

PROGRAM DELA IN STRATEŠKE USMERITVE

RDO Postojnska jama-Zeleni kras za leti 2018-2019

Pripravili:

Dejan Iskra, vodja RDO Postojnska jama-Zeleni kras (RRA Zeleni kras, d.o.o.)

Mateja Simčič, RRA Zeleni kras, d.o.o.

v sodelovanju s

Programski svet RDO Postojnska jama-Zeleni kras

Pivka, 15.1.2018

Vsebina

1. Uvod.....	3
2. Turizem v Sloveniji v letih 2016 in 2017 ter strateške usmeritve slovenskega turizma	5
1. Statistični pregled 2016	5
2. Statistični pregled 2017 (januar-november).....	5
3. Strateške usmeritve slovenskega turizma	5
3. Turizem v destinaciji Zeleni kras 2011-2017	6
4. Strateške usmeritve turizma Zeleni kras 2018-2022.....	8
5. Program dela RDO za leti 2018 in 2019	9
1. Ključni cilji in prednostne naloge	9
2. Aktivnosti.....	9
1. POHODNIŠTVO (VIA DINARICA)	9
2. KOLESARJENJE	11
3. DOŽIVETJA V NARAVI (HOP ON).....	11
4. TURISTIČNA KARTICA ZELENİ KRAS – GREEN KARST CARD	13
3. Tržno komuniciranje	15
1. Cilji trgi.....	15
2. Komunikacijska orodja	16
SPLET	16
TRIP ADVISOR.....	16
DRUŽBENA OMREŽJA IN MEDIJI.....	16
POSLOVNE BORZE IN SEJMI	16
ŠTUDIJSKE TURE	17
PROMOCIJSKE PUBLIKACIJE	17
3. Evropski projekti.....	17
4. Sistem upravljanja destinacije Zeleni kras.....	17
TOUROPERATERSTVO IN POSREDOVANJE	18
KREPITEV ZNANJA IN KAKOVOSTI	18
5. Finančni program.....	18

1. Uvod

V letu 2017 se je izteklo 5 letno obdobje delovanja Regijske destinacijske organizacije Postojnska jama-Zeleni kras, ki deluje kot ločena organizacijska enota RRA Zeleni kras na zaokroženem geografskem območju z namenom razvoja, promocije in trženja turistične ponudbe Primorsko-notranjske regije. Vlogo za opravljanje te funkcije je v 2013 RRA Zeleni kras podelil Svet Primorsko-notranjske regije, v kateri je šest občin: Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina, Pivka in Postojna. Podlaga za to odločitev sta bila sprejeta strateški in operativni dokument, in sicer Strategija razvoja turizma destinacije Zeleni kras 2013-2017 ter Poslovni model, organiziranost in financiranje RDO Postojnska jama-Zeleni kras za obdobje 2013-2017.

RDO je v minulem prvem obdobju delovanja vzpostavila trdne in dobre temelje za razvoj destinacije. Skladno s finančnimi in kadrovskimi zmožnostmi je vzpostavila in enakomerno izvajala vse štiri bistvene funkcije destinacijskega menedžmenta: promocijsko, distribucijsko, razvojno in operativno. Med seboj je povezala prek 90 turističnih ponudnikov in ostalih turističnih deležnikov na nivoju regije. Obseg in raznovrstnost ponudbe, povezanost turističnih akterjev ter zaupanje turističnih ponudnikov na terenu in njihova pripravljenost za sodelovanje so se vidno izboljšali. Po podatkih SURS-a je Primorsko-notranjska regija med najhitreje rastočimi destinacijami v Sloveniji. Rezultati turističnega poslovanja se v vseh vidikih izboljšujejo, na kar vplivajo tudi izrazito pozitivni trendi turizma v globalnem smislu.

Za doseganje trajnostne rasti destinacijskega turizma bo tudi v prihodnje, ko globalni turistični trendi ne bodo več tako ugodni, potrebna še večja osredotočenost na ključne trge in ciljne skupine, avtentična in razlikovalna komunikacija, odlična in privlačna vsebina (izkušnje, zeleni in inovativni produkti) ter krepitev digitalne promocije. Za doseganje teh ciljev pa bo potrebna še večja profesionalizacija dela.

Na nivoju države je bila v letu 2017 sprejeta nova **Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021**, v fazi sprejemanja pa je tudi *predlog novega Zakona o spodbujanju razvoja turizma* (novost je predvsem v povišanju turistične takse in uvedbi promocijske takse, s katero bodo zagotovili sredstva za nadaljnjo promocijo slovenskega turizma. V

pripravi so tudi spremembe **Zakona o gostinstvu in celovita ureditev področja kategorizacije nastanitvenih obratov**, vključno z uvedbo sistema Hotelstars za hotele.

Nova strategija se usmerja v povečevanje prepoznavnosti Slovenije kot »zelene butične globalne destinacije za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi«. Med pomembnimi novostmi strategije je tudi **vzpostavitev sistema štirih makro destinacij**:

- Alpska Slovenija,
- Mediteranska in Kraška Slovenija,
- Termalna Panonska Slovenija in
- Osrednja Slovenija & Ljubljana

Zeleni kras je kot ena izmed 34 vodilnih destinacij umeščena v makro destinacijo Mediteranska in Kraška Slovenija. To pomeni predvsem na produktni ravni večje povezovanje destinacije Zeleni kras z destinacijo Kras. Delo RDO bo temeljilo na usmeritvah in ciljnih omenjene nacionalne strategije, saj le-ta prinaša krepitev do sedaj zelo pomanjkljive vertikalne komunikacije od krovne do destinacijske ravni, ki bo osnova za razvojno-izobraževalne aktivnosti z vodilnimi destinacijami.

Svet Primorsko-notranjske regije je avgusta 2017 sprejel sklepe, ki omogočajo RDO Postojnska jama-Zeleni kras nadaljnje opravljanje funkcije DMMO (Destination Management and Marketing Organization). Do leta 2022 je zagotovljeno sofinanciranje ¹delovanja in programa dela RDO in sicer v višini 96.000 EUR letno (znesek vključuje sredstva za letni program dela, eno zaposlitev in sredstva za sofinanciranje razpisa MRGT za vodilne destinacije). Za razdelitev odobrenega skupnega zneska sofinanciranja po občinah se uporabi ključ sofinanciranja, ki je sestavljen iz kazalnikov:

- razmerje med nočitvami in kapacitetami,
- število nočitev,
- število prenočitvenih kapacitet in
- število prebivalcev občine

¹ Pogodba o sofinanciranju RDO, sklenjena z občinami, vključuje letno preverjanje uspešnosti RDO in možnosti prilagajanja sofinanciranja glede na slednje. Kot presečni datum za preverjanje učinkovitosti in potencialno prilagajanje sofinanciranja se določi začetek leta 2020.

2. Turizem v Sloveniji v letih 2016 in 2017 ter strateške usmeritve slovenskega turizma

1. Statistični pregled 2016

Leta 2016 je imel slovenski turizem rekordne številke. Z 12% več **tujih** turističnih prihodov glede na leto 2015 se uvršča nad povprečje Evrope.

Število prenočitev je prvič preseglo mejo 11 milijonov. Med turističnimi prenočitvami je bilo leta 2016 dve tretjini tujih prenočitev (65,7 %). Največ tujih prenočitev so ustvarili turisti iz Italije, Avstrije, Nemčije, Hrvaške, Nizozemske in Združenega kraljestva. Nadaljuje se trend rasti prenočitev turistov iz držav vzhodne Evrope (Madžarske, Češke, Poljske, Slovaške, Srbije). Zanimanje za Slovenijo narašča tudi na Bližnjem Vzhodu; leta 2016 je bila kar 28,3 odstotna rast gostov iz Izraela. Pozitiven je tudi trend rasti števila prenočitev turistov iz skandinavskih držav, enako velja za oddaljene trge.

2. Statistični pregled 2017 (januar-november)

Po podatkih SURS so od začetka 2017 do konca novembra v turističnih nastanitvenih objektih našteali več kot 4,4 milijona turističnih prihodov in več kot 11,3 milijona turističnih prenočitev, kar je 14 % več turističnih prihodov in 11 % več prenočitev turistov kot v istem obdobju prejšnjega leta.

Tuji turisti so letos ustvarili do zdaj skoraj 7,7 milijona vseh turističnih prenočitev (68 %), kar je za 15 % več kot v istem obdobju lani, in več kot 3,2 milijona prihodov, kar je 17 % več kot v istem obdobju lani. Domači turisti pa so ustvarili več kot 3,6 milijona prenočitev ali 4 % več kot v istem obdobju lani in več kot 1,2 milijona prihodov ali 6 % več kot v istem obdobju lani.

3. Strateške usmeritve slovenskega turizma

Vlada je oktobra 2017 sprejela Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ki je podlaga za strateške trženjske smernice dela STO in RDO Postojnska jama- Zeleni kras.

Gre za štiri ključne usmeritve:

- preoblikovanje sistema trženjskega upravljanja (vzpostavitev sistema makro destinacij, za okrepljeno povezovanje od krovne do destinacijske ravni),

- pospeševanje razvoja produktov in konkurenčnosti (zeleni, inovativni produkti z višjo dodano vrednostjo),
- krepitev znamke I feel Slovenia in
- osredotočanje na ključne trge in krepitev digitalizacije.

Med pomembnimi temelji je vzpostavitev sistema štirih makro destinacij (Alpska Slovenija, Mediteranska in Kraška Slovenija, Osrednja Slovenija & Ljubljana, Termalna Panonska Slovenija) z namenom učinkovitejšega komuniciranja in promocije Slovenije na tujih trgih. Sistem makro destinacij poudarja pomembno primerjalno prednost Slovenije kot destinacije na stičišču Alp, Mediterana, Krasa in Panonske nižine. Drugi namen makro destinacij je krepitev vertikalnih povezav od krovne do destinacijske ravni ter okrepljeno razvojno delo. Znotraj makrodestinacij je opredeljenih 34 vodilnih destinacij, Zeleni kras je ena izmed njih.

Strategija je opredelila deset ključnih izzivov (produkti s prenizko dodano vrednostjo, obstoječa struktura gostov in majhna povprečna poraba, slabo plačan, premalo motiviran in tudi izobražen kader,...), iz katerih izhajajo ukrepi za doseganje razvojnih ciljev turizma do leta 2021. Med izzivi, ki se najbolj dotikajo regijskega turizma, je ne dovolj učinkovita organiziranost in upravljanje destinacij, **kar narekuje potrebo po okrepitvi vertikalnih in horizontalnih povezav, po profesionalnejši vlogi lokalnih turističnih destinacij in krepitvi vloge DMMO – Destination Management marketing Organization oziroma RDO – Regijska destinacijska organizacija.**

3. Turizem v destinaciji Zeleni kras 2011-2017

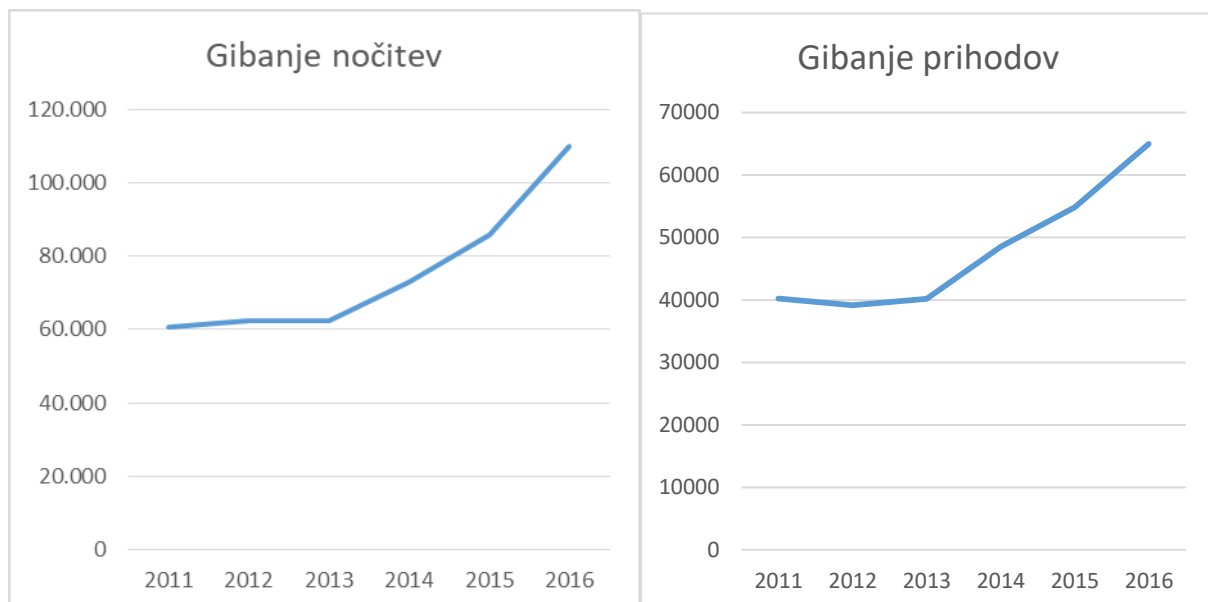
Od leta 2011 dalje beležimo hitro rast prenočitev v celotni regiji. V letu 2016 je bilo po podatkih SURS v destinaciji Zeleni kras (Primorsko-notranjska regija) zabeleženih 100.628 prenočitev turistov, od tega prenočitev tujih turistov 85.767. Za leto 2017 podatki še niso dokončni, do novembra 2017 je bilo v regiji izvedenih 111.000 nočitev (+32% v primerjavi z 2016) in 75.700 prihodov gostov (+38% v primerjavi z 2016). Pretežni del (cca. 80%) nočitev je izvedenih v občini Postojna, ki razpolaga tudi z največjim številom nočitvenih kapacitet. Od leta 2011 do leta 2016 se je število nočitev povečalo za 80%.

Podobna visoka rast se kaže tudi v prihodu gostov na destinacijo. V obdobju od 2011 do 2017 se je število prihodov povečalo za 92%. Povprečno gostje v regiji izvedejo 1,7 nočitve, kar kaže na manjšo rast (v letu 2011 je bila povprečna doba bivanja na destinaciji 1,5 nočitve).

V regiji je bilo leta 2011 na voljo mesečno v povprečju 1017 ležišč, v letu 2016 pa 1329, kar je 31% porast. Zasedenost prenočitvenih kapacitet je v letu 2011 znašala 14,5 % v letu 2016 pa 18,2%. Vzroki za podpovprečno zasedenost kapacitet v primerjavi s slovenskim

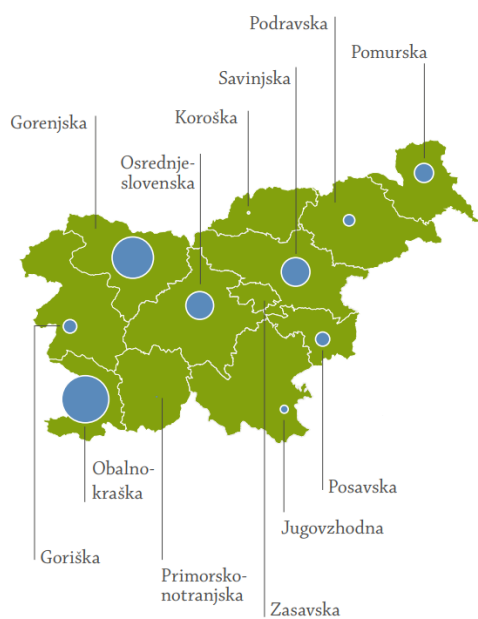
povprečjem so izrazitejša sezonskost turizma, tranzitnost destinacije in pomanjkanje skupne ponudbe, ki bi gostu omogočila daljši obisk destinacije.

Destinacija je še vedno tranzitno naravnana, se pa razvijajo produkti in paketi, ki so namenjeni zadrževanju gostov za daljše časovno obdobje in izven poletne turistične sezone. Pri tem je največ poudarka na aktivnostih v naravi (kolesarstvo in pohodništvo, opazovanje medveda, podzemni svet, oddih na podeželju, prireditve).



Glede na podatke SURS je Primorsko-notranjska regija v letih 2015 in 2016 med najhitreje rastočimi destinacijami v Sloveniji oziroma na drugem mestu za Goriško regijo.

Prenočitve turistov po statističnih regijah 2016



Vir: SURS, 2017

Regija	Število prenočitev turistov	Delež (%)
Obalno-kraška	2.384.693	21,3
Gorenjska	2.224.930	19,9
Osrednjeslovenska	1.498.447	13,4
Savinjska	1.464.601	13,1
Pomurska	966.884	8,6
Goriška	773.246	6,9
Posavska	661.364	5,9
Podravska	579.782	5,2
Jugovzhodna	400.742	3,6
Koroska	116.816	1,1
Primorsko-notranjska	100.628	0,9
Zasavska	7.746	0,1
Skupaj	11.179.879	100,0

Regije po stopnji rasti	Rast 2016/2015 (%)
Goriška	13,2
Primorsko-notranjska	16,1
Osrednjeslovenska	12,4
Gorenjska	12,0
Podravska	6,5
Koroska	3,7
Jugovzhodna	5,4
Obalno-kraška	5,1
Posavska	1,6
Savinjska	6,5
Pomurska	5,0
Zasavska	12,5

Slika 1 Turizem v številkah 2016 (SURS)

4. Strateške usmeritve turizma Zeleni kras 2018-2022

Glavni strateški cilji, ki jih bo RDO zasledovala v naslednjih petih letih, bodo usmerjeni v :

- povečevanje števila nočitev v regiji (vsaj 260.000 nočitev v letu 2022)
- povečevanje števila prihodov v regiji (do 130.000 v letu 2022)
- povečevanje števila in dvigovanje kakovosti turističnih produktov in storitev
- podaljševanje dobe bivanja turistov na destinaciji (na 2 dni do leta 2022)

5. Program dela RDO za leti 2018 in 2019

Glede na daljša obdobja od priprave do odobritve in začetka izvajanja projektov, ki se sofinancirajo, se je RDO odločila, da v prihodnje programe dela pripravlja za dve leti naprej. Na ta način je lahko načrtovanje celovitejše. Poročila o delu bo RDO še vedno pripravljala na letni ravni, skladno s pogodbo o sofinanciranju delovanja, sklenjeno z občinami. Programski svet RDO se bo sestajal najmanj dvakrat letno.

1. Ključni cilji in prednostne naloge

Za doseganje navedenih splošnih ciljev bo RDO izvedla potrebne spremembe v organizaciji dela in se osredotočila na prednostne naloge.

RDO se bo v naslednjih dveh letih (2018, 2019) iz dosedanjih široko in splošno zastavljenih nalog usmerila v bolj specifične aktivnosti, ki se bodo izvajale na treh prednostnih področjih:

- razvoj in nadgradnja produktov in storitev:
 - pohodništvo (Via Dinarica)
 - kolesarstvo,
 - doživetja v naravi – raziskovanje kraških pojavov (HOP ON) in
 - turistična kartica Zeleni kras.
- digitalna promocija
- trženje

Za bolj učinkovito izvajanje aktivnosti in doseganje zastavljenih ciljev na področju trženja bo RDO doregistrirala dejavnosti tour operaterstva in turistične agenture (v domeni RRA Zeleni kras). Na ta način bo RDO lahko ponujala in prodajala turistične pakete, ki bodo sestavljeni skupaj s ponudniki in turističnimi deležniki iz destinacije (člani RDO) ter ponudniki iz sosednjih destinacij (Kras, Vipavska dolina, Slovenska Istra, Ljubljana & Osrednja Slovenija).

2. Aktivnosti

RDO bo v naslednjih dveh letih prednostno razvijala produkte kolesarstva, pohodništva in doživetij v naravi s poudarkom na raziskovanju edinstvenih kraških pojavov, ki so **glavna razlikovalna prednost** destinacije Zeleni kras. Doživetja in ponudba destinacije bodo zbrane v skupni **turistični kartici Zeleni kras**.

1. POHODNIŠTVO (VIA DINARICA)

Pohodništvo se bo razvijalo v okviru produkta **Via Dinarica (VD)**. Via Dinarica je daljinska pohodna pot (dolga blizu 2000 km) po zahodnem Balkanu, poteka vzdolž Dinarskega gorovja skozi 7 držav: Slovenija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Črna gora, Kosovo, Albanija, Makedonija. Spodbuja odgovorni turizem (kultura, tradicija, podjetništvo,...) in je

izrazito usmerjena v povezovanje z lokalnim turističnim gospodarstvom (ni le pohodna pot). V Evropi in svetu postaja vse bolj popularna, saj je prejela več priznanj in nagrad (Outside magazine's Best New Trail in 2014, Paste magazine's best trekking path in 2015, a 2016 must-see by Wanderlust magazine and The Guardian, and National Geographic Traveler's "Best of the World" destination for 2017).

RDO je v 2017 postala uradni upravitelj VD v Sloveniji, saj se ta daljinska pot v Sloveniji začne in poteka prav po destinaciji Zeleni kras. S tem smo pridobili pravico uporabljati brand Via Dinarica in izvajati razvoj ter promocijo poti v sodelovanju z mrežo partnerjev na nacionalni ravni (Planinska zveza Slovenije, planinska društva v regiji, turistične agencije, ponudniki storitev, namestitvev, civilna družba, razvojne organizacije, lokalne institucije), prav tako pa tudi pravico predstavljati državo v regijski (Balkan) koordinaciji in odločati o trasah v svoji državi.

V sodelovanju in ob strokovni pomoči PZS ter lokalnih planinskih društev smo v 2017 pripravili predlog poti, ki poteka v celoti po obstoječih planinskih poteh in je speljana na način, da vključuje nastanitve (turistične kmetije, kampi), gostinsko ponudbo ter znamenitosti in doživetja (muzeji, jame, gradovi, opazovanje medvedov). Z namenom zastaviti traso poti uporabnikom kar najbolj prijazno, je v letu 2016 del nove trase prehodila nizozemska pohodnica Eva Smeele.

V letu 2018 bomo najprej izvedli markiranje in označitev trase VD. Sledila bo izdelava potrebnih promocijskih orodij:

- fototeka,
- video,
- promocijska in tehnična besedila s prevodi,
- letak,
- izvedena bo digitalna prenova oziroma vzpostavitev digitalnih komunikacijskih orodij (socialna omrežja VD Slovenija).

Načrtovane so tudi oglaševalske in PR aktivnosti, ki se bodo nadaljevale v 2019, in sicer dvodnevni promocijski dogodek ob uradni otvoritvi poti, 3 študijske ture specializiranih domačih in tujih novinarjev oz. medijev ter promocijske digitalnih kampanje, razdeljene po ciljnih trgih (Nemčija, Beneluks, Italija) in ciljnih skupinah (pohodniki). Predvidena je tudi promocija in pospeševanje prodaje z udeležbo na specializiranih sejnih in workshopih za pohodništvo (v sodelovanju z GIZ Pohodništvo in kolesarjenje) ter vključitev ponudbe v skupne tiskane publikacije. V okviru produkta Via Dinarica bomo pripravili več različnih paketov za različne ciljne javnosti, ki se bodo tržili preko turistične agencije. Organizirano bo tudi specializirano izobraževanje za turistične vodnike za vodenje skupin na poti (cca. 25 udeležencev).

V naslednji fazi produkta Via Dinarica se razvijejo še druge različice poti (bela, modra, zelena linija), kot so razvite na preostalem delu poti (Hrvaška, Bosna...).

Produkt kolesarstva se je v regiji začel bolj pospešeno razvijati v letu 2017. Občina Ilirska Bistrica in Postojna sta izvedli različne aktivnosti, s katerimi so postavili temelje za nadaljnji razvoj. Na terenu so bile ponovno označene nekatere kolesarske poti, sprejete strategije na področju kolesarstva (Ilirska Bistrica), razvijati pa so se začeli tudi konkretni turistični ponudniki na terenu. Rent the Green tako povezuje turistično ponudbo Blok, Cerknice in Loške doline ter jo nadgrajuje z izposajo koles in ponudbo kolesarskih izletov z vodnikom.

Na področju kolesarstva so bili prijavljeni tudi projekti na različne razpise:

- Mavrica doživetij (Interreg Slovenija-Hrvaška)
- Produkt Cerkniško jezero (LAS Notranjska)
- Bodi legenda (LAS Med Snežnikom in Nanosom)
- Vodene kolesarske ture za osebe s posebnimi potrebami (Zavod ArsViva – snovalec 2017)

RDO bo v letih 2018 in 2019 združila obstoječo ponudbo in jo nadgradila s skupno promocijo in trženjem. Predviden je pregled in označitev ene daljše povezovalne kolesarske poti, ki poteka po celotnem območju Zelenega krasa. Najverjetneje bo to že obstoječa kolesarska pot »Medvedova dežela«(MTB Park Notranjska).

V načrtu za 2018 je izdelava **kolesarske karte** za destinacijo Zeleni kras in posebej karte za območje Brkinov (partnerski projekt štirih občin, Parka Škocjanske jame, Parka vojaške zgodovine Pivka in RDO) ter promocija preko spletnih strani in socialnih omrežij. Sodelovali pa bomo tudi skupaj s kolesarskimi društvi.

Pospeševanje prodaje in promocija bodo potekale tudi preko **specializiranih sejmov** za kolesarje, udeležbo na **workshopih** in organizacijo **študijskih tur za kolesarske blogerje**, vlogerje in novinarje. Organizirali in izvedli bomo tudi **tečaj za pridobitev licence** za kolesarske vodnike (v sodelovanju s turnokolesarsko zvezo Slovenije pri PZS). Vključi se tudi produkt dostopnega kolesarstva.

3. DOŽIVETJA V NARAVI (HOP ON)

RDO bo aktivno sodelovala in usmerjala razvoj, promocijo in trženje programov, ki združujejo doživetja v naravi. Glavni cilji, ki jih bomo pri tem zasledovali, bodo podaljšanje dobe bivanja turistov v regiji, ponudba specializiranih in unikatnih doživetij ter skrb za trajnostni razvoj teh programov. V tem sklopu bo RDO sodelovala z nosilci (javnimi zavodi in zasebnimi ponudniki), ki razvijajo in ponujajo programe vezane na doživetja v naravi. Glavni atribut in prednost naše destinacije so kraški fenomeni v vseh svojih oblikah ter aktivnosti na prostem:

- Obiski kraških jam
- Doživetja na presihajočih jezerih
- Opazovanje divjih živali v naravnem okolju
- Interpretativna vodenja v naravi

Z zainteresiranimi nosilci produktov bomo razvili in nadgradili programe ter skrbeli za trženje in promocijo preko turistične agencije in preko spletne strani www.zelenikras.si.

Primer:

Doživetja v naravi (Nature in Colour)

V letu 2017 je Zavod Symbiosis na Blokah razvil programe naravoslovnih potovanj in izletov, ki pod znamko Nature in Colour v spremstvu specializiranega vodnika ponujajo eno ali večdnevne izlete po naravnih območjih Notranjskega dela Zelenega krasa. Programi so namenjeni predvsem poznavalskim ljubiteljem narave. RDO namerava v letu 2018 te programe skupaj z izvajalcem in TIC Bloke prilagoditi tudi za širše ciljne skupine (laični ljubitelji narave) in jih ponuditi kot redne (2-3 x tedenske) storitve za stacionarne goste na Blokah (Park idila, Hostel 24 na Blokah) ali dnevne obiskovalce Blok in okolice (Cerknica, Loška dolina) v času od junija do septembra.

HOP ON prevoz

RDO želi obiskovalcem destinacije bolj organizirano ponuditi obisk in doživetja kraških pojavov in kulturne dediščine, ki so glavna razlikovalna prednost destinacije Zeleni kras. Osnovni namen je turistom omogočiti lažji dostop do posebnosti in znamenitosti, ki so premalo obiskane in premalo izkoriščene z vidika inovativnih vsebin, ki jih lahko ponudijo. Kraški pojavi nudijo edinstvena doživetja predvsem za ciljne skupine raziskovalcev (individualni gosti), ki so primarna ciljna skupina destinacije.

V ta namen smo v 2017 skupaj s partnerji pripravili projekt HOP ON, ki ponuja inovativen poslovni model turističnega transferja. Storitve je kombinacija krožnega prevoza turistov z voznikom-vodnikom in ogledov posameznih točk na podlagi enotne karte. Ta bo poleg vstopnin za ogled (jame, muzeji) vključevala degustacije lokalnih izdelkov na turističnih kmetijah ali pri ponudnikih lokalne hrane (sirarji, sadjarji) ter različna druga manjša doživetja (npr. vožnja s kanujem po Cerkniškem jezeru). Poudarek je na gostih, ki prespijo pri nas (večina nočitev se izvede v Postojni) ter dnevnih obiskovalcev iz drugih destinacij v Sloveniji (Ljubljana, Slovenska Istra). Cilj je povečati število obiskovalcev na izbranih točkah (Muzej krasa, Park vojaške zgodovine, grad Prem...), povečati potrošnjo pri zasebnih ponudnikih (kulinarika, degustacije...) ter dvigniti prepoznavnost destinacije Zeleni kras. Prevoz bo omogočal tudi transport koles, s čimer bo kolesarskim turistom olajšan transfer do različnih izhodišč za kolesarske ture na destinaciji z ogledom kraških pojavov v naravi (Rakov Škocjan, Planinsko polje, Pivška presihajoča jezera).

Ker bomo aktivnosti v letu 2018 izvajali v okviru odobrenega projekta LAS Med Snežnikom in Nanosom, bo nov produkt sprva pokrival le območje treh občin v regiji (občine Postojna, Pivka in Ilirska Bistrica). Po pilotni izvedbi navedenega projekta v času glavne turistične sezone 2018 in testiranju uspešnosti zastavljenega modela (monitoring), bomo produkt razširili še na ostale tri občine regije (Cerknica, Bloke, Loška dolina), predvidoma v letu 2019.

Z vzpostavitvijo trajnostnega načina prevoza bomo turistom omogočili enostaven dostop do zanimivih turističnih točk, ki so slabo ali sploh niso povezane z javnim potniškim prometom,

po drugi strani pa odgovorili na potrebe upravljavcev turističnih znamenitosti, ki so izrazili potrebo po vzpostavitvi vodenih turističnih transferjev.

Promocija novega produkta bo vključevala tiskani letak, panoje in spletno promocijo. Promocijske aktivnosti bodo usmerjene na dve ciljni skupini, in sicer na ponudnike nastanitve v regiji (vključno z gostinskimi ponudniki) in turiste, ki prenočijo v regiji. Za ponudnike nastanitve bo organizirana skupinska delavnica glede vključitve v storitev HOP ON, ravno tako pa bodo potekali individualni obiski ponudnikov na terenu. Nov produkt bo pomenil dodaten motiv za podaljšanje bivanja turistov v regiji.

4. TURISTIČNA KARTICA ZELENİ KRAS – GREEN KARST CARD

Turistična kartica Zeleni kras (Green Karst card) bo regijska kartica, ki bo združevala turistično ponudbo (turistične znamenitosti, gostinsko ponudbo, nastanitvene kapacitete, prevoze) ter obiskovalcem regije ponudila nov način obiska. Kartica bo na voljo gostom preko spletnega naročila ter na prodajnih točkah v regiji:

- hoteli Postojna
- turistične kmetije
- hostli Zeleni kras
- glamping in kamping
- zainteresirani sobodajalci
- turistično informacijski centri
- turistične znamenitosti

Kartica bo vključevala gratis vstopnine v nekatere muzeje (promocija kulturnega turizma v letu 2018 – vključitev v promocijske kanale STO) ter različne ugodnosti pri ostalih ponudnikih Zelenega krasa. Vključeni ponudniki bodo objavljeni v letaku in na spletnih straneh ter posebej označeni na terenu z nalepko, ki bo goste obveščala, da lahko pri tem ponudniku koristijo turistično kartico Zeleni kras.

Predlagana cena za nakup kartice je 10 EUR, prodajne točke bodo upravičene do provizije v višini 10% na prodano kartico (1,00 EUR). V letu 2018 je predvidena prodaja 500 kartic in prihodek 5.000 EUR.

Kartica bo sestavljena iz:

- PVC potiskane kartice s turističnim motivom (služi tudi kot magnet - spominek) in serijsko številko
- Letaka s seznamom brezplačnih storitve in ugodnosti
- Vprašalnika, ki ga kupec kartice obvezno izpolni ob prevzemu kartice. Ta vključuje osnovne podatke o uporabniku (kontaktne podatke, letnico rojstva, prebivališče, e-naslov, smer prihoda...). S temi podatki bomo razširili bazo prejemnikov newslettera ter dobili boljši vpogled v strukturo in gibanje gostov po regiji.

Veljavnost kartice bo 1 leto (do 31.12.2018).

Ponudniki, ki bodo vključeni v sistem turistične kartice, bodo morali redno beležiti število uporabnikov kartice pri njih. Za ta namen bodo dobili tiskane obrazce, ki jih bodo sprotno izpolnjevali ter mesečno posredovali RDO. Ta bo podatke vnašala v zbirnik. Na te obrazce

bo potrebno vpisati serijske številke turističnih kartic, s čimer bo omogočeno zbiranje podatkov o uporabnikih, koriščenju vrste storitev, časovnem vidiku koriščenja in osnovnih tokovih gibanja turistov po destinaciji.

Storitve in ugodnosti so različne in niso nujno pogojene s cenovnimi popusti. Če se ponudnik odloči za cenovni popust, mora ta znašati minimalno 15% redne cene njegove storitve ali produkta.

Primeri ugodnosti:

- Brezplačna izposoja koles za 2 uri
- 1+1 gratis (npr. sladoled, kava)
- Brezplačna kava pri kosilu ali večerji
- Spominek ali darilo ob nakupu
- Gratis pijača dobrodošlice

Vključeni ponudniki:

- Postojnska jama
- Predjamski grad
- Park vojaške zgodovine Pivka
- Muzej krasa
- Grad Snežnik
- Grad Prem
- Ekomuzej Pivških presihajočih jezer
- Vodenje Postojnska meščanka promenada,
- Degustacije (Guštarna, Siesta bar,)
- Muzej Cerknškega jezera Jezerski hram
- Ponudba Notranjskega regijskega parka
- Kreativne poti
- Križna jama
- Planinska jama
- Stara dama Predjama
- Škocjanske jame (sodelovanje v okviru makrodestinacije)
- Lipica (sodelovanje v okviru makrodestinacije)
- Štanjel (sodelovanje v okviru makrodestinacije)
- Aerodium Logatec
- Ljubljana (en izbor)
- Koper (en izbor)
- Taksi prevozi, Furman
- Izposoja koles (Rent the Green)
- Vodenja lokalnih tur. vodnikov
- Zainteresirani tur. ponudniki

Glede na številne usmeritve in komentarje, ki smo jih prejeli iz strani Programskega sveta RDO se bomo dobili še posebej na to temo.

3. Tržno komuniciranje

Tržno komuniciranje bo glede na nov pristop dela v prihodnje tako po vsebini kot po ciljnih trgih in izbranih tržnih orodjih bolj specializirano. Glede na sofinanciranje razpisa MRGT namenjenega digitalizaciji bo glavna promocijskih aktivnosti usmerjena na splet in spletno oglaševanje. Pri tem bomo primarno komunicirali spletno stran www.zelenikras.si. Prenovljena stran bo zasledovala koncept komuniciranja turistične ponudbe skozi programe, ki bodo razdeljeni glede na turistične persone. Za območje destinacije Zeleni kras so primarna skupina zeleni raziskovalci, ki uživajo v naravi in aktivnostih na prostem. Posebni programi bodo sestavljeni v sodelovanju s turističnim gospodarstvom in bodo tudi prilagojeni posameznim tematskim skupinam (pohodniki, kolesarji, fotografi...). Pripravljeni programi bodo upoštevali zakonitosti posameznih skupin in bodo prodajno naravnani. Z začetkom izvajanja operativnih nalog turistične agencije in tour operaterstva bo spletna stran služila kot platforma za promocijo in prodajo programov. Na tak način bomo lahko merili uspešnost sestavljenih produktov in jih po potrebi dopolnjevali.

Za potrebe oglaševanja bodo pripravljene kratki promocijski video posnetki (vezani na 4 prednostne produkte) ter posodobitev fototeke Zelenega krasa. Vsa pripravljena vsebina (content) bo na razpolago občinam, zavodom in turističnim ponudnikom za promocijsko rabo.

Novi programi in produkti bodo vključeni v predstavitveno stran na tripadvisorju ter na socialna omrežja Zeleni kras in ostalih partnerjev.

1. Cilji trgi

RDO bo svoje promocijsko-prodajne aktivnosti v letu 2018 in 2019 še bolj intenzivno usmerila na bližnje tuje trge (Italija, Nemčija, Avstrija). Glede na načrtovane produkte pohodništva, kolesarjenja in raziskovanja narave bodo v ospredju tudi ciljni trgi držav Beneluksa. Na teh trgih se bo izvajala glavna sejemska aktivnosti in digitalna promocija. Ostali trgi ne bodo zanemarjeni, vendar se bo zaradi omejitve s kadrom in finančnimi sredstvi promocija izvajala preko newsletter obvestil in promocije konkretnih ponudb (npr. kolesarske ponudbe za češka kolesarska društva...).

Na domači trg ne bomo posebej usmerjali aktivnosti, saj naj bi to postala primarna naloga lokalnih TIC-ov. Ti bodo lahko ob pridobljeni licenci RDO-ja za turistično agencijo in touroperatersko dejavnost brez provizije legalno pridobivali organizirane skupine domačih izletniških gostov. RDO bo v tem primeru služila kot baza za promocijo, organizacijo in izvedbo izletov za slovenske skupine, ki jih bodo pridobili TIC.

SPLET

V letu 2017 se je začela celovita prenova spletnega portala Zeleni kras. Ob napovedanem sofinanciranju digitalne promocije preko javnega razpisa MGRT, ki bo odprt šele v januarju 2018, bomo prenovo spletne strani dokončali po objavi razpisa, predvidoma do konca marca 2018. Nova spletna stran se konceptualno povsem spreminja, saj bo oblikovana v skladu s trenutnimi trendi, ki v ospredje postavljajo prodajne turistične programe in konkretna

doživetja. Za potrebe nove spletne strani bo znaten del sredstev v 2018 namenjen nadgradnji fototeke in video vsebinam.

Poudarek bo na direktnem marketingu preko baz podatkov (pridobljeni kontakti preko HOP ON, turistične kartice, obstoječih baz in prijav na spletne novice), socialnih omrežij in spletnega oglaševanja.

V pripravi je izdelava spletne predstavitve destinacije Zeleni kras za spletni portal slovenia.info, ki sledi enotnim vsebinskim in oblikovnim elementom, ki jih je za vse vodilne destinacije Slovenije (34) pripravila STO. Z omenjene predstavitvene strani bo urejena povezava na spletno mesto Zeleni kras.

TRIP ADVISOR

Na trip advisorju bomo urejali vsebino vezano na agencijsko dejavnost, turistično kartico Zeleni kras - Green Karst Card ter produkta HOP ON.

DRUŽBENA OMREŽJA IN MEDIJI

Komunikacija in promocija bosta potekali po obstoječih kanalih na socialnih profilih, predvsem na Facebooku, Instagramu in Youtube. Posamezni produkti bodo izpostavljeni s promocijskimi kampanjami, ki bodo ciljno usmerjene.

POSLOVNE BORZE IN SEJMI

RDO se bo v naslednjih dveh letih udeležila po številu manj sejmov in borz kot do sedaj. Udeležbo na sejmih bodo pogojevali profiliranost sejmskih ali borznih dogodkov (tema, ciljna skupina). Glede na načrtovano usmerjeno delovanje na treh prednostnih produktih destinacije Zeleni kras (pohodništvo, kolesarstvo, doživetja v naravi) v naslednjih dveh letih, bodo imeli prednost sejmi, ki so usmerjeni v ljubitelje narave in aktivnosti na prostem. Glede posameznih WS in road showov bomo sodelovali s posameznimi predstavništvi STO v Italiji, Nemčiji in Avstriji.

Predvidene sejemске predstavitve:

Slovenija:

- Festival za tretje življenjsko obdobje Ljubljana
- SIW 2018 Kranjska gora
- Preverimo smiselnost udeležbe na Otroškem bazarju

Italija:

- Liberamente Ferrara
- Barcolana Trst

- CosmoBike Show Verona

Avstrija:

- Photo+Adventure
- Argus bike Festival Dunaj

Nemčija:

- FREE München

Nizozemska:

- Vakantiebeurs Utrecht
- Fiets en Wandelbeurs Utrecht

Češka:

- Sejemski nastop skupaj z STO

ŠTUDIJSKE TURE

Enak pristop kot pri sejmih bo veljal tudi pri izvajanju študijskih tur. Glede na prednostne usmeritve bomo organizirali več lastnih tur, ki bodo bolj tematsko zastavljene (opazovanje medvedov, pohodništvo – Via Dinarica, jamarstvo, naravoslovni programi,...). Pri tem bomo izpostavili programe iz štirih prednostnih nalog za leti 2018 in 2019.

PROMOCIJSKE PUBLIKACIJE

Ponatisi tiskanih publikacij v letu 2018 niso predvideni, ker bo večina sredstev namenjenih za spletno promocijo. Pri tisku se bomo omejili na letake, ki bodo predstavili konkretne ponudbe s programi (npr. opisi Via Dinarica, Velika Krpanova pot, HOP ON, turistična kartica...) in ostalo tiskano gradivo (kolesarski zemljevidi, pohodne karte...).

3. Evropski projekti

RDO bo v letu 2018 začela z izvajanjem vsaj enega projekta na področju turizma, ki je že odobren. To je projekt INNOXENIA, ki je bil v partnerstvu prijavljen na program Adriatic. V 2018 pričakujemo rezultate še dveh projektov iz programa čezmejnega sodelovanja Slovenija-Hrvaška, in sicer WILDLIFE ter MAVRICA DOŽIVETIJ. V prvi polovici 2018 bo RDO kot partner vključen v prijavo dveh projektov s turističnimi vsebinami na program sodelovanja Slovenija- Italija (strateški projekti). V začetku leta se bo RDO prijavil tudi na najavljeni nacionalni Javni razpis za sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji, pri katerem pričakujemo sofinanciranje v višini do 150.000 EUR za obdobje 18 mesecev na področju razvoja produktov in digitalne promocije (85 % sofinanciranje).

4. Sistem upravljanja destinacije Zeleni kras

RDO bo spodbujala občine, da se v skladu z novim turističnim zakonom uredi poenoteno vodenje in upravljanje lokalne vodniške službe (med nalogami RDO). Zdaj je to v domeni občinskih služb (evidence, izdajanje licenc, preverjanje, enotne izkaznice).

TOUROPERATERSTVO IN POSREDOVANJE

RDO se bo z registracijo za opravljanje dejavnosti organiziranja turističnih aranžmajev (organizator potovanj) in dejavnosti prodaje turističnih aranžmajev (turistični agent) specializirala za prodajo pripravljenih turističnih aranžmajev/programov.

Ta dejavnost bo vezana izključno na sprejemno (incoming, receptivno) organizacijo potovanj, torej za tisti sektor, ki zagotavlja storitve na destinaciji za tuje goste.

Pripravljeni programi bodo vključevali večino ponudbe iz destinacije Zeleni kras (vsaj 75%), ostali delež bo predstavljala sorodna ponudba iz bližnjih destinacij (ki smiselno dopolnjuje program, vendar ne nadomešča lokalnih ponudnikov).

V letu 2018 je predvidena prodaja 2000 zaključenih paketov, predvidoma bo pri vsakem paketu ustvarjen dobiček 5 EUR, kar pomeni skupni prihodek 10.000 EUR.

KREPITEV ZNANJA IN KAKOVOSTI

RDO bo organizirala specifična izobraževanja, ki bodo nujno potrebna za razvoj posameznega produkta (npr. kolesarski vodniki...). Splošnih izobraževanj (tuji jeziki...) v sklopu letnih programov RDO v naslednjih dveh letih ne bomo organizirali, bomo pa tovrstne aktivnosti podpirali, v kolikor pride pobuda s terena (TIC, turistično gospodarstvo) oziroma bodo za to pridobljena nepovratna sredstva iz raznih razpisov. V letu 2019 je predviden ponovni tečaj za pridobitev licence za lokalnega turističnega vodnika po destinaciji Zeleni kras. Na področju izobraževanja za lokalne turistične vodnike so podani predlogi za specifična (dodatna) izobraževanja turističnih vodnikov in drugih deležnikov, in sicer interpretacija vodenja, story telling, večšine predstavitev in prodajanja turistične ponudbe.

5. Finančni program

Za obdobje med 2018 in 2022 je Svet Primorsko-notranjske regije potrdil sledeče sofinanciranje izvajanja nalog RDO.

OBČINE	DELEŽ FINANCIR ANJA	2018	2019	2020	2021	2022
Bloke	3,83	3.675 €	3.675 €	3.675 €	3.675 €	3.675 €
Cerknica	19,12	18.354 €	18.354 €	18.354 €	18.354 €	18.354 €

Loška dolina	6,19	5.945 €	5.945 €	5.945 €	5.945 €	5.945 €
Ilirska Bistrica	12,89	12.370 €	12.370 €	12.370 €	12.370 €	12.370 €
Pivka	13,45	12.912 €	12.912 €	12.912 €	12.912 €	12.912 €
Postojna	44,53	42.744 €	42.744 €	42.744 €	42.744 €	42.744 €
SKUPAJ	100,00	96.000 €	96.000 €	96.000 €	96.000 €	96.000 €

Letno občine namenijo 96.000 EUR za delovanje in program dela RDO. Znesek vključuje tudi predvideno sofinanciranje razpisa MRGT za digitalizacijo destinacij.

RAZDELILNIK STROŠKOV

Stroški dela RDO	30.000 EUR
Program dela RDO	50.000 EUR
Sofinanciranje razpisa MGRT	16.000 EUR
SKUPAJ	96.000 EUR

OSTALI PREDVIDENI PRIHODKI

Participacija članov RDO	5.000 EUR (izobraževanja, študijska tura, sejmi)
Prodaja turističnih kartic	5.000 EUR (500 kartic x 10 EUR)
Prihodki TA in TO	10.000 EUR (2000 paketov x 5 EUR)
SKUPAJ	20.000 EUR

PRIHODKI IZ ODOBRENIH PROJEKTOV

LAS HOP ON	45.000 EUR
INNOXENIA	110.000 EUR
Digitalizacija destinacij (MGRT)	150.000 EUR (2 leti x 75.000 EUR)
SKUPAJ	305.000 EUR

ODHODKI (AKTIVNOSTI)

v prilogi

