

Poezija kot motor turizma prihodnosti

Vesna Levičnik

Kras in Brkini vstopajo v leto 2026 z ambicioznimi cilji, močno vsebinsko nadgradnjo in jasnim strateškim fokusom: butični turizem z visoko dodano vrednostjo, razpršen obisk skozi vse leto in podaljševanje povprečne dolžine bivanja. Pomembno vlogo pri tem ima Kosovelovo leto, ki Sežano in širšo kraško destinacijo umešča v kulturno, naravno in doživljajsko središče Slovenije.

Kot poudarja **Martin Šabec**, ki je zadolžen za promocijo destinacije Krasa in Brkinov, je letošnje leto za Sežano in Kras nekaj posebnega: »Sežana je letos zagotovo Kosovelova. Država je Srečka Kosovela razglasila za osrednjo osebnost leta, mi pa smo zavihali rokave in to priložnost vsebinsko izkoristili.«

Kosovel kot rdeča nit destinacije

Kosovelovo leto ni zgolj niz kulturnih prireditev, temveč celostna zgodba destinacije, ki povezuje kulturo, naravo, kulinariko in gibanje v prostoru. V Sežani je bil prenovljen in na novo umeščen Turistično-informacijski center, ki postaja izhodiščna točka vseh Kosovelovih doživetij. Med Sežano in Tomajem so bila ustvarjena štiri nova doživetja v naravi, ki obiskovalce vodijo po pohodniških poteh s postajališči, kjer preko QR-kod berejo Kosovelovo poezijo. Posebnost poti so tudi kamnite klopi iz marmorja, ki jih je prispevalo lokalno podjetje Marmor Sežana. »Slovinci smo nori na pohodništvo. Ravno skozi to zgodbo – narava, poezija, postanki, doživetje – želimo približati Kosovela domačemu gostu,« poudarja sogovornik. Vrhunec poti je Tomaj, kjer se 8. februarja odpira prenovljena Kosovelova domačija, zasnovana kot medgeneracijski multimedijski prostor, povezan tudi s kulinariko. Degustacijske večerje po zaključku poti niso naključje, temveč del premišljene strategije podaljševanja obiska.

Nastanitve – največji izziv Krasa

Čeprav povpraševanje narašča, ostajajo nastanitvene kapacitete eden izmed največjih izzivov. Prevladujeta zasebna ponudba in manjši apartmaji, večjih hotelov pa razen Lipice skoraj ni. »Ob



Grad Štanjel Foto: Miha First

večjih dogodkih, kot je martinovanje, je celotna destinacija razprodana. V pred- in posezoni pa kapacitete pogosto samevajo.« Pomembna novost je načrtovana dogradnja velnesa v Lipici, ki naj bi dodatno spodbudila daljše bivanje in razvoj kolesarskega turizma. Lipica se namreč vse bolj uveljavlja kot izhodišče za večdnevne kolesarske ture, zanimive tudi za goste iz Velike Britanije, ZDA in Kanade.

Dvojčki: strategija razprševanja obiskovalcev

Ena izmed najbolj zanimivih strateških potez destinacije je koncept t. i. »dvojčkov« – povezovanja bolj znanih znamenitosti z manj obiskanimi. »Ne samo Lipica, ampak Lipica in Vilenica. Ne samo Štanjel, ampak tudi vrtovi Krasa. Gostom želimo dati ideje, kako odkriti več,« Šabec omeni le nekaj zgodb. Projekt Vrtovi Krasa združuje botanični vrt v Sežani, Ferrarijev vrt v Štanjelu, Pepin vrt v Dutovljah (nagrajen na Chelsea Flower Show) in druge posebne vrtno zgodbe. »Cilj je revitalizacija, nadgradnja in dolgoročno tudi festival vrtov in Zeliščni vrt Domačije Beljavi v Kačičah.«

Štanjel: kultura, kongresi in razprodani koncerti

Štanjel je v zadnjih letih doživel izjemen preboj. Grad ponuja muzej Krasa, Muzej

slovenskega jezika in knjige ter novo Spacalovo galerijo. Poleti grad gosti razprodane glasbene večere, pogosto v kombinaciji z vinsko kletjo in kulinariko. »Grad ima po novem tudi kongresne dvorane in poročno sobano. To je popolnoma nova dimenzija Štanjela.« Muzej slovenskega jezika in knjige, odprt lani, pa, kot pravi sogovornik, tudi že postaja magnet za šolske in organizirane skupine, z več kot sedmimi interaktivnimi točkami. Prav tako letos Štanjel zaokrožuje zgodbo z odprtjem prenovljene Natalijino hišo, ki je bila nekoč del Ferrarijeve vile in vrta, ki ju je zasnoval arhitekt Maks Fabiani, danes pa predstavlja vstopno točko v kompleks.

Outdoor eksplozija in novi muzeji

Kras in Brkini se vse bolj uveljavljajo kot outdoor destinacija. Trail tek Kras Trail je bil letos razprodan v treh mesecih, nove kolesarske in pohodniške poti pa nastajajo tudi v povezavi z jamami. Posebna pozornost gre manj znanim točkam, kot so Divaška jama, Mitski park Rodik, ter novi Muzej tovorništva in prevoznitstva v Senožečah. »Divaška jama ima dovoljen obisk do 250–300 ljudi na dan. To je jama, ki jo pozna zelo malo ljudi, a je izjemna.« Naj še omenimo, da ima destinacija skupaj kar enajst muzejev, kar predstavlja veliko, a še premalo izpostavljeno bogastvo. ●