

INTERREG VI-A ITALIA SLOVENIJA 2021-2027

BeBlue Beyond Bluegrass:

Rafforzare l'agroalimentare sostenibile mediante l'acquaponica
Krepitev trajnostne agroživilske proizvodnje z akvaponiko

**D 3.2.1 Gruppo di Lavoro dei consumatori - Breve
relazione sui 2 Gruppi di Lavoro con i consumatori e
settori collegati, sulla percezione dell'acquaponica**

**D 3.2.1 Delovna skupina potrošnikov - Kratko
poročilo o 2 delovnih skupinah s potrošniki in
povezanimi sektorji o percepciji akvaponike**

INTERREG VI-A ITALIA SLOVENIJA 2021-2027

Bando di Capitalizzazione/ Poziv za Kapitalizacijo N. 01/2022R

Project code: ITA-SI0100069 BeBlue

Start date: September 1st, 2023 – Duration 24 months

Progetto/ Projekt:		Interreg Italia - Slovenia BeBlue - Beyond Bluegrass	
No del Progetto/ Številka projekta:		ITA-SI0100069	
WP		WP3 - Networking e valorizzazione/ Mreženje in promocija rezultatov	
Attività		A3.2 - Coinvolgimento dei consumatori e valorizzazione dei prodotti dell'acquaponica / Vključevanje potrošnikov in promocija izdelkov iz akvaponike	
Deliverable		D3.2.1 Gruppo di Lavoro dei consumatori / Delovna skupina potrošnikov	
Versione/ različica:		1	
Data di invio/ Datum odpreme:		29/09/2025	
Partner responsabile/ Odgovorni partner:		SHORELINE SOC. COOP.	
Autori/ Avtorji:		Marco Francese, Katja Antolovic, Gabriele Bordin	
Tipo di Deliverable / Vrsta končnega izdelka			
R	Documento, Report / Dokument, poročilo		X
DEM	Dimostratore, pilota, prototipo - Demo, pilotni projekt, prototip		
DEC	Websites, videos, etc. / Spletne strani, videoposnetki itd.		
OTHER			
Livello di divulgazione / Stopnja razširjanja			
PU	Pubblico - Javni		X
CO	Confidenziale, solo per i partners di progetto, il segretario tecnico e il Comitato di gestione del programma / zaupno, samo za projektne partnerje, tehničnega sekretarja in odbor za upravljanje programa		
Approvazione del deliverable / Odobritev izročka			
Approvato internamente	29/09/2025		X
Approvato dal WP Leader			
Approvato dal coordinatore	30/09/2025		X
Odobreno Interno			
Odobril WP Leader			
Odobril koordinator			
Contatti del coordinator / Kontakti koordinatorja			
Project Coordinator Name	Prof. Roberto Pastres		
Project Coordinator Organization	Università Ca' Foscari di Venezia		
Address	Via Torino 155, 30172, Mestre (VE) - Italia		
E-mail	pastres@unive.it		
Project web-site	https://www.ita-slo.eu/it/beblue		

D 3.2.1 GRUPPO DI LAVORO DEI CONSUMATORI (Versione in italiano).....	4
BEBLUE E L'ATTIVITA' CON I CONSUMATORI.....	5
2 WORKING GROUP ALLE FIERE ED I POTENZIALI CONSUMATORI	6
IL PRIMO WORKING GROUP DI 2 GIORNI ALLA FIERA AQUAFARM – 12 E 13 FEBBRAIO 2025.....	7
IL SECONDO WORKING GROUP DI 2 GIORNI ALLA FIERA DI KOMENDA (IPPODROMO) – 11 E 12 APRILE 2025	9
D 3.2.1 DELOVNA SKUPINA S POTROŠNIKI (Slovenska različica).....	11
BEBLUE IN DEJAVNOSTI Z UPORABNIKI	12
2 DELOVNI SKUPINI NA SEJMIH IN POTENCIALNI POTROŠNIKI	13
PRVA DVODNEVNA DELOVNA SKUPINA NA SEJMU AQUAFARM – 12. IN 13. FEBRUAR 2025	14
DRUGA DVODNEVNA DELOVNA SKUPINA NA SEJMU V KOMENDI (HIPODROM) – 11. IN 12. APRIL 2025.....	16

BeBlue Beyond Bluegrass:

Rafforzare l'agroalimentare sostenibile mediante l'acquaponica

D 3.2.1 GRUPPO DI LAVORO DEI CONSUMATORI (Versione in italiano)

BEBLUE E L'ATTIVITA' CON I CONSUMATORI

Il progetto **BeBlue** – Beyond Bluegrass <https://www.ita-slo.eu/sl/beblue> oppure <https://www.facebook.com/BeBlue.ITASLO>) è cofinanziato dall'Unione Europea nell'ambito del Programma Interreg VA Italia-Slovenia. BeBlue capitalizza i risultati conseguiti dal progetto di cooperazione transfrontaliera BLUEGRASS, (<https://2014-2020.ita-slo.eu/bluegrass>), che introdusse l'acquaponica nell'area di programma. Il progetto si propone infatti di facilitare la diffusione dell'acquaponica, una tecnica di produzione circolare che unisce la coltura di vegetali e l'allevamento ittico, testando elementi di innovazione nei due impianti pilota esistenti.

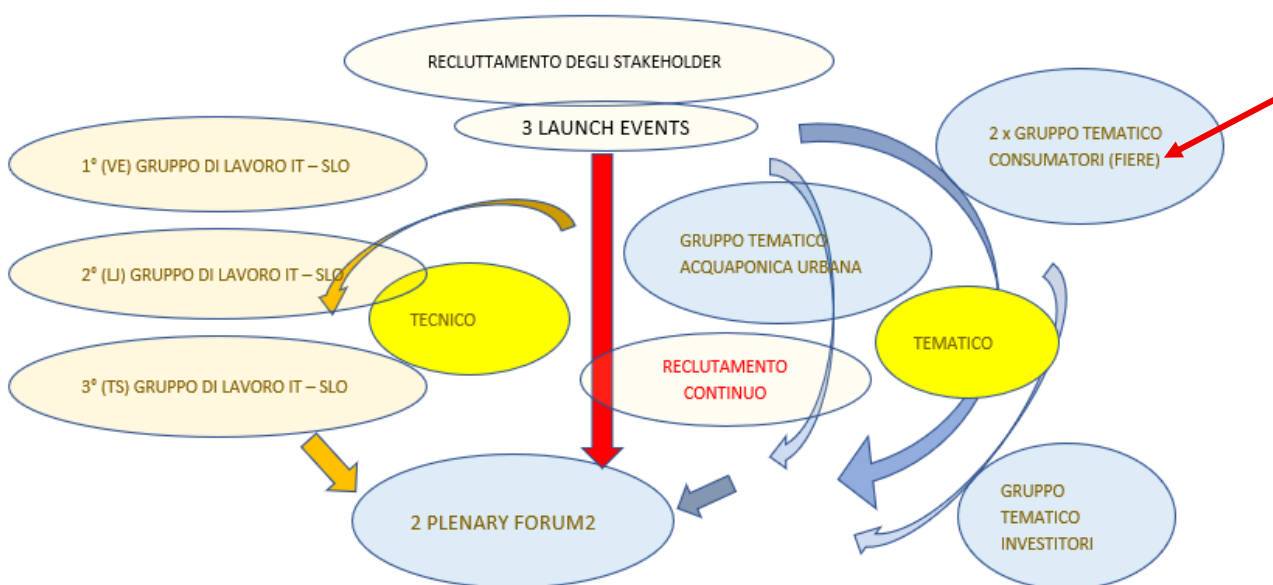
Il progetto BeBlue ha fatto **attività che rispondevano agli interessi dei produttori e stimolavano la curiosità dei consumatori**. Infatti, con il secondo anno il progetto BEBLUE si è rivolto al target dei consumatori e viene dunque dopo un anno di attività più tecniche che tra le varie cose hanno permesso di rimettere in funzione i due impianti di acquaponica, quello di Venezia e quello di Lubiana, aggiornandoli e finalizzandoli a nuove produzioni (come quelle di acqua salmastra o di microgreen). Sempre nel primo anno di attività è stata condotta inoltre è stata condotta una **indagine di marketing** sui prodotti da acquaponica da parte dell'università di Lubiana, base utile per avere una base di conoscenza sullo stato dell'arte della percezione di questi prodotti in Slovenia.

Tutto questo bagaglio di esperienza tecnica e conoscitiva è stato quindi **testato sul mondo dei consumatori in forma partecipativa**, proprio per comprendere qual era la possibilità di mercato per questa nuova forma di produzione e quali potevano essere gli spunti provenienti da un processo bottom up. Il lavoro coordinato da Shoreline, a proposito di consumatori, ha visto porre l'attenzione a **target precisi**: ricercatori ed esperti di marketing nel mondo agroalimentare, catene di distribuzione alimentare, associazioni dei consumatori, gruppi di stakeholder specifici ovvero consumatori che sono anche piccoli allevatori di pesce o agricoltori tradizionali o che usano anche l'idroponica. Un grosso **contributo** è stato dato dal lavoro collaborativo e coordinato in attività diverse con i due **partner "taker"**, promotori della diffusione dell'idea dell'acquaponica, presso il mondo della distribuzione commerciale e della vendita al dettaglio.

Dopo gli eventi lancio, in particolare quello con la GDO facilitati dai partner "taker", l'argomento delle filiere di distribuzione e vendita adeguate alle esigenze dei consumatori, è sembrato difficile da affrontare fuori di un contesto adeguato che favorisse il contatto con i potenziali stakeholder senza nessuna intermediazione.

Così si è deciso di proporre **due Working Group lunghi due giorni all'interno di due fiere del settore agroalimentare**, una sorta di **desk di consultazione a sportello**, affiancato da un **questionario** con QR-code. In questo modo ci si poteva rivolgere con una intervista agli stakeholder esperti o con semplici domande on line al cittadino consumatore.

come si è svolto il percorso nel progetto BeBlue ?



2 WORKING GROUP ALLE FIERE ED I POTENZIALI CONSUMATORI

Gli eventi in cui sono stati affrontati i temi della sostenibilità dei prodotti acquaponici, della loro accettabilità per i consumatori, anche in relazione alla percezione della sicurezza alimentare, sono stati i seguenti:

- ✓ alla fiera di Pordenone per Aquafarm il 12 e 13 febbraio 2025. In questo importante appuntamento italiano dedicato all'acquacoltura e all'agricoltura fuori suolo. BeBlue ha avuto un notevole riscontro (81 iscrizioni), soprattutto perché vi erano 2 staff completi di intervistatori, uno stand espositivo vasto ed il partner *taker* italiano (LegaCoop) che reclutava stakeholder importanti;
- ✓ alla fiera di Komenda vicino a Lubiana il 11 e 12 aprile 2025, la più importante fiera dell'agricoltura in Slovenia. Anche qui il successo è stato notevole (62 iscrizioni), avendo lavorato di concerto con il partner *taker* sloveno (KGZS di Kranj).

IL PRIMO WORKING GROUP DI 2 GIORNI ALLA FIERA AQUAFARM – 12 E 13 FEBBRAIO 2025

I giorni mercoledì 12 e giovedì 13 febbraio 2025 si è svolto un working group continuo all'interno della fiera Aquafarm, con l'obiettivo di promuovere un'agricoltura sostenibile e innovativa. L'evento, informativo e partecipativo, era dedicato all'acquaponica e rivolto a consumatori ed esperti del settore ittico. Si è svolto dalle 9:00 alle 17:00 nei due giorni della fiera.

Sono stati reclutati 81 nuovi stakeholder, metà dei quali provenienti dalla zona del progetto e metà esterni all'area.

L'obiettivo del working group era indagare sulla percezione, conoscenza e opinione dei consumatori riguardo alle tecnologie innovative di produzione fuori suolo, con un focus particolare sull'acquaponica. Durante i due giorni di Aquafarm, si sono incontrati consumatori curiosi, esperti, grandi organizzazioni di vendita, attori del mercato del consumo, ma anche produttori di pesce e imprenditori nel settore agroalimentare, per uno scambio di idee sulle tecnologie all'avanguardia per l'innovazione sostenibile nella produzione. Inoltre, si è discusso della possibilità di immaginare impianti acquaponici in futuro, a fianco della produzione di pesce e molluschi oppure vicino ai consumatori dentro le città.

Come metodo per il Working Group, Shoreline ha scelto di presentare l'acquaponica attraverso domande e chiacchierate informali presso il proprio stand, allestito con roll-up, gadget, biglietti da visita, una lavagna per i contributi dei partecipanti e uno schermo con il video del progetto.

Le domande, suddivise in tre categorie principali, erano esposte in grande sulla lavagna, e i visitatori potevano scegliere se rispondere o discutere una o più delle domande. Lo scopo era raccogliere il maggior numero possibile di opinioni.



Le domande erano le seguenti:

Categoria 1 – Tecnica e locazione:

1. Hai visto o conosci qualcuno che produce e/o vende prodotti realizzati con metodi innovativi come vertical farming, idroponica o acquaponica?
2. Pensi che la sicurezza alimentare di questi prodotti sia diversa rispetto a verdure raccolte in campo o pesci allevati in grandi vasche?

3. Dove collocare gli impianti di produzione? Concentrati in un'unica area o distribuiti? Riusciresti a immaginarli in città?

Categoria 2 – Prodotti sui banchi da vendita

4. I prodotti ottenuti con queste tecniche sono attrattivi per i consumatori? Cosa manca o come li miglioreresti per renderli più invitanti all'acquisto?
5. Quanto, in percentuale, saresti disposto a pagare in più per un prodotto ottenuto con queste nuove tecniche di produzione?
6. Dove distribuiresti questi prodotti e come li distingueresti da quelli tradizionali? Preferisci una definizione basata sul tipo di produzione (bio, fuori suolo, tradizionale) o sulla provenienza (locale, km0, a 15 minuti)?

Categoria 3 – Prospettive future

7. Pensi che l'approvvigionamento e la distribuzione di questi prodotti presentino criticità o sfide particolari rispetto ai prodotti tradizionali?
8. Pensi che questi nuovi metodi di produzione abbiano un futuro?
9. Credi che i grandi retailer, le reti di distribuzione (GDO) e i gruppi di acquisto possano incentivare i produttori a supportare le produzioni innovative?

I partecipanti venivano intervistati brevemente riguardo alla loro provenienza e conoscenza delle innovazioni nel settore agricolo, con particolare attenzione all'acquaponica. Dopo una breve spiegazione del suo funzionamento, si proseguiva con le domande del working group. Ogni partecipante veniva invitato a lasciare un contributo o parere su post-it attaccati alla lavagna accanto alle domande. Inoltre, erano disponibili dei questionari in formato QR code per coloro che non avevano il tempo di fermarsi, invitandoli a compilarli in un secondo momento.



Nel corso dei due giorni del working group sono stati raccolti numerosi post-it su due cartelloni (uno per ciascun giorno), contenenti diverse opinioni sulla percezione e sul futuro dell'acquaponica. Tutti i partecipanti hanno mostrato interesse nell'approfondire questa metodica innovativa e nel comprendere i vantaggi che essa può offrire.

I contributi raccolti sono stati molto vari, ma complessivamente è stato possibile constatare un crescente interesse per l'acquaponica, con particolare attenzione alla sua sostenibilità e alla sicurezza alimentare. Tuttavia, alcuni partecipanti hanno sollevato

preoccupazioni sui costi iniziali degli impianti e sulle difficoltà nella distribuzione dei prodotti.

In seguito ai riscontri ottenuti, è sorta l'idea di organizzare incontri più approfonditi con i partecipanti interessati alla progettazione di impianti acquaponici, al fine di esplorare soluzioni concrete per avviare progetti di sviluppo acquaponico.

L'idea si è concretizzata poi il 14 maggio 2025 al VEGAL di Portogruaro dove Shoreline e LegaCoop hanno coinvolto ben 14 imprese oltre ai mentori esperti che hanno affiancato i partner di progetto.

IL SECONDO WORKING GROUP DI 2 GIORNI ALLA FIERA DI KOMENDA (IPPODROMO) – 11 E 12 APRILE 2025

Venerdì 11 e sabato 12 aprile 2025, nell'ambito della 30esima Fiera Primaverile dell'Agricoltura e dell'Artigianato presso l'ippodromo di Komenda, non distante da Lubiana, si è svolto un evento identico a quello organizzato ad Aquafarm due mesi prima: un Working Group continuo, informativo e collaborativo, focalizzato sul tema dell'acquaponica.

Era destinato sia ai consumatori che agli interessati al settore agricolo e si è svolto dalle 10:00 alle 19:00 il venerdì e dalle 10:00 alle 14:00 il sabato.

Questa fiera è stata scelta di concerto con i partner KGZS, che è stato sempre presente, poiché è la fiera di settore più importante della Slovenia. Infatti sono stati reclutati 62 nuovi stakeholder.

L'obiettivo del Working Group era indagare sulla percezione, conoscenza e opinione dei consumatori riguardo alle tecnologie innovative di produzione fuori suolo, sulle tecnologie all'avanguardia per un'agricoltura innovativa, con un focus particolare sull'acquaponica.



Lo stand è stato allestito con roll-up, gadget, biglietti da visita, una lavagna per i contributi dei partecipanti e uno schermo con il video del progetto.

Venerdì mattina, prima dell'inizio del Working Group, Agraria, in qualità di partner di progetto responsabile della comunicazione, ha intervistato due rappresentanti di KGZS.

Successivamente, è arrivato il team di Shoreline, che ha dato il via all'evento di progetto.

Sabato mattina, all'inizio della seconda giornata dell'evento, il team di Shoreline ha incontrato presso lo stand un potenziale investitore in acquaponica, CEA Farm/Ekosloko d.o.o., già conosciuto in un incontro precedente presso la loro sede. Con loro, lo scambio di idee e conoscenze riguardo all'acquaponica e alle tecnologie innovative applicate all'agricoltura fuori suolo si è rivelato molto utile per entrambe le parti.



Come metodo, Shoreline ha scelto di presentare l'acquaponica attraverso domande e chiacchierate informali presso lo stand del progetto BeBlue. Le domande, suddivise in tre categorie principali, erano esposte in grande sulla lavagna, e i visitatori potevano scegliere se rispondere o discutere una o più delle domande. Lo scopo era raccogliere il maggior numero possibile di opinioni. Le domande erano le stesse formulate ad Aquafarm due mesi prima, ma calibrate sulla produzione agricola.



Sono stati raccolti numerosi post-it su un cartellone, contenenti diverse opinioni sulla percezione e sul futuro dell'acquaponica. I contributi raccolti sono stati molto vari, con partecipanti che includevano molti consumatori, tantissimi agricoltori e produttori di nicchia, ma anche ricercatori e imprenditori.

I feedback indicavano molta curiosità verso l'acquaponica, con particolare attenzione alla sua sostenibilità. Tuttavia, la maggior parte degli intervistati ha sostenuto di considerare l'agricoltura tradizionale più sicura e priva di costi elevati iniziali per gli impianti. Tra le problematiche espresse molte si concentravano sulle difficoltà nella distribuzione dei prodotti.

BeBlue Beyond Bluegrass:

Krepitev trajnostne agroživilske proizvodnje z akvaponiko

D 3.2.1 DELOVNA SKUPINA S POTROŠNIKI (Slovenska različica)

BEBLUE IN DEJAVNOSTI Z UPORABNIKI

Projekt **BeBlue** – Beyond Bluegrass (<https://www.ita-slo.eu/sl/beblue> ali <https://www.facebook.com/BeBlue.ITASLO>) sofinancira Evropska unija v okviru programa Interreg VA Italija-Slovenija. BeBlue izkorišča rezultate, dosežene v okviru projekta čezmejnega sodelovanja BLUEGRASS (<https://2014-2020.ita-slo.eu/bluegrass>), ki je v programsko območje uvedel akvaponiko. Projekt namreč želi olajšati širjenje akvaponike, krožne proizvodne tehnike, ki združuje gojenje rastlin in ribogojstvo, ter preizkuša inovativne elemente v dveh obstoječih pilotnih obratih.

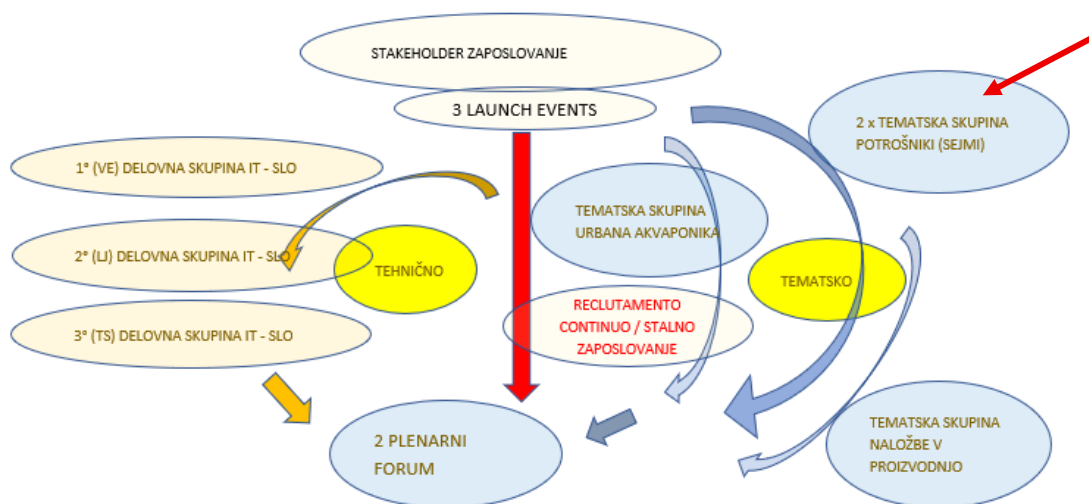
Projekt BeBlue je izvedel **dejavnosti, ki so odgovarjale interesom proizvajalcev in spodbujale radovednost potrošnikov**. V drugem letu se je projekt BEBLUE usmeril na ciljno skupino potrošnikov, po letu bolj tehničnih dejavnosti, ki so med drugim omogočile ponovni zagon dveh akvaponik, v Benetkah in Ljubljani, njihovo posodobitev in prilagoditev novim proizvodnjam (kot sta slana voda ali mikrozeljenjava). V prvem letu delovanja je Univerza v Ljubljani izvedla tudi **tržno raziskavo** o akvaponiki, ki je bila koristna za pridobitev osnovnega znanja o stanju percepcije teh proizvodov v Sloveniji.

Tehnično in znanstveno znanje je bilo nato **preizkušeno s potrošniki v obliki sodelovanja**, da bi razumeli tržne možnosti te nove oblike proizvodnje in kakšne so lahko ideje, ki izhajajo iz procesa od spodaj navzgor. Delo, ki ga je koordiniralo podjetje Shoreline, je v zvezi s potrošniki usmerilo pozornost na **natančno določene ciljne skupine**: raziskovalce in strokovnjake za trženje v kmetijsko-živilskem sektorju, verige za distribucijo živil, potrošniške organizacije, skupine posebnih zainteresiranih strani, tj. potrošnike, ki so tudi mali ribogojci ali tradicionalni kmetje ali proizvajalci, ki uporabljajo tudi hidroponiko. Velik **prispevek** je dalo sodelovanje in usklajeno delo v različnih dejavnostih z dvema **partnerjema „taker“**, ki sta spodbujala širjenje ideje akvaponike v svetu komercialne distribucije in maloprodaje.

Po uvodnih dogodkih, zlasti tistem z velikimi trgovskimi verigami, ki so jih omogočili partnerji „taker“, se je zdelo, da je težko obravnavati temo distribucijskih in prodajnih verig, prilagojenih potrebam potrošnikov, zunaj ustreznega konteksta, ki bi spodbujal stik s potencialnimi zainteresiranimi stranmi brez posrednikov.

Zato je bilo odločeno, da se **v okviru dveh sejmov kmetijsko-živilskega sektorja** organizirata **dve dvodnevni delovni skupini**, kot nekakšna **svetovalna služba**, ki jo dopolnjuje **vprašalnik** s QR-kodo. Na ta način je bilo mogoče izvesti intervjuje z izkušenimi deležniki ali preprosta spletna vprašanja potrošnikom.

Kako je potekal proces v projektu BeBlue ?



2 DELOVNI SKUPINI NA SEJMIH IN POTENCIALNI POTROŠNIKI

Dogodki, na katerih so se obravnavale teme trajnosti akvaponike, njene sprejemljivosti za potrošnike, tudi v povezavi z dojemanjem varnosti hrane, so bili naslednji:

- ✓ sejem Aquafarm v Pordenoneju 12. in 13. februarja 2025. Na tem pomembnem italijanskem dogodku, posvečenem ribogojstvu in pridelavi brez tal, je projekt BeBlue imel velik odziv (81 prijav), predvsem zato, ker je imel 2 ekipe anketarjev, velik razstaveni prostor in italijanskega partnerja (LegaCoop), ki je pridobil pomembne deležnike;
- ✓ na sejmu v Komendi blizu Ljubljane 11. in 12. aprila 2025, najpomembnejšem kmetijskem sejmu v Sloveniji. Tudi tu je bil uspeh izjemen (62 prijav), saj smo sodelovali s slovenskim partnerjem (KGZS iz Kranja).

PRVA DVODNEVNA DELOVNA SKUPINA NA SEJMU AQUAFARM – 12. IN 13. FEBRUAR 2025

V sredo, 12., in četrtek, 13. februarja 2025, je potekala neprekinjena delovna skupina v okviru sejma Aquafarm, katere cilj je bil spodbujati trajnostno in inovativno kmetijstvo. Dogodek, ki je bil informativen in participativen, je bil posvečen akvaponiki in namenjen potrošnikom in strokovnjakom iz ribiškega sektorja. Potekal je od 9.00 do 17.00 v dveh dneh sejma. Pridobljenih je bilo 81 novih zainteresiranih strani, od katerih je polovica prihajala iz območja projekta, druga polovica pa izven tega območja.

Cilj delovne skupine je bil raziskati zaznave, znanje in mnenja potrošnikov o inovativnih tehnologijah pridelave brez tal, s posebnim poudarkom na akvaponiki. V dveh dneh Aquafarma so se srečali radovedni potrošniki, strokovnjaki, velike prodajne organizacije, akterji potrošniškega trga, pa tudi proizvajalci rib in podjetniki iz agroživilskega sektorja, da bi izmenjali ideje o najsodobnejših tehnologijah za trajnostne inovacije v proizvodnji. Poleg tega so razpravljali o možnosti, da bi v prihodnosti ob proizvodnji rib in školjk ali v mestih zgradili akvaponske sisteme.

Shoreline je kot metodo za delovno skupino izbrala predstavitev akvaponike prek vprašanj in neformalnih pogovorov na svoji stojnici, opremljeni z roll-upi, gadgeti, vizitkami, tablo za prispevke udeležencev in zaslonom z videom o projektu.

Vprašanja, razdeljena v tri glavne kategorije, so bila v velikem formatu prikazana na tabli, obiskovalci pa so lahko izbrali, ali bodo odgovorili ali razpravljali o enem ali več vprašanjih. Cilj je bil zbrati čim več mnenj.



Vprašanja so bila naslednja:

Kategorija 1 – Tehnika in lokacija:

1. Ali ste videli ali poznate koga, ki proizvaja in/ali prodaja izdelke, proizvedene z inovativnimi metodami, kot so vertikalno kmetijstvo, hidroponika ali akvaponika?
2. Menite, da se varnost teh proizvodov razlikuje od varnosti zelenjave, pridelane na polju, ali rib, gojenih v velikih bazenih?
3. Kje naj se nahajajo proizvodni obrati? Naj bodo skoncentrirani na enem območju ali razporejeni? Si jih lahko predstavljate v mestu?

Kategorija 2 – Proizvodi na prodajnih policah

4. Ali so proizvodi, pridobljeni s temi tehnikami, privlačni za potrošnike? Kaj manjka ali kako bi jih izboljšali, da bi bili bolj privlačni za nakup?

5. Koliko odstotkov bi bili pripravljeni plačati več za izdelek, pridobljen s temi novimi proizvodnimi tehnikami?
6. Kje bi distribuirali te izdelke in kako bi jih ločili od tradicionalnih? Ali raje izberete opredelitev na podlagi vrste proizvodnje (ekološka, brez tal, tradicionalna) ali porekla (lokalna, km0, 15 minut)?

Kategorija 3 – Prihodnje perspektive

7. Menite, da oskrba in distribucija teh izdelkov predstavljata posebne težave ali izzive v primerjavi s tradicionalnimi izdelki?
8. Menite, da imajo te nove metode proizvodnje prihodnost?
9. Menite, da lahko veliki trgovci, distribucijske mreže (GDO) in nakupne skupine spodbudijo proizvajalce, da podprejo inovativno proizvodnjo?

Udeleženci so bili na kratko vprašani o njihovem poreklu in poznavanju inovacij v kmetijskem sektorju, s posebnim poudarkom na akvaponiki. Po kratki razlagi njenega delovanja so sledila vprašanja delovne skupine. Vsak udeleženec je bil povabljen, da na post-it lističke, pritrjene na tablo poleg vprašanj, napiše svoj prispevek ali mnenje. Poleg tega so bili na voljo vprašalniki v obliki QR kode za tiste, ki niso imeli časa, da bi se ustavili, in so bili povabljeni, da jih izpolnijo kasneje.



V dveh dneh delovne skupine je bilo zbranih veliko post-it lističev na dveh plakatnih tablah (po ena za vsak dan), ki so vsebovali različna mnenja o dojetanju in prihodnosti akvaponike. Vsi udeleženci so pokazali zanimanje za poglobitev te inovativne metode in razumevanje prednosti, ki jih ponuja.

Zbrani prispevki so bili zelo raznoliki, vendar je bilo na splošno mogoče opaziti vse večje zanimanje za akvaponiko, s posebnim poudarkom na njeni trajnosti in varnosti hrane. Vendar so nekateri udeleženci izrazili zaskrbljenost glede začetnih stroškov naprav in težav pri distribuciji proizvodov.

Na podlagi pridobljenih povratnih informacij je nastala ideja, da se organizirajo poglobljena srečanja z udeleženci, ki so zainteresirani za načrtovanje akvaponike, da bi raziskali konkretne rešitve za začetek projektov razvoja akvaponike.

Ideja se je uresničila 14. maja 2025 pri VEGAL v Portogruaru, kjer sta Shoreline in LegaCoop vključila kar 14 podjetij, poleg izkušenih mentorjev, ki so podpirali projektne partnerje.

DRUGA DVODNEVNA DELOVNA SKUPINA NA SEJMU V KOMENDI (HIPODROM) – 11. IN 12. APRIL 2025

V petek, 11., in soboto, 12. aprila 2025, je v okviru 30. spomladanskega sejma kmetijstva in obrtništva na hipodromu v Komendi, nedaleč od Ljubljane, potekal dogodek, identičen tistemu, ki je bil organiziran na Aquafarmu dva meseca prej: neprekinjena, informativna in sodelovalna delovna skupina, osredotočena na temo akvaponike.

Namenjena je bila tako potrošnikom kot tudi zainteresiranim za kmetijski sektor in je potekala od 10.00 do 19.00 ure v petek in od 10.00 do 14.00 ure v soboto.

Ta sejem je bil določen kot lokacija dogodka po dogovoru s partnerji KGZS, ki so bili vedno prisotni, saj je to najpomembnejši sejem v Sloveniji. Dejansko je bilo pridobljenih 62 novih zainteresiranih strani.

Cilj delovne skupine je bil raziskati zaznave, znanje in mnenja potrošnikov o inovativnih tehnologijah pridelave brez tal, o najsodobnejših tehnologijah za inovativno kmetijstvo, s posebnim poudarkom na akvaponiki.



Stojnica je bila opremljena z roll-upom, gadgeti, vizitkami, tablo za prispevke udeležencev in zaslonom z videom o projektu.

V petek zjutraj, pred začetkom delovne skupine, je Agraria kot projektni partner, odgovoren za komunikacijo, intervjuvala dva predstavnika KGZS.

Nato je prišla ekipa Shoreline, ki je začela projektni dogodek.

V soboto zjutraj, na začetku drugega dne dogodka, se je ekipa Shoreline na stojnici srečala s potencialnim vlagateljem v akvaponiko, CEA Farm/Ekosloko d.o.o., ki so ga že spoznali na prejšnjem srečanju na njihovem sedežu. Izmenjava idej in znanja o akvaponiki in inovativnih tehnologijah, ki se uporabljajo v pridelavi brez zemlje, je bila za obe strani zelo koristna.



Shoreline je izbral, da bo akvaponiko predstavil z vprašanji in neformalnimi pogovori na stojnici projekta BeBlue. Vprašanja, razdeljena v tri glavne kategorije, so bila v velikem formatu prikazana na tabli, obiskovalci pa so lahko izbrali, ali bodo odgovorili ali razpravljali o enem ali več vprašanjih. Cilj je bil zbrati čim več mnenj. Vprašanja so bila enaka tistim, ki so bila zastavljena na Aquafarmu dva meseca prej, vendar prilagojena kmetijski proizvodnji.



Na plakat so bili zbrani številni post-it listki z različnimi mnenji o dojemanju in prihodnosti akvaponike. Prispevki so bili zelo raznoliki, med udeleženci pa je bilo veliko potrošnikov, številnih kmetov in nišnih proizvajalcev, pa tudi raziskovalcev in podjetnikov.

Povratne informacije so pokazale veliko zanimanje za akvaponiko, s posebnim poudarkom na njeni trajnosti. Vendar je večina anketirancev menila, da je tradicionalno kmetijstvo varnejše in brez visokih začetnih stroškov za opremo. Med izraženimi težavami so se mnoge osredotočale na distribucijo proizvodov.