

Najdi svoj Flow



23. mednarodni festival Več znanja za več turizma 2026: AquaVibe – prepustimo se toku!

Mentor: Flavija Bezeljak

Avtorici: Agnes Remec agnes.remec@potep.org Ester Paulin ester.paulin@potep.org

Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois, 2026



KAZALO

Najdi svoj Flow	1
1 UVOD	3
1.1 Namen našega projekta	3
1.2 Predstavitev projektne skupine	3
1.3 Problem – rešitev – dodana vrednost	4
2 VSEBINA TURISTIČNEGA PAKETA	4
2.1 Logotip: [Slika 1: Logotip Najdi svoj Flow].....	5
2.2 Časovnica programa.....	5
2.3 Tradicija soške postrvi	5
2.4 Flow Kaly – influencer.....	6
3 DOBAVITELJSKO-PARTNERSKA VERIGA (VKLJUČENI PONUDNIKI)	6
4 KALKULACIJA CENE TURISTIČNEGA PAKETA.....	7
4.1 Poskus uresničitve projekta.....	7
5 SODELOVANJE S FLOW KALY-JEM	8
6 TRAJNOSTNI VIDIKI PROJEKTA.....	8
7 TRŽENJE BUTIČNEGA TURISTIČNEGA DOŽIVETJA	8
7.1 Ciljne skupine.....	9
7.2 Kazalnik uspešnosti in edinstvena prednost.....	9
8 VIRI IN LITERATURA.....	9

1 UVOD

Tema razpisa AquaVibe – prepustimo se toku! izpostavlja vodo kot osrednji element sodobnega turizma, ki presega zgolj rekreacijo in postaja nosilka doživetij, dobrega počutja ter trajnostnih vrednot. V času, ko mladi preživijo povprečno več kot 7 ur dnevno na svojih mobilnih napravah, smo prepoznali potrebo po pristnem odklopu od digitalnega sveta. Navdih za naš turistični proizvod **Najdi svoj Flow** smo našli v paradoksu sodobnega življenja – vsi sledimo "flow-u" socialnih omrežij, a pri tem pozabljamo na pravi flow, ki ga ponuja narava.

Odločili smo se združiti moč narave reke Soče v Solkanu, avtentično slovensko kulinariko in vpliv slovenskega influencerja Flow Kaly, da mladim ponudimo izkušnjo, ki jih bo spodbudila k zavednemu digitalnemu odklopu. Reka Soča, znana po svoji smaragdno zeleni barvi in čisti vodi, v Solkanu preide v mirnejši tok, kar omogoča raznolike vodne aktivnosti. Solkan s svojo bližino Nove Gorice, znamenitim Solkanskim mostom in dostopnostjo predstavlja popolno okolje za odkrivanje pravega "flow" stanja – stanja popolnega vživljanja v trenutek, ko čas postane nebitven.

Med poletnimi počitnicami smo ugotovili, da doživljamo najlepše trenutke ravno tedaj, ko odložimo telefone in se prepustimo toku reke, pogovoru s prijatelji ali preprosto miru narave. Želeli smo ta občutek deliti z drugimi mladimi in pokazati, da je pravi "flow" nekaj povsem drugega kot neskončno drsenje po družbenih omrežjih.

Program traja od 9:00 do 17:00 in vključuje vse elemente potrebne za celovito izkušnjo – od varnostne opreme do kulinarčnih užitkov. Pri izvedbi sodelujemo z lokalnimi partnerji kot so Soča Fun Park Solkan, Zavod za turizem Nova Gorica in Flow Kaly, kar zagotavlja kakovost in avtentičnost doživetja.

1.1 Namen našega projekta

Namen projekta je predstaviti vodo kot vir različnih doživetij – od adrenalina do miru – in pokazati mladim, da lahko brez telefona doživijo trenutke, ki jih bodo pomnili celo življenje. V času, ko mladi preživijo povprečno več kot 7 ur dnevno na mobilnih napravah, smo prepoznali potrebo po programih, ki spodbujajo digitalni detoks in ponovno povezovanje z naravo.

Izbrali smo Soško dolino in Solkan zaradi simbolike – reka Soča s svojim smaragdno tokom predstavlja naravni "flow", ki je popolno nasprotje umetnega "flow-a" družbenih omrežij. Solkanski most simbolizira prehod iz digitalnega v naravni svet. Lokacija je dostopna, varna in ponuja vse potrebne elemente za izvedbo programa.

Projekt smo zasnovali z željo, da bi mladim ponudili več kot le vodne aktivnosti – butično izkušnjo, ki jih bo spodbudila k razmisleku o njihovem odnosu do tehnologije. Sodelovanje s Flow Kaly-jem zagotavlja, da sporočilo doseže ciljno skupino na avtentičen način, saj gre za influencerja, ki sam živi od družbenih omrežij, a razume pomen uravnoteženega pristopa. S projektom želimo promovirati Solkan in dolino Soče kot destinacijo za doživljajski turizem na vodi ter spodbujati trajnostne turistične prakse. Program vključuje uporabo lokalnih pridelkov, čiščenje brežin in izobraževanje o pomenu ohranjanja čistih vodotokov.

1.2 Predstavitev projektne skupine

Projekt ima jasno zastavljene cilje in razdelitev nalog med člani ekipe. Eva Miklus (vodja projekta) je odgovorna za promocijski video, sponzorstva ter koordinacijo dela. Letizia Križmančič je pripravila majice za ekipo in sodelovala pri pripravi promocijskega materiala. Ester Paulin in Agnes Remec sva odgovorni za pripravo nalogeter sodelujeva pri sponzorstvih in pripravi materiala za stojnico.

Gloria Hvalič, Sebastian Formentini in Anja Pahor skrbijo za pripravo stojnice. Logotip je oblikovala Eva Miklus. Ekipa se osredotoča tudi na oblikovanje prisotnosti na družbenih omrežjih (@najdi.svoj.flow) ter spremljanje odzivov za merjenje uspešnosti projekta.

Vsi člani ekipe smo dijaki Državnega izobraževalnega zavoda s slovenskim učnim jezikom in delamo pod mentorstvom profesorice Flavije Bezeljak. Razdelili smo si vloge glede na naše sposobnosti; nekateri skrbimo za komunikacijo s partnerji, drugi pa za družbena omrežja, logistiko in testno izvedbo programa. Sodelujemo tudi s influencerjem Flow Kaly-jem, ki je projekt podprl in bo aktivno sodeloval pri promociji.

1.3 PROBLEM – REŠITEV – DODANA VREDNOST

Problem

Mladim turistom je na voljo veliko adrenalinskih vodnih aktivnosti, vendar večina ponudbe ne naslavlja duševnega počutja, digitalne preobremenjenosti in potrebe po umiritvi. Vodni turizem je pogosto omejen na krajše adrenalinske doživetje brez globljega pomena ali trajnega vpliva na počutje udeležencev.

Rešitev

Najdi svoj Flow združuje vodne aktivnosti z digitalnim detoksom, refleksijo in naravnim okoljem, ki ponuja uravnoteženo doživetje telesa in uma. Program ni zgolj športno-rekreativne narave, temveč je zasnovan kot transformativno doživetje, ki mladim omogoča odkrivanje pravega "flow" stanja – popolnega uživanja v trenutku.

Dodana vrednost

Edinstvena kombinacija vode kot osrednjega elementa (v skladu z razpisom AquaVibe), simbolike toka, lokalne kulinarike, sodelovanja z influencerjem Flow Kaly-jem ter trajnostne usmerjenosti ustvarja sodoben turistični produkt z močno zgodbo in jasno ciljno skupino. Program presega klasične vodne aktivnosti in ponuja:

- Psihološko dimenzijo – osredotočenost na duševno zdravje in digitalni detoks
- Kulturno dimenzijo – ohranjanje kulinarčne dediščine (soška postrv)
- Okoljsko dimenzijo – ozaveščanje o varstvu vodnih virov
- Družbeno dimenzijo – krepitev pristnih medosebnih odnosov

2 VSEBINA TURISTIČNEGA PAKETA

Program **Najdi svoj Flow** se začne ob 9:00 pri Solkanskem mostu, kjer se udeleženci zberejo in predajo svoje mobilne telefone v varno shrambo. Sledi simboličen prehod čez most ali možnost vožnje s raftom čez reko, ki predstavlja prehod iz digitalnega v naravni svet. Nato se skupina odpelje do Soča Fun Park Solkan (10:00), kjer udeleženci prejmejo vso potrebno varnostno opremo in kratko seznanitev z varnostnimi ukrepi. Program vključuje: vožnjo z raftom čez reko do poligona parka, razgiban poligon, dvignjen od tal, s teambuilding elementi, zipline čez reko Sočo

Vse aktivnosti vodijo izkušeni inštruktorji, ki med aktivnostmi delijo znanje o reki Soči, njenem ekosistemu in pomenu za lokalno skupnost. Poudarek je na timske delu in odkrivanju, kako se udeleženci počutijo brez telefona.

Po končanih aktivnostih (12:30) se skupina premakne na senčno lokacijo ob Soči za kulinarčni del programa:

- Peka soške postrvi na tradicionalen način
- Degustacija lokalnih pridelkov Goriške regije (sir, med, sadje, domač kruh)
- Ustvarjalna delavnica "Ustvari svoj flow" – udeleženci s kamenčki iz Soče, vrbovimi vejicami in naravnimi materiali ustvarijo land art ob reki
- Čas za prosto druženje in igre brez tehnologije

Program se zaključi s skupinsko refleksijo (16:30-17:00), kjer udeleženci v krogu ob Soči delijo svoje izkušnje dneva. Sledi simboličen trenutek, ko udeleženci prejmejo telefone nazaj, a se najprej zavežejo k bolj zavednemu odnosu do tehnologije.

Vsak udeleženec ob koncu prejme:

- Tote bag z logotipom Najdi svoj Flow
- Nalepke z logotipom
- Svinčnike z logotipom

2.1 Logotip: [Slika 1: Logotip Najdi svoj Flow]



Logotip predstavlja stiliziran napis "FLOW", oblikovan kot ribo, ki plava v toku vode. Dizajn simbolizira povezavo med naravnim tokom reke Soče in tokom življenja, hkrati pa igra besed "flow" kot mentalno stanje in kot sleng za družbena omrežja. Barva logotipa je turkizna, ki spominja na značilno smaragdno zeleno barvo Soče. Logotip je v uporabi na vseh promocijskih materialih, majicah ekipe, na spletni strani in družbenih omrežjih (celostna grafična podoba).

2.2 Časovnica programa

ČAS, AKTIVNOST, LOKACIJA

- 09:00 - 09:30** Zbor, predaja telefonov, motivacijska delavnica Solkanski most
09:30 - 10:00 Prevoz do Soča Fun Parka
10:00 - 10:30 Priprava opreme, varnostna navodila Soča Fun Park Solkan
10:30 - 11:30 Vožnja z raftom in poligon Reka Soča
11:30 - 12:30 Zipline in dodatne vodne aktivnosti Soča Fun Park
12:30 - 14:30 Preoblačenje Soča Fun Park, Peka postrvi in priprava piknika
14:30 - 16:00 Degustacija, ustvarjalna delavnica
16:30 - 17:00 Prosto druženje, igre brez tehnologije
17:00 Skupinska refleksija, zaključek Piknik lokacija oz. Solkanski most

2.3 Tradicija soške postrvi

Za naš program uporabljamo soške postrvi iz trajnostnih ribogojnic ali jih nabavljamo pri licenciranih ribičih z dovoljenjem Ribiške družine Nova Gorica. Najpogosteje se pripravlja pečena na žaru ali v pečici, po solkansko pa z dodatkom goriškega radiča. Meso soške postrvi je nežno, svetlo in prijetnega, blagega okusa, zato je zelo cenjena v kulinariki in se odlično poda k lokalnim prilogam, kot je domač kruh. Vključitev soške postrvi v program združuje kulinariko, izobraževanje, kulturo in simboliko: ponuja pristno lokalno hrano, ozavešča o varovanju voda in trajnostnem ribogojstvu, ohranja tradicijo Posočja ter kot prebivalka čiste tekoče vode simbolizira pravi flow.

2.4 Flow Kaly – influencer

Flow Kaly (Alexander Palacios) je popularni content creator z več kot 22.000 sledilci na Tik Toku in več kot 11.000 na Instagramu (@flow_kali).

Flow Kaly je idealen partner projekta **Najdi svoj Flow** iz več razlogov: njegov umetniški psevdonim »Flow Kaly« že sam po sebi resonira s konceptom projekta, kot influencer, ki živi od družbenih omrežij, lahko avtentično govori o pomenu uravnoveženega odnosa do tehnologije, njegova baza sledilcev pa je natanko naša ciljna skupina (mladi 15–25 let). V okviru sodelovanja se bo Flow Kaly na naši stojnici tudi fotografiral z obiskovalci in sicer s kartonastim okvirjem, ki bo vsebinsko in vizualno podpiral projekt ter promoviral našo stojnico. Sodelovanje s Flow Kaly-jem je brezplačno – gre za vzajemno koristno partnerstvo, kjer on pridobi avtentično vsebino za svoje kanale, mi pa kredibilnost in doseg med mladimi.

3 DOBAVITELJSKO-PARTNERSKA VERIGA (VKLJUČENI PONUDNIKI)

Aktivnost	Opis storitve	Cena	Kontaktna oseba in kontakt	Logotip
Soča Fun Park Solkan	Vodne aktivnosti (rafting, poligon, zipline), oprema, inštruktorji	45 EUR/osebo	Info: +386 40 377 477 https://socafunpark.si/sl/	
Castello Formentini	Dobava vina in materiala za stojnico	brezplačno	https://castelloformentini.com/	
influencer Flow Kaly	Motivacijske delavnice, prisotnost, promocija	Brezplačno (prostovoljstvo)	Instagram: flow_kaly	/
Ošterija Žogica	Soška postrv, lokalni pridelki	80 EUR skupaj	https://sesezogica.si/osterija-zogica/	
TIC Nova Gorica	Promocijski material, informacije	Brezplačno (partnerstvo)	+386 5 330 46 <a href="mailto:00
tic@nova-gorica.si">00
tic@nova-gorica.si	
Prevoz (minibus)	Prevoz skupine (do 15 oseb)	50 EUR (fiksno)	Lokalni prevoznik	/
Fotografske storitve	Fotografiranje dogodka, urejanje fotografij	100 EUR (fiksno)	https://kreativnisplet.si/	
Dodatna oprema	tote-bag, nalepke, svinčniki	120 EUR skupaj	Lokalne tiskarne in dobavitelji	/

Opomba: Številni partnerji sodelujejo brezplačno ali po znižanih cenah, saj prepoznajo potencial projekta za promocijo Solkana in trajnostnega turizma.

4 KALKULACIJA CENE TURISTIČNEGA PAKETA

Aktivnost – vrsta stroška	Variabilni strošek (na osebo) v EUR	Stroškovna vrednost skupaj za skupino (15 oseb) v EUR	Nabavna cena skupaj na osebo v EUR
Vodne aktivnosti - Soča Fun Park (rafting, poligon, zipline, oprema, inštruktorji)	35 EUR	472,50 EUR 10% popusta/osebo	35 EUR
Soška postrv in lokalni pridelki za piknik	6 EUR	90 EUR (80 EUR postrv + hrana, 10 EUR dodatki)	6 EUR
Prevoz (minibus, 2x pot)	3,33 EUR	50 EUR (fiksni strošek)	3,33 EUR
Promocijski material, majice, nalepke	8 EUR	120 EUR	8 EUR
Fotografske storitve	6,67 EUR	100 EUR (fiksni strošek)	6,67 EUR
Turistično vodenje, koordinacija	15 EUR	225 EUR (fiksni strošek, pokriva organizacijo)	15 EUR
Skupaj	74 EUR	1110 EUR	74 EUR
15 % pribitka (organizacijske storitve, tveganje)	11,10 EUR		
22 % DDV	16,28 EUR		
PRODAJNA CENA	101,38 EUR	1520,7 EUR (za 15 oseb)	

Kalkulacija kaže, da je program finančno vzdržan tudi pri manjšem številu udeležencev (15 oseb). Pri večjih skupinah (25-30 oseb) se fiksni stroški razdelijo na več udeležencev, kar zniža ceno ali poveča maržo.
Primerjava s konkurenco: Podobni programi (rafting + piknik) v dolini Soče stanejo 80-150 EUR. Naš program je **cenovno konkurenčen** hkrati pa ponuja **dodano vrednost** – koncept digitalnega detoksa, prisotnost Flow Kaly-ja, ustvarjalne delavnice, fotografije.

4.1 POSKUS URESNIČITVE PROJEKTA

September 2025:

Obisk Soča fun parka in testna izvedba poligona, ter snemanje

Oktober 2025

Snemanje v ošteriji Žogica (priprava ribe), snemanje s Flow Kaly-jem

November 2025

Iskanje sponzorstev, izdelava promocijskega materiala

December 2025

Instagram profil najdi.svoj.flow, oglaševanje na profilu

5 SODELOVANJE S FLOW KALY-JEM

Flow Kaly (Alexander Palacios) je popularni content creator z več kot 22.000 sledilci na Tik Toku in več kot 11.000 na Instagramu ([@flow_kali](#)).

Vloga Flow Kaly-ja v projektu: Ambasador projekta – javno podpira koncept digitalnega detoksa, **promotor** – deli vsebino o projektu na svojih družbenih omrežjih ([@flow_kali](#)), **soavtor vsebine** – sodeluje pri snemanju promocijskega videa.

Zakaj Flow Kaly: je idealen partner projekta **Najdi svoj Flow** iz več razlogov, saj njegov umetniški psevdonim »Flow Kaly« že sam po sebi resonira s konceptom projekta, kot influencer, ki živi od družbenih omrežij, lahko avtentično govori o pomenu uravnoveženega odnosa do tehnologije, njegova baza sledilcev pa je natanko naša ciljna skupina (mladi 15–25 let). V okviru sodelovanja se bo Flow Kaly na naši stojnici tudi fotografiral z obiskovalci in sicer s kartonastim okvirjem, ki bo vsebinsko in vizualno podpiral projekt ter promoviral našo stojnico. Sodelovanje s Flow Kaly-jem je brezplačno – gre za vzajemno koristno partnerstvo, kjer on pridobi avtentično vsebino za svoje kanale, mi pa kredibilnost in doseg med mladimi.

6 TRAJNOSTNI VIDIKI PROJEKTA

Projekt Najdi svoj Flow temelji na treh stebrih trajnostnega turizma:

- Okoljska trajnost: butični program z omejenim številom udeležencev, uporaba lokalnih živil, izobraževanje o varovanju voda ter minimalna uporaba plastike.
- Družbena trajnost: poudarek na duševnem zdravju mladih, digitalnem detoksu, pristnih odnosih brez telefonov ter krepitvi lokalne identitete (soška postrv).
- Ekonomska trajnost: sodelovanje z lokalnimi ponudniki, finančno vzdržen model ter potencial za dolgoročno vključitev v turistično ponudbo, šolske programe in teambuildinge.

7 TRŽENJE BUTIČNEGA TURISTIČNEGA DOŽIVETJA

Trženje butičnega turističnega doživetja **Najdi svoj Flow** je zasnovano celostno in temelji na povezovanju lokalnega okolja, digitalnih kanalov in neposrednega stika s ciljnimi skupinami. Glavni cilj trženja je povečati prepoznavnost doživetja ter spodbuditi udeležbo.

Digitalna promocija poteka predvsem prek **družbenih omrežij** (Instagram, Facebook in TikTok). Vsebine so prilagojene posameznemu kanalu in poudarjajo naravno okolje, aktivnosti ter vrednote digitalnega razbremenjevanja. Prepoznavnost se krepi z uporabo enotnih hashtagov ter kratkih video vsebin.

Dodatno promocijo omogoča **sodelovanje z influencerjem**, ki s pristno predstavitvijo doživetja prispeva k večjemu zaupanju ciljne publike. Pomemben del trženja predstavlja tudi **neposreden pristop**, ki vključuje predstavitve na srednjih šolah, fakultetah, sodelovanje z mladinskimi organizacijami ter prisotnost na lokalnih dogodkih. .

7.1 Ciljne skupine

- **Primarna ciljna skupina:** mladi od 15 do 25 let (dijaki in študenti),
- **Sekundarna ciljna skupina:** mladi zaposleni od 25 do 35 let,
- **Terciarna ciljna skupina:** šole in podjetja, zainteresirana za skupinske in team building programe.

7.2 KAZALNIKI USPEŠNOSTI IN EDINSTVENA PREDNOST

Kazalniki uspešnosti

Uspešnost turističnega produkta Najdi svoj Flow spremljamo s preprostimi in merljivimi kazalniki:

- Količinski kazalniki: število izvedb (cilj: 20 v prvi sezoni), povprečna zasedenost skupin (vsaj 80 %) ter število ponovnih obiskov in priporočil.
- Kakovostni kazalniki: zadovoljstvo udeležencev (anketa po programu), ocene posameznih vsebin ter morebitni dolgoročni učinki (npr. spremljanje navad po enem mesecu).
- Promocijski kazalniki: doseg promocije (ogledi videa, QR-kode), odzivi na družbenih omrežjih in medijska prisotnost.

Kazalniki omogočajo sprotno izboljševanje programa in njegovo dolgoročno kakovostno umeščanje v turistično ponudbo

Edinstvena prodajna prednost (USP)

Najdi svoj Flow je edini turistični produkt ob reki Soči, ki na celosten način združuje:

1. Vodo kot nosilni element doživetja (ne zgolj kulisa, temveč osrednji simbol in medij)
2. Digitalni detoks (prostovoljno odlaganje tehnologije za celoten dan)
3. Vodeno refleksijo mladih (strukturirana diskusija o odnosu do tehnologije)

S tem presega klasične adrenalinske vodne aktivnosti in ustvarja poglobljeno izkušnjo dobrega počutja, ki mladim omogoča:

- Ponoven stik s **seboj** (samopoznavanje skozi refleksijo)
- Ponoven stik z **drugimi** (pristni medosebni odnosi brez tehnologije)
- Ponoven stik z **naravo** (tok reke kot življenjska metafora)

8 VIRI IN LITERATURA

- Csikszentmihalyi, M. (2017). *Flow: psihologija optimalnega doživetja*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina. (2025). *Turistična ponudba ob Soči*. Pridobljeno iz <https://www.novagorica-turizem.com>
- Soča Fun Park. (2025). *Vodne aktivnosti v Solkanu*. Interno gradivo.
- Statistični urad Republike Slovenije. (2024). *Uporaba interneta in mobilnih naprav med mladimi*. Pridobljeno iz <https://www.stat.si>
- Global Wellness Institute. (2023). *Global Wellness Economy Monitor*. Pridobljeno iz <https://globalwellnessinstitute.org>
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. Atria Books.
- Ribiška družina Nova Gorica. (2025). *Soška postrv in trajnostno ribogojstvo*. Interno gradivo.
- BESEDILO IN SLIKE DELNO USTVARJENO S POMOČJO UMETNE INTELIGENCE

Najdi svoj Flow



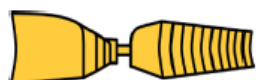
PRILOGE

9 PRILOGA 1: PONUDBA TIC-A NOVA GORICA, DA BI NAŠ PROIZVOD VKLJUČILI V NJIHOVO PONUDBO

SPONSOR TIC NOVA GORICA

14/01/26, 11:01

Pošta Istituto Statale di Istruzione Superiore Cankar-Vega-Zois - Projekt Več znanja za več turizma



CANKAR VEGA ZOIS

Agnes Remec <agnes.remec@potep.org>

Projekt Več znanja za več turizma

3 sporočil

Agnes Remec <agnes.remec@potep.org>

8. januar 2026 ob 18:30

Za: katja.kralj@vipavskadolina.si

Pozdravljeni,
kot dogovorjeno vam pošiljam osnutek naše naloge, da bolje spoznate naš proizvod. Sicer smo vas že vključili, ker iskreno upamo na vaše sodelovanje.

Hvala za vaš čas in za nadaljevanje vam ostajam na razpolago tudi na tem mail naslovu.

Lep pozdrav

Agnes Remec

5.T

Državni izobraževalni zavod s slovenskim učnim jezikom -smer turizem



flow-edition (1).docx.pdf

894K

Katja Kralj <katja.kralj@vipavskadolina.si>

14. januar 2026 ob 09:49

Za: Agnes Remec <agnes.remec@potep.org>

Kp: Erika Lojk <erika.lojk@vipavskadolina.si>

Pozdravljeni,

S strani Zavoda za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina potrjujem sodelovanje pri projektu »Najdi svoj flow«, in sicer v obliki financiranja promocijskega materiala: plakatov, letakov in zapestnic, v vrednosti največ 300 EUR. V zameno prosimo za objavo našega logotipa na plakatih in letakih (v priponki). Zanima nas tudi, da bi doživetje »Najdi svoj Flow« vključili v našo ponudbo in ga začeli aktivno tržiti preko naših spletnih kanalov.

Smo na vezi naslednji teden. V pon se vračam iz službene poti, v torek, 20. 1. bi se lahko dobili ob 8h ali pa potem popoldan, ob 15h v TIC Nova Gorica.

Lep pozdrav, Katja

Katja

10 PRILOGA 2: SEZNAM SODELUJOČIH DIJAKOV

Naziv šole	Ime in priimek dijaka/študenta	Razred/letnik	Kraj stalnega bivališča	Letnica rojstva
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Eva Miklus	5. letnik	Via Enrico Rocca 15, 34170, Gorica	27.3.2007
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Gloria Hvalič	5. letnik	Ulica Borisa Kalina 23, 5250 Solkan	5.4.2006
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Sebastian Formentini	5. letnik	Via Scedina 9, 34070 Števerjan	8.11.2006
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Letizia Križmančič	5. letnik	Località Basovizza 38, 34149 Trst	21.5.2007

Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Anja Pahor	5. letnik	Loc. Valerišče 11, 34070 Števerjan	7.2.2007
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Ester Paulin	5. letnik	Via del San Michele 68, 34170 Gorizia	12.9.2007
Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois	Agnes Remec	5. letnik	Selo 28b, 5262 Črniče	28.10.2006

11 PRILOGA 3: STOJNICA, PROMOCIJSKI SPOT



Naša stojnica predstavlja reko **Sočo**, enega najlepših in najbolj prepoznavnih naravnih biserov Slovenije, ter jo obiskovalcem približa kot sodoben, trajnosten in mladim privlačen turistični produkt.

Celotna vizualna zasnova stojnice temelji na **modro-zeleni barvni paleti**, ki neposredno asocira na značilno barvo Soče. Osrednji vizual z napisom »**Najdi svoj Flow**«, oblikovan v podobi ribe in vodnega toka, jasno komunicira rdečo nit projekta: prepustitev naravi, umiritev in iskanje ravnovesja.

Stojnica je zasnovana kot **potopitveno doživetje reke Soče**. S pomočjo projektirane vodne teksture v ozadju, prozornih balonov, ki simbolizirajo mehurčke in tok reke, ter naravnih materialov (les, steklo, rastline) obiskovalci dobijo občutek, kot da stopijo neposredno v srce soške doline.

Poseben poudarek je na **vodi kot nosilcu doživetja**. Obiskovalci so postreženi z osvežilnim, naravno obarvanim napitkom, ki vizualno spominja na Sočo, ter z izbranimi lokalnimi prigrizki. Okušanje ni zgolj ponudba, temveč del zgodbe – Sočo je mogoče **videti, občutiti in okusiti**.

Pomemben del interakcije z obiskovalci je tudi **razdeljevanje zapestnic**, ki jih člani ekipe obiskovalcem izročimo osebno. Zapestnica simbolizira odločitev, da se vsaj za trenutek odklopimo od digitalnega sveta in se prepustimo toku – tako reke Soče kot lastnega notranjega ravnovesja. Gre za majhen, a močan trajnostni spominek, ki obiskovalca spremlja tudi po obisku stojnice.

Na levi strani stojnice je jasno predstavljena interaktivna vsebina »**3 koraki do tvojega flowa**«, ki obiskovalca vodi skozi izkušnjo:

1. odložiti telefon,
2. prepustiti se toku Soče,
3. okusiti lokalno.

Ta del spodbuja **digitalni detoks**, zavestno prisotnost in osebno vključevanje, kar je dodatno podkrepljeno z QR-kodo za nadaljnje raziskovanje doživetja.

Na desni strani stojnice informativna tabla jasno in pregledno izpostavlja ključne vrednote projekta:

- voda kot osrednji element doživetja,
- digitalni detoks za mlade,
- trajnostno, lokalno in butično usmerjen turizem.

Celotna postavitev je **čista, pregledna in razstavno profesionalna**, brez odvečnih elementov. Nič ni na tleh, vsi materiali so skrbno umeščeni, kar ustvarja občutek urejenosti, kakovosti in premišljenega koncepta.

S to stojnico želimo obiskovalcem pokazati, zakaj je Soča eden največjih naravnih zakladov Slovenije in zakaj jo ni dovolj le obiskati, temveč jo je treba **doživeti v njenem toku – z vsemi čuti**.

Kulinarika:

- Slane ribice predstavljajo znamenito **soško postrv** in življenje v reki.
- Špric pa dodaja element svežine, druženja in lahkotnosti, ki jo ljudje pogosto povezujejo z obiskovanjem doline.

Varnost in higiena: Vsa hrana bo pokrita in zaščitena, uporaba rokavic pri serviranju, navajanje alergenov (oreščki, mleko).

Interaktivnost:

Obiskovalci lahko sodelujejo v igrivih aktivnostih in prejeli promocijske nagrade.

Video posnetek prikazuje osupljiv panoramski pogled na pokrajino Soške doline, kjer reka Soča teče pod mogočnim kamnitim železniškim mostom v Solkanu – najvišjim tovrstnim mostom na svetu. Gledalce posnetek takoj pritegne z dinamično, zabavno glasbo, ki ustvarja živahno vzdušje in napoveduje pustolovščine, ki sledijo. Osrednji del videoposnetka je namenjen predstavitvi adrenalinskih dejavnosti v Soča fun parku, kjer obiskovalci lahko doživijo razburljive trenutke in preizkusijo svoje meje. Poleg športnih aktivnosti videoposnetek vključuje tudi kulinarčni segment, ki predstavlja tradicionalno pripravo postrvi na avtentičen, izviren način. Priprava rib po solkanskem načinu dodaja programu lokalno, gastronomsko dimenzijo in gledalcem omogoča vpogled v bogato kulinarčno dediščino tega področja.

Videoposnetek tako uspešno združuje naravne lepote, adrenalin in kulinariko v celotno turistično doživetje Soške doline.

Scenarij:

Flow Kaly: *“V svetu, kjer mladi ves čas gledamo v telefone, izgublamo voljo, zbranost in energijo. Pozabljamo, kakšni smo bili nekoč. A še ni prepozno, čas je za spremembo. Pridruži se nam. Najdi svoj Flow.”*

12 PRILOGA 4

Državni izobraževalni zavod Cankar Vega Zois

Tel: (+39) 0481 530021

E-pošta: gois00400n@istruzione.it

NASLOV NALOGE: Najdi svoj Flow – doživetje digitalnega detoksa ob reki Soči

Avtorici:

- Agnes Remec agnes.remec@potep.org
- Ester Paulin ester.paulin@potep.org

Mentorica:

- Flavija Bezeljak flavija.bezeljak@potep.org

POVZETEK V SLOVENSKEM IN ANGLEŠKEM JEZIKU S KLJUČNIMI BESEDAMI

Projektna naloga "Najdi svoj Flow" predstavlja inovativen pristop k doživljajskemu turizmu na vodi, ki združuje vodne aktivnosti, kulinarčno dediščino in koncept digitalnega detoksa. Program je namenjen mladim (15-25 let) in ponuja enodnevno butično doživetje v Solkanu ob reki Soči, kjer udeleženci za en dan odložijo mobilne telefone in se prepustijo toku narave.

Osrednja ideja izhaja iz paradoksa sodobnega življenja – mladi sledijo "flow-u" družbenih omrežij, pri tem pa pozabljajo na pravi mentalni "flow", ki ga ponuja prisotnost v trenutku. Reka Soča s svojo smaragdno barvo in simboliko toka predstavlja popoln ambient za to izkušnjo. Solkanski most, največji kamniti loki na svetu, simbolizira prehod iz digitalnega v naravni svet.

Program vključuje vodne aktivnosti v Soča Fun Parku (rafting, poligon, zipline), kulinarčno izkušnjo s soško postrvjo in lokalnimi pridelki, ustvarjalne delavnice z naravnimi materiali ter skupinsko refleksijo ob reki. Posebnost programa je sodelovanje s slovenskim influencerjem Flow Kaly-jem, ki promovira projekt med mladimi preko družbenih omrežij.

Projekt temelji na načelih trajnostnega turizma – uporablja lokalne vire, spodbuja varstvo vodnih virov in izobražuje udeležence o pomenu zavednega odnosa do narave in tehnologije. Sodelujemo z lokalnimi partnerji (Soča Fun Park, TIC Nova Gorica, osterija Žogica, ZKB, Castello Formentini, Kreativni splet), kar zagotavlja kakovost in avtentičnost doživetja.

Promocija programa vključuje inovativne pristope: promocijski video z QR kodo, prisotnost na družbenih omrežjih (najdi.svoj.flow), interaktivno stojnico na turistični tržnici z degustacijo in simboličnimi elementi. Ekipa nastopa v enotnih majicah z logotipom, ki predstavlja ribo z napisom FLOW.

Cilj projekta je povečati prepoznavnost Solkana kot destinacije za doživljajski turizem, promovirati zavesten odnos mladih do tehnologije in ohranjati lokalno kulinarčno tradicijo. Program ima potencial postati trajen turistični proizvod, primeren za šolske skupine, teambuilding programe in individualne turiste.

S projektom "Najdi svoj Flow" želimo pokazati, da je voda več kot le naravni vir – je medij za preobražajoča doživetja, ki mladim omogočajo, da se ponovno povežejo s seboj, z drugimi in z naravo.

Ključne besede: digitalni detoks, doživljajski turizem na vodi, soča, soška postrv, trajnostni turizem, mladi.

Abstract:

The project assignment "Find Your Flow" presents an innovative approach to experiential water tourism that combines water-based activities, culinary heritage, and the concept of digital detox. The programme targets young people aged 15-25 and offers a one-day boutique experience in Solkan, along (by) the Soča River, where participants put aside their mobile phones for a day and fully surrender to the flow of nature.

The central idea stems from the paradox of modern life – young people constantly follow the "flow" of social networks while forgetting/overlooking the true mental "flow" that comes from (offered by) being present in the moment. The Soča River, with its emerald colour and powerful symbolism of flow, provides the perfect/ideal setting for this experience. The Solkan Bridge, the biggest/largest stone arch bridge in the world, symbolises the transition from the digital to the natural world.

The programme includes water activities at Soča Fun Park (rafting, obstacle course, and a zipline), a culinary experience featuring Soča trout and local products, creative workshops using natural materials, and group reflection by the river. A special feature of the project is the collaboration with Slovenian influencer Flow Kaly, who promotes the project/experience among youth/young people through social media.

The project is based on sustainable tourism principles – it relies on local resources, promotes water conservation, and raises awareness of conscious and responsible attitudes towards both nature and technology. Collaborations with local partners, such as Soča Fun Park and the Nova Gorica Tourism Board, ensures the quality and authenticity of the experience.

Programme promotion includes several innovative approaches, such as promotional video with a QR code, an active social media presence (najdi.svoj.flow), and an interactive booth at the tourism fair featuring tastings and symbolic elements. The project team appears in uniform white T-shirts with a logo depicting a fish and the word FLOW.

The project aims to increase recognition of Solkan as a destination for experiential tourism, encourage more mindful use of technology among young people, and preserve local culinary traditions. The programme has the potential to develop into a permanent tourism product suitable for school groups, team-building programmes, and individual tourists/visitors.

Through "Find Your Flow" (project), we seek to demonstrate that water is more than just a natural resource – it is a medium for transformative experiences that enable young people to reconnect with themselves, with others, and with nature.

Keywords: digital detox, experiential water tourism, Soča River, soča trout, sustainable tourism, youth.