

Načrt razvoja
in trženja turizma
v občini Vitanje
2022–2028



Turistična destinacija

Rogla·Pohorje

OPLOTNICA • SLOVENSKE KONJICE • VITANJE • ZREČE

Vsebina

1 UVOD V NAČRT RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA	6
1.1 Način oblikovanja dokumenta	7
1.2 Vizija in poslanstvo Slovenije na področju turizma, trajnostne rasti in digitalne preobrazbe	8
1.3 Vizija in poslanstvo Destinacije Pohorje	9
1.4 Vizija in poslanstvo TDRP	11
1.5 Slogan in vizija na področju turizma v občini Vitanje	12
2 TRENDI NA PODROČJU RAZVOJA TURIZMA	14
2.1 Ključni trendi na strani povpraševanja	14
2.2 Ključni trendi na strani ponudbe	15
Povzetek trendov na področju razvoja turizma	15
3 KRATEK POVZETEK ANALIZE STANJA TURIZMA V OBČINI VITANJE	17
3.1 Znamenitosti	18
3.2 Prireditve in dogodki	19
3.3 Turistična dejavnost občine Vitanje	19
3.4 Zelena shema slovenskega turizma (ZSST)	19
3.5 Ponudba doživetij	20
3.6 Promocija turistične ponudbe	21
3.7 Pomembni projekti za razvoj turistične dejavnosti v občini Vitanje	22
3.8 Evalvacija in pregled ciljev programskega obdobja 2017–2021	23
3.8.1 Evalvacija strateških razvojnih ciljev na področju turizma v TDRP 2017–2021	23
3.8.2 Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP 2017–2021	25
3.8.3 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021	28
4 MATRIKA PSPN OBČINE VITANJE	30
4.1 Razvojne priložnosti TDRP na ravni Partnerstva za Pohorje	33
5 DESTINACIJSKA MENEDŽERSKA IN MARKETINŠKA ORGANIZACIJA TDRP	34
5.1 Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje	39
5.1.1 Smernice na področju CK TDRP v občini Vitanje	40
5.1.2 Smernice na področju CT TDRP v občini Vitanje	40
5.1.3 Smernice na področju CD TDRP v občini Vitanje	40
5.1.4 Smernice na področju CRR in razvoja TDRP v občini Vitanje	41
5.2 Ključni kazalniki uspešnosti TDRP in občine Vitanje	41
5.3 Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP in občine Vitanje	48
5.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni Destinacije Pohorje	56
5.5 Operativni cilji in ukrepi na ravni TDRP v sklopu PP	57
5.6 Prioritetne projektne aktivnosti in investicije v občini Vitanje do leta 2028	61
5.7 Načrt udejanjanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP	62

6 RAZVOJ TURISTIČNE PONUDBE	62
6.1 Nacionalna izhodišča.....	62
6.2 Makrodestinacijska izhodišča	63
6.3 Izhodišča razvoja turistične ponudbe TDRP	65
6.3.1 Produkti v TDRP.....	67
6.3.2 Doživetja občine Vitanje	67
6.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni menedžmenta turistične ponudbe in doživetij	69
7 PROMOCIJA	80
7.1 Ciljna publika in ključni deležniki	81
7.1.1 Ciljne skupine	81
7.1.2 Ključni trgi	83
7.1.3 Opredelitev lokalnih ambasadorjev glede na nosilne produkte.....	86
7.2 Destinacijska znamka.....	87
7.3 Tržno komuniciranje in komunikacijski načrt	88
7.3.1 Operativni cilji in ukrepi na ravni promocije	89
7.4 Merjenje učinkov promocije	93
7.4.1 Ključni KPI-ji za celotno promocijo	93
7.4.2 Ključni KPI-ji za posamezna orodja in kanale promocije.....	94
8 TERMINSKI NAČRT IZVAJANJA UKREPOV	95
ZAKLJUČEK.....	100
SEZNAM KRATIC.....	102
VIRI IN LITERATURA.....	104
PRILOGE	105

KAZALO TABEL

Tabela 1: Svetovni trendi v turizmu, najrelevantnejši za Slovenijo	14
Tabela 2: Seznam učnih kmetij in drugih ponudnikov vodenih doživetij v občini Vitanje	21
Tabela 3: Legenda – ocena cilja 2017–2021	23
Tabela 4: Strateški razvojni cilji na področju turizma TDRP v obdobju 2017–2021	23
Tabela 5: Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP v obdobju 2017–2021	25
Tabela 6: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021	29
Tabela 7: Ključni kazalniki uspešnosti (KPI) TDRP in občine Vitanje	42
Tabela 8: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v TDRP ob 3-% letni rasti	43
Tabela 9: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v občini Vitanje ob 3-% letni rasti	43
Tabela 10: Zadovoljstvo prebivalcev občine Vitanje s turizmom v destinaciji	47
Tabela 11: Ciljne vrednosti zadovoljstva obiskovalcev TDRP in prebivalcev občine Vitanje (novelirana verzija 2021)	48
Tabela 12: Operativni cilji in ukrepi na ravni občine Vitanje in DMMO TDRP	48
Tabela 13: Turistični produkti in doživetja TDRP	66
Tabela 14: Razdelitev produktov po razvojnih kategorijah – trenutno stanje v TDRP	67
Tabela 15: Potencialni gradniki doživetij občine Vitanje	68
Tabela 16: Operativni cilji z ukrepi na področju menedžmenta ponudbe CD območja Vitanje	70
Tabela 17: Operativni cilji z ukrepi na področju infrastrukture za razvoj turistične ponudbe občine Vitanje	71
Tabela 18: Operativni cilji z ukrepi na področju razvoja turistične ponudbe občine Vitanje	73
Tabela 19: Ključni in perspektivni trgi ter persone po nosilnih produktih občine Vitanje	84
Tabela 20: Operativni cilji z ukrepi na področju promocije – CT TDRP in občine Vitanje	89
Tabela 21: Okviren terminski načrt izvajanja ukrepov	95

KAZALO SLIK

Slika 1: Konceptualni okvir izdelave dokumenta	7
Slika 2: Pojasnilo vizije	8
Slika 3: Panorama občine Vitanje	17
Slika 4: Model razvoja in trženja turizma TDRP	35
Slika 5: Elementi odgovornega razvoja turizma po modelu TBL	38
Slika 6: Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje v obdobju 2022–2028	39
Slika 7: Ocena izkušnje v destinaciji	46
Slika 8: Značilnosti makrodestinacije Alpska Slovenija (v prihodnje naknadno dopolnjeno s smernicami nove SST)	64
Slika 9: Matrika produktov slovenskega turizma (MPST)	64
Slika 10: Prikaz organiziranosti produktov	65
Slika 11: Pregled person in umestitev v segmentne skupine	81
Slika 12: Prikaz mesečnega števila nočitev po državah prihoda v MD Alpska Slovenija (2019)	83
Slika 13: Logotip TDRP	87
Slika 14: Logotip BZ Okusi Rogle	87
Slika 15: Logotipa Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021	88
Slika 16: Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028	100

1 UVOD V NAČRT RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA

Turistična destinacija Rogla - Pohorje (v nadaljevanju tudi TDRP) je območje treh občin Savinjske regije (Slovenske Konjice, **Vitanje** in Zreče) in ene občine iz Podravske regije (Oplotnica), ki so uvrščene v alpsko makrodestinacijo (v nadaljevanju tudi MD) in združene razpolagajo s številnimi potenciali, ki omogočajo raznolikost v turizmu. Zaradi Term Zreče se destinacija dobro povezuje tudi z makrodestinacijo Termalna Panonska Slovenija, ki je območje zdravilnih voda in najlepših poti do dobrega počutja. Prihodnost turizma na območju štirih občin TDRP je bila zapisana leta 2015 v dokumentu *Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b), podrobneje za občino Vitanje pa v dokumentu *Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016a).

Občine TDRP so na skupno pot stopile leta 2016 in z uspešnim delovanjem postale vzgled številnim drugim slovenskim destinacijam, kako s skupno vizijo, strateškimi cilji in ukrepi vzajemno sodelovati pri razvoju turizma. Organiziranost turizma teče usklajeno med štirimi partnerji: LTO Rogla - Zreče, GIZ, TIC Slovenske Konjice, **TIC Vitanje** in od aprila 2022 tudi TIC Oplotnica. Destinacija se identificira s sloganom *Razišči, občuti, užij*.

TDRP ponuja privlačno okolje za bivanje in delo lokalnemu prebivalstvu ter aktivne počitnice, rehabilitacijo ali enostavno uživanje v neokrnjeni naravi in bogati kulturno-zgodovinski dediščini ob kakovostni turistični infrastrukturi tako obiskovalcem kot turistom, ki se vanjo radi vračajo, vse z doslednim upoštevanjem smernic trajnostnega in družbeno odgovornega razvoja turizma.

TDRP je ponosna prejemnica certifikata Slovenia Green Destination Gold (od novembra 2020), uvrstila pa se je tudi med TOP 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu za leto 2021. Trajnostna prizadevanja TDRP je opazila tudi Svetovna turistična organizacija (UNWTO), ki je destinacijsko trajnostno zgodbo vseh štirih občin objavila v publikaciji *Mountain tourism towards a more sustainable path*, izdani ob mednarodnem dnevu gora konec leta 2021, v kateri so predstavljeni najboljši primeri trajnostnih praks gorskega turizma na svetu.

Vse to dokazuje, da trajnost in predanost naravi v TDRP nista zgolj na papir zapisani besedi, ampak da destinacija zares sledi smernicam trajnostnega razvoja in digitalne preobrazbe. Dokument *Načrt razvoja in trženja turizma v TDRP 2022–2028*, iz katerega izhaja tudi *Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*, sledi viziji Slovenije, ki postaja butična destinacija z zelenimi, aktivnimi in edinstvenimi doživetji za zahtevnejše goste. V ospredje postavlja trajnostno poslovanje, kar dokazuje z vključenostjo v Zeleno shemo slovenskega turizma (v nadaljevanju tudi ZSST) in v letu 2020 pridobljenim certifikatom Slovenia Green Destination Gold. Vse to pomeni, da je trenutni razvoj TDRP na dobri poti. Zelena usmerjenost bo tudi glavna smernica novega strateškega obdobja, saj *Strategija slovenskega turizma 2022–2028* (v nadaljevanju tudi SST 2022–2028) izpostavlja, da bo treba trajnostno usmeritev ter druge uspešne prakse ohraniti in razviti. »Rast obsega dejavnosti lahko ostane prioriteta le v potencialnih in manj razvitih destinacijah, v razvitih destinacijah pa so sprejemljivi samo ukrepi in naložbe, ki krepijo kakovost storitev in dodano vrednost,« je zapisano v SST 2022–2028 na strani 18. Med razvite destinacije sodi tudi TDRP.

Ciljem trajnostnega razvoja naj zavzeto sledi tudi občina Vitanje.

1.1 Način oblikovanja dokumenta

Pot do dokumenta, ki je pred vami, je bila dolga in je zahtevala veliko aktivnosti. Za boljšo predstavitev poteka raziskave in njene preglednosti smo zastavili konceptualni okvir. V nadaljevanju tako predstavljamo slikovni prikaz načina oblikovanja dokumenta za občino Vitanje.

Slika 1: Konceptualni okvir izdelave dokumenta



Z doslednim izvajanjem in uresničevanjem *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028* se hkrati uresničujejo ukrepi, cilji in vizija več pomembnih strateških ukrepov, ki so bili osnova za oblikovanje pričujočega dokumenta (*Strategija slovenskega turizma 2022–2028*, *Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026* ter *Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021-2027*).

Ker v turizmu še vedno najbolj drži slogan *Turizem smo ljudje*, je aktivno sodelovanje z deležniki v turizmu in upoštevanje njihovih želja, idej in predlogov zelo pomembno. V luči vključevanja vseh deležnikov v nastajanje načrtov razvoja in trženja turizma za obdobje 2022–2028 so bili v vsaki občini izvedeni delavnice in predstavitve osnutka *Načrta razvoja in trženja turizma v TDRP 2022–2028* ter predstavitve osnutkov načrtov za vsako posamezno občino. Po teh delavnicah so bili osnutki načrtov razvoja in trženja turizma dopolnjeni. Sledila je 14-dnevna javna razgrnitev na občinskih spletnih straneh in spletni strani destinacije. S tem je imela zainteresirana javnost možnost posredovati svoja stališča, pripombe in želje. Sledilo je končno oblikovanje dokumentov.

1.2 Vizija in poslanstvo Slovenije na področju turizma, trajnostne rasti in digitalne preobrazbe

Vizija in poslanstvo razvoja slovenskega turizma

ZELENA BUTIČNOST. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Slika 2: Pojasnilo vizije

Še naprej gradimo „zeleno zgodbo“ Slovenije, pri čemer odločno krepimo zeleno vrednost – nadgrajujemo zeleno infrastrukturo in ponudbo ter v ponudbi in podobi krepimo avtentične (kulturne) elemente.

ZELENO =
OKOLJSKA +
DRUŽBENO-KULTURNA +
EKONOMSKA TRAJNOST,
z močnim slovenskim zelenim lokalnim karakterjem

Pospešujemo butičnost – kakovostno ponudbo (ki jo odlikujejo principi lokalnega karakterja, kulturnih vsebin, trajnostnega razvoja, odgovornega doživljanja narave, premium storitev, 5-zvezdičnih doživetij, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije, tehnoloških inovacij in digitalno podprtih procesov). Ustvarjamo ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po meri zahtevnejšega in odgovornega obiskovalca.

BUTIČNO = PREMIUM
+ AVTENTIČNO (PRISTNO SLOVENSKO – izražen LOKALNI KULTURNI KARAKTER DESTINACIJ)

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Naša zelena zaveza se izraža v manjšem (okoljskem in družbenem) odtisu. Uspešno ohranjamo biodiverzitetno, kakovost okolja in naravnih vrednot ter z upoštevanjem nosilnih zmogljivosti ravnotežje med življenjem in obiskom.

Razvijamo turizem višje dodane vrednosti V INTERESU VSEH DELEŽNIKOV:

- 1 ZADOVOLJNA LOKALNA SKUPNOST (uravnotežen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vložke v urejeno okolje ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za mlade, krepi lokalno identiteto ter omogoča ohranjanje kulturne dediščine).
- 2 USPEŠNA PODJETJA, ki skrbijo za MOTIVIRANE in ZADOVOLJNE ZAPOSLENE in vlagajo v razvoj ponudbe.
- 3 NAVDUŠENI OBISKOVALCI, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturne vsebine in avtentični karakter destinacij, radi priporočajo naprej in se vračajo.

POJASNILO VIZIJE

Vir: SST 2022–2028, str. 130

Slovenija razvija uravnotežen zelen butični turizem višje kakovosti in z manjšim odtisom, ki je generator vrednosti, pospeševalec trajnostnega razvoja, urejenega okolja in cvetoče kulture, s pozitivnimi učinki za vse. Slovenija je dober in ponosen gostitelj ter skrbni upravitelj in varuh naše narave, kulture in skupnosti za zadovoljne prebivalce, motivirane zaposlene in navdušene obiskovalce ter za naše zanamce (SST 2022–2028).

Za doseganje vizije slovenskega turizma se razvoj turizma strateško usmerja v ciljno tržno pozicioniranje zelene butične destinacije za individualnega odgovornega gosta, ki ceni naravo, zdravje, kulturna doživetja in avtentični karakter lokalnih skupnosti. V obdobju 2022–2028 se bo slovenski turizem torej razvijal in deloval s strategijo *Nekaj več in veliko bolje*, ki vodi v zmerno rast obsega kapacitet ter znatno izboljšanje kakovosti in dodane vrednosti slovenskega turizma ob upoštevanju trajnostnih vidikov, valorizacije kulturne identitete, učinkovite digitalne preobrazbe in vseh omejitvenih dejavnosti (SST 2022–2028, str. 131).

Vizija in poslanstvo digitalne preobrazbe slovenskega turizma

»Digitalna preobrazba temelji na opremi in kadrih, informacijskih sistemih, spremembi organizacijske strukture ter kulture ali miselnosti. Gre za preskok v razmišljanju, ki lahko poveča dodano vrednost, zmanjša negativne vplive turizma na okolje in personalizira doživetje gosta. Turizem so ljudje, ampak ljudje uporabljajo tehnologijo in digitalna preobrazba bo postala del prihodnjega turističnega razvoja,« je na svojem predavanju povedala dr. Ljubica Knežević Cvelbar.

»Vizija strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma je naslednja: Slovenija postane vzorčni primer pametne destinacije, ki krepi in spodbuja razvoj trajnostnih, butičnih, personaliziranih in inovativnih doživetij.« (Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, str. 11)

»Z digitalno preobrazbo opolnomočimo deležnike za podatkovno podprto odločanje, povečujemo dodano vrednost, konkurenčnost in odpornost turizma, zagotovimo trajnostno preobrazbo, personaliziramo doživetja za gosta, izboljšujemo znanje in digitalne kompetence zaposlenih ter zagotavljamo višjo kakovost bivanja za lokalno prebivalstvo.« (Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, str. 19)

Eden izmed osmih kvantitativnih strateških ciljev *Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2028* (več na straneh 14 in 15) je tudi, da se 75 % vodilnih destinacij vključi v indeks digitalne zrelosti turizma. Na tem mestu velja omeniti, da je TDRP ena izmed vodilnih destinacij in s tem na destinacijski ravni opredeljena kot ključni subjekt.

SST 2022–2028 (str. 35) navaja, da je uvajanje pametne digitalizacije v slovenski turizem neizogibno, če želimo nadaljevati z izboljšanjem kakovosti. Digitalizacija mora biti celostna, povezuje naj vse obstoječe in nove informacijske, rezervacijske in statistično-podatkovne baze ter naj bo vodena s ciljem učinkovite podpore poslovanju, trženju, spremljanju, načrtovanju, upravljanju tokov in prihodnjem usmerjanju razvoja turizma. Nadaljujejo (str. 44), da so nujni odločni koraki v smeri pametne digitalizacije dejavnosti na vseh ravneh.

V tem dokumentu celostno sledimo ciljem *Strategije slovenskega turizma 2022–2028* in *Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026*. Dokument je tako usklajen s preostalimi strateškimi dokumenti na nacionalni in ravni EU.

1.3 Vizija in poslanstvo Destinacije Pohorje

V tem poglavju podajamo vizijo Destinacije Pohorje (v nadaljevanju tudi DP) kot območja Partnerstva za Pohorje (v nadaljevanju tudi PP), vključujoč tri statistične regije (Savinjsko, Koroško in Podravske), ki so del kohezijske regije Vzhodna Slovenija. Predstavnik 19 občin (Dravograd, Hoče - Slivnica, Lovrenc na Pohorju, Maribor, Mislinja, Muta, **Oplotnica**, Podvelka, Rače - Fram, Radlje ob Dravi, Ribnica na Pohorju, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenj Gradec, Slovenska Bistrica, **Slovenske Konjice**, **Vitanje**, Vuzenica in **Zreče**), predstavniki 6 javnih institucij (RRA Podravje - Maribor, RRA Koroška, Zavod za turizem Maribor, **LTO Rogla - Zreče**, **GIZ**, RIC Slovenska Bistrica in RA Savinjske regije) ter 5 gospodarskih subjektov (**Unitur, d. o. o.**, JP Marprom, d. o. o., Vabo, d. o. o., TURI, turizem Pohorje, d. o. o., in Hotel Jakec, d. o. o.) družno oblikujejo in bdijo nad razvojem in trženjem ponudbe DP.

Poudariti je treba, da so določena poglavja v tem dokumentu povzeta po *Strategiji razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* (Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrlič Brglez, Voršič in Waldhuber, 2021a) in ostalih pripadajočih dokumentih omenjene strategije. V celoti povzemamo dopolnjen kratek

povzetek analize stanja (poglavje 3), dopolnjeno matriko PSPN TDRP (poglavje 4) in razvojne priložnosti TDRP na ravni PP (podpoglavje 4.1), operativne cilje in ukrepe na ravni DP (podpoglavje 5.3), operativne cilje in ukrepe na ravni TDRP v sklopu PP (podpoglavje 5.4), posodobljene prioritete projektne aktivnosti in investicije po občinah TDRP do leta 2027 (podpoglavje 5.5) ter načrt udejanjanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP (podpoglavje 5.6).

Strategijo razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027 (Lešnik Štuhec et al., 2021a) smo v ta dokument vključili, ker bomo s sledenjem ciljem in ukrepom *Načrta razvoja in trženja turizma TDRP 2022–2028* med drugim sledili tudi ciljem DP 2021–2027.

Vizija DP:

»Destinacija Pohorje leta 2027 pritegne in preseneti kot povezana zelena biotsko raznovrstna destinacija z neukrotljivo naravo in vrhunsko načrtovanimi doživetji v zaledju Regijskega parka Pohorje, outdoor produkti za aktiven in zdrav oddih ter priprave športnikov, sproščanjem pod krošnjami energetsko bogatih pohorskih gozdov in šumečih ter termalnih vod, odlično gastronomijo z lokalno dodano zgodbo, dediščino koroške, podravske in savinjske regije, vrednotami pristnih in kreativnih Pohorcev ter kakovostjo bivanja gostoljubnih domačinov in ozaveščenih obiskovalcev, ki cenijo mir, zdravo in varno okolje, svež srednjegorski zrak in pitno vodo, se navdušujejo nad pristinimi izkušnjami in spretnostmi pozabljenih znanj, aktivnimi doživetji ter nepozabnimi razgledi na Alpe in Panonsko nižino, doline in vinorodno krajino med rekami Dravo, Mislinjo in Dravinjo ter Dravskim poljem.« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 35)

Poslanstvo DP:

»Destinacija Pohorje je najbolj privlačen cilj za pobeg iz vsakdanjega stresnega v zeleno, pristno, prostrano, varno, udobno, mistično, vključujoče, prijazno, mogočno naravno območje pohorskih gozdov, oazo miru, ki nudi krepitev zdravja, sprostitev in dobro počutje, raznovrstne aktivnosti na svežem srednjegorskem zraku za aktiven zdrav oddih in stik s samim sabo in v krogu družine, samouresničevanje ob pridobivanju pozabljenih znanj in okušanju pristne kulinarike v kakovostnem bivalnem okolju, ki na vsakem koraku pripoveduje lokalno zgodbo in omogoča stik s srčnimi in kreativnimi domačini.« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 35)

Vizija TDRP, ki jo podajamo v nadaljevanju, je usklajena z vizijo Slovenske turistične organizacije (STO) kot krovne organizacije slovenskega turizma, prav tako pa tudi s *Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026* in vizijo DP.

1.4 Vizija in poslanstvo TDRP

Vizija TDRP

Z doslednim izvajanjem načrta razvoja in trženja v turizmu bo TDRP leta 2028 še naprej uresničevala svojo opredeljeno posodobljeno **kratko vizijo**, ki se glasi:

TDRP je leta 2028 prepoznana kot varna trajnostna destinacija z manjšim odtisom, kakovostnimi programi športa, rekreacije, zdravja in priprav športnikov, aktivnimi počitnicami, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi butičnimi doživetji raziskovanja in razumevanja veselja ter spoznavanja z naravo, bogato digitalizirano kulturno dediščino, svetovno prepoznanimi športnimi in ostalimi tradicionalnimi javnimi prireditvami na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo tako gostoljubni in zadovoljni domačini kot zadovoljni zaposleni v turistični panogi v vseh letnih časih. Vse za zadovoljne domačine in obiskovalce.

Dolga vizija:

TDRP bo leta 2028 gostila obiskovalce v vseh letnih časih in bo pozicionirana kot konkurenčna, trajnostna (zelena), ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih, vse na močnem poudarku digitalizirane in edinstvene ponudbe z višjo dodano vrednostjo, grajene na kartuzijanskih vrednotah.

Kakovostni butični turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Športnem centru Rogla ob vinskih zgodbah Škalc, kreativni kulinariki turističnih kmetij in drugih ponudnikov, bogati kulturni dediščini Žičke kartuzije in Graščine Oplotnica ter interaktivnih multimedijskih programih doživljanja in raziskovanja veselja v Centru Noordung omogočajo poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom snovne in nesnovne kulturne dediščine.

Aktivne, vključujoče in sproščujoče počitnice na podeželju, usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akrototermalna voda, pohorska voda, šota), poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljivi programi edinstvenih doživetij gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi z blagovno znamko (v nadaljevanju tudi BZ) Okusi Rogle.

Vizija in poslanstvo trajnostnega razvojnega koncepta Destinacijske menedžerske marketinške organizacije TDRP (v nadaljevanju tudi DMMO) v središčno točko postavljata **človeka** kot:

- **ponudnika posameznika v učinkovitih partnerstvih**, ki skozi kreativnost in inovativnost v odnosih, storitvah in doživetjih delajo Turistično destinacijo Rogla - Pohorje posebno, zanimivo, vredno obiska, ob tem pa v destinacijo prinašajo ekonomski razvoj in blagostanje;
- **dobavitelja**, ki v lokalnem okolju ustvarja z lokalnimi dobrinami, po tradicionalnih in sodobnih pristopih ter povezano v oskrbnih verigah zadovoljuje potrebe in pričakovanja prebivalcev in prepoznanih ciljnih skupin turistov, medtem ko svojemu in drugim podjetjem prinaša dobiček;

- **domačina**, ki se zaveda kakovosti bivalnega okolja in življenja v TDRP – sinergije naravnih in kulturnih danosti z izgrajenim okoljem, ki omogoča odlično bivalno okolje za domačine, v katerem se dobro počutijo tudi obiskovalci in turisti, po drugi strani pa tudi delovna mesta in valorizacijo lokalnih potencialov;
- **turista** s prepoznanimi željami, pričakovanji in potrebami, ki jih skozi vzpostavljeno vrednostno verigo produktivnih tržnih kombinacij na jasno določenih lokacijah zadovoljujejo dobro povezani turistični in drugi ponudniki, ki obiskovalcem omogočajo nova edinstvena doživetja, zadovoljstvo in izkušnje.

Poleg človeka pa vizija in poslanstvo izpostavljata še **naravno in kulturno okolje**, njune značilnosti in nosilno zmogljivost v posameznih conah TDRP, ki izhajajo iz zavarovanja vrednot ter ohranjanja identitete, kulturne krajine in dediščine. V središču so pospeševanje in povečevanje pozitivnih učinkov ter obvladovanje in zmanjševanje negativnih vplivov.

Poslanstvo TDRP

Poslanstvo TDRP je s povezovanjem dobrin, ljudi, znanj in drugih virov ter soorganiziranostjo ponudbe oblikovati trajnostno, dostopno, zdravo, aktivno, inovativno in kakovostno podeželsko TDRP, ki bo z integralnim trajnostnim razvojem, družbeno odgovornostjo, strpnostjo ter nišno oblikovano in trženo ponudbo edinstvenih doživljajskih produktivnih tržnih kombinacij za ciljne skupine obiskovalcev na mednarodnem turističnem trgu dosegla večjo privlačnost, odličnost in konkurenčnost ter s tem večje sinergične učinke (na področjih kreativnega razvoja doživetij), prepoznavnost, povpraševanje in posledično optimalno zadovoljstvo ter blagostanje vseh deležnikov TDRP.

Dobro poznavanje pričakovanj deležnikov in skupna jasna opredelitev motivov za njihovo sodelovanje lahko TDRP vodita k uresničenju zapisanega poslanstva in prinašata koristi vsem vključenim deležnikom.

»Trenutno so izjemne naravne danosti daleč najpomembnejši motiv prihoda v Slovenijo. Izjemno naravno okolje je dejanska in ne samo deklarativna konkurenčna prednost Slovenije.« (SST 2022–2028, str. 23) V skladu s tem sta zastavljena tudi vizija in poslanstvo TDRP.

1.5 Slogan in vizija na področju turizma v občini Vitanje

V nadaljevanju predstavljamo slogan ter kratko in dolgo vizijo razvoja in trženja turizma v občini Vitanje. Kratka in dolga vizija ter slogan so zastavljeni na novo, v skladu s trendi v turizmu. Vizija na področju turizma je kompatibilna z ostalimi strateškimi razvojnimi dokumenti TDRP in DP.

Slogan se je v prejšnjem programskem obdobju glasil: *Vitanje – Ne daleč stran*. Na željo domačinov in sodelujočih na posvetu, ki so izrazili željo po zamenjavi slogana, slogan spreminjamo.

Slogan: *Vitanje: Biser tradicije z izzivi vesolja.*

Kratka vizija:

Leta 2028 je občina Vitanje prepoznana kot trajnostna destinacija s poglobljenimi butičnimi doživetji raziskovanja in razumevanja vesolja ter spoznavanja v neokrnjeni naravi Pohorja med gostoljubnimi, pristnimi domačini. Vse za zadovoljne obiskovalce, njene prebivalce in zaposlene v turizmu.

Dolga vizija:

V letu 2028 je občina Vitanje na področju turizma prepoznana kot varna, trajnostna, ekološka in primerno samooskrbna podeželska destinacija, ki z doživetji digitalizirane kulturne dediščine in neokrnjene narave ter rekreacijo v zdravem okolju plemeniti poglobljena butična doživetja raziskovanja in razumevanja veselja, s katerimi dihajo tako gostoljubni in zadovoljni domačini kot zaposleni v turizmu, ki povezano in ciljno nagovarjajo vedoželjne turiste ter omogočajo edinstvena doživetja za posameznike, družine in organizirane skupine.

2 TRENDI NA PODROČJU RAZVOJA TURIZMA

Potovanja danes postajajo bolj premišljena in pri tem so ključni novi pogledi na turistične destinacije. V ospredju bodo vedno bolj destinacije, ki jih že dolgo občudujemo, si jih želimo obiskati in ki so nam močno pri srcu. »*Avanturisti bodo čakali na prvo priložnost, da pobegnejo v oddaljene tople kraje, raziskovalci bodo v dani situaciji raziskovali bolj ali manj oddaljene evropske destinacije, pavšalisti se bodo kot sicer odpravili na njim ljube destinacije v Sloveniji in na [j]adranski obali[.]*« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 10)

Po izkušnji s koronavirusom in z bližino vojn evropskemu prostoru bosta tudi v strateškem obdobju 2022–2028 varnost in zdravje zasedala eni prvih mest na lestvici pomembnosti izbire destinacije.

Spremembe na strani ponudbe in povpraševanja vodijo k vzpostavljanju novih odnosov med destinacijami in obiskovalci oz. gosti. V nadaljevanju podajamo nekaj ključnih trendov povpraševanja in ponudbe.

SST 2022–2028 (str. 72–73) povzema najaktualnejše svetovne trende na področju turizma in izpostavlja najrelevantnejše za Slovenijo.

Tabela 1: Svetovni trendi v turizmu, najrelevantnejši za Slovenijo

Globalni trendi	
1.	Namesto enega ali dveh daljših, več krajših dopustov s prilagoditvami trendom, omejitvam ogljičnega odtisa in trajanju krize covid-19
2.	Kritičen odnos do razmerja med kakovostjo in ceno na osnovi preteklih potovalnih izkušenj
3.	Pomen avtentičnosti in lokalnosti destinacije
4.	Vse večja priljubljenost preživljanja aktivnega dopusta
5.	Naraščajoče povpraševanje po s sprostivitvijo povezanem dopustu, t. i. begu iz vsakdanjega življenja
6.	Potovanja z avtom, avtobusom ali vlakom – t. i. <i>Low Travel</i>

Vir: Povzetek SST 2022–2028, str. 72–73

2.1 Ključni trendi na strani povpraševanja

- *Potovanja s ciljem transformacije* (potovanja, ki ciljajo na osebno preobrazbo): Rast se pričakuje predvsem na področju ponudbe programov, namenjenih dobremu počutju, zdravju, osebni rasti, obisku odmaknjenih lokacij oziroma bivanju v naravi.
- *Srebrni turisti*: Do leta 2050 bo 34 % populacije v Evropi starejše od 60 let, kar predstavlja trg 223 milijonov prebivalcev, ki iščejo storitve zdravja in dobrega počutja ter kulturne in izobraževalne vsebine.
- *Milenijci – generaciji Y in Z*: Do leta 2025 bodo milenijci predstavljali 50 % vseh turistov. Njihov interes je usmerjen v raziskovanje, interakcijo in čustvena doživetja. Pričakujejo povezavo vsakdanjika s potovanji. Zahtevajo doživetje, ki je digitalno podprto. Odločajo se hitro in pričakujejo

visoko raven personalizacije storitev. Hkrati se zavedajo lastnega vpliva na okolje in družbo, zaradi česar so jim pomembne trajnostno naravnane storitve.

- *Rastoče destinacije:* Vse bolj raste povpraševanje in zanimanje za manj znane destinacije, ki se hitro uveljavljajo in postajajo prepoznavne na turističnem trgu. Mednje vsekakor sodi tudi Slovenija.

2.2 Ključni trendi na strani ponudbe

- *Varnost:* Zagotavljanje varnosti je ena najpomembnejših prioritet turističnih ponudnikov. Poleg fizične varnosti turistov je vse pomembnejša kibernetika varnost (angl. *cyber security*). Prizadevanja destinacij morajo biti usmerjena v varnost in higieno, zdravje in dobro počutje tako narave oziroma celotnega planeta kot tudi ljudi.
- *Digitalna transformacija in pametne rešitve:* Turistična podjetja uvajajo tehnološke rešitve, ki so v preteklosti že spremenile proizvodna podjetja; pričakuje se vse hitrejša prilagoditev tehnologij s področja Industrije 4.0 v turizmu. Poudarek je na prefinjenosti tehnoloških rešitev. Trendi v turizmu kažejo večjo osredotočenost na inovacije in pametne tehnološke rešitve ter digitalizacijo kulturne dediščine.
- *Pridobivanje, zadrževanje in izobraževanje kadrov:* Zaradi sezonske narave dela in delovnih pogojev je globalno, posebej pa regionalno, izjemen izziv pridobivanje in izobraževanje kakovostnega kadra na področju turizma. Izobraženi, usposobljeni in motivirani turistični delavci bodo lahko z nasmehom, prijaznim pogledom, kakovostno ponudbo, odličnimi turističnimi produkti in predanostjo gostom dosegli visoko stopnjo zadovoljstva in medsebojnega zaupanja. To bo Slovenijo trdno zasidralo na turističnem zemljevidu najboljših destinacij sveta.

Povzetek trendov na področju razvoja turizma

»• *Oddihi bodo krajši[,] z rezervacijami bliže datumu oddiha, v destinacije z neokrnjeno naravo (gorske in mediteranske) in manjšo obiskanostjo v oddaljenosti do 500 oz. 700 km, po možnosti z lastnim prevozom.*

- *Visoki higienski standardi bodo stalnica in eno od meril za izbiro nastanitve.*
- *Ključn[e] bo[do] majhnost ponudnika, hitra dostopnost in korektne servisne storitve. Domači turisti bodo od ponudbe pričakovali še več.*
- *Naraščajoče bo povpraševanje za butične nastanitve in doživetja.*
- *Na področju poslovnih srečanj bodo najprej oživele korporativni dogodki, sledila bodo motivacijska srečanja.*
- *Država bo še močneje vzpodbujala in Slovenijo promovirala kot gastronomsko in butično destinacijo.*
- *Ponudniki bodo še naprej skrbeli za trajnostno poslovanje v turizmu, zeleno krožno gospodarstvo, okoljsko ozaveščenost, certificiranje nastanitvenih obratov in produktov ter digitalno podprta doživetja in promocijo na digitalnih medijih.*
- *Turizem bo še bolj zelen, varen, zdrav, vključujoč in čimbolj izkustven [-] spomini in občutja se ljudem – turistom[,] najbolj vtisnejo v spomin.*

- *Turistični delavci bodo z nasmehom, prijaznim pogledom in kvalitetno ponudbo, odličnimi turističnimi produkti ter s predanostjo gostom dosegli stopnjo zadovoljstva in medsebojnega zaupanja. To bo Slovenijo močno zasidrilo na turističnem zemljevidu najboljših destinacij sveta.*« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 10)

Predvsem je pomembno, da destinacijske turistične organizacije kot podaljšane roke lokalnih skupnosti prevzemajo odgovornost za razvoj trajnostnega, empatičnega, občutljivega in odgovornega pristopa k razvoju turizma in pri tem spoštujejo vsa bogastva destinacije – okolje, sredstva, družbeno-kulturne interese turistov in zmogljivosti gostiteljske skupnosti. Ključna sta zaveza in spoštovanje interesov vseh deležnikov za dobrobit gostiteljske skupnosti, poslovne skupnosti in turistov.

3 KRATEK POVZETEK ANALIZE STANJA TURIZMA V OBČINI VITANJE

Kratek povzetek analize stanja občine Vitanje, ki dopolnjenega predstavljamo v nadaljevanju, je nastal v sklopu aktivnosti priprave *Strategije razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* avtoric Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrli Brglez, Voršič in Waldhuber.

Občina Vitanje s hribovito pokrajino ter bogato naravno in kulturno dediščino nudi številne potenciale za razvoj sonaravnega butičnega turizma. Identificira se s sloganom *Vitanje – nedaleč stran*, ki temelji na srčnosti prijaznih in gostoljubnih domačinov ter zanimivih zgodbah iz preteklosti, ki pričajo o nekdanji pomembnosti prostora zgodovinskih dvojcev, kot sta Stari oz. Gornji grad in Novi oz. Spodnji grad ter Zgornja in Spodnja cerkev. V sodobnih časih postaja Vitanje vse bolj prepoznavno kot *Mesto vesoljskih doživetij*. Mogočna edinstvena stavba **Centra Noordung** nosi sporočilo o življenju in delu enega najpomembnejših pionirjev vesoljske znanosti, vélikem Slovencu in znanstveniku **Hermanu Potočniku Noordungu**, ki ima svoje korenine ravno v Vitanju. K večji prepoznavnosti kraja pripomorejo tudi mojster **goslar Pavel Skaza**, izdelovalec violin iz pohorske smreke, številne tradicionalne prireditve in dogodki ter povezanost občine v TDRP. (Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrli Brglez in Voršič, 2021b, str. 26)

Slika 3: Panorama občine Vitanje



Vir: Miha Matavž Photo & Video, Rogla - Pohorje

Površina občine Vitanje meri **59 km²**, v njej živi **2.272 prebivalcev**. Območje je umeščeno med obronke Zahodnega Pohorja in podaljška Karavank, ob reki Hudinji. Prebivalci živijo v sedmih vaseh – Brezen, Hudinja, Ljubnica, del Pake, Spodnji Dolič, Stenica, del Skomarja in Vitanje. Občina Vitanje meji na občine Zreče, Vojnik, Mislinja in Dobrna ter ima sorazmerno dobro prometno dostopnost (mimo teče regionalna cesta Ljubljana–Maribor, oddaljenost od vstopne postaje na avtocesto A1 je 17 km).

Grb Vitanjske gosposčine je nekoč prevzel trg Vitanje in danes tudi Občina Vitanje. Občani praznujejo občinski praznik 25. junija kot spomin na podelitev trških pravic leta 1306.

Bloki marmorja, ki so jih v nekaterih starejših hišah uporabili za pragove, in na Hudinji najdene nagrobne plošče dokazujejo, da se je že v času približno 100 let pred Kristusom oz. pred našim štetjem na območju Vitanja oblikovalo pomembno središče, **naselbina Upellae**, ki je bila takrat rimska postojanka ob pomembni cestni povezavi Celeie s Colaciem in Virunumom na Koroškem.

Slovenci so se na to ozemlje naselili v 6. stoletju. Po izgubi slovenske samostojnosti je območje prešlo pod frankovsko oblast velikega rimsko-nemškega cesarstva, kasneje pa v last savinjskega mejnega grofa Viljema Breže-Selškega in ob koncu 11. stoletja pod krško škofijo. Kraj Vitanje je takrat postal upravno središče obširnega območja, saj so **krški škofje** tu imeli svoje **ministeriale**, iz katerih se je kasneje razvil rod Vitanjske gosposčine. Naselju so bile leta 1306 podeljene trške pravice. Najmočnejši vpliv kraja je bil zaznan v 14. in 15. stoletju, ko se je **v trškem dvorcu vršilo krvno sodstvo** za območje v velikosti približno polovice današnje Slovenije. Z razvojem je trg postal močno trgovsko in obrtniško središče, okolica pa je imela kmečki značaj. Tam so se že v 17. stoletju razvili zametki fužin in glažut. Po gradnji železnice in tudi zaradi novih cestnih povezav, ki so obšle Vitanje, je kraj z okolico izgubil svojo veljavo. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 26–27)

Občina Vitanje se lahko pohvali s številnimi dosežki in priznanji s področja turizma. Najpomembnejša med njimi sta certifikat Zelene sheme slovenskega turizma **Slovenia Green Destination Gold** (2020) in umestitev med 100 najboljših trajnostnih zgodb na svetu oz. **Top 100 Destination Sustainability Stories** (2021), ki ju je občina prejela v okviru TDRP.

3.1 Znamenitosti

V registru kulturne dediščine so vpisane **104 enote nepremične kulturne dediščine**. Najpomembnejše enote kulturne dediščine so ruševine 2 gradov, in sicer Goležev (Stari oz. Spodnji grad) in Krajnikov grad (Novi ali Gornji grad) ter 5 cerkev (Župnijska cerkev sv. Petra in Pavla – spodnja cerkev, Cerkev Matere božje na Hriberci – zgornja cerkev, Cerkev sv. Vida na Hudinji, Cerkev sv. Marjete na Lošpergu in Podružna cerkev sv. Antona v Breznu).

Občina Vitanje nima vpisane nobene nesnovne dediščine. Predlagamo, da se v sodelovanju z društvi uredi vpis nesnovne dediščine v register, saj je na obravnavanem območju precej dejavnosti, ki imajo potencial. Primeri vpisa nesnovne dediščine so ljudsko petje, pustna povorka, čebelarstvo, skodlarstvo, izdelovanje butar, izdelovanje papirnatih rož itd.

Glavne turistične atrakcije so Center Noordung, Beškovnikova kašča s preužitkarsko hišo in Beškovnikova domačija kot celota, Ekološka kmetija Brodej z etnološkim muzejem, Vila Svitanje, Goslarski atelje Skaza in Ekološka kmetija Iršič-Meglič.

V občini Vitanje najdemo številne muzejske zbirke in razstave, in sicer Beškovnikovo domačijo s preužitkarsko hišo in kaščo, Ekološko kmetijo Brodej z etnološkim muzejem in glampingom, Vilo Svitanje in Goslarski atelje Skaza.

Med naravno dediščino velja izpostaviti slap Žimpret v soteski Dantejev pekeli in Paški Kozjak. Površina ozemlja v velikosti **12,3 km²** sodi tudi v omrežje **Natura 2000**.

Atraksije na področju športa in rekreacije so zunanje športno-rekreacijsko igrišče Na vasi ter pohodne (na Pohorju in Paškem Kozjaku) in kolesarske poti (na Pohorju, Paškem Kozjaku in v okolici kraja Vitanje).

V občini Vitanje je tudi ena atrakcija na področju dobrega počutja, in sicer Eko glamping Brodej.

Na področju poslovnih vzgibov velja izpostaviti Center Noordung in Goslarski atelje Skaza (predstavitev rokodelstva).

Več o stanju naravne in kulturne dediščine v občini Vitanje je zapisano v dokumentu *Posnetek stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (2019)* (Lešnik Štuhec et al., 2021b) na strani 83.

3.2 Prireditve in dogodki

Vitanje ima bogato **tradicijo prireditev**. Najodmevnejše med njimi so Holcerija, Tradicionalno srečanje Rakovčanov, Srečanje na Paškem Kozjaku, Srečanje ljudskih pevcev in godcev ter Trška kuhna. V zadnjih letih se uspešno odvijajo različni tematski dogodki v Centru Noordung (opazovanje zvezd, večerja na strehi centra idr.) ter Zimski večeri ob zapečku v Preužitkarski koči (druženje ob tolčenju in luščenju orehov, priprava volne za pletenje idr.).

V občini je dobro razvita **društvena dejavnost** s tradicijo. Registriranih je 21 društev, od tega 2 turistični, 5 kulturnih, 6 športnih ter 8 ostalih društev. Društva imajo zelo pomembno vlogo pri povezovanju ljudi, saj sodelujejo pri organizaciji številnih dogodkov in prireditev.

3.3 Turistična dejavnost občine Vitanje

Od oktobra 2020 za **organiziranost turizma v Vitanju** skrbi **TIC Vitanje**, ki sodeluje s krovno organizacijo TDRP (LTO Rogla - Zreče). Letni proračun sredstev, ki ga občina namenja za razvoj TDRP, znaša 6.000 evrov. Na voljo je 34 usposobljenih destinacijskih turističnih vodnikov.

V letu 2019 je bilo po podatkih SURS-a v občini Vitanje registriranih **140 ležišč**, opravljenih pa je bilo **2.857 nočitev**. Povprečna doba bivanja (v nadaljevanju tudi PDB) je znašala **3,28 dni**, višina zabeleženih prihodkov z naslova turistične takse pa je znaša 2.625,39 evra.

V Vitanju je registriranih **119 podjetij**, med njimi najpomembnejša so Unior, kovaška industrija Zreče, d. d. (obrat Vitanje), peform Vitanje, d. o. o., Splošno krovstvo in kleparstvo Matija Borovnik, s. p., Fužinar, d. o. o., Kamnolom Klemenc, Silvester Klemenc, s. p., in Lesna galanterija Slavko Gornjak, s. p.

3.4 Zelena shema slovenskega turizma (ZSST)

Zelena shema slovenskega turizma je podkrepila zavedanje pomena trajnosti in dala zagon razvoju trajnostnega turizma v Sloveniji. V shemo je vključenih 59 destinacij oz. 75 občin, kar predstavlja 35 % slovenskih občin, ki pa so leta 2019 ustvarile kar 79 % turističnih prihodov. To pomeni, da kar 8 od 10 turistov obiše certificirano destinacijo. (SST 2022–2028, str. 29)

TDRP se je v ZSST vključila kot ena izmed prvih destinacij, s čimer je že zelo zgodaj izkazala interes za razvoj trajnostnega turizma celotnega območja. V letu 2019 je prejela znak Slovenia Green Destination Bronze, ob tem pa je treba posebej izpostaviti, da je bila TDRP prva v Sloveniji, ki je k ocenjevanju pristopila kot

celotna destinacija in ne kot posamezna občina. Po prejemu znaka so se v zeleni ekipi TDRP in širše odločili, da bodo v letu 2020 pristopili k recertifikaciji in izboljšali prejšnji rezultat presoje trajnosti. Destinacija je po ponovni presoji prejela okoljski znak Slovenia Green Destination Gold, kar je še en dokaz zavedanja trajnostnega upravljanja turizma in pomena skrbi za prihodnje generacije ter obenem potrditev prave poti razvoja destinacijskega turizma. V letu 2021 je bila destinacija uvrščena med 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu. Trajnostna prizadevanja destinacije je opazila tudi Svetovna turistična organizacija (UNWTO), ki je destinacijsko trajnostno zgodbo vseh štirih občin objavila v publikaciji, v kateri so predstavljeni najboljši svetovni primeri trajnostnih praks gorskega turizma. Vse to je rezultat strateškega pristopa k razvoju turizma in njegovih trajnostnih usmeritev, ki so jih v TDRP načrtali že v *Načrtu razvoja in trženja turizma v TDRP 2017-2021* ter pripadajočih občinskih turističnih načrtih razvoja in trženja turizma.

Za vključitev v ZSST in pridobitev certifikata Slovenia Green (za atrakcijo, nastanitev, gostišče ali park) se še ni odločil nobeden izmed ponudnikov iz občine Vitanje.

3.5 Ponudba doživetij

Za obravnavano območje so oblikovana številna inovativna in kreativna vodena butična doživetja, ki najpogosteje vključujejo elemente naravne in kulturne dediščine ter kulinarike in so usmerjena na **ciljne skupine družabnikov** (družabni foodieji, aktivni nostalgiki, predane mame), **raziskovalcev** (zeleni raziskovalci, aktivne družine, avanturisti) ter **muz**, ki jim je prioriteta skrb zase (sproščeni eskapisti).

Za **trženje in oblikovanje kakovostnih turističnih produktov** ter kreativnih in **inovativnih vodenih butičnih doživetij** skrbijo LTO Rogla - Zreče, TIC Vitanje, Center Noordung in TD Vitanje.

Najpomembnejša inovativno oblikovana in kreativna vodena butična doživetja so ogled Centra Noordung s simulatorjem letenja, opazovanje zvezd in vesolja prav tako v Centru Noordung, prikaz izdelave violin s Pavlom Skazo iz Goslarskega ateljeja Skaza, Učna pot Od kapljice do reke in Po poteh vitanjskih vitezov, ki je bila zasnovana v okviru razpisa Slovenske turistične organizacije za spodbujanje delovanja vodnikov v času okrevanja po epidemiji covid-19.

Doživetja Vitanja trži tudi LTO Rogla - Zreče, GIZ, pod imenom Preplet tradicije in sodobnosti (z vključenim vstopom v Center Noordung) in Z e-kolesom po TDRP (z vključenim vstopom v Center Noordung). Več v prilogi dokumenta.

Danes nas navdušujejo ambasadorji območja Vitanje: Pavel Skaza, rokodelec iz Goslarskega ateljeja Skaza, pater Zdravko Jakop, gledališki igralec Blaž Šef in ultra trail tekač Andraž Pogorevc.

Znane zgodovinske osebnosti, ki jih velja izpostaviti, so raketni inženir ter pionir astronautike in kozmonavtika Herman Potočnik Noordung, ljudski pesnik Matija Štimulak in kipar Ivan Sojč.

Tabela 2: Seznam učnih kmetij in drugih ponudnikov vodenih doživetij v občini Vitanje

Ponudnik	Opis ponudnika	Ponudba	Dostop
Ekološka kmetija Iršič-Meglič <i>Stenica, Vitanje</i>	Gojenje starih sort jablan, hrušk, sliv, pire, pšenice, ajde, koruze in drugih poljščin ter zeliščni vrt. Ponudba zeliščnih izdelkov: zeliščni likerji, namazi, čaji, mazila, marmelade, kis, hruškova penina idr. <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i>	<i>Izvedba delavnic:</i> Predstavitev starih sadnih sort in zelišč – način pridelave in predelave v izdelke (na kmetiji ter v Zeliščni lekarni v Žički kartuziji), pokušnja izdelkov.	Tukaj
Etnološki muzej in ekološka kmetija Brodej <i>Vitanje</i>	Urejen etnološki muzej, vezan na ljudsko izročilo Pohorja, možnost nočitve v novo urejenih glamping hiškah, pogostitev s pristno domačo hrano, ponudba božičnih drevesc (spletna prodaja).	<i>Izvedba delavnic:</i> Etnološko izročilo Pohorja, pomen in vrste božičnih drevesc.	Tukaj

Vir: Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 11–12

Obiskovalci lahko Vitanje doživijo še na dveh izletniških kmetijah, in sicer na Izletniški kmetiji Polenšek, ki nudi postrvi iz domačega ribnika, ter na Izletniški kmetiji Petre, ki ponuja najem urejenega piknik prostora in ježo konjev v neokrnjeni naravi. Piknik prostor je mogoče najeti tudi na domačiji Švarovšek v Vitanju.

3.6 Promocija turistične ponudbe

Promocija turistične ponudbe se odvija skozi več trženjskih kanalov, v skladu z letnim promocijskim načrtom, ki ga pripravlja ekipa TDRP v sodelovanju s TIC Vitanje. Promocija se vrši s TDRP kot ključnim promocijskim koordinatorjem na destinaciji, Centrom Noordung, turističnimi društvi, STO ter večjimi in manjšimi turističnimi ponudniki.

Digitalna in klasična promocija turistične ponudbe v največji meri poteka v sklopu organiziranosti TDRP, ki pripravlja in izdaja tiskano promocijsko gradivo za destinacijo in upravlja turistično spletno stran www.rogla-pohorje.si, kjer so predstavljene atrakcije občine Vitanje. V sklopu destinacije se vrši tudi digitalno oglaševanje.

Digitalna promocija se vrši s pomočjo številnih orodij in ponudnikov, in sicer:

- Facebook strani: TIC Vitanje, Center Noordung, Rogla - Pohorje in Okusi Rogle,

- Instagram profila @roglapohorje,
- YouTube kanala Rogla - Pohorje,
- spletnega časopisa TDRP in mesečnega koledarja (mesečno obveščanje turistov in občanov),
- zakup oglaševalskih kanalov s strani TDRP za Slovenijo in Avstrijo na Google Search, Gmail Sponsored in Youtube,
- spletnih strani www.rogla-pohorje.si, www.tic-vitanje.si in www.center-noordung.si.

Klasična promocija je prisotna v obliki tiskovin in radijskega oglaševanja prireditvev in dogodkov. Promocija se tako redno vrši s pomočjo naslednjih medijev: tiskanega časopisa TDRP, lokalnih medijev NOVICE in Radio Rogla, jumbo plakatov, zemljevidov, razglednic, trgank, katalogov, turističnih vodnikov, letakov ter brošur TDRP in STO.

Drugo promocijo se izvaja s pomočjo predstavitev na sejmi, razstavah in dogodkih (TDRP), predstavitev na sejmi in razstavah v okviru STO, nalepk na avtobusih Pohorje turizem, reklamnih kap, majic, darilnih vrečk idr.

3.7 Pomembni projekti za razvoj turistične dejavnosti v občini Vitanje

V zadnjih letih je bilo izvedenih več projektov za razvoj turizma. Med najpomembnejše izvedene projekte v zadnjem času sodi projekt vzpostavitve TIC Vitanje in ureditve okolice, projekt Igrivo stičišče in ureditev postajališč za avtodome (v nadaljevanju tudi PZA). Med projekte v teku uvrščajo projekte Vitanjska pitna voda, Partnerstvo za Pohorje in Občina po meri invalidov. Kot del TDRP se občina lahko pohvali z izjemno uspešnim črpanjem sredstev, kar dokazujejo številni pomembni izvedeni projekti, kot sta #ExploreFeelEnjoy #RoglaPohorje ter projekt Užij Okuse Rogle, pomemben projekt v teku je Digitalno razstrupljanje v TDRP.

Načrtovane večje investicije so nadaljnja modernizacija cest, razširitev vodovoda in ureditev vodooskrbe, ureditev Športnega parka Vitanje, sanacija strehe in nakup opreme za KSEVT, v katerem deluje Javni zavod Center Noordung ter ureditev in zagon Obrtne cone Vitanje.

Inovativni projekti s potencialom, ki jih načrtujejo v bodoče, se navezujejo na članstvo v konzorciju Pametnih mest in skupnosti. V primeru uspešne pridobitve sredstev bodo slednja vložili v razvoj turistične infrastrukture ter povezovanje Centra Noordung in TIC Vitanje z ostalimi deležniki v občini Vitanje.

Ključne **razvojne priložnosti** se kažejo v spodbujanju investicij in privabljanju investorjev za razvoj turistične infrastrukture (vzpostavitev kampa, apartmajskega naselja in spodbujanje delovanja turističnih kmetij (v nadaljevanju tudi TK) z nastanitvijo). Smiselne so prijave na različne razpise, kar bi omogočilo črpanje sredstev za namen revitalizacije naselja Rakovec in povezave z ostalimi glažutarskimi naselji na Pohorju. Dopolnitev in nadaljnji razvoj turistične ponudbe občine Vitanje je smiselno graditi na oblikovanju novih, privlačnih vodenih butičnih doživetij, ki bodo vključevala lokalne ponudnike in bodo vodena s strani usposobljenih lokalnih vodnikov (potrebna je izvedba usposabljanja za specializirane lokalne vodnike). Priključitev občine k Partnerstvu za Pohorje bo omogočilo številne dodatne razvojne priložnosti, med katere sodi tudi vzpostavitev sistema in trženja kolesarskih daljinskih poti, enoslednic in vzpostavitev sodobnih orodij komuniciranja in orientiranja v območju (GPS).




Več o stanju turizma in z njim povezanih dejavnosti v občini Vitanje je zapisano v dokumentu *Posnetek stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (2019)* (Lešnik Štuhec et al., 2021b) na straneh 26–31 in 78–93.

3.8 Evalvacija in pregled ciljev programskega obdobja 2017–2021

Ob koncu prejšnjega programskega obdobja sta bila opravljena podrobna evalvacija in pregled kvalitativnih in kvantitativnih strateških razvojnih in trženjskih ciljev, ki so bili zasnovani v *Načrtu razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b, str. 177–123). Pregled ciljev v nadaljevanju podajamo ločeno za TDRP in za občino Oplotnica.

Cilje smo ocenili po spodnji legendi.



Tabela 3: Legenda – ocena cilja 2017–2021

	Cilj v celoti dosežen.
	Aktivnosti za popolno dosego cilja so v izvajanju.
	Cilj ni bil dosežen.

3.8.1 Evalvacija strateških razvojnih ciljev na področju turizma v TDRP 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni strateški razvojni cilji na področju turizma v TDRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani projektne skupine TDRP v sklopu priprave *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b).

Tabela 4: Strateški razvojni cilji na področju turizma TDRP v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Rogla - Pohorje s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi ter komuniciranjem z javnostmi, ki udejanja zastavljeno vizijo, strateške cilje in ukrepe skozi usklajen sistem poslovanja (TIC) vsake od štirih mikrodestinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje: Destinacijska menedžerska in marketinška organizacija (DMMO).	
C2	Zelena, dostopna (geografsko in za vse ciljne skupine) destinacija s poglobljenimi doživetji sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), odprtimi učnimi kmetijami in podobnim ter rokodelskimi delavnicami z raznolikimi programi doživetij (sirarna, čebelarstvo, žganjekuha, vinotoči, pletarstvo, mlin, žaga, kovačija, kamnoseštvo, mizarske	

	delavnice idr.), lokalnimi tržnicami in delikatesami, naborem rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov (zeleni piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo: Green Destination.	
C3	Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod BZ Okusi Rogle, ponudniki, spodbujeni k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest – prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.	😊
C4	Obujena tradicija rokodelstva na področjih konjeništvu (usnjarstvo, kovaštvo), lesne galanterije, kamnoseštva, kulinarike idr. ter razviti programi rokodelskih spretnosti za ciljne skupine: rokodelski center.	😞
C5	Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo ter razvita dopolnilna ponudba v navezi z vinskim turizmom.	😊
C6	Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev: vlaganja v poglobljeno zdraviliško-velneško in športno-rekreativno infrastrukturo (kopalni bazen z invalidom prilagojenim dostopom, sprehajalne, kolesarske, pohodniške, konjeniške in druge poti, motorični park, projekt hoja med krošnjami, izkustveni park za otroke idr.); objekti kulturne in naravne dediščine (urejeni objekti in turistične točke); turistično-prometna (npr. panoramske ceste), parkovna, nastanitvena, doživljajska ter komunikacijsko-informacijska in druga infrastruktura.	😞
C7	Vzpostavljena infrastruktura povezanih ponudnikov za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju: prostori za rokodelske delavnice, ogledi proizvodnje, degustacije, sproščanja ipd.	😞
C8	Učinkovito delovanje TIC-ev z inovativno delovno skupino (zagotoviti sredstva za delovanje, povezovanje kreativne ponudbe, promocijo in prodajo turistične ponudbe) ter vzpostavljen model lokalno, destinacijsko in mednarodno prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev, dogodkov, projektov in doživetij za ciljne generacije.	😊
C9	Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem okolju (npr. apartmajska eko vas, mladinski hotel, glamurozni kamp (npr. hiške na drevesih, med vinogradi), ekološki kamp, postajališče za avtodome, razpršeni hotel, invalidom primerne nastanitvene kapacitete idr.).	😊
C10	Kakovostno usposobljeni kadri, ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma (tržniki, informatorji, destinacijski vodniki, ponudniki idr.) in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in blagovno znamko, destinacijo celovito promovirajo in tržijo.	😞

Analiza stanja – strateški razvojni cilji (10 ciljev):

- 6 – v celoti doseženi cilji

- 3 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 1 – cilji niso bili doseženi

Ocenjujemo, da je TDRP dosegla strateške razvojne cilje v pretežnem delu. Od desetih je bilo v celoti doseženih 6 ciljev, 3 pa delno (kakovostno usposobljeni kadri v turizmu (C10), vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij (C7), zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev (C6)). Za popolno dosego teh treh ciljev so aktivnosti v izvajanju. En cilj ni bil dosežen, to je vzpostavitev rokodelskega centra. V tem strateškem obdobju se načrtuje ureditev rokodelskega centra s turistično prodajalno, kar omenjamo pod načrtovanimi večjimi investicijami občine Oplotnica. Možnosti vzpostavitve rokodelskega centra vidimo tudi v sklopu Etnološkega muzeja Brodej v Vitanju, če bi se sistemsko uredila že obstoječa zbirka starih predmetov in ljudskega izročila.

3.8.2 Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP, ki so bili oblikovani s člani projektne skupine TDRP v *Načrtu razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b).

Tabela 5: Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko, ki zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo.	😊
C2	Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja – skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti, vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (zasebni ponudniki (v nadaljevanju tudi ZP), turistične agencije (v nadaljevanju tudi TA) idr.), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. ter skupni programi (povezana ponudba destinacije pod skupno vstopnico – variante a, b, c).	😊
C3	Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven (na domačem in mednarodnih trgih) ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno vključuje vse partnerje (skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (ZP, TA), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd.	😊
C4	Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran,	😊

	<p>mobilni vodnik, učinkovite orientacijsko-informacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in socialnih omrežjih ipd. za boljše prilagajanje trendom in s tem večje povpraševanje.</p>	
C5	<p>Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla - Pohorje ciljano nagovarjajo: turiste, ki si želijo počitnice na podeželju, usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: klima, voda, šota), pare in družine z aktivnim življenjskim slogom, rekreativce in vrhunske športnike ter ljudi z zdravim življenjskim slogom, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih, kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih, popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše destinacije Rogla - Pohorje za večdnevna bivanja v destinaciji.</p>	😊
C6	<p>Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s kreativnimi programi doživetij nagovarjajo šolske skupine, skupine tretjega življenjskega obdobja, skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih, družine, pare, rekreativce in športnike, poslovne goste, golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji.</p>	😊
C7	<p>Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (<i>gostinstvo</i>: natakarji in receptorji, <i>informiranje ter vodenje</i>: informatorji, specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji itn., <i>kmetijstvo</i>: delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.).</p>	😞
C8	<p>Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste ter vzpostavljenim sistemom zvestobe za zadovoljne goste, ki se vračajo; rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov, ki v destinaciji bivajo dalj časa (oblikovanje paketov).</p>	😊
C9	<p>Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine: navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju.</p>	😊
C10	<p>Nadgrajena ponudba doživetij, skladna s trendi v turistični panogi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vinske kreativne zgodbe – nadgrajena vinska doživljajska ponudba (npr. bivanje med vinogradi), vzpostavljena tradicija učinkovitega trženja večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete, • kreativna kulinarika – doživetja na področju kulinarike z lokalno dodano vrednostjo od vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici, • kreativni rokodelci – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr., • kulturizacija veselja ter vesoljske tehnologije in umetnosti, 	😞

	<ul style="list-style-type: none"> • programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine (npr. Žička kartuzija, Dvorec Trebnik, KSEVT oz. Center Noordung, graščina v Oplotnici, konjiški grad idr.), • zgodbe bogate kulturne dediščine – t. i. <i>storytelling</i> oz. pripovedovanje zgodb o znanih osebnostih, dogodkih ipd., • selfness – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku (energijske in zdravilne točke), • zelena rekreacija in šport idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke, • mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti, • glamurozno kampiranje – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd., • poroka v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v KSEVT-u, na Gorenju itd., • tržnice z BZ Okusi Rogle – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, zreška, • ljubiteljska društvena dejavnost na področjih kulture, športa in rekreacije v turistične namene, • center šolskih in občolskih dejavnosti na Gorenju – zabavne aktivnosti za družine in skupine, <p>ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje.</p>	
C11	Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji (<i>storytelling</i> peš (pohodništvo), s kolesom (kolesarstvo), orodji mehke mobilnosti (konj, električno kolo) ipd.) pritegnejo različne ciljne skupine.	😊
C12	Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe z BZ Okusi Rogle zagotavlja rastočo prodajo produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena celovito trženih produktov v mreži prodajnih mest.	😊
C13	Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve, ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in, vključene v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku.	😊
C14	Oplotnica je prepoznana po doživetjih v grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju, Partovcu, Rokodelskem in Čebelarskem centru ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju, ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.	😊

C15	Vitanje je prepoznano po programih KSEVT-a (danes Centra Noordung) in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom, skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju, ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije.	😊
C16	Slovenske Konjice pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro (in gradom) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke gorce do Zbelovske Gore.	😊
C17	Zreče nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter pripravah vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo.	😊

Analiza stanja – kvalitativni strateški trženjski cilji (17 ciljev):

- 15 – v celoti doseženi cilji
- 2 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

Iz tabele razberemo, da so bili v večini realizirani vsi zastavljeni kvalitativni strateški trženjski cilji, z izjemo dveh. To sta usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (C7) ter nadgrajena ponudba doživetij, skladna s trendi v turistični panogi (C10), ki sta bila dosežena delno. V želji po odpravi teh dveh pomanjkljivosti so v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi z dodatnimi izobraževanji za destinacijske turistične vodnike (pohodne in kolesarske), internimi in eksternimi izobraževanji tako za ponudnike kot za zaposlene v turizmu, razvojem edinstvenih doživetij (Slovenia Unique Experiences), s sledenjem posodobljenim trendom v turizmu v času okrevanja po epidemiji covid-19, vojnih spopadov, podnebnih sprememb ipd. Več o posameznih ukrepih v nadaljevanju pričujočega dokumenta.

3.8.3 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje, ki so bili oblikovani skupaj s člani delovne skupine občine Vitanje v sklopu *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b).

Tabela 6: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	30-odstotna letna rast števila gostov (26 gostov leta 2015 → 125 gostov leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 871 prihodov, od tega 537 tujih</i>	😊
C2	10-odstotna rast nočitev gostov (139 nočitev leta 2015 → 246 nočitev leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 2.857 nočitev, od tega 1.956 tujih</i>	😊
C3	Podaljšanje dobe bivanja (manj kot 1 dan v letu 2015 → 1 dan leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 3,28 dni</i>	😊
C4	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (<i>število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni</i>) (1,3 % leta 2015 → 10 % leta 2021) <i>Podatek za 2019: 6,58 %</i>	😞
C5	20-odstotna letna rast števila dnevnih turistov (10.990 dnevnih turistov leta 2014 → 32.816 dnevnih turistov leta 2021) <i>V letu 2019 je Center Noordung obiskalo 15.000 obiskovalcev.</i>	😊
C6	Povečanje obsega turistične potrošnje dnevnega turista za 5 % na leto (7 evrov leta 2015 → 10 evrov leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % na leto (30 evrov leta 2015 → 40 evrov leta 2021) <i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevnih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i>	😊
C7	Dvig kakovosti in raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet, povečanje kapacitet v okviru projekta Razpršeni hotel Vitanje (10 ležišč leta 2021) <i>V letu 2020 se je vzpostavil glamping Brodej, kar doprinese k raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet.</i> <i>Število ležišč je v letu 2019 znašalo 140, od tega 119 stalnih.</i>	😊
C8	Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti <i>Trenutno najmočnejši trg Slovenija, nagovarjanje mednarodnih gostov iz radija oddaljenosti do 400 km (Dunaj, Trst, Zagreb, 2 turistični agenciji s Hrvaške, društva iz Avstrije, predvidenih 5–6 milijonov ljudi)</i>	😊
C9	10-odstotna letna rast števila organiziranih skupin s strani KSEVT-a (danes Center Noordung) (222 skupin od 10 do 50 oseb leta 2015 → 400 skupin leta 2021)	😊

	<i>Center Noordung je v letu 2019 obiskalo okrog 15.000 obiskovalcev, od tega približno dve tretjini v organiziranih skupinah.</i>	
C10	<p>5-odstotna letna rast obiska dogodkov:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Holcerija (1.000–1.500 obiskovalcev leta 2015 → 1.350–2.010 obiskovalcev leta 2021) • Planinsko srečanje na Paškem Kozjaku (organizator Planinsko društvo Vitanje) (1.000 obiskovalcev leta 2015 → 1.350 obiskovalcev leta 2021) • Gasilska veselica (1.000 obiskovalcev leta 2015 → 1.350 obiskovalcev leta 2021) • Pohod na Rakovec (100 obiskovalcev leta 2015 → 130 obiskovalcev leta 2021) 	😊

Analiza stanja – kvantitativni strateški trženjski cilji v občini Vitanje (10 ciljev):

- 9 – v celoti doseženi cilji
- 1 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

V občini Vitanje je bilo realiziranih več kot 90 % ciljev, devet v celoti, eden, ki je vezan na povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč, pa delno. Tako kot v občinah Oplotnica in Slovenske Konjice so tudi za občino Vitanje v želji po odpravi te pomanjkljivosti v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi s pomočjo dodatnih finančnih spodbud za nove nastanitvene ponudnike in t. i. razpršenim hotelom TDRP. Ker je bila analiza narejena konec leta 2021, ob zaključku prejšnjega obdobja, predvidevamo, da bi bil sedaj podatek višji. Namreč v drugi polovici leta 2021 se je odprl Eko glamping Brodej, ki s petimi lesenimi kočicami skupno razpolaga z 12 ležišči, ki pa med podatke na SURS-u statistično še niso bila zajeta.

4 MATRIKA PSPN OBČINE VITANJE

Matrika PSPN analize turizma prikazuje sintezo in kratek povzetek vseh analiz tako, da prikazuje prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti občine Vitanje. Z matriko PSPN občina pridobi vpogled v vire, ki ji omogočajo prednosti pred drugimi, slabosti, ki jih je treba odpraviti, priložnosti, ki jih je smiselno izkoristiti, ter nevarnosti, katerim se je treba izogibati.

V nadaljevanju so z majhno spremembo predstavljene prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti turistične in s turizmom povezane ponudbe v občini Vitanje, ki je nastala v sklopu nastajanja *Strategije*

razvoja Destinacije Pohorje in posnetka stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 29–31).

Prednosti:

- ugoden geografski položaj in geostrateška lega Pohorja;
- lahka dostopnost, vpetost v mednarodne prometne povezave;
- ohranjena narava in kulturna dediščina;
- edinstven položaj med vodilnimi destinacijami (spada k alpski in termalni panonski regiji);
- velik delež občine leži na Pohorju (57 % površja oz. 34 km²);
- biotska raznolikost, bogastvo gozdov, velike zaloge lesa in možnost nabiranja gozdnih sadežev;
- pripravljenost ljudi na sodelovanje in bogata društvena dejavnost;
- kakovostna gastronomija z lokalnim poreklom skozi blagovno znamko Okusi Rogle;
- sedež centra vesoljskih tehnologij Hermana Potočnika Noordunga;
- ohranjeno staro trško jedro;
- veliko število ekoloških kmetij;
- tradicija gozdarstva, lesarstva, kovaštva in steklarstva;
- tradicionalne prireditve (Holcerija, Srečanje Rakovčanov, Paški Kozjak);
- znane zgodovinske osebnosti in ambasadorji (Herman Potočnik Noordung, Pavel Skaza);
- vzpostavitev Partnerstva za Pohorje in Destinacije Pohorje 365.

Slabosti:

- slaba dostopnost turističnih atrakcij z javnim prevozom (nizka frekventnost in slabe medkrajevne povezave z javnim potniškim prometom);
- ni urejenega vpisa v register nesnovne dediščine;
- nepopolna signalizacija narave in kulturne dediščine;
- manko gostinskih in nastanitvenih ponudnikov;
- šibka povezanost med ponudniki;
- pomanjkanje ponudbe vodenih butičnih doživetij;
- pomanjkanje kakovostno usposobljenih kadrov na področju turistične dejavnosti;
- težave z zahtevno zakonodajo in upravno-administrativnimi zahtevami;
- slaba prilagojenost ponudbe storitev individualnemu povpraševanju (personalizacija ponudbe);
- pomanjkanje ponudbe vodenih butičnih doživetij ter inovativnih in kreativnih doživetij po kriterijih STO;

- manko ponudbe trgovin s spominki na lokalno okolje oz. lokalnimi izdelki;
- manko ponudbe na področju kampov, glampingov;
- manko ponudb za mladinski turizem, mladinski hostel kot naložba v prihodnost;
- manko urejenih razgledišč s postajališči (npr. na Smreški peči);
- nezadostna prepoznavnost identitete Pohorja;
- nezadostna participacija lokalnega prebivalstva za celostni razvoj Pohorja.

Priložnosti:

- nadgradnja destinacijske organizacije TDRP v DMMO;
- vzpostavitev sistema celostnega upravljanja Pohorja in Destinacije Pohorje 365;
- načrtovanje, razvoj in vzpostavitev vsebin ter sistema informiranja in ozaveščanja o pomenu pohorske kulturne dediščine in narave v navezi z Naturo 2000 in njenimi naravnimi vrednotami;
- vzpostavitev usklajene turistične infrastrukture (orientacijske, informativne in interpretativne), ki omogoča kakovost doživetij in bivanja v destinaciji v navezi z Vizijo Pohorje 2030 ter izpostavlja pomen doživljanja naravnih vrednot Pohorja;
- načrtovanje, razvoj in vzpostavitev sistema mehke mobilnosti skladno z Vizijo Pohorje 2030 (parkirišča, javni promet, prometni režim, kartica mehke mobilnosti ipd.);
- raba naravnih in kmetijskih površin za večja vlaganja v kmetovanje (tudi ekološko) in pridelavo pridelkov ter proizvodnjo zdrave hrane – trend zelenega, bio, okolju prijaznega razmišljanja in življenja;
- kratke oskrbovalne verige (hrana, lesna industrija, energetika);
- razvoj dopolnilnih dejavnosti (pridelava lokalne hrane, predelava lesa, turizem);
- nadgradnja ponudbe celovitih doživetij celotnega območja;
- oblikovanje privlačnih vodenih butičnih ter kreativnih in inovativnih doživetij;
- vzpostavitev sistema in trženja kolesarskih daljinskih poti (EuroVelo), enoslednic in vzpostavitev sodobnih orodij komuniciranja in orientiranja v območju (GPS);
- nadgradnja vključevanja v Zeleno shemo slovenskega turizma in usmeritev pozornosti k ozaveščanju turistov in obiskovalcev o pomenu trajnostnega razvoja (priprava zelenih napotkov za obiskovalce);
- vzpostavitev kampa.

Nevarnosti:

- nezadostno povezovanje na področju turizma in z njim povezanimi dejavnostmi,

- masovnost turizma (veliko število dnevnih obiskovalcev in turistov) oz. neustrezna obremenitev prostora,
- pomanjkanje ustreznih finančnih sredstev za podporo razvojnim nalogam Občine in zasebnih ponudnikov,
- zasičenost prebivalcev s turizmom in turističnim obiskom,
- počasno prilagajanje na negativne vplive podnebnih sprememb,
- pomanjkanje sredstev za izvajanje investicij in spodbujanje razvoja na infrastrukturnem področju,
- neprilagojenost nacionalnih, političnih, gospodarskih in panožnih institucij novim razmeram in trendom (zapleteni in dolgotrajni postopki),
- nevarnost pandemij in drugih naravnih katastrof.

4.1 Razvojne priložnosti TDRP na ravni Partnerstva za Pohorje

Na osnovi analize prednosti, pomanjkljivosti, priložnosti in nevarnosti savinjskega dela območja Partnerstva za Pohorje, vključno z občino Oplotnica, so bili prepoznani in opredeljeni naslednji potenciali (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 15–18):

- nadgradnja aktivnosti DMMO TDRP v celovite regijske aktivnosti z mrežo informacijske tehnologije in vzpostavitev sistema celostnega upravljanja Pohorja in trženja Destinacije Pohorje z vzpostavitvijo nove informacijske točke na Rogli – nastanek Regijske destinacijske menedžerske in marketinške organizacije Pohorje (v nadaljevanju tudi RDMMO);
- ureditev vzpostavljenega sistema prometne turistične signalizacije ter mehke mobilnosti (parkirišča, javni promet, prometni režim, ureditev prometa in parkirišč na Rogli, kartica mehke mobilnosti);
- ustanovitev Regijskega parka Pohorje (RPP) z vzpostavljenim coniranjem in režimi varstva narave, interpretacije in soupravljanja Destinacije Pohorje, pri čemer slednje zagotavlja višjo kakovost bivanja in pritegne obiskovalce;
- vzpostavitev usklajene orientacijske in interpretativne infrastrukture skladno z zelenimi smernicami;
- vzpostavitev vsebine, sistema informiranja in ozaveščanja o pomenu kulturne dediščine Pohorja, revitalizacija objektov kulturne dediščine s turističnimi vsebinami, vzpostavitev rokodelskega centra ter ureditev vpisa nesnovne dediščine v register;
- vzpostavitev Naravovarstvenega informacijskega centra (NIC) na Rogli, Kopah in Mariborskem Pohorju ter Naravoslovnih pisarn v Ribnici na Pohorju in na Treh Kraljih s pripadajočo ponudbo atrakcij (razstave, delavnice otroških iger, botanični vrtovi, gozdne učne poti, energijske točke) oz. potmi in TIC-i s točkami za informiranje, izposajo opreme, vodenjem, prevozi in prodajo ponudbe s kolektivno blagovno znamko (v nadaljevanju tudi KBZ) S Pohorja;
- vzpostavitev izkustvene infrastrukture *outdoor* (izgradnja kolesarskih poti, nadgradnja kolesarskih poligonov, doživljajskih parkov idr.) in sistematična nadgradnja razvoja celovite destinacije na področjih velneškega, športnega in rekreacijskega, poslovnega, kulturnega, gastronomskega,

izobraževalnega, prireditvenega, eko turizma, romarskega turizma, okoljske vzgoje idr. trendov v turizmu, vzpostavitev Smučarskega muzeja na Rogli, celovito oblikovanje celoletnih produktov za mirno doživljanje narave in kulturne dediščine ter rekreacijo;

- podjetniški pristop upravljanja in skrbništva BZ Okusi Rogle ter povezovanje z BZ Pohorski cekar, Pohorje beef, KBZ S Pohorja ter vzpostavitev Festivala Pohorski cekar;
- oblikovanje in trženje butičnih vodenih doživetij in produktov *outdoor* ter produktov za posameznike in športne ekipe;
- načrtovano usposabljanje zaposlenih v turizmu;
- vzpostavitev raznolikih nastanitvenih kapacitet z zeleno zgodbo;
- vzpostavitev usklajene rabe naravnih in kmetijskih danosti za večja vlaganja v kmetovanje ter razvoj kratkih oskrbovalnih verig;
- vlaganje gospodarstva v razvoj turizma ter večja okoljska in družbena odgovornost;
- povezovanje in sodelovanje ponudnikov tako za skupno TDRP kot za skupno Destinacijo Pohorje na vseh ravneh ter soodločanje za turistično dejavnost;
- upoštevanje zelenih smernic, trenda zdravega in varnega ter bivanja, prilagojenega vsem ciljnim skupinam;
- usposabljanje turističnih, kolesarskih idr. vodnikov za vodenje po TDRP in celotnem območju Pohorja;
- enotni register vodnikov za specializirana vodenja (planinska, pohodniška, kolesarska, tematska) tako po TDRP kot po Pohorju;
- urejeni odpiralni časi ponudnikov in pripravljenost za individualni turizem oz. personalizirano ponudbo;
- pri prenovi ali vzpostavitvi novih produktov, doživetij, infrastrukture in suprastrukture vključiti prilagoditve za ranljive skupine – t. i. dostopni turizem.

5 DESTINACIJSKA MENEDŽERSKA IN MARKETINŠKA ORGANIZACIJA TDRP

Upravljanje TDRP temelji na vzpostavitvi Destinacijske menedžerske in marketinške organizacije (v nadaljevanju tudi DMMO) Turistične destinacije Rogla - Pohorje. DMMO TDRP bo s pravno-formalno vzpostavitvijo skrbela za celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju TDRP, torej vseh štirih občin – Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče. V prejšnjem strateškem obdobju se je tovrstna organiziranost izkazala za uspešno, zato je takšno upravljanje TDRP predvideno tudi za naprej z manjšimi pomembni spremembami.

Posamezne aktivnosti bodo v prihodnje še naprej peljali štirje centri, in sicer:

- **Center kakovosti TDRP** (v nadaljevanju tudi CK),
- **Center za trženje TDRP** (v nadaljevanju tudi CT),

- **Center doživetij TDRP** (v nadaljevanju tudi CD) ter
- **Center za raziskave in razvoj TDRP** (v nadaljevanju tudi CRR).

Slika 4: Model razvoja in trženja turizma TDRP

DMMO ROGLA - POHORJE (celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacija) (Partnerstvo za: razvoj in trženje ponudbe, nastopanje pod skupno znamko, zagotavljanje kakovosti, upravljanje infrastrukture, doživetij ter obiska idr.)			
CK TDRP	CT TDRP	CD TDRP	CRR TDRP
Upravljanje in trženje: BZ Okusi Rogle, dobaviteljskih oskrbnih verig, verige kupcev – javne ustanove in gostinski obrati.	Načrt strateškega in operativnega trženja TDRP (letni uredniški načrt TDRP)	Razvoj produktov in doživetij.	Načrtovanje in izvajanje strateških projektov razvoja in trženja TDRP
Nadgrajevanje in vzdrževanje kakovosti BZ Okusi Rogle.	Sejmi in dogodki B2B.	Dogodki in prireditve.	Razvoj človeških virov.
Nadgrajevanje kakovosti v gostinstvu in turizmu	TA TDRP	Vodniki, interpretatorji narave in KD, kustosi, izvajalci delavnic in degustacij.	Trajnostno upravljanje: vzpostavitev zelene in dostopne destinacije (ZSST).
Monitoring in evalvacija. KBZ s Pohorja. Nesnovna dediščina. Rokodelski center.	Socialna omrežja TDRP.	Ponudniki TDRP.	Upravljanje turistične infrastrukture in objektov interpretacije narave in KD.
		Ozaveščanje domačinov in obiskovalcev o vrednotah TDRP.	Digitalna preobrazba TDRP.
			Razvoj človeških virov.

Vir: Posodobljeno po Lešnik Štuhec, 2016b, str. 159

Vsak center deluje pod okriljem vodje centra, ki koordinira aktivnosti delovnih skupin, te pa udeležujejo zeleno vizijo, strateške in operativne cilje ter aktivnosti TDRP in posamezne občine znotraj destinacije.

Operativne naloge CK TDRP:

- skrb za razvoj kakovostnih storitev na področju gostinstva, turizma, predelave v kmetijstvu in z njimi povezanimi dejavnostmi,
- mreženje ponudnikov z BZ v verige na nivoju TDRP in nadalje DP,
- skrb za povezano in certificirano ponudbo BZ Okusi Rogle in nadalje DP,
- skrb za ocenjevanje, vzdrževanje kakovosti in spodbudo ponudnikov k proizvodnji izdelkov in ponudbi storitev,
- skrb za celovito promocijo, trženje in prodajo BZ Okusi Rogle ipd.,
- sodelovanje s CK DP,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CK TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CT TDRP:

- oblikovanje načrta strateškega trženja in letni akcijski načrt komuniciranja destinacijske znamke Rogla - Pohorje in BZ Okusi Rogle,
- izvajanje strateške promocije in trženje TDRP s pomočjo STO, RDO Dežela Celjska, Konzorcijem Slovenia Green, Aktivno Slovenijo – Slovenia Outdoor, Združenjem zgodovinskih mest Slovenije (v nadaljevanju tudi ZZMS) in DP,
- trženje ponudbe celovitih doživetij po meri ciljnih skupin turistov,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CT TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CD TDRP:

- skrb za kakovostne prireditve in dogodke na nivoju TDRP,
- skrb za razvoj produktov in produktnih tržnih kombinacij,
- spodbujanje k promocijski akciji dnevov odprtih vrat ponudnikov TDRP,
- vodenje registra destinacijskih vodnikov ter skrb za njihovo usposabljanje in posodabljanje odlokov o turističnih vodniških službah,
- skrb za prijavo na poziv STO – Slovenia Unique Experiences (v nadaljevanju tudi SUE),
- skrb za odlično informiranje v TIC-ih,
- informiranje in ozaveščanje deležnikov,
- sodelovanje s CD DP,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CD TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CRR TDRP:

- spremljanje razpisov in oblikovanje projektne dokumentacije,
- načrtovanje in izvajanje strateških projektov za razvoj in trženje TDRP,
- dogovarjanje o poslovnem sodelovanju v TDRP,
- menedžment raziskav in razvoja v turizmu TDRP,
- skrb za razvoj trajnostne, zelene in dostopne TDRP,
- menedžment trajnostnega upravljanja TDRP,

- skrb za digitalizacijo v turizmu TDRP,
- sodelovanje pri projektnih aktivnostih z DP in CRR DP.

Vlogo DMMO TDRP bo opravljala LTO Rogla - Zreče, GIZ, v okviru katerega deluje tudi TIC Zreče. DMMO TDRP povezovala vse štiri obstoječe enote TIC-ev s podružnicama (TIC Oplotnica, TIC Slovenske Konjice, **TIC Vitanje** in TIC Zreče).

V novem načrtu razvoja in trženja turizma dodajamo **koncept trajnostnega upravljanja TDRP**, ki je tudi glavna smernica tokratne strategije razvoja slovenskega turizma. Trajnostno upravljanje destinacije upošteva vrsto okoljskih, družbenih in ekonomskih dejavnikov ter vključuje vse deležnike v turizmu: zaposlene, prostovoljce, sponzorje, turistične ponudnike, dobavitelje proizvodov in storitev, javna in zasebna podjetja, obiskovalce/turiste in lokalno prebivalstvo. Za trajnostno upravljanje so zadolženi vsi centri TDRP.

V nadaljevanju podajamo operativne cilje in ukrepe na področju DMMO, pri čemer dosledno sledimo konceptu trajnostnega upravljanja turističnih destinacij, dodatno pa upoštevamo tudi najnovejše trende na področju turizma.

Glavni strateški cilji na področju DMMO

Zagotoviti razmere in ustvariti pogoje, ki bodo:

- **javnemu sektorju** dolgoročno omogočili uspešno celostno upravljanje, razvoj in promocijo turizma v destinaciji;
- **zasebnemu sektorju** dolgoročno omogočili razvoj kakovostne, edinstvene in trajnostne turistične ponudbe;
- **prebivalce** v večji meri vključili v načrtovanje in izvajanje turističnih politik.

S temi strateškimi cilji na področju DMMO sledimo modelu TBL – *Triple Bottom Line* (model trojnega izida), ki temelji na hkratnem uresničevanju okoljskih, družbenih in ekonomskih ciljev, vendar vključno s trajnostnimi zahtevami (varnost in zdravje ljudi, zmanjšanje emisij, okoljska uredba, inovativnost, družbeni napredek ipd.)

Slika 5: Elementi odgovornega razvoja turizma po modelu TBL



Vir: Elkington 1999 v Golob, 2016, str. 72

Model, ki ga je razvil Elkington, se usmerja v vrednotenje ekonomskega, družbenega in okoljskega vidika. Krogi, ki se sekajo, nam ponazarjajo uravnoveženost med temi tremi elementi trajnostnega razvoja. »Koncept razvoja turizma na najbolj trajnosten način mora upoštevati vse tri glavne vidike trajnosti: vpliv na okolje, družbeni in kulturni vpliv in ekonomsko vrednost.« (SST 2022–2028, str. 91) Model TBL se lahko uporablja kot analitično orodje za identificiranje vplivov, ki nastajajo kot posledica delovanja organizacij in dogodkov. S pravilnim upravljanjem trajnostnega razvoja lahko zmanjšamo negativne in povečamo pozitivne vplive na okoljskem, ekonomskem in družbeno-kulturnem področju.

Vplivi turizma so med seboj povezani in učinkujejo drugi na druge, zaradi česar so na teh treh področjih prisotni pozitivni in negativni vplivi. Pri tem je pomembno dejstvo celovitosti vplivov in njenega razumevanja. Trajnosten razvoj je lahko zgolj pozitiven, negativnega trajnostnega razvoja ni, saj gre pri trajnostnem turizmu za maksimiranje pozitivnih vplivov in za zmanjšanje negativnih. Pomembno je, da po modelu TBL TDRP razvije svojo edinstveno posebnost, ki bo hkrati njen zeleni DNK. Več o tem je že raziskanega in zapisanega v delu *Kartuzijanske vrednote kot temelj inovativnega modela razvoja podeželske turistične destinacije* (Kangler, 2016).

Na kartuzijanskem meniškem redu in njegovi preprosti življenjski filozofiji, ki v sebi skriva vse elemente trajnosti in družbene odgovornosti (ljudje, zemlja in gospodarski razvoj), bi lahko TDRP gradila trajnostno razlikovalno noto, ki je edinstvena posebnost in povezuje vse občine. Duh te miselnosti je v destinaciji prisoten že več kot 850 let. (Kangler, 2016, str. 1)

V TDRP imamo v povprečju razmeroma čisto, zdravo in neokrnjeno naravo (56 % območja pokrivajo gozdovi, 92 % destinacije je nepozidane). Odgovornost države in vsakega prebivalca posebej je ohranjati naravo tudi za zanamce – prihodnje rodove, zanjo skrbeti ter k odgovornemu ravnanju spodbujati tudi obiskovalce. Trajnosten razvoj je pomemben tako iz razloga, ker z uravnoveženem razvojnim zagonom prinaša višjo kakovost življenja ter konkurenčnost gospodarstva na nacionalni in lokalni ravni, kot tudi zato, ker pospešuje revitalizacijo podeželja.

»Slovenija na področju razvoja trajnostnega turizma velja za pionirja in enega najboljših primerov strateškega pristopa k trajnosti na nacionalni ravni.« (SST 2022–2028, str. 89) Dokument nadalje navaja,

da mora Slovenija svoj trenutni model spodbujanja trajnosti v turizmu nadgraditi s svežimi trajnostnimi vsebinami in zeleno infrastrukturo ter ga uskladiti s trendi.

5.1 Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje

Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje v novem programskem obdobju ostaja enak in je povzet po prejšnjem *Načrtu razvoja in trženja turizma občine Vitanje 2017–2021* (Lešnik Štuhec, 2016a).

Spodnja slika prikazuje posodobljen model, ki skozi štiri centre na nivoju TDRP poglobljeno udejanja vizijo ter strateške razvojne in trženjske cilje na področju turizma v občini Vitanje.

Slika 6: Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje v obdobju 2022–2028

Model razvoja in trženja turizma v občini Vitanje (celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacija) (Partnerstvo za: razvoj in trženje ponudbe, nastopanje pod skupno znamko, zagotavljanje kakovosti, upravljanje infrastrukture, doživetij ter obiska idr.)			
CK TDRP	CT TDRP	CD TDRP	CRR TDRP
Upravljanje in trženje: BZ Okusi Rogle, dobaviteljskih oskrbnih verig, verige kupcev – javne ustanove in gostinski obrati.	Načrt strateškega in operativnega trženja občine Vitanje (letni uredniški načrt)	Razvoj produktov in doživetij.	Načrtovanje in izvajanje strateških projektov razvoja in trženja občine Vitanje.
Nadgrajevanje in vzdrževanje kakovosti BZ Okusi Rogle.	Sejmi in dogodki B2B.	Dogodki in prireditve.	Razvoj človeških virov.
Nadgrajevanje kakovosti v gostinstvu in turizmu	Socialna omrežja občine Vitanje.	Vodniki, interpretatorji narave in KD, kustosi, izvajalci delavnic in degustacij.	Trajnostno upravljanje: vzpostavitev zelene in dostopne destinacije (ZSST).
Monitoring in evalvacija. KBZ s Pohorja. Nesnovna dediščina. Rokodelski center.		Lokalni ponudniki.	Upravljanje turistične infrastrukture in objektov interpretacije narave in KD.
		Ozaveščanje domačinov in obiskovalcev o vrednotah območja.	Digitalna preobrazba TDRP.
			Razvoj človeških virov.

Vir: Posodobljeno po Lešnik Štuhec, 2016a, str. 21

Delovne skupine vseh štirih centrov TDRP bodo aktivnosti v sklopu TDRP načrtovale in izvajale enakovredno tudi za občino Vitanje. Dela in naloge bodo opravljeni v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.1.1 Smernice na področju CK TDRP v občini Vitanje

Občina Vitanje bo s predstavniki v delovnih skupinah CK TDRP skrbela za:

- nadgradnjo BZ Okusi Rogle na območju Vitanje in TDRP,
- vzpostavljanje lokalne oskrbne verige in prodajnih mest BZ Okusi Rogle na območju občine Vitanje, TDRP in nadalje DP,
- nadgradnjo gostinske ponudbe in celovite kakovosti storitev v turistični dejavnosti območja Vitanje in TDRP,
- promocijo, trženje in prodajo BZ Okusi Rogle in nadalje DP (KBZ S Pohorja),
- trajnostno upravljanje turizma in z njim povezanih aktivnosti na območju občine Vitanje in TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*.

Delovne skupine CK TDRP bodo za občino Vitanje aktivnosti v sklopu TDRP načrtovale in izvajale enakovredno. Dela in naloge bodo opravljeni v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.1.2 Smernice na področju CT TDRP v občini Vitanje

Občina Vitanje bo s predstavniki v delovnih skupinah CT TDRP skrbela za:

- oblikovanje in udejanjanje letnega akcijskega načrta trženja turistične ponudbe na lokalnem (Vitanje) in destinacijskem nivoju (TDRP),
- izvajanje strateške promocije ter trženja TDRP in občine Vitanje s pomočjo STO, RDO Dežela Celjska, Konzorcijem Slovenia Green, Aktivno Slovenijo – Slovenia Outdoor, Združenjem zgodovinskih mest Slovenije in DP,
- trženje ponudbe celovitih doživetij območja Vitanje in TDRP po meri ciljnih skupin turistov,
- letno spremljanje in evalviranje *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*.

Delovne skupine CT TDRP bodo za občino Vitanje aktivnosti v sklopu TDRP načrtovale in izvajale enakovredno. Dela in naloge bodo opravljeni v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.1.3 Smernice na področju CD TDRP v občini Vitanje

Občina Vitanje bo s predstavniki v delovnih skupinah CD TDRP skrbela za:

- razvoj in implementacijo modela prireditev na lokalni (Vitanje) in destinacijski ravni (TDRP),
- ozaveščanje domačinov in obiskovalcev o vrednotah območja Vitanje in TDRP,
- nenehno usposobljenost lokalnih vodnikov občine Vitanje v sklopu destinacijskih vodnikov TDRP, tudi pohodnih in kolesarskih,

- spodbujanje k promocijski akciji dnevov odprtih vrat ponudnikov TDRP,
- vodenje registra destinacijskih vodnikov in njihovo usposabljanje ter posodabljanje odlokov o turističnih vodniških službah,
- sodelovanje s ponudbo območja Vitanje pri oblikovanju edinstvenega doživetja TDRP in nadalje za prijavo na poziv STO – Slovenia Unique Experiences,
- odlično informiranje obiskovalcev TIC Vitanje,
- letno spremljanje in evalviranje *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*.

Delovne skupine CD TDRP bodo za občino Vitanje aktivnosti v sklopu TDRP načrtovale in izvajale enakovredno. Dela in naloge bodo opravljeni v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.1.4 Smernice na področju CRR in razvoja TDRP v občini Vitanje

Občina Vitanje bo s predstavniki v delovnih skupinah CRR TDRP skrbela za:

- spremljanje razpisov in oblikovanje projektne dokumentacije,
- načrtovanje in izvajanje strateških projektov za razvoj in trženje TDRP,
- razvoj človeških virov na različnih področjih turistične in s turizmom povezanih dejavnosti v Vitanju in TDRP,
- dogovarjanje s turističnimi deležniki občine Vitanje o poslovnem sodelovanju v TDRP,
- menedžment raziskav in razvoja v turizmu TDRP,
- razvoj trajnostne, zelene in dostopne občine Vitanje in TDRP,
- menedžment trajnostnega upravljanja območja občine Vitanje in TDRP,
- digitalizacijo v turizmu občine Vitanje in TDRP,
- sodelovanje pri projektih aktivnostih z DP in CRR DP,
- letno spremljanje in evalviranje *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*.

Delovne skupine CRR TDRP bodo za občino Vitanje aktivnosti v sklopu TDRP načrtovale in izvajale enakovredno. Dela in naloge bodo opravljeni v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.2 Ključni kazalniki uspešnosti TDRP in občine Vitanje

V nadaljevanju dokumenta so zastavljeni številni cilji, ukrepi in aktivnosti tako na ravni občine Vitanje, TDRP kot tudi PP, ki jih je treba izvesti po posameznih strateških področjih. V spodnji tabeli smo opredelili ključne kazalnike uspešnosti (KPI) za naslednje 7-letno obdobje. Ker je pandemija covid-19 stanje izrednih razmer – ob tem pa je mogoče čutiti še posledice vojne v Ukrajini, do katere je prišlo v fazi priprave

pričujočega dokumenta – leto 2019 razumemo kot izhodiščno leto za nadaljnje usmeritve. Tudi SST 2022–2028 (str. 76) za izhodiščno leto vzame leto 2019.

Tabela 7: Ključni kazalniki uspešnosti (KPI) TDRP in občine Vitanje

KPI	KAZALNIK	IZHODIŠČNA VREDNOST OD 2019	CILJNA VREDNOST DO 2028
Trajnostna rast turističnega obiska	Rast prihodov na letni ravni (%)	TDRP: + 2,8 % ¹ Vitanje: + 13 % ²	3 % letno
Daljša doba bivanja	Povprečna doba bivanja (dni) – PDB	TDRP: 2,91 dni v letu 2019 Vitanje: 3,28 dni	TDRP: 3,2 dni (10-% rast v celotnem strateškem obdobju) Vitanje: Ohranjanje PDB: 3,3 dni
Blažitev sezonskosti TDRP	Prenočitve v sezoni dec–mar, jun–sep (%)	70	65
	Prenočitve izven sezone: apr–maj, okt–nov (%)	30	35
Dvig turistične potrošnje	Povprečna poraba na dan (€)	Ni podatka	130 €
Dvig ocene trajnosti	Povprečna ocena v ZSST	8,8	9,1
Zadovoljstvo obiskovalcev in prebivalcev	Rezultati anket ZSST – novelirana verzija 2021	Obiskovalci TDRP: Ni podatka Prebivalci Vitanje: 3,6/5	Obiskovalci TDRP: Visoko Prebivalci Vitanje: Visoko, dvig na 4/5

¹ Povprečna rast prihodov med letoma 2018 in 2019 v TDRP.

² Povprečna rast prihodov med letoma 2018 in 2019 v občini Vitanje.

KPI 1: Zagotavljanje trajnostnega turističnega obiska in ohranjanje PDB

Zaradi spremenjene metodologije beleženja turističnih prihodov primerjamo podatke od leta 2018 naprej. Povprečna rast prihodov v TDRP med letoma 2018 in 2019 je bila 2,8 %. Leto 2020 je bilo prelomno zaradi pojava covid-19 in rast se je umirila oziroma upadla. Leta 2021 je bil padec glede na leto 2019 23,8-odstoten. Kljub razglašeni epidemiji je bil padec manjši na račun prihodov slovenskih gostov zaradi dodeljenih turističnih bonov leta 2020, ki so bili podaljšani do junija 2022. »Turizem je vsekakor eden izmed najbolj prizadetih gospodarskih sektorjev v času pandemije covid-19. [S] 4 % rasti v letu 2019 je turizem na globalnem nivoju padel za 80 %, v Evropi 77 %, v Aziji in Pacifiku pa za 95 %.« (SST 2022–2028, str. 74)

V TDRP smo med letoma 2018 in 2019 zabeležili 1-odstotno rast nočitev. V letu 2020 smo zaradi epidemije covid-19 zabeležili 25-odstotni padec nočitev v primerjavi z letom 2019, ki je bilo tudi najbolj uspešno leto, leta 2021 pa je bil v primerjavi z letom 2019 padec nočitev 26-odstoten.

Tabela 8: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v TDRP ob 3-% letni rasti

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Prihodi	80.984	83.254	67.224	63.407	65.309	67.268	69.287	71.365	73.506	75.711	77.983
Prenočitve	284.746	287.856	244.488	212.697	219.078	225.650	232.420	239.392	246.574	253.971	261.590

Prvi KPI je zagotoviti konstantno in trajnostno rast turističnih prihodov, pri čemer se PDB najmanj ohranja (gl. KPI 2), kar pomeni, da enako konstantno kot prihodi rastejo tudi prenočitve. Projekcija do leta 2028 za izhodišče jemlje podatke iz leta 2021, predvideva stabilizacijo turističnega obiska do leta 2028, s 3-odstotno letno rastjo, ter je izdelana ob predpostavki, da epidemije covid-19 ne bo v tako veliki razsežnosti in da bodo vremenske razmere pozimi v naslednjih letih omogočale izvajanje zimskih aktivnosti na prostem. Projekcija ne upošteva morebitnega upada prenočitev zaradi prenove ali zaprtja katerega izmed hotelov največjega ponudnika nastanitev v TDRP, morebitnega podaljšanja/nove epidemije, drugih naravnih nesreč zaradi višje sile ali političnih dogodkov po svetu, ki bi lahko vplivali na prihode turistov. Scenarij 3 *Nekaj več in veliko bolje* v SST 2022–2028 predvideva zmerno rast števila prihodov in nočitev ob hkratnem doseganju višje cenovne rasti storitev.

V TDRP turisti povprečno bivajo 2,91 dneva. Cilj načrta razvoja in trženja v turizmu je, da se PDB poviša za 10 %, to je na 3,2 dneva. Gre za precej visoko PDB, ki jo bo mogoče ohranjati le z razvojem nove turistične ponudbe izven glavne sezone (spomladi in jeseni). Povprečna doba bivanja v Sloveniji je leta 2019 znašala 2,5 dni, leta 2020 pa kar 3 dni (Turizem v številkah, 2019, str. 5). Ob tem gre poudariti, da gre za turistično leto, ki ga je zaznamovala epidemija in zato podatki niso povsem primerljivi.

Tabela 9: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v občini Vitanje ob 3-% letni rasti

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Prihodi	758	871	1.471	1.959	2.018	2.078	2.141	2.205	2.271	2.339	2.409
Prenočitve	2.990	2.857	4.893	6.273	6.461	6.655	6.855	7.060	7.272	7.490	7.715

V občini Vitanje je bila povprečna rast prihodov med letoma 2018 in 2019, in sicer 13-odstotna. Občuten porast beležimo v času epidemije covid-19 v letu 2020, ko je bila rast prihodov v primerjavi z letom 2019, ki je bilo v slovenskem turizmu najbolj močno, kar 41-odstotna. Leta 2021, kljub zaprtju nastanitvenih obratov do aprila 2021 zaradi epidemije covid-19, sledi 25 % rasti prihodov. Zasluge gre pripisati odprtju Eko glampinga Brodej julija 2021, koriščenju turističnih bonov 2020/2021 pri nastanitvenih ponudnikih v občini Vitanje ter nenazadnje tudi doslednemu prijavljanju turistov v sistem E-turizem. Če nastanitveni ponudniki gostov niso prijavili, niso bili upravičeni do koriščenja turističnih bonov. V letu 2020, ki je bilo za občino Vitanje zelo uspešno, beležimo 42-% rast nočitev primerjavi z letom 2019 in leta 2021 22-% rast nočitev v primerjavi z letom 2020. Podatki zaradi že zgoraj naštetih razlogov niso realni. Menimo, da tudi pred letom 2020 podatki niso realni, ker predvidevamo, da turistični ponudniki svojih gostov niso dosledno prijavljali.

V občini Vitanje so turisti **leta 2019 povprečno bivali 3,28 dni, leta 2021 pa 3,3 dni**, kar je precej visoka PDB (v Sloveniji je leta 2020 po podatkih, najdenih v Turizmu v številkah na str. 5, znašala 3 dni). Razlogov za povišanje PDB v letu 2021 je več (odprtje glampinga, turistični boni, dosledno prijavljanje gostov idr.). Cilj pričujočega načrta razvoja in trženja turizma je, da se PDB v TDRP do leta 2028 poviša za 10 %, to je na 3,2 dneva. V luči sledenja tega skupnega destinacijskega cilja se za občino Vitanje priporoča ohranjanje PDB. Slednje bo mogoče doseči le z razvojem nove celoletne turistične ponudbe in spodbujanjem potencialnih nastanitvenih ponudnikov za dodatna ležišča ali odprtjem novih, dodatnih nastanitvenih kapacitet v občini Vitanje. Slednje na občinski upravi Slovenske Konjice že uspešno spodbujajo s sofinanciranjem tovrstnih naložb. Podobne spodbude za nastanitvene ponudnike in potencialne investitorje predlagamo tudi Občini Vitanje.

KPI 2: Spremljanje in blažitev sezonskosti

Sezonskost je eden od pomembnih ekonomskih kazalnikov za usmerjanje razvoja destinacije. Indeks sezonskosti predstavlja razmerje med številom prenočitev v dveh najbolj zasedenih mesecih leta in številom prenočitev na letni ravni. Za destinacije, ki se s sezonskostjo uspešno spopadajo, velja, da vsaj 70 % prenočitev zabeležijo izven dveh najbolj obiskanih mesecev v opazovanem letu (Knežević Cvelbar, 2021 v SST 2022–2028, str. 38).

SST 2022–2028 navaja, da sezonskost najmanj občutijo destinacije Termalne Panonske Slovenije, medtem ko so destinacije Alpske Slovenije sezonskosti najbolj izpostavljene oz. je sezonskost najizrazitejša prav v alpski MD (40,44 %), kamor pa sodi tudi TDRP.

Priporočila SST 2022–2028 destinacijam z visoko sezonsko obremenitvijo (str. 38): *»Sezonsko obremenitev destinacije je treba nasloviti s strateškim pristopom k načrtovanju in razvijanju turistične ponudbe in produktov izven glavne sezone. Trajnostni razvoj destinacij mora temeljiti na zmanjševanju sezonskosti in preobremenitve destinacij v krajšem obdobju leta (za večino destinacij sta to meseca julij in avgust) ter omogočati stabilno poslovanje turističnih podjetij čez vse leto. Pri tem je ključno opredeliti produkte in ciljne trge izven glavne sezone.«*

Z razvojem novih turističnih produktov je cilj povišati obisk v vseh letnih časih. Občina Vitanje je sezonska destinacija, saj je večina nastanitvenih ponudnikov locirana v bližini športno-rekreacijskega centra Rogla. Tudi v TDRP je sezonskost izrazita, predvsem zaradi športno-rekreacijskega centra Rogla. Nadalje je

pozornost treba posvetiti temu, da bodo edinstvena doživetja, ponudba in dogodki na voljo skozi vse leto in prilagojeni letnemu času.

KPK 3: Spremljanje in dvig turistične potrošnje

Točnega podatka o tem, koliko dnevni obiskovalec ali turist TDRP potroši na dan, ni. V okviru ZSST je bila opravljena anketa med turisti TDRP leta 2019, ki je pokazala, da povprečni turist v destinaciji na dan zapravi 148,50 evrov. Na drugi strani je povprečna poraba enodnevnega gosta 100,00 evrov. (Vir: LTO Rogla - Zreče, GIZ)

»V povprečju turisti v Sloveniji porabijo 56[]€ na dan za sprotne izdatke; to so dnevni izdatki brez transporta in nočitve. Za nočitev v povprečju potrošijo 62[]€.« (Valicon, 2021) Tuji turisti, ki v Sloveniji bivajo v hotelu, dnevno v povprečju potrošijo prek 120 evrov, tisti iz kampov pa manj, to je 58 evrov. *»Dnevna potrošnja je najvišja v zimski sezoni (68[]€), medtem ko je poleti v kampih najnižja (40[]€).«* (Valicon, 2021)

»Povprečni dnevni izdatki tujih turistov so bili najvišji v spomladanskem in jesenskem obdobju. V aprilu in maju 2019 je tuji turist v Sloveniji porabil povprečno dnevno 156 EUR, v juliju in avgustu 2019 97 EUR, v septembru in oktobru 157 EUR ter v decembru 2019 in januarju 2020 153 EUR. Po oceni so izdatki tujih turistov, nastanjenih v hotelih v Sloveniji, v letu 2019 znašali povprečno 148 EUR na osebo na dan. Najvišje povprečne izdatke na osebo na dan so v 2019 imeli turisti iz neevropskih držav (184 EUR), najnižje pa turisti iz Nemčije (123 EUR).« (Slovenska turistična organizacija, 2020a)

Ciljna vrednost za turiste, ki bivajo v TDRP, za leto 2028 znaša 130 evrov dnevne potrošnje.

KAKO: Dvig potrošnje z butičnimi programi in edinstvenimi doživetji za ciljne skupine.

KPI 4: Dvig ocene trajnosti

V ZSST, ki vrednoti trajnostni razvoj turizma, TDRP trenutno na lestvici od 1 do 10 dosega povprečno oceno trajnosti 8,8, kar jo že uvršča med ene izmed boljše certificiranih slovenskih destinacij. Glede na to, da se pričujoči načrt razvoja in trženja turizma z ukrepi osredotoča na trajnost in da je v TDRP že v veljavi akcijski načrt za dvig trajnostnega poslovanja, je cilj za leto 2023, ko bo ponovno ocenjevanje, preseči že pridobljeno oceno in jo dvigniti na 9,1 do leta 2026. To bi za TDRP zelo verjetno pomenilo tudi pridobitev naziva Slovenia Green Destination Platinum. Pri pridobivanju tega certifikata smo zelo previdni, saj občine TDRP razpolagajo z različnimi dokumenti in so tudi različno razvite.

*KAKO: Priprava več dokumentov: **Celostna prometna strategija dveh občin – Vitanje in Oplotnica**, strateški dokument prilagajanja na podnebne spremembe, strategija merjenja in minimiziranja ogljičnega odtisa obiskovalcev in strateški dokument kriznega načrta za turizem.*

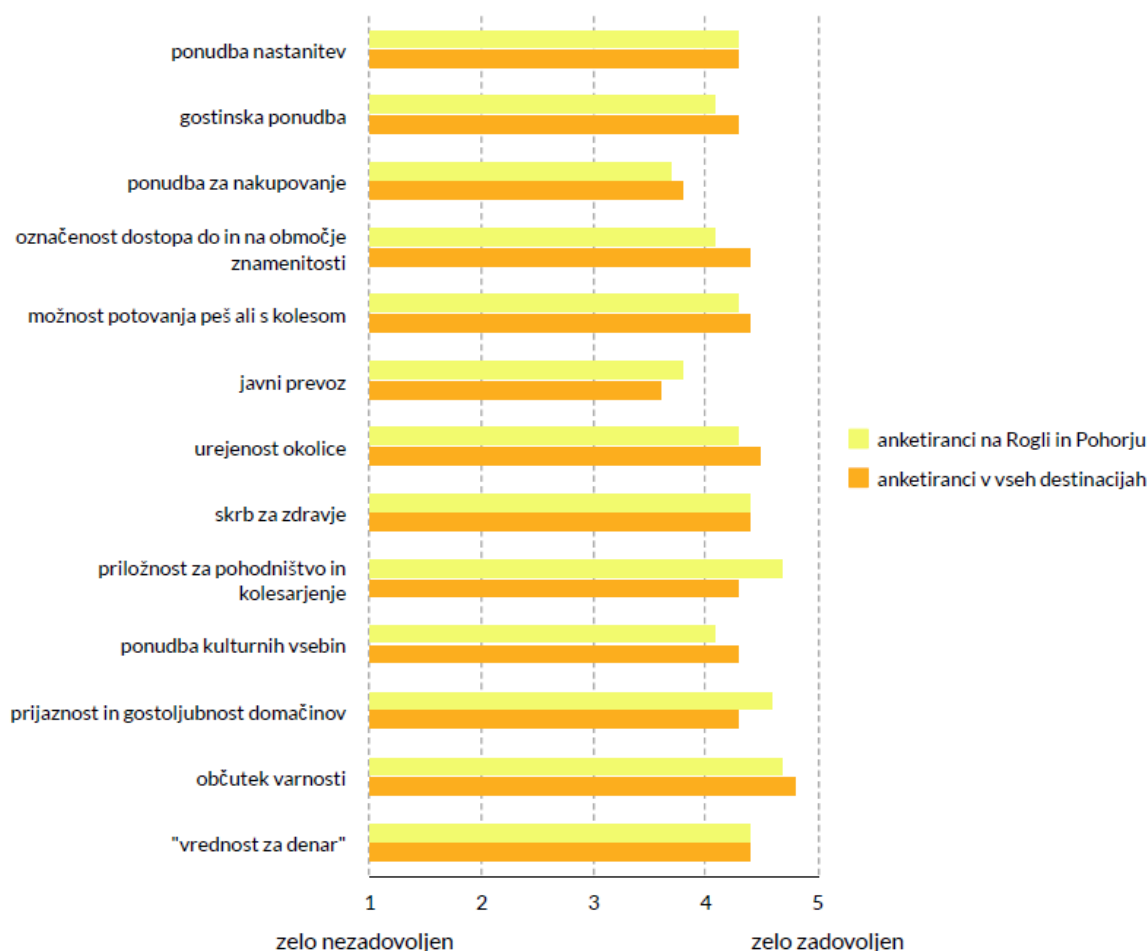
KPI 5: Zadovoljstvo obiskovalcev in prebivalcev

Zadovoljni obiskovalci in prebivalci so pomemben element in ključ do trajnostnega in odgovornega turizma, zato je sistematično spremljanje njihovega zadovoljstva pomembno. V okviru ZSST je TDRP leta 2019 z anketnim vprašalnikom merila zadovoljstvo tako obiskovalcev kot turistov. Z raziskavo trajnostne usmerjenosti obiskovalcev TDRP so zabeležili visoko stopnjo zadovoljstva s trenutno pestrostjo in kakovostjo ponudbe; kar 95 % gostov je bilo s celostno izkušnjo na destinaciji zadovoljnih. Obiskovalci so zadovoljni in podpirajo razvoj turizma (povprečje vseh odgovorov 3,77/5). Primerjava odgovorov med anketnimi vprašalniki ni možna, ker je ZSST z letom 2021 prešla na novelirano verzijo.

V sklopu ZSST je TDRP med letoma 2021–2022 izvajala anketo za obiskovalce in prebivalce, znotraj katere so dobili tudi podatke o njihovem zadovoljstvu. Obiskovalci so podajali ocene izkušnje v destinaciji. Tukaj gre izpostaviti zadovoljstvo v zvezi s priložnostjo za pohodništvo in kolesarjenje v destinaciji, kar nas ne preseneča, glede na to, da je glavni motiv prihoda v destinacijo rekreacija, nato sledita obisk naravnih in kulturnih znamenitosti ter počitek. Anketiranci so izjemno zadovoljni s prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov ter nastanitvami. Vse omenjeno je nad povprečjem destinacij, med katerimi je bila opravljena analiza anketnega vprašalnika. Zajetih je bilo 18 destinacij, ki so vključene v ZSST. Bolj podrobno analizo nam prikazuje spodnja infografika, ki je bila opravljena v okviru projekta LABELSCAPE Interreg MED in jo je pripravil Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.

Slika 7: Ocena izkušnje v destinaciji

ocena izkušnje v destinaciji



V občini Vitanje je anketni vprašalnik za prebivalce izpolnilo 41 anketirancev (46 % moških, 54 % žensk). Vzorec anketirancev je reprezentativen in je določen na podlagi števila prebivalcev občine Vitanje. Odgovore podajamo v spodnji tabeli. Višja povprečna ocena izkazuje večje zadovoljstvo prebivalcev s turizmom v destinaciji. Za krepko obarvana vprašanja in odgovore velja obratno, saj je v teh primerih nižja povprečna ocena boljša kot višja.

Tabela 10: Zadovoljstvo prebivalcev občine Vitanje s turizmom v destinaciji

VPRAŠANJE	ODGOVOR
Pozitivni učinki turizma v naši destinaciji odtehtajo negativne.	4/5
Od turizma in turistov, ki nas obiskujejo, ima lokalna skupnost koristi.	3,8/5
Zadovoljen sem z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v naši destinaciji.	3,7/5
Opažam, da naša destinacija razvija zeleni turizem.	3,6/5
Zadovoljen sem z razvojem turizma v naši destinaciji.	3,6/5
Turizem omogoča boljše možnosti za preživljanje prostega časa.	3,6/5
O razvoju turizma v naši destinaciji sem dobro obveščen.	3,5/5
Možnost imam sodelovati pri načrtovanju razvoja turizma.	3,3/5
Turizem v naši destinaciji v zadostni meri skrbi za ohranitev narave in kulture.	3,2/5
Zaradi turizma imamo večjo izbiro storitev.	2,5/5
Zaradi turizma se v naši destinaciji počutim bolj varno.	2,1/5
Turizem v naši destinaciji povzroča slabše zdravstvene razmere.	2,2/5
Zaradi turizma so se povišali moji življenjski stroški.	2,2/5
Zaradi turizma so se povišale cene nepremičnin.	2,3/5
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije previsoko in moteče.	2,5/5
Turizem v naši destinaciji povečuje prometne težave.	2,5/5
Turizem v naši destinaciji povzroča prekomerno onesnaževanje.	2,7/5

Iz odgovorov razberemo, da so prebivalci mnenja, da pozitivni učinki turizma v destinaciji odtehtajo negativne ter da ima lokalna skupnost koristi od turizma in turistov. Prebivalci so tudi zadovoljni z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v destinaciji, ter opažajo, da destinacija razvija zeleni turizem. Več pa bo treba narediti na področju nujenja podpore za nove turistične ponudnike, ki bi bogatili izbiro ponudbe in storitev. Prebivalci so tudi mnenja, da je v visoki sezoni število obiskovalcev destinacije previsoko in moteče, da turizem povečuje prometne težave ter povzroča prekomerno onesnaževanje. Vsekakor je na tem mestu rešitev sprejetje celostne prometne strategije za občino Vitanje in razvoj

trajnostne mobilnosti. Ukrepi in cilji pričujočega dokumenta se nanašajo tudi na problematike, ki so jih izpostavili prebivalci.

Na podlagi pridobljenih rezultatov smo v nadaljevanju določili izhodiščno in ciljno vrednost za naslednja leta.

KAKO: S sledenjem ciljni vrednosti v naslednjih letih.

Tabela 11: Ciljne vrednosti zadovoljstva obiskovalcev TDRP in prebivalcev občine Vitanje (novelirana verzija 2021)

CILJNA SKUPINA	2022	2026
Obiskovalci TDRP	Visoka, nad 4/5	Visoka
Prebivalci občine Vitanje	3,6/5	Visoka, vsaj 4/5 Dvig za 10 %

5.3 Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP in občine Vitanje

Pomembno je, da ob sledenju pričujočemu načrtu razvoja in trženja turizma občina Vitanje obenem sledi tudi drugim strateškim dokumentom: *Načrtu razvoja in trženja turizma v TDRP, Strategiji razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027, Strategiji trajnostnega razvoja slovenskega turizma 2022–2028, Strategiji digitalne transformacije gospodarstva in Strategiji digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026.*

Pričujoči načrt razvoja in trženja turizma sledi in upošteva vse zastavljene cilje zgoraj naštetih dokumentov, ki so pomembni za globalni preboj in sledenje trendov razvoja turizma v prihodnje.

Tabela 12: Operativni cilji in ukrepi na ravni občine Vitanje in DMMO TDRP

DMMO 1: Optimizacija delovanja TIC Vitanje in LTO Rogla - Zreče, GIZ	
DMMO 1.1	Preimenovanje LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ Zaradi lažje prepoznavnosti narave dela organizacije (DMMO TDRP) in pozicioniranja na trgu se predlaga sprememba trenutnega imena organizacije LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ. Predlaga se, da se najde najboljša pravna oblika za nadgradnjo lokalne turistične organizacije v DMMO TDRP v skladu s sodobnimi trendi v turizmu.
ČASOVNICA	Do leta 2024.
DMMO 1.2	Zagotavljanje vzdržnega finančnega poslovanja TIC Vitanje TIC Vitanje je pričel delovati oktobra 2020 in je lociran v Centru Noordung. V letu 2021 smo maja začeli z drugim delom izvajanja projekta Vzpostavitev Turistično-informacijskega centra Vitanje in ureditev okolice, ki je bil sofinanciran s strani kohezijskih sredstev projekta LAS. Vrednost prijavljene operacije je znašala 50.521,12 evra, od tega odobreni znesek sofinanciranja ter stopnja sofinanciranja: 33.951,01 evra oz. v višini 80 % upravičenih stroškov operacije. Projekt se je izvajal pod vodstvom prijavitelja Občine Vitanje in partnerjev projekta Turistično društvo Vitanje, LTO Rogla -

ČASOVNICA	Zreče, GIZ, in Center vesoljskih tehnologij Hermana Potočnika Noordunga (v nadaljevanju Center Noordung). Konstantno.
DMMO 1.3	Kadrovska ureditev TIC Vitanje
AKTIVNOST	Javni zavod Center Noordung je v okviru projekta Vzpostavitev Turistično-informacijskega centra Vitanje in ureditev okolice, ki je bil sofinanciran s strani kohezijskih sredstev LAS, uredil delovna mesta, pisarne in sprejemni prostor za obiskovalce ter uredil prostore za izvajanje Turistično-informacijskega centra (TIC) Vitanje. Pogoj izvedenega projekta je izvajati aktivnosti TIC Vitanje še najmanj 5 let po izvedbi prvega investicijskega sklopa in zaposliti osebo, ki bo izvajala aktivnosti za obdobje 5 let najmanj 2 leti po dokončanju prvega sklopa. V novem strateškem obdobju naj ostajajo prizadevanja in želja po trajni ohranitvi TIC Vitanje.
ČASOVNICA	<i>Glede na cilje iz načrta razvoja in trženja turizma ter vse naloge, vezane na razvoj turizma v občini Vitanje, DMMO TDRP in DP, naj se zagotovi trajna in od projektov neodvisna zaposlitev za eno osebo za polni delovni čas s strani Občine Vitanje.</i> Do leta 2025.
DMMO 1.4	Sodelovanje s Skupno občinsko upravo – notranjo organizacijsko enoto Skupno službo varstva okolja
AKTIVNOST	Prihaja novo strateško obdobje in s tem tudi možnosti črpanja različnih sredstev z naslova javnih razpisov in pozivov. Ekipa DMMO se aktivno in uspešno prijavlja na različne razpise za spodbujanje razvoja turizma v destinaciji. V prejšnjem obdobju je uspešno sodelovala s Skupno službo varstva okolja, katere naloge so tudi: priprava, izdelava in izvajanje razvojnih programov za območje subregije Dravinjske doline, sodelovanje z regionalnimi in državnimi razvojnimi institucijami ter vodenje in nadzor projektov s področja varstva okolja.
ČASOVNICA	<i>Predvidene aktivnosti Skupne občinske uprave in DMMO TDRP:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>sodelovanje s Skupno občinsko upravo pri prijavih in izvajanju projektov s področja turizma in trajnostnega razvoja,</i> • <i>obveščanje ponudnikov o aktualnih razpisih in pozivih,</i> • <i>svetovanje in pomoč pri prijavih na razpise in pozive.</i> Konstantno.

DMMO 2: Sodelovanje z deležniki na destinaciji in območju občine Vitanje	
DMMO 2.1	Delovna skupina znotraj TDRP in območja Vitanje ter vključevanje prebivalcev
	Uspešen DMMO temelji na skupni viziji in močnem partnerstvu, zato naj tudi v nadalje delujejo vsi štirje centri DMMO pod okriljem LTO, v sklopu katerega je že vzpostavljena operativna delovna skupina, sestavljena iz zainteresiranih deležnikov (javni, zasebni in nevladni sektor), ki bodo še naprej izvajali ukrepe, cilje in aktivnosti iz načrta razvoja in trženja turizma. Tako bodo ključni deležniki intenzivneje vključeni v uresničevanje turističnih politik, s krepitvijo komunikacije znotraj destinacije pa se bo zagotavljal tudi razvoj bolj povezane in usklajene turistične ponudbe, kar bo dvigovalo zaupanje v DMMO TDRP.

<p>ČASOVNICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>spodbujanje delovanja turističnih kmetij z nastanitvijo (izvajanje brezplačnih delavnic na temo razvoja turizma na kmetijah, kar je prvi korak za spodbujanje delovanja turističnih kmetij z nastanitvijo).</i> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>DMMO 2.3</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje z Destinacijo Pohorje (DP)</p> <p>Partnerstvo za Pohorje povezuje 19 občin (Dravograd, Hoče - Slivnica, Lovrenc na Pohorju, Maribor, Mislinja, Muta, Oplotnica, Podvelka, Rače - Fram, Radlje ob Dravi, Ribnica na Pohorju, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenj Gradec, Slovenska Bistrica, Slovenske Konjice, Vitanje, Vuzenica in Zreče), 3 ključne nosilce turistične ponudbe (Unitur, Marprom in Vabo) ter 6 članov (Mariborska razvojna agencija, Regionalna razvojna agencija za Koroško, Razvojna agencija Savinjske regije, RIC Slovenska Bistrica, LTO Rogla - Zreče, GIZ, in Zavod za turizem Maribor - Pohorje).</p> <p><i>Vzpostavi naj se delovna skupina za krepitev sodelovanja z Destinacijo Pohorje na področju vseh štirih centrov (CK, CT, CD, CRR).</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.4</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje s Konzorcijem Slovenia Green (KSG)</p> <p>Pomembno je aktivno sodelovanje s povezovalnimi, razvojnimi in promocijskimi aktivnostmi Konzorcija Slovenia Green, ki povezuje prejemnike certifikata Slovenia Green. Poglavitna namena Konzorcija Slovenia Green sta razvoj trajnostnih turističnih destinacij in ponudbe ter oblikovanje in razvoj zelenih inovativnih produktov tako na lokalnem kot tudi nacionalnem nivoju.</p> <p><i>Aktivno sodelovanje zelenega koordinatorja s KSG.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.5</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje z Združenjem zgodovinskih mest Slovenije</p> <p>Občina Slovenske Konjice je aktivna članica omenjenega združenja, v sklopu katerega aktivno predstavlja in promovira celotno TDRP. Združenje zgodovinskih mest Slovenije je nastalo z namenom ohranjanja in spodbujanja življenja v starih mestnih jedrih, hkrati pa skrbi za kulturno dediščino Slovenije. Različni, zanimivi in pestri turistični programi, ki jih izvajajo, so objavljeni v katalogu Zgodovinska mesta Slovenije, prav tako pa so skrbniki produkta Mesta in kultura kot enega ključnih produktov slovenskega turizma, nad katerim bdi STO.</p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.6</p>	<p>Sodelovanje z Aktivno Slovenijo – Slovenia Outdoor</p> <p>Pomembno je aktivno sodelovanje z gospodarskim interesnim združenjem Slovenia Outdoor, ki povezuje celoten segment aktivnosti na prostem v Sloveniji, enega ključnih turističnih produktov slovenskega turizma. STO z združenjem sodeluje kot strateški partner na razvojnem in promocijskem področju. SST 2022–2028 (str. 234) med drugim pod ključne ukrepe navaja tudi opolnomočenje produktnega združenja Aktivna Slovenija – Slovenia Outdoor, GIZ.</p> <p>Blagovna znamka Slovenia Outdoor je tako postala krovna blagovna znamka turistične ponudbe za aktivnosti na prostem v Sloveniji, s ciljem vzpostavitve enotnega in ciljno usmerjenega marketinga za doseganje večje prepoznavnosti in pospeševanja prodaje na ključnih tržiščih. Pod svojim okriljem je združila turistične produkte, vezane na</p>

<p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>pohodništvo, kolesarjenje, smučanje in druge zimske aktivnosti, vodne športe, zračne športe ter druge aktivnosti na prostem, kot so npr. golf, športno ribištvo ipd.</p> <p>Združenje izvaja vrsto aktivnosti na področju tržnega komuniciranja in enotne promocije, pri katerih aktivno sodelujemo.</p> <p><i>Med najpomembnejšimi aktivnostmi so predstavitve ponudbe TDRP in občine Vitanje na spletnem portalu Slovenia Outdoor in v številnih publikacijah, npr. v Kolesarski karti, Kolesarjenju v Sloveniji in Pohodništvu v Sloveniji, pa tudi pojavljanje v digitalnih medijih ter sodelovanje na sejmih in borzah ipd.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.7</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Projektno sodelovanje z združenjem Dežela Celjska</p> <p>Sodelovanje z Zavodom Celeia Celje, ki izvaja destinacijski menedžment za širše regijsko območje, poznano pod imenom Dežela Celjska (Osrednje Celjsko, Spodnjesevinsko, Kozjansko in Obsotelje ter Dravinjsko), traja že celo desetletje. Destinacija Dežela Celjska se od leta 2010 uspešno pojavlja na promocijskih dogodkih v Sloveniji in tujini, večinoma v sosednjih in bližnjih državah (Avstrija, Italija, Hrvaška, Srbija). Partnerji Dežele Celjske so RA Sotla, RA Kozjansko, ZKTŠ Žalec, LTO Zreče in največja zdravilišča v okolici: Rimske terme, Terme Dobrna, Terme Olimia, GH Sava Rogaška, Thermana Laško in Terme Zreče, ki so tudi danes vpeti v skupne projektne aktivnosti destinacije Dežela Celjska.</p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.8</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje s turističnimi in ostalimi društvi v občini Vitanje</p> <p>Društvena dejavnost je v občini Vitanje zelo močna. Lokalni prebivalci, ki so s svojim prostovoljnim delom vpeti v različna društva, prispevajo k ustvarjanju edinstvenega utripa kraja. Z organizacijo številnih dogodkov poskrbijo za pestrost, ohranjanje običajev, olepševanje izgleda mesta ipd.</p> <p><i>Občina Vitanje naj še naprej izvaja Javni razpis za sofinanciranje programov ostalih društev in organizacij, ki delujejo na področju turizma v občini Vitanje, z namenom spodbujanja razvoja turizma v skladu z Načrtom razvoja in trženja turizma v občini Vitanje.</i></p> <p>Konstantno.</p>

<p>DMMO 3: Razvoj kadrov in usposabljanje v turizmu</p>	
<p>DMMO 3.1</p>	<p>Interno izobraževanje in usposabljanje</p> <p>Turizem je kompleksna panoga, ki zahteva nenehno pridobivanje novega znanja in sledenje trendom. Scenarij 3 <i>Nekaj več in veliko bolje</i> (str. 111) predvideva zmerno širitev potreb po novih zaposlitvah v turizmu in hkrati znatnejša vlaganja v kakovost kadra. V skladu s tem se z namenom krepiteve kompetenc zaposlenih priporoča redna usposabljanja na področju digitalne preobrazbe in dviga digitalnih kompetenc zaposlenih, trendov v turizmu, menedžmenta, prodajnih orodij, odnosa do gostov, kakovosti storitve ipd.</p> <p>Pripravi naj se interni načrt izobraževanja in usposabljanja zaposlenih na podlagi kompetenc zaposlenih in njihovih želja.</p>

ČASOVNICA	<p><i>ipd. Pomembno je, da so zelene vsebine vključene v letni medijski načrt, ki ga pripravi DMMO TDRP v sodelovanju s CT.</i></p> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
------------------	--

DMMO 4: Upravljanje turističnih tokov	
DMMO 4.1	<p>Merjenje turističnega obiska in določitev nosilne zmogljivosti občine Vitanje</p> <p>Na najpogosteje obiskanih atrakcijah občine Vitanje (Center Noordung, Beškovnikova kašča, Goslarstvo Skaza itn.) naj se v času največjega obiska implementira reden monitoring obiska in z njim povezanih kazalnikov (št. avtomobilov, št. obiskovalcev, št. kolesarjev, št. avtobusov, prihodi in obisk po urah, dnevna količina odpadkov), ki naj se kritično ovrednotijo (npr. št. avtomobilov na urejenih kot tudi na neurejenih parkiriščih, št. obiskovalcev, ki se udeležijo vodenih ogledov, št. individualnih obiskovalcev ipd.). Opravi naj se izračun nosilne zmogljivosti po posameznih atrakcijah.</p> <p>Zbrani podatki bodo pripomogli h kakovostnejšemu načrtovanju in upravljanju območja Vitanje.</p>
AKTIVNOST	<p><i>DMMO TDRP in TIC Vitanje v sodelovanju z upravljavci atrakcij izračunata nosilno zmogljivost in dogovorita način merjenja turističnega obiska. Do konca programskega obdobja načrta razvoja in trženja turizma se postavi števec za avtomatski monitoring oz. se vzpostavi sistem za merjenje turistične aktivnosti. Slednje je pomembno za optimalno delovanje skupno treh pametnih miz, ki so postavljene v TIC Zreče, TIC Slovenske Konjice in TIC Vitanje (Center Noordung), za zmanjšanje pritiska na določene točke, razpršitev turističnega povpraševanja, prikaz turističnega obiska v izbranih točkah v realnem času ter nenazadnje za napovedovanje prihodnjega obiska na podlagi preteklih podatkov. Načrtovati je treba strošek dela in strošek nakupa števecov za avtomatski monitoring.</i></p>
ČASOVNICA	<p>Do konca strateškega obdobja.</p>
DMMO 4.2	<p>Urnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov v skladu z izračunom nosilne zmogljivosti</p> <p>Na podlagi monitoringa iz DMMO 4.1 naj se opredelijo ukrepi upravljanja turističnega obiska na posameznih atrakcijah.</p>
AKTIVNOST	<p><i>Predlogi ukrepov: nakup vstopnic na spletu, spodbujanje obiska v manj obiskanih mesecih oz. terminih (popusti, nižje cene, dodatne ugodnosti) in pospešen razvoj trajnostne mobilnosti. Po monitoringu iz DMMO 4.1 se pripravi nov revidiran dokument Načrt desezonalizacije in upravljanja turističnih tokov TDRP, ki upošteva nosilno zmogljivost in monitoring obiska.</i></p>
ČASOVNICA	<p>Konstantno.</p>
DMMO 4.3	<p>Razogljičenje in uravnoteženje občine Vitanje</p> <p>Dvigniti je treba osveščenost, odgovornost in zavzetost turističnih deležnikov območja Vitanje, da zmanjšujejo vplive na okolje in podnebje ter tako sledijo smernicam razvoja turizma Slovenije. V novi <i>Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2022–2028</i> je opredeljeno, da Slovenija želi razviti najbolj napredno turistično panogo pri trajnostnih zavezah v EU in prehodu Slovenije v ogljično nevtralnost.</p>
AKTIVNOST	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Izračun ogljičnega odtisa turizma TDRP (kontinuirano merjenje in monitoring emisij ogljikovega dioksida z naslova turizma).</i>

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dosegati kazalnike ogljičnega odtisa panoge na ravni Slovenije (SST, 2022–2028):</i> <ul style="list-style-type: none"> – <i>celoten ogljični odtis, generiran iz celotne turistične dejavnosti (CO₂ekv v kt): 1.242 kt CO₂ekv,</i> – <i>ogljčni odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 evro) BDP turizma (CO₂ekv/EUR v kg): 0,26 kg CO₂ekv/EUR,</i> – <i>ogljčni odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 evro) dodane vrednosti (CO₂ekv/EUR v kg): 0,60 kg CO₂ekv/EUR.</i> • <i>Vzpostavitev sistema nagrajevanja – nagrade za trajnostno vedenje obiskovalcev.</i> <p>Konstantno.</p>
------------------	--

DMMO 5: Merjenje ekonomskih učinkov in spremljanje zadovoljstva	
DMMO 5.1	Merjenje ekonomskih učinkov
AKTIVNOST	Število turističnih prihodov in nočitev je eden od kazalnikov stopnje razvoja turizma, vendar ne pove veliko o tem, kakšen je gospodarski doprinos turizma v kraju. <i>TIC Vitanje naj začne spremljati število prihodov in nočitev ter v prihodnje podatke o turistični potrošnji, zaposlitvah v turizmu, javnih in zasebnih investicijah v turizmu ipd. javno objavlja.</i>
ČASOVNICA	Konstantno.
DMMO 5.2	Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih
AKTIVNOST IN	Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih je sestavni del trajnostnega razvoja turizma (družbeni vidik) in nepogrešljiv element spremljanja tako pozitivnih kot negativnih učinkov turizma v lokalnem okolju. <i>Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev in prebivalcev se doseže z rednim izvajanjem anket za obiskovalce in prebivalce v sklopu projekta ZSST na vsaki 2 leti. Naslednja izvedba ankete bo v obdobju od 2024–2025.</i>
ČASOVNICA	<i>Pogoj za dvig ugleda turistične panoge in kakovosti storitve je zadovoljstvo zaposlenih (spremljanje z anketami, dvig plač in ostale ugodnosti).</i>

DMMO 6: Izvajanje in spremljanje načrta razvoja in trženja turizma	
DMMO 6.1	Izdelava letnih načrtov
AKTIVNOST	Ker je načrt razvoja in trženja turizma večletni dokument, v katerem je načrtovana strateška smer razvoja in ne operativni načrt, naj TIC Vitanje na letni ravni tako za razvojne kot promocijske aktivnosti pripravi izvedbeni načrt oz. letni načrt dela, ki je usklajen z aktivnostmi DDMO TDRP. <i>V letnem načrtu, ki se sproti prilagaja trendom v turizmu, se naj opredelijo aktivnosti za pripravljeno leto, njihovi nosilci, roki in stroški izvedbe.</i>
ČASOVNICA	Konstantno.
DMMO 6.2	Spremljanje izvajanja ter evalvacija načrta razvoja in trženja turizma

AKTIVNOST	Za doseganje maksimalnih učinkov naj TIC Vitanje redno spremlja uresničevanje ukrepov ter doseganje ciljev iz načrta razvoja in trženja turizma. Turizem je živa panoga in trendi pogosto prehitijo rok, do katerega je strateški dokument veljaven.
ČASOVNICA	Konstantno.
DMMO 6.3	Sodelovanje pri izvajanju Akcijskega načrta za trajnostni razvoj TDRP
AKTIVNOST	DMMO TDRP pripravi, občinski sveti občin TDRP pa potrdijo Akcijski načrt za trajnostni razvoj TDRP, pripravljen v sklopu ZSST. Ukrepi, zapisani v akcijskem načrtu, ta načrt razvoja in trženja turizma dopolnjujejo.
ČASOVNICA	LTO Rogla - Zreče, GIZ, dosledno izvaja ter evalvira uspešnost oz. neuspešnost izvajanja akcijskega načrta. Letno naj o tem poroča STO in občinam v sklopu letnega poročila. Občina Vitanje naj za izpolnitev kriterijev trajnostnega razvoja destinacije v okviru ZSST aktivno sodeluje.
ČASOVNICA	Konstantno.

5.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni Destinacije Pohorje

Predstavljamo prioritete ukrepe (v nadaljevanju tudi PU) prvega strateškega cilja Partnerstva za Pohorje oz. Pohorja kot mednarodno priznane destinacije in skupne ukrepe (v nadaljevanju tudi U) Destinacije Pohorje. Določene so aktivnosti in konkretni projekti za doseganje in uresničitev ukrepov.

Ukrepi prvega strateškega cilja Partnerstva za Pohorje (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **PU1.1: Skupni razvoj produktov in trženje ponudbe DP**
 - **U1:** Usposabljanje in svetovanje ponudnikom, povezanim v verige produktov za oblikovanje celovite in visokokakovostne ponudbe doživetij, certificirane s KBZ.
 - **U2:** Skupno trženje in promocija Pohorja kot ene destinacije.
- **PU1.2: Postavitev, zamenjava in ureditev žičniških naprav**
 - **U1–5:** Zamenjava oz. rekonstrukcija žičniških naprav (Mariborsko Pohorje, **Rogla**, Kope, Trije kralji, Ribnica na Pohorju).
 - **U6:** Enotna smučarska vozovnica.
- **PU1.3: Ureditev tehničnega zasneževanja in smučarskih prog**
 - **U1–3:** Ureditev dodatnega tehničnega zasneževanja na Mariborskem Pohorju, Rogli in Kopah.
 - **U4:** Ureditev novih smučarskih in tekaških prog ter dodatnega tehničnega zasneževanja na Ribnici na Pohorju.
 - **U5:** Ureditev novih smučarskih prog in dodatnega tehničnega zasneževanja na Treh kraljih.
- **PU1.4: Ureditev infrastrukture kolesarjenja in pohodništva**

- **U1–U6:** *Prenova usmerjevalnih tabel na Pohorski transverzali, označitev Slovenske turnokolesarske poti, poenotenje označb krožnih kolesarskih povezav, ureditev poti po trasah opuščeni železniških prog, vzpostavitev povezanega sistema poti, ureditev lastniških razmerij in prostorskih načrtov za kolesarsko infrastrukturo na Pohorju.*
- **U7:** *Ureditev skupnega spletnega portala kolesarskih parkov na Pohorju.*
- **U8–10:** *Postavitev polnilnic za e-kolesa ter počivališč, vzdrževanje kolesarskih poti, izgradnja državnih kolesarskih povezav, prenova usmerjevalnih tabel ob pohodnih in tematskih poteh.*
- **U11:** *Celovita vzpostavitev planinskih in tematskih poti.*
- **PU1.5: Ureditev cestnih povezav in parkirišč**
 - **U1–7:** *Prenova in ureditev cest, parkirišč, postajališč za avtodome in počivališč z razgledišči.*
- **PU1.6: Ureditev trajnostne mobilnosti**
 - **U1–3:** *Uvedba novih linij javnega potniškega prometa z možnostjo prevoza koles in smučarske opreme, izmeničnega prevoza (angl. shuttle) med centri in cestnin.*
- **PU1.7: Ureditev informacijske infrastrukture**
 - **U1–4:** *Ureditev kolesarskih, pohodniških idr. turistično-informacijskih tabel in kart s predstavitev narave, kulturne dediščine in ponudnikov na Pohorju.*

5.5 Operativni cilji in ukrepi na ravni TDRP v sklopu PP

Za Savinjsko regijo (Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče) z Oplotnico, ki je uvrščena v Podravsko regijo, so bili potrjeni tudi spodaj navedeni strateški razvojni (v nadaljevanju tudi RC) in trženjski cilji (v nadaljevanju tudi TC) s pripadajočimi ukrepi v obdobju do leta 2027 s pogledom na 2030.

Strateški razvojni cilji in ukrepi turizma TDRP v sklopu PP (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **RC1: Nadgradnja učinkovitega poslovanja mreže TIC-ev v DMMO TDRP z razširjeno inovativno-kreativno delovno skupino ter vzpostavljen sistem povezovanja ponudnikov s sprejemno turistično agencijo (v nadaljevanju tudi STA) in LTO pod skupno RDMMO z destinacijsko in kolektivno blagovno znamko ter nadgradnja trženja in prodaje skozi destinacijska digitalna in klasična orodja.**
 - **U1:** *Vzpostavitev regijske DMMO TDRP ter krovne RDMMO s skupnim načrtom razvoja in trženja turizma ter z njim povezanih dejavnosti pod skupno znamko destinacije in KBZ.*
 - **U2:** *Vzpostavitev TIC na Rogli.*
 - **U3:** *Mreža verig turističnih idr. ponudnikov za povezano visokokakovostno turistično ponudbo.*
 - **U4:** *Nadgradnja vzpostavljenega spleta digitalnih in klasičnih orodij za trženje ponudbe.*
- **RC2: Skrb za kakovostno, zdravo, dostopno in zeleno usmeritev ponudbe destinacije skozi trajnostno infrastrukturo, dobro prometno dostopnost in urejen javni promet za vse ciljne skupine.**

- **U1:** *Spodbujanje vključevanja ponudnikov v ZSST.*
- **U2:** *Spodbujanje mehke mobilnosti, eko parkirišč, postajališč in razgledišč ter vzpostavljen javni promet.*
- **U3:** *Obnova objektov z dodanimi mehкими turističnimi vsebinami, osnovanimi na lokalni zgodovini, tradiciji in identiteti.*
- **U4:** *Vzpostavitev doživetij, temelječih na obujanju izginulih oz. izginjajočih tradicionalnih praks – oglarstvo, kamnoseštvo, lesarstvo in rezbarstvo, kovaštvo, lončarstvo, zeliščarstvo, coklarstvo, skodlarstvo, usnjarstvo idr.*
- **RC3: Vzpostavljeni conacija ter režimi varstva narave in kulturne dediščine v sklopu Regijskega parka Pohorje (v nadaljevanju tudi RPP) za trajnostno, varno, primerno valorizirano ter domačinom in obiskovalcem prijazno življenje in doživljanje Pohorja.**
 - **U1:** *Vzpostavitev Regijskega parka Pohorje z upravljalcem in načrtom upravljanja.*
 - **U2:** *Čezsektorska conacija z vzpostavljenimi režimi ravnanja in naravovarstvenim nadzorom.*
- **RC4: Spodbujanje lokalne samooskrbe in nadgradnja sistema kakovosti lokalno prepoznavne certificirane ponudbe BZ Okusi Rogle ter povezovanje s KBZ Pohorski cekar, Pohorje Beef in S Pohorja. Sodelovanje v Mreži kolektivnih blagovnih znamk (KBZ), oblikovanih po modelu Izvorno slovensko.**
 - **U1:** *Nadaljnje usposabljanje in svetovanje ponudnikom, povezanim v verige produktov, za oblikovanje celovite in visokokakovostne ponudbe, certificirane z BZ Okusi Rogle in povezovanje s KBZ S Pohorja.*
 - **U2:** *Zagotavljanje kritične mase pridelkov in izdelkov ter njihove sezonsko značilne pridelave in učinkovite logistike.*
 - **U3:** *Vzpostavitev portala za prenos informacij, ponudba od vil do vilic in vodena doživetja v verige povezanih ponudnikov s certificirano ponudbo.*
 - **U4:** *Vzpostavitev mreže prodajnih mest za certificirane izdelke in storitve ter vodena doživetja (prodajnih vitrin, polic, lokalnih trgovinic, hladilnih enot ter potujočih trgovin s skupnim trženjem in prodajo).*
- **RC5: Aktivnosti za nadaljnjo izvedbo prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev ter dogodkov, obujanje tradicije rokodelstva in čebelarstva ter razvoj doživljajskih programov za prepoznane ciljne skupine (rokodelski (in čebelarski) center).**
 - **U1:** *Nadgradnja atraktivnih, kakovostnih in celovito povezanih dogodkov in prireditev ter oblikovanje letnega koledarja.*
 - **U2:** *Oblikovanje doživljajskih programov, ki vključujejo dogodke in prireditve ter tradicijo rokodelstva (delavnice).*
- **RC6: Uspešno črpanje sredstev iz razpisov, vzpostavljena doživljajska infrastruktura za izvajanje inovativnih in kreativnih turističnih doživetij narave, kulturne dediščine, gastronomije in**

dobrega počutja ter urejene, označene in nadgrajene kolesarske, planinske in druge poti za pohodništvo in rekreacijo.

- **U1:** Vzpostavitev smučarskega muzeja, TIC in Outdoor centra na Rogli (izposoja opreme, ponudba paketov, vodenje, prevozi), ureditev muzeja industrijske dediščine v Zrečah.
 - **U2:** Rokodelski in čebelarski center.
 - **U3:** Nadgradnja in enotna signalizacija kolesarskih, planinskih in ostalih poti, namenjenih pohodništvu, izobraževanju in rekreaciji.
 - **U4:** Vzpostavitev predlaganih petih kulinaričnih poti v okviru BZ Okusi Rogle ter povezava s Pohorsko kulinarično transverzalo.
 - **U5:** Ureditev Zreškega jezera in naselja Rakovec.
- **RC7: Vzpostavljen model oblikovanja in trženja butičnih in produktov outdoor ter produktov za posameznike in športne ekipe Destinacije Pohorje.**
 - **U1:** Pozicionirana zelena ponudba po modelu oblikovanja in trženja butičnih doživetij in produktov Destinacije Pohorje.
 - **U2:** Pozicionirana ponudba aktivnosti na prostem – Outdoor center Rogla.
 - **U3:** Pozicionirana ponudba produktov za posameznike in športne ekipe.
- **RC8: Spodbujanje investicij v raznolike nastanitvene kapacitete z zeleno zgodbo za kakovostno bivanje na Pohorju.**
 - **U1:** Načrt investiranja v nastanitvene kapacitete – obstoječe in nove (kampi, glampi, PZA, razpršeni hotel, mladinski hotel, turistične kmetije).
 - **U2:** Podpora in svetovanje občin in LTO Rogla - Zreče pri prijavah na razpise za sredstva in certificiranja.
 - **U3:** Delavnice s ponudniki za zeleno poslovanje glede na smernice ZSST. (Več v ukrepu DMMO 3.3)
- **RC9: Usposobljen kader za delo na področju turizma in s turizmom povezanih dejavnosti (turistični vodniki vseh vrst za območje celotnega Pohorja, informatorji, tržniki, ponudniki, zaposleni v gostinstvu ...).**
 - **U1:** Letni program usposabljanja zaposlenih v turistični in s turizmom povezanih dejavnostih. (Več v ukrepih DMMO 3.1 in 3.2)

Cilji in ukrepi na področju trženja turizma v sklopu Partnerstva za Pohorje (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **TC1: Nadgradnja jasno pozicionirane turistične ponudbe povezanih deležnikov.**
 - **U1:** Vzpostavljene aktivnosti za celovito in usklajeno komuniciranje pozicioniranja mreže STA, LTO-jev in RDMMO Pohorje.

- **TC2: Nadgradnja vzpostavljenega sistema internega in zunanjega komuniciranja s poudarkom na digitalnem trženju – čezsektorska platforma.**
 - **U1:** Nadgradnja strateškega načrta klasičnega in digitalnega komuniciranja ter trženja TRDP v okviru Destinacije Pohorje.
 - **U2:** Vzpostavitev destinacijske platforme z zagotovljenimi sredstvi za učinkovito spremljanje, evalviranje, komuniciranje, trženje, prodajo ter logistiko ponudbe in turističnih tokov.
- **TC3: Nadaljnje trženje privlačne, zelene, visokokakovostne ponudbe z lokalno dodano vrednostjo, certificirane z BZ Okusi Rogle in povezane s KBZ S Pohorja.**
 - **U1:** Trženje ponudbe, certificirane z BZ Okusi Rogle in Pohorski cekar, ter povezovanje z znamko Pohorje Beef ter KBZ S Pohorja.
 - **U2:** Letni koledar odprtih vrat, prireditve in dogodkov v TDRP in Destinaciji Pohorje.
- **TC4: Učinkovito trženje v mrežo povezanih verig STA ter nadaljnje povezovanje TIC-ev, informacijskih točk in ponudnikov.**
 - **U1:** Sistem in zagotovljena sredstva za nenehno usposabljanje tržnikov.
 - **U2:** Sistem in zagotovljena sredstva za interni pretok informacij, ki omogočajo poslovno odločanje in aktualno informiranje gostov ter trženje ponudbe.
 - **U3:** Konstantna nadgradnja platforme za informiranje, komuniciranje, trženje in prodajo turistične ponudbe.
- **TC5: Nadgradnja ponudbe ciljno trženih vodenih butičnih doživetij in produktov za posameznike in športne ekipe skladno s trendi v turistični panogi (programi doživetij v naravi in obnovljenih objektih kulturne dediščine, gastronomska doživetja, dobro počutje, aktivnosti na prostem, glamurozno kampiranje v naravi, zabavne aktivnosti za družine in skupine v ČŠOD Gorenje idr.)**
 - **U1:** Vzpostavljanje verig vrednosti in oblikovanje butičnih doživetij, produktov outdoor ter produktov za posameznike in športne ekipe.
 - **U2:** Tržno kanaliziranje oz. usmerjanje privlačnih butičnih in produktov, kot so doživetja outdoor ter produkti za posameznike in športne ekipe ter druge prepoznane ciljne skupine.
 - **U3:** Učinkovito trženje lokalne ponudbe s strani vodnikov (delavnica z vodniki).
 - **U4:** Učinkovito trženje lastne in povezane ponudbe s strani ponudnikov (doseči v sklopu usposabljanja KBZ).
- **TC6: Ambasadorji Pohorje učinkovito pozicionirajo na turistični zemljevid gorskih destinacij.**
 - **U1:** Vzpodbujanje ambasadorjev k privlačnem pozicioniranju Pohorja na turistični zemljevid gorskih destinacij.

5.6 Prioritetne projektne aktivnosti in investicije v občini Vitanje do leta 2028

Občine TDRP so usmerjene v ustanovitev DMMO TDRP ter nadaljnje aktivnosti povezovanja, kar se nanaša na vzpostavitev Regijskega parka Pohorje v sklopu projekta Pohorka, mreže TIC-ev in krovne RDMMO s KBZ S Pohorja.

Občina Vitanje bo v sodelovanju s TIC Vitanje poskrbela za:

- trajnostno mobilnost (npr. širitev izposoje koles, e-polnilnice, Prostofer z električnim vozilom);
- boljšo dostopnost po destinaciji (brezplačen avtobus v poletnih mesecih po TDRP v sodelovanju z ostalimi partnerji, kot je bilo to že izvedeno v preteklih letih s ciljem povezovanja atrakcij in trajnostne mobilnosti, ali npr. prevozi *hop-on* z e-avtobusom, e-kombijem ipd.);
- obnovo objektov KD, razstav oz. muzejev ter digitalizacijo dediščine in turistične ponudbe;
- vpis nesnovne dediščine v register (npr. pletarstvo, večglasno ljudsko petje, pustna povorka, čebelarstvo, skodlarstvo, izdelovanje butar itd.);
- izvajanje brezplačnih vodenih doživetij po TDRP v sodelovanju z ostalimi partnerji;
- oblikovanje edinstvenih doživetij v povezavi s kulinariko (Slovenia Unique Experiences);
- oblikovanje avtentičnih in tematsko obarvanih vodenih doživetij (po vzoru Po poteh vitanjskih vitezov);
- spodbujanje ostalih turističnih ponudnikov v občini Vitanje k oblikovanju celovitih, atraktivnih in avtentičnih doživetij (na podežlju, v starem trškem jedru in Centru Noordung), ki jih bodo lahko lokalni TIC-i in LTO vključevali v svojo ponudbo ter bodo prodajno naravnani);
- vključevanje in spodbujanje aktivnosti turističnih društev v občini Vitanje;
- spodbude za vzpostavljanje novih nastanitvenih kapacitet (sofinanciranje Občine Vitanje);
- sistem vzdrževanja in nadgradnje pohodnih, kolesarskih in tematskih poti ter nadgradnjo ponudbe (Pot med vodnjaki, Od kapljice do reke, krožna doživljajska pot Vitanje (sv. Vid–Vitanje), ureditev poti do obeh gradov, krožna kolesarska pot vitanjskih cerkva);
- spodbujanje povezovanja ponudnikov za trajnosten razvoj in samooskrbo na vseh nivojih družbenega življenja (BZ S Pohorja v navezi z BZ Okusi Rogle, Pohorski cekar in Pohorje Beef);
- izvajanje prireditev z lokalno gastronomijo in trajnostno noto (dogodki Zero Waste – npr. Holcerija);
- oblikovanje in izdajanje promocijskih materialov za območje občine Vitanje ter sodelovanje pri oblikovanju in izdajanju promocijskih materialov na nivoju TDRP in DP;
- skrb za ažurno posodabljanje turistične foto- in mediateke v Občini Vitanje v sodelovanju s TDRP;
- pripravo tedenskega napovednika dogodkov v občini Vitanje (oglasna tabla v mestu, spletna stran TIC Vitanje, spletna stran Občine Vitanje, sodelovanje društev);
- sodelovanje na borzah ponudnikov lokalnih izdelkov;
- varovanje in razvoj območij Natura 2000;
- povezovanje turizma s kmetijstvom, gozdarstvom in rokodelstvom ter osveščanje kmetijskih pridelovalcev in potrošnikov o vplivih na okolje;
- spodbujanje ponudnikov k vključitvi v ZSST (turistične agencije, atrakcije, nastanitveni in gostinski ponudniki);
- digitalizacijo kulturne dediščine (prikaz VR oz. digitalizacija doživetja pobiranja mravljinčjih jajčec, ki ga trenutno predstavlja maketa na Beškovnikovi domačiji na sv. Vidu);
- postajališča za avtodome;

- postavitve usmerjevalnih tabel ob vpadnicah in v mestu, ki obiskovalca vodijo k Centru Noordung in v TIC Vitanje;
- vzpostavitev nove turistične ponudbe (npr. ureditev športnega parka, revitalizacija naselja Rakovec itd.),
- posodobitev Odloka o lokalnih turističnih vodnikih na območju občine Vitanje.

Vse to so odlična izhodišča za razvoj novih turističnih produktov in doživetij.

5.7 Načrt udejanjanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP

Partnerstvo za Pohorje bo skladno s cilji nadaljevalo z aktivnostmi vzpostavljanja Destinacije Pohorje, ki jih koordinira RRA Podravje - Maribor v sodelovanju z vodilnimi destinacijami in podpornimi organizacijami. Vodilne destinacije bodo organiziranost nadgradile v RDMMO. V letih 2022 in 2023 bodo z delom nadaljevale vzpostavljene Projektna skupina, Delovna skupina za doživetja (DSD) ter Delovna skupina za trženje (DST), pridružile pa se jim bodo Delovna skupina za kakovost (DSK), Delovna skupina za raziskave in razvoj (DSRR) ter Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture (DSUTI), pod katero deluje šest specializiranih delovnih skupin, ki jih koordinira RRA Podravje - Maribor, in sicer: specializirana delovna skupina (v nadaljevanju tudi SDS) za kolesarstvo, SDS za pohodništvo, SDS za Regijski park Pohorje, SDS za žičnice, SDS za ceste in SDS za lesni center (koordinator RRA Koroška). Tako bodo povezani partnerji skozi članstvo v delovnih skupinah (v nadaljevanju DS) in SDS po razvojnih fazah do leta 2027 udeleženi zastavljenih ciljev. Več v dokumentu *Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 55–64).

6 RAZVOJ TURISTIČNE PONUDBE

Ko govorimo o turistični ponudbi, imamo v mislih naravno in kulturno dediščino, ki je za turistični obisk primerno urejena (t. i. primarna turistična ponudba), in infrastrukturo, ki je namenjena turistom (nastanitve, restavracije, atrakcije, produkti, urejene poti itd. (t. i. sekundarna turistična ponudba). Del turistične ponudbe je namenjen tudi lokalnemu prebivalstvu, kar je predvsem v luči trajnostnega turizma pomembno razumeti in upoštevati. Odgovorne turistične destinacije vse večji poudarek namenjajo razvoju turizma, ki je v sozvočju z lokalnim prebivalstvom in trajnostnim menedžmentom destinacije, ki za prebivalce ustvarja čim več podjetniških priložnosti, maksimira pozitivne učinke turističnega obiska in minimizira negativne. Izjemno pomembno je, da ima občina Vitanje pri razvoju turistične ponudbe in turističnih produktov v mislih tako prebivalce kot obiskovalce.

Razvoj turistične ponudbe je smiselno uskladiti z nacionalnimi in regionalnimi strateškimi smernicami s tega področja. Nekaj ključnih poudarkov podajamo v nadaljevanju dokumenta.

6.1 Nacionalna izhodišča

Pri razvoju turistične ponudbe bomo sledili nacionalnim izhodiščem in viziji Slovenije do 2028, ki je opredeljena kot »zelena, butična, z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse«.

To se bo doseglo s prilagajanjem ponudbe, produktov in infrastrukture podnebnim spremembam ter sledenjem priporočilom glede produktov in trgov za novo obdobje, navedenih v SST 2022–2028 (str. 28):

- nosilni produkti so v prihodnje produkti *outdoor* (bivanje in aktivnosti na prostem), skrb za zdravje, dobro počutje in dolgoživost (kot eden izmed izzivov prihodnjih desetletij);
- opredelitev turističnih območij po namenu aktivnosti in njihovih turističnih zmogljivostih, ki temeljijo na nosilni zmogljivosti;
- krepitev razvoja produktov izven koničnih sezon (pri čemer se upošteva, da se v obdobjih, ko narava potrebuje mir, turistične tokove usmerja v urbana območja);
- dodajanje vrednosti z lokalnimi verigami (kmetijstvo, šport, kultura, javni promet, avtentične vsebine);
- poseben poudarek razvoju poletnega oz. celoletnega turizma gorskih centrov z žičniško infrastrukturo;
- krepitev zelene infrastrukture, podprte s povezanim modelom trajnostne mobilnosti;
- razvoj gastronomije;
- razvoj produktov za zmanjšanje sezonskosti in podaljševanje povprečne dobe bivanja;
- trženjska prilagodljivost posebnostim makrodestinacije in nosilnih produktov;
- ohranitev domačega trga.

6.2 Makrodestinacijska izhodišča

Nacionalna strategija razvoja turizma Slovenijo deli na štiri makrodestinacije – vsaka izmed njih je geografsko zaokrožena enota, znotraj katere je ponudba podobna. Prepoznavne so na globalni ravni ter na preprost in razumljiv način predstavljajo raznoliko slovensko ponudbo (Mediterska in Kraška Slovenija, Ljubljana in Osrednja Slovenija, Panonska Slovenija in Alpska Slovenija). Makrodestinacija v slovenskem turizmu ostaja tržni koncept. (SST 2022–2028, str. 214)

Osnova makroregij je povezovanje s ciljem:

- učinkovitejšega povezovanja (med vodilnimi destinacijami in v okviru makrodestinacij, z STO),
- boljše podobe in arhitekture znamk za učinkovitejše komuniciranje,
- učinkovitejšega upravljanja trženja,
- izboljšane prepoznavnosti.

Alpska Slovenija – svet prijazno dostopnih hribov in gora, je makroregija, ki vključuje Julijske Alpe, Kamniško-Savinjske Alpe in Pohorje, kjer pohodniške in/ali kolesarske poti vodijo do tudi najvišjih vrhov, rek, jezer in slapov. Za ljubitelje zimskih športov so tu smučarska središča, kamor sodi tudi Rogla.

V prejšnjem strateškem obdobju je bil uveden koncept vodilnih destinacij. TDRP z vključenostjo v makroregijo Alpe Slovenije in kot vodilna destinacija Rogla - Pohorje lahko aktivno sodeluje pri nosilnih produktih v okviru STO: počitnice v gorah, Slovenia Outdoor, športni turizem itd., pri trženjskih kampanjah STO in se prijavlja na razpise, namenjene vodilnim destinacijam s strani MGRT, STO in drugih vladnih organizacij.

V nadaljevanju dokumenta povzemamo značilnosti te makrodestinacije ter njene nosilne in podporne produkte, kot jih opredeljuje nacionalna strategija razvoja turizma in ki z novo SST 2022–2028 ostajajo nespremenjene.

Slika 8: Značilnosti makrodestinacije Alpska Slovenija (v prihodnje naknadno dopolnjeno s smernicami nove SST)

KARAKTER	SCENARIJ	LEITMOTIV
Slikovit in celoletni aktivni alpski utrip	Alpski vrhovi, izjemni razgledi, reke, jezera in doline, pohodniške in kolesarske poti, smučišča in infrastruktura, ki nudi osnovo za celoletne aktivne počitnice in doživetja v naravi.	Sončne Alpe



Vir: Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021

Slika 9: Matrika produktov slovenskega turizma (MPST)



Vir: SST 2022–2028, str. 225

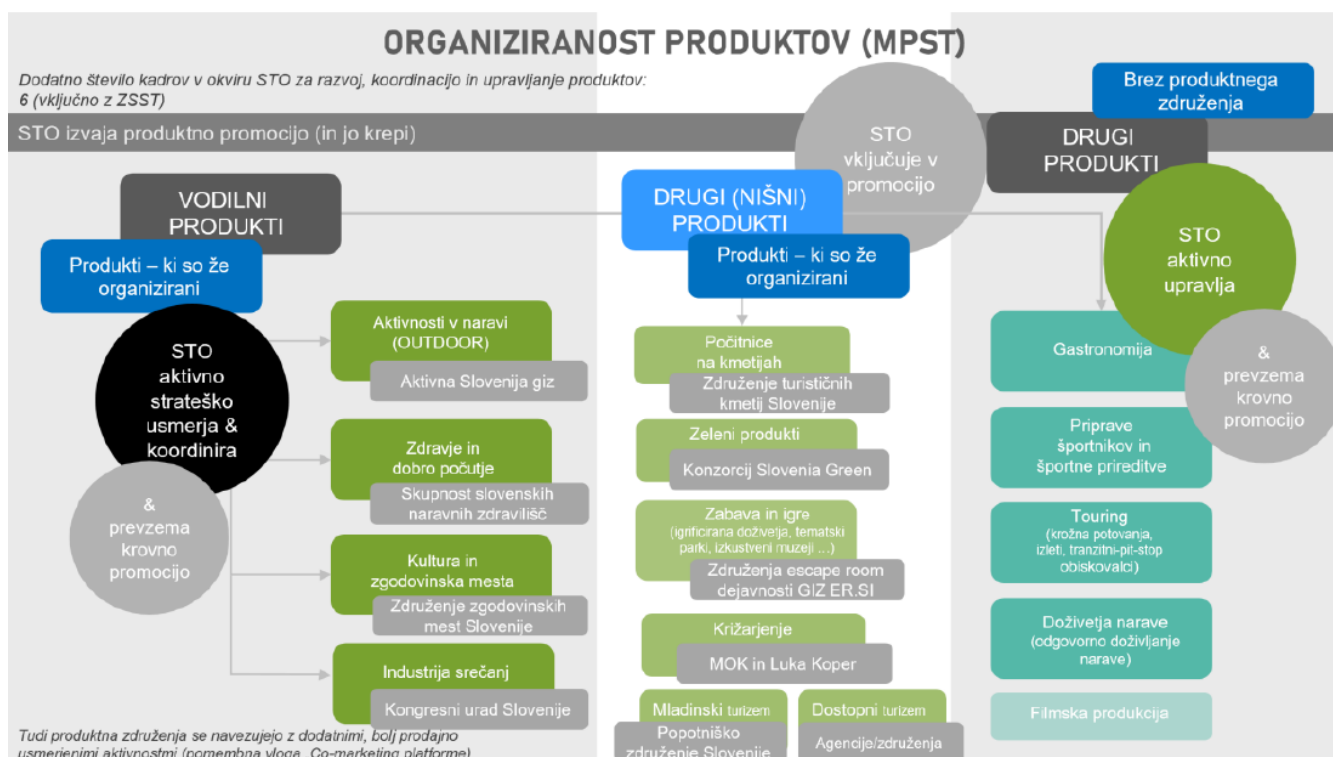
Matrika produktov slovenskega turizma (MPST) je matrika, ki opredeljuje, kateri produkti (produktni sklopi) so na krovni ravni slovenskega turizma prepoznani kot ključni. Ti produkti se nato oblikujejo na regijski/destinacijski/ponudbeni ravni. Znotraj produktnih kategorij je lahko večje število podproduktov oziroma produktnih segmentov (ki se morajo na trgu obravnavati posebej, glede na specifične ciljne segmente) oziroma zvrsti turizma.

Produkti v MPST so razporejeni v tri različne kategorije:

1. vodilni produkti (najmočnejši in najpomembnejši produkti, ki imajo izražen močan potencial za nadaljnjo rast);
2. horizontalni oziroma povezovalni produkti (ki lahko predstavljajo samostojen motiv prihoda, a trenutno na ravni Slovenije še v manjši meri);
3. posebni interesi in nišni produkti (nagovarjajo nek specifičen segment).

Posebno mesto imajo 5-zvezdična (butična) doživetja in zeleni produkti z močno izraženo trajnostno komponento, oboji z višjo dodano vrednostjo.

Slika 10: Prikaz organiziranosti produktov



Vir: SST 2022–2028, str. 244

6.3 Izhodišča razvoja turistične ponudbe TDRP

V analizi stanja smo obstoječe turistične produkte in doživetja TDRP razdelili v štiri skupine. Vse skupine produktov so ključne za preskok v razvoju turizma v TDRP. Razvojno smo jih podrobneje razčlenili v podglavju 6.3.1.

Tabela 13: Turistični produkti in doživetja TDRP

OSNOVNI PRODUKTI	TURISTIČNI PRODUKTI IN DOŽIVETJA
Nosilni produkti (ustvarjajo primarni motiv prihoda)	Ohranjanje zdravja, ohranjanje dobrega počutja, družinske počitnice 365 dni v letu, ponudba <i>outdoor</i> : bele aktivnosti – rekreacija na snegu, zelene aktivnosti – vodene ture pohodništvo, kolesarjenje, priprave športnikov, poslovni turizem, odkrivanje in doživljanje narave (npr. gozdni selfness), sprostitve v naravnem okolju, odkrivanje in doživljanje kulturne dediščine, prireditve in dogodki.
Podporni produkti (dopolnjujejo nosilni produkt)	Planinske in tematske poti, programi v navezi z belimi aktivnostmi, programi spoznavanja podeželja in kmetij, kulinarične delavnice, delavnice osebnostne rasti, rokodelske delavnice, zabavne aktivnosti, doživetja v mestih, izobraževanje in usposabljanje.
	Vino, kulinarika, športne in zabavne prireditve, naravoslovne prireditve, kulinarične prireditve, kulturne prireditve, dogodki z naravoslovno in kulturno noto, (trajnostne) prireditve Zero Waste.
Posebni produkti – specialni interesi	Poroke, klimatski tretmaji, t. i. potovanja <i>incentive</i> oz. motivacijska potovanja ³ , ribolov, botanika, doživljajske poti, romanja, tradicionalni pohodi.
Novi potencialni produkti	Edinstvena doživetja (SUE), zelena doživetja (KSG).

Vir: Prirejeno in dopolnjeno po Lešnik Štuhec, 2016b

V nadaljevanju razčlenjeni produkti in doživetja morajo slediti nacionalnim, makrodestinacijskim in destinacijskim smernicam ter izhodiščem razvoja:

- raznolikih, aktivnih doživetij,
- individualnih butičnih doživetij po meri posameznika in specifične skupine,
- doživetij, temelječih na naravi, miru, podeželju,
- kakovostnih, avtentičnih doživetij z lokalno, edinstveno noto,
- zelenih in edinstvenih doživetij z izrazito trajnostnim pridihom z manjšim odtisom,
- celoletnih doživetij,
- kulturnih in gastronomskih doživetij,
- lahko dostopnih in varnih doživetij,
- doživetij z večjo vrednostjo za vse.

Doživetja razvijamo zato, da obstoječe turiste s ponudbo dodatnih aktivnosti v destinaciji zadržimo dalj časa, oz. kot atrakcije, ki obiskovalce pritegnejo na destinaciji. Pomagajo nam pri doseganju KPI-jev ohranjanja dobe bivanja in dviga turistične potrošnje. Na drugi strani pa ohranjamo in nadgrajujemo že obstoječe

³ Potovanja *incentive* so pomembna podskupina industrije srečanj, spodbud, konferenc in razstav (MICE).

produkte ter razvijamo nove, da ustvarjamo primarni motiv turističnega prihoda na destinacijo. S tem sledimo KPI-jem zagotavljanja trajnostne rasti turističnega obiska in blažitve sezonskosti.

Razvoj produktov in doživetij mora biti organiziran na način, da z doživetji (npr. Po poteh vitanjskih vitezov) promoviramo produkte (npr. kulturni potep tipa razišči Vitanje), s produkti pa podpiramo, vključujemo in nadgrajujemo obstoječa doživetja in ponudbo (npr. vključena vstopnica za ogled znamenitosti, kot je Center Noordung) oz. pripravljamo podlago za razvoj novih.

Glavni strateški cilj na področju razvoja produktov in doživetij TDRP je vzpostaviti celovit sistem edinstvenih, butičnih, kakovostnih in zelenih (trajnostnih) doživetij z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse, ki bodo obiskovalcem TDRP na voljo 365 dni v letu. V ospredju bo posameznik, ki se bo na destinaciji počutil varno, jo zapustil bogatejši za nova spoznanja in navdušenje podelil z znanci.

Ista usmeritev pri razvoju produktov in doživetij velja tudi za občino Vitanje.

Glavni strateški cilj na področju razvoja produktov in doživetij TDRP in občine Vitanje podpira tako nacionalne kot makrodestinacijske prioritete ter ključne nosilne produkte in doživetja DP.

6.3.1 Produkti v TDRP

Za lažjo predstavbo, kako daleč je TDRP z razvojem produktov, smo jih razdelili v tri razvojne kategorije. Izzivov in priložnosti na tem področju je ogromno, ti pa se bodo reševali znotraj CD.

Tabela 14: Razdelitev produktov po razvojnih kategorijah – trenutno stanje v TDRP

RAZVITI PRODUKTI V TDRP	
ZIMSKI TURIZEM ZDRAVJE IN DOBRO POČUTJE KULTURA IN ZGODOVINSKA MESTA INDUSTRIJA SREČANJ	V to kategorijo sodijo produkti, ki so dosegli svoj razvojni potencial in so že dobro pozicionirani. Še naprej pa jih je treba prilagajati, izboljševati glede na razmere v TDRP in svetu. Slediti je treba trendom, jih redno posodabljati in nadgrajevati.
PRODUKTI V RAZVOJU IN VZPONU V TDRP	
AKTIVNOSTI V NARAVI TURIZEM NA PODEŽELJU TRADICIONALNE PRIREDITVE KULINARIKA – PROMOCIJA BZ OKUSI ROGLE	Vsi štiri produkti imajo velik razvojni potencial in predvsem potrebujejo strateško vodenje. V te produkte je v prihodnje treba vlagati največ, saj lahko dosežejo svoj največji potencial v najkrajšem času.
PRODUKTI PRIHODNOSTI TDRP	
ZELENI – TRAJNOSTNI PRODUKTI EDINSTVENI PRODUKTI (sledijo DNK TDRP – npr. kartuzijanske vrednote, gozdni selfness)	Produkti so v tem trenutku v začetni razvojni fazi in jih je treba začeti celovito strateško obravnavati.

Vir: lasten vir

6.3.2 Doživetja občine Vitanje

Doživetja smo razdelili v tematske sklope, saj jih na ta način lažje predstavimo končnemu kupcu. Izbrali smo tiste tematske sklope, ki imajo v tem trenutku najmočnejšo zgodbo, oz. tiste, ki jih potencialni gosti že v tem

trenutku povežejo z občino Vitanje in TDRP. V prihodnosti, ko se bodo doživetja nadaljnje razvijala, je tematike smiselno preveriti in po potrebi združevati oz. smiselno posodabljati.

Tabela 15: Potencialni gradniki doživetij občine Vitanje

UŽIJ VITANJE	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Doživetja lokalne in avtohtone kulinarike, ki temeljijo na BZ Okusi Rogle.</p> <p>Kulinarične ture (npr. Kulinarično razvajanje na Ekološki kmetiji Brodej).</p> <p>Podeželje in druženje s ponudniki (npr. Doživite Ekološko kmetijo Iršič-Meglič).</p>	<p>V tematski sklop sodijo doživetja lokalne in avtohtone kulinarike, ki temeljijo na BZ Okusi Rogle in zeliščnih namazih Ekološke kmetije Iršič-Meglič.</p>
RAZIŠČI VITANJE	
KULTURNI POTEPI	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Kamnite priče preteklosti (Goležev – Stari oz. Spodnji grad ter Krajnikov – Novi ali Gornji grad).</p> <p>Doživetje Preplet tradicije in sodobnosti (Beškovnikova kašča, Etnološki muzej na Ekološki kmetiji Brodej ali rokodelska dejavnost goslarja Petra Skaze).</p> <p>Tematski vodeni ogledi (npr. Po poteh vitanjskih viteзов, Zgodbe izpod glažutarstva).</p>	<p>Pomembne zgodovinske točke so odlična izhodiščna točka za doživetja novih spoznanj s prepletom tradicije in sodobnosti (oživljanje industrijske dediščine, t. i. <i>Dark Tourism</i>).</p> <p><i>»Nove zvezde kulturnega turizma so številna majhna zgodovinska mesta Slovenije – ki jih pospešeno razvijamo in na trgu pozicioniramo kot zaokrožen produkt (Historic towns of Slovenia/Slovenia Historic Towns), ki ga odlikujejo prenovljena zgodovinska jedra in urejeni javni ambient, majhne trgovinice z lokalnimi izdelki, butični hoteli, kakovostna gostinska ponudba, druženje z zgodovinsko vrednostjo, prenovljeni objekti kulturne dediščine z [visokokakovostnimi] in sodobno prezentiranimi vsebinami in pa seveda živahen prireditveni utrip – številne prireditve, festivali in ulično dogajanje, ob tem pa vsako mestece nudi tudi edinstvena doživetja.« (SST 2022–2028, str. 235)</i></p>
AKTIVNOSTI V NARAVI	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Produkti pohodništva (pot na Stenico) in kolesarjenja, vodene pohodne in učne poti (Od vodnjaka do vodnjaka, Učna pot Od kapljice do reke), potep z e-kolesom po starem trškem jedru, tudi do sosednjih destinacij ipd.</p>	<p>Aktivni turizem in turistične aktivnosti so za občino Vitanje pomembni, saj jo delajo drugačno. Širšemu krogu deležnikov omogočajo, da turistom predstavijo svojo ponudbo, zaradi česar slednji morebiti v destinaciji ostanejo dlje. To je pomembno zaradi zmanjšanja negativnih vplivov potovanj, ki se povečujejo s kratkimi počitnicami. Aktivni turizem je lahko pot do odgovornejših destinacij, ki si prizadevajo</p>

	za bolj razpršene koristi turizma za vso skupnost. (Edelheim, 2017)
DOŽIVETJA ZA DRUŽINE	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
Vodena tematska doživetja za družine (Center Noordung). Zabavna in poučna doživetja v naravi (Pot ob vodnjakih, Od kapljice do reke, krožna doživljajska pot Vitanje–sv. Vid–Vitanje).	Družina predstavlja velik segment populacije v družbi, zato so družinska doživetja velik potencial občine Vitanje.
ZELENI TURIZEM	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
Edinstvena doživetja (Slovenia Unique Experiences). Zgodba o glažutarstvu na Rakovcu. Kartuzijanske vrednote v navezi v Vitanjem – pridelava zdravih zelišč, čajev, grenčic na domačiji Iršič-Meglič.	TIC Vitanje s kombinacijo edinstvenih doživetij oblikuje zelena doživetja, ki so neponovljiva in avtohtona območju. <i>»Produkt spoštuje občutljivo naravo in ne pušča sledi v okolju. V ospredje postavlja prvinskost in avtentičnost in ob doživljanju narave ponuja najboljše iz lokalne gastronomije.«</i> (SST 2022–2028, str. 239)
OBČUTI VITANJE (selfness)	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
Gozdna kopel pri slapu Žimpret, Eko glampingu Brodej ali kmetiji Iršič-Meglič pod Novim gradom.	Občina Vitanje z neokrnjeno naravo ponuja edinstveno okolje za posebne programe wellnessa. Priložnosti vidimo predvsem v programih čutnega razvajanja in selfnessa, ki v ospredje postavljajo um in čustveno sfero.

6.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni menedžmenta turistične ponudbe in doživetij

Učinkovit razvoj produktov zahteva ustrezno produktno organiziranost in strukturo. Center doživetij območja Vitanje oblikuje razvojno politiko na področju produktov ter spodbuja in usmerja nadaljnji razvoj doživetij v Vitanju. Naloge delovne skupine CD območja Vitanje:

- spodbuja kakovostne prireditve in dogodke na nivoju Vitanja;
- skrbi za razvoj produktov in produktnih tržnih kombinacij – pomaga razvijati turistične produkte;
- spodbuja k promocijski akciji dnevov odprtih vrat ponudnikov na območju Vitanje;
- vodi register lokalnih turističnih vodnikov in skrbi za njihovo usposabljanje;
- poskrbi za prijavo na poziv STO – Slovenia Unique Experiences;
- skrbi za odlično informiranje v TIC Vitanje;
- skrbi za informiranje in ozaveščanje deležnikov v turizmu;
- sodeluje s CD DP;

- spremlja in evalvira aktivnosti CD območja Vitanje;
- izvaja redne delovne sestanke in pripravlja poročila (razdelitev nalog, opredelitev načina vključevanja deležnikov, financiranje ...);
- vzpostavi regijska partnerstva (Celje, Šentjur, Žalec, Slovenska Bistrica);
- letno spremlja ter evalvira *Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028*.

Glede na to, da je produkt aktivnosti v naravi (produkt *outdoor*) v novem strateškem obdobju SST 2022–2028 najbolj dinamičen in rastoč slovenski produkt, z aktivnim delom na nadgradnji infrastrukture, storitev in izkušnje pa postane tudi najkonkurenčnejši, z znatno povečano dodano vrednostjo, predstavljamo operativne cilje in ukrepe, vezane na ta segment razvoja turizma, ki se prepletajo skozi vse ukrepe in cilje pričujoče strategije. Obenem pa s tem produktom lahko uspešno udeležimo princip usmerjanja tokov in spoštovanja nosilne zmogljivosti prostora in narave.

Tabela 16: Operativni cilji z ukrepi na področju menedžmenta ponudbe CD območja Vitanje

CD 7: Vzpostavitev delovne skupine CD območja Vitanje	
CD 7.1	Vzpostavitev delovne skupine znotraj centra doživetij v destinaciji, ki bo odgovorna za razvoj ponudbe aktivnega turizma v naravi oz. ponudbe <i>outdoor</i>
AKTIVNOST	<p><i>Delovna skupina znotraj CD bo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pripravila Akcijski načrt za razvoj aktivnega turizma v naravi; • spodbujala in nudila podporo razvoju pohodnikom in kolesarjem prijazne ponudbe; • sodelovala s turističnimi ponudniki pri zagotavljanju višje dodane vrednosti za obiskovalce; • skrbela za digitalizacijo tematskih pohodniških in kolesarskih poti; • organizirala redne delovne sestanke in pripravljala poročila; • poskrbela za izvajanje številnih ukrepov na področju trajnostne mobilnosti z namenom pospešitve aktivnega turizma v naravi z: <ul style="list-style-type: none"> ○ možnostjo izposoje e-koles v TIC Vitanje in ○ spodbujanjem trajne oblike potovanja tako občanov kot obiskovalcev (trajno naravnane oblike mobilnosti).
ČASOVNICA	Skozi celotno strateško obdobje.
CD 7.2	Vzpostavitev regijskih partnerstev (z ostalimi destinacijami in ponudniki)
AKTIVNOST	<i>Sodelovanje delovne skupine CD z drugimi sosednjimi destinacijami in ponudniki pri bogatitvi skupne ponudbe in doživetij za obiskovalce (Šentjur, Žalec, Celje in Slovenska Bistrica).</i>
ČASOVNICA	Skozi celotno strateško obdobje.

Urejena infrastruktura predstavlja enega izmed ključnih stebrov pri razvoju turističnega produkta, saj neurejena infrastruktura oz. pomanjkanje osnovne infrastrukture otežuje razvoj turizma, vodi do sporov s

preostalimi uporabniki in lokalnim prebivalstvom, pogosto pa ima tudi negativne vplive na naravno okolje, kar otežuje sledenje ciljem trajnostnega upravljanja destinacije. V nadaljevanju tako predstavljamo ukrepe za razvoj turistične ponudbe za doseganje višje kakovosti, produktivnosti in dodane vrednosti, s ciljem dohitevanja konkurence ter trajnostne oživitve in razvoja turizma. SST 2022–2028 (str. 58) izpostavlja, da naložb v specializirano, butično in celovito trajnostno ponudbo primanjkuje. Ob tem poudarja, da je bilo v preteklem obdobju vlaganj v celovito urejanje turističnih destinacij, tj. v javno infrastrukturo, usklajeno z naložbami zasebnega sektorja, premalo, zato so v pričujočem strateškem dokumentu vključene tudi zasebne naložbe ponudnikov, usklajene z vizijo TDRP in posameznih občin.

Tabela 17: Operativni cilji z ukrepi na področju infrastrukture za razvoj turistične ponudbe občine Vitanje

CD 8: Investicije v turistično infrastrukturo	
CD 8.1	Investicija in prenova ponudbe Ekološke kmetije Iršič-Meglič
AKTIVNOST	<p>Obogatitev ponudbe na omenjeni kmetiji.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • prenova 200 let stare prežitkarske hiše z možnostjo nastanitve, • zajetje vode in ureditev knajpanja, • ureditev rastlinjaka in možnost prikaza vzgoje pridelkov (visoke grede in talna vzgoja), • nova ponudba: sprehod po divjem gozdu, • ureditev gozdarske hiše z divjo kuhinjo.
ČASOVNICA	Do 2023.
CD 8.2	Ureditev športnega parka
AKTIVNOST	<p>Zaključek prve faze ureditve športnega parka v bližini šole je bil leta 2021. Sledijo aktivnosti druge faze.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev tribun, • ureditev atletske steze.
ČASOVNICA	Do 2024.
CD 8.3	Sanacija strehe in nakup opreme za KSEVT
AKTIVNOST	<p>Občina bo sanacijo strehe in nakup opreme za KSEVT, v katerem deluje Javni zavod Center Noordung, prijavila na LAS-ov razpis.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • popravilo strehe, • zatemnitev kupole (senčila), • ureditev razsvetljave (svetlobni efekti) ipd.
ČASOVNICA	Do 2024.
CD 8.4	Obnova in ureditev Rupnikove hiše
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev muzejske zbirke o zgodovini kraja in hiše,

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • povezava z rodbino Noordung, <p>Do 2025.</p>
CD 8.5	Lokacijska umestitev in vzpostavitev kampa
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • iskanje lokacije, • lokacijska ureditev, • iskanje investitorjev ipd.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.6	Ureditev kolesarske infrastrukture
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev regijske kolesarske poti: Vitanje–Zreče–Loška Gora–Gračič–Oplotnica, • nadaljevanje izgradnje kolesarskih poti v občini, • vzpostavitev sistema in trženja kolesarskih daljinskih poti.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.7	Revitalizacija naselja Rakovec in povezava z ostalimi glažutarskimi naselji na Pohorju
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • energetska sanacija objekta, • obnova dvorca, • ureditev spominskega kotička na temo steklarstva.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.8	Vzpostavitev rokodelskega centra v sklopu Etnološkega muzeja Brodej
AKTIVNOST	<p>Etnološki muzej Brodej je zbirka starih predmetov in ljudskega izročila na prelepi ekološki kmetiji s petimi hiškami za glamping.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • prijava projekta na razpis za pridobitev sredstev, • popis in opis starih predmetov, • tematska ureditev muzeja.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.9	Sistem vzdrževanja in nadgradnja pohodnih, kolesarskih in tematskih poti ter ponudbe
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev učnih poti Pot med vodnjaki in Od kapljice do reke, • ureditev krožne doživljajske poti Vitanje–sv. Vid–Vitanje, • ureditev poti do obeh gradov, • ureditev Krožne kolesarske poti vitanjskih cerkva.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.10	Usmerjevalne table
	Postavitev usmerjevalnih tabel ob vpadnicah in v mestu, ki obiskovalca vodijo k Centru Noordung in v TIC Vitanje.

AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • izdelava elaborata, • postavitve tabel. Do konca strateškega obdobja.
CD 8.11	Ureditev novih tematskih poti
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • vzpostavitev učne poti o rimskih kamnolomih in drugih poti v sodelovanju s Pokrajinskim muzejem Celje, • oživitev rudarjenja in začetkov razvoja industrije z navezavo na Žigo Zoisa, • vzpostavitev tematske poti žage in mlini. Do konca strateškega obdobja.
CD 8.12	Ureditev poti do dveh gradov
AKTIVNOST	<i>Aktivnosti za ureditev poti do Starega in Novega gradu.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.

Z razvojem turističnih produktov in infrastrukture ter povezovanjem s sosednjimi destinacijami in turističnimi ponudniki TDRP lahko občina Vitanje svoje obiskovalce dolgoročno zadrži, zato je vlaganje v razvoj turistične ponudbe potrebno in upravičeno. Pri tem je pomembno pozornost nameniti razvoju produktov, ki bodo polnili prazne kapacitete nastanitvenih ponudnikov (Eko glamping Brodej, ponudniki apartmajev in sob). V nadaljevanju podajamo ukrepe in cilje za razvite produkte, ki so potrebni nadgradnje, produkte v razvoju ter produkte za prihodnost, ki sledijo trendom v turizmu in viziji razvoja slovenskega turizma. S spodnjimi cilji se bo pripomoglo k doseganju strateškega cilja vzpostavitve celovitega sistema edinstvenih, dostopnih, kakovostnih in zelenih (trajnostnih) doživetij, ki bodo obiskovalcem TDRP na voljo 365 dni v letu, s posameznikom v ospredju, da bo destinacijo zapustil bogatejši za nova spoznanja in navdušenje podelil z znanci. Ista usmeritev pri razvoju turistične ponudbe velja tudi za občino Vitanje.

Tabela 18: Operativni cilji z ukrepi na področju razvoja turistične ponudbe občine Vitanje

CD 9: Nadgradnja zimskega turizma	
CD 9.1	Analiza vpliva podnebnih sprememb TDRP
AKTIVNOST	<p>Zaradi podnebnih sprememb bodo dolgoročno zime pri nas vse bolj mile, pomanjkanje snega pa vse pogostejše. Višje zimske temperature bodo umetno zasneževanje močno podražile, sčasoma pa naj bi slednje postalo tudi velik izziv. Glede na to, da je smučarski center Rogla izjemno priljubljena zimska destinacija ravno zaradi smučišča, je še toliko bolj pomembno razumeti vpliv podnebnih sprememb in njihovo časovnico.</p> <p><i>Katere spremembe se obetajo in kaj to pomeni za smučišče na Rogli, bo pokazala podrobnejša analiza vpliva podnebnih sprememb, ki naj nastane v sodelovanju med občino, LTO, podjetjem Unitur in zunanjim izvajalcem, strokovnjakom za podnebne modele.</i></p> <p><i>Priprava analize vpliva podnebnih sprememb bo uporabljena kot izhodišče pri razvoju dodatne ponudbe v TDRP. Dokument se bo nanašal tudi na občino Vitanje. Načinov ukrepanja za omejitev podnebnih sprememb je veliko. Večji poudarek bo treba nameniti razvoju zelenega turizma in s tem tudi zmanjšati vplive turizma na okolje.</i></p>

<p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>ponudbe paketov, vezanih na najem e-koles (npr. Z e-kolesom po Vitanju) s kombinacijo naravnih in kulturnih znamenitosti. Z dodatno krepitvijo e-polnilnic po občini Vitanje, predvidenim Outdoor centrom Rogla v TDRP in drugimi storitvami bi se tako TDRP lahko v prihodnje izpostavljala kot destinacija za e-kolesarjenje in na tem gradila dodatno svojo razlikovalno prednost v kombinaciji s kartuzijanskimi vrednotami.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • zagotavljanje strokovne pomoči oz. sofinanciranje pridobivanja certifikata za nastanitve, prijazne pohodnikom in kolesarjem, • ureditev kolesarskih poti; • usposabljanje za kolesarske in pohodniške vodnike (enoten register vodnikov za specializirana vodenja: planinska, pohodniška, kolesarska in tematska), • enovita ureditev postajališč za kolesarje in pohodnike (pitniki, klopce, nosilci za kolesa, polnilne postaje itd.) tako v občini Vitanje kot v TDRP, • vzpostavitev sistema in trženja daljinskih kolesarskih poti. <p>Morebitna pridobitev ene certificirane pohodniške ali kolesarske nastanitve do konca strateškega obdobja.</p>
<p>CD 13: Razvoj turizma na podeželju</p>	
<p>CD 13.1</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Ustvarjeno s srcem oz. odprta vrata TDRP</p> <p>Cilj TDRP je, da obstoječe goste zadrži dlje ter s tem povečuje število prenočitev in posledično PDB ter dviguje potrošnjo. Temu cilju naj sledi tudi občina Vitanje.</p> <p>Eden izmed mehanizmov, kako to uresničiti, so brezplačna vodenja po TDRP v času počitnic, ki so se že izvajala v letu 2021 in so se izkazala za promocijsko zelo uspešna z višanjem zadovoljstva obiskovalcev. V času počitnic je bilo gostom vsak dan na voljo eno doživetje, na katerega so se lahko prijavili (vodene kolesarske in pohodniške ture, vodeni ogledi znamenitosti). Strošek obiskovalca je bila poravnava vstopnine. Ob ponujenih vodenih doživetjih je bilo v nadaljevanju zaželeno, da gostje ob obisku znamenitosti ali kmetij niso le vodeni, temveč tudi nekaj doživijo (so vključeni v izvedbo). Tovrstnih akcij naj se občina Vitanje poslužuje še naprej.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • izvajanje raznolikih brezplačnih vodenj; • pridobivanje sredstev za brezplačna vodenja iz razpisa STO, namenjenega TA in vodnikom (prijava TIC Slovenske Konjice – TA, LTO Rogla - Zreče, GIZ – TA, Pohorje Turizem – TA, Slovenina – turistična vodnica, Teja Peperko, s. p. – turistična vodnica, idr.); • usklajevanje s ponudniki in destinacijskimi vodniki; • vključitev kmetij in vinskih kleti v brezplačna vodenja (strošek obiskovalcev so pokušine vzorcev vin, narezki, ogledi muzejske zbirke, Minattijeva kava ipd.); • vsako brezplačno vodenje se zaključi na mestu prodaje BZ Okusi Rogle. <p>Konstantno.</p>
<p>CD 14: Nadgradnja tradicionalnih prireditev</p>	
<p>CD 14.1</p>	<p>Nadgradnja uspešnih tradicionalnih prireditev v turistični produkt in razvoj novih</p>

AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<p>Občina Vitanje se ponaša s številnimi tradicionalnimi prireditvami (več v podpoglavju 3.2), s katerimi gradi pozitivno podobo. Večdnevne prireditve bi v prihodnje lahko prispevale k dodatni zasedenosti turističnih kapacitet.</p> <p>Kar nekaj dogodkov ima izjemen potencial za nadgradnjo v turistični produkt – bodisi z razvojem v trajnostno prireditev Zero Waste bodisi z drugo vsebinsko nadgradnjo že obstoječe prireditve.</p> <p><i>Nadgradnja obstoječih dogodkov in pridobitev BZ Okusi Rogle je že naloga CK, ki naj v sodelovanju s CD pripravi akcijski načrt za razvoj tradicionalnih prireditev, obvezno vključujoč korake in ideje, kako prireditve in dogodke nadgraditi v produkte.</i></p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>identifikacija najbolj primernih prireditev in dogodkov za nadgradnjo,</i> • <i>pridobitev soglasja organizatorjev,</i> • <i>nadgradnja v produkt v sodelovanju z organizatorji,</i> • <i>identifikacija primernih dogodkov do leta 2024,</i> • <i>nadgradnja ene prireditve na leto (pridobitev BZ Okusi Rogle, Zero Waste).</i> <p><i>Pri uresničevanju predvidenih aktivnosti in razvoju novih prireditev se je treba zavedati, da je organizacija prireditve smiselna in stroškovno upravičena takrat, ko prireditev promovira turistični produkt na destinaciji in polni turistične kapacitete predvsem izven glavne turistične sezone.</i></p> <p><i>Do konca programskega obdobja (2028) ena prireditev občine Vitanje pridobi certifikat BZ Okusi Rogle.</i></p>
CD 15: Nadgradnja kulinarike – Okusi Rogle	
CD 15.1 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Prodaja lokalnih dobrot BZ Okusi Rogle in KBZ S Pohorja</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>vnos izdelkov in storitev v spletno trgovino destinacijske spletne strani,</i> • <i>širitev prodajnih mest in povezovanje BZ Okusi Rogle z DP in KBZ S Pohorja (po vodilnih destinacijah, TIC-ih DP, TIC-ih TDRP in prodajnih avtomatih na območju PP),</i> • <i>dodatna ocenjevanja in uvedba nove kategorije Nastanitev in Hiša Okusi Rogle,</i> • <i>ocenjevanja za pridobitev BZ Okusi Rogle,</i> • <i>marketinške in trženjske aktivnosti,</i> • <i>izvedba borze lokalnih ponudnikov letno,</i> • <i>nadgradnja produkta Ustvarjeno s srcem – odprta vrata in delavnice pri ponudnikih.</i> <p>Konstantno.</p>
CD 15.2 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Pridobitev znaka Slovenia Green Cuisine</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>spodbujanje in vstop gostincev v ZSST,</i> • <i>pošiljanje zelenih novičk in načrtovanih izobraževanj za ponudnike.</i> <p>Do konca programskega obdobja (2028) najmanj eden gostinski ponudnik občine Vitanje z znakom Slovenia Green Cuisine. V letih 2024/2025 izobraževalna delavnica za turistične ponudnike o ZSST.</p>

CD 16: Vzpostavitev zelenih, trajnostnih produktov	
CD 16.1	<p>Smernice za razvoj zelenih, trajnostnih produktov</p> <p>V zeleno doživetje se vključi ponudnike s pridobljenim znakom Slovenia Green in se tako obiskovalcem ponudi celovita trajnostna izkušnja.</p> <p>Trenutno v občini Vitanje znaka Slovenia Green nima noben ponudnik.</p> <p><i>V družino ZSST različne ponudnike (gostinske in nastanitvene ponudnike, atrakcije, turistične agencije) spodbudita DMMO TDRP in TIC Vitanje s pomočjo različnih aktivnosti (zeleno novičke, delavnice in izobraževanja, ogledi primerov dobrih praks). Na tem mestu je pomembno osveščanje o trajnostnem razvoju turizma.</i></p>
AKTIVNOST	
ČASOVNICA	Konstantno.
CD 17: Vzpostavitev edinstvenih produktov	
CD 17.1	<p>Smernice za razvoj edinstvenih doživetij</p> <p><i>Sodelovanje z DMMO TDRP in ostalimi ponudniki je vzpostavljeno pri oblikovanju in prijavi vsaj treh doživetij SUE na poziv STO za pridobitev znaka SUE do konca programskega obdobja. Gre za dobro priložnost za oblikovanje trajnostnega doživetja, vezanega na kartuzijanske vrednote ali glažutarstvo (npr. prikaz glažutarskega življenja na Rakovcu).</i></p> <p><i>Edinstveno doživetje je lahko krožna doživljajska pot Vitanje–sv. Vid–Vitanje, kjer bi na poti doživljali različne aktivnosti, srečali konje in čebele, naredili kulinarčni in etnološki postanek na Beškovnikovi kašči in si ogledali digitaliziran prikaz pobiranja mravljinčjih jajčec.</i></p>
AKTIVNOST	
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 18: Vzpostavitev produkta gozdni selfness	
CD 18.1	<p>Oživitev doživetja na temo čutenja dreves oz. gozdne kopeli</p> <p>V okviru projekta MGRT je bil v letu 2021 oblikovan izjemno zanimiv program Čutenje dreves po načelu gozdne kopeli v parku Slovenskih Konjic (nad Dvorcem Trebnik) in na Brinjevi gori po smernicah edinstvenega, trajnostnega doživetja. Po podobnem konceptu se lahko doživetje oblikuje tudi za občino Vitanje pri Eko glampingu Brodej, slapu Žimpret ali pod Novim gradom (s posebno energijo ruševin). Gozdne kopeli so po svetu vse bolj poznane kot trend vračanja ljudi k naravi. Pri njej se udeleženci na umirjen način okopajo v dobrodejnih elementih gozda ali drugega naravnega okolja.</p> <p>Drevesa so že od nekdaj močno prisotna tako v naši zunanji kot tudi notranji pokrajini. Človek se je med njimi evolucijsko razvil, bil z njimi povezan, celo odvisen od njih, saj jih je potreboval za hrano, zavetje, gradbeni material in seveda tudi kot osnovno življenjsko silo – kisik. Prav pri tem pa tudi mi drevesom dajemo del sebe – ogljikov dioksid, poleg tega da za njih skrbimo z ohranjanjem gozda, urejanjem parkov, sajenjem na vrtu in drugod. Drevesa imajo velik pomen tudi za ohranjanje biotske raznovrstnosti, preprečujejo erozijo prsti, ohlajajo ozračje in nenazadnje prostoru ponujajo neprecenljivo estetiko. Skozi zgodovino je človek drevesa dojemal zelo različno, od tega, da je bil povsem materialno odvisen od njih, do tega, da jih je čustveno in poetično opeval, jih uporabljal za zdravljenje in energijsko polnjenje, se ob njih zbiral in gradil domove ter jih celo dojemal kot magična duhovna bitja, ki mu lahko pomagajo pri zaščiti, sreči, zdravju in blaginji. Z vsemi svojimi značilnostmi pa so drevesa v različnih kulturah po svetu, tudi v naši, ves čas ohranjala simbol življenja, moči in trdnosti.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p>

7 PROMOCIJA

Zaradi covid-19 v letih 2020 do 2022, v letu 2022 pa še zaradi vojne v Ukrajini, je tako globalni kot slovenski turizem v stanju izrednih razmer.

SST 2022–2028 (str. 247) pristop k trgom deli na:

- a) postcovidno obdobje (kratkoročno do srednjeročno oziroma od 2022–2024);
- b) dolgoročneje – od 2025 naprej.

Načrt trženja, ki ga predstavljamo v nadaljevanju, je za uspeh TDRP ključnega pomena. Vsebinsko bo temeljila na že znanem logotipu in sloganu s tremi ključnimi besedami RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ, ki je bil oblikovan v prejšnjem programskem obdobju.

RAZIŠČI – naravo, kulturno krajino, zgodovino in kulturno dediščino ter lokalno ponudbo, ki zagotavlja kakovost, izvirnost in lokalno dodano vrednost z BZ Okusi Rogle; razišči in gradi družinske vezi; spoznaj vrednote Žičkih kartuzijanov in delaj na sebi.

OBČUTI – telesno moč ob programih ohranjanja zdravja ter sproščanje ob programih dobrega počutja in razvajanja na Rogli, v Termah Zreče in pri manjših wellness ponudnikih; mišično moč ob intenzivnih športnih pripravah; povezanost narave in človeka v skritih kottičkih TDRP, na planjah in barjih, v Oplotniškem vintgarju, Rakovcu, Partovcu, Žički kartuziji, s pogledom na zvonike številnih cerkva, ki opozarjajo nase in na pretekle rodove, ki so jih postavili na najbolj razglednih in energetskih točkah.

UŽIJ – lepe razglede, čisti zrak ter mir pohorskih planin in gozdov; lokalno kulinariko in odlična vina, žganja, slastno pohorsko vodo ter sokove jabolk in hrušk, ki rastejo na obronkih Pohorja, marmelado gozdnih sadežev, pohorska zelišča in izdelke iz njih; vse to z lokalno dodano vrednostjo na območju med Roglo in Dravinjsko dolino.

Na podlagi ključnih besed, ki opisujejo značilnosti destinacije in sestavljajo slogan, ter na podlagi vizije TDRP, ki opredeljuje turistične programe, smo v podpoglavju 6.3.1 izpostavili deset ključnih produktov (razviti produkti, produkti v razvoju, produkti za prihodnost). Slednji so usklajeni tudi z nosilnimi in sekundarnimi produkti slovenskega turizma za Alpsko Slovenijo, kamor je uvrščena TDRP, in tudi Termalne Panonske Slovenije, katere del je tudi TDRP. Promocijske vsebine naj bodo oblikovane na podlagi teh nosilnih produktov in sporočane po vseh medijih. Dodatno naj bodo podprte še z lokalnimi ambasadorji, izjemnimi lokalnimi ponudniki in posamezniki, ki bodo gostom prenašali svoje bogato znanje in izkušnje.

Glavni strateški cilj na področju promocije je dvigniti prepoznavnost TDRP, pri čemer komunikacijske aktivnosti podpirajo zeleno butičnost destinacije in edinstvena doživetja z večjo vrednostjo za vse. Zadovoljni obiskovalci so vabljeni v varno destinacijo, z manjšim odtisom, skrbjo za zanamce in nagrajevanjem trajnostnega obnašanja.

Ista usmeritev pri promociji in trženju velja tudi za občino Vitanje.

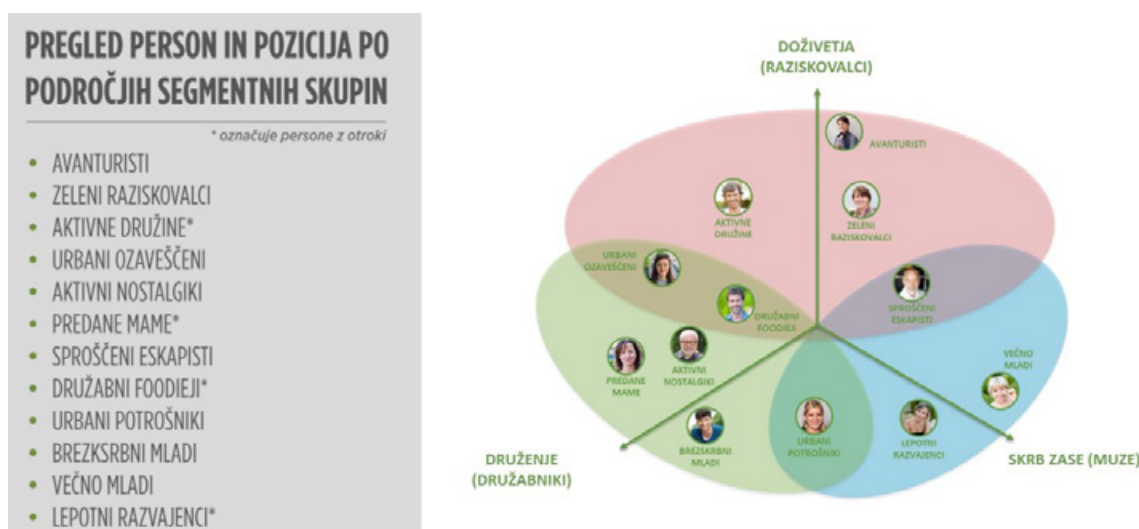
7.1 Ciljna publika in ključni deležniki

Ciljna publika, s katero naj TDRP in s tem občina Vitanje komunicira, so družine, individualni gostje in pari ter seniorji. Starost celotne ciljne publike se giblje med 30. in 70. letom, prav tako pa vse zanimajo narava in odgovoren odnos do nje, športne aktivnosti v vseh letnih časih, doživetja zgodovine in kulturnih znamenitosti, zgodbe, tradicija in življenje lokalnih prebivalcev, sprostitvev, kulinarika in tradicionalne prireditve. Želimo si, da bi destinacijo prepoznali kot gostoljubno, aktivno, trajnostno, kulturno, okusno in predvsem raznoliko.

7.1.1 Ciljne skupine

V nadaljevanju podajamo opredelitev t. i. person – 12 ciljnih skupin slovenskega turizma oz. tipičnih predstavnikov segmentov, določenih na podlagi raziskave podjetja Valicon Tourism (2016).

Slika 11: Pregled person in umestitev v segmentne skupine



Vir: Valicon Tourism, 2016, str. 16

TDRP lahko cilja na naslednje persone, ki so bile povzete po zgoraj navedeni raziskavi:

1. Zeleni raziskovalci (raziskovalci)

Primarno želijo iti nekam, kjer je lepo, spoznavati želijo nove dežele in doživeti raznolikost. Zanimajo jih lahke aktivnosti v naravi in ogled naravnih znamenitosti, obiskati si želijo stara mestna jedra. Pričakujejo tudi sprostitvev ter dobro počutje, mir, čisto okolje, lepo naravo in dostopne informacije. Informacije pridobivajo predvsem na spletu, v tiskanih vodičih in lokalno. Velik poudarek pri odločanju dajo fotografijam. Namestitve iščejo na turističnih kmetijah, v kakovostnih zasebnih sobah in »drugačnih« namestitvah, kot so na primer glampingi. Prvenstveno prihajajo iz Nemčije in držav Beneluksa ter potujejo v dvoje.

2. Družabni foodieji (družabniki)

Primarni motiv teh person je okusiti in izkusiti presežke, zanimajo jih kulinarika in obisk vinskih kleti, kulturna dediščina (gradovi in stara mestna jedra) in zgodovina lokalnih znamenitosti. Sekundarni motiv jim je uživati in se imeti lepo, spoznati nekaj novega ter preživeti kakovosten čas s partnerjem in otroki. V destinaciji,

kamor potujejo, želijo biti sproščeni, se spočiti in pozabiti na vsakdanje skrbi, želijo si čas s partnerjem in da bo poskrbljeno tudi za aktivnosti za otroke. Bivajo predvsem v hotelih. Vpliv na njihovo odločanje o potovanju imajo informacije na spletu, priporočila oseb, tiskani vodiči ter deloma tudi mediji in lokalne informacije. Prihajajo iz Italije, držav Beneluksa, Velike Britanije in Francije, potujejo pa z družino in občasno v dvoje.

3. Sproščeni eskapisti (muze)

Njihov primarni motiv je pobeg od napornega vsakdana, pomembna sta jim tudi skrb za zdravje in dobro počutje ter spoznavanje novega okolja, želijo si digitalnega detoksa. Zanimajo jih bazeni s termalno vodo in opazovanje narave, programi selfnessa, lokalne specialitete in posebne izkušnje, zato v turistični destinaciji pričakujejo doživetje sproščenosti in umirjenosti, želijo si brezskrbnosti, odmika in miru, pridobivanja vitalne energije, odlično hrano ter gostoljubnost. Odločajo se za bivanje v hotelu, potujejo pa v dvoje. Vpliv na njihovo odločanje imajo splet in priporočila oseb, lokalne informacije in tiskani vodiči. Prihajajo predvsem iz Italije, Avstrije, Nemčije, Velike Britanije, Skandinavije in držav Beneluksa.

4. Aktivni nostalgiki (družabniki)

Njihovi primarni motivi za potovanje so stik z naravo, sprememba vsakdana in preživljanje časa s partnerjem. Želijo se spočiti in se sprostiti, uživati v neokrnjeni naravi, doživeti nekaj zabavnega in biti v stiku z lokalnimi prebivalci. Odpravijo se na pohode po lažjih pohodnih poteh in se udeležujejo tudi drugih lažjih športnih aktivnosti, obiskujejo naravne parke in znamenitosti ter lokalne prireditve. Radi uživajo v dobri kulinariki in spijo v hotelih, njihova značilnost pa je tudi, da se v kraje, kjer so se dobro počutili, vračajo. Velik vpliv na odločanje o potovanju imajo za njih lokalne informacije, splet in tudi tiskani vodiči. Prihajajo predvsem iz Italije, Avstrije, Nemčije, Velike Britanije, Skandinavije in držav Beneluksa.

5. Predane mame (družabniki)

Primarni motiv teh person je preživeti čas z družino in prijatelji, umakniti se želijo iz mesta v naravo, kjer bodo njihovi otroci lahko aktivni, se ukvarjali z različnimi športnimi aktivnostmi ter počeli, kar doma ne morejo. Zanima jih tudi lažje pohodništvo, da občutijo svobodo in se lahko družijo s prijatelji. Iščejo kakovostne namestitve (zasebne sobe, turistične kmetije, družinske hotele), cene pa morajo biti ugodne. Potujejo skupaj z družino in prijatelji. Pri njihovem odločanju za turistično destinacijo imajo vpliv predvsem lokalne informacije, splet in tiskani vodiči ter tudi priporočila oseb. Prihajajo iz držav Beneluksa, Skandinavije, Italije, Avstrije in Nemčije.

6. Aktivne družine (raziskovalci)

Aktivne družine želijo predvsem doživeti nekaj novega, biti v gibanju in spoznati naravno okolje. Zanimajo jih športne aktivnosti, predvsem raziskovanja na kolesu, želijo pa tudi uživati in se odmakniti od vsakdanjega življenja, si širiti obzorja, se neomejeno gibati v naravi in se povezati z družino. Želijo, da so njihove počitnice razgibane in da so v stiku z lokalnimi prebivalci. Pri zbiranju informacij o potovanju se opirajo predvsem na splet in tudi tiskane vodiče, informacije pa iščejo še v različnih drugih (klasičnih) medijih. Prihajajo iz držav Beneluksa, Skandinavije in Hrvaške.

Poleg zgoraj naštetih glavnih šestih person so za našo destinacijo zanimivi tudi urbani ozaveščeni (raziskovalci) in avanturisti (raziskovalci), ki v več kriterijih ustrezajo našim ciljnim skupinam, ampak se bodo zaradi njihovih interesov najbrž prvenstveno odločali za druge destinacije.

SST 2022–2028 (str. 248) predvideva reevalvacijo, poenostavitev, predvsem pa prilagoditev postcovidnemu obdobju obstoječega modela person. Ko bo to urejeno na ravni krovne organizacije, bomo obstoječe ciljne skupine posodobili oz. ustrezno popravili.

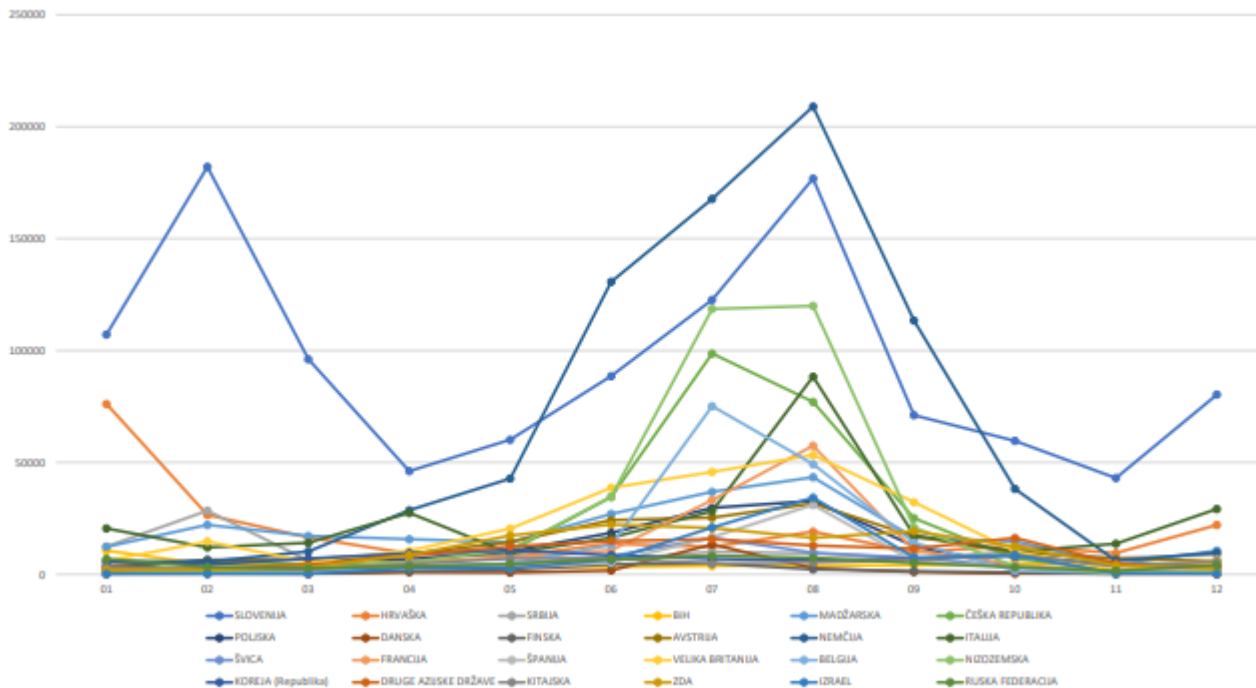
7.1.2 Ključni trgi

TDRP po razdelitvi slovenskega turizma spada v turistično makrodestinacijo Alpska Slovenija in je opredeljena kot ena izmed vodilnih destinacij, zaradi Term Zreče pa se destinacija dobro povezuje tudi z makrodestinacijo Termalna Panonska Slovenija, zato se ključni trgi, na katerih bo DMMO TDRP in s tem tudi Občina Vitanje komunicirala z 20 opredeljenimi ciljnim skupinami, skladajo tudi s prednostnimi trgi slovenskega turizma, destinacija pa se zato pri promocijskih aktivnostih vključuje tudi v aktivnosti Slovenske turistične organizacije.

SST 2022–2028 (str. 39) navaja naslednje vzorce obiska alpske MD:

- Domači gostje ustvarijo največ prenočitev, za posebej pomemben segment pa veljajo predvsem v izvensezonskih mesecih.
- Za vse MD velja, da so (poleg domačih) v izvensezonskih mesecih najbolj dosegljivi bližnji trgi, italijanski in avstrijski v Termalni Panonski ter italijanski, hrvaški in madžarski v Alpiski Sloveniji.
- Alpska MD zabeležen največ prenočitev v Sloveniji. Najmanj obiskani meseci so marec, november in december, v katerih krepko prevladujejo slovenski gostje, ki jim v novembru in decembru sledijo Italijani in Hrvati. V marcu od tujih trgov poleg Italijanov in Hrvatov izstopajo še Madžari.

Slika 12: Prikaz mesečnega števila nočitev po državah prihoda v MD Alpska Slovenija (2019)



Vir: SST 2022–2028, str. 39

V Termalni Panonski Sloveniji domači gostje prispevajo 54 % nočitev, v alpskem svetu pa 24 %. Za alpske destinacije so zelo pomembni nizozemski in češki gostje. Italijanski obiskovalci so dokaj enakomerno razporejeni po vseh makrodestinacijah. (SST 2022–2028, str. 77)

Smernice po trgih oziroma skupinah trgov, kot jih navaja SST 2022–2028 (str. 248–249):

- Domači trg. Do normalizacije razmer na tujih trgih je treba ohraniti domači trg, s poudarkom na trženju izven poletnih mesecev in krepitvi prodaje dodatne ponudbe oziroma doživetij.
- Evropski trg. Vsaj srednjeročno osredotočanje na trge v radiusu okvirno 700 km. Ti so:
 - Nemčija, Italija, Avstrija,
 - višegrajska četverica trgov (Madžarska, Češka, Slovaška in Poljska),
 - Hrvaška in Srbija,
 - Beneluks (Belgija, Nizozemska, Luksemburg), Francija, Španija in Velika Britanija,
 - Skandinavija in
 - Ruska federacija.
- Oddaljeni trg. STO kljub spremenjeni situaciji zaradi covid-19 in varnostnih tveganj zadrži omejene in zelo ciljne aktivnosti na slednjih oddaljenih trgih: ZDA, Kanada, Izrael, skupina GCC in azijski trg (Japonska, Kitajska, Koreja). Po normalizaciji razmer se vrednotijo aktivnosti tudi na novih oddaljenih trgih, kot sta npr. Avstralija in Nova Zelandija.

Z željo, da bi ciljne skupine območje Vitanja prepoznale kot gostoljubno, aktivno, trajnostno, zeleno, butično, kulturno, okusno in predvsem raznoliko, naj s ciljno skupino komunicira kar se da iskreno, v prijaznem tonu, ji poskuša s fotografijami in video vsebinami približati življenje lokalnih prebivalcev, tradicijo in tradicionalno kulinariko. S pomočjo lokalnih ambasadorjev lahko potencialne obiskovalce seznanja in poučuje o ponudbi v destinaciji, jim svetuje pri načrtovanju njihovega potovanja in se jim predstavi kot zelena, trajnostna destinacija z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse.

Povzetek ključnih in perspektivnih trgov po opredeljenih nosilnih produktih občine Vitanje podajamo v nadaljevanju.

Tabela 19: Ključni in perspektivni trg ter persone po nosilnih produktih občine Vitanje

PRODUKTI	PERSONE	KLJUČNI TRGI	PERSPEKTIVNI TRGI
AKTIVNI TURIZEM V NARAVI	Primarno: aktivne družine (raziskovalci) in aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: avanturisti (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Madžarska Italija	Države Beneluksa Srbija Velika Britanija Skandinavija Češka

DOBRO POČUTJE (wellness in spa) in GOZDNI WELLNESS	Sproščeni eskapisti (muze) in družabni foodieji (družabniki).	Slovenija Italija Avstrija Nemčija	Velika Britanija Države Beneluksa Skandinavija
KULTURNI TURIZEM	Primarno: zeleni raziskovalci (raziskovalci), družabni foodieji (družabniki); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Slovenija Avstrija Nemčija Italija	Države Beneluksa Velika Britanija
TURIZEM NA PODEŽELJU	Primarno: predane mame (raziskovalci) in aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: avanturisti (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Avstrija Nemčija Italija	Velika Britanija Srbija
TRADICIONALNE PRIREDITVE	Primarno: aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Italija Avstrija	Srbija Velika Britanija Države Beneluksa
KULINARIKA – BZ OKUSI ROGLE	Primarno: družabni foodieji (družabniki), sproščeni eskapisti (muze); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Italija Slovenija Avstrija Nemčija	Velika Britanija Države Beneluksa Skandinavija ZDA
ZELENI TRAJNOSTNI PRODUKTI in EDINSTVENI PRODUKTI	Zeleni raziskovalci (raziskovalci).	Slovenija Nemčija Države Beneluksa Avstrija	Skandinavija Španija

Kot smo že omenili, se obstoječi model ciljnih person slovenskega turizma (12 person in 3 segmentne skupine) v prihodnosti preveri, ovrednoti, poenostavi in prilagodi postcovidnemu obdobju, pri čemer se upoštevajo strateške smernice SST 2022–2028 in trženjska politika. Cilj omenjene strategije je vzpostavitev enostavnejšega modela segmentacije in uveljavitev enotnega modela na vseh ravneh, tudi na ravni spremljanja vrste in obsega segmentov po destinacijah. (SST 2022–2028, str. 249)

V nadaljevanju podajamo še nekaj ključnih smernic in potrebne premike na področju promocije in tržnega komuniciranja, ki jih navaja SST 2022–2028 (str. 253):

- komunicirati zeleno politiko oziroma zeleno zgodbo Slovenije;
- ponuditi dodatne kanale in večjo izpostavljenost za vse nosilce znaka Slovenia Green;

- koncept trženja od »klasične promocije« k družbeno odgovornemu trženju, ki nagovarja odgovornejšega, osveščene in družbeno aktiviranega posameznika, uveljavlja koncept povabljenega gosta (gosta, ki ga želimo in ki ceni naše vrednote);
- znamka Slovenije kot države *I feel Slovenia* (v uporabi od leta 2007) ostaja krovna znamka slovenskega turizma tudi v novem strateškem obdobju;
- način trženja, ki v komunikacijo vključuje tudi zelene prakse in priporočila (npr. promocija trajnostne mobilnosti).

Če na kratko povzamemo, morajo orodja in komunikacija okrepiti oziroma učinkovito podpreti motive za obisk Slovenije pomladi, jeseni in pozimi, podpreti prizadevanja za razbremenitev določenih točk obiska, komunicirati zeleno politiko Slovenije in njeno avtentično kulturno identiteto, učinkovito nagovoriti zahtevnejše segmente, ki nadpovprečno potujejo izven konic sezone, ter ponuditi konkretno trajnostno vrednost za obiskovalca. (SST 2022–2028, str. 254)

7.1.3 Opredelitev lokalnih ambasadorjev glede na nosilne produkte

V nadaljevanju opredeljujemo lokalne ambasadorje občine Vitanje glede na nosilne produkte. Gre za še živeče prepoznavne ljudi ali zasedbe, ki s svojimi vrhunskimi dosežki promovirajo kraj. Pomembno je spodbujanje lokalnih turističnih ponudnikov in ostalih znanih osebnosti občine Vitanje k izdelavi in delitvi foto- in videomaterialov ter zgodb v občini na družbenih omrežjih. Tesno sodelovanje z lokalnimi turističnimi ponudniki in prepoznavnimi osebnostmi občine je izjemnega pomena, saj lahko bistveno pripomore k prepoznavnosti in privlačnosti območja Vitanja ter povečuje njegovo zaželenost v očeh potencialnih obiskovalcev.

- Kulturni turizem:

Pavel Skaza (rokodelec, Goslarski atelje), pater Zdravko Jakob in Blaž Šef (gledališki igralec).

- Kulinarika in izdelki – BZ Okusi Rogle:

Ekološka kmetija Iršič-Meglič (zeliščni namazi).

- Aktivni turizem v naravi:

Andraž Pogorevc (ultra trail tekač).

- Turizem na podeželju:

Eko glamping Brodej in Ekološka kmetija Iršič-Meglič.

- Dobro počutje in gozdni wellness:

Eko glamping Brodej.

- Tradicionalne prireditve:

Holcerija (Turistično društvo Vitanje), Trška kuhna (Društvo kmetič Lipa Vitanje, Turistično društvo Vitanje, TIC Vitanje).

7.2 Destinacijska znamka

TDRP je po potrditvi skupnega *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b) izvedla javni natečaj za najboljši predlog logotipa destinacije.

Med prispelimi predlogi je bil izbran predlog Andrejke Belhar Polanc (Vizualni prevodi, Andrejka Belhar Polanc, s. p.). Vodilo pri oblikovanju logotipa je bilo čimbolj preprosto prikazati značilnosti TDRP. Enostavna in čista oblika zlahka nosi množico različnih pomenov. Predstavlja Pohorje z zelenimi gozdovi ter doline in reke, ujete med razgibano pokrajino. Prelivajoče se barve to še dodatno podkrepijo. Preplet linij ponazarja gibanje, igrivost in raznolike aktivnosti, ki jih ta prostor omogoča, štiri barve, ujete v obliki metulja/rože/deteljice, pa zastopajo štiri občine in pestro ponudbo turistične destinacije. Prepoznavnost logotipa izraža jasen napis blagovne znamke s čistim in skladnim slikovnim delom. Preprosta oblika omogoča enostavno uporabo in aplikativnost na različne medije. Izbrani logotip je prikazan na spodnji sliki in ostaja brez sprememb tudi v novem strateškem obdobju do 2028.

Občina Vitanje naj ob trženju svoje turistične ponudbe uporablja slogan in logotip TDRP, kot ju je uporabljala do sedaj.

Slika 13: Logotip TDRP



Pri trženju BZ Okusi Rogle se uporablja spodnji logotip.

Slika 14: Logotip BZ Okusi Rogle



Pri trženju se naj uporabljata še logotipa certifikatov Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021. Med strateškim obdobjem se uporaba logotipov posodablja v skladu z aktualno pridobljenimi certifikati in nazivi.

Slika 15: Logotipa Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021



7.3 Tržno komuniciranje in komunikacijski načrt

Izvajanje *Načrta razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028* bo slonelo na naslednjih medijih in orodjih:

Lastni mediji Občine Vitanje:

- spletna stran TIC Vitanje (www.tic-vitanje.si),
- spletna stran Centra Noordung (www.center-noordung.si).

Lastni mediji TDRP:

- interaktivna spletna stran TDRP (www.rogla-pohorje.si),
- e-novice,
- blog,
- destinacijski časopis.

Prisluženi mediji:

- Facebook Rogla - Pohorje, Okusi Rogle, TIC Vitanje in Center Noordung,
- Instagram @roglapohorje in @zickakartuzija,
- YouTube Rogla - Pohorje,
- TripAdvisor.

Na vseh zgoraj prisluženih medijih je TDRP že dejavna, predlagamo pa še:

- LinkedIn,
- TikTok.

Plačljivi mediji:

- iskalni marketing: Google Search in GSP ter Facebook oglaševanje (dogodki in turistični programi),
- tiskani in drugi oglasi,
- sejmi.

Posebni mediji in kanali oz. metode distribucije vsebin:

- vplivnostni marketing – sodelovanje z influencerji in blogerji,
- nativno oglaševanje (vključevanje naše vsebine v različne medije).

TDRP in Občina Vitanje naj se v novem strateškem obdobju poslužujeta predvsem sodobne tehnologije in, kot usmerja SST 2022–2028 (str. 36), nadaljujeta z implementacijo digitalnih komunikacijskih orodij in digitalnega vsebinskega trženja, skladno s trendi, tako na nacionalni kot tudi na ravni posameznih turističnih destinacij in turističnih ponudnikov.

7.3.1 Operativni cilji in ukrepi na ravni promocije

Največja izziva za TDRP in s tem tudi občino Vitanje sta dvig prepoznavnosti med ciljnimi skupinami in komunikacija edinstvenih razlikovalnih prednosti določenega območja. Cilji ukrepov, vezanih na promocijo, so tako osredotočeni predvsem na dvig prepoznavnosti ter repozicioniranje destinacije in njene ponudbe. Načrtovane aktivnosti, ki jih bo izvajal Center za trženje (v nadaljevanju CT), sledijo razvoju turistične ponudbe in doživetij (poglavje 6), ki bodo privabljali obiskovalce z večjo kupno močjo in namenom, da v destinaciji ostanejo dalj časa.

Tabela 20: Operativni cilji z ukrepi na področju promocije – CT TDRP in občine Vitanje

CT 21: Izbor digitalnih medijev, njihovo povezovanje in definiranje uporabniških poti	
CT 21.1 in 21.2 AKTIVNOST ČASOVNICA	Spletna stran TIC Vitanje CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine ter vsi ključni in perspektivni trgi. POVEZANOST MED MEDIJI: <ul style="list-style-type: none"> • plačljivo oglaševanje (Google Search), • vtičnik za Instagram na spletni strani, • uporaba video vsebin tudi na YouTube, • uporaba fotografij na spletni strani in družbenih medijih. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ažurno objavljanje vsebin, podprtih s plačljivim oglaševanjem.</i> • <i>Nadgradnja in ureditev spletne trgovine TDRP, kjer se bodo prodajali vstopnice, izdelki ponudnikov Okusi Rogle, doživetja ipd.</i> Konstantno.
CT 21.3 AKTIVNOST ČASOVNICA	E-novice TDRP CILJNE SKUPINE IN TRGI: ciljano glede na nosilne produkte in trge. POVEZANOST MED MEDIJI: uporaba video vsebin, ki bodo na spletni strani in družbenih medijih. <i>Priprava uredniškega koledarja vsebin (o aktualni turistični ponudbi in dogajanju v TDRP in s tem tudi občini Vitanje) in časovni načrt za pošiljanje enkrat mesečno.</i> Konstantno.

CT 21.8 AKTIVNOST IN ČASOVNICA	Youtube TDRP CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in ključni trgi. POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran in Facebook. <i>Začeti z aktivnim komuniciranjem z novimi video vsebinami s konstantnim izvajanjem v celotnem strateškem obdobju.</i>
CT 21.9 AKTIVNOST IN ČASOVNICA	TripAdvisor CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in ključni trgi. POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, e-novice in Facebook. <i>Pridobitev pravic do urejanja vsebin za glavne znamenitosti v TDRP, nato konstantno izvajanje v celotnem strateškem obdobju.</i>
CT 21.10 AKTIVNOST IN ČASOVNICA	Iskalni marketing CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in vsi ključni trgi. POVEZANOST MED MEDIJI: Google Search, remarketing, Facebook Ads, Instagram Ads. <i>Oglaševanje na podlagi ključnih besed s konstantnim izvajanjem v celotnem strateškem obdobju na ključnih trgih.</i>
CT 21.11 AKTIVNOST ČASOVNICA	Tiskani in drugi oglasi CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi, ampak poudarek na zelenih raziskovalcih, aktivnih nostalgikih, predanih mamah in aktivnih družinah v Avstriji in Nemčiji. POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, sejmi, strog izbor tiskanih medijev. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vsebine oglasov v medijih v ospredje postavljajo ključne produkte občine Vitanje (odvisno od vrste tiskanega medija).</i> • <i>Zakup oglaševalskega prostora (časopisi in revije, jumbo plakatna mesta in LED ekrani) ter oblikovanje oglasov.</i> Konstantno.
CT 21.12 AKTIVNOST ČASOVNICA	Sejmi (domači in tuji) CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi glede na produkte s poudarkom na zelenih raziskovalcih, aktivnih nostalgikih in predanih mamah. POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, družbena omrežja, tiskani oglasi, promocijski materiali. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Priprava letnega načrta udeležbe na sejmi, pri čemer ima prednost sodelovanje z nacionalnimi organizacijami in produktnimi združenji.</i> • <i>Predstavitve usklajene komunikacije na spletni strani in družbenih omrežjih.</i> • <i>Priprava novih promocijskih panojev in druge opreme za sejemske nastope ter promocijskih materialov (z uporabo novih fotografij).</i> Skozi celotno strateško obdobje.

<p>CT 21.13</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Oglaševanje TDRP in s tem tudi občine Vitanje na dveh dodatnih družbenih omrežjih (LinkedIn in TikTok)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Analiza smiselnosti vzpostavitve dveh dodatnih družbenih omrežij v sodelovanju z zunanjo agencijo.</i> • <i>Odprtje računa in pričetek aktivne uporabe strani – samostojno ali z zunanjimi izvajalci.</i> • <i>Priprava vsebin za prilagojene ciljne skupine – v sodelovanju z zunanjimi izvajalci.</i> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>CT 21.14</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Vplivnostni marketing</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi, poudarek na zelenih raziskovalcih, družabnih foodiejih, sproščenih eksapistih in urbanih ozaveščenih.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: Instagram, Facebook, YouTube.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sodelovanje z blogerji in vplivneži (influencerji) s konstantnim izvajanjem v celotnem obdobju, vsaj dve akciji na leto.</i> • <i>Dogovor s primernimi blogerji glede načina sodelovanja, najti primeren termin in se dogovoriti s ponudniki glede predstavitev.</i> • <i>Spremljanje objav blogerjev in deljenje njihovih objav.</i> <p>Konstantno.</p>
<p>CT 21.15</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Nativno oglaševanje</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran.</p> <p><i>Vključevanje že pripravljenih vsebin za občino Vitanje v različne medije.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>CT 21.16</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>IN</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Študijske ture po TDRP za organizatorje potovanj</p> <p><i>Organizacija ene študijske ture letno do konca strateškega obdobja, pri čemer s svojo ponudbo aktivno sodeluje tudi Občina Vitanje.</i></p>
<p>CT 22: Priprava novega promocijskega materiala</p>	
<p>CT 22.1</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Video vsebine in fotografije</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Multimedijska predstavitev visoke kakovosti: posnetek TDRP (in s tem tudi občine Vitanje) z dronom.</i> • <i>Priprava novih video vsebin (npr. animacije, droni) za spletno stran in družbena omrežja.</i> • <i>Pridobivanje krajših video vsebin (izobraževalnih, uporabnih) v celotnem obdobju.</i> • <i>Nove fotografije TDRP in s tem tudi občine Vitanje skozi vse štiri letne čase.</i> • <i>Predstavitev vseh ključnih atrakcij skozi multimedijo.</i> • <i>Implementacija naprednih digitalnih rešitev za atrakcije (AR, VR ipd.) s ciljem večje prepoznavnosti in vidljivosti na trgu.</i> <p>Do 2025.</p>

CT 22.2 AKTIVNOST ČASOVNICA	Ponatis tiskovin in priprava novih <i>V skladu s trendi in celotno grafično podobo TDRP se oblikujejo nove tiskovine ter po potrebi ponatisnejo že obstoječe. Priprava novih zloženek in ponatis tudi za območje Vitanja.</i> Konstantno.
CT 22.3 AKTIVNOST ČASOVNICA	PR aktivnosti <ul style="list-style-type: none"> • <i>Izvedba študijskih tur za novinarje domačih in tujih medijev, samostojno ali v sodelovanju s ponudniki ali destinacijami. Rezultat bo verodostojna in cenovno ugodna predstavitev v izbranih medijih, kar bo pripomoglo k dvigu prepoznavnosti. Na ture naj se v prvi fazi privabijo slovenski, pozneje pa tudi italijanski, hrvaški, avstrijski in nemški mediji. Smiselno je pritegniti tudi specializirane, nišne medije za izbrane turistične produkte in doživetja. Študijske ture izvajajo tudi STO in nekatere druge organizacije, s katerimi se je mogoče povezati.</i> • <i>Oblikovanje medijskega središča na spletni strani z informacijami za novinarje in multimedijskimi vsebinami.</i> • <i>Organiziranje tiskovnih konferenc o pomembnih dogodkih.</i> Konstantno.

7.4 Merjenje učinkov promocije

Obstajajo različne metode merjenja uspešnosti in učinkovitosti promocije. Z merjenjem rezultatov pokažemo, kaj se je z vloženi sredstvi dejansko doseglo. Nekaj ključnih KPI-jev tako za celotno promocijo kot za posamezna orodja in kanale promocije smo nanizali v nadaljevanju dokumenta.

7.4.1 Ključni KPI-ji za celotno promocijo

- Šest novih produktov (trije produkti za prihodnost in trije produkti v razvoju);
- trajnostna rast turističnega obiska (rast prihodov 3 % letno);
- daljša doba bivanja (10 % letno);
- povečanje števila sledilcev Facebook strani Rogla - Pohorje letno za 4 % in povečanje obiska uradne spletne strani Rogla - Pohorje letno za 2 %; velja tudi za Facebook in spletno stran TIC Vitanje;
- dodana vrednost oblikovanja novih produktov: vključevanje lokalnih ponudnikov in prebivalcev v promocijske aktivnosti;
- povečana sredstva za namene promocije in povečan delež postavke za digitalno oglaševanje znotraj sredstev v prejšnjem obdobju;
- ustrezna razporeditev del: polno odmerjen čas za enega zaposlenega za digitalno oglaševanje TDRP.

7.4.2 Ključni KPI-ji za posamezna orodja in kanale promocije

Spletna stran:

- povečanje obiska uradne spletne strani Rogla - Pohorje letno za 2 %; velja tudi za spletno stran TIC Vitanje;
- aktivacija obiskovalcev na spletni strani (čas na spletni strani, globina strani na obiskovalca, interakcija obiskovalcev, prenos publikacij, deljenje vsebin na družbenih omrežjih, prodaja na strani);
- število obiskovalcev na blogu;
- število obiskovalcev na pristajalnih straneh.

Facebook:

- povečanje števila sledilcev Facebook strani Rogla - Pohorje letno za 4 %; velja tudi za TIC Vitanje;
- povečan doseg;
- večja vključenost sledilcev (število všečkov in komentarjev).

YouTube:

- povečano število sledilcev (2 %),
- večja interakcija (povečano število deljenih vsebin).

Iskalno oglaševanje:

- povečanje števila obiskovalcev spletne strani Rogla - Pohorje za 2 % letno (leta 2021: 17.605 uporabnikov, leta 2028: 20.223 uporabnikov),
- povečan obisk strani z vseh ključnih trgov,
- število povratnih obiskovalcev povečano za 20 % v celotnem strateškem obdobju (leta 2021: 20 % povratnikov, leta 2028: 24 %).

Tiskani in drugi mediji:

- povečano število bralcev tiskanih medijev,
- povečano število unovčenih kupončkov iz oglasov (npr. iz destinacijskega časopisa idr.).

Sejemski nastopi in predstavitve:

- sejemske nastope uskladiti z načinom komuniciranja na spletnih mestih in socialnih omrežjih – podoba stojnice za predstavitev glavnih produktov, sodelovanje z lokalnimi ambasadorji.

Vplivnostni marketing:

- povečano število novih sledilcev s sledilci blogerjev in influencerjev.

Nativno oglaševanje:

- povečano število bralcev.

8 TERMINSKI NAČRT IZVAJANJA UKREPOV

V spodnji tabeli je pripravljen okvirni terminski načrt izvajanja ukrepov, ki jih predlagamo za izboljšanje konkurenčnosti občine Vitanje. Ukrepi si sledijo glede na finančne in druge zmožnosti tako Občine Vitanje kot TDRP. Najprej naj se uresničujejo ukrepi na področju kadrovske ureditve TIC Vitanje in DMMO TDRP, ki bosta odgovorna za implementacijo *Načrta razvoja in trženja turizma v TDRP in občine Vitanje 2022–2028* ter merjenje rezultatov.

Tabela 21: Okvirni terminski načrt izvajanja ukrepov

	22	23	24	25	26	27	28	NOSILCI*	KOORDINATOR*
OPERATIVNI CILJ 1: Optimizacija delovanja TIC Vitanje in LTO Rogla - Zreče, GIZ									
UKREP 1: Preimenovanje LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ								LTO Rogla - Zreče, GIZ	
UKREP 2: Zagotavljanje vzdržnega finančnega poslovanja TIC Vitanje								Občina Vitanje	LTO Rogla - Zreče, GIZ
UKREP 3: Kadrovska ureditev TIC Vitanje								Občina Vitanje	LTO Rogla - Zreče, GIZ
UKREP 4: Sodelovanje s SOU – notranjo organizacijsko enoto Skupno službo varstva okolja								TIC Vitanje	DMMO TDRP, SOU
OPERATIVNI CILJ 2: Sodelovanje z deležniki na destinaciji in območju občine Vitanje									
UKREP 1: Delovna skupina znotraj TDRP in območja Vitanje ter vključevanje prebivalcev								DMMO TDRP, TIC Vitanje	CK, CT, CD, CRR
UKREP 2: Spodbujanje novih ponudnikov in novih oblik nastanitev								TIC Vitanje, Občina Vitanje	CK, CT, CRR
UKREP 3: Sodelovanje z DP								DMMO TDRP, DMMO DP	CK, CT, CD, CRR
UKREP 4: Sodelovanje s KSG								DMMO TDRP, GOODPLACE, TIC Vitanje	Zeleni koordinator
UKREP 5: Sodelovanje z ZZMS								DMMO TDRP, ZZMS	CD, CT, TIC Slovenske Konjice
UKREP 6: Sodelovanje s Slovenia Outdoor								DMMO TDRP, Slovenia Outdoor	CD
UKREP 7: Projektno sodelovanje z RDO Dežela Celjska								DMMO TDRP	CD, CT

OPERATIVNI CILJ 3: Razvoj kadrov in usposabljanje v turizmu									
UKREP 1: Interno izobraževanje in usposabljanje								TIC Vitanje	
UKREP 2: Usposabljanje in izobraževanje deležnikov v turizmu								TIC Vitanje	CK, CRR
UKREP 3: Krepitev trajnostnega poslovanja ponudnikov								TIC Vitanje	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 4: Upravljanje turističnih tokov									
UKREP 1: Merjenje turističnega obiska in določitev nosilne zmogljivosti								ZP	TIC Vitanje
UKREP 2: Uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov v skladu z izračunom nosilne zmogljivosti								TIC Vitanje	Zeleni koordinator, CRR, CD, CT, CK
UKREP 3: Razogljičenje in uravnoteženje občine Vitanje								TIC Vitanje, ZP	Zeleni koordinator, CRR, CD, CT, CK
OPERATIVNI CILJ 5: Merjenje ekonomskih učinkov in spremljanje zadovoljstva									
UKREP 1: Merjenje ekonomskih učinkov								TIC Vitanje	
UKREP 2: Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih								TIC Vitanje, ZP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 6: Izvajanje ter spremljanje Načrta razvoja in trženja turizma									
UKREP 1: Izdelava letnih načrtov								TIC Vitanje	CK, CT, CRR, CD, zeleni koordinator
UKREP 2: Spremljanje izvajanja ter evalvacija Načrta razvoja in trženja turizma								TIC Vitanje	CK, CT, CRR, CD, zeleni koordinator
UKREP 3: Dosledno izvajanje Akcijskega načrta za trajnostni razvoj TDRP								DMMO TDRP, TIC Vitanje	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 7: Vzpostavitev delovne skupine CD območja Vitanje									
UKREP 1: Delovna skupina za aktivni turizem v naravi znotraj CD									CD
UKREP 2: Vzpostavitev regijskih partnerstev (z ostalimi destinacijami in ponudniki)									CD
OPERATIVNI CILJ 8: Investicije v turistično infrastrukturo									
UKREP 1: Investicija in prenova ponudbe Ekološke kmetije Iršič-Meglič								ZP, Iršič-Meglič	
UKREP 2: Ureditev športnega parka								Občina Vitanje	

UKREP 3: Sanacija strehe in nakup opreme za KSEVT								Občina Vitanje	Center Noordung
UKREP 4: Obnova in ureditev Rupnikove hiše								Občina Vitanje, ZP	
UKREP 5: Lokacijska umestitev in vzpostavitev kampa								Občina Vitanje	
UKREP 6: Ureditev kolesarske infrastrukture								Občina Vitanje	
UKREP 7: Revitalizacija naselja Rakovec in povezava z ostalimi glažutarskimi naselji na Pohorju								Občina Vitanje	
UKREP 8: Vzpostavitev rokodelskega centra v sklopu Etnološkega muzeja Brodej								Brodej	DMMO TDRP, SOU
UKREP 9: Sistem vzdrževanja in nadgradnje pohodnih in tematskih poti ter nadgradnja ponudbe								TIC Vitanje, Občina Vitanje	
UKREP 10: Postavitev usmerjevalnih tabel ob vpadnicah in v mestu								Občina Vitanje	TIC Vitanje
UKREP 11: Ureditev novih tematskih poti									
UKREP 12: Ureditev poti do dveh gradov									
OPERATIVNI CILJ 9: Nadgradnja zimskega turizma									
UKREP 1: Analiza vpliva podnebnih sprememb								DMMO TDRP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 10: Nadgradnja dobrega počutja									
UKREP 1: Razvoj doživetja dobrega počutja (Slovenia Green Wellness Route)								Goodplace	CD
OPERATIVNI CILJ 11: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja kulturnega turizma									
UKREP 1: Razvoj kulturnih doživetij								TIC Vitanje	CD
UKREP 2: Skupna vstopnica za kulturne znamenitosti oz. destinacijska kartica TDRP								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 12: Razvoj turistične ponudbe – razvoj aktivnega turizma v naravi									
UKREP 1: Specializacija kolesarske in pohodniške ponudbe								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 13: Razvoj turistične ponudbe – razvoj turizma na podeželju									
UKREP 1: Ustvarjeno s srcem – odprta vrata TDRP								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 14: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja tradicionalnih prireditev									

UKREP 1: Nadgradnja uspešnih tradicionalnih prireditev v turistični produkt in razvoj novih								TIC Vitanje, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 15: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja kulinarike (BZ Okusi Rogle)									
UKREP 1: Prodaja lokalnih dobrot BZ Okusi Rogle in S Pohorja								TIC Vitanje, DP, ZP	CK
UKREP 2: Pridobitev znaka Slovenia Green Cuisine								TIC Vitanje, ZP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 16: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev zelenih (trajnostnih) produktov									
UKREP 1: Oblikovanje celodnevne in večdnevne zelene doživetja								TIC Vitanje, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 17: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev edinstvenih produktov									
UKREP 1: Smernice za razvoj edinstvenih doživetij								TIC Vitanje, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 18: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev produkta gozdni wellness									
UKREP 1: Novo doživetje, vezano na gozdni wellness								TIC Vitanje	CD
OPERATIVNI CILJ 19: Odlok o lokalni turistični vodniški službi									
UKREP 1: Posodobitev Odloka o lokalni turistični vodniški službi v Občini Vitanje								Občina Vitanje	TIC Vitanje
OPERATIVNI CILJ 20: Digitalizacija kulturne dediščine (pobiranje mravljinčnih jajčec)									
UKREP 1: Prikaz VR oz. digitalno doživetje – pobiranje mravljinčnih jajčec								Občina Vitanje	TIC Vitanje
OPERATIVNI CILJ 21: Promocija – izbor digitalnih medijev, njihovo povezovanje in definiranje uporabniških poti									
UKREP 1: Ažurno objavljane vsebin na spletni strani								TIC Vitanje	
UKREP 2: Nadgradnja in ureditev spletne trgovine									CT
UKREP 3: E-novice – priprava uredniškega koledarja								TIC Vitanje	CT
UKREP 4: Blog – mesečna objava								TIC Vitanje	CT
UKREP 5: Oblikovanje in izdelava destinacijskega časopisa								DMMO TDRP	CT
UKREP 6: Aktivnosti, povezane s Facebookom								TIC Vitanje	CT
UKREP 7: Aktivnosti, povezane z Instagramom								DMMO TDRP	CT
UKREP 8: Aktivnosti, povezane z YouTubom								DMMO TDRP	CT
UKREP 9: Urejanje vsebin na TripAdvisorju								DMMO TDRP	CT

UKREP 10: Iskalni marketing								TIC Vitanje	CT
UKREP 11: Aktivnosti, povezane s tiskanimi in drugimi oglasi								TIC Vitanje	CT
UKREP 12: Aktivnosti, povezane s sejmi in srečanji B2B								DMMO TDRP, TIC Vitanje	CT
UKREP 13: Oglaševanje na dveh dodatnih družbenih omrežjih (LinkedIn, TikTok)								DMMO TDRP	CT
UKREP 14: Vplivnostni marketing (sodelovanje z blogerji, influencerji)								DMMO TDRP, TIC Vitanje	CT
UKREP 15: Nativno oglaševanje (vključevanje vsebin v različne medije)								TIC Vitanje	CT
UKREP 16: Študijske ture za organizatorje potovanj								DMMO TDRP	CT
OPERATIVNI CILJ 22: Promocija – priprava novega promocijskega materiala									
UKREP 1: Video vsebine in fotografije (posnetki z dronom, nove fotografije)								DMMO TDRP, TIC Vitanje	CT
UKREP 2: Ponatis tiskovin in priprava novih								DMMO TDRP, TIC Vitanje	CT
UKREP 3: PR aktivnosti								DMMO TDRP, TIC Vitanje	

*Seznam kratic je umeščen na konec dokumenta.

ZAKLJUČEK

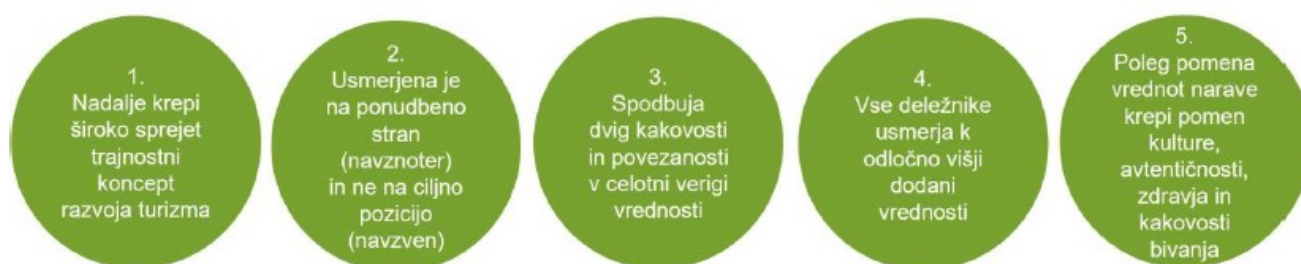
Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028, ki je pred vami, je pomemben dokument z vidika povečevanja privlačnosti območja Vitanja in lokalnega okolja, podaljšanja turistične sezone, povečanja povprečne dobe bivanja, povečanja povprečne dnevne porabe obiskovalcev in doseganja višje cene storitev z edinstvenimi doživetji. Premišljeni koraki v razvoju, ki so zasnovani v tem dokumentu, se bodo pozitivno odražali tako na deležnikih kot tudi na skupnosti in prebivalcih. Skozi načrt razvoja in trženja turizma lahko razvoju sledimo z merljivimi koraki.

Za doseganje zastavljenih ciljev, ukrepov in trajnostnih kazalnikov v pričujočem dokumentu mora občina Vitanje delovati še bolj zeleno, skrbno, še naprej povezano, kakovostno in inovativno. Brez tega kot destinacija ne bo mogla ustvariti dodane vrednosti za navdušene obiskovalce, motivirane zaposlene in zadovoljno lokalno prebivalstvo. Brez dodane vrednosti tudi ne bo preboja na digitalnem, trajnostnem in ozaveščenem področju, to pa se lahko doseže le s sodelovanjem in sledenjem skupnim ciljem razvoja TDRP in DP. Destinacija z roko v roki potuje v zeleno prihodnost ob zavedanju, da odgovorno ravnanje prinaša vrednost za vse deležnike.

»Turizem je bolj kot kadar koli doslej pokazal svojo ranljivost, pa tudi svoj izjemen vpliv na vse dejavnosti kot trajnostno in digitalno infrastrukturo ter ljudi. Čas je, da ga razumemo kot skupno pot in ne cilj sam po sebi – torej ne v njegovem ozkem pojmovanju gospodarske panoge, ki prinaša koristi zgolj za tržne gostitelje, temveč kot širši, vseobsegajoč sistem, ki je soodvisen od vseh drugih podsistemov in hkrati vpliva na številne druge dejavnosti. Kot silo dobrega, ki ob uravnoveženem in odgovornem upravljanju prinaša vrednost za vse.« (SST 2022–2028, str. 129)

Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028 predstavljamo na spodnji sliki in so upoštevane tudi v pričujočem dokumentu.

Slika 16: Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028



Vir: SST 2022–2028, str. 129

Pomembno je, da občina Vitanje še naprej gradi svojo zeleno podobo – zeleni DNK, pri čemer nadgrajuje zeleno infrastrukturo in ponudbo. Kot gradnik bodoče trajnostno naravnane občine Vitanje in TDRP velja vzeti kartuzijanske vrednote, saj slednje predstavljajo edinstveno razlikovalno prednost, ki lahko destinacijo dobro pozicionira na evropskem in svetovnem turističnem zemljevidu. Tudi v prihodnje naj kot enega svojih paradnih konjev razvija podobo zakladnice kulturnih in zgodovinskih doživetij.

Na trajnostni razvoj destinacije je treba gledati kot na sistem, sestavljen iz medsebojno povezanih in soodvisnih delov oz. elementov, saj se le tako lahko zasnuje nov inovativen model sistema trajnostno usmerjene destinacije, v čim boljši meri upoštevajoč načela trajnosti, ki so v danem trenutku ob danih pogojih na voljo. Ob tem poudarjamo, da samo celovit menedžment spremljanja vplivov s strani DMMO TDRP ni dovolj. Trajnostni razvoj turizma zahteva aktivno sodelovanje vseh deležnikov in podporo vodstva občin. Doseganje trajnostnega turizma je neprekinjen proces, ki zahteva stalno spremljanje učinkov in uvajanje potrebnih preventivnih in/ali korektivnih ukrepov, kadar je to potrebno. Trajnostni turizem bi moral ohranjati visoko raven turističnega zadovoljstva in turistom zagotoviti izkušnje, ki bodo povečale njihovo ozaveščenost o trajnostnih vprašanjih in spodbujale trajnostne turistične prakse, tudi s pomočjo sistema nagrajevanja oz. nagradami za trajnostno vedenje obiskovalcev, seveda ob pogoju, da se trajnostno vedejo tudi lokalno prebivalstvo, turistični ponudniki, njihovi dobavitelji idr.

Soustvarjalce razvoja turizma občine Vitanje in posledično tudi TDRP naj ob tem vodijo močna volja in sinergijski učinki ob misli: *»Zemlje ne podedujemo od naših prednikov, ampak si jo sposojamo od naših zanamcev.«* Skozi zelene pobege naj zeleno izkušnjo raziščejo, občutijo in užijejo v prvi vrsti prebivalci, nato pa še njeni obiskovalci.

SEZNAM KRATIC

BZ	Blagovna znamka
CGP	Celostna grafična podoba
CD	Center doživetij
CK	Center kakovosti
CRR	Center za raziskave in razvoj
CT	Center za trženje
DMMO	Destinacijska menedžerska in marketinška organizacija
DP	Destinacija Pohorje
KBZ	Kolektivna blagovna znamka
KD	Kulturna dediščina
KPI	Ključni kazalniki uspešnosti
KSG	Konzorcij Slovenia Green
LAS	Lokalna akcijska skupina
LTO	Lokalna turistična organizacija
MD	Makrodestinacija
MPST	Matrika produktov slovenskega turizma
NIC	Naravovarstveni informacijski center
OC	Operativni cilj
PDB	Povprečna doba bivanja
PP	Partnerstvo za Pohorje
PU	Prioritetni ukrep
PZA	Postajališče za avtodome
RC	Razvojni cilj
RDMMO	Regijska destinacijska menedžment in marketinška organizacija
RPP	Regijski park Pohorje
RRA	Regionalna razvojna agencija
SDS	Specializirana delovna skupina
SOU	Skupna občinska uprava
SST	Strategija slovenskega turizma
STA	Sprejemna turistična agencija
STO	Slovenska turistična organizacija
SUE	Slovenia Unique Experiences

TA	Turistična agencija
TC	Trženjski cilj
TD	Turistično društvo
TDRP	Turistična destinacija Rogla - Pohorje
TIC	Turistično-informacijski center
TK	Turistična kmetija
U	Ukrep
ZP	Zasebni ponudniki
ZSST	Zelena shema slovenskega turizma
ZZMS	Združenje zgodovinskih mest Slovenije

VIRI IN LITERATURA

Bizjak, K. (2017). Ključni KPI-ji spletnega portala Slovenia.info.

Fakulteta za turistične študije Turistica, Univerza na Primorskem. (2020). Operativni načrt srednjeročnega razvoja produkta outdoor v Sloveniji.

Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU. (2022). Analiza anketnih vprašalnikov za obiskovalce, prebivalce in turistično gospodarstvo.

Golob, A. (2016). Večkriterijski odločitveni model trajnostno usmerjene prireditve (doktorsko delo). Fakulteta za turistične študije Portorož. Univerza na Primorskem.

Horwath HTL. (2022). Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026.

Kangler, T. (2016). Kartuzijanske vrednote kot temelj inovativnega modela razvoja podeželske turistične destinacije (magistrsko delo). Ekonomsko-poslovna fakulteta. Univerza v Mariboru.

Lešnik Štuhec, T. (2016a). Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2017-2021.

Lešnik Štuhec, T. (2016b). Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021. Dostopno 27. 1. 2022 na: www.rogla-pohorje.si/mma/Dokument_DRP_24_10_2016.pdf/2020072308124984/?m=1595484769

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M., Voršič, I. in Waldhuber, T. (2021a). Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027, (Dokument 5). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I. (2021b). Posnetek stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (2019), (Dokument 1), Priloga C: Partnerstvo za Pohorje na območju savinjske regije. Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I. (2021c). Vizija, strateški cilji, ukrepi in modeli. Načrt za koordiniranje prioritetenih aktivnosti razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 2). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I. (2021d). Strategija digitalnega in klasičnega trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 4). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I. (2021e). Posnetek stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (2019), (Dokument 1), Priloga B: Partnerstvo za Pohorje na območju Podravske regije. Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I. (2021g). Akcijski načrt udejanja aktivnosti Strategije razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2023, (Dokument 3). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2021). Strategija digitalne transformacije gospodarstva.

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2022). Strategija slovenskega turizma 2022–2028.

Nunčič, M. (2017). Pomen družbenih medijev v turizmu. Digitalna akademija STO.

Slovenska turistična organizacija. (2020a). Tuji turisti in njihova potrošnja v Sloveniji v letu 2019. Dostopno 6. 8. 2022 na: www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/13803-tuji-turisti-in-njihova-potrosnja-v-sloveniji-v-letu-2019

Slovenska turistična organizacija. (2020b). Turizem v številkah 2019. Dostopno 12. 2. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2019/turizem_v_stevilkah_2019.pdf

Slovenska turistična organizacija. (2021). Turizem v številkah 2020. Dostopno 12. 2. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2020/2021_03_STO_TVS_2020_SLO.pdf

Valicon Tourism. (2016). Persone ciljnih skupin slovenskega turizma. Dostopno 2. 3. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_persone_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf

Valicon Tourism. (2021). Analiza anket o tujih turistih v Sloveniji 2019/2020. Dostopno 18. 3. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/anketa_o_tujih_turistih_2019/koncni%20porocili/A_TU-T_Tuji_turisti_v_Sloveniji_2019_splosno_porocilo.pdf


Žižek, P. in Savič, I. (2017). 10 korakov do digitalne (vsebinske) komunikacijske strategije.

PRILOGE

Priloga 1: Posnetek stanja turizma in z njim povezanih dejavnosti v občini Vitanje

Priloga 1: Posnetek stanja turizma in z njimi povezanih dejavnosti v občini Vitanje

Vir: Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrj Brglez, M. in Voršič, I., 2021b.

OBČINA VITANJE		
1.	Člani projektne skupine:	dr. Tanja Lešnik Štuhec, Jana Voršič, Mihaela Škrj Brglez, Ilona Stermecki
2.	Časovnica aktivnosti:	16.9. – 31.12.2020
3.	Površina občine:	59 km ²
4.	Vizitka občine¹:	Naslov: Grajski trg 1, 3205 Vitanje Župan: Slavko Vetrih ID za DDV: SI28019610 Matična številka: 5883768000 Transakcijski račun: SI56 0133 7010 0003 568 BIC/SWIFT KODA: BSLJSI2XX Šifra dejavnosti (SKD): 84.110 - Splošna dejavnost javne uprave Kontaktne podatki Stacionarni telefon: 03 757 43 50 Fax številka: 03 757 43 51 Elektronska pošta: info@vitanje.si Leto ustanovitve: 1995
5.	Dosežki in certifikati, priznanja:	- Občina po meri invalidov (2015) ² - Green Destination Gold 2020 ³
6.	Občinski praznik⁴:	25. junij (spomin na 1306 – podelitev trških pravic)
7.	Občinska glasila⁵:	Vitanjčan
8.	Opis grba⁶:	Grb Vitanjske gosposčine je prevzel trg Vitanje in danes tudi Občina Vitanje. O pomenu treh školjk v grbu najglasneje govori teorija ali zgolj legenda, da je v kotlini, v kateri se danes nahaja Vitanje, nekoč obstajalo jezero. 
9.	Legra in zemljevid⁷:	Občina Vitanje leži na obronkih zahodnega dela Pohorja in podaljška Karavank, ob reki Hudinji. Prebivalci živijo v sedmih vaseh - Brezen, Hudinja, Ljubnica, Paka-del, Spodnji Dolič, Stenica, Skomarje-del in trgu Vitanje. Občina Vitanje meji na občine Zreče, Vojnik, Mislinja in Dobrna. Središče občine je v Vitanju. Število vasi (7): Brezen, Hudinja, Ljubnica, Paka-del, Spodnji Dolič, Stenica, Skomarje-del in trgu Vitanje Oddaljenost od Ljubljane: 87 km; od Maribora 48 km, od Celja 19 km, od Avstrije (Šentilj): 61 km; od Madžarske (Pince): 122 km; od Hrvaške (Dobovec): 48 km; od Italije (Sežana): 112 km

¹ Vir: <https://www.vitanje.si/objave/347> (24. 9. 2020)

² Vir: https://www.zdis.si/files/obcina_po_merim_invalidov_2015_-_vitanje_-_obrazlozitev.pdf (25. 9. 2020)

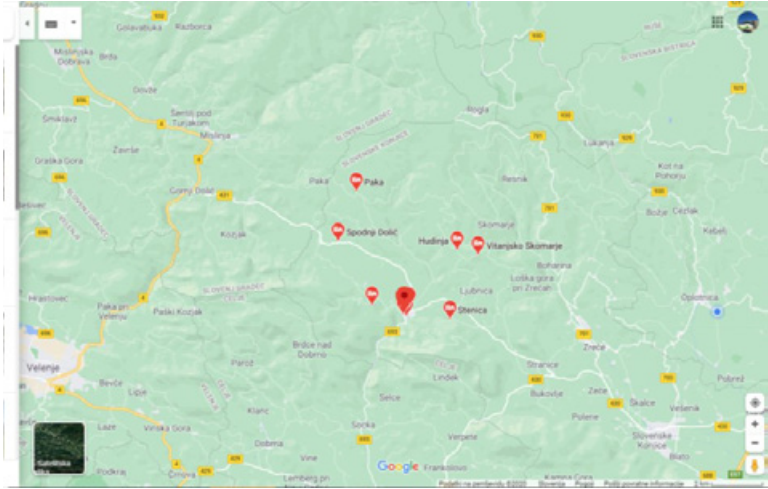
³ Vir: <https://www.zrece.si/objava/279779> (24. 9. 2020)

⁴ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

⁵ Vir: <https://www.vitanje.si/objave/65> (25. 9. 2020)

⁶ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

⁷ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

		 <p style="text-align: center;">Vir: Google zemljevidi</p>
10.	Najvišje ležeča točka⁸:	Volovica s 1455 mnv
11.	Najnižje ležeča točka⁹:	Fužine na 373 mnv
12.	Prometna dostopnost:	<p>Dobra prometna dostopnost (mimo teče regionalna cesta Ljubljana – Maribor, v neposredni bližini je vstopna postaja na avtocesto), letališče Slovenske Konjice;</p> <p>Najbližji železniški postaji sta v Slovenski Bistrici (oddaljenost 22 km) ter v Celju (oddaljenost 21 km). Najbližja letališča so Maribor (oddaljenost 35 km), Gradec (100 km) in Ljubljana (109 km).</p> <p>Z avtobusom/Nomago¹⁰:</p> <ul style="list-style-type: none"> - LJ (glavna AP) - Slovenske Konjice - LJ - CE (glavna AP) - Slovenske Konjice - LJ (povezava z železnico) - MB (glavna AP)- Slovenske Konjice – MB - Slovenska Bistrica (glavna AP)- Slovenske Konjice - Slovenska Bistrica - Oplotnica – Slovenske Konjice – Oplotnica - Zreče – Slovenske Konjice – Zreče - Poljčane – Loče – Slovenske Konjice – Poljčane (povezava z železnico) <p>Z vlakom/Slovenske železnice (najbližji železniški postaji sta v Slovenski Bistrici /oddaljenost 18 km ter v Celju/oddaljenost 27 km)¹¹: <i>Dvotirna proga:</i> Sežana – Ljubljana – Celje; Dobova – Zidani Most -Celje; Maribor-Celje; <i>Enotirna proga:</i> Velenje – Celje; Hodoš- Ormož-Slovenska Bistrica; Rogatec-Celje;</p> <p>Najbližja letališča: Maribor (oddaljenost 30 km), Gradec (95 km) in Ljubljana (104 km).</p>
13.	Kratek zgodovinski pregled¹²:	<p>Bloki marmorja, ki so jih v nekaterih starejših hišah uporabili za pragove in na Hudinji najdene nagrobne plošče dokazujejo, da se je že v času približno 100 let pred Kristusom oz. pred našim štetjem na območju Vitanja oblikovalo pomembno središče, naselbina Upellae, ki je bila takrat rimska postojanka ob pomembni cestni povezavi »Celeje« s Colaciem in Virunumom na Koroškem.</p> <p>Domišljijo buri naveza na ime »WEITENSTEIN«, kar pomeni Vidov kamen. V bližini Sv. Vida na Hudinji je bilo že v rimski dobi bogato nahajališče marmorja, o čemer pričajo tudi arheološke izkopanine, prav iz tega pa se je najbrž rodilo tudi ime kraja Vitanje.</p>

⁸ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

⁹ Vir: Prav tam

¹⁰ Vir: <https://www.nomago.si/avtobusne-vozovnice/vozni-red> (20.10.2020)

¹¹ Vir: <https://www.slo-zeleznice.si/sl/infrastruktura/javna-zelezniska-infrastruktura/zelezniske-proge> (20. 9. 2020)

¹² Vir: <https://www.vitanje.si/objave/175> (25. 9. 2020)

	<p>Slovenci so se na tem ozemlju naselili v 6. stoletju. Po izgubi slovenske samostojnosti je prešlo področje pod frankovsko oblast velikega rimsko-nemškega cesarstva. Ob koncu 10. stoletja je ozemlje prešlo v last savinjskega mejnega grofa Viljema Breže – Selškega in ob koncu 11. stoletja pod krško škofijo. Kraj Vitanje je takrat postal upravno središče obširnega območja, saj so krški škofje tu imeli svoje ministeriale, iz katerih se je kasneje razvil rod Vitanjske gosposčine. Ti so postavili dva gradova.</p> <p>Stari ali »Spodnji grad« se Prvič se omenja leta 1140. Propadel je po letu 1680, razvaline pa so vidne še danes. Novi ali »Gornji grad« je nastal na drugem hribu na južni strani naselbine. Prvič se je omenjal leta 1322. Imel je podobno usodo kot Stari grad, le da je propadel po požaru po letu 1790. Legenda omenja zračni most iz kože, ki naj bi nekoč visoko nad sotesko povezoval po zraku oba gradova.</p> <p>Prvotno Vitanje je obsegalo le tisti del današnje naselbine, ki leži ob stari župnijski cerkvi sv. Petra in Pavla. Kaj kmalu pa se je razvilo novo naselje »forum« - trg, ki je nastal okoli škofijskega dvorca, takratnega upravnega središča. Naselju so bile leta 1306 podeljene trške pravice. Najmočnejši vpliv kraja je bil zaznan v 14. in 15. stoletju, ko se je v trškem dvorcu vršilo krvno sodstvo za območje približno polovico današnje Slovenije. Zaradi gospodarskih vplivov se je trg ponemčil, medtem ko je Vitanjska vas z okolico ostala močno slovensko narodno zavedna. Z razvojem je trg postal močno trgovsko in obrtniško središče, okolica pa je imela kmečki značaj. Tam so se že v 17. stoletju razvili zametki fužin in glažut. Po gradnji železnice in tudi zaradi novih cestnih povezav, ki so obšle Vitanje, je kraj z okolico izgubil svojo veljavo. Odmaknjenost od glavnih prometnih povezav je botrovala gospodarskemu nazadovanju, danes pa se prav odmaknjenost kaže kot prednost predvsem zaradi ohranjenega naravnega okolja. Poselitev je razpršena.</p>
--	---

STATISTIČNI PODATKI ¹³

14.	Št. prebivalcev:	2272 (SUR5 1.1.2020)
15.	Povprečna starost občanov:	42,4 let (2019)
16.	Skupna prirast na 1000 prebivalcev:	-1,3 (2019)
17.	Št. otrok v vrtcih:	80 (2019)
18.	Učenci v OŠ:	207 (2019/2020)
19.	Dijaki v SŠ:	93 (2019)
20.	Študenti/diplomanti na 1000 prebivalcev	43/7 (2019)
21.	Zaposleni/samozaposleni (število delovno aktivnih prebivalcev/po prebivališču):	1044 (68,8 % stopnja delovne aktivnosti)
22.	Registrirana brezposelnost:	Slovenija: število brezposelnih 88.172 (8/2020); stopnja brezposelnosti 9,1% (6/2020) Savinjska regija: 12.135 (8/2020); stopnja brezposelnosti 10,2% (6/2020) Občina Vitanje: 74 (8/2020); stopnja brezposelnosti: 6,9% (7/2020)
23.	Povprečna mesečna bruto plača na osebo glede na povprečje v SI (številka); Indeks	1614,66 EUR na zaposleno osebo (2019); SI: 1.753,84 EUR (2019) Indeks: 92,1; Indeks SI =100
24.	Št. stanovanj na 1000 preb.	382 (2018)
25.	Št. avtomobilov na 100 preb. (31.12.):	57 (2019)
26.	Št. kg odpadkov na preb.:	141 (2019)

¹³ Vir: <https://www.stat.si/obcine/sl/Municip/Index/196> (25.9.2020)

PODROBNO O OBČINI

27.	Število krajevnih skupnosti/zaselkov:	Število naselij (vasi): 7 (glej vrstico 9)
28.	Zavarovana in varovana območja¹⁴:	<p>Območje NATURE 2000: 3 enote (skupaj 12,25 km²)</p> <p>SAC Pohorje 0,3 km² SAC Vitanje – Oplotnica 5,92 km² SPA Pohorje 4,02 km²</p> <p>Zavarovano območje: 0 enot</p> <p>Ekološko pomembno območje: 2 enoti</p> <p>Velenjsko – Konjiško hribovje 18,42 km² Pohorje 31,22 km²</p> <p>Naravne vrednote: 10 (glej prilogo 1)</p>
29.	Registrirana nepremična kulturna dediščina: Seznam registrirane nepremične dediščine posebna priloga dokumenta (excel)	<p>Število registriranih enot skupaj¹⁵: 104, od tega:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 99 stavb, - 01 arheoloških najdišč, - 02 naselja in njihovi deli, - 02 spominski kraji in objekti <p>Najpomembnejše enote KD:</p> <p>Ruševine 2 gradov: Goležev (Stari os. Spodnji grad) ter Krajnikov grad (Novi ali Gornji grad)</p> <p>5 cerkva: Župnijska cerkev sv. Petra in Pavla (Spodnja cerkev), Cerkev Matere Božje na Hriberci (Zgornja cerkev), Cerkev sv. Vida na Hudinji, Cerkev vv. Marjete na Lošpergu, Podružna cerkev sv. Antona v Breznu (Župnija sv. Peter in Pavel Vitanje).</p>
30.	Registrirana nesnovna kulturna dediščina:	<p>Število enot vpisane nesnovne dediščine: 0</p> <p>Predlagamo, da se v sodelovanju z društvi uredi vpis nesnovne dediščine v register, saj je na obravnavanem območju precej dejavnosti, ki imajo potencial. Primeri vpisane nesnovne dediščine so: ljudsko petje, pustna povorka, čebelarstvo, skodlarstvo, izdelovanje butar, izdelovanje papirnatih rož, itd. Vpis ni zahteven, več informacij za ureditev je dostopnih na tej povezavi: http://www.nesnovnadediscina.si/sl/register</p> <p>Živa KD in ljudski običaji: Holcerija, Tradicionalno srečanje Rakovčanov, Srečanje na Paškem Kozjaku, Trška kuhna</p> <p>Drugo¹⁶: Center vesoljskih tehnologij Herman Potočnika Noordunga obuja izjemno delo Hermana Potočnika Noordunga; Holcerija – etnološka prireditvev, monografije in kratki filmi o Vitanju, npr.: Kruh in politika: poglavja iz etnologije Vitanja (uredila Duša Krnel-Umek in Zmago Šmitek, Univerza Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1987); monografija Gozdni in žagarski delavci na Južnem Pohorju, Angelo Baš; monografije o Vitanjskem in Zreškem Pohorju, Anton Gričnik; zapisi o zgodovini in kulturi Vitanja, pater Zdravko Jakob; Kulinarična zbirka Vitanja: Skozi letne čase (preizkušeni recepti in običaji) in Zdravilna zelišča z Vitanjskega, Društvo kmetič Lipa Vitanje; idr. ter dokumentarni filmi (Vitanje v vesolju: SUNITA ; Predstavitev občine Vitanje; Pavel Skaza, goslar; Podiranje po starem in dokumentarni filmi Slovenskega etnografskega muzeja: Vitanje – način življenja v vaseh v okolici Vitanja, 1963; Zadnji vrač na Pohorju, 1963; Zadnje vauhanje v Sloveniji, obdelovanje lodna, 1963; Tkanje v Spodnjem Doliču pri Vitanju, 1963; Coklar v Vitanju, 1963; Teritev in preja lanu, Spodnji Dolič pri Vitanju, 1963.).</p>
31.	Delež površine vključene v območje TDP: (to kar je na Pohorju)	33,81 km ² (57,28%)

¹⁴ Vir: ZRSVN, OE MB

¹⁵ Vir: ZVKDS, 2020

¹⁶ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017–2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

32.	Splošno gospodarstvo- število registriranih podjetij¹⁷	119 (2018); SI = 200.174		
33.	Uspešna podjetja:	Kovinar družba livarstva, kovaštva in trgovina d.o.o., Kovaška cesta 12, 3205 Vitanje Fužinar d.o.o., prodaja in montaža stavbnega pohištva, Paka 7a, 3205 Vitanje Unior kovaška industrija Zreče d.d., Brezen 2, 3205 Vitanje Splošno krovstvo in kleparstvo Matija Borovnik s.p., Štjanhof 2, 3205 Vitanje Kamolom Klemenc, Silvester Klemenc s.p., Hudinja 46, 3205 Vitanje		
34.	Št. turističnih ponudnikov:	20		
35.	Št. nastanitvenih kapacitet¹⁸:	2017	2018	2019
		Skupaj: 46 ležišč	Skupaj: 106 ležišč	Skupaj 140 ležišč
36.	Št. prihodov¹⁹:	2017:	2018:	2019:
		688	758	871
37.	Št. nočitev:	2017:	2018:	2019:
		2790	2990	2857
38.	Povprečna doba bivanja:	2017:	2018:	2019:
		PDB	3,58	3,94
39.	Znesek pobrane TT v letu²⁰:	2017:	2018:	2019:
		547, 55 EUR	2.130, 95 EUR	2.625, 39 EUR
40.	Ključni trgi²¹:	Avstrija, Hrvaška, Nizozemska, Nemčija, Italija, Slovenija		
41.	Potencialni trgi²²:	Ruska federacija, Nizozemska, Bosna in Hercegovina, Srbija, Češka, Velika Britanija, Benelux, Skandinavija		
42.	Višina letnega proračuna s katerim razpolaga TIC/LTO 2017, 2018, 2019:	2017	2018	2019
		TIC:0 (vzpostavljen 28.10.2020) 6.000 prispevek za TDRP	TIC:0 (vzpostavljen 28.10.2020) 6.000 prispevek za TDRP	TIC:0 (vzpostavljen 28.10.2020) 6.000 prispevek za TDRP
43.	Št. atrakcij, ki beležijo obisk in št. obiska:	Številčno in poimensko (2) Center Noordung, Beškovnikova kašča		
44.	Muzejske zbirke, zasebne zbirke, razstave²³:	Beškovnikova domačija s preužitkarsko hišo in kaščo, Ekološka kmetija Brodej z etnološkim muzejem, Vila Svitanje, Goslarski atelje Skaza		
45.	Prireditveni prostori²⁴:	Zaprti: Center Noordung (kulturni dom), Beškovnikova domačija; Vila Svitanje; Izletniška kmetija Petre; Gostilna Kuzman, Turistična kmetija Meglič, Osnovna šola Vitanje	Na prostem: prostor pred Centrom Noordung (igrišče), Trg/naselje Vitanje, Rakovec, Turistična kmetija Polenšek, Grajsko dvorišče	
47.	Atrakcije na področju ND:	Lipa pri cerkvi sv. Petra, Hrast nad cerkvijo sv. Marjete, Mislinja, Paka, Socka/soteska Hudinje, Kolarjeva lipa, Hudinja-nahajališča marmorja, Paški Kozjak, Dantejev pekel		

¹⁷ Vir: <https://www.stat.si/obcine/sl/Municip/GroupedAll/196> (26. 9. 2020)

¹⁸ Vir: SURS

¹⁹ Vir:

https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/20_Ekonomsko/20_Ekonomsko__21_gostinstvo_turizem__01_nastanitev__01_21644_nastanitev_mesecno/21644375.px/ (23. 9. 2020)

²⁰ Vir: Občina Vitanje

²¹ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja turizma v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

²² Vir: Prav tam

²³ Vir: Lešnik Štuhec, T. (2016) Načrt razvoja in trženja turizma v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, Šentilj v Slovenskih goricah.

²⁴ Vir: Prav tam

48.	Atraksije na področju KD²⁵:	Pohorje: Vidov kamen, Beškovnikova kašča, Preužitkarska koča, Cerkev sv. Marjete v Sp. Doliču, Cerkev svetega Vida, Etnološki muzej na ekološki kmetiji Brodej, Rokodelska dejavnost goslarja Petra Skaze Ostalo: Vitanjski ljudski pesnik Matija Štimulak, Stari ali »Spodnji grad«, Novi ali »Gornji grad«, Stara žaga, Cerkev sv. Petra in Pavla, Cerkev matere božje na Hriberci, Cerkev sv. Antona v Breznu, Staro trško jedro
49.	Atraksije na področju športa in rekreacije:	Zunanje športno rekreacijsko igrišče Na vasi, pohodne in kolesarske poti
50.	Atraksije na področju dobrega počutja:	<i>Eko glamping Brodej (v fazi odpiranja)</i>
51.	Atraksije na področju poslovnih vzgibov:	Center vesoljskih tehnologij Hermana Potočnika Noordunga: odprto za obiskovalce, razne gostujoče razstave, dogodki in prireditve, konference, sedež TIC Vitanje; Goslarski atelje Skaza (predstavitev rokodelstva)
52.	Tipični pridelki, živilski izdelki, jedi ter rokodelski izdelki:	Tipični pridelki: koruza, žita, krompir, vrtnine, zelenjava, sadje, med Živilski izdelki in pijače: žganje, sokovi, čaji, zelišča, zeliščna sol, suhomesnati izdelki, kruh, moka, marmelade Jedi: štruklji, paštete, namazi, juhe, siri, ajdovi žganci, mesne jedi, zavitki, potice, pohorski lonec, gobova juha Rokodelski izdelki: izdelki iz lesa (Goslarstvo Skaza)
52.	Top 5 znamenitosti:	Center Noordung, Beškovnikova kašča, Cerkev svetega Petra, Cerkev na Hriberci, Goslarstvo Skaza, Rakovec
53.	Dostopnost top 5 znamenitosti:	Center Noordung: dostopno po cesti iz smeri Rogle, Zreč, Stranic, Socke in Doliča (z osebnim avtomobilom, kolesom in peš). Urejeno večje parkirišče pred vstopom (tudi za avtobuse). Javni prevoz: relacija Vitanje-Celje, Vitanje-Slovenske Konjice, Vitanje - Zreče, Vitanje – Slovenj Gradec (prevozno podjetje Nomago). Beškovnikova kašča: dostopno po cesti iz smeri Zreč, Stranic, Vitanja in Doliča (z osebnim avtomobilom, kolesom in peš). Javni prevoz: ni dostopno. Urejeno je manjše parkirišče (ni za avtobus). Cerkev svetega Petra: dostopno po cesti iz smeri Rogle, Zreč, Stranic, Socke in Doliča (z osebnim avtomobilom, kolesom in peš). Urejeno manjše parkirišče pred vstopom. Javni prevoz: relacija Vitanje-Celje, Vitanje-Slovenske Konjice, Vitanje - Zreče, Vitanje – Slovenj Gradec (prevozno podjetje Nomago). Pred cerkvijo je urejeno parkirišče. Cerkev na Hriberci: dostopno po cesti iz smeri Rogle, Zreč, Stranic, Socke in Doliča (z osebnim avtomobilom, kolesom in peš). Javni prevoz: relacija Vitanje-Celje, Vitanje-Slovenske Konjice, Vitanje - Zreče, Vitanje – Slovenj Gradec (prevozno podjetje Nomago). Goslarstvo Skaza: dostopno po cesti iz smeri Vitanja, Slovenj Gradca (z osebnim avtomobilom, kolesom in peš). Parkirišče ni urejeno. Javni prevoz: relacija Vitanje - Slovenj Gradec (prevozno podjetje Nomago). Rakovec: dostop iz Vitanja (peš, s kolesom in avtomobilom/makadamska cesta); peš in s kolesom tudi iz Rogle in Kop
54.	Dostopnost top 5 znamenitosti za vse:	Informacije za znamenitosti so dostopne na spletni strani občine Vitanje, TIC vitanje, Destinacije Rogla-Pohorje ²⁶ , na TUR-infomatih v TDRP (Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje, Zreče), v Destinacijskem časopisu ter v različnih prospektih in brošurah.
55.	Dosežki na področju Zelene sheme slovenskega turizma:	Slovenia Green Destination Gold (certifikat v okviru TDRP/2020)
56.	Obstoječe zveze ponudnikov:	KZ Vitanje, BZ Okusi Rogle, BZ Pohorski cekar, TD Rogla-Pohorje, Dežela Celjska. Na področju skupnih paketov se povezujejo s ponudniki v destinaciji Rogla-Pohorje, in sicer: z Žičko kartuzijo, Velenjskim rudnikom.
57.	Organiziranost turizma (št. zaposlenih):	TIC Vitanje (1), LTO Rogla-Zreče (3) - TD Rogla-Pohorje (medobčinsko povezovanje, ena izmed vodilnih destinacij v Sloveniji)
58.	Usposobljeni destinacijski turistični vodniki:	Število izobraženih vodnikov: 34 Evidenca: LTO Rogla- Zreče, TIC Slovenske Konjice

²⁵ Vir: Občina Vitanje

²⁶ Vir: <https://www.rogla-pohorje.si/sl/o-destinaciji/slovenske-konjice/> (22. 9. 2020)

		Izobraževanja LTV TDRP (2016, 2020)
59.	Točke za trženje turistične ponudbe (max 10):	Fizično in spletno: TIC Vitanje, Center Noordung, TD Vitanje, LTO Zreče, EK Iršič Meglič, Goslarski atelje Skaza, Beškovnikova kašča, Izletniška kmetija Polenšek
60.	Točke za prodajo turistične ponudbe:	TIC Vitanje, Center Noordung, TIC Slovenske Konjice, Pisarna TIC Žička kartuzija, LTO Rogla- Zreče, Turistična agencija Pohorje turizem, ostale turistične agencije v regiji in v Sloveniji (trženje paketne ponudbe).
61.	Turistične agencije:	/
62.	Turistična društva²⁷:	TD Vitanje, KTD Sveti Vid (kulturno-turistično društvo)
63.	Kulturna društva²⁸:	Skupaj: 5 Društvo godbenikov, KD Udarniki, KTD Sveti Vid, Kulturno-glasbeno društvo ansambel bratov Slatinek, Pevsko društvo Vitanje
64.	Športna²⁹ društva:	Skupaj: 6 Aktivno društvo Vitanje, Konjeniško jahalno društvo prijateljev Petre, PD Vitanje, Strelsko društvo Pohorje Vitanje, Športno društvo Vitanje, Športno rekreativno društvo Vitanje Vit- Šport
65.	Ostala društva³⁰:	Skupaj: 8 Društvo nega zemlje in duha, DU Vitanje, KO RK Vitanje, Društvo kmetič Lipa, Društvo prijateljev mladine Vitanje, KO ZB NOB, Lovska družina Vitanje, PDG Vitanje
66.	Hoteli/hostli:	/
67.	Penzioni/Gostišča/ Okrepčevalnice:	Gostilna Kuzman, Gostilna Čebelica
68.	Kampi/šotorišča:	/
69.	Glampingi:	Glamping Brodej (v fazi odpiranja)
70.	Planinske kočje/ domovi:	/
71.	Turistične kmetije z nastanitvijo:	/
72.	Sobe in apartmaji:	1. APARTMA BOROVNICA ROGLA, 2. APARTMA JANKO IN METKA, 3. APARTMA JELKA, APARTMA KEKEC, 4. APARTMA LISIČKA, 5. APARTMA POHORSKI ZVONČEK 2, 6. APARTMA SARA, APARTMAJI VEVERICA, 7. GOSTILNA MARTA KUZMAN S.P., 8. GOZDNA VILA, 9. POČITNIŠKA HIŠA, 10. POČITNIŠKA HIŠICA SKOMARJE, 11. ZELENI IN MODRI APARTMA.
73.	Postajališča za avtodome:	PZA VITANJE z oskrbo ³¹
74.	Turistične kmetije/Izletniške kmetije/Vinotoči/Domačije /Ostalo:	Izletniška kmetija Polenšek ³² , Izletniška kmetija Petre (ranč, možnost jahanja) ³³
75.	Planinske in pohodne poti:	Skupaj: 7 Pohodne poti³⁴: Paški kozjak, Pot na Rakovec, Vitanjska krožna pot, pohodna pot na Stenico

²⁷ Vir: <https://www.vitanje.si/objave/49> (25. 9. 2020)

²⁸ Vir: Prav tam

²⁹ Vir: Prav tam

³⁰ Vir: Prav tam

³¹ Vir: <https://www.avtokampi.si/kampi/pza-vitanje> (28. 10. 2020)

³² Vir: <https://www.facebook.com/turisticnakmetija.polensek> (28. 10. 2020)

³³ Vir: <https://www.info-slovenija.si/en/imenik/turizem/turisticne-kmetije/izletniska-kmetija-petre-vitanje> (28. 10. 2020)

³⁴ Vir: Občina Vitanje

		<p>Pohodne krožne poti³⁵:</p> <p>1. Kratka pot: 1,5 ure hoje Vitanje – cerkev Sv. Antona – Spodnji Brezen (Trebuhinja) – kmetija Lah – Vitanje</p> <p>2. Srednja pot: 4 ure hoje Vitanje – cerkev Sv. Antona – Spodnji Brezen (Trebuhinja) – eko kmetija Brodej in Lošperk – cerkev Sv. Marjete – (prečkanje regionalne ceste) proti Paki – eko kmetija Kričj – Tašičeva kapela – Ajncig – Štokor – Vitanje</p> <p>3. Daljša pot: 6 ur hoje Do odcepa pri Tašičevi kapeli po isti trasi kot srednja pot. Nato proti zaselku Hudinja do cerkve Sv. Vid – Beškovnikove kašče – po markirani planinski poti v Vitanje.</p>
76.	Konjeniške poti:	/
77.	Kolesarske poti:	<p>Po Vitanju do Goslarstva Skaza³⁶</p> <p>STRANICE-STENICA³⁷: KROŽNA POT, dolžina poti: 27 km. Začetek poti: hotel Dobrava Zreče. Potek poti: hotel Dobrava, Križevac, Bukovlje, Ribniki Stranice, Lindek, Vitanje, Loška gora, hotel Dobrava. Pomembne točke ob poti: Turistična kmetija Urška, ostanki Rimske ceste v Čretvežu, Ribnikom Stranice (Uniturjeva polnilnica vode Rogla), Vitanje (spominska soba slovenskemu pionirju astronomike Hermanu Potočniku - Noordungu).</p>
78.	Vodne in obvodne (opis poti, dolžina, težavnost):	<p>Vodna učna pot Od kapljice do reke³⁸ Vodna učna pot Od kapljice do reke je učna pot z elementi interpretacije, ki je nastala kot rezultat študentskega projekta Po kreativni poti do znanja: »Voda – strateška dobrina v občini Vitanje«, pri katerem so sodelovali geografi, zgodovinarji in krajinski arhitekti.</p> <p>Občina Vitanje v hidrološkem smislu velja za zelo pestro območje z bogato kulturno in naravno dediščino. O rabi vode na tem območju v preteklosti pričajo predvsem ohranjeni mlini, vodnjaki in žage. Reka Hudinja, največji vodotok občine Vitanje, je zelo pomembna za človeka, pa tudi za vsa ostala živa bitja v rečni strugi in ob njej. Reko moramo razumeti tudi kot preoblikovalko površja in občasno grožnjo, kadar vode narastejo.</p> <p>Učna pot je dolga slabih 6 kilometrov, višinska razlika pa znaša 82 metrov. Lahko jo označimo kot nezahtevno pot, ki je primerna za vse starostne skupine in tako ljubitelje naravoslovja kakor družboslovja, saj jo sestavlja 16 vsebinsko raznolikih točk. Izhodišče je parkirišče pri Centru vesoljskih tehnologij Hermana Potočnika Noordunga. Pot poteka po naselju Vitanje in bližnji okolici in jo je mogoče obiskati peš ali s kolesom (obisk poti traja približno 2 do 3 ure, če jo prehodite).</p> <p>Od vodnjaka do vodnjaka³⁹ Vitanjski vodnjaki imajo globok dvojni pomen. Na eni strani je dediščina bogate zgodovine, ki je gradila staro trško jedro Vitanje, na drugi pa je izjemen naravovarstveni pomen vitanjske pitne vode, ki je bistvenega pomena ne le za Vitanje samo, temveč za širše območje, ki se razteza od Šentjurja, preko Dobja, Slovenskih Konjic, Oplotnice, Zreč vse do samega kraja. Poučne table ob vsakem od 9 vodnjakov vam bodo razkrile številne zanimivosti in skrivnosti tega majcenega odmaknjene kraja. Izhodišče: Center Noordung, Dolžina poti: 3,5 km, Čas hoje: 1,5 ure Težavnost: lahka.</p>

³⁵ Vir: <http://www.dezelaceljska.si/sl/node/621/57> (20. 10. 2020)

³⁶ Vir: <https://www.rogla-pohorje.si/sl/razisci/2019090313232573/po-vitanju-do-goslarstva-skaza> (6. 10. 2020)

³⁷ Vir: <file:///C:/Users/Uporabnik/Downloads/kolesarske-poti-karta.pdf> (20. 10. 2020)

³⁸ Vir: https://www.vitanje.si/Files/TextContent/146/1566905351546_Od-Kapljice-do-Reke.pdf (25. 10. 2020)

³⁹ Vir: <https://www.rogla-pohorje.si/sl/razisci/2019090313232507> (25.10.2020)

79.	Tematske pohodne poti (KD - sakralna dediščina, dediščina obrti, kulinarika, sadne, vino):	Romanje k "sveti smreki" na Paki pri Vitanju ⁴⁰ : v letih 1851 in 1852 je bilo sorazmerno dobro dokumentirano in zato pomemben vir za razumevanje slovenske ljudske religioznosti. Opazne so predkrščanske prvine in povezave s sosednjimi območji Evrope (prikazovanje Matere božje na drevesu, zdravilni studenec v bližini, drevo z dvema ali več vrhovi, krvavitev ranjenega drevesa, kazen za posekanje drevesa ipd.)			
90.	MICE ponudba:		Vrsta ponudbe	Kapa citeta	Programi
		Center Noordung	Večnamenska dvorana	300 mest	organizacija konferenc, dogodkov, prireditiv
91.	Ponudba inovativnih in kreativnih doživetij:	Ogled Centra Noordung (simulator letenja, opazovanje zvezd in vesolja) Goslarstvo Skaza (prikaz izdelave glasbil/rokodelstvo)			
92.	Znane osebnosti in ambasadorji:	<p>Herman Potočnik Noordung (1892-1929)⁴¹: Futurist, raketni inženir ter pionir astronavtik in kozmonavtik, preko materinih korenin povezan z Vitanjem. Vizionar, ki se je že v zgodnjem 20. stoletju ukvarjal z vesoljsko tehnologijo, po materini strani izhaja iz vitanjske rodbine Kokošinek. Njegov ded je bil krajevni sodnik (župan), ki se je kasneje preselil, a ohranjal stike z Vitanjem. Na pročelju njihove hiše, v današnji gostilni Rupnik, sta še vedno dedovi začetnici F. K. Ko je Herman imel komaj dve leti, mu je umrl oče, z materjo pa sta se za nekaj časa preselila v Vitanje. Njegova najznamenitejša ideja je bivalno kolo, ki si ga lahko ogledate v Centru Noordung. Pod psevdonimom Noordung je leta 1929 napisal knjigo Problem vožnje po Vesolju – Raketni motor, ki je predstavljala navdih sodobnim vesoljskim inženirjem pri razvoju tehnologij za potovanje v vesolje.</p> <p>Matija Štimulak (1840 – 1914): ljudski pesnik, poznan tudi kot Pohorski Tinček, ki je Vitanje opisoval v pesmih. Vedno je imel na glavi klobuk, oblečen je bil v srjaco iz domačega lanenega platna, ob svetkih in petkih je nosil telovnik.</p> <p>Angelo Baš (1926 – 2008): avtor monografij o Vitanjskem in Zreškem Pohorju.</p> <p>Ambasadorji: Pavel Skaza (rokodelec/Goslarski atelje), Anton Gričnik (pesnik in pisatelj), Blaž Šef (gledališki igralec).</p>			
93.	Dogodki in prireditve:	<p>Prireditve: Holcerija, Tradicionalno srečanje Rakovčanov, Srečanje na Paškem Kozjaku, Srečanje ljudskih pevcev in godcev, Trška kuhna</p> <p>Dogodki: tematski dogodki v Centru Noordung (opazovanje zvezd, večerja na strehi centra), Zimski večeri v Preužitkarski koči (Sv. Vid)</p>			
94.	Oblikovani turistični produkti: (Priloga dokumenta seznam turističnih produktov občine Vitanje)	Paket	Trajanje/cena	Ciljna skupina	Spletna stran
		<p>Paketi doživetij "Moja Slovenija": Preplet tradicije in sodobnosti Vključeno: vstop na Pot med krošnjami Pohorje, vstop v Žičko Kartuzijo, vstop v Center Noordung, zemljevid destinacije Rogla-Pohorje, razglednica za spomin, Destinacijski časopis, Zelena doživetja v Turistični destinaciji Rogla-Pohorje (udeležba na</p>	<p>22 EUR/odrasli 19 EUR/otroci</p> <p>Čas trajanja: 6 ur</p>	Zeleni raziskovalci	https://www.rogla-pohorje.si/sl/paketi-rogla-pohorje/paketi-dozivetij-moja%20slovenija/2020061610162515/paket-dozivetja-%22moja-slovenija/%22

⁴⁰ Vir: <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-JNIOUCY8> (20.10.2020)

⁴¹ Vir: <https://www.rad.sik.si/wp-content/uploads/2016/04/Noordung-RAD.pdf> (25. 9. 2020)

		vseh lokalnih aktivnostih po tedenskem programu animacije).			
		<p>Paketi doživetij Pohorje 365: Aktivno doživetje lokalne kulinarike pod obronki južnega Pohorje za pare ali družbo</p> <p>Vključeno: 2 x nočitev z zajtrkom v hotelu Reaktiv Zreče (dvoposteljne sobe), piknik na Rogli prvi dan (košara hišnih dobrot TK Arbajter), vstopnino za Pot med krošnjami Pohorje, spust po sankališču Zlodejevo, večerjo v Gostišču Smogavc (prvi dan), kosilo drugi dan na Izletniški kmetiji Polenšek, ogled kleti + pokušnjo vina v hiši vina Andrej, vstopnino za ogled Noordung centra, večerjo v Hotelu pod Roglo drugi dan, Minattijevo kavo, najem električnih koles za 9 ur, ogled vinske kleti Zlati grič ter pokušnjo vina, kosilo na Domačiji Forbar, spremstvo lokalnega turističnega vodnika tretji dan, organizacijo, osnovno nezgodno zavarovanje.</p>	<p>Cena paketa: 240 EUR na osebo pri udeležbi 8 oseb</p> <p>Čas trajanja: 3 dni</p>	Družabni foodieji	<p>https://www.rogla-pohorje.si/sl/paketi-rogla-pohorje/paketi-dozivetij-pohorje365/2020061612400864/paket-dozivetja-%22pohorje-365/%22</p> <p>in</p> <p>http://pohorje-turizem.com/turizem/pohorje-365/aktivno-dozivetje-lokalne-kulinarike-pod-obronki-juznega-pohorja-za-pare-ali-druzbo</p>
		<p>Paketi doživetij "Moja Slovenija": Top aktivnosti za družine v Destinaciji Rogla-Pohorje</p> <p>Vključeno: vstopnina za ogled Graščine v Oplotnici, družinska karta za Mini ZOO Land, ogled vinske kleti Zlati grič ter pokušnja 3 vzorcev vina, kosilo na TK Arbajter, družinska vstopnica za Pot med krošnjami Pohorje, 2 x NZ v družinski sobi hotela Brinje*** Rogla z možnostjo kopanja v bazenu</p>	<p>Cena paketa: 580,00 EUR za 4 člansko družino (2 odrasla + 2 otroka do 14 let)</p> <p>Čas trajanja 3 dni</p>	Aktivne družine	<p>https://www.rogla-pohorje.si/sl/paketi-rogla-pohorje/paketi-dozivetij-pohorje365/2020061913220714/paket-dozivetja-%22pohorje-365/%22</p> <p>in</p> <p>http://pohorje-turizem.com/turizem/pohorje-365/top-aktivnosti-za-druzine-v-destinaciji-rogla-pohorje</p>

		hotela Planja ter koriščenja ostalih aktivnosti po programu podjetja Unitur, kosilo v Koči na Pesku, spust po Zlodejevem sankališču, čajanka na Čutni poti, družinska vstopnica za Noordung center ter Žičko kartuzijo z možnostjo uporabe pametnih očala, organizacija izvedbe programa.			
		Paketi TD Vitanje: Program Paka Vključeno: ogled Centra Noordung, kosilo na izbrani lokaciji (Gostilna Kuzman, Čebelica ali Izletniška kmetija Polenšek), ogled vasice Rakovec, ogled in počitek pri izviru pitne vode; Berložnikova kapela, obisk eko kmetije Jeseničnik-Vranjek in pogostitev na Ekološki kmetiji Jeseničnik – Vranjek	Cena: 21 EUR Čas trajanja: 6 ur	Zeleni raziskovalci in aktivne družine	https://www.vitanje.si/files/other/posts175/146/90891Ponudba%20ogledov%20TD%20Vitanje.PDF
		Paketi TD Vitanje: Program Stenica-Ljubnica- Hudinja Vključeno: ogled Centra Noordung, pohod na Stenico (možnost meditacije pri Marijini kapelici) ali Smreško peč), spust do Ekološke kmetije Meglič (ogled in pokušnja zeliščnih namazov in napitkov), ogled Beškovnikove kašče ter Preužitkarske hiše, ogled cerkve Sv. Vida, obisk konjenske kmetije Petre s kosilom (možnosti ježe in vožnje s kočijo za doplačilo).	Cena: 27 EUR Čas trajanja 8 ur	Zeleni raziskovalci in aktivne družine	https://www.vitanje.si/files/other/posts175/146/90891Ponudba%20ogledov%20TD%20Vitanje.PDF
95.	Pomembni projekti:	Priloga v dokumentu (Tabela 1 in Tabela 2)			
96.	Planirane večje investicije v bodoče:	Obnova vasi Rakovec, signalizacija in ureditev pohodnih in obvodnih poti, ureditev cest			
97.	Inovativni projekti s potencialom:	Priloga 2			
98.	Razvojni in strateški dokumenti:	Nacionalni	Regionalni	Lokalni	
		Strategija trajnostne rasti	Vizija Pohorje 2030	Načrt razvoja in trženja v občini Vitanje 2017 – 2021	

	<p>slovenskega turizma 2017 – 2021 (MGRT, 2017), dostopna tukaj</p> <p>Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomskega turizma Slovenije 2019 – 2023 (STO, 2018); dostopen tukaj</p> <p>Program dela STO 2020/ 2021 – čistopis, Odzivi na krizne razmere zaradi Covid-19 (STO, april 2020); dostopen tukaj</p> <p>Digitalna kampanja na bližnjih trgih 2020 (STO, 2020), dostopno tukaj</p>	<p>Vizija trajnostnega razvoja zelene ponudbe (narava in kulturna dediščina) turističnega (projektne) območja Pohorje 2030. NATREG (Lešnik Štuhec, 2011), dostopna tukaj</p> <p>Načrt razvoja in trženja turizma v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 (Provital, 2016), dostopno tukaj</p> <p>Digitalna komunikacijska strategija Destinacije Rogla-Pohorje (Waldhuber T., 2017)</p> <p>Strategija razvoja Pohorja (MRA, 2020), dostopno tukaj</p>	<p>(Lešnik Štuhec, 2016); dostopen tukaj</p>
--	--	---	--

Priloga 2a: Seznam naravnih vrednot v občini Vitanje

ID NV	IME NV	POMEN
209	Paka	lokalni
1244V	Socka - soteska Hudinje	državni
4495V	Dravinja	lokalni
5512	Ljubnica s pritoki	lokalni
5609	Dantejev pekel	lokalni
5951	Hudinja - nahajališče marmorja	lokalni
5957	Zreče - osameli kras	lokalni
6106V	Paški Kozjak	lokalni
6108	Hudinja s pritoki do Vitanja	lokalni
5922	Kolarjeve lipe	lokalni

Vir: ZVRSN, 2020

NAZIV PROJEKTA	CILJI	DOSTOP	ČAS TRAJANJA
Vitanjska pitna voda	Vzpodbujanje varovanja okolja in trajnostnega turizma z inovativnimi metodami interpretacije vodnih virov urbanega naselja Vitanje.	https://www.vitanje.si/objava/166523	V teku
Digitalno razstrupljanje v TDRP	Vzpodbuditi razvoj turistične ponudbe ter digitalnega inoviranja slovenske kulturne dediščine in krepitev kompetenc zaposlenih na področju turizma v TDRP .	https://www.ticzrece.si/projekti/esrr-projekti/razstrupljanje-v-tdrp/	2020-2021
Partnerstvo za Pohorje	Vzpostaviti zeleno destinacijo Pohorje (združenih 19 občin), skupne cilje, vizijo in strateški razvoj komunalne, turistične in cestne infrastrukture.	https://www.ticzrece.si/projekti/ostali-projekti/partnerstvo-za-pohorje/	2019 - 2021
Občina po meri invalidov	Ureditev površin za lažjo dostopnost invalidov.	https://vitanje.si/objava/47503	2015 (v teku, se nadgrajuje)

Vir: Občina Vitanje, 2020

Priloga 2c: Pomembni izvedeni projekti v občini Vitanje v obdobju

NAZIV PROJEKTA	REŠITEV	DOSTOP	ČAS IZVEDBE
Vzpostavitev TIC Vitanje in ureditev okolice	Večja vključenost obstoječih objektov in manjše infrastrukture v lokalno dogajanje, oblikovanje ustreznih vsebin za oživitvev urbanega območja, krepitev sodelovanja, izobraževanja in informiranja o možnostih za preživljanje prostega časa v urbanem območju.	https://www.vitanje.si/objava/299993	2019 – 2020
Igrivo stičišče in ureditev PZA Vitanje	Ureditev Postajališča za avtodome in skupnega medgeneracijskega igrišča« za vse starostne skupine.	https://vitanje.si/objava/199888	2019 – 2020
Evropski teden mobilnosti	V sodelovanju z OŠ Vitanje in Centrom Noordung izvedba sklopa Pešbus , z namenom, da se obnovijo stare in varne šolske poti, po katerih bodo otroci prihajali v šolo peš.	https://www.vitanje.si/objava/149250	2020
#ExploreFeelEnjoy #RoglaPohorje	Promocija turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2020.	https://www.rogla-pohorje.si/sl/poslovne-strani/projekti/2020072809115367/explorefeelenjoy-roglapohorje/	2020
Digitalni DRP	Vzpodbujen razvoj in krepitev promocije turistične ponudbe v TDRP , s poudarkom na pospeševanju digitalne promocije na tujih trgih.	https://www.ticzrece.si/projekti/esrr-projekti/digitalni-drp/	2019
Zelena digitalna doživetja v TDRP	Razvoj turističnih produktov, vzpostavitev sodobnih digitalnih orodij in digitalna promocija turistične ponudbe.	https://www.rogla-pohorje.si/sl/poslovne-strani/zelena-digitalna-doizivetja-v-destinaciji-rogla-pohorje/	2018–2019
Projekt Užij Okuse Rogle	Nadaljnji razvoj in nadgradnja blagovne znamke Okusi Rogle, ki združuje lokalne	https://www.zrece.si/objava/206243	2018–2019

	ponudnike prehranskih izdelkov, pridelkov, jedi, kulinaričnih prireditev, rokodelskih izdelkov in turističnih produktov/vodenih doživetij.		
Na turo Pohorje – Bohor (inovativen integralni destinacijski produkt)	Izvedene aktivnosti povezovanja potencialov celotnega območja destinacije LAS »Od Pohorja do Bohorja« v skupno enovito mrežo.	https://www.zrece.si/objava/195398	2017- 2019
TUR – INFOMAT	Vzpostavitev mreže turističnih infomatov, kjer so informacije o ponudbi TDRP dostopne 24 ur (prilagoditev potrebam dostopnega turizma).	https://www.ticzrece.si/projekti/esrr-projekti/tur-infomat/	2018: Slovenske Konjice, Vitanje, Zreče 2020: Oplotnica

Vir: Občina Vitanje, 2020

Projekt: Načrt razvoja in trženja turizma v občini Vitanje 2022–2028

Naročnik: Občina Vitanje

Vodja projekta in avtorica: dr. Aleksandra Golob

Člani ekipe (po abecednem vrstnem redu):

Nina Buh

mag. Tjaša Kangler

Aleksandra Kovačič

Tanja Tamše

Domen Vogelsang

Izvajalec: LTO Rogla - Zreče, GIZ

Izdajatelj in založnik: LTO Rogla - Zreče, GIZ

Fotografije: Miha Matavž Photo & Video, Miha Matavž Photo & Video – Dan Briški

Jezikovni pregled: Brihta, Ana Gorinšek, s. p.

Oblikovanje: Epigraf, Blaž Prapotnik, s. p.

Elektronska izdaja dostopna na www.rogla-pohorje.si.

Leto izdaje: 2022

Kraj izdaje: Zreče

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v

Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

COBISS.SI-ID 119843075

ISBN 978-961-95092-4-1 (PDF)

Vse pravice pridržane. Noben del gradiva se ne sme reproducirati ali kopirati v kakršnikoli obliki: grafično, elektronsko ali mehanično, kar vključuje (ne da bi bilo omejeno na) fotokopiranje, snemanje, skeniranje, tipkanje ali katerekoli druge oblike reproduciranja vsebine brez pisnega dovoljenja avtorja ali druge pravne ali fizične osebe, na katero bi avtor prenesel materialne avtorske pravice.



Turistična destinacija

Rogla·Pohorje

OPLOTNICA • SLOVENSKE KONJICE • VITANJE • ZREČE