MAVRIČEM

Gregor Mavrič (v nadaljevanju: Gorči) je upokojenec, ki je bil nekoč vodja hotela Alp in poklicni kuhar, pa tudi nekdanji sodelavec prej omenjenega vodje strežbe Karla Kuka.. Gorči je imel shranjen originalni recept (glej priloga št. 3) in z njim smo po receptu spekli sladico kaninski vrh v prostorih PUC Bovec (prostor Posoškega razvojnega centra).



Slika 5 Priprava sladice Kaninski vrh z Gorčijem



Slika 6 Originalni recept za Kaninski vrh

Za pripravo sladice smo nabavili sestavine (v vrednosti približno 18€), pripravili pripomočke za peko, za pripravo in peko sladice smo porabili uro in pol ter tako dobili 14 porcij sladice kaninski vrh.



Slika 7 Priprava sladice Kaninski vrh z Gorčijem

## SODELOVANJE S TOMAŽEM SOVDATOM

Želeli smo sladici dodati več lokalnih sestavin, kot jih narekuje originalni recept. Poigrali smo se z večimi idejami, med njimi z idejo uporabe medu, ovčje skute, čilija, ipd. Za naše ideje smo rabili strokovno pomoč, zato smo se obrnili na vrhunskega kuharja Tomaža Sovdata (v nadaljevanju: Tomaž). Tomaž je poklicni kuhar, ki ga najdemo v hotelu Dobra vila v Bovcu pa tudi na mnogih drugih dogodkih z visoko kulinariko. Poprosili smo ga, da originalni recept Kaninskega vrha s svojim znanjem nadgradi. Tomaž nam je pripravil svojo različico Kaninskega vrha, ki je bil neprimerno okusnejši in bolj »reprezentančen« od originalne različice. Kljub novi obliki in rahlo spremenjenemu receptu smo še vedno ohranili ime Kaninski vrh. V samem receptu smo zamenjali umetne sestavine z naravnimi in lokalno pridelanimi, tako olje z maslom, puding z naravno kremo, z mlekom iz okolice, sadnim prelivom iz sezonskega sadja. Čas priprave je enak času priprave kot v originalnem receptu. Čas priprave se delno podaljša le zaradi postopka polnjenja steklenih kozarcev.

Tomaž nam je predstavil dve različici postrežbe sladice. Prvi primer je v okroglih plastičnih posodicah ustrezen za posebne dogodke- evente, drugi primer sladice v kozarcu s potiskanim pokrovom postavljenim na posebnem stiliziranem keramičnem ali lesenem krožniku skupaj z žličko pa je primeren za vsakodnevno uporabo.

S skupnimi močmi smo idejo še dodelali, tako da smo dodali še dve keramični žlici, ki služita kot posodi (ena z medom, druga s prelivom iz sezonskega sadja).



Slika 8 in 9 Tomaževe ideje postrežbe sladice Kaninski vrh

## DELAVNICA Z OBLIKOVALCEM ŽIGOM BARTOLOM

Zelo dobro se zavedamo, da je oblika našega produkta obraz in odraz produkta, zato je zelo pomembno, kaj sporoča, kakšen izgled ima, ali je privlačen. Pri prvih poskusih nam ni šlo najbolje, zato smo se obrnili na Žigo Bartola (v nadaljevanju: Žiga), ki za JZSK izdeluje promocijski material, likovno podobo za potrebe JZSK. Žiga je tudi bivši član turističnega krožka in oblikovalec vrsto izdelkov, ki so nastali pod okriljem krožka in Sekcije mladih TD Bovec.

Najprej nam je predstavil celotno podobo blagovne znamke. Tako tudi logotip, ki ga uporablja JZSK. Barvna lestvica je zapovedana, to je oranžna, bela in modra barva. Zato smo tudi mi narisali nekaj vzorcev za naš spominek v enaki barvni lestvici.



Slika 10 Logotip za gorski center Kanin

Naš vzorec predstavljamo v naši nalogi in ga bomo uporabili tudi na tržnici na 33. Festivalu Turizmu pomaga lastna glava.



Slika 11 logotip za turistični produkt OKUSI KANIN, avtor Žiga Bartol, na osnovi vzorca, ki je nastal pri uri turističnega krožka



Upamo, da bo všeč tudi JZSK.



## ANALIZA STANJA

### Anketa

Pripravili smo anketo (glej prilogo št. 3), v kateri smo povprašali, če so anketiranci že kdaj kupili spominke na Kaninu, kakšen spominek bi kupili, za koga bi ga kupili, kakšne spominke imajo radi, koliko bi bili pripravljeni plačati zanj, kakšno sporočilo naj nosi spominek za gorsko središče Kanin in če poznajo kakšno posebnost Kanina, ki bi jo želeli deliti z nami.

V anketah smo zvedeli, da velika večina nima spominka iz Kanina (38 oseb od 41). Na vprašanje, kakšen spominek bi kupili, smo dobili sledeče odgovore: uporaben, unikatni, majhen, iz naravnih materialov, magnet, spominek s podobo Prestreljeniškega okna, izviren, zbirateljski spominek, majico, ... Spominka 8 anketirancev sploh ne bi kupili, 24 bi jih kupilo za druge, 14 zase, 2 zase in za druge. Na vprašanje kakšne spominke imajo radi, smo dobili za uporabne spominke 18 odgovorov, za doživljajske spominke 10 odgovorov, za tiskovine 5 odgovorov, za kulinariko 17 odgovorov, za zbirateljske spominke 19 odgovorov in 5 odgovorov, da jim spominki sploh niso všeč. Zanimiv odgovor na zadnje vprašanje pa nam je bil, da je anketirancu najboljši spominek smučanje na Kaninu. Na vprašanje, koliko bi plačali za spominek, pa je 8 odgovorov, da do 5EUR, 17 odgovorov do 10 EUR, 3 odgovori do 15EUR, 6 odgovorov do 20EUR, 8 odgovorov od 25EUR do 100EUR. Na vprašanje, kakšno sporočilo mora nositi spominek za gorsko središče Kanin, so odgovarjali: sneg, visokogorje, najvišje smučišče, lepota gora, najlepši razgled, Bovška kotlina, outdoor visokogorski center, mora imeti dušo, Prestreljenik, mirno, izjemno, bližina sonca, wca z bca, smučanje, Kras, kozorog, gorništvo, svizec. Kot posebnost Kanina pa so anketiranci izpostavili: visokogorski Kras, Prestreljenik, naravni sneg, veter, freeride, jame, razgled za dušo, ferata, gorsko kolesarjenje, bližina sonca. V zadnjem vprašanju, kaj bi želeli deliti z nami, so nam predlagali oz. svetovali: majčke za vse z napisom Sončni Kanin, pogumno naprej, organizacija dogodka na Kaninu.

Na anketo je odgovorilo 27 žensk in 14 moških.

### Spominki v Bovcu

Obiskali smo vse prodajalne v Bovcu, kjer smo si ogledali spominke. Ogledali smo si vrste spominkov, cene, embalaže, v katerih je možno kupiti spominke. Pozorni smo bili predvsem na prehranske spominke in spominke za Kanin. Manevrskega prostora za nove, unikatne spominke je še zelo veliko.



### III. TURISTIČNI PRODUKT

Kot že omenjeno smo izbrali prehranski spominek. Za našo idejo spominka smo si dovolili uporabiti izraz **OKUSI KANIN (Taste Kanin)**, čeprav je zelo podoben sloganu Okusi Slovenije<sup>5</sup>, saj smo besedo okusi uporabili v glagolski obliki in ne v samostalniški obliki. Sestavljen je iz sladice Kaninski vrh (Kanin peak) ter Kaninskih paketov. V naši nalogi predstavljamo dve vrsti paketa: Sočni Kanin (Sweet Kanin) in Mogočni Kanin (Mighty Kanin), kjer smo se poigrali z imenom paketov iz obstoječega imena SONČNI KANIN. Zaradi večjega števila tujih turistov smo primorani uporabljati imena še v tujem jeziku.

#### PODOBA SLADICE IN SPOMINKA KANINSKI PAKET

Sladica je postrežena v stiliziranem kozarcu s potiskanim pokrovom na lesenem ali keramičnem krožniku z dodanima dvema lesenima ali keramičnima žlicama, na katerih je sadni preliv iz sezonskega sadja in med.

Prvi paket **OKUSI KANIN (Taste Kanin)**- **SONČNI KANIN (Sweet Kanin)** vsebuje steklen stiliziran kozarec s potiskanim pokrovom in tiskano zgodbo v kozarcu, leseno potiskano ali gravirano žličko, kozarček z lokalnim medom, kozarček z lokalno pridelano marmelado. Vse skupaj v stilizirani kartonasti embalaži.

Drugi paket **OKUSI KANIN (Taste Kanin)** **SMOGOČNI KANIN (Mighty Kanin)** vsebuje steklen stiliziran kozarec s potiskanim pokrovom in tiskano zgodbo v kozarcu, leseno potiskano ali gravirano žličko, vakumsko pakiran kos bovškega sira, lokalni zeliščni čaj. Vse skupaj v stilizirani papirnati embalaži.

V stiliziranem steklenem kozarcu je vložena zgodba na ekološko potiskanem papirju (glej priloga št. 6), ki je vsakič drugačna (tako kot je v »kinderjajčkih« vedno druga igračka). Zgodbe so sestavljene iz legend in zgodbic, ki so nastale v preteklosti na temo Kanina, zanimivi podatki o Kaninu in njegovi okolici.

#### EMBALAŽA

Embalaža za naš turistični produkt mora biti čimbolj ekološka. Ogladali smo si kar nekaj primerov. Za JZSK smo izbrali steklen kozarec s potiskanim pokrovom, keramičen ali lesen krožnik in lesene ali keramične žličke za sladico Kaninski vrh. Za Kaninski paket pa nosilno torbo iz lepenke, potiskan kozarec z leseno žličko (prvi paket) in papirnata potiskana embalaža in potiskan kozarec z leseno žličko.

<sup>5</sup> <https://www.slovenia.info/sl/dozivetja/kulinarika/okusi-slovenije>



## OD IDEJE DO REALIZACIJE

Priprava sladice se lahko izvaja v okviru JZSK, t.j. v restavraciji Prestreljenik, ali pa je to poslovna priložnost za zunanjega izvajalca, najraje iz okolice Bovca. Potrebno je pripraviti nabor registriranih ponudnikov lokalno pridelanega medu, domače marmelade, bovškega sira, nabiralcev zelišč. Potrebno je pridobiti ponudnika oz izdelovalca stiliziranih steklenih kozarcev, izdelovalce keramičnih žličk, izdelovalca lesenih potiskanih/graviranih žličk, izdelovalca kartonaste embalaže in tiskanih zgodb.

## TRŽNI PROSTOR

Turistični produkt OKUSI KANIN je predviden, da se izdeluje in trži v restavraciji Prestreljenik na Kaninu. Seveda je odprta možnost, da se produkt trži tudi v drugih gostinskih objektih JZSK. Še posebej moramo pomisliti na tiste dneve, ko žičnica zaradi vremena ali vzdrževalnih del ne obratuje. Nasprotujemo pa, da bi se turistični produkt OKUSI KANIN tržil izven JZSK. JZSK lahko razvije še druge vrste spominkov v sklopu tega produkta, npr. majice, beležke, svinčnike, magnetne, ipd.

## PROCES DELA ZA IZDELAVO SPOMINKA IN NJENE VSEBINE

Za izdelavo sladice Kaninski vrh je potreben slaščičar ali druga usposobljena oseba, ki bi dnevno izdelovala sladico Kaninski vrh. Za prodajo rabi JZSK strežno osebje v restavraciji, ki je seznanjeno z vsebino in zgodbo tako sladice kot Kaninskega paketa. Tržnik mora skrbeti za nabavo surovin in promocijo produkta. Tržnik najprej poišče dobavitelje lokalnih sestavin, z njimi sklene pogodbe ali dogovore. Prav tako tržnik sodeluje z oblikovalcem, da izdela lično podobo za turistični produkt, najsi gre za embalažo ali promocijski material. Tržnik ves čas razmišlja o novih različicah produkta in o novih poteh promocije.



## IV. TRŽNI NAČRT

Z Žarkom Mlekužem (v nadaljevanju: Žarko) smo že v preteklosti sodelovali in zato smo se tudi tokrat obrnili nanj. Žarko je bil zaposlen v istem podjetju, kot sta bila Gorči in Karlo Kuk, zato sladico zelo dobro pozna. Po temeljitem pogovoru in viharjenju možganov je Žarko natančno zapisal naša razmišljanja, raziskave, ugotovitve, ideje in dodal še tiste vsebine, ki so za nas prezahtevne in bi zanje rabili še kakšno dodatno leto šolanja.

Žarko nam je pomagal izdelati tržni načrt, ki ga v celoti objavljamo v prilogi št.5.

Mi pa smo razmišljali najprej takole:

### ZAKAJ NA KANIN NA KANINSKI VRH

*Zakaj ne bi, tako kot se gre na Bled na kremno rezino (kremšnito), na Trojane na krofe, hodili na sončno stran Kanina na Kaninski vrh?*

Ciljna skupina so potniki krožno-kabinske žičnice Kanin in obiskovalci gorskega centra Sončni Kanin. Smučišče in gorski center Kanin je bil zaprt od januarja 2013 do decembra 2016 zaradi nezgode (padca gondole). Od decembra 2016 ponovno deluje pod okriljem JZSK. Že vrsto let, tudi pred nezgodo, je v poletni sezoni naraščalo število obiskovalcev, ki so šli na Kanin, da bi pridobili izkušnjo vožnje s krožno-kabinsko žičnico. Želeli so se povzpeti na najvišje slovensko smučišče, ki nudi prečudovit razgled preko Alp vse do Jadranskega morja, obiskovalci si preprosto želijo nenavadnih doživetij kot zaužiti svež gorski zrak in sredi poletja čutiti sneg. Tudi v zimski sezoni narašča število tovrstnih obiskovalcev. Od JZSK smo pridobili sledeče statistične podatke iz kartičnega sistema SKIDATA:

V letu 2017 se je na Kanin povzpelo 48697 potnikov (od tega 22 376 obiskovalcev v juniju, juliju, avgustu), v letu 2018 že 57667 potnikov (od tega 25 484 obiskovalcev v juniju, juliju, avgustu).

Podatki kažejo, da trend obiska gorskega centra Kanin narašča. Prepričani smo, da se bo ta trend še nekaj časa nadaljeval. Tu vidimo pravo priložnost za prodajo tako sladice Kaninski vrh, kot paketa OKUSI KANIN. Seveda se bo ta izdelek, pravzaprav bi se moral s časom nadgraditi.

Izračunali smo, da če bi v letu 2018 vsak peti potnik kupil en izdelek, bodisi sladico Kaninski vrh ali Kaninski paket, bi prodali 11533 izdelkov.



## PRILOŽNOSTI ZA TRŽENJE



Ciljno skupino smo že dorekli, to so obiskovalci gorskega centra Kanin. Zvedeli smo, da skoraj 80% obiskovalcev so tujci, zato smo morali premisliti tudi o izboru tujega jezika. Vsekakor ne odstopamo od slovenskega jezika, za tuji jezik pa smo izbrali angleški jezik.



## SODELOVANJE KLJUČNIH ELEMENTOV ZA NASTANEK TURISTIČNEGA PRODUKTA

V tabeli smo nanizali, s kom bi morali sodelovati, da bi turistični produkt bil realiziran:

	DOBAVITELJ	TRAJANJE
nabava posode za sladico	steklarna, keramičar	ob zagonu/po potrebi
med	Društvo čebelarjev Bovec	ves čas
mleko, maslo	Planika Kobarid/lokalni ponudniki	ves čas
ovčji sir	lokalni sirarji	ves čas
zeliščni čaj	lokalni ponudniki	ves čas
embalaža za kaninski paket	tiskarna /priložnost za nekoga	po potrebi/ves čas
besedila z zgodbami	tiskarna /priložnost za nekoga	po potrebi/ves čas
lesene žličke s potiskom »Kanin«	obrtnik/priložnost za nekoga	po potrebi/ves čas
promocijski material	tiskarna/Dolina Soče	ob zagonu/po potrebi

## SWOT ANALIZA

Pomislimi smo morali na prednosti in slabosti našega produkta, kakor tudi nevarnosti in priložnosti. Zato smo izdelali SWOT analizo.

<b>PREDNOSTI</b>	<b>PRILOŽNOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Izjemna in enkratna lokacija za prodajo produkta/storitve.</li> <li>✓ Slaščičarska tradicija in visoka usposobljenost kadra za pripravo sladice.</li> <li>✓ Visoko kakovostne lokalne sestavine.</li> <li>✓ Nostalgija in spomin na originalni recept za Kaninski vrh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Priložnost, da se izkoristi že obstoječe ciljne skupine (obiskovalci Kanina).</li> <li>✓ Možnosti izkoriščanje že obstoječih informacijskih in promocijskih poti.</li> <li>✓ Vključevanje v že obstoječo kulinarično ponudbo.</li> <li>✓ Razvoj dodatnih produktov pod blagovno znamko OKUSI KANIN.</li> </ul>
<b>SLABOSTI</b>	<b>NEVARNOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zahteven dostop do prodajnega mesta.</li> <li>• Prodajni mesti še nista uveljavljeni pri prodaji sladic in spominkov.</li> <li>• Vpliv sezon na poslovanje.</li> <li>• Nostalgija in spomin na originalni recept za Kaninski vrh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odstopanje od zahtevane kakovosti produkta in storitev.</li> <li>• Premajhna, sezonska in nezanesljiva dostopnost ponudbe, ki je vezana na dostopnost na Kanin.</li> <li>• Nezainteresiranost za sodelovanje lokalnih ponudnikov.</li> </ul>



Žarkovo vsebino tržnega načrta pa smo strnili v tabelo:

<b>Izhodišče tržnega načrta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dejansko v turizmu ne tržimo storitve kot take, ampak predvsem doživetja, ki jih te storitve omogočajo,</li> <li>- ne tržimo le storitve in doživetja, ampak tudi širše okolje, v katerem se storitev izvaja (naravno in družbeno okolje).</li> </ul>						
<b>Cena storitve/produkta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Najprej smo izračunali stroške sestavin in priprave sladice oziroma paketa. Dodati je potrebno še stroške storitev, da dobimo oceno skupnih stroškov, oziroma lastno ceno in upoštevati tudi cene podobnih storitev, ki že obstajajo na trgu.</li> <li>- Na tej osnovi znaša predlagana prodajna cena Kninskega vrha 3,50EUR, Kaninskega paketa pa 20EUR.</li> </ul>						
<b>Tržne poti</b>	Ni potrebno opredeljevati prodajnih poti, saj se produkt trži le v gostinskih obratih JZSK (restavracija Prestreljenik, okrepečevalnica Kaninske legende)						
<b>Tržno komuniciranje</b>	<p><i>Izdelava plakatov</i> Plakati se bodo distribuirali in obesili na pomembnejših oglasnih mestih v Bovcu in pri turističnih ponudnikih.</p> <p><i>Izdelava letakov</i> Letaki se bodo distribuirali po vseh poteh in mestih, ki jih JZSK uporablja za promocijo svoje ponudbe, storitev, dogodkov, informacij in seveda v Restavraciji Prestreljenik in drugih, sezonskih prodajnih mestih na Kaninu.</p> <p><i>Izdelava oglasnih panojev</i> Oglasni pano se postavi na A postaji gondolske žičnice Kanin in na zadnji, D postaji ob izstopu obiskovalcev iz gondolske žičnic, pred vstopom v Restavracijo Prestreljenik.</p> <p><i>Izdelava oglasnih sporočil z objavo na spletu</i> Oglasna sporočila bodo namenjena za objavo na spletnih straneh JZSK in drugih spletnih straneh, ki se uporabljajo za promocijo Kanina, Bovške in doline Soče.</p>						
<b>Tržna politika destinacije</b> <b>Doline Soče</b>	Kanin je sestavni del turistične ponudbe Doline Soče. Celotna destinacija mora razvijati tudi turistični produkt lokalne kulinarike in kulinaričnih doživetij. Ob tem pa je potrebno, da nova kulinarčna ponudba Kanina najde svoje mesto v promocijskih aktivnostih na nivoju turistične destinacije Dolina Soče, kot ena izmed posebnih in izvirnih znamk, ki bodo postopoma postale del turistične identitete destinacije. Spomnimo se, da je v preteklosti tortica iz hotela Alp imela prav posebno pozicijo v očeh obiskovalcev Bovške. Kaninski vrh in Kaninski paket imata tudi priložnost, da postopom dosežeta podobno pozicijo.						
<b>Sredstva za trženje</b>	<p>Za prvo leto uvedbe nove ponudbe predvidevamo naslednje:</p> <table data-bbox="432 1648 1302 1753"> <tr> <td>Priprava promocijskih materialov</td> <td>1. 800 EUR</td> </tr> <tr> <td>Stroški povezani z načrtovanimi promocijskimi aktivnostmi</td> <td>1. 300 EUR</td> </tr> <tr> <td>Skupaj</td> <td>3. 100 EUR</td> </tr> </table> <p>Potrebna sredstva bosta zagotovila JZSK v višini 2.800 EUR in Zavod za Turizem Dolina Soče preostali del (300 EUR).</p>	Priprava promocijskih materialov	1. 800 EUR	Stroški povezani z načrtovanimi promocijskimi aktivnostmi	1. 300 EUR	Skupaj	3. 100 EUR
Priprava promocijskih materialov	1. 800 EUR						
Stroški povezani z načrtovanimi promocijskimi aktivnostmi	1. 300 EUR						
Skupaj	3. 100 EUR						



## PODOBA ZA PROMOCIJSKI MATERIAL

Pri oblikovanju likovne ali celostne podobe za promocijski material smo sledili navodilom Žige in odgovorov anketirancev.



Slika 12 Primer za plakat, letak, reklamni material...

Uporabili smo vzorec v oranžni barvi, kot veleva barvna lestvica v logotipu za JZSK. Namenoma smo uporabili starejšo sliko smučarjev na Kaninu. Saj vsak spomin gre nekoč v preteklost, v svet nostalgije, in se ga radi spominjamo. Ta efekt želimo doseči s turističnim produktom OKUSI KANIN.

### Logotip za:

- ✓ Plakat,
- ✓ jumbo plakat,
- ✓ zgibanko,
- ✓ letak,
- ✓ razglednico,
- ✓ zastavo,
- ✓ pano,
- ✓ majico,
- ✓ kapo,
- ✓ posetnico (vizitko),
- ✓ transparent,
- ✓ serviet,
- ✓ pismo,
- ✓ in drugo.



V logotip, ki je rdeča nit celotnega turističnega produkta OKUSI KANIN, smo zajeli krog z napisom OKUSI KANIN v oranžni in beli barvi. Krog lahko simbolizira popolnost, sožitje ali pa enostavno krožnik.

Krog je nameščen na trak v modri barvi, kot veleva že prej omenjena barvna lestvica, in simbolizira lahko sneg, svobodo, vodo, kamen...



## Kaj smo se naučili?

*Naučila sem se, da je vedno najboljše domače in da se vedno lahko kaj popravi...*

*Maša*

*Naučila sem se, da moram verjeti v domišljijo. Domišljiji lahko daš krila, da je lepše delati v skupini in da se lahko zaneseš na prijatelje.*

*Vita Sofija*

*Jaz sem se letos naučila predvsem veliko o bovški kulinariki in upam, da jo bodo tudi drugi kdaj preizkusili.*

*Eva*

*Jaz sem se naučila, da naloga ni lahka in sem zvedela veliko podatkov o Bovcu in Kaninu.*

*Nina*

*Naučila sem se, da je priprava takšne naloge zelo zahtevna. Zvedela sem veliko zgodb, na primer o hudiču, o nastanku Prestreljenika...*

*Taniša*

## ZAKLJUČEK

Zelo dobro se zavedamo, da je naša ideja turistični produkt OKUSI KANIN zahteven projekt tako za nas osnovnošolce kot za potencialnega izdelovalca. Mi smo v našo idejo zajeli le že nekoč obstoječo sladico Kaninski vrh in povezali nekaj ponudnikov lokalne hrane in izdelkov za Kaninski paket. Poigrali smo se tako z izdelavo in postrežbo sladice, kot oblikovanjem likovne podobe produkta.

Prepričani smo, da v kolikor bi ta produkt zaživel, je še veliko možnosti za nadgradnjo blagovne znamke OKUSI KANIN. Zato računamo, da bo naša ideja za turistični produkt OKUSI KANIN zelo zanimiv za JZSK.

Mi smo se zelo veliko naučili. Predvsem pa to, da je potrebno vložiti veliko truda in učenja, da se poistovetiš s samim produktom in da vanj tudi verjameš.

**Mi verjamemo v turistični produkt OKUSI KANIN.**



## VIRI

Literatura: Komac, V.T.: Na Klužah tice strašijo, Nova Gorica, Branko, Ljubljana, Jutro, 1997

Literatura: Kunaver, Jurij, Kaninsko pogorje in učna pot na Prestreljeniških podih, Bovec: Turistično društvo, 2011

Literatura: ZVEZA društev slovenskih likovnih umetnikov. Sekcija ilustratorjev. Pirta, farca, fidinja: upodobitve folklornih pripovedi z Bovškega, besedila izbrala, uredila in priredila Barbara Ivančič Kutin, 1. natis- Ljubljana, Zveza društev slovenskih likovnih umetnikov, 2013



## PRILOGE

## PRILOGA 1 NATEČAJ ZA NAJBOLJŠI BOVŠKI TURISTIČNI SPOMINEK, EPIcenter, letnik III, št. 2, marec 2002

**VSI**

že odn...  
veda r...  
škodni...  
starejši...  
grdi". Č...  
šite z r...  
leseno...  
rogovi...  
kravje...  
in jih...  
lonske...  
ko leto...  
kakšen...  
gre se j...

**Prena...  
poma**

Osebn...  
v sredi...  
dnežev...  
zganjaj...  
lik "ta...  
tlačna...  
spodrs...  
drugi!...  
veda pe...  
v njego...  
no sobe...  
znova...  
ključi...  
po hiša...

**Z obs...  
na smrt...  
pozavijo vse grene**

Pusti je seveda grešnik. Kriv je za vse, kar se je slabega zgodilo v preteklem letu. Smrt mu

**POPRAVEK**

**SPREMENBA BESEDILA NATEČAJA ZA NAJBOLJŠI BOVŠKI TURISTIČNI SPOMINEK**

Po zaključku redakcije nas je organizator javnega anonimnega natečaja za najboljši bovški turistični spominek, ki je objavljen v *EPI-centru* na strani 25, obvestil o spremembi besedila natečaja. Spremenjeno besedilo se nanaša na razpisane nagrade in se pravilno glasi:

4. Nagrade

1. nagrada	75.000 SIT
2. nagrada	50.000 SIT
3. nagrada	30.000 SIT

Ostali pogoji in merila natečaja ostajajo nespremenjeni.

V imenu organizatorja natečaja, **Turističnega podmladka OŠ Bovec** pri **TD Bovec**, se bralcem zahvaljujemo za razumevanje.

Hkrati vas ponovno vabimo, da se na natečaj odzovete – motivacija za sodelovanje je pod spremenjenimi pogoji vsekakor vzpodbudnejša.

Uredništvo EPI-centra

**JAVNI RAZPISI**

**NATEČAJ ZA NAJBOLJŠI TURISTIČNI SPOMINEK**

**Turistični podmladek OŠ Bovec** v imenu **TD Bovec** razpisuje javni anonimni natečaj za najboljši bovški turistični spominek.

1. Udeležba na natečaju – natečaja se lahko udeležijo vse civilne in pravne osebe Slovenije.
2. Naloga natečaja – naloga natečaja je izbor turističnega spominka za Bovško.
3. Prijava na natečaj – natečajnemu izdelku naj bodo priloženi vidni podatki o tehniki, načinu izdelave, stroških materialov in izdelave. Vsi priloženi podatki naj bodo označeni s svojo šifro. Izdelke je potrebno opremiti tudi z zapечатeno kuverto s šifro. V kuverti naj bodo sledeči podatki: ime in priimek izvajalca oz. ime pravne osebe, naslov, davčna številka, številka žiro računa oz. tekočega računa. Nepravilno opremljeni izdelki bodo izločeni iz ocenjevanja.
4. Nagrade:
 

1. nagrada	30.000 SIT
2. nagrada	15.000 SIT
3. nagrada	7.500 SIT

Investitor natečaja postane z izplačilom nagrad lastnik nagrajenih izdelkov.

Komisija si pridržuje pravice, da nagrade ne podeli v primeru neprimernih izdelkov. **Rok za oddajo natečajnih del je 15. 4. 2002.** V kolikor izdelke pošljete po pošti, stroškov ob morebitnih poškodbah ne krijemo.

5. Izdelke pošljite na naslov: **TD Bovec**, p.p.48, 5230 Bovec all jh 14. 4. 2002 med 15. in 20. uro dostavite osebno **Nataši Bartol**, Dvor 19, Bovec. ■

(nadaljevanje javnih razpisov na naslednji strani) ▶

**TATINSKO RAZPOLOŽENI CIGANI** kradejo po hišah in skrbijo za burko. Pri tem jih zadržuje policaj.

**UTRINKI**

šemu razumevanju tradicionalnega pustovanja. Pri opisovanju dogajanja je namreč v preteklosti prihajalo do mnogih napak in napačnih interpretacij. V ta namen je bila organizirana tudi okrogla miza, na kateri so želeli javnosti predstaviti pustovanje takšno, kakršno v resnici je. Povabilu za sodelovanje so se odzvali **Naško Križnar** z **ZRC SAZU**-ja, dolgoletni raziskovalec njihovega pustovanja, **Inga Miklavčič Brezigar** iz **Goriškega muzeja** in **Mateja Kutin**, ki je v svoji diplomski nalogi raziskovala drežniško pustovanje. Na okrogli mizi so sodelovali tudi člani fantovščine **Marko Skočir**, **Jernej Bric** in **Tadej Koren** ter **Srečko Koren** kot njihov nekdanji član. Razstava, katere postavitev je omogočil **Klub tolminskih študentov**, je privabila veliko obiskovalcev. Prišli so tisti, ki se po strokovni plati zanimajo za pustovanje, med njimi, poleg že omenjenih, **Janez Bogataj**, **Roberto Dapit** in **Karla Kofol**. Povabilu se je odzvalo tudi precej novinarjev, razstavo pa si je ogledalo ogromno število domačinov. Poleg izčrpnega slikovnega materiala in mask, ki so bile postavljene na ogled, je bilo predstavljeno pustovanje, priprave nanj, fantovščina in njene naloge. Na ogled so bile postavljene publikacije, kjer je bilo pustovanje doslej predstavljeno. Veliko zanimanje so vzbujali radjski predvsem pa video posnetki iz preteklosti. V nedeljo zvečer so v učilnici, preprični obiskovalcev, z diaprojeksijo **Utrinki** s pustovanja razstavo zaprli.

Priča smo bili temu, kako močno je vas povezana s pustovanjem, kako živi z njim. Zunanji opazovalec vse to dogajanje zelo težko dojema. Prav dejstvo, da se v to ne more vživeti, ker ne živi v tistem pustnega lika, je vzrok, da ga ne more nikoli popolnoma spoznati in razumeti. Vsekakor pa nekajumi obisk pustovanja ne razkrije vsega bogastva. Nikakor se o tem običajno ne moremo učiti iz literature. Potrebno ga je doživeti, pa čeprav ga ne bomo mogli nikoli doživljati na tak način, kot ga doživljajo domačini. ■

**OKROGLA MIZA**, na kateri so skušali javnosti predstaviti pustovanje takšno, kakršno v resnici je. Foto: **Andrej Kutin**

**25**

## PRILOGA 2 NATEČAJ ZA NAJBOLJŠI TURISTIČNI SPOMINEK, SOČAsnik, letnik XIX, št. 5, 2018

### Javni natečaj

( 33 )

Javni zavod Sončni Kanin razpisuje

#### JAVNI ANONIMNI NATEČAJ ZA NAJBOLJŠI TURISTIČNI SPOMINEK ZA GORSKI CENTER KANIN

##### 1. Udeležba na natečaju

Na natečaju lahko sodelujejo vse civilne in pravne osebe, ki izdelajo spominek, ki prepoznavno ter izvirno predstavlja gorski center Kanin.

##### 2. Namen natečaja

Namen natečaja je izbor najboljšega turističnega spominka za gorski center Kanin.

##### 3. Objava javnega natečaja

Javni natečaj za izbiro najboljšega turističnega spominka za gorski center Kanin je objavljen v SOČAsniku, na spletnih straneh Javnega zavoda Sončni Kanin in Doline Soče ter družbenih omrežjih.

##### 4. Strokovna komisija

Spominke bo ocenjevala tričlanska strokovna komisija, ki bo pri ocenjevanju upoštevala naslednja merila: likovno-estetsko vrednost, dediščinsko vrednost, izvirnost, turistično-promocijsko vrednost kraja, uporabnost, ceno izdelka in možnost trženja.

Strokovna komisija bo pred ocenjevanjem pregleda prispelo izdelke in izločila tiste, ki ne ustrezajo pogojem razpisa. Strokovna komisija za ocenjevanje je popolnoma avtonomna in odloča sama z večino glasov. Ugovori na odločitev komisije niso možni.

##### 5. Nagrade

Nagrade prejmejo avtorji, ki bodo v skupni oceni dosegli prve tri mesta:

- 1. nagrada – sezonska smučarska vozovnica za smučišče Kanin 2019/2020;
- 2. nagrada – 5-dnevna smučarska vozovnica za smučišče Kanin;
- 3. nagrada – 2 dnevni smučarski vozovnici za smučišče Kanin s kosilom.

Komisija si pridržuje pravice, da v primeru neprimernih izdelkov nagrade ne podeli. Nagrade niso izplačljive v gotovini. Nagrajeni spominki ostanejo v lasti razpisovalca.

##### 6. Prijava na natečaj

Natečajnemu izdelku naj bo priložen kratek opis zamisli za spominek in ime izdelka ter vidni tehnični podatki, način izdelave, stroški materialov in izdelave ter okvirna prodajna cena. Embalaža izdelka je sestavni del spominka in bo predmet ocenjevanja.

Vsi priloženi podatki naj bodo označeni s svojo šifro.

Izdelke je treba opremiti z zapečateno ovojnico s šifro. V ovojnici naj bodo naslednji podatki: • ime in priimek izvajalca oziroma ime pravne osebe, • naslov, • kontaktna telefonska številka, • davčna številka. Priložena naj bo tudi • izjava o avtorstvu spominka.

##### 7. Rok za oddajo

Rok za oddajo natečajnih del je 31. december 2018.

##### 8. Naslov za dostavo izdelkov

Izdelke je možno dostaviti osebno ali po

pošti na naslov: Javni zavod Sončni Kanin, Dvor 43, 5230 Bovec. Kontaktna oseba: Nataša Bartol, telefon: 041-313-189. Stroškov poškodb na izdelkih, poslanih po pošti, razpisovalec natečaja ne krije.

##### 9. Razglasitev rezultatov

Razglasitev rezultatov natečaja bo javno objavljena v medijih in na spletni strani Javnega zavoda Sončni Kanin. Nagrajeni spominki in ostali predlogi bodo razstavljeni v okrepčevalnici Kaninske legende.

**RAZVLAŽILNIK ZRAKA izposoja do 120 L vode v 24ih urah**

##### Cenik najema:

25 EUR / dan  
vikend: 50 EUR  
več kot 3 dnevna izposoja: 20 EUR / dan  
več kot 5 dnevna izposoja: 18 EUR / dan

##### Rezervacije:

T: 05 388 11 13  
G: 041 686 090  
E: info@grad-tolmin.si  
www.grad-tolmin.si



**GRAD** d.o.o. Tolmin  
Prešetova ul. 4, Tolmin

## PRILOGA 3 ANKETA

ANKETA  
TURISTIČNI SPOMINEK MOJEGA KRAJA

OŠ BOVEC ZA 33. TPLG ŠOLL.2018/19

## ANKETA

Učenci turističnega krožka na OŠ Bovec Vas prosimo, da si vzamete nekaj trenutkov in odgovorite na anketo, ki smo jo pripravili za Vas in bo sestavni del naše projektne naloge »Turistični spominek mojega kraja- Kanin«

1. Ste že kdaj kupili spominek na Kaninu?

NE

DA Če da, kakšen spominek ste kupili?

\_\_\_\_\_

Ali ga še hranite?

NE

DA Ali bi nam ga posodili za potrebe razstave? (obkrožite)

DA NE

2. Kakšen spominek bi kupili?

\_\_\_\_\_

3. Ali bi kupili spominek zase ali za koga drugega?

\_\_\_\_\_

4. Kakšne spominke imate radi?

- a. Uporabne s. (obleke, svinčniki, torbe, ipd.)
- b. Doživljajske s. (izlet, obisk tur. znamenitosti, ipd.)
- c. Tiskovine (vodiči, razglednice, brošure, knjige, zgodbe, ipd.)
- d. Kulinarika (jedi, pijača, lokalna hrana, ipd.)
- e. Zbirateljske s. (značke, magneti, naprstniki, znamke, ipd.)
- f. drugo ( napišite kaj) \_\_\_\_\_

5. Koliko ste pripravljeni plačati za spominek?

\_\_\_\_\_ €

6. Povejte svoje mnenje- kakšno sporočilo mora nositi spominek za gorsko središče Kanin?

\_\_\_\_\_

7. Poznate kakšno posebnost Kanina, ki bi jo želeli deliti?

\_\_\_\_\_

8. Imate kakšen predlog za nas ali kakšen nasvet?

\_\_\_\_\_

Na anketo sem odgovoril-a (obkrožite)      moški      ženska  
starost: \_\_\_\_\_ stanujoč-a (navedite kraj Vašega bivanja) \_\_\_\_\_

ZA VAŠE PRIJAZNO SODELOVANJE SE VAM NAJLEPŠE ZAHVALUJEMO.  
sekcijamladihtbovec@gmail.com





**PRILOGA 4 ORIGINALNI RECEPT ZA KANINSKI VRH****RECEPT****KANINSKI VRH**

(prehranski spominek)

**Sestavine:**

Cca 14-16 porcij  
5 jajc,  
25 dag sladkorja,  
25 dag moka,  
1 pecilni prašek,  
1 dcl mleka ali vode,  
1 dcl olja,  
2 dag kakava

Ločimo beljake od rumenjakov. Rumenjakom dodamo sladkor in penasto vmešamo. Ko je penasto vmešano, počasi dodajamo olje in nato mleko ali vodo. Posebej presejemo moko (mehka moka za peciva), kateri dodamo pecilni prašek in kakav. Moko z dodatki počasi vmešamo v rumenjake. Ko je gladko, vmešano na rahlo dodamo trd sneg beljakov (beljake narahlo vmešamo z lopatico) Maso vlijemo v pripravljen pekač ali okrogli model za torte. Pečemo v segreti pečici na 180 c cca 30 min.

**Nadev:**

7dcl mleka,  
1vrečka in pol vaniljev puding,  
4 žlice sladkorja (priprava na vrečki pudinga)  
25 dkg mletih orehov (orehov ne kuhamo s pudingom)

**Za vlaženje biskvita:**

cca 2 dcl sladkane vode,  
rum ali rumov ekstrakt  
sadni sirup

Hladen biskvit 1x ali 2x prerežemo ter plast za plastjo dajemo v pekač. Vsako plast biskvita navlažimo Med plasti nadevamo s pudingom po katerem smo potresli mlete orehe. Gornjo plast spet premažemo s pudingom, potresemo z orehi. Postavimo v hladilnik in dobro ohladimo.

Pred serviranjem narežemo na porcije. Vsako porcijo posebej obrizgamo s sladko stepeno smetano in prelijemo s sadnim sirupom (jagoda ali višnja).



## PRILOGA 5 ŽARKOV TRŽNI NAČRT

### TRŽNI NAČRT

Izhodišče tržnega načrta za vsak proizvod in storitev je kupec, njegove potrebe in želje. Če uspemo kupcu ponuditi nekaj, kar bo dobro zadovoljilo njegove posebne želje, potem bo gost zadovoljen, ponudniki pa tudi, saj samo to omogoča trajno uspešno prodajo in s tem dobro poslovanje ponudnika. Ob tem moramo upoštevati še naslednje:

- dejansko v turizmu ne tržimo storitve kot take, ampak predvsem doživetja, ki jih te storitve omogočajo,
- ne tržimo le storitve in doživetja, ampak tudi širše okolje, v katerem se storitev izvaja (naravno in družbeno okolje).

Vse navedeno še prav posebno velja tudi za Kaninski vrh - Kanin top in Kaninski paket. Najprej bomo na kratko opredelili trženjsko okolje, naredili mini tržno raziskavo, nato pa se usmeriti na ciljno trženje, postavili tržni koncept. Zaključili bomo z opredelitvijo trženjskega spleta, to je načrtovnih predpostavk in aktivnosti.

#### Trženjsko okolje: globalno, makrookolje, mikrookolje

Turizem je globalni pojav in globalno, svetovno je tudi trženjsko okolje za turizem. Turizem je ena izmed svetovno najbolj razvijajočih se dejavnosti, globalni trendi kažejo na vztrajno rast turističnega povpraševanja, seveda ne povsod in ne povsod enako. Obstajajo seveda tudi resne grožnje, kot so vojne in terorizem, naravne katastrofe, družbeni nemiri. Vsekakor pa se je izkazalo, da je turizem, kljub vsemu temu zelo trdoživa dejavnost. Regionalno okolje, kamor štejemo Evropo, je tudi ugodno. Kljub nekaterim negotovostim je Evropa še vedno sinonim miru, blagostanja in vodilni igralec na turističnem trgu. Slovenija zadnjem času tudi beleži ugodne turistične trende, tudi zato, ker so nekatere druge destinacije postale manj varne.

Turistično povpraševanje za Dolino Soče, Bovec in Kanin je tudi v porastu. Posebej to drži za poletno sezono; v zimskem času so trendi nekoliko manj ugodni.

#### Raziskovanje trga

Nekoliko smo raziskali ponudbo in povpraševanje v lokalnem okolju. V letu 2017 je Kanin obiskalo 48.697 potnikov, kar pomeni rast glede na pretekla leta. Pozitivni trend se nadaljuje z 57.667 obiskovalci Kanina v letu 2018. Od tega odpade nekaj manj kot polovico obiskov na poletne mesece. Jasno je, da sta pomembni tako zimska, kot poletna sezona, gre pa za različne tržne segmente. V zimskem času prevladujejo skoraj izključno smučarji, medtem ko poleti Kanin obiskujejo izletniki, pohodniki, gorniki, gorski kolesarji, jadralni padalci. Vsekakor ugotavljamo, da nam turistično povpraševanje omogoča, da ponudbo obogatimo z novimi



storitvami. Glede na povečano zanimanje, v slovenskem merilu (tudi v Dolini Soče) po kvalitetni kulinarični ponudbi, je Kaninski vrh gotovo tržna priložnost, ki jo velja izkoristiti.

### **Ciljno trženje**

Ciljno trženje obsega segmentacijo, ciljanje in pozicioniranje. Za Kaninski vrh, kot sladico in Kaninski paket, kot spominek, je potrebno opredeliti ciljne skupine, katerim bo nova ponudba namenjena.

Ciljne tržne skupine so prvenstveno tisti turisti, ki se nahajajo v Bovcu in Dolini Soče. To so številne in raznolike tržne skupine, ki pa imajo skupni imenovalec: spoznavanje in raziskovanje doline Soče, doživetja in aktivnosti v naravi, pustolovščine, spoznavanje naravne, kulturne in zgodovinske dediščine. Izmed navedenih tržih skupin izberemo za Kanin najbolj zanimive:

- v zimskem času smučarji, dnevni obiskovalci Kanina in turisti, ki so nastanjeni v Bovcu in Dolini Soče,
- v poletnem času prvenstveno turisti nastanjeni na Bovškem in vsej Dolini Soče (pohodniki, raziskovalci narave, gora, občudovalci narave in doživetij v njej)
- v poletnem času obiskovalci – izletniki, enodnevni obiskovalci Doline Soče, ki jih lahko pritegnemo, da obišejo tudi Kanin

In zadnji del ciljnega trženja je pozicioniranje:

V očeh obiskovalcev Kanina želimo doseči, da bosta Kaninski vrh in Kaninski paket, kulturna sladica in »obvezni« spominek, sestavna dela doživetij na Kaninu. Podobno, kot skorajda ni obiska Bleda brez kremnih rezin in obiska Trojan brez krofov.

Ko smo opredeli tržne segmente in izmed njih izbrali najzanimivejše, pozicionirali storitve, ločeno za poletni in zimski čas, lahko opredelimo tržni koncept.

### **Tržni koncept**

Tržni koncept pomeni kaj želimo ponuditi komu. Z njim na kratko in jasno zapišemo našo storitev – ponudbo, na eni strani in opredelitev kupca – povpraševanja na drugi strani. Tržni koncepta postavljamo za zimsko in ločeno za poletno sezono.

Tržni koncept za Kaninski vrh in Kaninski paket

1. Zima: Obiskovalcem Kanina, smučarjem in drugim obiskovalcem, ponujamo, da svoja smučarska doživetja in doživetja narave obogatijo s sladico Kaninski vrh in svoje spomine na Kanin s Kaninskim paketom podelijo tudi drugim.



2. Poletje: Vsem obiskovalcem Kaninskega pogorja, ponujamo, da svoja doživetja v gorah obogatijo tudi s sladico Kaninski vrh in svoje spomine s Kaninskim paketom podelijo tudi drugim.

### Trženjski splet

Vse, kar smo opredelili doslej, bomo konkretnije razdelali v trženjskem spletu, ki so orodja s katerimi sprožamo aktivnosti za uspešno trženje. V ta splet bomo vključili naslednje elemente: storitve, ceno, tržne poti, tržno komuniciranje, kadre, postopke in finančna sredstva.

### Storitve

Naša storitev je sestavljena iz fizičnega dela – izdelka in storitve - postrežba izdelka. Ponujamo dve povezani celoviti storitvi, ki jih imenujemo Kaninski vrh – Kanin top in drugo Kaninski paket.

Kaninski vrh je sladica, ki ima naslednje ključne lastnosti:

- Simbolno predstavlja Kanin (Bovška, Dolina Soče) in doživetja na njem in njegove posebnosti.
- Je izdelana iz sestavin, značilnih za lokalno okolje (maslo, sadje, med).
- Je sladica, ki je okusna, zdrava in lepo izgleda, postrežena v posebni posodi.

Kaninski paket je lep, izviren in uporaben spominek, ki pripoveduje, spominja, obuja zanimive lokalne zgodbe.

Postrežba Kaninskega vrha je ekskluzivno omejena na restavracijo Presteljenik, ki se nahaja sredi smučišča s prelepimi razgledi na številne gore Julijskih Alp na eni strani in s pogledom na morje (Tržaški zaliv) na drugi strani. S tem, da je postrežba sladice in nakup paketa vezana samo na eno, prav posebno lokacijo, kar pomeni, da je ponudba celovito zaokrožena z doživetjem gorskega okolja, razgledom, kulinarичnim užitkom in stikom z domačini in njihovo lokalno kulinarično dediščino.

### Cena

Ceno smo določili na podlagi dveh načinov. Najprej smo izračunali stroške sestavin in priprave sladice oziroma paketa. Dodati je potrebno še stroške storitev, da dobimo oceno skupnih stroškov oziroma lastno ceno. Ta način pa ne more biti edini, ki omogoča postavitev cene, saj je potrebno upoštevati tudi cene podobnih storitev, ki že obstajajo na trgu. Upoštevali smo cene primerljivih sladice in podobnih paketov, ki so že uveljavljene v Sloveniji in vizijo, da želimo Kaninski vrh in Kaninski paket pozicionirati zelo visoko pri obiskovalcih Kanina, tako da bo njihov nakup skoraj »obvezen«, saj gre za storitve, ki jih je možno dobiti le na Kaninu.



Cena Kaninskega vrha znaša: 3,50EUR

Cena Kaninskega paketa znaša: 20,00EUR

### **Tržne poti**

Kaninski vrh in Kaninski paket se bosta prodajala samo v restavraciji Prestreljenik na Kaninu. Torej so vse storitve vezane na to lokacijo in ponudba omejena na restavracijske prostore. Priprava sladice in paketa bo predvidoma na drugi lokaciji, kupec, ki bo želel kupiti eno ali drugo, pa bo morali priti na Kanin v restavracijo. Tako kot v primeru vseh storitev je tudi za naš primer možno storitev dobiti na samo določeni lokaciji in je tudi časovno določena glede na poslovanje restavracije Prestreljenik. Tudi Kaninski paket bo imel samo eno prodajno mesto, prav tako v restavraciji Prestreljenik. Tako tudi v tem primeru ni potrebno opredeljevati običajnih prodajnih poti (kot so prodajalne, prodajne mreže).

### **Tržno komuniciranje**

Novе storitve zahtevajo obsežno tržno komuniciranje, da bi jih potencialni kupci spoznali in se odločili za nakup. Tržno komuniciranje bo potekalo skupno za obe storitvi, Kaninski vrh in Kaninski paket. Predvidevajo se naslednje tržne aktivnosti:

1. Izdelava plakatov
2. Izdelava letakov
3. Izdelava oglasnih panojev
4. Izdelava oglasnih sporočil z objavo na spletu

Izdelavi promocijskih materialov bo sledila izvedba naslednjih aktivnosti:

- Plakati se bodo distribuirali in obesili na pomembnejših oglasnih mestih v Bovcu in pri turističnih ponudnikih.
- Letaki se bodo distribuirali po vseh poteh in mestih, ki jih JISK uporablja za promocijo svoje ponudbe, storitev, dogodkov, informacij in seveda v Restavraciji Prestreljenik in drugih, sezonskih prodajnih mestih na Kaninu.
- Oglasni pano se postavi na A postaji gondolske žičnice Kanin in na zadnji, D postaji ob izstopu obiskovalcev iz gondolske žičnic, pred vstopom v Restavracijo Prestreljenik.
- Oglasna sporočila bodo namenjena z objavo na spletnih straneh JZSK in drugih spletnih straneh, ki se uporabljajo za promocijo Kanina, Bovške in doline Soče.
- Za uvedbo novih storitev se bo organiziral promocijski dogodek s tiskovno konferenco.

Ker je prodaja Kaninskega vrh in Kaninskega paketa vezana na prihod na Kanin in s tem na nakup vozovnice, se predvideva skupne promocijske akcije prodaje smučarskih vozovnic in vozovnic za ostale obiskovalce ter nakup Kaninskega vrh in Kaninskega paketa.



### **Kadri – človeški viri**

Za izvedbo novih storitev bodo potrebni naslednji ključni kadri: pripravljalec embalaže in paketa slaščičar, natakak. V okviru vodstvenih služb JZSK pa tržnik in vodja restavracije.

Natakak v restavraciji Prestreljenik bo zelo pomemben za prodajo Kaninskega vrha in Kaninskega paketa. Moral bo biti zelo dobro poučen o vsem, kar je povezano s to ponudbo, da bo kupcu lahko ponudil vse informacije. Natakak bo moral tudi dobro poznati celotno ponudbo Kanina in Bovške, saj bo sestavni del prodaje tudi širša doživetja kupca, ki ne bodo omejena zgolj na kulinarično ponudbo.

Navedeni kadri ne pomenijo novih zaposlitev, temveč izvajanje delovnih nalog v okviru človeških virov s katerimi razpolaga JZSK.

### **Postopki – storitveni proces**

Poglejmo še , kako bo potekal storitveni proces. Priprava sladice Kaninskih vrh bo v izbrani slaščičarni v Bovcu, kjer s bo pripravil tudi Kaninski paket. Organizirana bo mreža lokalnih pridelovalcev, ki bodo prispevali lokalne sestavine. Izdelki se bodo s pomočjo gondolske žičnice prepeljavali na Kanin v skladiščne prostore Restavracije Prestreljenik. Kaninski vrh in Kaninski paket bodo predstavljeni v vitrini v restavraciji.

Ker je Kaninski vrh in Kaninski paket poseben, prestižen izdelek, se ne bo ponujal med ostalimi jedmi na samopostrežni liniji. Kakovostnemu, ekskluzivnemu izdelku se pritiče ustrezna postrežba. Natakak bo pristopal k restavracijskim mizam, kjer bodo sedeli gostje in jim na ustrezen način ponudil Kaninski vrh in Kaninski paket. V poletnem času je potrebno izkoristiti tudi teraso na vrhu restavracije, ki ponuja izjemne razglede.

### **Tržna politika destinacije Doline Soče**

Kanin je sestavni del turistične ponudbe Doline Soče. Celotna destinacija mora razvijati tudi turistični produkt lokalne kulinarike in kulinaričnih doživetij. Ob tem pa je potrebno, da nova kulinarična ponudba Kanina najde svoje mesto v promocijskih aktivnostih na nivoju turistične destinacije Dolina Soče, kot ena izmed posebnih in izvirnih znamk, ki bodo postopoma postale del turistične identitete destinacije. Spomnimo se, da je v preteklosti tortica iz hotela Alp imela prav posebno pozicijo v očeh obiskovalcev Bovške. Kaninski vrh in Kaninski paket imata tudi priložnost, da postopom dosežeta podobno pozicijo.

### **Sredstva za trženje**

Priprava in izvedba trženjskih aktivnosti, predvidenih s tem tržnim načrtom, bo zahtevala določena finančna sredstva, ki jih bo potrebno zagotoviti, da bo prodaja Kaninskega vrha in Kaninskega paketa uspešna.

Za prvo leto uvedbe nove ponudbe predvidevamo naslednje:



1. Priprava promcijskih materialov	1. 800 EUR
2. Stroški povezani z načrtovanimi promocijskimi aktivnostmi	1. 300 EUR
Skupaj	3. 100 EUR

Potrebna sredstva bosta zagotovila JZSK v višini 2.800 eur in Zavod za Turizem Dolina Soče preostali del (300 EUR).



**PRILOGA 6 ZGODBE****1. KAKO JE NASTAL PRESTRELJENIK 1\***

Živela je devica Marija. Lovil jo je hudič. Marija je šla čez hrib, a hudič je udaril v njega. Napravil je jamo, kateri se reče Prestreljenik. Marija je pobegnila na Svete Višarje, kjer še zdaj stoji cerkev.

*Zapisal: Edvard Čopi Edvard (roj. 1970) v Bovcu dne 25.11.1982 po pripovedovanju Edvarda Čopi (dedek)*

**2. KAKO JE NASTAL PRESTRELJENIK 2\***

Sveta Marija in hudič sta se stavila na Trbižu, kdo bo prej prišel na Staro goro (pri Čedadu - Castelmonte). Marija je šla s Trbiža po cesti z osličem proti Stari gori. Hudič pa je izbral krajšo pot čez hribe, misleč, da bo prej prišel. Tekel je, pa je z glavo treščil v Kanin in napravil v njem veliko luknjo. Pot je nadaljeval čez Stol, Mijo in Matajur.

Sveta Marija je po cesti prej prišla do Stare gore, ker je bil osliček zelo uren. Ker je stavo dobila, je za kazen uklenila hudiča v verige in ga zaprla v klet.

Tako je hudič napravil Prestreljensko okno.

*Zapisala: Nadja Trebše (roj. 1974) v Bovcu leta 1982 po pripovedovanju Marije Lišter (roj. 1915)*

**3. KAKO JE NASTAL PRESTRELJENIK 3\***

Ljudje so hudiču ukazali, da mora preden petelini zakikirikajo, zgraditi stopnice na Kanin. Ker je hudič vedel, da tega ne bo mogel tako hitro narediti, je poizkusil z zvijačo. Zvečer je vsem petelinom v vasi zavezal oči, da ne bodo videli, kdaj se bo zdanilo. Dobre vile so petelinom oči odvezale. Zjutraj, ko je hudiču manjkalo le še nekaj stopničk do Kanina, so petelini zakikirikali. Hudič se je prestrašil vaščanov in zbežal skozi goro. Ostala je velika luknja skozi steno. Pravimo ji Prestreljenik.

*Zapisal: Gregor Arh (roj. 5.7.1970) v Bovcu dne 6.11.1982 po spominu pripovedovanja svoje prababice Olge Murovec (roj. 1898).*

**4. DIVJA LOVCA NA KANINU\***

Mati božja se je sprehajala po Kaninu. Divja lovca sta sklenila, da jo bosta ustrelila. Puško sta že namerila proti njej a preden sta ustrelila, je mati božja pogledala nazaj in rekla: »Le streljajta, le streljajta in v skalo se skeljajta!« Ustrelila sta ji v plašč in ga ji preluknjala. Lovca st še enkrat namerila puško v hrbet materi božji, a ona je pogledala nazaj. Lovca sta postala skali v podobi človeka. Ko je bil leta 1976 potres, se je ena skala zrušila na koščke, druga pa še zdaj stoji.

*Zapisala: Danijela Kuščer v Čezsoči leta 1982, po pripovedi Angele Čopi (roj. 1912)*





## 5. KAKO JE NASTAL SLAP BOKA\*

Nekega dne sta šla pobič in čečica v hrib, da bi nabrala nekaj gob. Zastonj sta iskala, nobene gobe nista našla. Kar naenkrat sta zagledala majhno hišico. Bila sta zelo lačna, zato sta šla pogledat, kdo je v tej hišici doma. Nekaj časa sta pri vratih počakala. Ker jima ni nihče odprl, sta vstopila.

Tu sta zagledala staro ženo, ki se jima je nasmehnila. Vprašala je, kako to, da sta prišla ravno k njej. Povedala sta in žena jima je dala jesti. Potem sta šla ven.

Ker je dolgo časa ni bilo, je šel pobič gledat, kam je šla. Kako se je začudil, ko je prišel pred hišo. Stara žena je brusila sekiro in govorila sama pri sebi: »Ubila ju bom, imela bom pečenko...« Pobič je letel hitro nazaj v hišo, vzel palico, stopil pri vratih na stol in čakal. Ko je vstopila žena s sekiro, jo je s palico udaril tako močno, da ji je padla sekira iz rok in zvalila se je na tla. Potlej je pobral sekiro in jo ubil. Njena kri se je spremenila v slap, ki so mu ljudje dali ime Boka.

*Zapisala: Marija Melihen v Logu Čezsoškem 1975 po pripovedi Palmire Melihen*

*\*Zapis iz Šolskega glasila OŠ Bovec iz l. 1982*

### ALI STE VEDELI?

#### 1. ...da je Kanin najvišje slovensko smučišče?

Kanin je pogorje v Julijskih Alpah na meji med Italijo in Slovenijo, ki se na jugovzhodu dviguje iznad bovške kotline, na zahodu pa pada proti Jezerski dolini, dolini Reklanice in Reziji. Njegov najvišji vrh je z 2587 m Visoki Kanin, ostali pomembnejši vrhovi Kaninskega pogorja so še (od vzhoda proti zahodu) Rombon (2208 m), Velika Črnelska špica (2332 m), Prestreljenik (2499 m), Visoki in Mali Kanin, Vrh laške planje (2448 m) in Velika Baba (2148 m). Kaninski in rombonski podi so svetovno znani po svojem globokem podzemnem svetu - jama Čehi 2 z globino 1533 m je po globini 11. jama na svetu. Na Kaninskih podih stoji tudi Dom Petra Skalarja (2260 m), poimenovan po Ferdu Kravanji - Petru Skalarju, ki ga upravlja PD Bovec.

Vir: WIKIPEDIJA

#### 2. ... da je slap Boka največji slap v Sloveniji?

Visok 104m, s podnožjem celo 134m, je kraški izvir, ki se podobno kot Glijun napaja iz kaninskega visokogorskega zaledja, a ima manjše in višje zaledje. Zato pozimi v glavnem presahne, poleti pa izdatnost močno niha – ob visoki vodi bruha do nekaj deset kubičnih metrov na sekundo.

Vir: Kunaver, Jurij, Kaninsko pogorje in učna pot na Prestreljeniških podih, Bovec: Turistično društvo, 2011



### 3. ... da se bovška ovca pase v planini Krnica?

Bovška ovca je avtohtona pasma ovce. Drugo ime je tudi trentarska ovca. Buška w'ca je znana po kratkih ušesih. Je potomka nekdanje bele ovce, ki se je v davnini razvila iz muflona.

Lastnosti: Buška w'ca je mlečna pasma. Lahko je bela, rjava ali črna ali belo-rjava, belo-črna.

Ker se je prilagodila gibanju na strmejših terenih, je manjša kot druge pasme, saj je visoka največ 60 cm in dolga največ 65 cm. Najdemo jo na območju Bovške, Koritnice in Trente.

Jagnjeta odstavi po dveh mescih, nato se začne molža. V drugem tednu junija peljejo ovce v planine. Iz mleka delajo bovški ovčji sir in skuto. Buška w'ca ima zaradi težkih pogojev navadno le enega mladiča. Ima zelo močan materinski čut.

Vir: Projektna naloga tur.krožka To je... za 19. festival TPLG, 2005

### 4. ... da je najdaljša in najgloblja kraška jama na Kaninu z imenom Čehi 2?

Čehi 2 na Rombonskih podih je najgloblje brezno v Sloveniji in 13. najgloblja jama na svetu. Globoko je 1505 m, dolžina rovov znaša 5536 m, vhod je na nadmorski višini 2034 m, odkrito pa je bilo leta 1991. Jama je bila zaradi izjemne tehnične zahtevnosti cilj mnogih domačih in tujih jamarskih ekspedicij, konča se s sifonom.

Vir: Wikipedija

### 5. ... da je bovški sir registriran z licenco v EU?

Bovški sir je trdi ovčji sir z zaščitenim geografskim poreklom, iz območja občine Bovec. Bovški sir je ime dobil po kraju Bovec,<sup>[1]</sup> kjer so ga od nekdaj izdelovali po tradicionalni metodi na visokogorskih planinah. Prvič se je pod imenom Formaggio di Plezzo vero - Bovški sir, po dosedaj dosegljivih pisnih virih pojavil 12. aprila 1756, na ceniku sirov v mestu Videm, katerega original hrani državni arhiv v Vidmu.<sup>[2]</sup> Danes bovški sir izdelujejo na kmetijah in na dveh visokogorskih planšarijah.

Bovški sir izdelujejo iz surovega ovčjega mleka ali mešanice ovčjega, kozjega in kravjega mleka. Delež kozjega ali kravjega mleka ne sme presegati 20 odstotkov celotne količine. Večino mleka, ki ga predelajo v bovški sir, namolzejo od ovac avtohtone bovške pasme. Bovški sir zorijo od 60 do 90 dni, lahko pa tudi do dve leti, da postane primeren za ribanje. Premer okroglega hlebca, visokega 8 do 12 cm, je 20 do 28 cm. Teža hlebca, z ozirom na velikost, varira med 2,5 in 5 kg. Skorja bovškega sira je sivo rjave do zamolklo bež barve, čvrsta, gladka, ravna, obodna stran je rahlo izbočena, robovi so zaobljeni. Testo je enakomerno bež barve, kompaktno, elastično, povezano, s školjkastim lomom, vendar ne drobljivo, z redkimi enakomerno razporejenimi očesi, velikosti pšenice ali redkimi drobnimi luknjicami, celo majhnimi razpokami, ki pa ne prevladujejo. Testo dlje zorjenih sirov je kompaktnejše in lomljivejše. Okus sira je aromatičen, poln, intenziven in rahlo pikanten, značilen za klasično zorjeni ovčji sir. Sir je odličen za ribanje in rezanje.

Originalni Bovški sir se označi tudi s pripadajočim znakom Skupnosti za živilo z zaščitenim geografskim poreklom, ter z nacionalnim simbolom kakovosti.



VIR: Wikipedija

**6. ... da ime Kanin v germanskih jezikih pomeni zajec?**

V nekaj germanskih jezikih Kanin pomeni zajec.

Na Kaninu pa je prisoten, kot drugje v Alpah, planinski zajec (*Lepus timidus*), ki je poleti sivorjav, pozimi pa snežno bel.

Vir: : Kunaver, Jurij, Kaninsko pogorje in učna pot na Prestreljeniških podih, Bovec: Turistično društvo, 2011

**7. ... ali veste da so v Kaninskem pogorju že pred prvo svetovno vojno zapustili presenetljivo veliko sledov?**

V spodnjem delu Kaninskih podov so se ohranili celo njihovi z okovano palico podpisi na od ledu zglajeni živi skali. Po nekaj desetletjih brez planinskega gospodarjenja jih deževnica počasi že briše.

Vir: : Kunaver, Jurij, Kaninsko pogorje in učna pot na Prestreljeniških podih, Bovec: Turistično društvo, 2011

**8. ... ali veste, da se je mogoče z žičnico povzpeti do višine 2202m, do višine okrog 1300m pa tudi z avtomobilom po gozdni cesti?**

Slovenski del obsega približno 50 km<sup>2</sup>.

**9. ...ali veste kako je nastalo Prestreljeniško okno?**

Prestreljenik je nastal že pred davnimi časi, zgodba o tem, kako je nastal, pa gre iz roda v rod. Rezijani so hodili na Plejča, na Prehod in pod Skedenj na Kaninu po drva, na jago, največ pa past. Ravno tako pa tudi Plužničani, Figači po domače. Oboji so hoteli imeti pravico nad temi kraji, zato so se neprestano prerekali. In kot da ni dovolj, da se že med sabo prepirajo, je prišel na Prevalo pa še zlodej. Kako ga pregnati? Zdaj so morali Rezjani in Plužničani stopiti skupaj, koli, morda tudi s puško, saj so bili rrvbšici. Zlodej tam zgoraj s tistimi burklami, oni pa vse bližje-ga stisnejo pod veliko steno. Zlodej ni mogel ne sem ne tja ne gor ne dol, pravi » naj bo kar bo, jaz treščim skozi in pridem ven na drugi steni, v Selli Nevei.« In res je treščil skozi. Za njim je ostala luknja skozi skalo. So zdaj vsi hiteli gledat skozi luknjo na drugo stran, kaj je z zlodejem. Je ostal živ, je letel navzdol, in ko je bil že dovolj daleč, jim je pokazal figo.

Vir: ZVEZA društev slovenskih likovnih umetnikov. Sekcija ilustratorjev. Pirta, farca, fidinja: upodobitve folklornih pripovedi z Bovškega, besedila izbrala, uredila in priredila Barbara Ivančič Kutin, 1. natis- Ljubljana, Zveza društev slovenskih likovnih umetnikov, 2013



## Priloga 7 KORISTNE POVEZAVE

### POSODA ZA SLADICO:

<http://www.gourmetshop.si/trgovina/pribor-in-orodje/embala%C5%BEEa/posodice> - ampak niso stekleni ali keramični

stekleni kozarci, ki se zaprejo: <https://www.bevann.si/stekleni-kozarci-za-vlaganje-s-pokrovom-finger-food>

### zanimivi stekleni kozarci:

[https://www.piccantino.si/bloomix?gclid=Cj0KCQiAnNXiBRCoARIsAJE\\_1cpshbJwE3JfJ\\_66qRtsV7APhDs-ilMifPjgcp6wIUUiawvP9X45OwaAvSdEALw\\_wcB](https://www.piccantino.si/bloomix?gclid=Cj0KCQiAnNXiBRCoARIsAJE_1cpshbJwE3JfJ_66qRtsV7APhDs-ilMifPjgcp6wIUUiawvP9X45OwaAvSdEALw_wcB)

### lesene žlice:

<https://www.euronova.si/izdelek/1060000/lesene-zlice-165cm-100-kos>

<http://visitcerkno.si/rocno-izdelane-lesene-zlice/>

<http://www.rokodelskicenter-ribnica-trgovina.si/sl/jedilni-pribor/314-zlica-iz-orehovega-lesa.html>

<https://www.rayher.si/izdelek/68004000/lesene-zlicke-set-6>

<https://www.bonatura.si/produkt/L007.2/LESENI-PRIBOR-ZLICA-MALA>

### kartonasta embalaža:

<https://www.msk.si/darilna-embalaza/>

[https://duke-trading.com/prodajni\\_program/packaging\\_design/embalaza\\_za\\_slascinarske\\_in\\_pekarske\\_izdelke/](https://duke-trading.com/prodajni_program/packaging_design/embalaza_za_slascinarske_in_pekarske_izdelke/)

<https://www.gosteria.si/skupine-proizvodov/slascicarstvo-pekarstvo/dekorativna-embalaza/darilna-embalaza-za-pecivo?fset=default&page=1&pagesize=15&view=list&sort=name>

### Nekaj ponudnikov lokalne hrane:

[file:///C:/Users/Da%C5%A1a/Downloads/Ponudniki%20kmetijskih%20pridelkov%20in%20izdelkov%20Zg.Poso%C4%8Dja%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Da%C5%A1a/Downloads/Ponudniki%20kmetijskih%20pridelkov%20in%20izdelkov%20Zg.Poso%C4%8Dja%20(1).pdf)

