

LETNO POROČILO O DELU

RDO POSTOJNSKA JAMA-ZELENI KRAS

2020

Vsebina	
UVOD.....	2
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	3
Video in foto gradivo	3
Digitalna spletna promocija.....	3
Tiskana promocijska gradiva.....	4
Kolesarska karta Zeleni kras	4
Image brošure	4
Študijske ture.....	5
ORGANIZACIJSKE AKTIVNOSTI.....	7
Zelena shema slovenskega turizma – pridobitev znaka SLOVENIA GREEN BRONZE	7
Turistična strategija destinacije Zeleni kras.....	7
Management akademija slovenskega turizma	8
Start-Tourism-Up	8
Razvoj novih programov in produktov.....	8
Explore the Wondernature	8
Pot okusov Cerknškega jezera	8
Biti na konju.....	9
Digitalizacija kulturne dediščine	9
Označevanje kolesarskih in pohodnih poti	9
Via Dinarica Slovenija	9
Velika Krpanova pot	10
Krošnjarska kolesarska pot.....	11
Eurovelo 9	11
Izobraževalne delavnice in aktivnosti	11
Ogledi primerov dobrih praks za turistično gospodarstvo regije.....	12
Kolesarski turizem v Vipavski dolini.....	12
Prekmurje in EXPANO.....	13
EU projekti – Organizacijske aktivnosti.....	14
TURISTIČNA AGENCIJA IN ORGANIZACIJA POTOVANJ	14
GIBANJE PRIHODOV IN NOČITEV	14

UVOD

Svetovna pandemija Covid-19 je v letu 2020 pretresla celoten svet in je ključno vplivala na gibanje turističnega prometa v Evropi in Sloveniji. Zaradi omejitvenih ukrepov, ki so jih sprejemale države, so bili okrnjeni prihodi gostov in posledično tudi nočitve v destinaciji.

Trenutna kriza je zelo prizadela celotno panogo turističnega sektorja v Sloveniji in v naši regiji. Destinacija Zeleni kras je izjemno odvisna od tujih popotnikov, saj ti v normalnem obdobju ustvarijo več kot 90 % prihodov in nočitev v regiji. Kljub naporom, ki jih je Vlada RS sprejela za premostitev krize (turistični boni) se ti za našo destinacijo niso izkazali kot učinkoviti. Slovenski gosti Zeleni kras vidijo predvsem kot enodnevno destinacijo za izlete in obiske naravnih in kulturnih znamenitosti, na tem območju pa ne ustvarimo nočitev. Ta miselnost se kaže tudi v uporabljenih turističnih bonih, v destinaciji jih je bilo unovčenih le 2% glede na celotno Slovenijo. Na drugi strani smo se v poletnih mesecih na nekaterih mikrolokacijah v destinaciji Zeleni kras soočali s prevelikim številom obiskovalcev. Slovenski popotniki so zaradi omejitev potovanj v tujino odkrivali neobljudene kotičke Slovenije in v izjemnem naravnem okolju iskali možnosti za aktivno preživljanje prostega časa.

Epidemija Covid-19 bo imela velik vpliv na gibanje turizma tudi v prihajajočih letih, zato že sedaj razmišljamo, kako prilagoditi ponudbo turističnega sektorja novih izzivom. Pri temu sledimo usmeritvam Svetovne turistične organizacije in Slovenske turistične organizacije, ki predvidevajo usmeritev v individualizirane potovalne pakete, nova doživetja s poudarkom na varnosti in trajnosti, butičnost in višja kvaliteta produktov ter večja vključenost digitalnih izkušenj v potovanja. Destinacija Zeleni kras ima na tem področju tudi komparativno prednost, saj je zaradi svoje velikosti in redke poseljenosti izjemno primerna za aktivnosti v naravi, turistična ponudba destinacije pa v veliki meri temelji na manjših obratih in na turizmu na podeželju. Oba atributa bosta v letih, ki prihajajo, imela velik vpliv na izbiro destinacij domačih in tujih popotnikov.

PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI

Video in foto gradivo

V letu 2020 smo izdelali nove promocijske videe vezane na vsebino Explore the Wondernature produkta. V 5 snemalnih dneh smo pridobili kvalitetne posnetke destinacije Zeleni kras, ki se osredotočajo na predstavitev novega produkta vezanega na doživetja in izkušnje v naravi. Vse gradivo je dostopno na youtube kanalu Zeleni kras – Green Karst. S promocijskimi kampanjami, ki smo jih izvedli v namen dviga prepoznavnosti produkta, si je promocijske videe ogledalo preko 90.000 oseb (ThruPlay) na socialnih omrežjih in na youtube kanalu.

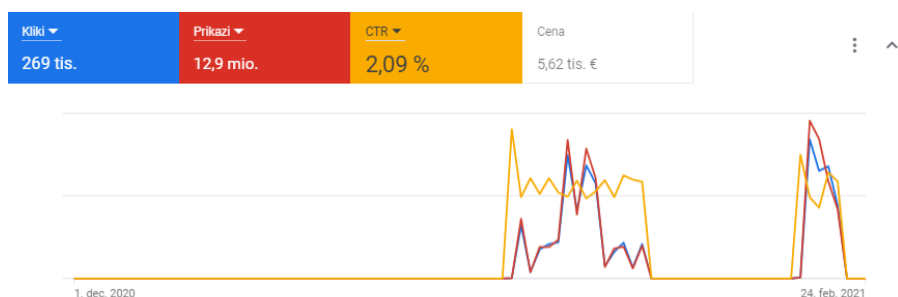
V sodelovanju s priznano TV voditeljico smo pripravili tri daljše videe, ki prikažejo izkušnjo Explore the Wondernature programa. Ti posnetki bodo uporabni kot nadomestilo za študijske ture, ki jih zaradi omejitev potovanj v času korona krize nismo mogli izvesti v živo. Poleg digitalnega doživetja bodo posnetki uporabni tudi v prihodnje, ko se bodo potencialni obiskovalci odločali za obisk naše destinacije.

V sklopu izvajanja snemanja promocijskih videov, smo izvedli tudi fotografiranje nove ponudbe. S tem smo pridobili nove fotografije ponudnikov in aktivnosti v naravi, ki so prosto dostopne za uporabo vsem, ki jih potrebujejo. Potekalo je tudi posodabljanje fototeke v sodelovanju z občinskimi zavodi na področju turizma, ki so z izbranim fotografom delali nove komunikacijske vsebine za turistične ponudnike.

Digitalna spletna promocija

V sklopu razpisa Slovenske turistične organizacije smo izvedli promocijske kampanje na domačem in tujih trgih. Za ta namen smo se povezali s ključnimi mediji za nagovarjanje ciljnih skupin. Na spletnih straneh kamzmulcem.si, avtodomi.si, bikeitalia.it ter ostalih blogih posvečenih potovanju so objavljeni članki glede turistične ponudbe destinacije Zeleni kras s predlogi za izlete. Istočasno izvajamo promocijo predlogov za izlete na www.zelenikras.si, kjer smo pripravili serijo blog opisov turističnih ponudnikov z njihovimi zgodbami. Objavljenih so bili blogi namenjeni pohodništvu, raziskovanju novih destinacij... te objave pa so bile dodatno promovirane preko FB in google oglaševanja. V sklopu večjih promocijskih kampanj smo vse obiskovalce usmerili na spletno mesto kjer smo jim predstavili vsebine vezane na različne ciljne skupine. S promocijskimi kampanjami na socialnih omrežjih smo dosegli 2.183.659 oseb in imeli preko 3.350.847 prikazov oglasov. Z oglaševanjem na google prikaznem in iskalnem omrežju smo od decembra 2020 do februarja 2021 dosegli 12,9 milijonov prikazov oglasov in 269.000 klikov na spletno stran zelenikras.si

Tabela 1 Graf Google ads analitika



Tiskana promocijska gradiva

Kolesarska karta Zeleni kras

Izdali smo kolesarsko karto Zeleni kras v nakladi 5000 kom, ki smo jo razdelili po TIC na celotnem območju. Karta je na prodaj po poenoteni ceni 8,00 EUR, možen je tudi spletni nakup. Skupaj z lokalnimi in regijskimi mediji smo pripravili novico s katero smo dvignili prepoznavnost regije kot kolesarjem primerne destinacije na nivoju celotne Slovenije.



Image brošure

Na področju tiskanih gradiv smo v letu 2020 izdali dve pomembni publikaciji in sicer Image katalog celotne destinacije Zeleni kras (v tisku bo februarja 2021). S tem bo regija pridobila pomembno gradivo, s katerim bomo lahko nagovorili potencialne obiskovalce na TIC in na mednarodnih dogodkih. Katalog bo izdan v 16.000 izvodih v štirih jezikih.

Oblikovana in natisnjena je bila tudi promocijska produktna brošura Explore the Wondernature, ki se vsebinsko in oblikovno sklada z image katalogom destinacije Zeleni kras. Ta brošura je bila izdana v nakladi 3000 izvodov v italijanščini in angleščini ter podporni letaki za distribucijo na turističnih sejmi.

Študijske ture

Organizirali smo študijske ture za:

- madžarske novinarje (22. junij; Križna, Cerknško jezero, Park vojaške zgodovine Pivka)
- 3-dnevna študijska tura za predstavnike italijanskih medijev: 31.7.-2.8.2020 (Postojna, Notranjski muzej, Cerknško jezero, Jezerski hram, Park vojaške zgodovine, Grad Prem)
- 1-dnevna študijska tura za predstavnike italijanskih medijev: 31.7.2020 (Grad Prem, Park vojaške zgodovine, Postojnska jama)
- 1-dnevna študijska tura za predstavnike slovenskih medijev s poudarkom na kulinariki in lokalnih pridelkih: 8.7.2020 (Ilirska Bistrica, Čebelarski dom z slovenskim zajtrkom, kulinarična delavnica z Rihardom Bašo, Park vojaške zgodovine, degustacija izdelkov iz kozjega mleka v Pivki, zaključek na Smrekarjevi domačiji)

Sejemske in B2B aktivnosti

Sodelovali smo na turističnih sejmi in B2B borzah, ki jih je organizirala Slovenska turistična organizacija. V sklopu te aktivnosti smo se v letu 2020 posluževali tudi spletnih predstavitev dogodkov, ki so bili namenjeni ključnim trgov. Na tak način smo vzdrževali stik s predstavniki Turističnih agencij iz tujine in iskali nova partnerstva za prihodnje.

Vakantiebeurs Utrecht, Nizozemska, 15.-19.januar 2020

Turistični sejem v Utrechtu je namenjen turistični stroki, zlasti prva dva dneva, sredo in četrtek, potem pa obiskovalcem, ki se zanimajo za potovanja v ciljne kraje. Sejem ima dolgo tradicijo in to leto so praznovali petdeset letnico delovanja. Stojnica Slovenije je bila tipsko urejena in vodila jo je gospa Jelena Počuča iz STO. Informatorji in osebje, ki je skrbelo za kulinariko in podajo informacij, so delovali zelo dobro. Celotna ekipa šestih oseb je bila pripravljena na začetek sejma vsaj pol ure pred uradnim začetkom in pol ure po uradnem zaprtju sejma. Dobro uigrani, urejeni, skratka profesionalen odnos do nas razstavljalcev in kar je najbolj pomembno, obiskovalcev. Posebnost pri predstavitvi Slovenije so bili vinarji in animator iz Jeruzalema, ki je hkrati občasno igral na harmoniko. Prijetno vzdušje je naredilo celoten promocijski prostor še bolj živahnega.

Pult »RRA Zeleni kras – EXPLORE THE WONDERNATURE« smo si delili z Goriškimi Brdi. Sodelovanje je bilo brežhibno in smo solidarno delili (majhen) skupni pult na način pol/pol. Pult na levi je imel TIC Vipava (celoten) in na desni Združenje kampov Slovenije. Slednje se je izkazalo kot magnet za obiskovalce. Izkazalo se je, da so bili obiskovalci zvesti že znanim navadam, predvsem posamezniki, ki želijo neodvisno raziskovati pristno naravo, mesta in podoživeti »nekaj novega«.

TTG Rimini, Italija, 14.-16.10.2020

TTG Incontri je tudi v teh - za turizem težkih časih – dokazal, da je največja turistična borza na italijanskem trgu. Dogodek je potekal tri dni od 14. do 16. oktobra 2020. Sejmišče v Riminiju je bilo

tokrat – v luči razmer – sicer nekoliko manj živo kot prejšnja leta. Zabeležili so 45.621 obiskovalcev in 2.179 razstavljalcev. Letos so v obeh kategorijah močno prevladovali italijanski udeleženci.

Med obiskovalci so prevladovali turistični agenti (50 %), zastopniki namestitvenih struktur (26 %), 12 % je bilo oglaševalcev turističnih produktov, 5 % prevoznikov in – enak odstotek – predstavnikov medijev ter zastopnikov drugih turističnih uslug, 2 % predstavnikov za tehnološke rešitve.

Zeleni kras je znotraj Slovenske stojnice požel dokaj veliko zanimanja med tujimi obiskovalci, saj je predstavljal tisti del destinacije, ki jo Italijani – kljub bližini – še ne poznajo. Zaradi tega je bil deležen tudi zanimanja medijev (več intervjujev), pa tudi zanimanja splošne javnosti; posebej pritegne zgodba o medvedu in naravnih znamenitostih, na katere je mogoče navezati kulturne znamenitosti in gastronomijo. Pokazalo se je, da je promocijo smiselno graditi na identiteti destinacije in na njegovi tradiciji, avtentičnosti in izkoristiti tudi relativno neodkritost tega sveta. Za zelo uspešen način privabljanja obiskovalcev so se izkazali medijski posti, s katerimi sem na stojnico vabil pred in med dogodkom.

Workshop Padova, Italija

RRA Zeleni kras se je 23.9.2020 udeležil predstavitvenega dogodka v Severni Italiji, ki ga je organizirala STO Milano. Gre za prvega izmed štirih dogodkov, ki je namenjen izključno predstavitvi turistične ponudbe Slovenije zainteresiranim predstavnikom turističnih agencij in organizatorjem potovanj iz območja severne Italije.

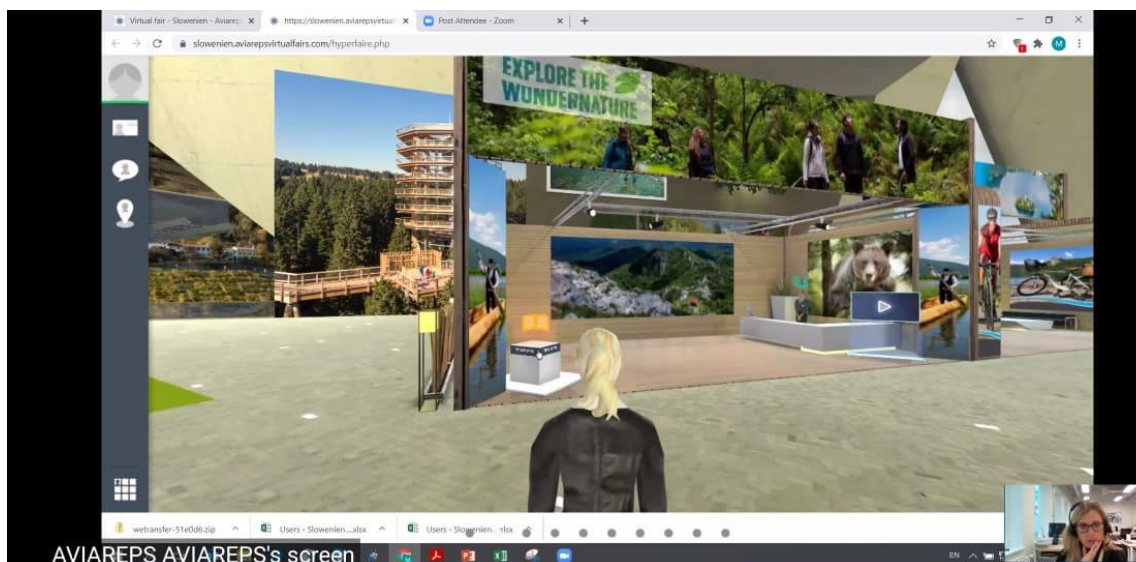
Rdeča nit dogodka je bila predstavitev makrodestinacije Mediteranska in Kraška Slovenija, kjer so se poleg splošnega pregleda ponudbe Slovenije predstavile še destinacije Piran-Portorož, Brda in Zeleni kras.

Nosilna tema predstavitve Zelenega krasa je bil nov turistični produkt Explore the Wondernature. Dejan Iskra je zbranim udeležencem predstavil promocijski video v ITA jeziku, ki predstavi glavne zanimivosti in doživetja v neokrnjenem naravnem okolju. Sledila je predstavitev specifik programa, od vključenih partnerjev in lokacij do predstavitve doživetij na terenu. Zanimanje med udeleženci je bilo precejšnje, saj se zaradi trenutne situacije s korona virusom agencije usmerjajo v manjše zaključene skupine, ki obiskujejo manj obljudene turistične točke. Pri tem produkt Explore the Wondernature ponuja odlično platformo za privabljanje novih obiskovalcev, saj njegova modularnost in butičnost zagotavljata vse varnostne zahteve ob potovanjih v obdobju zdravstvene krize.

Poleg promocijskega videa so na predstavitvi uporabili tudi druga promocijska orodja in sicer mape ter kataloge, v katerih je program Explore the Wondernature podrobneje predstavljen.

Virtualni sejem DACH regija

V sodelovanju s predstavništvom STO v Avstriji in Nemčiji, smo se udeležili spletnega dogodka namenjenega trgom Nemčije, Avstrije in Švice. Na spletni VR platformi smo imeli urejeno stojnico, kjer so se prikazovale vsebine produkta Explore the Wondernature, in sicer video gradivo, fotografije in digitalne brošure. Cel čas trajanja sejma je bil na razpolago informator, ki je z vnaprej dogovorjenimi sestanki predstavljal ponudbo destinacije Zeleni kras. Obiskovalci so bili predstavniki turističnih agencij in organizatorji potovanj, ki iščejo ideje za nove programe.



Spletne predstavitve na izbranih trgih

V sodelovanju z STO smo izvedli 3 spletne predstavitvene dogodke, namenjene turističnim agentom iz Nizozemske, Belgije, Francije in Italije. Na dogodkih se je Zeleni kras predstavljala kot ena izmed dveh destinacij v Sloveniji primerna za aktivnosti v naravi. Skozi predstavitvene video posnetke in .ppt predstavitev smo udeležencem predstavili novosti na naši destinaciji in povabili predstavnike k udeležbi na eni izmed prihodnjih študijskih tur.

ORGANIZACIJSKE AKTIVNOSTI

Zelena shema slovenskega turizma – pridobitev znaka SLOVENIA GREEN BRONZE

Kot celotna destinacija Zeleni kras smo zaključili pridobivanje znaka Slovenia Green. Vstopili smo v Zeleno shemo slovenskega turizma ter pridobili znak Slovenia Green Bronze. Gre za pomemben korak s katerim izkazujemo našo pot k trajnostnemu turizmu in se postavljamo ob bok ostalim destinacijam v regiji. Za ta namen smo pripravili obsežno PR kampanjo v lokalnih medijih, s katero smo želeli dvigniti prepoznavnost turističnega potenciala in pomena varovanja okolja za zanamce.

Marca in aprila 2020 je potekalo komuniciranje s turističnimi deležniki glede aktualnih novic povezanih s korona krizo in ukrepi Vlade RD.

Turistična strategija destinacije Zeleni kras

Začeli smo s pripravo nove strategije na področju turizma za destinacijo Zeleni kras. Po izboru izvajalca so sledili poglobljeni intervjuji s predstavniki pomembnejših turističnih deležnikov iz destinacije.

Aktivnost in dokument bo zaključen v letu 2021, tako da ga bodo lahko uporabljale tudi tiste občine, ki nimajo trenutno sprejetih strategij na področju turizma.

Management akademija slovenskega turizma

Udeležili smo se spletne Management akademije, ki jo je za turistično gospodarstvo in vodilne destinacije slovenskega turizma organizirala Slovenska turistična organizacija. Predavanja so potekala v sklopu 6 spletnih predstavitev, kjer smo pridobili poznavanje sledečih tematik:

- Krepitev managementa v turizmu
- Digitalizacija v turizmu
- Trajnost in varnost
- Trajnostna gastronomija
- Redesign doživetij
- Sodobni tržni pristopi

Start-Tourism-Up

V letu 2020 smo začeli z načrtovanjem izvedbe podjetniškega programa »START-TOURIM-UP«, usmerjenega v krepitev podjetniških kompetenc potencialnih in delujočih podjetnikov, ki delujejo na področju turizma in v s tem povezanih panogah. ZA ta namen smo se povezali Podjetniški inkubator Postojna, Zavod Znanje OE Turizem in SPOT točka Primorsko-notranjske. Program bo potekal v prvem polletju 2021.

Razvoj novih programov in produktov

Explore the Wondernature

V letu 2020 smo nadaljevali z razvojem produkta **Explore the Wondernature**. Produkt sestavlja 8 dnevno doživetje Zelenega krasa (z možnostjo nadaljevanja programa na Hrvaškem v Gorskem Kotarju), v katerega so vključeni vsi glavni poudarki doživetja naše pokrajine in dediščine. Pri temu smo kot osnovo vzeli vodena doživetja s strokovnjaki na svojih področjih ter posebnosti naše regije. Vključene so aktivnosti opazovanja divjih živali v naravi, obiski podzemnega sveta, doživetja muzejev in gradov ter pridobivanje novih izkušenj npr. kovaštva. V sklopu tega projekta smo izvedli 5 dnevno snemanje lokacij na terenu v Sloveniji in na Hrvaškem, kjer so nastali posnetki in fotografije za promocijsko gradivo.

Pot okusov Cerkniškega jezera

Na pobudo 5 ponudnikov lokalnih izdelkov iz območja Cerknice (ki so vključeni v LAS Notranjska) smo pripravili predlog obiska in program Pot okusov Cerkniškega jezera. V program so vključene kmetije, ki se ukvarjajo s predelavo zelišč, mlečnih izdelkov, žita in moke, žganih pijač in suhih mesnin ter sadjarstvom. S tem smo pridobili pomembno novo vsebino, ki jo lahko ponudimo izbranim ciljnim skupinam (novinarske študijske ture, zaključene skupine obiskovalcev). Nov program bomo vključili v vse komunikacijske kanale Zelenega krasa.

Biti na konju

V letu 2020 smo pripravili projektno vlogo skupaj s 5 partnerji iz občin Postojne, Pivke in Ilirske Bistrice z namenom vzpostavitve novega načina obiskovanja destinacije Zeleni kras s konjem. V letu 2021 bo nastal nov produkt, ki bo namenjen različnim ciljnim skupinam (otroci, individualni obiskovalci, ranljive skupine). Izvedli bomo tudi digitalizacijo s 3D videom izkušnje ježe konja, ki jo bodo obiskovalci lahko doživeli s pomočjo VR očal.

Digitalizacija kulturne dediščine

V sklopu projekta Digitalizacija kulturne dediščine smo izvedli prvo fazo zastavljenih aktivnosti, ki vključujejo zajem digitalnega gradiva na izbranih lokacijah – grad Prem, dvorec Ravne, Ravbarjev stolp, na področju Cerkniškega jezera pa čakamo na primeren vodostaj. Nastali so 3D modeli enot kulturne dediščine, ki bodo v prvem polletju 2021 uporabljeni v različnih aplikacijah in združeni v doživetja namenjena obiskovalcem. Na tak način sledimo modernim trendom na področju združevanja digitalizacije, kulturne dediščine, zgodb in turističnega obiska.



Označevanje kolesarskih in pohodnih poti

Via Dinarica Slovenija

Skupaj s Planinskimi društvi iz celotnega območja smo pripravili označitev za daljinsko pohodno pot **Via Dinarica** ter alternativno traso za **Veliko Krpanovo pot**, ki povezuje območje Zelenega krasa. Na tak način smo dobili dve pomembni platformi na področju outdoor aktivnosti, ki sta izjemno zanimivi za slovenske in tuje pohodnike in kolesarje.

Slovenski del daljinske pohodniške poti Via Dinarica, ki se začne v Razdrtem in konča na Babnem polju do sedaj ni bil označen s simboli Via Dinarice. Vsa trasa je sicer speljana po drugih označenih poteh (Slovenska planinska pot, Notranjska transversala, Velika Krpanova pot, E6) vendar je bila do sedaj orientacijsko precej zahtevna. Označevanje je potekalo poleti in jeseni 2020. Pri delu je sodelovalo 15 članov Planinskega društva Postojna. Za označevanje smo uporabljali predpisane tablice v merilu 10 x10 cm in jih pritrjevali na ob poti že stoječa smerna znamenja, ki se nahajajo v večini na različnih razpotjih. Med eno in drugo tablico smo na skale in drevje risali simbol dveh zelenih hribov, na kovinske drogove in obcestne ograje pa smo lepili nalepke simbola dveh zelenih hribov s prstnim odtisom.

Via Dinarica je dolga 160 km, začne se v Razdrtem se povzpne čez Nanos v Strane, nadaljuje skozi vasi pod Nanosom do Predjame in se zopet povzpne na Podgurske vrhove, se spusti v Planino in naprej mimo gradu Hasberg do Unške koliševke in v Rakov Škocjan. Na vseh cestnih odsekih smo si pri označevanju pomagali tudi s prevoznimi sredstvi. Od Rakovega Škocjana pot kmalu pride „na plano“

do Poljan, Dolenje vasi, v Dolenje jezero in skozi Cerknico zopet v hrib na Slivnico (planinski dom), Radlek, Velike Bloke, v velikih Blokah se priključi pot na Krpanovo pot po Blokah (v obratni smeri), se spusti do Križne jame pa čez Križno goro v Lož in naprej v Podcerkev, Dane, Šmarato, do Gradu Snežnik, po E6 na Mašun, nato čez Kambrce (Kamrice) do Sviščakov (Planinski dom) in na Snežnik (Koča Draga Karolina) od koder se spusti v Leskovo dolino po Jurjevi cesti proti Županovemu laz (mimo gozdarske koče Stiska) na Babno polje do mejnega prehoda, od koder se pot nadaljuje na Hrvaško.

V nekaterih delih je bilo potrebno tudi čiščenje, predvsem podrastja in robidovja. Večino smo lahko odstranili s pomočjo škarij in sekačev. Nikjer ni bilo potrebno umikanje padlih debel. Od ljudi, ki urejajo ostale poti, ki se prekrivajo z Via Dinarico smo bili opozorjeni, da velikokrat vandali polomijo tablice in podrejo nosilne drogove.



Velika Krpanova pot

Velika Krpanova pot (VKP) je s prepoznavnimi tablam označena pohodniška pot, ki poteka po poteh, po katerih je hodil Martin Krpan. Osnovna trasa ki je bila dolga 91 km se je začela v Pivki in zaključila v Postojni. Z retrasiranjem, ki je potekalo poleti in jeseni 2020 je Velika Krpanova Pot postala krožna pot. Nova Velika Krpanova Pot (VKP) je sedaj dolga 110 km.

Začetek poti je v Pivki na železniški postaji, kjer se že takoj na začetku poti, čez cesto v gostili Herman nahaja prvi žig, pot nato preko Šilentabora in zgornje Pivške kotline prečka Javornike (pred tem si pohodnik odtisne v vasi Juršče drugi žig) ter se ponovno pojavi na obrobju Cerkniškega jezera. Nadaljuje proti Loški dolini, kjer si popotnik v Gorenjem jezeru odtisne tretji žig. Pot nato obiše grad Snežnik, popotnik pa pred vzponom na Bloško planoto odtisne četrti žig (gostilna Mlakar je trenutno zaprta) ter ko se iz gozda spusti v Novo vas odtisne petega. Popotnik se na poti proti Cerknici lahko odloči, da obiše tudi Slivnico ali nadaljuje po VKP proti Cerkniškem polje. Pot nato vodi skozi Rakov Škocjan (šesti žig v gostišču), se strmo vzpne na in čez Kalič ter spusti proti Postojni. Na poti proti železniški postaji v Postojni si popotnik odtisne zadnji, sedmi žig (v hotelu Center).

Predhodna pot se je zaključila na železniški postaji v Postojni. Z novim retrasiranjem v letu 2020 pa se VKP nadaljuje nad mestom Postojna, proti letališču in po planinski poti (desno) do vasi Petelinje, kjer se popotnik lahko odloči, da obiše še Sv. Trojico ali nadaljuje po VKP do Pivke.

Nova VKP ima (brez opsijskega vzpona na Slivnico in Sv. Trojico) sedaj 110 km. Pot je lahko tudi kolesarska vendar v celoti ni prevozna, na določenih delih lahko kolesar sestopi iz kolesa in nadaljuje peš, na določenih delih pa mora narediti obvoz. Za lažjo orientacijo sta bila pripravljena dva gpx. Eden za pohodnike in drugi za kolesarje.

Osnova VKP je pohodna pot in je na vseh ključnih križiščih (obstoječe in nove poti) označena. V sklopu projekta so bili počiščeni zaraščeni deli poti, pregledane in očiščene vse obstoječe tablice na kovinskih stebričkih (ca 115 tablic), izdelana grafika, rumene nalepke s silhueto Martina Krpana in smerjo poti in nameščene (ca 90 nalepk). V križiščih, kjer ni bilo obstoječe smerne tablice in tudi ni bilo možnosti, da se namesti nalepka se je VKP označila/markirala z barvnim napisom VKP v rumeni barvi in po potrebi puščica (ca 40 barvnih oznak).

Krošnjarska kolesarska pot

Nadaljevali smo z aktivnostmi na **Krošnjarski kolesarski poti**, ki povezuje občine Ribnica, Sodražica, Loški Potok, Osilnica, Cerknica, Bloke in Loška dolina. Izdelana in s strani DRSI je bila potrjena projektna naloga za celoten projekt (izdelovalec BDM-TECH svetovanje, inženiring in razvoj, d.o.o.). Pogodbi za projektiranje na nivoju IZP in IZN ureditve kolesarske povezave R13 in R14 Krošnjarska pot, na odseku Cerknica - Osilnica sta podpisani, izvajalca sta uvedena v delo, projektiranje se izvaja. Pri rebalansu proračuna Republike Slovenije 2020, 2021 in 2022 zaradi pomanjkanja sredstev navedeni investicijski projekt ni bil vključen v proračun. DIIP je v proceduri potrjevanja

Eurovelo 9

Skupaj s partnerji iz Slovenije smo pričeli z urejanjem in označevanjem evropske kolesarske poti **Eurovelo 9**, ki bo pomembna pridobitev na področju kolesarstva v Sloveniji in regiji. S tem se bomo namreč uvrstili tudi na evropski zemljevid daljinskih kolesarskih povezav.

Izobraževalne delavnice in aktivnosti

Izobraževalne delavnice in aktivnosti na tem področju so bile zelo okrnjene zaradi omejitev v zvezi z epidemijo Covid-19. Delo s ponudniki je potekalo bolj aktivno v obdobju, ko so ukrepi dovoljevali združevanje do 30 oseb v zaprtih prostorih, delno pa smo se posluževali spletnih orodij za organizacijo sestankov in predstavitev. Nekatere predvidene aktivnosti (predvsem izobraževalne vsebine namenjene za vodenje degustacij) bom izvedli v letu 2021, ko bodo ukrepi dovoljevali organizacijo tovrstnih dogodkov v živo, saj lahko le na tak način zagotovimo ustrezen prenos znanja na deležnike.

Na področju kolesarjenja smo izvedli dve delavnici skupaj s strokovnjakom na področju razvoja in promocije kolesarskega turizma – Dušanom Štruclom Dixijem. Na predavanjih je predstavil njegov primer dobrih praks ter predstavil potrebe kolesarskih turistov in kako jih lahko nagovorimo.

V sodelovanju z Notranjskim regijskim parkom smo izvedli delavnico **Gostoljubje v turizmu** in pomen pri vzpostavitvi 5* produktov, ki je potekala 24.9.2020 v Jezerskem hramu. Delavnica je bila dobro obiskana (omejitev na 30 oseb zaradi zagotavljanja priporočil NIJZ), udeleženci so spoznali sledeče vsebine: gostoljubje v turizmu, prisrčnost in poslovni bonton turistično gostinskega osebja.

S svetovno prizanim kuharskim chefom Urošem Štefelinom iz vile Podvin smo 6.10.2020 na Smrekarjevi domačiji zvedli delavnico **Trendi v gostinstvu in kulinariki** za potrebe vzpostavitve 5* kulinaričnega produkta v destinaciji Zeleni kras. Na delavnici je predavatelj s teoretičnimi in praktičnimi prikazi predstavil kam se premikajo trendi v gostinstvu in kulinariki. Predstavili smo piramido gastronomije Slovenije (poudarke na značilnostih Notranjske kuhinje), osnove strežbe, prilagoditev strežbe v manjših enotah (turistične kmetije, gostilne), enostavne rešitve za to da obdržimo zadovoljnega gosta ter sodobno predstavitev krožnika z dekoracijo, vključevanjem lokalnih produktov, zgodbo in prezentacijo priprave jedi.



Fotografija 1 Delavnica in prikaz Trendi v kulinariki

Ogledi primerov dobrih praks za turistično gospodarstvo regije

Kolesarski turizem v Vipavski dolini

RRA Zeleni kras je 8.7.2020 izvedla študijsko turo – ogled primerov dobrih praks za turistične ponudnike destinacije Zeleni kras na temo kolesarskega turizma. V ta namen smo se odpravili v Vipavsko dolino, kjer je potekal sledeči program:

- TIC Vipava: Lanthierijev dvorec, degustacijo lokalne ponudbe, predstavitev kolesarske ponudbe – izposoja in novi produkti, vodenje po Vipavi
- Vipavski križ: nova kolesarska ponudba v Vipavski dolini, investicije občine, povezava lokalnih ponudnikov domačih dobrot, vpetost v lokalne kolesarske poti, rent e- koles

- Ajdovščina: ogled info centra in prenovljenega mestnega trga, ogled downhill kolesarskih poti in bike parka Črni trn (pogovor z upravljalci iz društva Črni trn)
- Popoldansko kosilo in degustacija pri lokalnem vinarju, ki je vključen v kolesarske poti in organizacijo dogodkov na temo kolesarstva in teka – povezava novih produktov s kulinariko



Fotografija 2 Udeleženci na ogledu primerov dobrih praks za kolesarski turizem

Program je bil izjemno dobro organiziran in je sledil rdeči niti kolesarskega turizma, razvoja novih kolesarskih produktov ter je vsem udeležencem ponudil vpogled v trenutnega kolesarskega turista. Pri tem je pomembno vedeti, da je kolesarski turizem izjemno raznolik in je treba vedeti kakšnega kolesarja nagovarjamo in temu ustrezno prilagodimo ponudbo.

Udeleženci so spoznali in navezali stike s predstavniki občin, predstavniki zavodov na področju turizma ter predstavniki MSP in nevladnih organizacij na področju kolesarjenja. Pridobili smo bogate izkušnje glede novosti na tem področju in navezali kvalitetne stike za delo in povezovanje v prihodnje.

Prekmurje in EXPANO

Za turistično gospodarstvo destinacije Zeleni kras smo organizirali dvodnevno študijsko turo – ogled primerov dobre prakse v Prekmurje (7. in 8.10.2020). Glavni razlog za izbor te destinacije so novosti na področju digitalizacije in turistične ponudbe, ki je v zadnjih letih doživela razcvet na tem delu Slovenije. Program je vključeval obisk EXPANO, Vinaruim, Hranilnica prekmurskih dobrot, obisk čokoladnice Passero, obisk šunkarne Kodila ter obisk doživljajskega parka Vulkanija. Programa se je udeležilo 35 oseb, ki so bile z organizacijo in izvedbo programa zelo zadovoljne.

EU projekti – Organizacijske aktivnosti

Na področju mednarodnih EU projektov smo se udeležili sestankov v Italiji in Sloveniji. Glavni namen teh je poiskati možnosti za nadaljnja sodelovanja in prijave novih vsebin na prihajajoče razpise. Odvijajo se tudi ostale aktivnosti, ki so predvidene v teh projektih, npr. izdelava potujoče razstave, na temo kulture in naravne dediščine destinacije.

TURISTIČNA AGENCIJA IN ORGANIZACIJA POTOVANJ

Prodaja programov in paketov je bila v letu 2020 izjemno okrnjena zaradi svetovne pandemije Covid-19 in omejitve mednarodnih potovanj. Kot destinacijska turistična agencija smo primarno vezani in usmerjeni na tuje trge, ti pa so bili zaradi ukrepov prepovedi gibanja v Evropskih državah v stagnaciji in iz njih ni bilo nobenih prihodov. Na področju dela turistične agencije in prodaje turističnih aranžmajev destinacije Zeleni kras smo v prvem polletju zabeležili 60 povpraševanj, od katerih je bilo 11 realiziranih (63 gostov), 22 gostov je bilo usmerjenih direktno na turistične ponudnike. Večinoma so bila prodana doživetja Planinske jame in opazovanja medvedov.

GIBANJE PRIHODOV IN NOČITEV

Po trenutno dostopnih podatkih na SURS beležimo v destinaciji Zeleni kras 76.645 nočitev in 41.224 prihodov gostov v destinacijo. Podatki kažejo, da se je število prihodov zmanjšalo za 71% v primerjavi z letom 2019, število izvedenih nočitev pa je upadlo za 66%. Gibanje prihodov in nočitev je tako primerljivo z letom 2015. Delno je lansko sezono glede namestitev rešila poletna sezona, ki je potekala vsaj v okrnjeni različici. V pogovorih s predstavniki turističnih namestitev je bilo v letu 2020 največ povpraševanja po nastanitvah na turističnih kmetijah, kjer je bilo v času od julija do oktobra težko najti proste namestitvene kapacitete. V luči Covid-19 pa so jo zagotovo najslabše odnesle hotelske namestitve, saj gosti po tovrstnih namestitvenih obratih niso povpraševali, poznal pa se je tudi manko organiziranih avtobusnih skupin.

Na področju turističnih znamenitosti je stanje podobno. Tiste znamenitosti, ki so se uspele usmeriti na domače slovenske obiskovalce, so beležile boljše rezultate obiska. Vseeno pa je na celoletni ravni opazen znaten upad obiskovalcev od 40% do 90%, odvisno od znamenitosti.

