



# STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA SLOVENSKE ISTRE 2030

## PREDSTAVITEV PREDLOGA & RAZPRAVA

### 2. ISTRSKI TURISTIČNI FORUM

28. november 2024

GRADIVO s  
predstavitve

PORTOROŽ  PORTOROSE  
PIRAN PIRANO

  
IZOLA  
ISOLA

 KOPER  
CAPODISTRIA

 ANKARANSKI  
POLOTOK  
PENISOLA DI  
ANCARANO

# VSEBINA

1

## PROCES

Namen, cilji in proces priprave Strategije

2

## PREDSTAVITEV

Ključni izzivi, vizija, razvojni model, kazalniki, skupna področja ukrepanja, projekti, organiziranost

3

## PANELNA RAZPRAVA





#01

PREGLED IZVEDENIH AKTIVNOSTI IN  
IZPOSTAVITEV POMEMBNIH IZHODIŠČ

# VSI ELEMENTI METODOLOGIJE DELA



December 2023 – do konca jeseni 2024 osnutek, do konca leta finalizacija

OSNOVA DELA JE POTEKALA PO SKUPINAH, OB TEM PA SO POMEMBNI ELEMENTI METODOLOGIJE:

MEDOBČINSKA DELOVNA SKUPINA	STRATEŠKA SKUPINA	FOKUSNE SKUPINE	KOORDINATOR (naročnik, izvajalec)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Direktorji DMO-jev</li> <li>Predstavniki Občin (turizem-gospodarstvo)</li> <li>Dodatno 1 član na občino po predlogu Občine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vsaka občina predlaga svoje predstavnike (poudarek na zasebnem sektorju: nastanitveniki, organizatorji prireditvev, agencije ...)</li> <li>Predstavniki na ravni regije/širše: RRA, LAS, UNIVERZA, STO</li> <li>Vključena Usmerjevalna skupina (!)</li> </ul>	<p><b>4 teme, 4 področja</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Trajnost – prilagajanje in blaženje podnebnih sprememb (vključno promet in odpadki/zero waste)</li> <li>KBZ, kmetijstvo (oljkarji, vinarji, ribištvo)</li> <li>Naložbe, podjetništvo, infrastruktura, kadri</li> <li>Produkti, operacionalizacija trženja (segmenti, trgi, promocija)</li> </ol>	<p>Naloge:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Koordinacija datumov in prostorov</li> <li>Pošiljanje vabil</li> </ul>

**UVODNI INTERNI VPRAŠALNIK**  
PO OBČINAH  
ZA VSEBINSKE INPUTE & DOKUMENTE

20. december 2023 –  
Januar 2022

**INDIVIDUALNI INTERVJUJI**

Junij 2024

**DELAVNICE**

- 2 delavnici SS
- 1 fokusna delavnica
  - Dodatna usklajevanja/delavnice z Medobčinsko delovno skupino

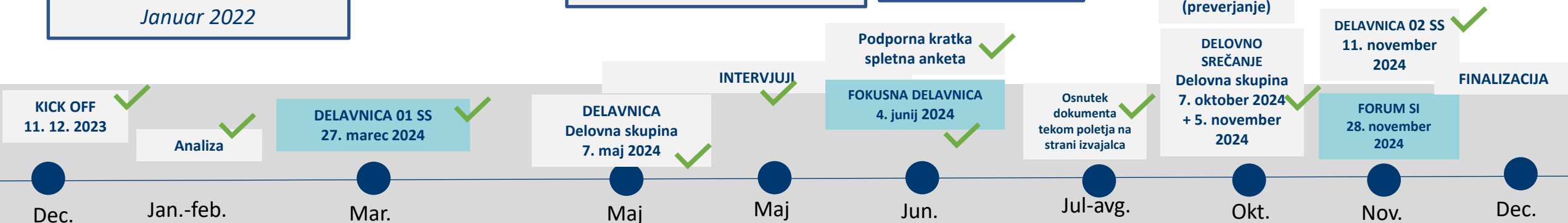
Marec – november 2024

**SPLETNA ANKETA (2)**

Kratka fokusna maj  
Preverjanje predloga oktober-november

**VMESNA PODPORNA ZOOM USKLAJEVANJA in PREVERJANJA**

Tekom celotnega projekta



# PREDMET STRATEGIJE & CILJI REGIJSKEGA POVEZOVANJA

Predmet naloge (kot je bilo opredeljeno v pozivu) je

## STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA ISTRE 2030, ki zajema naslednje sklope:



CILJI, kij jih zasleduje strategija (opredeljeno v pozivu):

1. **Oblikovanje skupne vizije enovite destinacije.**
2. **Identificiranje ključnih priložnosti, konkurenčnih prednosti ter ovir.**
3. **Doseganje turističnega potenciala regije.**
4. **Delovanje na podlagi dolgoročnih strateških usmeritev.**
5. **Optimizacija finančnih in človeških virov** za izvajanje strategije ter letnih programskih in finančnih načrtov in drugih vsebinskih nalog.
6. **Ustanovitev regijske destinacijske management organizacije (DMO).**

1

ANALIZA STANJA

2

ANALIZA IN OPREDELITEV  
KONKURENČNIH PREDNOSTI  
REGIJE  
in PRIMERJAVE S PRIMERLJIVI  
TURISTIČNIMI REGIJAMI

3

STRATEŠKI DEL

4

ORGANIZACIJSKA  
STRUKTURA  
REGIJSKE DMO



# PREDSTAVITEV EKIPE IZVAJALCA



## KONZORCIJ GOODPLACE, HOSTING, SONTIUS, ALOHAS



Jana Apih



Peter Vesenjak



Janko Humar



Miša Novak

### Referenčni skupni projekt: Strategija slovenskega turizma 2028

Politika 4 TRAJNOST in ZELENA SHEMA  
SLOVENSKEGA TURIZMA

Politika 1 NALOŽBE in PODJETNIŠKO  
OKOLJE

Politika 6 UPRAVLJANJE DESTINACIJ in  
POVEZANOST TURIZMA

Politika 7 TRŽENJE IN  
PRODUKTI



VPRAŠANJA & RAZPRAVA  
(interaktivna delavnica in panelna razprava)  
NA KONCU PREDSTAVITVE

# IZHODIŠČA,

KI JIH MORAMO IMETI PRI VREDNOTENJU PREDLOGA „PRED SABO“



## 1. DELAMO REGIJSKO STRATEGIJO – in NE POSAMEZNIH LOKALNIH/ DESTINACIJSKIH.

Naslavljam torej skupne izzive, kjer smo lahko na ravni regije močnejši, učinkovitejši in uspešnejši.

Seveda upoštevamo specifikke od spodaj navzgor – in tudi v skupnem regijskem modelu krepimo razlikovalne identitete posameznih destinacij.



## 2. GLEDE NA PODANA IZHODIŠČA (ter cilje, resurse in poglede posameznih občin/DMO-jev) NE DELAMO RAZVOJNEGA MASTER PLANA REGIJE.

Kljub temu pa oblikujemo dolgoročnejšo razvojno vizijo in kazalnike konkurenčnosti turizma v regiji: jasni premiki in usmeritve, ki jih mora realizirati regija za okrepitev pozicije in dolgoročno vzdržen razvojni model.



## 3. PODAJAMO STROKOVNO UTEMELJEN ROADMAP (skupni projekti in ciljno organiziranost, do katere lahko pridemo tudi fazno/postopno), TODA ČASOVNA DINAMIKA in AMBICIOZNOST BO ODVISNA OD NAROČNIKOV (OBČINE-DMO-JI).

Pri projektih smo upoštevali časovno in finančno izvedljivost v 6-letnem obdobju. Torej, morali smo biti realni, kaj je mogoče izvesti v tem obdobju.



## 4. NA KROVNI RAVNI (STO-MGTŠ) TRENUTNO ŠE NI SPREJETEGA MODELA razvojno-promocijske finančne PODPORE REGIJAM, sploh pa ne takšne, ki bi bila systemske narave.

Zato smo oblikovali model, ki je neodvisen od tega.



Za vse ključne  
elemente bomo  
**predstavili tudi**  
**pogled/rezultate**  
**SPLETNA ANKETE**  
(156 v celoti končanih  
anket).

#02

## PREDLOG KLJUČNIH ELEMENTOV STRATEGIJE ZA USKLADITEV:

Povzetek analize v obliki ključnih izzivov  
Vizija, ciljna tržna pozicija regije in USP-ji  
Razvojni scenarij, cilji in KPI-ji  
Razvojni model z ukrepi – projekti  
Organiziranost



**ZA UVOD ZGOLJ  
ZGOLJ NEKAJ TEMELJNIH ŠTEVILK  
(temeljni turistični kazalniki),**

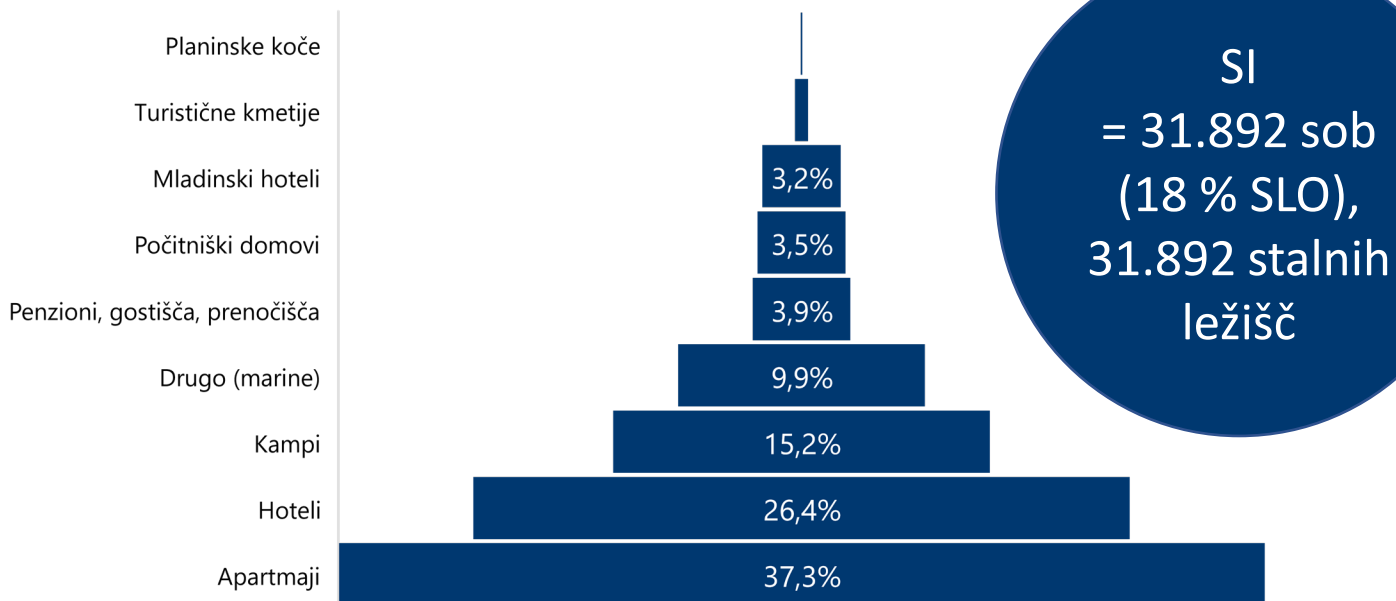
širša analiza je v integralnem dokumentu kot tudi v predhodnih gradivih.

# NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI SLOVENSKA ISTRA 2023



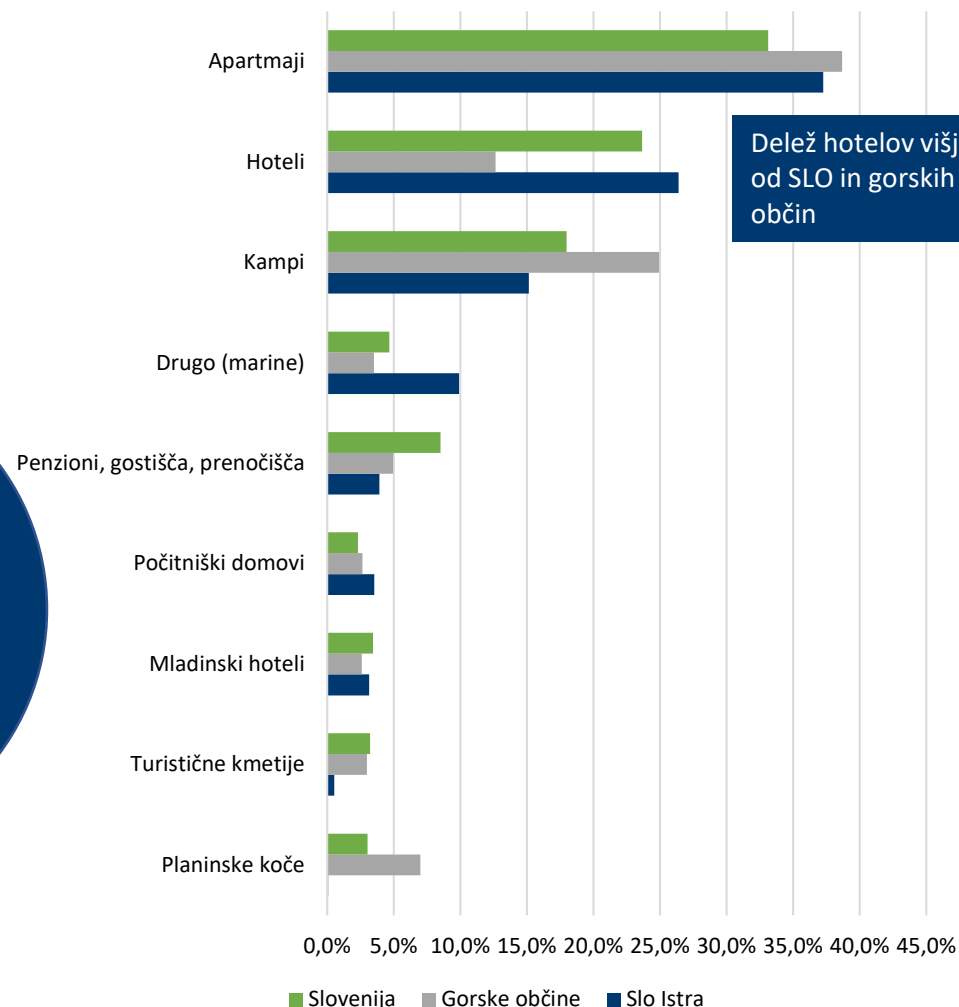
Po podatkih SURS-a je Slovenska Istra v letu 2023 zagotavljala **13.089 sob**, **33.347 ležišč**, od tega **31.892 stalnih ležišč**.  
Delež stalnih ležišč se v zadnjih letih povečuje.

## Struktura nastanitvenih zmogljivosti



SI  
= 31.892 sob  
(18 % SLO),  
31.892 stalnih  
ležišč

## Primerjava strukture kapacitet



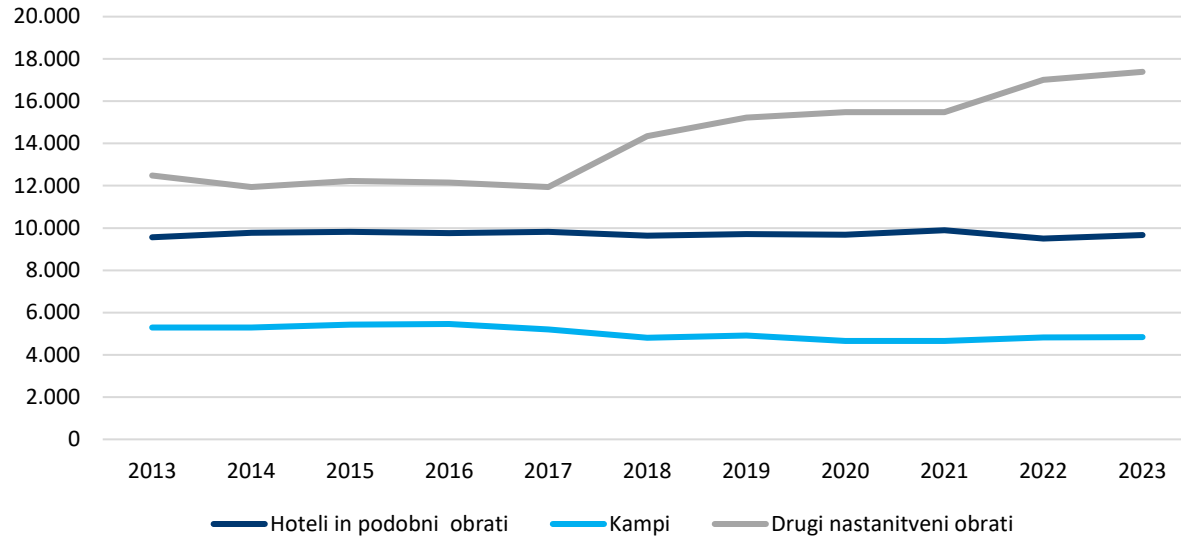
Slovenska Istra ponuja največ kapacitet v apartmajih (37 %), ta delež je večji od SLO povprečja (33 %) in manjši od deleža apt. v JA (39 %); na drugem mestu so hoteli (26 %), kjer delež presega SLO povprečje (24 %) in je mnogo boljši od deleža hotelskih postelj v JA (13 %); na tretjem mestu pa kampi (15 %) – delež kampov je manjši od deleža kampov v SLO strukturi (18 %), bistveno manjši od deleža kampov v JA (25 %) in manjši od pričakovanj – zaradi omejenega prostora slovenske Istre.

# SLOVENSKA ISTRA – RAST ZMOGLJIVOSTI 2013-2023

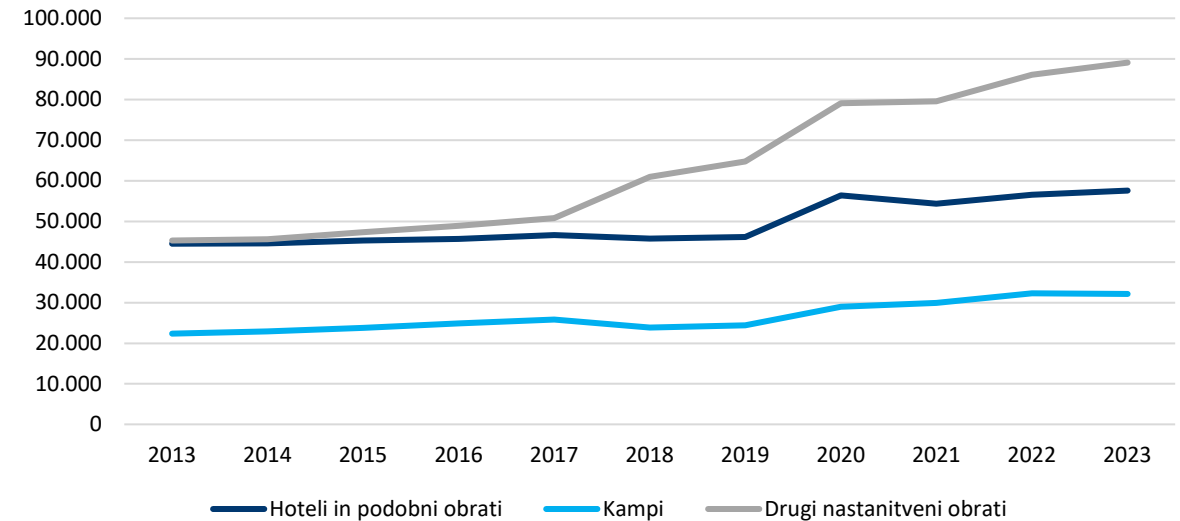


Tržni delež nočitev v SLO:  
2013: 21 % => 2023: 19%

SLOVENSKA ISTRA rast stalnih ležišč 2013-2023



SLOVENIJA - rast stalnih ležišč 2013-2023



	indeks 23/13	
	SLO Istra	Slovenija
Hoteli in podobni	101	129
Kampi	91	144
Drugi obrati	139	197
SKUPAJ	117	159

Struktura slovenskih nastanitvenih kapacitet se v zadnjem desetletju slabša. Število vseh turističnih postelj se je sicer povečalo za skoraj 67.000, a največ v segmentu cenejših in enostavnejših nastanitvev (apartmaji +98%, kampi +44%), število hotelskih postelj se je povečalo le za 29%.

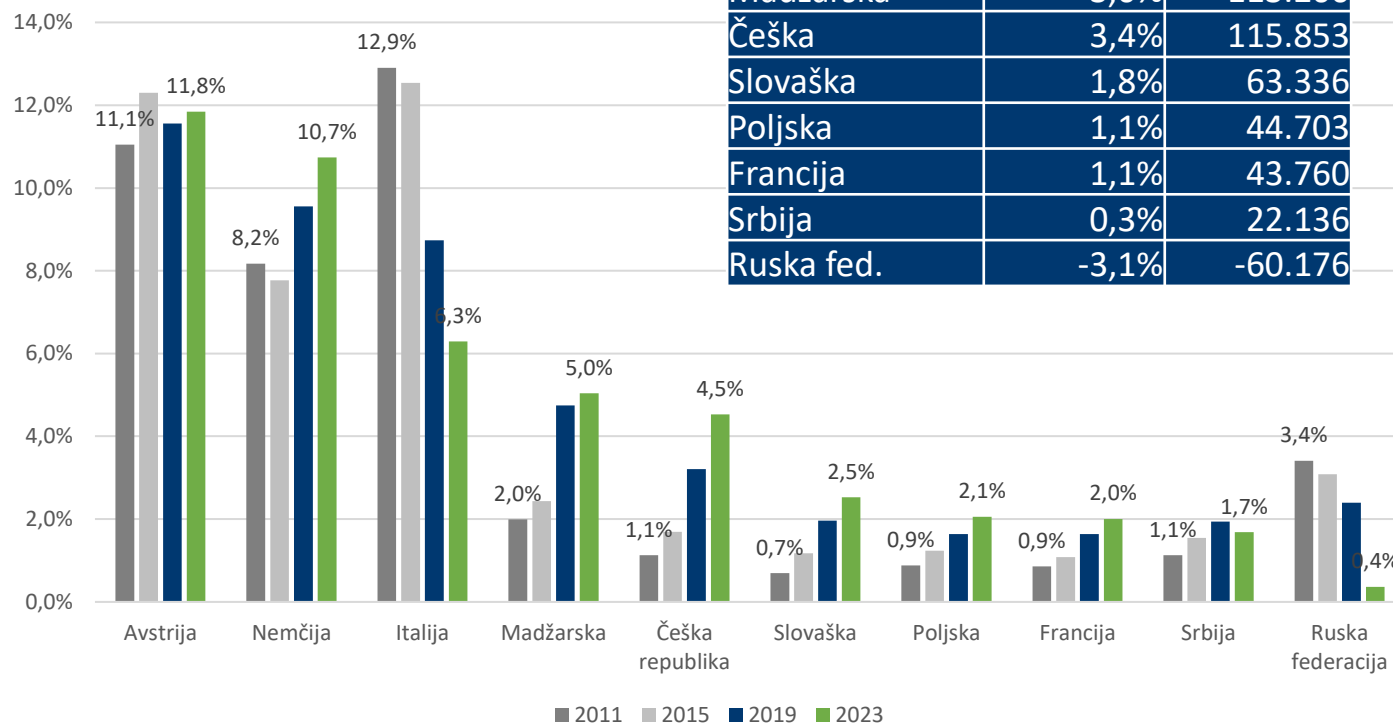
Skupna rast ležišč v Slovenski Istri je bila v obravnavanem desetletju **veliko manjša od slovenskega povprečja** (Slovenija +59 %; SI le +17 %) in še ta rast v celoti odpade na povečanje števila postelj v apartmajih. Zmanjševanje kapacitet kampov še lahko razumemo z izboljševanjem standardov in omejenostjo prostora, ki novih kampov na obali ne omogoča, **stagnacija hotelov v desetletju zelo ugodnih tržnih razmer pa je manj sprejemljiva.**



# SPREMEMBE V STRUKTURI TRGOV – v deležih tujih trgov (2011-2023)



Trgi - spremembe 2011/2023		
Nočitve 11/23	2.086.268	3.074.899
Slovenija	-6,0%	272.792
Avstrija	0,8%	133.671
Nemčija	2,6%	159.714
Italija	-6,6%	-75.603
Madžarska	3,0%	113.200
Češka	3,4%	115.853
Slovaška	1,8%	63.336
Poljska	1,1%	44.703
Francija	1,1%	43.760
Srbija	0,3%	22.136
Ruska fed.	-3,1%	-60.176



	2011	2015	2019	2023
1 Slovenija	46,1%	43,3%	38,2%	40,2%
2 Italija	12,9%	12,5%	11,6%	11,8%
3 Avstrija	11,1%	12,3%	9,6%	10,7%
4 Nemčija	8,2%	7,8%	8,7%	6,3%
5 Ruska fed.	3,4%	3,1%	4,7%	5,0%
6 Belgija	2,3%	2,4%	3,2%	4,5%
7 Madžarska	2,0%	1,7%	2,4%	2,5%
8 Srbija	1,4%	1,6%	2,0%	2,1%
9 Češka	1,1%	1,5%	1,9%	2,0%
10 Nizozemska	1,1%	1,2%	1,6%	1,7%
		Druge	Druge	Druge
Druge države	10,4%	12,5%	16,1%	13,1%
	2.086.268	2.107.026	3.016.067	3.074.899

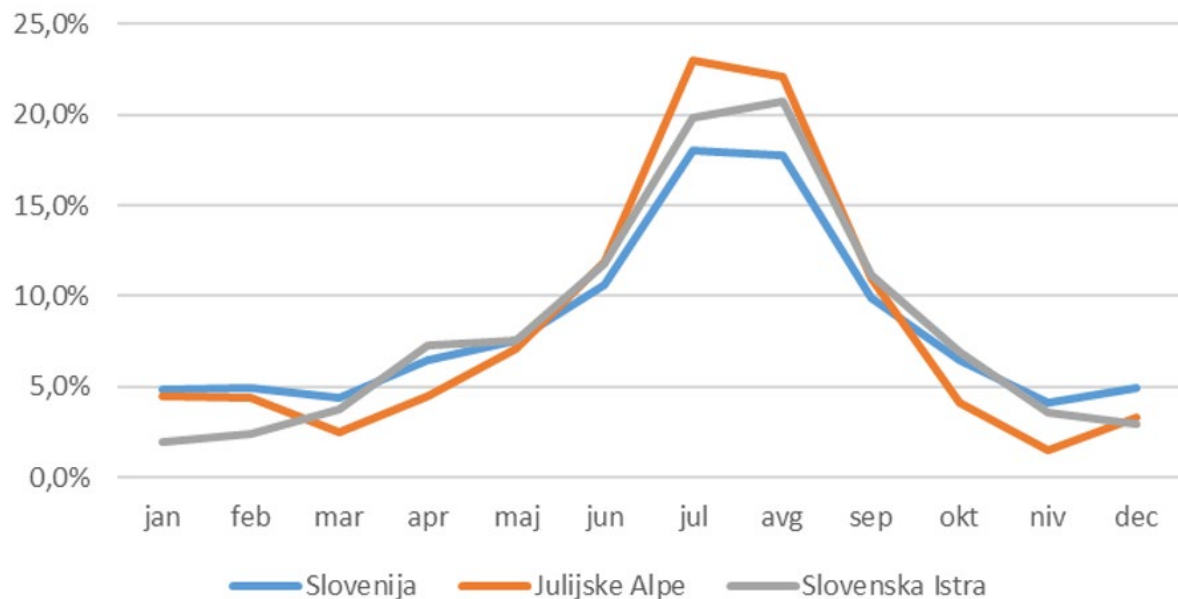
Struktura trgov se skozi čas počasi a opazno spreminja. **Povečuje se delež „novih držav“ zmanjšuje pa se delež tradicionalne Italije, ki je iz prvega mesta med tujimi trgi v prvi polovici prejšnjega desetletja padla na današnje tretje.**

# SEZONSKOST SI-JA-SLOVENIJA 2023

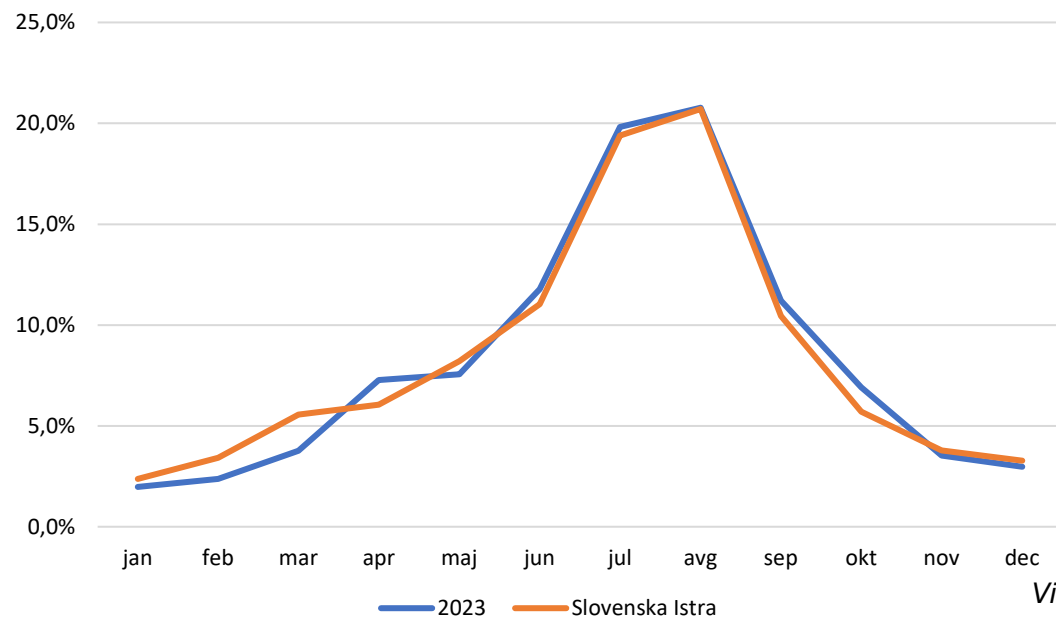


Manjša sezonalizacija kot npr. Julijske Alpe, a višja od povprečja Slovenije. Prostor za izboljšave! Dostopnost, klima (turizem 365 dni) in produkti.

Sezonskost - primerjava



Slovenska Istra - sezonskost 2023/2013



Vir: SURS

## SLOVENIJA

Julij-avgust	35,8%
Junij-september	56,3%
April-oktober	76,8%
November-marec	23,2%

## JULIJSKE ALPE

Julij-avgust	45,1%
Junij-september	68,0%
April-oktober	83,8%
November-marec	16,2%

## SLOVENSKA ISTRA

Julij-avgust	40,6%
Junij-september	63,6%
April-oktober	85,8%
November-marec	14,6%

**V obdobju 2013-2023 destinacija ni dosegla pomembnejših sprememb v izravnavanju sezonskega nihanja**

# PRIMERJAVA TEMELJNIH KAZALNIKOV (2023) PO OBČINAH in skupaj v slovenski Istri - primerjava Slovenija in Julijske Alpe



**Temeljni kazalniki intenzivnosti in gostote turistične dejavnosti: Koper v slovenskem povprečju, ostale občine SI močno presegajo slovensko povprečje.**

SI ima zaradi manjšega prostora precej večjo gostoto, a manjšo intenzivnost turistične dejavnosti kot Julijske Alpe (ki so 5-krat večje po površini, a imajo enako prebivalcev kot SI, 1,75-krat več ležišč in za skoraj 1,5-krat več prenočitev).



PODATKI ZA LETO 2023	PIRAN	IZOLA	KOPER	ANKARAN	SLO ISTRA SKUPAJ	JULIJSKE ALPE	SLOVENIJA
Prebivalci (31.12.2023)	18.073 (24. v SLO)	16.429 (31. v SLO)	53.915 (4. v SLO)	3.368 (147. v SLO)	91.785	95.915	2.120.973
Velikost	44 (141. v SLO)	29 (183. v SLO)	304 (7. v SLO)	8 (211. v SLO)	385	2.178	20.271
Število vseh ležišč (SKUPAJ, SURS)	17.666	6.174	5.880	3.627	33.347	54.166	189.887
Prenočitve	1.818.936 (2. v SLO)	556.636 (8. v SLO)	360.128 (13. v SLO)	339.199 (14. v SLO)	3.074.899	4.448.501	16.125.017
Prihodi	591.326	152.273	123.215	87.513	948.669	1.732.145	6.192.804
PDB SKUPAJ	3,1	3,7	2,9	3,9	3,2	2,6	2,6
DELEŽ TUJE PRENOČITVE	65%	47%	73%	38%	60%	84%	72%
<b>Število ležišč na 100 prebivalcev ( EU 2019 = 7)</b>	<b>97</b>	<b>38</b>	<b>10</b>	<b>113</b>	<b>36</b>	<b>60</b>	<b>9</b>
<b>Gostota turistične dejavnosti (štev. vseh prenočitev/dan/km<sup>2</sup>, pvp. EU 2019 = 2,2)</b>	<b>113,3</b>	<b>52,6</b>	<b>3,2</b>	<b>116,2</b>	<b>21,9</b>	<b>5,6</b>	<b>2,2</b>
<b>Intenzivnost turistične dejavnosti (štev. vseh prenočitev/100 prebival./dan) pvp EU 2019 = 2,7)</b>	<b>27,6</b>	<b>9,3</b>	<b>1,8</b>	<b>27,6</b>	<b>9,2</b>	<b>12,7</b>	<b>2,1</b>

Specifični so v  
nadaljevanju  
opredeljenih po  
ključnih področjih  
ukrepanja.

## POVZETEK V OBLIKI KLJUČNIH IZZIVOV

(ki smo jih že preverjali marca s Strateško skupino)

Specifične smo opredelili tudi po ključnih področjih ukrepanja



# SKUPNI IZZIVI SKOZI PRIZMO TURIZMA NA REGIJSKI RAVNI

1.

Skupno  
PROSTORSKO  
NAČRTOVANJE

2.

Okrepljen  
MEDSEKTORSKI  
PRISTOP

3.

Načrtovanje in  
usmerjanje  
TURISTIČNIH  
TOKOV

4.

PROMETNA  
POVEZANOST

5.

OHRANJANJE  
ISTRSCHE  
IDENTITETE

6.

TRAJNOST,  
BLAŽENJE IN  
PRILAGAJANJE  
PODNEBNIM  
SPREMEMBAM

7.

Večji  
INFRASTRUKTURNI  
PROJEKTI  
SKUPNEGA  
POMENA

8.

UPRAVLJANJE  
ODLIČNOSTI  
in skrb za  
KADRE

9.

IZBOLJŠANJE  
KONKURENČNE  
POZICIJE REGIJE  
na turističnem  
trgu

10.

POVEZANI in  
KONKURENČNEJŠI  
PRODUKTI  
NA RAVNI  
REGIJE

11.

OKREPLJENA in  
BOLJ CILJNO  
TRŽENA  
ponudba za  
mesece izven  
poletja

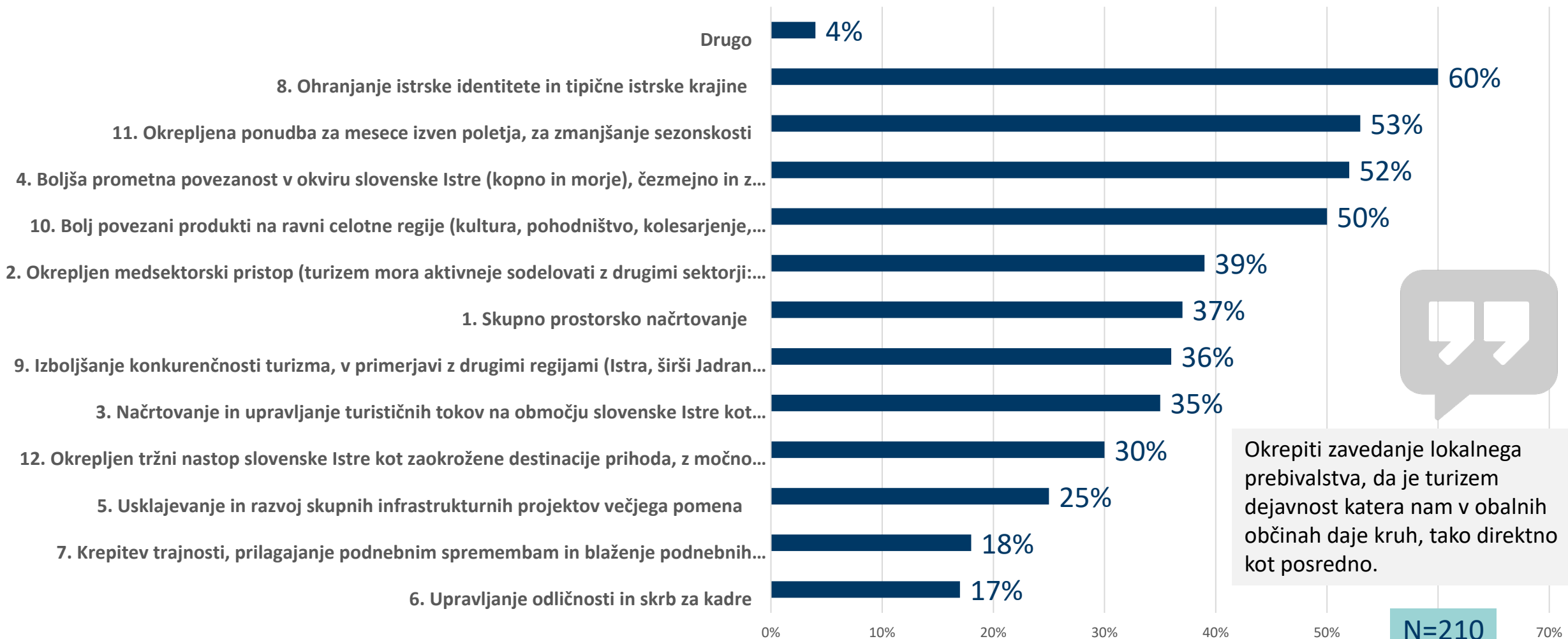
12.

ZDRUŽEN in  
OKREPLJEN  
TRŽNI NASTOP  
pod skupno  
znamko

13. UPRAVLJAVSKA OPTIMIZACIJA in OKREPITEV PRODORNOSTI  
razvoja in upravljanja turizma na ravni regije (lokalna → regijska raven)

# RANGIRANJE SKUPNIH IZZIVOV (spletna anketa)

**VPRAŠANJE 1:** Analiza je pokazala naslednje ključne (!) izzive skozi prizmo turizma, ki jih moramo naslavljanje na ravni regije slovenska Istra. To so torej izzivi, ki so skupni in ki jih lahko učinkoviteje naslavljam skupaj. **Prosim, izberite največ 5 izzivov, ki so po vašem mnenju prioritetni - ki bi se jim morali kot zaokrožena destinacija prioriteto posvetiti.**



IZHODIŠČA ZA OBLIKOVANJE VIZIJE in  
CILJNEGA TRŽNEGA POZICIONIRANJA  
slovenske Istre

# TEMELJNA JEDRNA IZHODIŠČA (10)

za oblikovanje vizije in ciljne tržne pozicije slovenske istre

**1. Najbolj intenzivno turistično razvita regija v Sloveniji, na drugem mestu po realizaciji prenočitev.**

**2. Izjemna geostrateška lega ob glavnih prometnih koridorjih (morje, kopno).**

**3. Razvito gospodarstvo z visokim BDP na prebivalca.**

**4. Visoko razvita raziskovalno-izobraževalna, razvojna in podjetniška mreža.**

**5. Visoko cenjen prostor in urejena kulturna krajina.**

**6. Ugodna mediteranska klima, ki omogoča turizem 365.**

**7. Odprtost, kulturna raznolikost, dvojezičnost in izredno bogata zgodovinska dediščina.**

**8. Visoka kakovost življenja in sproščen mediteranski življenjski slog.**

**9. Povezanost z naravo, izjemna zaščitena območja narave in visoko kakovostni lokalni pridelki.**

**10. Tesna povezanost s sosednjimi regijami (hrvaška Istra, pokrajina TRST in širše FVJ, Kras).**



**PREDLOG VIZIJE**

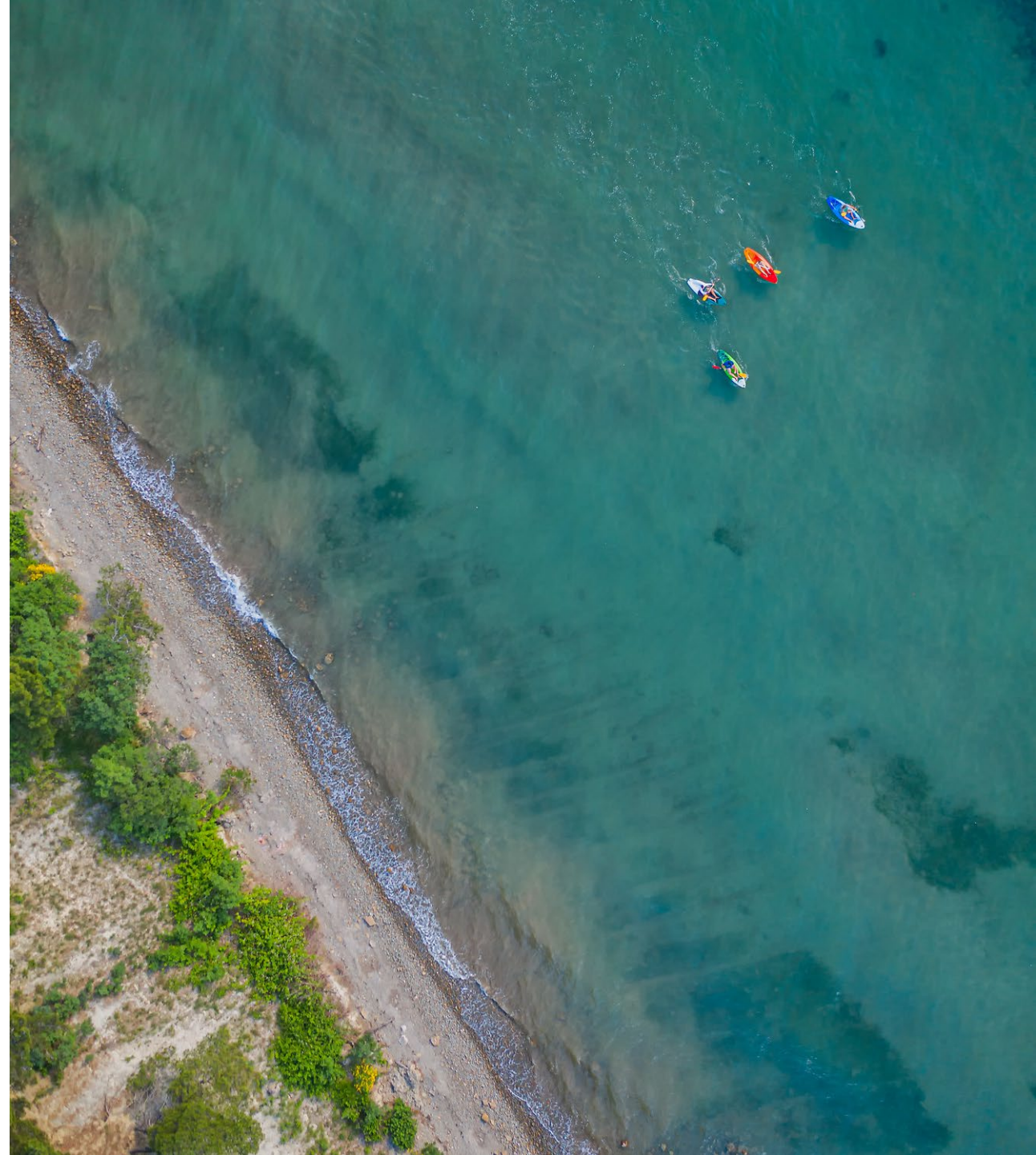
**slovenske Istre skozi prizmo turizma 2030+**

(NOTRANJA RAZVOJNA)

## VIZIJA SKOZI PRIZMO TURIZMA

**Slovenska Istra  
je odprta,  
enotna regija,  
kjer prodoren,  
odličen in  
uravnovežen  
turizem krepi**

visoko kakovost bivanja,  
ohranjenost narave in urejenost ambientov,  
istrsko identiteto  
in višjo dodano vrednost za vse.





Slovenska Istra  
je odprta,  
enotna regija, ...

Ta vidik  
izpostavlja  
zaokroženost,  
multikulturalnost,  
dvojezičnost in  
čezmejnost.

... kjer prodoren,  
odličen in  
uravnovežen  
turizem ...

Ta vidik izpostavlja dvig  
konkurenčnosti  
gospodarstva,  
ambicioznost, prodornost  
in zavezo k odlični ter  
celoletni ponudbi in  
storitvi, vključno s  
kakovostno infrastrukturo,  
ob tem pa skrb za  
uravnoveženost med  
kakovostjo bivanja in  
obiskom ter dolgoročno  
vzdržnim razvojnim  
modelom.

... krepi  
visoko kakovost  
bivanja,  
ohranjanje narave in  
urejenost ambientov,  
istrsko identiteto ...

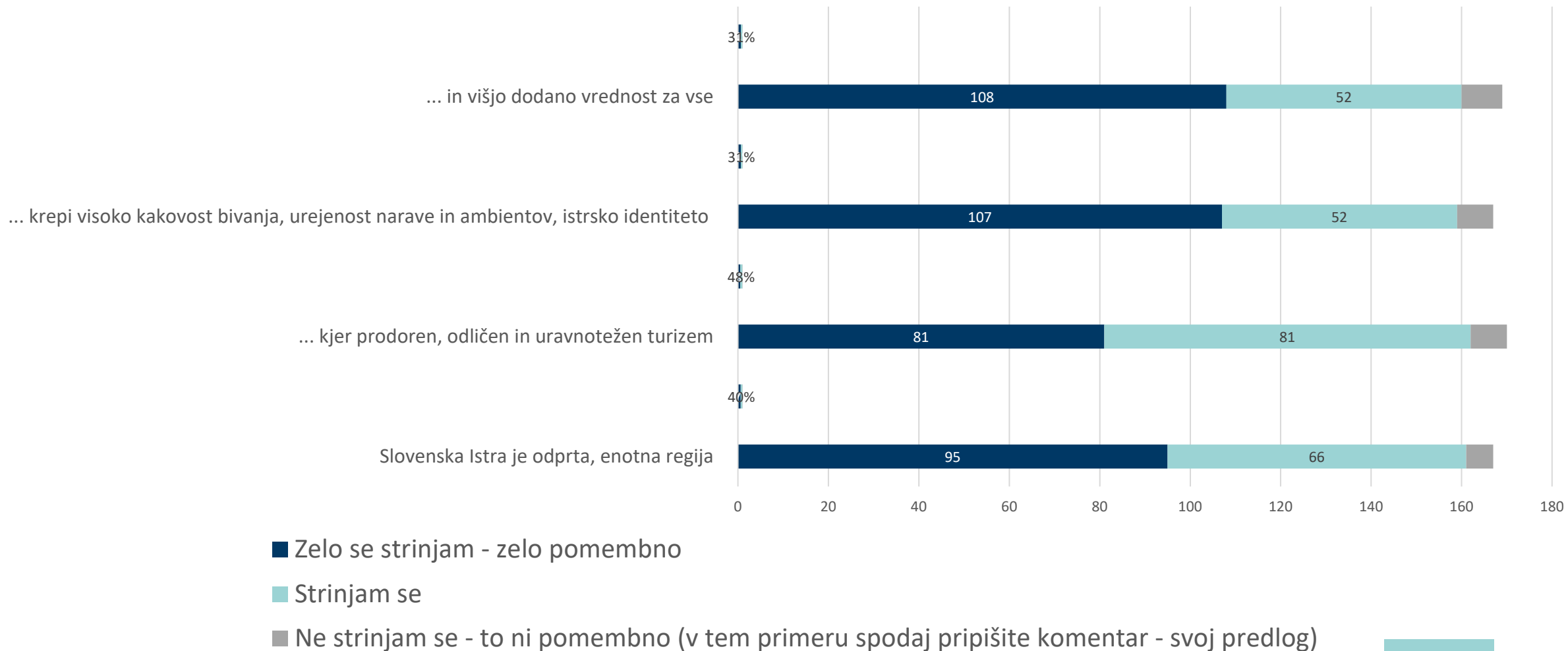
Ta vidik poudarja,  
da turizem prispeva h  
kakovosti bivanja in  
skrbi za urejenost vasi,  
ambientov,  
krajine ter prispeva,  
da se ohranja in  
krepi istrska identiteta.

...  
in višjo  
dodano vrednost  
za vse.

Ta vidik poudarja,  
da razvijamo  
turizem,  
ki prinaša  
pozitivne učinke  
za vse deležnike  
ter da je poudarek na  
ekonomskem učinku  
in ne obsegu.

# RANGIRANJE ELEMENTOV SKUPNE VIZIJE (spletna anketa)

**VPRAŠANJE 4: Predstavljamo predlog vizije slovenske Istre kot zaokrožene regije, skozi prizmo turizma, 2030+.** Prosimo, da opredelite stopnjo strinjanja s posameznimi elementi oziroma podate svoj predlog. **PREDLOG VIZIJE:** Slovenska Istra je odprta, enotna regija, kjer prodoren, odličen in uravnotežen turizem krepi visoko kakovost bivanja, urejenost ambientov in varstvo narave, istrsko identiteto in višjo dodano vrednost za vse.



■ Zelo se strinjam - zelo pomembno

■ Strinjam se

■ Ne strinjam se - to ni pomembno (v tem primeru spodaj pripišite komentar - svoj predlog)

N=170

# PREGLED VIZIJ TURIZMA V 4 OBČINAH SLOVENSKE ISTRE

Izpostavlja zelenje, mir in blagodejno klimo na zdravje



Podporno gradivo

Temeljni razlikovalni element od drugih destinacij je ribiška ter pomorska tradicija in t.i. kulinarični trikotnik, ki sloni na lokalni kulinariki, temelječi na ribah, oljkah (ter drugi zelenjavi in sadju) in vinu; skupaj z aktivnostmi na/ob morju in v naravi.

Izpostavlja ponudbo za aktivne raziskovalce – aktivni karakter destinacije.

Izpostavlja vrhunskost ponudbe in zagotavljanje dobrega počutja.

Destinacija Ankaran z mestecem Ankarano in Krajinskim parkom Debeli rtič je eno izmed

pomembnejših turističnih središč slovenske Istre. Na jugu je v celoti obdan z morjem – to široko odprto okno v Sredozemlje že stoletja obiskovalce očara z izjemno lego in razgledi, naravnimi zalivi ter vinogradi in oljčniki. Prinaša jim občutke domačnosti, sproščenosti in stik z naravo. Sloves tukajšnjega podnebja, z blagodejnimi vplivi na zdravje, je prispeval k razvoju zdraviliškega turizma in zdravstva. Zelenje, ki se spušča do morja, mir in pristnost opisujejo tukajšnje vzdušje.

**Destinacija Ankaran je Otok zelenih zakladov**, namenjen posameznikom, parom in družinam.

Poudarek je na razvoju trajnostnega turizma in zgrajenega na načelih zaščite narave.



IZOLA ISOLA

VIZIJA

Izola ponuja edinstveno kombinacijo vrednosti, kot so aktivnosti na morju in v naravi, ribiška in pomorska tradicija ter zdrava lokalna kulinarika (s poudarkom na ribah, oljkah in vinu). Izola bo prepoznavna, zaželena destinacija z jasno identiteto, s pristno ter aktivno ponudbo za doživljajska ter kulturna srečanja, za dogodke, prireditve in oddih skozi vse leto.

**Gradimo na »zeleno-modrem« turizmu:**

**Zelen: trajnosten, pameten;**

**Moder: učinkovit, avtentičen in morski turizem.**

Izola bo ponudila danosti morja (aktivnosti, klimo, hrano) na trajnosten, socialen in ekonomsko učinkovit način, in to kar 365 dni na leto.

»ZELENO MODRI 365 DNI«

Strategija razvoja turizma v občini Izola 2021-2025 (2020)



KOPER CAPODISTRIA

VIZIJA

**Celoletni**

**zeleni turizem višje kakovosti**

**in dodane vrednosti,** ki krep

visoko kakovost bivanja, vrednost lokalnih pridelkov,

priložnosti za delo doma ter močno istrsko

identiteto

živahnega obmorskega mesta Koper

in pristnega zelenega podeželja.

Strategija razvoja turizma v Mestni občini Koper 2030 (predlog, maj 2024)



VIZIJA

**Postati destinacija**

**z vrhunsko turistično ponudbo,**

ki z uporabo inovativnih tehnologij

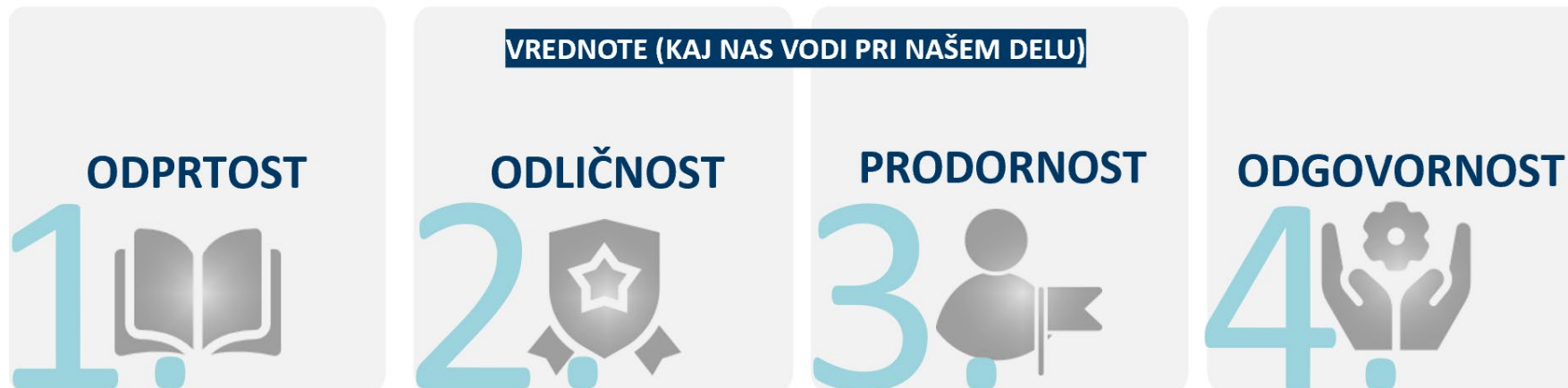
in trajnostnim pristopom

ustvarja okolje, ki prebivalcem in obiskovalcem

zagotavlja dobro počutje.

Strategija razvoja turizma v občini Piran do leta 2025 (2018)

# VREDNOTE (kako delujemo) in POSLANSTVO (kaj nas vodi pri našem delu)



## POSLANSTVO TURIZMA



**SKRBIMO NA NAŠO ISTRO,  
NAVDUŠUJEMO SVET.**

POIMENOVANJE REGIJE in  
ZNAMKA SLOVENSKE ISTRE  
LOVE ISTRIA



# DVA VIDIKA: IME OBMOČJA TURISTIČNE REGIJE in IME ZNAMKE

## POIMENOVANJE območja kot turistične regije (in ne kot znamke)

Kako imenujemo  
območje, ki pokriva 4  
občine Slovenskega  
primorja oziroma Obale?

Na naslednji strani  
utemeljeno, zakaj  
se uradno območje  
še vedno piše z  
malo začetnico.

ZAPIS:  
Slovenska Istra  
ali  
slovenska Istra?

## ZNAMKA (BRAND)

Kako regijo imenujemo za  
pozicioniranje na  
(mednarodnem) trgu?

ZNAMKA SE IMENUJE:

**LOVE ISTRIA**



**LOVE  
ISTRIA**

Ko govorimo o lokaciji, območju, govorimo o slovenski Istri.  
Besedo slovenska dodajamo zato, da je jasno, na katero območje se nekaj nanaša. Ko  
govorimo o znamki, je to LOVE ISTRIA.

# TRIJE MOŽNI PRISTOPI SLOVENSKE ISTRE

Kako  
razumemo  
ISTRO?

**ISTRA je ena,  
enotna geografska  
entiteta oziroma  
prostor,  
ki spada v 3 države**  
(Hrvaška, Slovenija Italija),  
a ohranja svojo povezanost  
preko kulturnih,  
zgodovinskih in naravnih  
značilnosti.

**1.. Samostojno,  
od hrvaške Istre “neodvisno” pozicioniranje**  
– kjer pa je potrebno biti A) močnejši, večji ali  
B) boljši/konkurenčnejši

TO NISMO

**2. Izkoriščanje uveljavljene pozicije in znamke hrvaške Istre**  
(ki je s skoraj 30 mio  
nočitvami in 200.000 ležišči najmočnejša  
turistična regija  
Hrvaške).

JE TO PRAVA  
STRATEGIJA?

**3. Transparentno in  
jasno se umestiti v prostor:**  
Istra je enotno območje, v Sloveniji pod znamko LOVE ISTRIA  
pozicioniramo regijo slovensko Istre in  
**v ospredje postavljamo jasno komunikacijo,  
kaj nas odlikuje**  
(4 razlikovalne/močne točke) ter ob tem suvereno in  
odprto gradimo na čezmejnem  
partnerskem povezovanju.

IZBRANA  
STRATEGIJA

**TRŽNO POZICIONIRANJE SLOVENSKE ISTRE**  
**(kaj v komunikaciji izpostaviti na ravni regije)**

# HIERARHIJA ZNAMK in IDENTITETE POSAMEZNIH ZNAMK

Vsaka destinacija ima v svojih lokalnih strategijah že opredeljen svoj programski koncept, identitete in koncept tržnega pozicioniranja.

**Ocenjujemo, da so identitete jasne, razlikovalne in ustrezne.**



Na ravni regije pa trenutno še nimamo jasno opredeljene krovne identitete in ključnih (razlikovalnih) sporočil.

## STRATEGIJA:

Krepimo skupno krovno znamko in pod njo nadalje spodbujamo profiliranje posameznih znamk/krajev.



Izpostavlja vrhunskost ponudbe in zagotavljanje dobrega počutja – Portorož gradi na svetovlajnskosti (RIVIERA), Piran v kreativni komunikaciji pa izpostavlja mesto, ki je zraslo na soli.



Izpostavlja ribiško in pomorsko tradicija in t.i. kulinarčni trikotnik, (ribe, oljke in vino); skupaj z aktivnostmi na/ob morju in v naravi.



Izpostavlja ponudbo za aktivne raziskovalce – aktivni karakter destinacije.



Izpostavlja zelenje, mir in blagodejno klimo na zdravje.

PREGLED  
POZICIONIRANJA  
POSAMEZNIH  
DESTINACIJ V  
OBSTOJEČEM  
SKUPNEM IMIDŽ  
KATALOGU

COSMOPOLITAN  
PORTOROŽ



COSMOPOLITAN  
PORTOROŽ

Portorož is and has been a well-known climatic health resort for centuries. Its lively seaside promenade invites you to visit its spas and resorts with the most comprehensive offers by far. Enjoy the nearby beaches and visit the town's many restaurants by the sea. Portorož also boasts a marina and an international airport making it easily accessible. Portorož is known as an attractive venue for conferences and corporate meetings.

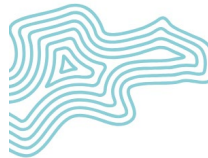


The town that was once an island is famous for its fishing, fish processing, winemaking and oil making tradition. The medieval town, with its narrow streets and a church on a hill, entices visitors with its many parks and as many as eight beaches. Next to the historical harbour known as Mandrač there is also a modern marina.

IZOLA,  
A FISHERMAN'S TOWN

IZOLA, A FISHERMAN'S  
TOWN

PIRAN, A TOWN  
MADE BY SALT



PIRAN, A TOWN MADE  
BY SALT

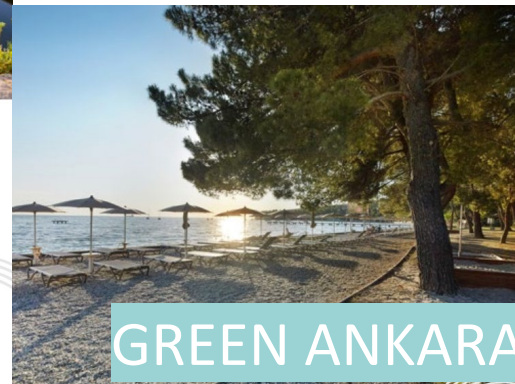
Piran is the most beautiful and the most photogenic medieval town on the Slovenian coast. Just walking through its squares and alleys is a memorable experience in itself. Climb up to the majestic walls above it and enjoy the views of our beautiful Istria. Admire the silhouette of the town with a promenade by the sea, extending to Portorož all the way to the Sečovlje salt pans.



SUNNY  
KOPER

The treasures of the luxurious Koper Serenissima - the 500-year period of the Venetian Republic - await you. Koper's history dates to the prehistoric era, when it was still an island and goats grazed on its fresh grass. Today the town is connected to land by Skočjanski Zatok Nature Reserve, home to hundreds of birds of different species, as well as by the Port of Koper and the hinterland with many attractive locations.

SUNNY KOPER



GREEN ANKARAN

The peninsula with a mild climate and lush Mediterranean vegetation was the holiday destination for Venetian monks in the Middle Ages. Today's Ankaran, with its Debeli Rtič Landscape Park, is a place of retreat for people searching for nature, wellness and camping.

GREEN  
ANKARAN





# SKUPNI ELEMENTI ISTRE

(kaj nas povezuje, kaj imamo skupnega)



## ISTRA JE GEOGRAFSKO, PROGRAMSKO IN IDENTITETNO ZAKROŽENA CELOTA.

Istra je največji polotok  
Jadranskega morja.  
Ima ugoden geografski položaj,  
saj povezuje Srednjo Evropo z  
Mediterranom.



## OBALNA MESTECA in ZELENO PODEŽELJE.

Obe Istri se ponašata z  
raznolikimi in kulturno-  
zgodovinsko bogatimi obalnimi  
mesteci, ki jih dopolnjuje  
razgibano gričevnato  
zeleno in avtentično podeželje s  
slikovitimi vasicami.



## MOČEN VPLIV BENEŠKE REPUBLIKE.

Obe Istri  
sta bili dolgo časa pod vplivom  
Beneške republike, kar je  
močno vplivalo  
na arhitekturo,  
kulturo in  
jezik v regiji.



## BOGATA KULINARIČNA TRADICIJA.

Slovenska in hrvaška Istra  
imata bogato kulinariko,  
ki temelji na  
lokalnih pridelkih, kot so oljčno olje,  
vino, tartufi in  
morski sadeži, zaradi različne  
mikroklimne in tal pa imata vsaka svoj  
značilen okus in pridelovalni profil.

# ELEMENTI RAZLIKOVANJA/MOČNE TOČKE slovenske Istre

(kaj izpostavljam v komunikaciji,  
v čem smo močni in v čem smo drugačni od hrvaške Istre)

Osnutek, predlog,  
ki ga bo v  
nadaljevanju  
potrebno  
preverjati tudi z  
raziskavami na  
trgu.



## MAJHNOST, KOMPAKTNOST.

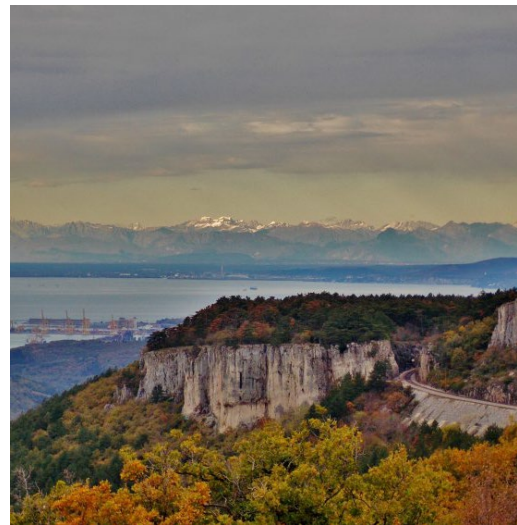
Geografsko, identitetno in  
produktno  
zaokrožena regija,  
tesno povezana.

Zaradi majhnosti lažje  
obvladljiva, bolj intimna in  
pristna. Pa vendar je vse blizu:  
Benetke, Ljubljana, Trst ...



## ODPRTA, ČEZMEJNA in VEČKULTURNA.

Zaradi svoje lege odraža  
evropski duh večkulturnosti,  
čezmejnosti in odprtosti, kjer se  
različne kulture, jeziki in  
zgodovine prepletajo,  
sodelujejo in bogatijo izkušnje.  
Pozicioniranje na trikotniku  
Benetke-Pula-Ljubljana.



## DESTINACIJA MED JADRANSKIM MORJEM in KRASOM (Kraški rob).

Na relativno majhni razdalji  
lahko doživiš dva povsem  
različna okolja – Istro  
(Slovensko primorje) in  
kraško notranjost s  
podzemnim svetom.



## VSTOP V ISTRO.

### Tu je za večino Evrope Mediterran najbližje!

Slovenska Istra nudi hiter in  
enostaven dostop do  
Mediterrana, obenem pa  
izpostavlja slovensko Istro kot  
naravno in kulturno bogato  
regijo ter idealno izhodišče za  
raziskovanje celotne Istre.

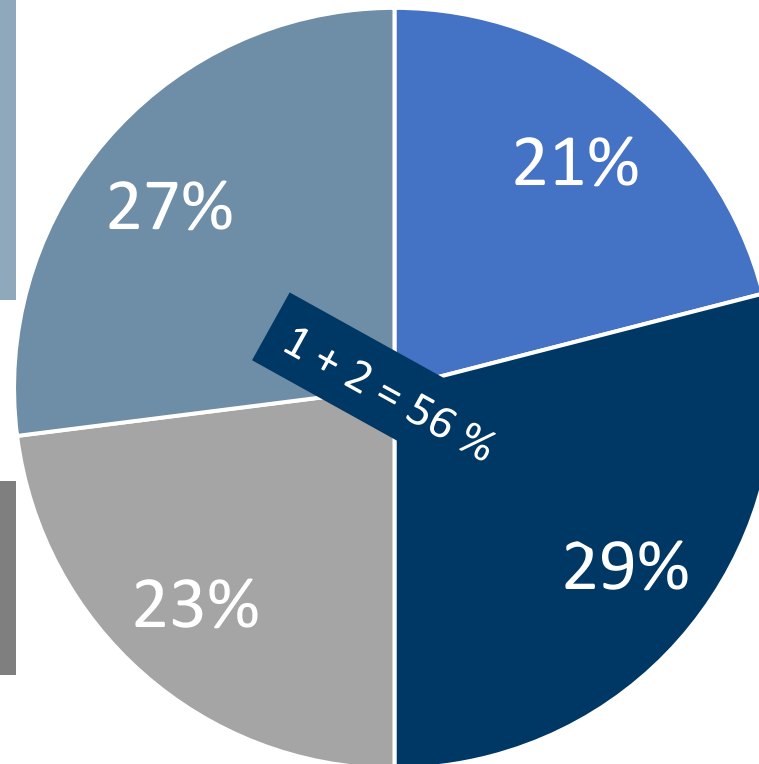


# RANGIRANJE PRISTOPOV K GRADNJI ZNAMKE (spletna anketa)

**VPRAŠANJE 5:** Občine Piran, Izola, Koper in Ankaran se že povezujemo pod znamko LOVE ISTRIA, v zadnjih nekaj letih prednostno na področju skupnih trženjskih aktivnosti; s pričujočo strategijo torej nadaljujemo in odločno krepimo to povezovanje tudi na drugih področjih. **Vizualna identiteta (znak) znamke je opredeljena, vendar do zdaj še niso bile opredeljene razlikovalne točke v odnosu do hrvaške Istre. Opredelite se do predloga.**

1 (Menim, da slovenska Istra ne more konkurirati hrvaški Istri po velikosti ali drugih presežkih, zato mora graditi na odprtosti, multikulturalnosti, povezovanju in izpostaviti nekaj svojih razlikovalnih prednosti. )

3 (Menim, da se je smiselno navezati na znamko Istra (brez pojasnjevanja, da gre za slovensko), saj je že odlično prepoznavna.)



4 ( Menim, da nam manjka kakovostnih podatkov s trga in je zato smiselno izvesti ustrezne raziskave na ciljnih tujih trgih - kako ciljni obiskovalci dojemajo slovensko Istro in na čem je smiselno graditi. )

2 (Menim, da mora slovenska Istra odločno graditi svojo znamko slovenske Istre - in jo jasno pozicionirati v odnosu do hrvaške Istre.)

# RANGIRANJE ELEMENTOV POZICIONIRANJA (spletna anketa)

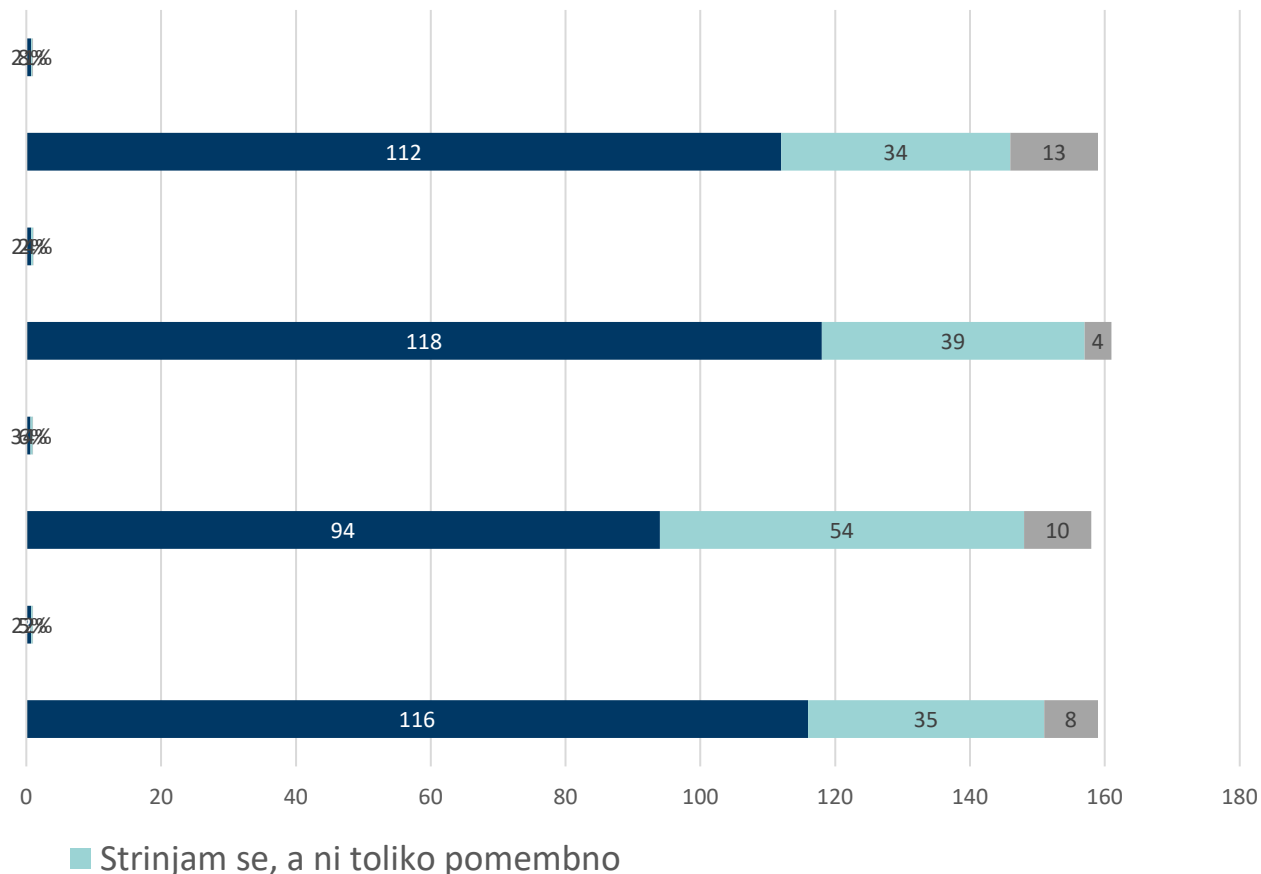
**VPRAŠANJE 6:** Občine Piran, Izola, Koper in Ankaran se že povezujemo pod znamko LOVE ISTRIA, v zadnjih nekaj letih prednostno na področju skupnih trženjskih aktivnosti; s pričujočo strategijo torej nadaljujemo in odločno krepimo to povezovanje tudi na drugih področjih. **Vizualna identiteta (znak) znamke je opredeljena, vendar do zdaj še niso bile opredeljene razlikovalne točke v odnosu do hrvaške Istre. Opredelite se do predloga.**

**VSTOP V ISTRO.** Tu je za večino Evrope Mediteran najbližje! Slovenska Istra nudi hiter in enostaven dostop do Mediterana, obenem pa izpostavlja slovensko Istro kot naravno in kulturno bogato regijo ter idealno izhodišče za raziskovanje celotne Istre.

**DESTINACIJA MED JADRANSKIM MORJEM in KRASOM (Kraški rob).** Na relativno majhni razdalji lahko doživite dva povsem različna okolja – Istro (slovensko Primorje) in kraško notranjost s podzemnim svetom.

**ODPRTA, ČEZMEJNA in VEČKULTURNA.** Zaradi svoje lege odraža evropski duh večkulturnosti, čezmejnosti in odprtosti, kjer se različne kulture, jeziki in zgodovine prepletajo, sodelujejo in bogatijo izkušnje. Pozicioniranje na trikotniku Benetke-Pula-Ljubljana

**MAJHNOST, KOMPAKTNOST.** Slovenska Istra je geografsko, identitetno in produktno zaokrožena regija, tesno povezana. Zaradi majhnosti je lažje obvladljiva, bolj intimna in pristna. Pa vendar je vse blizu: Benetke, Ljubljana, Trst. ...



- Zelo se strinjam - to je značilnost, ki jo velja komunicirati
- Strinjam se, a ni toliko pomembno
- Ne strinjam se - to ni ustrezno in menim, da tega ne velja izpostavljati

N=161

**PRODUKTNA MATRIKA  
NA REGIJSKI RAVNI**

# PRODUKTNA MATRIKA DESTINACIJE SLOVENSKE ISTRE

## MOTIVI ZA PRIHOD

## POSEBNI INTERESI

POČITNICE  
na MORJU

KRATKI  
ODDIH

ZDRAVJE in  
DOBRO  
POČUTJE,  
sprostitiv

OUTDOOR  
(fokus na  
določeno  
aktivnost v naravi)

KULTURA in  
PRIREDITVE

TOURING  
(RAZISKOVANJE  
narave in kulture)

NAVTIČNI  
TURIZEM

POTNIŠKI LADIJSKI  
TURIZEM

MICE  
(konference,  
team-building,  
incentive,  
poslovna  
srečanja, sejmi)

ŠPORTNIKI NA  
PRIPRAVAH in  
ŠPORTNE  
PRIREDITVE

## PRODUKTI, KI ZADOVOLJUJEJO MOTIVE PRIHODA

### A. NOSILNI PRODUKTI

#### SONCE in MORJE

(urejene plaže,  
ponudba vodnih  
športov in vodne  
zabave, prireditve,  
gostinska in druga  
spremljajoča ponudba,  
večerna zabava,  
animacija)

#### KULTURA

(zgodovinska mesta in  
celosten ambient mest,  
kulturna dediščina na  
podeželju, muzeji in  
galerije, sodobna  
umetnost, kulturne  
prireditve in kulturna  
doživetja)

#### GASTRONOMIJA in LOKALNI PRIDELKI

(gostinska ponudba,  
vinarstvo, oljkarstvo in  
drugi lokalni pridelki,  
gastronomski festivali),  
doživetja istrskega  
podeželja)

#### ZDRAVJE in DOBRO POČUTJE

(wellness, zdravstveni in  
preventivni programi)

#### OUTDOOR

##### POHODNIŠTVO

easy family hiker  
trekking/sportive hiker = pohodnik

##### KOLESARJENJE

easy & family  
tour & trekking & gravel  
road biking  
trails & bike parks

##### VODNE AKTIVNOSTI

(kopanje, vodni športi: jadrnanje, jadrnanje na deski, veslanje, plavanje)

PLEZANJE

RIBOLOV

JAHANJE

JADRALNO PADALSTVO

ŠPORTNE rekreativne PRIREDITVE

TENIS

ŠPORTI NA MIVKI

### B. POSEBNI INTERESI

POSLOVNA  
SREČANJA (MICE)\*  
(konference/kongresi, team-building,  
incentive, poslovna srečanja, sejmi)

ŠPORTNI TURIZEM  
(priprave športnikov,  
športne prireditve)

POTNIŠKI LADIJSKI in  
NAVTIČNI turizem

MLADINSKI  
TURIZEM

IGRALNIŠTVO\*

\* Lahko  
tudi kot  
podporni  
produkt

### C. HORIZONTALNI PRODUKTI (ki dopolnjujejo vse motive prihoda)

GASTRONOMIJA  
in LOKALNI  
PRIDELKI

PRIREDITVE,  
DOGODKI,  
destinacijska  
ANIMACIJA

KULTURA  
(zgodovinska mesta, dediščina  
na podeželju, običaji, muzeji,  
kulturno obarvana doživetja,  
delavnice)

DOŽIVETJA  
ISTRskega  
PODEŽELJA

Vodena tematsko obarvana 5\* DOŽIVETJA,  
organizirani PROGRAMI, izkustvene DEGUSTACIJE,  
igrificirana DOŽIVETJA, RIBIŠKI TURIZEM  
(izleti z ribiškimi barkami, ribji pikniki, ribja kulinarika ...)

IZLETI  
(hrvaška Istra, Italija,  
Kras in širše  
Slovenija)

# PRODUKTI PO SEZONAH

## ZIMA

PS

**SPROSTITEV**  
(kratek mediteranski oddih)

**AKTIVNI ODDIH**

**TOURING**

OUTDOOR

KULTURA

GASTRONOMIJA in  
LOKALNI PRIDELKI

PIREDITVE, DOGODKI,  
destinacijska ANIMACIJA

(Organizirana)  
IZKUSTVENA DOŽIVETJA  
in IZLETI

**MICE**

(poslovna srečanja, team-  
building, incentive)

**ŠPORTNI TURIZEM**

(športniki na pripravah,  
športne prireditve)

## POMLAD

PS

**SPROSTITEV**  
(kratek mediteranski oddih)

**AKTIVNI ODDIH**

**TOURING**

OUTDOOR

KULTURA

GASTRONOMIJA in  
LOKALNI PRIDELKI

PIREDITVE, DOGODKI,  
destinacijska ANIMACIJA

(Organizirana)  
IZKUSTVENA DOŽIVETJA  
in IZLETI

**MICE**

(poslovna srečanja, team-  
building, incentive)

**ŠPORTNI TURIZEM**

(športniki na pripravah,  
športne prireditve)

## POLETJE

**SONCE & MORJE**

**TOURING**

SONCE & MORJE

OUTDOOR

KULTURA

GASTRONOMIJA in  
LOKALNI PRIDELKI

PIREDITVE, DOGODKI,  
destinacijska ANIMACIJA

(Organizirana)  
IZKUSTVENA DOŽIVETJA  
in IZLETI

## JESEN

PS

**SPROSTITEV**  
(kratek mediteranski oddih)

**AKTIVNI ODDIH**

**TOURING**

OUTDOOR

KULTURA

GASTRONOMIJA in  
LOKALNI PRIDELKI

PIREDITVE, DOGODKI,  
destinacijska ANIMACIJA

(Organizirana)  
IZKUSTVENA DOŽIVETJA  
in IZLETI

**MICE**

(poslovna srečanja, team-  
building, incentive)

**ŠPORTNI TURIZEM**

(športniki na pripravah,  
športne prireditve)

# TRIJE PRODUKTNI PRISTOPI: DELUJEJO VZPOREDNO

## 1. POD ZNAMKO LOVE ISTRIA predstavimo posamezno ponudbo po produktih

**(ki je umeščena v prostor)**

- Več ponudbe-več možnosti izbire
- Zadovoljitev širšega segmenta obiskovalcev in hkrati višje zadovoljstvo

TA PRISTOP SE UPORABLJA ŽE ZDAJ,  
VENDAR npr.  
NA PORTALU LOVE ISTRIA  
VSEENO ŠE V BOLJ OSNOVNI OBLIKI

Strategija:  
KREPIMO,  
POGLABLJAMO

## 2. POD ZNAMKO LOVE ISTRIA razvijemo tudi skupne (povezane) produkte

- Povezovanje v bolj konkurenčne produkte na ravni regije
- Vzpostavimo in predstavimo nekaj skupnih povezanih produktov

TA PRISTOP SE DELNO, OMEJENO  
UPORABLJA ŽE ZDAJ – TRENUTNO  
PREDVSEM PRIMER UŽIVAJMO  
PODEŽELJE, ki se pa vseeno ne  
upravlja in trži kot skupen produkt

Strategija:  
AMBICIOZNO in  
AKTIVNO  
KREPIMO

## 3. NA RAVNI REGIJE SLOVENSKA ISTRA pristopamo k izboljšanju konkurenčnosti ključnih produktov

- Skupno načrtovanje in strateško usmerjanje razvoja in vlaganj v produkte, podprto z večjo skupno infrastrukturo

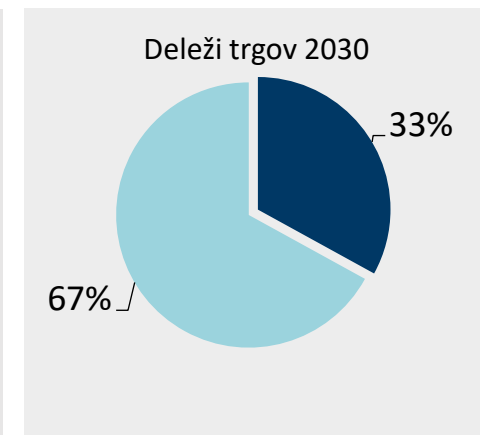
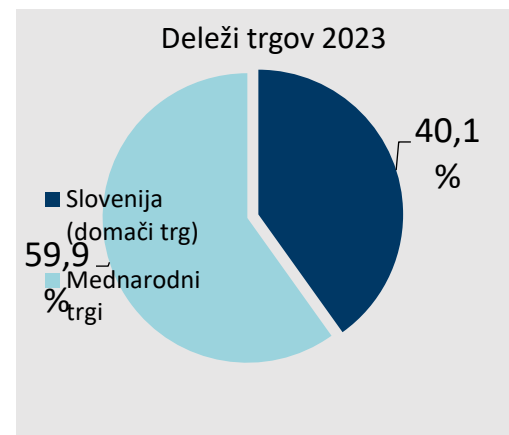
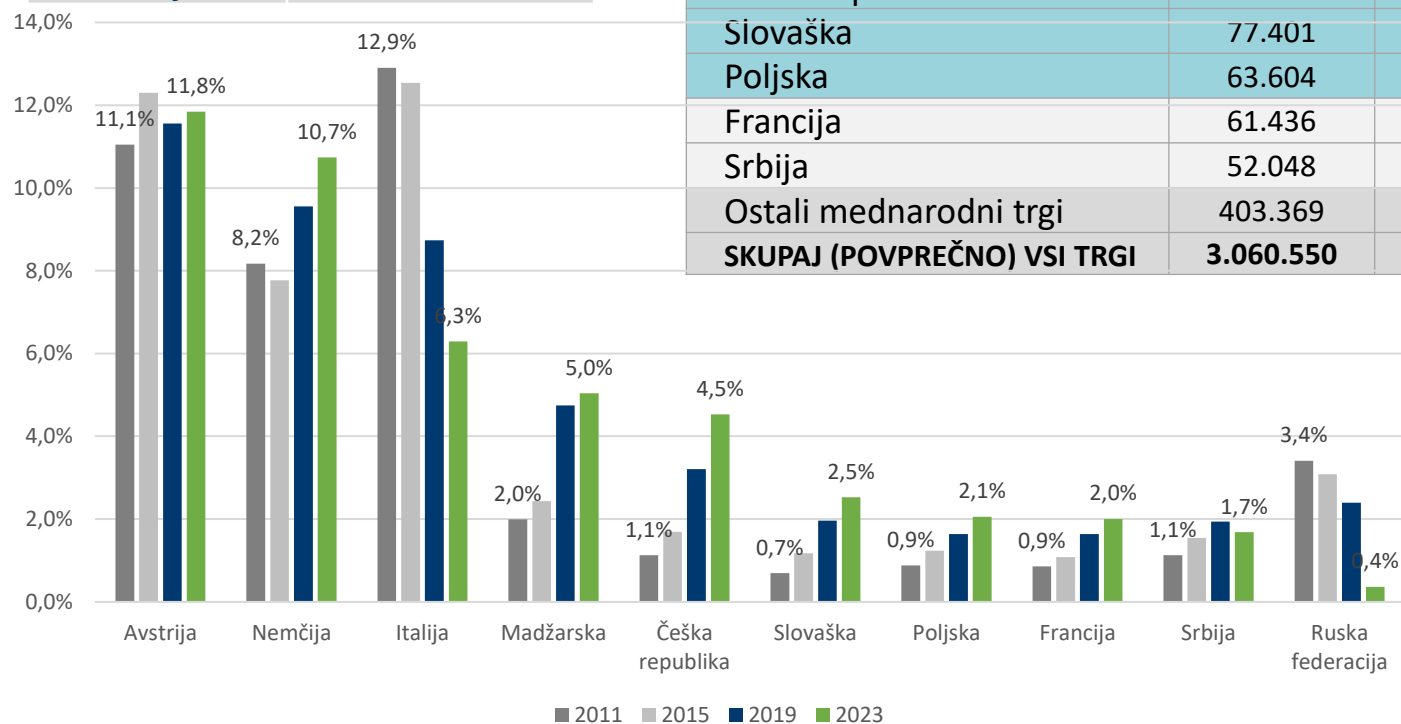
TA PRISTOP JE VEZAN NA  
PRISTOP/FAZO 3 SODELOVANJA NA  
RAVNI REGIJE – KI JE KLJUČEN ZA  
VEČJO KONKURENČNOST REGIJE

Strategija:  
POSTOPNO  
VZPOSTAVLJAMO  
VZVODE ZA  
UDEJANJANJE proti 2030

# STRATEGIJA RASTI PO TRGIH

Slovenska Istra	Hrvaška Istra
Avstrija	Nemčija
Nemčija	Avstrija
Italija	Druge države
Madžarska	Slovenija
Češka republika	Češka republika
Slovaška	Nizozemska
Poljska	Poljska
Francija	Madžarska
Srbija	Slovaška

Ključni trgi / Leta za primerjavo →	Prenočitve 2023	Prihodi ciljno leto 2030	PDB ciljno	Prenočitve ciljno 2030	Delež vseh prenočitev ciljno	Delež tujih prenočitev ciljno 2030	Vse Prenočitve I '30/'23	Prenočitve domače, tuje skupaj I '30/'23
Slovenija (domači trg)	1.228.041	318.054	4,1	1.318.795	33,0%		107	
<b>Avstrija</b>	<b>361.497</b>	<b>158.643</b>	<b>3,2</b>	<b>507.657</b>	<b>12,7%</b>	<b>19,0%</b>	<b>140</b>	<b>146</b>
<b>Nemčija</b>	<b>328.972</b>	<b>123.325</b>	<b>3,9</b>	<b>480.967</b>	<b>12,0%</b>	<b>18,0%</b>	<b>146</b>	
<b>Italija</b>	<b>190.921</b>	<b>113.024</b>	<b>2,5</b>	<b>282.560</b>	<b>7,1%</b>	<b>10,6%</b>	<b>148</b>	
Madžarska	153.915	64.294	3,5	225.029	5,6%	8,4%	146	
Češka republika	139.346	55.013	3,8	209.050	5,2%	7,8%	150	
Slovaška	77.401	31.146	3,7	114.930	2,9%	4,3%	148	
Poljska	63.604	24.576	3,9	95.846	2,4%	3,6%	151	
Francija	61.436	34.219	2,7	93.761	2,3%	3,5%	153	
Srbija	52.048	22.180	3,4	75.428	1,9%	2,8%	145	
Ostali mednarodni trgi	403.369	197.442	3,0	592.325	14,8%	22,1%	147	
<b>SKUPAJ (POVPREČNO) VSI TRGI</b>	<b>3.060.550</b>	<b>1.141.916</b>	<b>3,5</b>	<b>3.996.349</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>131</b>	





## OPREDELITEV TRGOV SLOVENSKEGA TURIZMA (program dela STO 2025-2026)

### PRIMARNI EVROPSKI TRGI

Nemčija, Avstrija,  
Italija,  
Švica, Beneluks,  
Višegrajska skupina  
(Madžarska, Češka,  
Poljska, Slovaška),  
Francija, Španija,  
Združeno kraljestvo

### SEKUNDARNI EVROPSKI TRGI

Hrvaška,  
Srbija,  
Skandinavske države  
(Norveška, Danska,  
Finska, Švedska)

### ODDALJENI TRGI

ZDA, Kanada,  
GCC trgi, Izrael,  
azijski trgi  
(Japonska, Kitajska,  
Koreja)

### DOMAČI TRG

Slovenija

## OPREDELITEV CILJNIH TRGOV SLOVENSKE ISTRE

**PRVI SKLOP:** Avstrija,  
Nemčija, Italija  
**DRUGI SKLOP:**  
Višegrajska skupina  
(Madžarska, Češka,  
Poljska, Slovaška),  
**TRETJI SKLOP**  
Francija, Švica,  
Belgija, Nizozemska

Srbija

ZDA

Slovenija

**KROVNI REGIJSKI  
RAZVOJNI SCENARIJ**

# MOŽNI RAZVOJNI SCENARIJI SLOVENSKE ISTRE

(preverili smo 3 možne razvojne scenarije)

## SCENARIJ 1



### UMIRJENA TRAJNOST

„Butična riviera za  
kakovost življenja“

Ciljno povečevanje kakovosti in dodane vrednosti doživetij, z uvedbo aktivnega upravljanja in usmerjanja celotne regije, v smeri ustvarjanja podobe umirjene butične riviere višje vrednosti, usklajenih interesov in tesnejše povezanosti domačega prebivalstva, podjetnikov in turizma in uravnoveženega razvoja zaledja in obalnega območja.

**Rast je zelo zmerna in usmerjena predvsem v dolgoročno in trajnostno rast dodane vrednosti, zmanjševanje sezonskih konic in v višanje kakovosti bivanja.**

## SCENARIJ 2



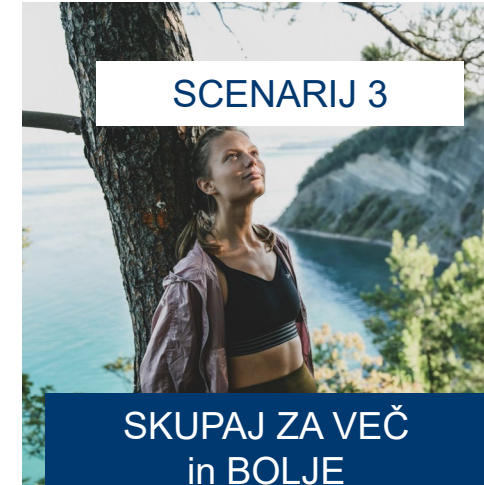
### TAKO KOT JE IN ŠE VEČ

„Rast za povrnitev  
vodilne vloge“

Nadaljevanje oz. povrnitev modela razvoja, brez aktivnih posegov v skupno upravljanje. Slovenska Istra se še nadalje razvija v smeri raznolike, a prevladujoče podobe poletne počitniške destinacije Slovenije, predvsem kot množičnejše riviere in prostora za sprostitev, zabavo in vikend oddih, ob povsem samostojnem razvoju vseh turističnih funkcij s strani posameznih destinacij v regiji, ob le nujnih občasnih usklajevanjih.

**Razvoj je usmerjen predvsem v dvig števila obiska in prenočitev ter zmerno rast dodane vrednosti in le posledično v zniževanje sezonskosti. Cilj regije je povrnitev vodilne vloge v slovenskem turizmu po obsegu prenočitev.**

## SCENARIJ 3



### SKUPAJ ZA VEČ in BOLJE

„Uravnovežena,  
a zmerno odločna rast“

Aktivno in usklajeno upravljanje razvoja turizma in podobe slovenske Istre na celotnem območju regije z ohranjanjem in spodbujanjem odgovornosti in aktivne vloge lokalnih skupnosti in podjetnikov.

Rast je zmerno odločna, predvsem kot posledica vstopa novih manjših podjetnikov na ponudbeni trg in dobro upravljanih večjih turističnih podjetij in objektov skupne infrastrukture, ki dodatno spodbujajo rast podjetništva, odločne desezonalizacije in postopnega dviga dodane vrednosti z načrtnim izboljšanjem kakovosti zasebnih in javnih storitev pod skupno znamko destinacije.

**Posamezne destinacije slovenske Istre se povezujejo predvsem v skupnih funkcijah za doseganje razvojnih sinergij in skupne podobe in tržnega preboja turistične regije.**



# MED TREMI scenariji razvoja turizma SMO SE ODLOČILI ZA SCENARIJ 3

## SCENARIJ 1



UMIRJENA TRAJNOST  
= Butična riviera za  
kakovost življenja

## SCENARIJ 2



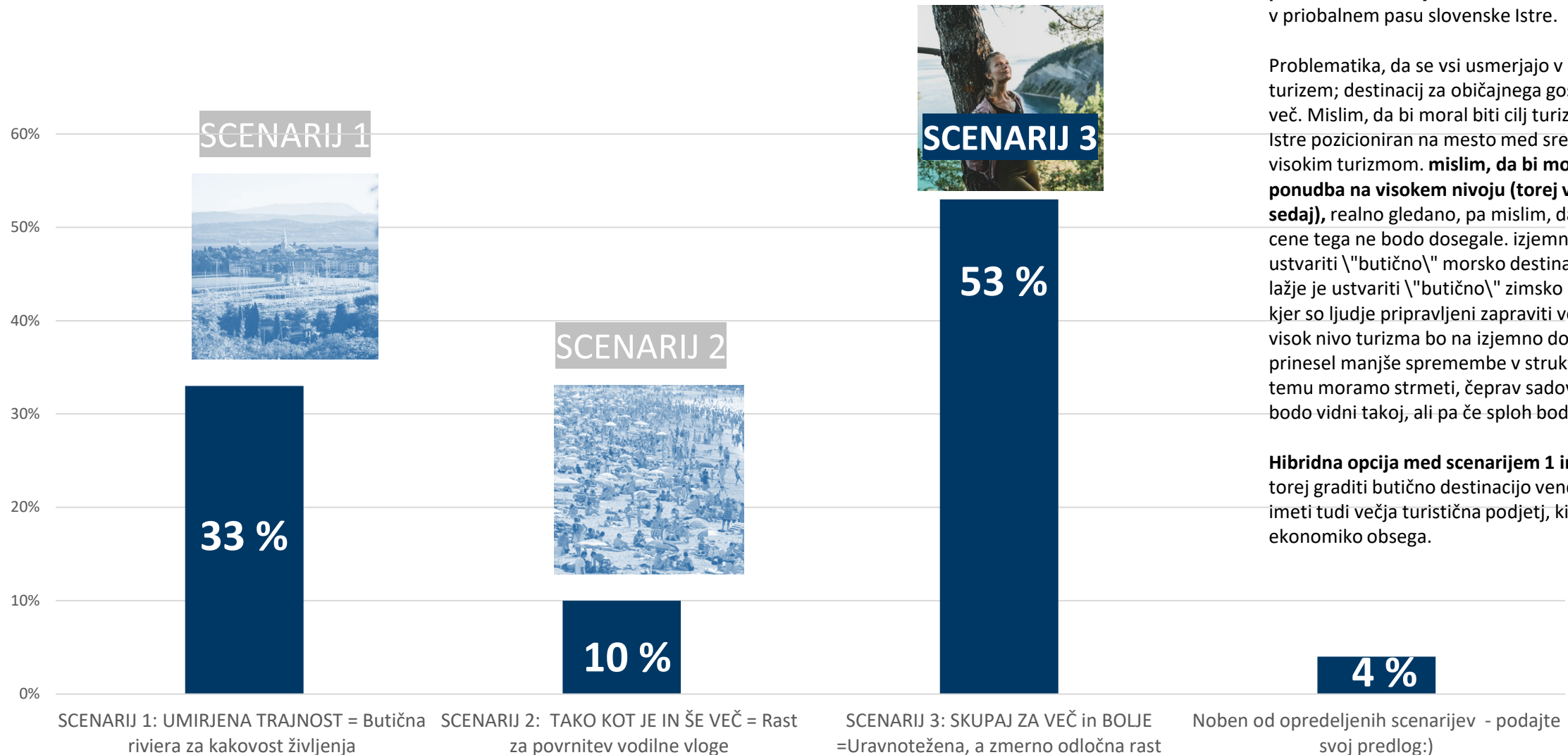
TAKO KOT JE IN ŠE VEČ  
= Rast za povrnitev  
vodilne vloge

## SCENARIJ 3



SKUPAJ ZA VEČ  
in BOLJE  
= Uravnotežena,  
a zmerno odločna rast

# IZBOR RAZVOJNEGA SCENARIJA (spletna anketa)



DRUGO: V priobalnem pasu je potrebno izvesti **posodobitev študije - analizo nosilne zmogljivosti** v priobalnem pasu slovenske Istre.

Problematika, da se vsi usmerjajo v butični turizem; destinacij za običajnega gosta praktično ni več. Mislim, da bi moral biti cilj turizma slovenske Istre pozicioniran na mesto med srednje do visokim turizmom. **mislim, da bi morala biti ponudba na visokem nivoju (torej višji nivo kot je sedaj)**, realno gledano, pa mislim, da turistične cene tega ne bodo dosegale. izjemno težko je ustvariti \"butično\" morsko destinacijo, veliko lažje je ustvariti \"butično\" zimsko destinacijo, kjer so ljudje pripravljeni zapraviti več denarja. visok nivo turizma bo na izjemno dolgi rok morda prinesel manjše spremembe v strukturi gostov. k temu moramo strmeti, čeprav sadovi morda ne bodo vidni takoj, ali pa če sploh bodo.

**Hibridna opcija med scenarijem 1 in scenarijem 3.** torej graditi butično destinacijo vendar je potrebno imeti tudi večja turistična podjetja, ki omogočijo ekonomiko obsega.

Scenarij 3:  
**SKUPAJ ZA VEČ**  
**in BOLJE**  
**= Uravnotežena,**  
**a zmerno**  
**odločna rast**



**Zmerna kvantitativna rast ob pospešeni rasti kakovosti in dodane vrednosti**

Aktivno in usklajeno upravljanje razvoja turizma in podobe slovenske Istre na celotnem območju regije z ohranjanjem in **spodbujanjem odgovornosti in aktivne vloge lokalnih skupnosti in podjetnikov.**

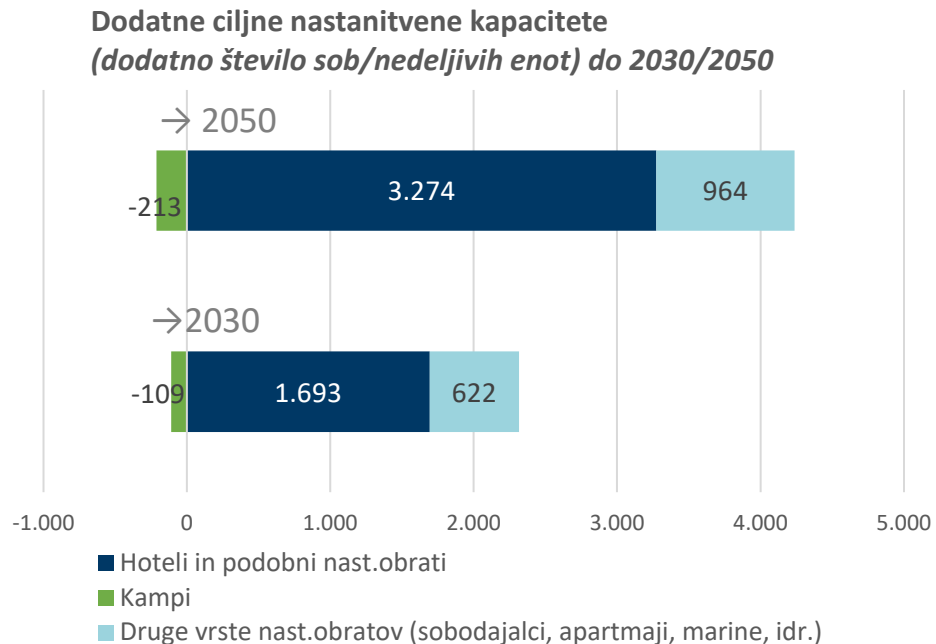
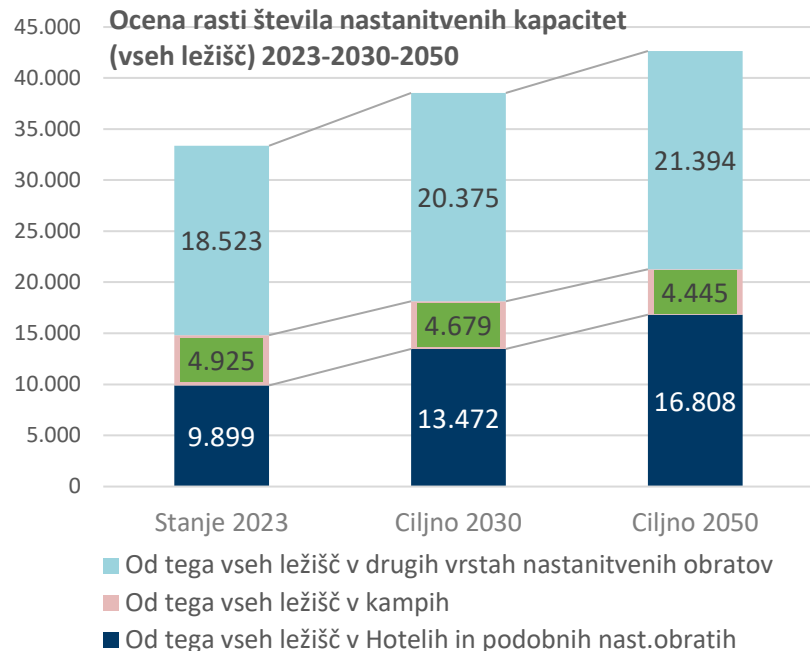
**Rast je zmerno odločna:**

- predvsem kot posledica vstopa **novih manjših podjetnikov in tudi novih naložb na ponudbeni trg,**
- in **dobro upravljanih večjih turističnih podjetij** in objektov skupne infrastrukture,
- ki dodatno spodbujajo rast podjetništva, odločne desezonalizacije in
- postopnega, a odločnega dviga dodane vrednosti
- z načrtnim in vodenim izboljšanjem kakovosti zasebnih in javnih storitev pod skupno znamko destinacije.

**Posamezne destinacije slovenske Istre se srednjeročno (2025-2030) povezujejo predvsem v skupnih funkcijah za doseganje razvojnih sinergij in skupne podobe in tržnega preboja turistične regije, dolgoročno pa model nadgradijo v celostno skupno upravljanje regije.**

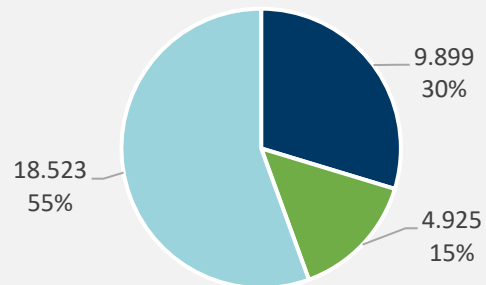


# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)



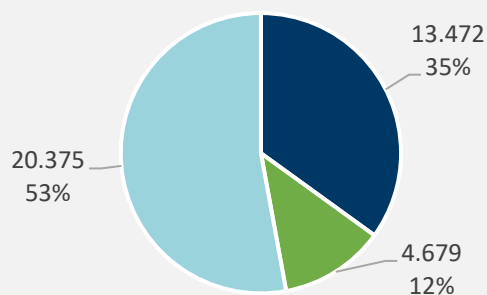
- ▶ Rast števila turističnih nastanitvenih sob/enot za +17% do leta 2030 (+2,2% letno)
- ▶ Hoteli in podobni obrati (vklj. s kapacitetami na podeželju) + 36%
- ▶ Kampi -5%
- ▶ Druge vrste obratov +10%
- ▶ Znatno dvig kakovosti strukture nastanitvenih obratov

Struktura nastanitvenih kapacitet (ležišč) SI 2023



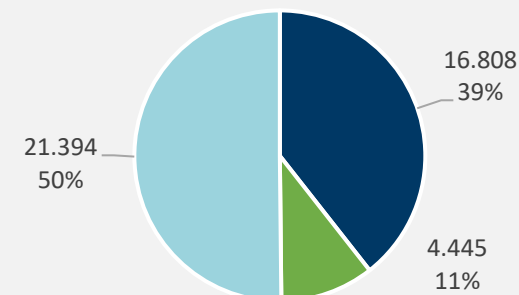
- Od tega vseh ležišč v Hotelih in podobnih nast. obratih
- Od tega vseh ležišč v kampih
- Od tega vseh ležišč v drugih vrstah nastanitvenih obratov

Struktura nastanitvenih kapacitet (ležišč) SI 2030



- Od tega vseh ležišč v Hotelih in podobnih nast. obratih
- Od tega vseh ležišč v kampih
- Od tega vseh ležišč v drugih vrstah nastanitvenih obratov

Struktura nastanitvenih kapacitet (ležišč) SI 2050



- Od tega vseh ležišč v Hotelih in podobnih nast. obratih
- Od tega vseh ležišč v kampih
- Od tega vseh ležišč v drugih vrstah nastanitvenih obratov



# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)

## ▶ Rast števila vseh prenočitev +31% do leta 2030 (+3,9% letno)

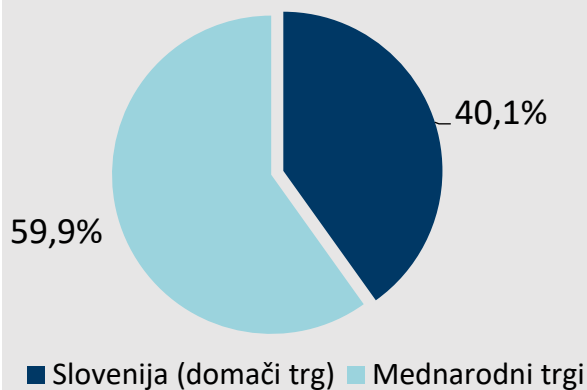
- ▶ *Hoteli in podobni obrati + 40% (+4,9% letno)*
- ▶ *Kampi +5% (+0,6% letno)*
- ▶ *Druge vrste obratov +23% (3% letno)*

## ▶ Tuje prenočitve +46%

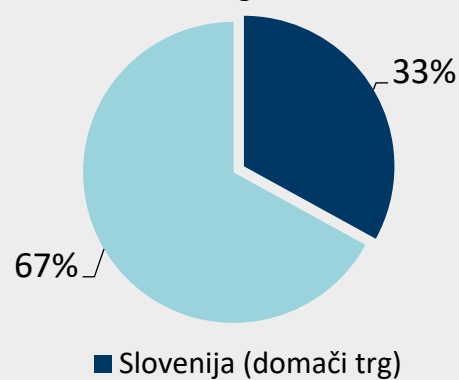
## ▶ Domače prenočitve +7%

Ključni trgi / Leta za primerjavo →	Prenočitve 2023	Prihodi ciljno leto 2030	PDB ciljno	Prenočitve ciljno 2030	Delež vseh prenočitev ciljno	Delež tujih prenočitev ciljno 2030	Vse prenočitve I '30/'23	Prenočitve domače, tuje skupaj I '30/'23
Slovenija (domači trg)	1.228.041	318.054	4,1	1.318.795	33,0%		<b>107</b>	
Avstrija	361.497	158.643	3,2	507.657	12,7%	19,0%	140	<b>146</b>
Nemčija	328.972	123.325	3,9	480.967	12,0%	18,0%	146	
Italija	190.921	113.024	2,5	282.560	7,1%	10,6%	148	
Madžarska	153.915	64.294	3,5	225.029	5,6%	8,4%	146	
Češka republika	139.346	55.013	3,8	209.050	5,2%	7,8%	150	
Slovaška	77.401	31.146	3,7	114.930	2,9%	4,3%	148	
Poljska	63.604	24.576	3,9	95.846	2,4%	3,6%	151	
Francija	61.436	34.219	2,7	93.761	2,3%	3,5%	153	
Srbija	52.048	22.180	3,4	75.428	1,9%	2,8%	145	
Ostali mednarodni trgi	403.369	197.442	3,0	592.325	14,8%	22,1%	147	
<b>SKUPAJ (POVPREČNO) VSI TRGI</b>	<b>3.060.550</b>	<b>1.141.916</b>	<b>3,5</b>	<b>3.996.349</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>131</b>	

Deleži trgov 2023

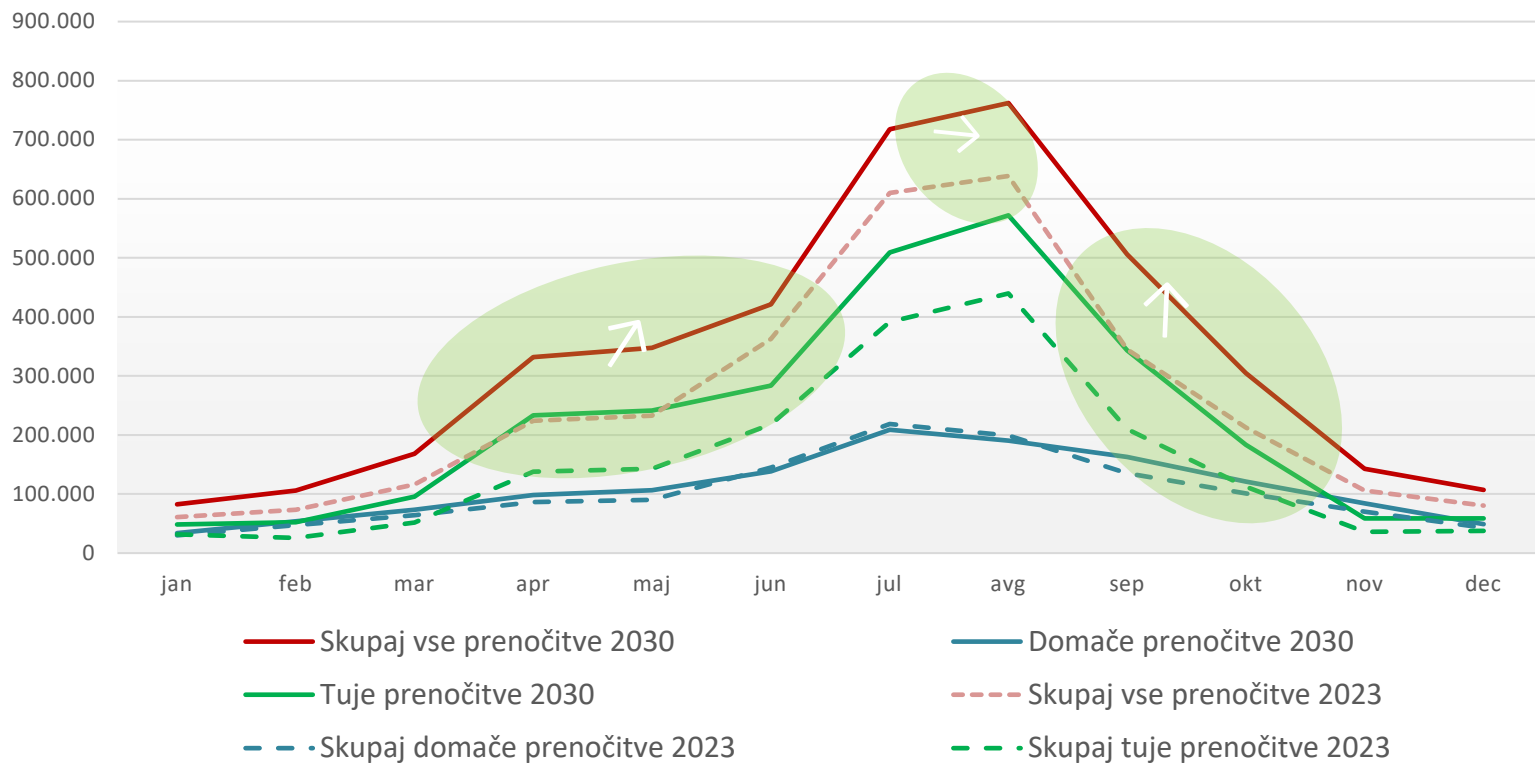


Deleži trgov 2030



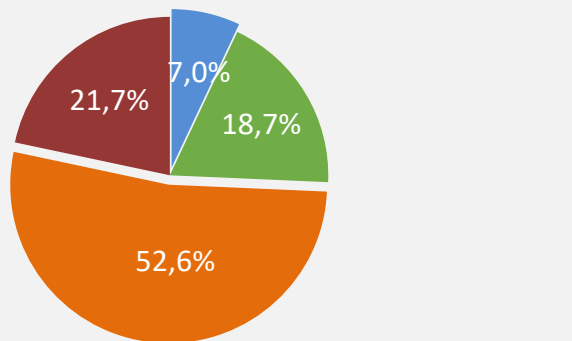
Kategorije po letih →	2023	Prenočitve CILJNO 2030	Prenočitve ciljno v deležih	Ciljna PDB 2030	Prihodi 2030	Prihodi ciljno v deležih
Slovenija (domači)	1.228.041	1.318.795	33,0%	4,0	326.944	28,1%
Mednarodni trgi	1.832.509	2.677.554	67,0%	3,2	835.381	71,9%
<b>SKUPAJ VSI TRGI</b>	<b>3.060.550</b>	<b>3.996.349</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,4</b>	<b>1.162.325</b>	<b>100,0%</b>

# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)



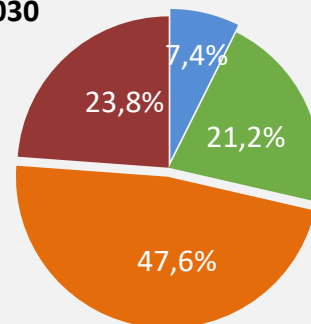
- ▶ Znižanje sezonskosti prihodov in prenočitev turistov – GINI Indeks sezonskosti iz 0,41 na 0,37
- ▶ **Znaten dvig prenočitev jeseni in pomladi, delno pozimi, zmerna rast poleti**
- ▶ Predvsem usmerjeno trženje in razvoj produktov za desezonalizacijo na tujih trgih

Prenočitve po sezonah 2023



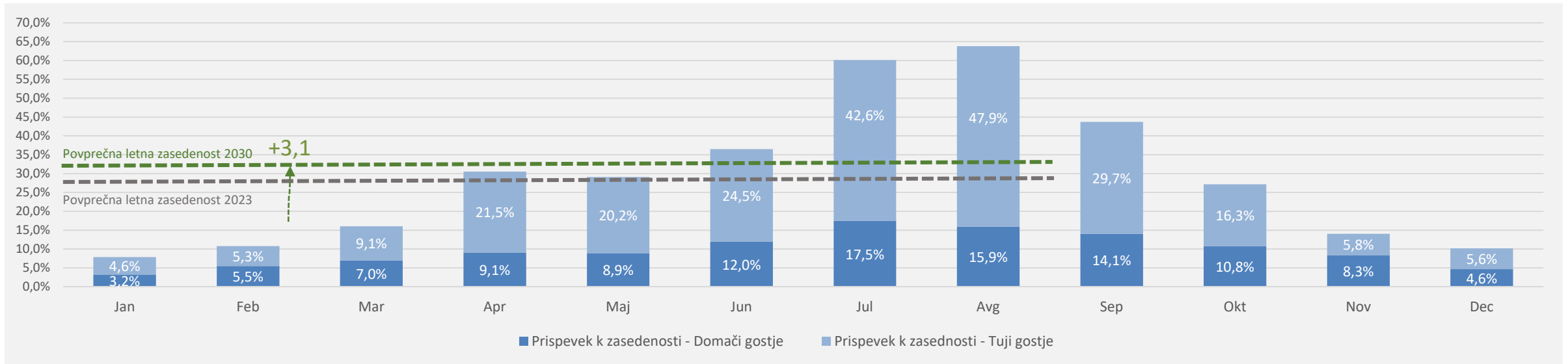
■ Prenočitve zima I-II in XII 2023   
 ■ Prenočitve pomlad III-V 2023  
■ Prenočitve poletje VI-VIII 2023   
 ■ Prenočitve jesen IX-XI 2023

Prenočitve po sezonah - 2030



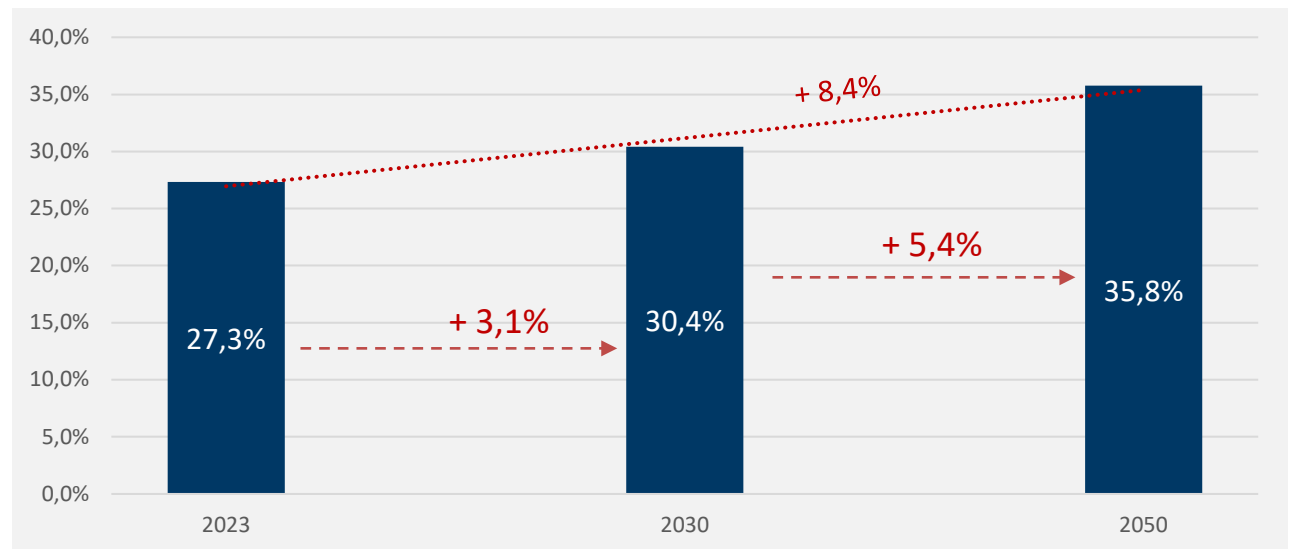
■ Prenočitve zima I-II in XII 2030   
 ■ Prenočitve pomlad III-V 2030  
■ Prenočitve poletje VI-VIII 2030   
 ■ Prenočitve jesen IX-XI 2030

# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)



## ► Zvišanje povprečne zasedenosti nastanitvenih kapacitet (vseh ležišč na letni ravni)

- 27,4% v 2023
  - 30,4% ciljno 2030
  - 35,8 vizija do leta 2050
- Povečanje zasedenosti kapacitet predvsem na račun znatnega povečanja prenočitev na tujih trgih

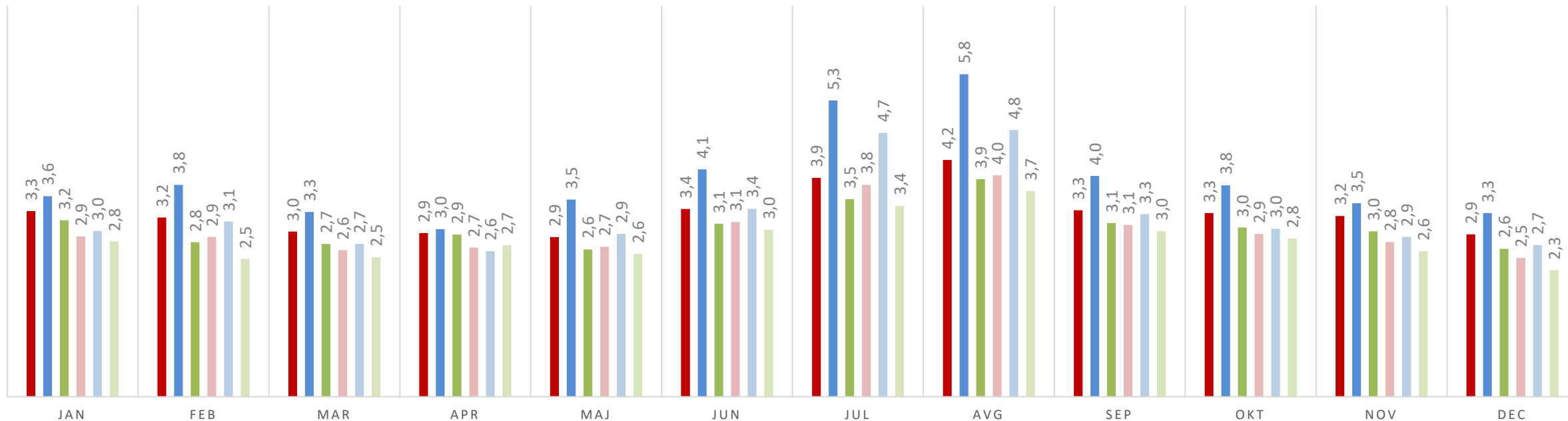


# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)

■ PDB vseh gostov skupaj, cilj 2030  
■ Primerjava: PDB vseh gostov skupaj 2023

■ PDB domačih gostov, cilj 2030  
■ Primerjava: PDB domačih gostov v 2023

■ PDB tujih gostov, cilj 2030  
■ Primerjava: PDB vseh tujih gostov v 2023



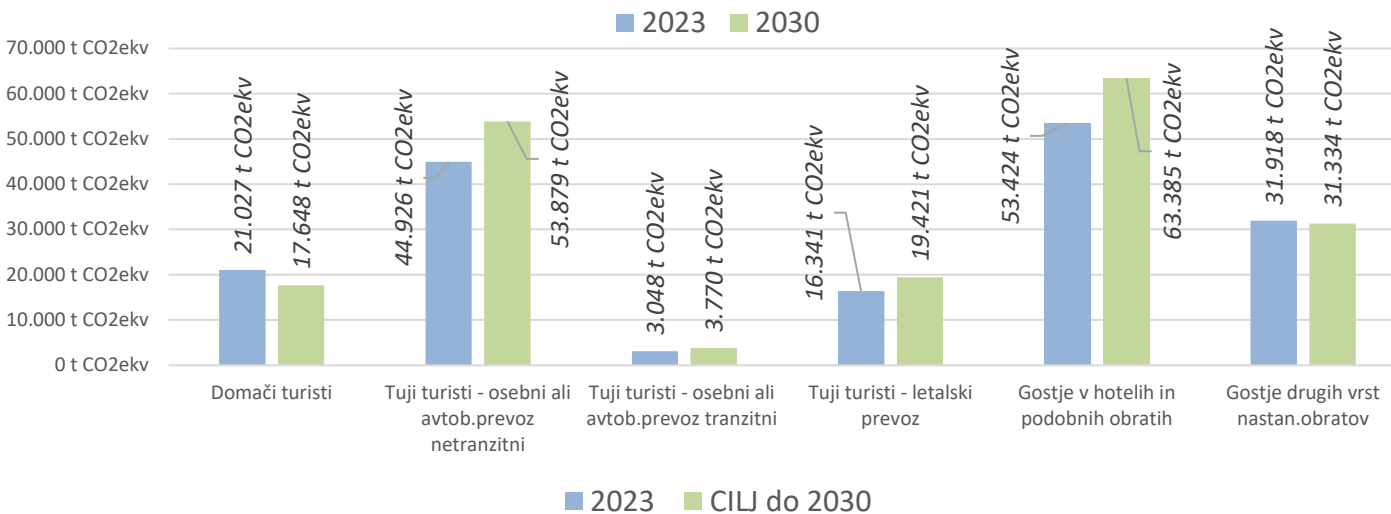
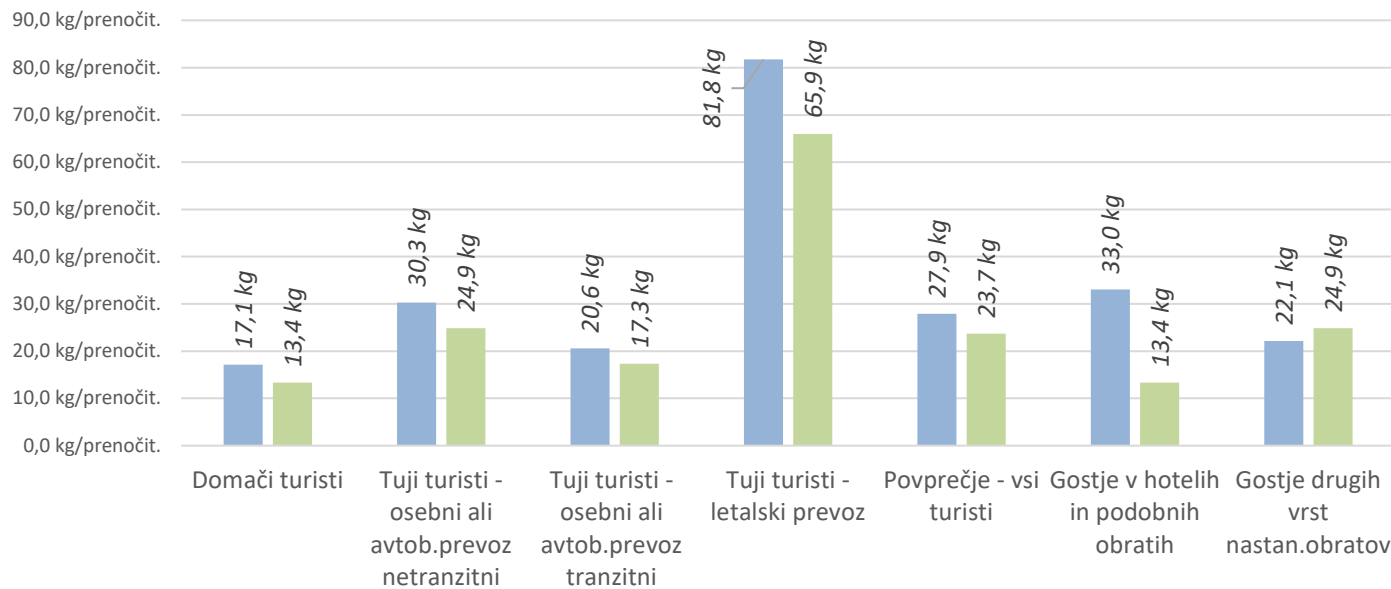
► Podaljšanje povprečne dobe bivanja vseh turistov po posameznih sezonah, v povprečju **iz 3,21 na 3,44 dni**

► *Domačih turistov iz 3,4 dni na 4,0 dni*

► *Tujih turistov iz 3,1 dni na 3,2 dni*

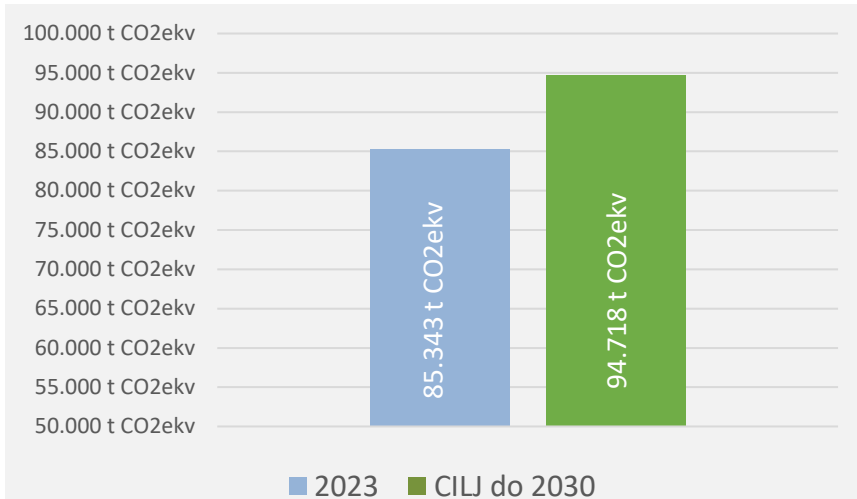
► Izrazitejše podaljšanje PDB jeseni in pomladi

# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)



- ▶ Znižanje ogljičnega odtisa turizma v regiji na prenočitev za 12-15% po posameznih ključnih dejavnikih
- ▶ Kljub temu, zaradi povečanja kapacitet in prenočitev, povečanje skupnih emisij TPG v ekvivalentu CO2

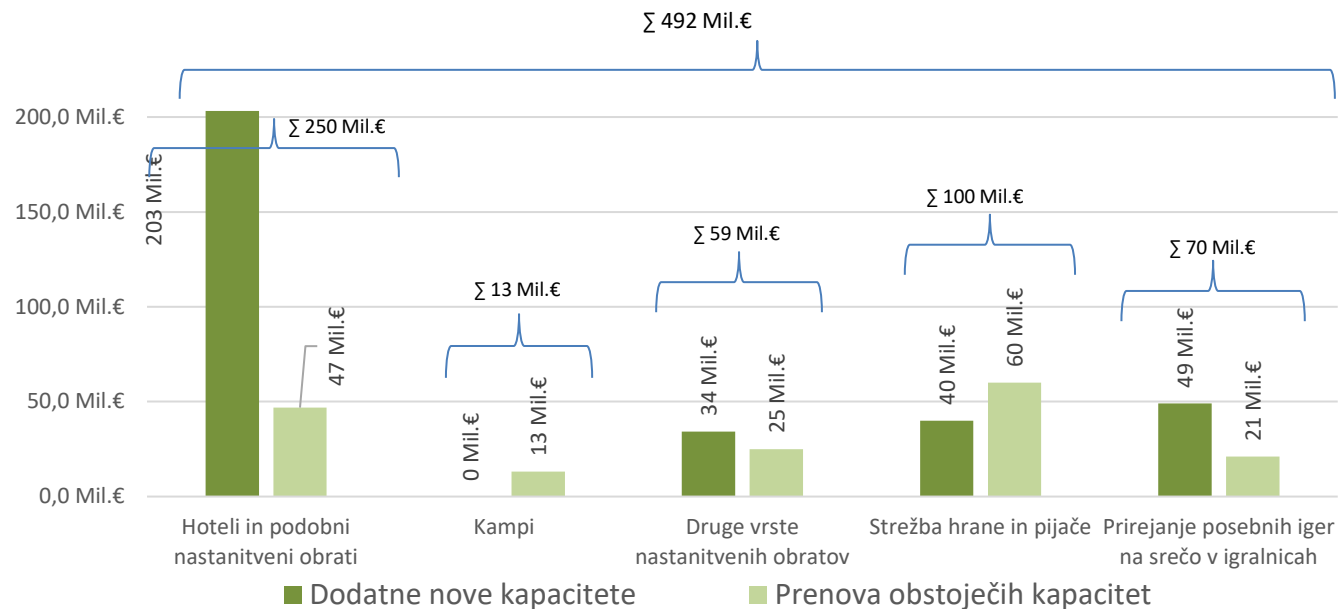
Vrsta potrošnje	2023		Cilj 2030	
	Količina	Delež	Količina	Delež
Prevoz	19,4 kg	69,6%	16,5 kg	69,4%
Prenočitev	6,8 kg	24,5%	5,7 kg	24,1%
Druge aktivnosti	1,6 kg	5,8%	1,5 kg	6,4%
<b>SKUPAJ</b>	<b>27,9 kg</b>	<b>100,0%</b>	<b>23,7 kg</b>	<b>100,0%</b>



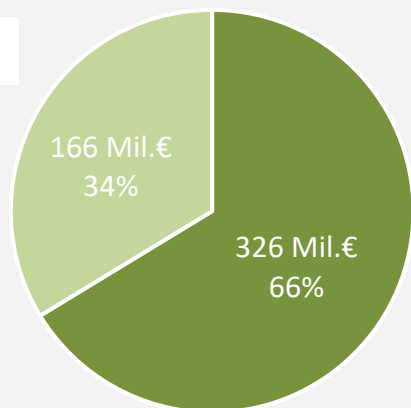


# Ključne predpostavke ciljnega scenarija razvoja turizma v slovenski Istri 2030 (2050)

- ▶ **Umestitev, načrtovanje in izvedba naložb v zasebnem sektorju turistične ponudbe:  $\Sigma$  EUR 492 Mil. v 7 letih**
- ▶ Ključna predpostavka razvojnega scenarija
- ▶ **Naložbam v zasebni sektor bodo morale paralelno slediti naložbe v skupne in javne infrastrukturne projekte**

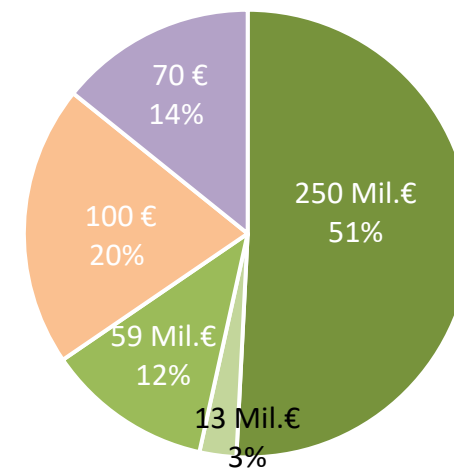


$\Sigma$  492 Mil.€



■ Dodatne nove kapacitete ■ Prenova obstoječih kapacitet

- Hoteli in podobni nastanitveni obrati
- Kampi
- Druge vrste nastanitvenih obratov
- Strežba hrane in pijače
- Prirejanje posebnih iger na srečo v igralnicah



# KAKO BOMO MERILI NAPREDEK

Uvajamo „nove“ kazalnike uspešnosti  
razvoja turizma v slovenski Istri,  
na vseh stebrih trajnosti:

**Poslovno-finančni vidik | Družbeni  
vidik | Ekonomski vidik |  
Okoljsko-podnebni vidik |  
Organizacijski vidik**



# Izhodiščni kazalniki v 2023 in ciljno v letu 2030 za izbrani scenarij razvoja turizma

Kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2023	Ciljni scenarij 2030	Indeks rasti '30/'23	PLSR 2023-2030
<b>Skupaj število zaposlenih, ki jih generira turistično povpraševanje (neposredno in posredno v vseh povezanih dejavnostih, metodologija OECD)</b>	<b>5.293</b>	<b>7.050</b>	<b>133</b>	<b>4,2%</b>
Delež vseh zaposlenih ki jih generira turistično povpraševanje v Slovenski Istri v primerjavi s celotnim številom zaposlenih v Sloveniji po enakem kriteriju (metodologija OECD)	7,7%	8,0%	+0,33% točk	+0,05% točk
<b>Skupaj število zaposlenih v dejavnosti Gostinstvo (I)</b>	<b>2.534</b>	<b>3.375</b>	<b>133</b>	<b>4,2%</b>
Delež števila zaposlenih v gostinstvu (I) v regiji v številu zaposlenih v enaki kategoriji v Sloveniji	8,5%	8,90%	+0,37% točk	+0,05% točk
<b>Število vseh turističnih ležišč</b>	<b>33.347</b>	<b>38.526</b>	<b>116</b>	<b>2,1%</b>
> Število ležišč v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	9.899	13.472	136	4,5%
> Število ležišč v kampih	4.925	4.679	95	-0,7%
> Število ležišč v drugih vrstah nast. obratov (sobodajalci, apartmaji, marine, ipd.)	18.523	20.375	110	1,4%
<b>Število vseh turističnih sob/nedeljivih enot</b>	<b>13.089</b>	<b>15.295</b>	<b>117</b>	<b>2,2%</b>
> Število sob/enot v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	4.691	6.384	136	4,5%
> Število enot/kampirnih mest v kampih	2.180	2.071	95	-0,7%
> Število sob/enot v drugih vrstah nast. obratov (sobodajalci, apartmaji, marine, ipd.)	6.218	6.840	110	1,4%
<b>Število prenočitev vseh turistov:</b>	<b>3.060.550</b>	<b>3.996.349</b>	<b>131</b>	<b>3,9%</b>
> Število prenočitev domačih turistov:	1.228.041	1.318.795	107	1,0%
> Število prenočitev tujih turistov:	1.832.509	2.677.554	146	5,6%
<b>Delež prenočitev tujih turistov:</b>	<b>60%</b>	<b>67%</b>	<b>+7,1% točk</b>	<b>+1,0% točk</b>
<b>Število prihodov vseh turistov:</b>	<b>954.327</b>	<b>1.162.325</b>	<b>122</b>	<b>2,9%</b>
> Število prihodov domačih turistov:	358.322	326.944	91	-1,3%
> Število prihodov tujih turistov:	596.005	835.381	140	4,9%

# Izhodiščni kazalniki v 2023 in ciljno v letu 2030 za izbrani scenarij razvoja turizma

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2023	Ciljni scenarij 2030	Indeks rasti '30/'23	PLSR 2023-2030
<b>Povprečna doba bivanja vseh turistov:</b>	<b>3,21 dni</b>	<b>3,44 dni</b>	<b>107</b>	<b>1,0%</b>
▪ Povprečna doba bivanja domačih turistov:	3,4 dni	4,0 dni	118	2,4%
▪ Povprečna doba bivanja tujih turistov:	3,1 dni	3,2 dni	104	0,6%
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v regiji iz naslova vseh gospodarskih dejavnosti (12.243 poslovnih subjektov s 37.854 zaposlenimi v letu 2022):	6,31 mrd EUR	7,88 mrd EUR	125	3,2%
Dodana vrednost na zaposlenega v celotnem gospodarstvu destinacije (vse gosp. dejavnosti, v letu 2022)	60.554 EUR	73.800 EUR	122	2,9%
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena celotne potrošnje):	792 Mil. EUR	1.343 Mil. EUR	170	7,8%
Skupaj dodana vrednost ustvarjena v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena):	216 Mil. EUR	403 Mil. EUR	187	9,3%
Skupaj vsi prihodki iz naslova dejavnosti Gostinstva (I) v regiji skupaj s potrošnjo domačega prebivalstva	255,5 mil EUR	433,4 mil EUR	170	7,8%
Delež dejavnosti Gostinstva (I) v prihodkih vseh poslovnih subjektov v regiji	4,8%	5,5%	+0,69% točk	+0,10% točk
Skupaj dodana vrednost v celotni dejavnosti Gostinstva (I) v letu:	105,1 mil EUR	196,1 mil EUR	187	9,3%
Dodana vrednost na zaposlenega v celotni dejavnosti gostinstva (I):	41.494 EUR	58.116 EUR	140	4,9%
Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v dejavnosti Gostinstva (I) v regiji in enake kategorije v Sloveniji v letu:	107,7	110,0	+2,4 Ind.točke	+0,3 Ind.točke
Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v Gostinstvu (I) s povp. dodano vrednostjo na zaposlenega v vseh gospodarskih dejavnostih regije	68,5	78,7	+10,2 Ind.točke	+1,5 Ind.točke
<b>Prihodki iz vseh učinkov celotne potrošnje turistov in izletnikov v regiji preračunano na prenočitev (ocena)</b>	<b>259 EUR</b>	<b>336 EUR</b>	<b>130</b>	<b>3,8%</b>
Skupna dodana vrednost generirana iz naslova celotne turistične potrošnje turistov in izletnikov (vse neposredne in posredne turistične dejavnosti) v regiji na prenočitev	71 EUR	101 EUR	143	5,2%
Skupaj ocena plačila davkov, prispevkov, koncesij, taks idr. v občinski in državni proračun in državne blagajne iz naslova turistične potrošnje v regiji na leto (Ocena)	114,1 mil.EUR	183,0 mil.EUR	160	7,0%

# Kazalniki kumulativnih vrednosti v celotnem strateškem obdobju

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Kumulativno dosežena skupna vrednost v obdobju 2023-2030 (7 letno obdobje)
Skupaj kumulativno vsi prihodki ustvarjeni v regiji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne in povezane potrošnje turistov in izletnikov v celotnem obdobju 2023-2030 (Ocena za 7 let)	7,1 mrd EUR
Skupaj kumulativno celotna ustvarjena dodana vrednost iz naslova celotne turistične potrošnje (vse neposredne in posredne turistične dejavnosti) v celotnem obdobju 2023-2030 (Ocena za 7 let)	2,0 mrd EUR
Skupaj kumulativna plačila davkov, prispevkov, koncesij, taks idr. v občinski in državni proračun in državne blagajne iz naslova turistične potrošnje v regiji v celotnem obdobju 2023-2030 (Ocena za 7 let)	998,7 mil.EUR
<b>Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh turističnih in s turizmom neposredno in posredno povezanih dejavnostih v celotnem obdobju - celoten naložbeni obseg (2023-2030) - Ocena za 7 letno obdobje</b>	<b>492,2 mil EUR</b>
> Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh nastanitvenih dejavnostih I 55 v celotnem 7 letnem obdobju (2023-2030)	322,2 mil EUR
> Od tega skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh nastanitvenih dejavnostih hotelov in podobnih obratov I 55.100 v celotnem 7 letnem obdobju (2023-2030)	250,1 mil EUR
> Od tega skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh drugih vrstah nastanitvenih dejavnosti I 55.2, 55.3 v celotnem 7 letnem obdobju (2023-2030)	72,2 mil EUR
> Skupaj ocena kumulativno potrebne višine naložb v obnove in novogradnje v celotni dejavnosti strežbe hrane in pijače (I 56) v celotnem 7 letnem obdobju (2023-2030) - Ocena	100,0 mil EUR
> Skupaj ocena kumulativno potrebne višine naložb v obnove in novogradnje v celotni dejavnosti prirejanja posebnih iger na srečo (R 92.001) v celotnem 7 letnem obdobju (2023-2030) - Ocena	70,0 mil EUR



# Ključni okoljski kazalniki razvoja turizma

Kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2023	Ciljni scenarij 2030	Indeks rasti '30/'23	PLSR 2023-2030
GINI Indeks sezonskosti prenočitev vseh turistov v regiji Slovenska Istra (Slovenija ≈ 0,29, EU ≈ 0,25)	0,40	0,37	92	-1,1%
GINI Indeks sezonskosti prenočitev tujih turistov v regiji Slovenska Istra	0,47	0,42	90	-1,5%
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / 100 prebivalcev v destinaciji (pvp EU '23 = 7,1 , Slo.'23 = 9,0)	36,2	41,0	113,1	1,8%
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / km2 površine regije (pvp EU '23 = 7,2 , Slo.'23 = 9,5)	86,6	100,1	115,5	2,1%
Gostota turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/dan/km2, pvp.EU'23=2,3, SLO'23 = 2,2 )	21,8	28,4	130,6	3,9%
Intenzivnost turistične dejavnosti v regiji (štev.vseh prenočitev/100 prebival./dan) (pvp.EU'23=2,3, SLO'23 = 2,2 )	9,1	11,6	127,9	3,6%
Ogljični odtis iz celotne nastanitvene dejavnosti, oz. potrošnje gostov, ki prenočujejo v regiji (I 55), na prenočitev (v kg CO2ekv./prenočitev)	27,9 kgCO2e/nočit.	23,7 kgCO2e/nočit.	85,0	-2,3%
<b>Celoten ogljični odtis (višina emisij TGP) generiran iz naslova celotne turistične potrošnje v letu v regiji (v kt CO2ekv.)</b>	<b>85,3 kt CO2ekv</b>	<b>94,7 kt CO2e</b>	<b>111,0</b>	<b>1,5%</b>

# RANGIRANJE TEMELJNIH KAZALNIKOV (spletna anketa)

**VPRAŠANJE 3: Prosimo za vaše mnenje glede nekaterih res zgolj temeljnih kazalnikov uspešnosti turizma slovenske Istre (za vse 4 občine). V osnutku predloga smo sicer natančno razdelali kazalnike na vseh področjih trajnosti: okoljske, družbene in ekonomske.**

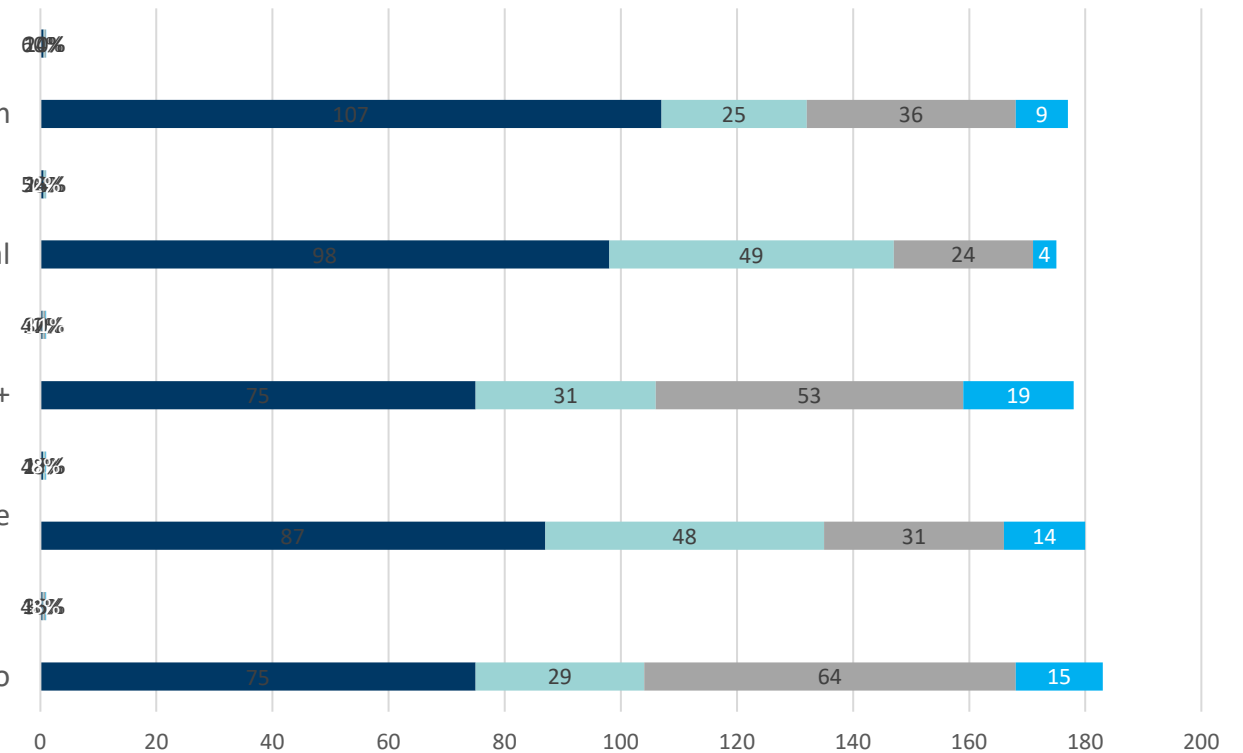
**VLAGANJA:** V okviru razdelave scenarijev smo opredelili, da bo potrebno do leta 2030 poleg investicij v javnem sektorju za izboljšanje konkurenčnosti regije izvesti tudi obsežen investicijski cikel v zasebne naložbe, v višini  $\Sigma$  EUR 492 mio

**SEZONSKOST:** Zmanjšanje sezonskosti: v 2023 je v 3 mesecih poletja opravljenih 52,6 % vseh prenočitev, do leta 2030 se bo zaradi pvoečanja nočitev izven poletja delež zmanjšal na 47,6 %

**LEŽIŠČA:** Rast števila turističnih nastanitvenih sob/enot je predlagano za +17 % do leta 2030 (+2,2 % letno); od tega hoteli in podobni obrati (vklj.s kapacitetami na podeželju) +36 %; kampi -5 % (zaradi dviga kakovosti) in druge vrste obratov +10 %; potre

**ZASEDENOST:** Trenutna povprečna zasedenost vseh ležišč v slovenski Istri na letni ravni je 27,4 %. Ciljna zasedenost leta 2030 je 30,4 % in 35,8 % leta 2050.

**PRENOČITVE:** V 4 občinah slovenske Istre je bilo leta 2023 opravljenih dobrih 3 mio prenočitev. Cilj za leto 2030 je 30 % več prenočitev (3,9-odstotna letna rast) - torej malo manj kot 4 mio prenočitev leta 2030 (od tega 46 % ve tujih in 7 % več domačih pre



- Zelo se strinjam
- Potrebno je biti bolj ambiciozen - torej višji ciljni kazalnik
- Menim, da je predlog preveč ambiciozen
- Drugo - pojasnite spodaj

N=183

## RAZVOJNI MODEL

s petimi področjih skupnega ukrepanja in  
kratko predstavitev predloga skupnih projektov

# TRIBE PRISTOPI ALI TRI FAZE SODELOVANJA



Vsak pristop ima v ozadju drugačen organizacijski model.

# RAZVOJNI MODEL TURIZEM SLOVENSKA ISTRA 2030

SC: Slovensko Istro na osnovi lokalne identitete, visoke kakovosti storitev in doživetij, perspektivnega življenjskega okolja za domače prebivalstvo in podjetnike razviti v odlično upravljano celoletno in mednarodno konkurenčno destinacijo visoke dodane vrednosti za vse deležnike.

01

RAZVOJ in  
upravljanje  
PRODUKTOV

► **RAZVOJNI CILJ 01:**

Slovensko Istro programsko vzpostaviti kot zaokroženo destinacijo, ki ponuja prodorno, atraktivno, avtentično, povezano in lahko dostopno ponudbo višje vrednosti skozi vse leto.

02

Verige vrednosti  
TURIZEM-KMETIJSTVO  
in RIBIŠTVO

► **RAZVOJNI CILJ 02:**

Lokalne pridelke in lokalno istrsko gastronomsko ponudbo in doživetja pozicionirati kot enega ključnih gradnikov istrske identitete, večje dodane vrednosti za pridelovalce in razvojnih priložnosti za turizem višje vrednosti.

03

PROMOCIJA in  
DIGITALIZACIJA

► **RAZVOJNI CILJ 03:**

Skozi združevanje kadrovskih in finančnih resursov okrepiti učinkovitost, obseg in doseg trženjskih aktivnosti, za prepričljivejše pozicioniranje slovenske Istre kot konkurenčnejše in zaokrožene celoletne destinacije.

04

TRAJNOST,  
MOBILNOST in  
UPRAVLJANJE TOKOV

► **RAZVOJNI CILJ 04:**

Združiti in okrepiti prizadevanja posameznih občin v procesih zelenega prehoda ter vzpostaviti usklajen trajnostni razvoj regije. Z urejanjem prometa in turističnih tokov razbremeniti pritiske ter naslavljal pereče izzive tako za domačine kot obiskovalce, kot osnove za sobivanje turizma in lokalnih skupnosti.

05

NALOŽBE,  
PODJETNIŠTVO,  
INFRASTRUKTURA  
in KADRI

► **RAZVOJNI CILJ 05:**

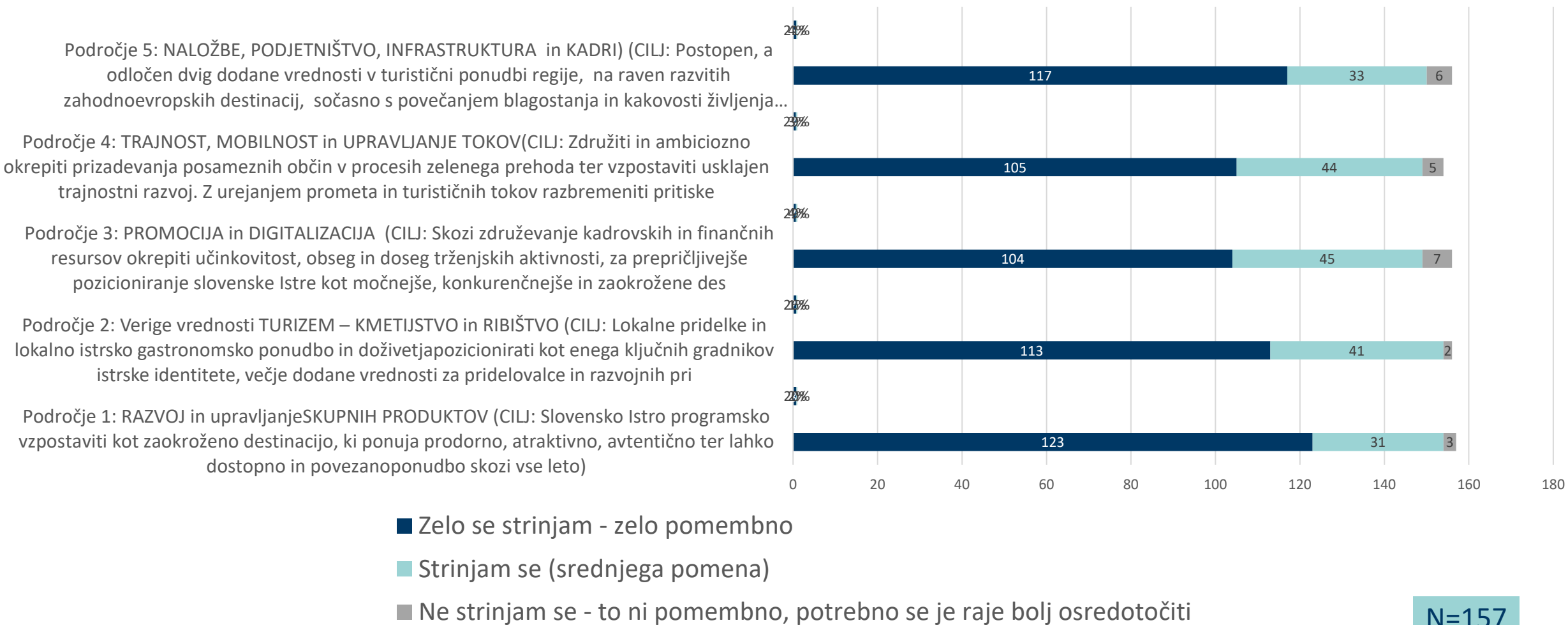
Postopen, a odločen dvig dodane vrednosti, kakovosti in konkurenčnosti turistične ponudbe regije, na raven razvitih zahodnoevropskih destinacij in sočasno povečanje blagostanja in kakovosti življenja lokalnega prebivalstva in razvoj privlačnih delovnih mest v turizmu.

UPRAVLJANJE TURIZMA NA RAVNI REGIJE in ORGANIZIRANOST



# RANGIRANJE PODROČIJ UKREPANJA – PRIORITETE (spletna anketa)

**VPRAŠANJE 7:** V osnutku strategije smo identificirali spodnjih 5 področjih ukrepanja, kjer vidimo potenciale združitve kadrovskih in finančnih resursov s strani 4 občin slovenske Istre, že kratkoročno - in že opredelili skupne projekte (v mesecu maju smo jih preverjali v okviru spletne ankete v podporo izvedbi fokusne delavnice s skupino okvirno 40 deležnikov, ki so se udeležili delavnice 4. junija). **V nadaljevanju bi z vami predvsem preverili predvsem področja skupnega ukrepanja (in zaradi obsega ne posameznih projektov) - torej nas zanima vaš pogled na prioritete.**



01

**RAZVOJ in  
upravljanje  
PRODUKTOV**



**LOVE  
ISTRIA**  
*Like we do*

# Področje 01: RAZVOJ in UPRAVLJANJE SKUPNIH PRODUKTOV

## V čem smo kot regija MOČNI (5):

1. Profilirane razlikovalne identitete posameznih krajev/destinacij, ki skupaj tvorijo močnejšo ponudbo slovenske Istre kot zaokrožene destinacije prihoda.
2. Kakovostna infrastruktura in ponudba za vse letne čase.
3. Atraktivno, razgibano in zaščiteno naravno okolje, ki nudi lep ambient in je osnova za aktivnosti v naravi.
4. Močna DMC (in nastanitvena) podporna mreža za razvoj, izvajanje in prodajo ponudbe/programov.
5. Vsaka destinacija je izstopajoča v določenem produktu (ni direktne interne konkurence).

## 5 ključnih IZZIVOV:

1. Razdrobljen razvoj, upravljanje in trženje produktov.
2. Velik naravni in dediščinski potencial, ki še ni organiziran na učinkovit način.
3. Urejenih in organiziranih skupnih produktov (še) ni.
4. Nezadostno razvita povezovalna infrastruktura.
5. Vsaka občina (še vedno) v veliki meri trži zgolj svojo ponudbo.

## RAZVOJNI CILJ:

Slovensko Istro programsko vzpostaviti kot zaokroženo destinacijo, ki ponuja atraktivno, avtentično in lahko dostopno ponudbo skozi vse leto.

## Pričakovani rezultati:

- ▶ Novi skupni produkti (vsaj 3), tudi finančno uspešno pozicionirani na trgu.
- ▶ Povezana pohodniška in kolesarska infrastruktura.
- ▶ Enoten sistem usmerjanja in označevanja.
- ▶ Enakomernejša časovna in geografska razporeditev turističnih tokov.

## Usmeritev delovanja:

- ▶ **Bogato ponudbo slovenske Istre povezujemo v prepričljivo celoto** in jo skozi povezano ponudbo vzpostavimo kot povezano in zaokroženo destinacijo prihoda.
- ▶ **Krepimo podobo obstoječih ikon**, hkrati pa identificiramo in **izpostavimo nove priložnosti s posebnim poudarkom na podeželju**.
- ▶ **Ohranjamo in nadalje krepimo lokalne posebnosti, regijske potenciale pa povezujemo v prepričljive skupne produkte**, pod skupno znamko Love Istria.
- ▶ **Produkte razvijamo z velikim spoštovanjem in vključevanjem lokalne dediščine** in z odgovornim odnosom do naravnega in družbenega okolja.
- ▶ **Z vključevanjem lokalne ponudbe in krepitvijo kakovosti storitev krepimo tudi potrošnjo in dodano vrednost**.

## Projekti:

### PROJEKTNA FAZA

- **1.1 Programska zasnova in razvoj pohodništva in kolesarjenja kot skupnih OUTDOOR produktov:** i) infrastrukturna, izkustvena in trženjske nadgradnja; ii) enotno označevanje in urejanje; iii) digitalizacija (preko Outdooractive platforme); iv) trženje.
- **1.2 Programska in trženjska povezava lokalno servisiranih produktov v konkurenčnejše skupne regijske produkte:** 1) Kultura, 2) Gastronomija in lokalni pridelki (vključno z gastronomskimi festivali), 3) MICE, 4) Sonce in morje, 5) Športni turizem (priprave športnikov in športne prireditve), 6) Navtični turizem in 7) Ribiški turizem; inventarizacija in analiza stanja; infrastrukturne ureditve in programske dopolnitve na ravni skupnega produkta; trženjska infrastrukturna orodja; regijsko upravljanje; načrt in izvajanje skupne promocije – prilagojeno za vsak produkt posebej
- **1.3. Vzpostavitev učinkovitega modela za časovno in programsko koordinacijo** in okrepljeno trženje nosilnih destinacijskih prireditev.
- **1.4 V okviru KBZ slovenske Istre (Projekt 2.1) vzpostaviti in skupaj upravljati nabor premium lokalnih vodenih doživetij**, z modelom učinkovitega pospeševanja prodaje.
- **1.5. Čezmejno sodelovanje:** zasnova in implementacija izbranih skupnih in reprezentativnih čezmejnih produktov: nadaljnji razvoj Parenzane; nova skupna povezovalna pohodniška pot; nabor najbolj atraktivnih plezališč, gastronomska transverzala.
- **1.6 Vzpostavitev prodorne platforme za pospeševanje inovativnosti v razvoju ponudbe**

*Pozor: Produkt gastronomije in lokalnih pridelkov je v področju delovanja 02.*

### UPRAVLJAVSKA FAZA

- **1.7 Skupen razvoj, nadgradnje, strateško usmerjanje, upravljanje in trženje nosilnih regijskih produktov**, v skladu s ‚Produktno matriko‘



02

# Verige vrednosti TURIZEM- KMETIJSTVO in RIBIŠTVO



LOVE  
ISTRIA  
*Like we do*

Ko govorimo k kmetijstvu,  
govorimo tudi o razvoju  
podeželja

Ko govorimo k kmetijstvu,  
govorimo tudi o ribištvu

# Področje 02: Verige vrednosti TURIZEM-KMETIJSTVO in RIBIŠTVO

## V čem smo kot regija MOČNI:

1. Močne znamke v dveh ključnih segmentih: vino in oljčno olje ter dobro delujoča društva, ki povezujejo pridelovalce na ravni slovenske Istre.
2. Uveljavljene obstoječe sheme kakovosti – npr. zaščitena označba porekla za Ekstra deviško oljčno olje Slovenske Istre, Piranska sol ipd.
3. Prepoznavni gastronomski festivali in ponudba, ki temelji na lokalnih pridelkih.
4. Uveljavljen pojem (znamka) SLOVENSKA ISTRRA med pridelovalci.
5. Urejena kulturna krajina (avtohtone vasi, značilna kamnita arhitektura, vinogradi in oljčniki), ki krepi privlačnost prostora.

## 5 ključnih IZZIVOV:

1. Občine nimajo strategij kmetijstva; imajo zgolj pravilnike o ohranjanju in spodbujanju razvoja kmetijstva in podeželja.
2. Pritisk na kmetijska zemljišča – zmanjšanje (urbanizacija, fragmentacija, zaraščanje, spremembe namembnosti, problematika pomožnih objektov).
3. Omejen prostor in omejena proizvodnja.
4. Preprečevati večkratno certificiranje.
5. Izredno kakovostni in prepoznavni lokalni pridelki, ki pa niso valorizirani skozi turizem – ni vzpostavljenih verig vrednosti. Vrzel med pridelovalci (KMG) in turističnimi ponudniki: okrepiti medsebojno poznavanje, sodelovanje, prodajne kanale, gradnja verig vrednosti.

## RAZVOJNI CILJ:

Lokalne pridelke in lokalno istrsko

gastronomsko ponudbo in doživetja pozicionirati kot enega ključnih gradnikov istrske identitete, večje dodane vrednosti za pridelovalce in razvojnih priložnosti za turizem višje vrednosti.

## Usmeritev delovanja:

- ▶ **Odpiramo priložnosti za dvig vrednosti lokalnim pridelkom in proizvodom skozi turizem** – skozi kolektivno blagovno znamko, modele mreženja, izobraževanja in promocijske aktivnosti povezujemo vinarje, oljkarje, ribiče, pridelovalce zelenjave, čebelarje, zeliščarje, živinorejce – s turizmom.
- ▶ **Spodbujamo iniciative in vzpostavljamo kakovostne spremljajoče gastronomske, degustacijske, ustvarjalne in druge storitve ter doživetja** pri ponudnikih, preko lokalnih agencij, na kmetijah, pri obrtnikih in umetnikih ter med mladimi.
- ▶ **Prek spodbujanja razvoja kmetijstva in dopolnilnih dejavnosti na kmetijah** oziroma nadgradnje na področju avtentičnih doživetij, prireditvev in kulture krepimo istrsko identiteto, ohranjamo izročilo, negujemo ponos na slovensko Istro med domačini in pomembno prispevamo k večji avtentičnosti izkušnje za obiskovalca, s poudarkom na krepitvi vsebin izven poletja.

## Pričakovani rezultati:

- ▶ Povečano število aktivnih kmetij.
- ▶ Povečan obseg lokalne oskrbe v turizmu.
- ▶ Število certificiranih partnerjev v okviru kolektivne blagovne znamke slovenske Istre.

## Projekti

### PROJEKTNA FAZA

- **2.1 Razvoj in upravljanje kolektivne blagovne znamke slovenske Istre** (ponudbe premium lokalne kakovosti) kot razvojne in trženjske platforme za pospeševanje kakovosti in obsega lokalne ponudbe ter prodaje skozi turizem (krepitev verig vrednosti TURIZEM-KMETIJSTVO in RIBIŠTVO)
- **2.2 Identifikacija in povezane aktivnosti za krepitev in znamčenje najbolj prepoznavnih lokalnih pridelkov** (oljčno olje, refošk, izbrane vrste sadja in zelenjave) ter njihova aktivna vključitev v doživetja in komunikacijo
- **2.3 Usklajen razvoj, nadaljnje profiliranje izstopajočih lokalnih gastronomskih festivalov** in okrepljeno trženje (skupna produktna skupina)
- **2.4 Aktiviranje in vzgoja turističnih ponudnikov in gostov za nakupe lokalnih izdelkov**, storitev in doživetij z uporabo sodobnih komunikacijskih pristopov.
- **2.5 Zasnova, zagon in upravljanje projekta „Odprta vrata slovenske Istre“**
- **2.6 Vzpostavitev in letna izvedba skupne lokalne borze** za mreženje pridelovalcev in turističnih nastanitveno-gostinskih ponudnikov, podprto s skupnim registrom razpoložljivih pridelkov
- **2.7 Programska zasnova in uveljavitev odličnega in inovativnega produkta ribiškega turizma za ohranitev kulturne dediščine ribištva in dodano vrednost v turizmu** (LASR Feral projekt)

### UPRAVLJAVSKA FAZA

- **2.8 Upravljanje skupne kmetijske politike na ravni slovenske Istre**
- **2.9 Razvojni projekti za negovanje in krepitev istrske identitete in kulturne krajine**



03

# PROMOCIJA in DIGITALIZACIJA





# Področje 03: PROMOCIJA in DIGITALIZACIJA

## V čem smo kot regija močni (5):

1. Visok obseg realizacije (3 mio prenočitev), s čemer smo močna regija in resen turistični igralec.
2. Veliko število močnih turističnih podjetij, ki so trženjske aktivno prisotni na trgu.
3. Med turističnim gospodarstvom konsenz za skupno znamko in trženje slovenske Istre.
4. Kompetentni DMO-ji, ki uporabljajo sodobne trženjske pristope in orodja.
5. Strukturirana ponudba za vse leto, relativno dobra razpršenost trgov in segmentov.

## 5 ključnih izzivov:

1. Gost v katerikoli destinaciji slovenske Istre še vedno nima jasne slike o ponudbi celotne regije.
2. Velik del trženjskih aktivnosti se še vedno izvaja ločeno, preko lokalnih aktivnosti.
3. Mentalna podoba ponudbe slovenske Istre je v preveliki meri omejena na podobo morja in sonca.
4. Zelo močna prisotnost in prepoznavnost sosednje hrvaške Istre na mednarodnem trgu ter močna konkurenca širšega Jadrana in Mediterana.
5. Nespremenjena letna dinamika obiska skozi zadnje desetletje.

## RAZVOJNI CILJ:

SSkozi združevanje kadrovskih in finančnih resursov okrepiti učinkovitost, obseg in doseg trženjskih aktivnosti, za prepričljivejše pozicioniranje slovenske Istre kot močnejše in zaokrožene destinacije prihoda.

## Usmeritev delovanja:

- ▶ Na regijski ravni postopno krepimo skupne promocijske aktivnosti, s čemer se lahko na lokalni ravni v večje meri posvetimo ustvarjanju kakovostnih vsebin. Že srednjeročno se v okviru regijskega projekta zdaj lokalna promocija v celoti izvaja preko regijske platforme (večji učinki).
- ▶ Okrepljeno upravljamo izkušnjo na celotni nakupni poti (regija ključna za vlogo inspiracije in raziskovanje, lokalne DMO za upravljanje izkušnje v času bivanja).
- ▶ Združujemo resurse lokalnih digitalnih ekip in se pri delu redno usklajujemo.
- ▶ Vzpostavimo in postopno krepimo združevanje promocijskih sredstev z gospodarstvom.

## Pričakovani rezultati:

- ▶ Razvita skupna digitalna orodja (skupni portal, skupna socialna omrežja, skupne outdoor aplikacije).
- ▶ Daljša doba bivanja.
- ▶ Krepitev celoletnega obiska, izven koničnih terminov.

## Projekti

### PROJEKTNA FAZA:

- **3.1 Raziskava trga o percepciji in obljudi znamke LOVE ISTRIA (s preverbo imena znamke, identitete in razlikovalnih točk v odnosu do hrvaške Istre), kot osnova za razdelavo strategije znamke ter krepitev uporabe znamke, z jasno hierarhijo in identitetami lokalna-regijska raven.**
- **3.2 Priprava operativne komunikacijsko-trženjske strategije**, ki je osnova za celoten skupni program promocije in ustvarjanje vsebin na lokalno-regijski ravni (komunikacijska strategija, trgi, segmenti, produkti).
- **3.3 Nadgradnja in okrepitev obstoječega programa sodelovana promocije pod znamko Love Istria in razvoj kakovostnih skupnih tržnih orodij** – prenos težišča vseh tržnih aktivnosti (poleg sejmov, delavnic, študijskih tur tudi družbene omrežja in digitalne kampanje) na regijski nivo; vsebinsko in finančno; razvoj orodji: i) destinacijski portal z enotnim rezervacijskim sistemom za nastanitve in doživetja; ii) koledar prireditev, iii) tiskovine, iv) poenoten pristop k delu z ambasadorji in vplivneži
- **3.4 Razvoj in implementacija destinacijske kartice**, ki vključuje tudi mobilnost

### UPRAVLJAVSKA FAZA

- **3.5 Vzpostavitev in krepitev enotnega modela združevanja sredstev za partnersko promocijo** (DMO-ji in turistično gospodarstvo).
- **3.6 Skupen regijski DMO, enotna trženjske ekipa.**

04

TRAJNOST,  
MOBILNOST in  
UPRAVLJANJE  
TOKOV



LOVE  
ISTRIA  
*Like we do*





# Področje 04: TRAJNOST, MOBILNOST in UPRAVLJANJE TOKOV

## V čem smo kot regija MOČNI (5):

1. Vključenost vseh občin v Zeleno shemo slovenskega turizma.
2. Varovanje in strateško upravljanje naravnih vrednot (krajinski parki) in kulturne dediščine ter negovanja tradicije.
3. Obstoječe analize podnebnih.
4. Bližina letališč in avtocestne infrastrukture.
5. Podobne usmeritve celostnih prometnih strategij občin.

## 5 ključnih IZZIVOV:

1. Usklajen in ambicioznejši razvoj trajnostnega turizma.
2. Povečanje števila ponudnikov s trajnostnim certifikatom.
3. Intenzivnejše vključevanje prebivalcev v razvoj turizma.
4. Izboljšanje notranje povezljivosti in razvoj trajnostne mobilnosti.
5. Celostno upravljanje s turističnimi tokovi na območje celotne regije.

## RAZVOJNI CILJ:

Združiti in okrepiti prizadevanja istrskih občin v procesih zelenega prehoda ter vzpostaviti usklajen trajnostni razvoj.

Z urejanjem prometa in turističnih tokov razbremeniti pritiske ter naslavljalni pereče izzive tako za domačine kot obiskovalce, kot osnove za sobivanje turizma in lokalnih skupnosti.

## Usmeritev:

- ▶ **Zeleni prehod istre:** vzpostavljamo usmerjene razvojne mehanizme za skupni prehod v bolj trajnostno družbo in v smeri podnebne nevtralnosti.
- ▶ **Trajnostna mobilnost:** vzpostavljamo učinkovito regionalno povezljivost in razbremenjujemo obstoječo cestno infrastrukturo.
- ▶ **Povezani:** vzpostavljamo povezanost obalnega pasu in notranjost za povečanje atraktivnosti regije in pospešitev razvojnih priložnosti podeželja.
- ▶ **Uspešni, zadovoljni:** z usklajenim razvojem, usmerjanjem turističnih tokov in vključevanjem prebivalstva v procese odločanja povečujemo atraktivnost turizma v regiji za vse deležnike.

## Kazalniki – pričakovani rezultati:

- Certifikat Slovenia Green Destinations - Istra.
- Večje število certificiranih ponudnikov.
- Dvig zadovoljstva prebivalcev z razvojem turizma ter njihovo vključenostjo.

## Projekti

### 4.1 TRAJNOST

#### PROJEKTNA FAZA

- **4.1.1 Pospeševanje vpeljave trajnostnih poslovnih procesov v poslovanje turističnih podjetij** (trenutno 6,4%) in izobraževanje ponudnikov
  - **4.1.2 Skupen načrt ukrepov za prilagajanje na podnebne spremembe** in blaženje posledic podnebnih sprememb, vključno z nižanjem ogljičnega odtisa od turistične dejavnosti
  - **4.1.3 Skupna komunikacijska kampanja** za promocijo pozitivnih učinkov turizma med lokalnim prebivalstvom ter povečanje njihovega vključevanja v načrtovanje turizma
  - **4.1.4 Osveščanje obiskovalcev** in vzpostavitev skupne trajnostne iniciative
- #### UPRAVLJAVSKA FAZA
- **4.1.6 Zelena shema:** skupno certificiranje, akcijski načrt trajnostnih ukrepov in razvojni projekti
  - **4.1.7 Opredelitev enotnih politik, ciljev in ukrepov občinskih služb**

### 4.2 MOBILNOST

#### PROJEKTNA FAZA

- **4.2.1 Izboljšanje mobilnosti znotraj regije**
- **4.2.2 Razvoj kolesarskih (krožna kolesarska pot) in pešpoti** poti med obalnim pasom in notranjostjo ter ob obali.
- **4.2.3 Izboljšanje sistema javne povezljivosti**
- **4.2.4 Razvoj povezovalnih kolesarskih in peš poti**
- **4.2.5 Urejanje parkirišč izven mestnih jeder**
- **4.2.6 Skupno komuniciranje in promocija mobilnosti**

### 4.3 UPRAVLJANJE TOKOV

#### PROJEKTNA FAZA

- **4.3.1 Razvoj ponudbe v notranjosti in vzpostavitev povezav obalni pas-podeželje**
- #### UPRAVLJAVSKA FAZA
- **4.3.2 Strategija skupnega merjenja turističnih tokov in upravljanje turističnih tokov**

05

NALOŽBE,  
PODJETNIŠTVO,  
INFRASTRUKTURA,  
KADRI





# Področje 05: NALOŽBE, PODJETNIŠTVO, INFRASTRUKTURA in KADRI

## V čem smo kot regija MOČNI:

1. Najbolj intenzivno turistično razvita regija v Sloveniji.
2. Razvito gospodarstvo z visokim BDP na prebivalca v slovenskih razmerah.
3. Obstoječe in razvite izobraževalne institucije za področje turizma.
4. Neposredna bližina trgov zahodne in srednje Evrope.
5. Veliko število mikro, majhnih in srednje velikih podjetij in podjetnikov.

## 5 + 1 ključnih IZZIVOV:

1. Nizek delež kapacitet hotelov in podobnih nastanitvenih obratov in previsok delež kapacitet v obliki sobodajalcev in apartmajev.
2. Skupni infrastrukturni objekti, ki soustvarjajo turistična doživetja v regiji, selektivno in nezadostno razviti in ne prispevajo odločno k povečanju dodane vrednosti in vzpostavljanju lokalnih/regijskih verig vrednosti in sezonalizaciji.
3. Nejasni prostorsko-razvojni pogoji in premalo ciljno usmerjeni ukrepi na področju pospeševanja naložb in podjetniške dejavnosti v regiji za večji mednarodni preboj v konkurenčnosti in dodani vrednosti turistične dejavnosti.
4. Prenizka stopnja produktivnosti in ustvarjene dodane vrednosti v turistični dejavnosti in s tem znižanja privlačnosti za zaposlitve v turizmu, glede na intenzivnost turizma v regiji
5. Naložbe v turistični dejavnosti, glede na pomen turizma za regijo, znatno zaostajajo za siceršnjim obsegom naložb v regiji → regija počitniških stanovanj.
6. (Pre)visok delež velikih turističnih podjetij oz. kapacitet turistične infrastrukture v lasti države.

## RAZVOJNI CILJ:

Postopen, a odločen dvig dodane vrednosti, kakovosti in konkurenčnosti turistične ponudbe regije, na raven razvitih zahodnoevropskih destinacij in sočasno povečanje blagostanja in kakovosti življenja lokalnega prebivalstva in razvoj privlačnih delovnih mest v turizmu.

## Usmeritev delovanja:

- ▶ Aktivno in usklajeno upravljamo razvoj turizma in podobe slovenske Istre na celotnem območju regije z ohranjanjem in spodbujanjem odgovornosti in aktivne vloge lokalnih skupnosti za konkurenčne pogoje delovanja turizma in podjetnikov za kakovost storitev, kakovostne in zadovoljne kadre in uspešnost poslovnih rezultatov in vlaganj v zasebne projekte turistične infrastrukture.
- ▶ **Strateško ciljno in učinkovito načrtovanje rabe prostora in zagotavljanje prostorskih in komunalnih pogojev** za ciljno in usmerjeno širitev obsega turističnih kapacitet v delih regije, kjer še obstajajo neizkoriščeni potenciali in za vlaganja v dvig kakovosti in programskih obogatitev v turistično najbolj izrazito razvitih delih regije
- ▶ Uravnotežena, a odločna rast dodane vrednosti v turizmu, **predvsem s spodbujanjem rasti podjetništva in podjetnikov na ponudbenem trgu in uspešnega upravljanja večjih turističnih podjetij in objektov skupne infrastrukture.**
- ▶ **Odločna usmerjenost v povečanje kakovosti zasebnih in javnih storitev, mednarodno konkurenčnost in sezonalizacijo regije.**
- ▶ Vzpostavljamo pogoje za dvig privlačnosti in konkurenčnosti regije **za zaposlitve v turističnem sektorju s strani javnih in zasebnih deležnikov**

## Pričakovani rezultati:

1. Dvig dodane vrednosti in produktivnosti v turističnem gospodarstvu in v celotni regiji.
2. Dvig povprečne dosežene cene za turistične storitve.
3. Dvig povprečne ocene kakovosti s strani turistov.
4. Dvig povprečne plače in števila/deleža zaposlenih prebivalcev regije v turističnem gospodarstvu.
5. Obseg in višina naložb v turističnem gospodarstvu in javne in skupne projekte na področju turizma in kakovosti bivanja v regiji v skladu s prostorskimi plani.

## Projekti / Ukrepi:

- **5.1 Uskladitev programa prostorskih načrtov** in aktivnosti za pospeševanje naložb v kakovost prostora v najbolj turistično razvitih delih regije in usmerjeno širitev obsega zasebne turistične infrastrukture in ponudbe v delih regije kjer še obstajajo neizkoriščeni potenciali
- **5.2 Priprava in sprejem usklajenega programa za povečanje učinkovitosti upravljanja in kakovosti** turističnih storitev v zasebnem in javnem sektorju regije (vklj. s standardi storitvene znamke destinacije)
- **5.3 Izdelava razvojnega master plana turizma na regijski ravni in priprava ter sprejem programa in prostorske umestitve skupnih in javnih infrastrukturnih naložb** za podporo dvigu kakovosti doživetja, dodane vrednosti, sezonalizaciji in reševanju kadrovskega potreb turističnega sektorja v regiji
- **5.4 Snovanje in vzpostavitev skupnega regijskega centra za usposabljanje, dvig kakovosti in pridobivanje novega kadrovskega potenciala** za turistične ponudnike, v sodelovanju z izobraževalnimi ustanovami v regiji in kadrovskega sodelovanja



REGIJSKA  
ORGANIZIRANOST

# Aktualna organiziranost DMO v slovenski Istri

OBSTOJEČE DMO

Občina Piran	Občina Izola	Mestna občina Koper	Občina Ankaran
Turistično združenje Portorož (GIZ)	Turistično združenje Izola (GIZ) *	ZMKT Koper (javni zavod)	Oddelek za gosp. dejavnosti Odsek turizem
<ul style="list-style-type: none"> <li>Upravljanje TIC-ev</li> <li>Rezervacijski sistem</li> <li>Komunikacija z deležniki</li> <li>Upravljanje lokalnega portala in družbenih omrežij</li> <li>Krovno trženje destinacije</li> <li>Raziskave, razvoj, izobraževanje</li> <li>Dogodki in prireditve</li> <li>Sodelovanje v projektih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upravljanje TIC</li> <li>Upravljanje Izolane</li> <li>Spletna trgovina</li> <li>Komunikacija z deležniki</li> <li>Upravljanje lokalnega portala in družbenih omrežij</li> <li>Krovno trženje destinacije</li> <li>Raziskave, razvoj, izobraževanje</li> <li>Dogodki in prireditve</li> </ul> <p>* Prireditve, šport in kulturo upravlja Center za kulturo, šport in prireditve Izola</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upravljanje TIC</li> <li>Trgovina lokalnih izdelkov</li> <li>Komunikacija z deležniki</li> <li>Upravljanje lokalnega portala in družbenih omrežij</li> <li>Krovno trženje destinacije</li> <li>Dogodki in prireditve</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upravljanje TIC</li> <li>Komunikacija z deležniki</li> <li>Upravljanje lokalnega portala in družbenih omrežij</li> <li>Krovno trženje destinacije</li> </ul>

GLAVNE VSEBINE DELA

## Sporazum o skupnem izvajanju aktivnosti projekta Love Istria:

- Krovno trženje slovenske Istre: graditev skupne znamke, skupni portal in družbena omrežja, mednarodni sejmi in delavnice, PR
  - Izobraževanje vodnikov

*Podpisnice sporazuma so vse navedene DMO, v sporazumu je usklajen skupni program, način in obseg financiranja in način poravnave stroškov. Vodilni partner/nosilec ni določen, program in izvajanje se razporeja med partnerje, financiranje se pokriva iz tekočih proračunov vsake DMO*

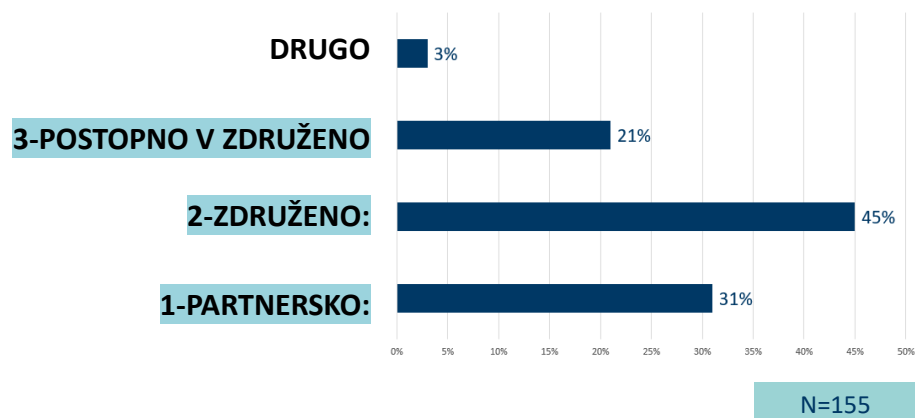
LOVE ISTRIA

# SPREMENJEN PROGRAM => PRILAGOJENA ORGANIZIRANOST

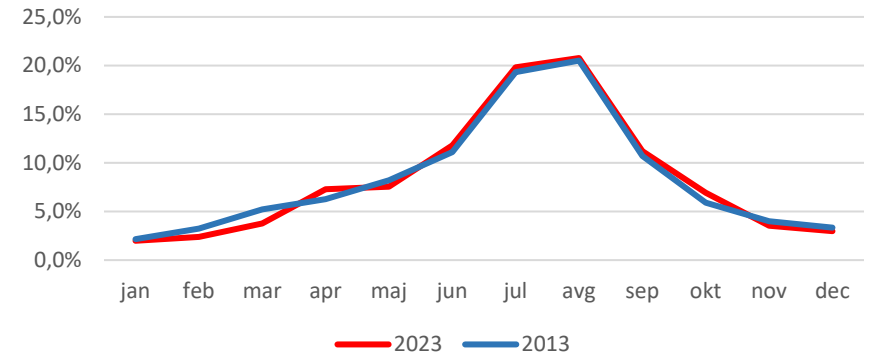
## Vsaka nova strategija zahteva tudi primerne organizacijske prilagoditve:

- Doseganje ciljev strategije po posameznih prednostnih področjih
- Izravnavanje sezonske konice – celoletna zasedenost
- Pričakovanja ponudnikov
- Pozicioniranje in krepitev vloge v slovenskem in širšem/regijskem prostoru
- ....

## Pričakovanja ponudnikov (anketa):



Primerjava sezonskosti občin SI 2013 : 2023



Primerjava mesečne zasedenosti kapacitet leta 2013 in 2023 pokaže, da v preteklem desetletnem obdobju ni vidnih rezultatov pri povečevanju zasedenosti izvensezonskih terminov – spremeniti je treba pristop



## Čezmejno povezovanje:

- razvoj produktov
- skupni nastopi na tretjih trgih
- iskanje finančnih virov (EU razpisi)

# SCENARIJI MOŽNIH ORGANIZACIJSKIH OBLIK TURIZMA SLOVENSKE ISTRE

## SCENARIJ 01

Dogovorno partnerstvo  
obstojećih DMO;  
nadaljevanje trenutnega  
pogodbenega  
koncepta sodelovanja  
(brez jasnega nosilca)

Primer iz domaće prakse:  
Love Istria

## SCENARIJ 02

Nadgrajeno pogodbeno sodelovanje  
obstojećih DMO  
z ambicioznejšim programom,  
dodatnimi sredstvi,  
jasnim vodjem regije  
in jasnimi nosilci posameznih nalog

Primer iz domaće prakse:  
Skupnost Julijske Alpe (trenutno)  
Destinacija Štajerska

## SCENARIJ 03

Združena skupna DMO,  
nova enovita  
destinacijska struktura,  
ki prevzame  
in nadgrajuje naloge  
vseh dosedanjih DMO

Primer iz domaće prakse:  
Dolina Soče

## CILJI, KI JIH ZASLEDUJEMO (= zakaj se povezujemo)

- Združevanje kadrov (izkušenj, znanja in kadrovskih resursov) in sredstev
- Skupno trženje destinacije in graditev skupne znamke slovenske Istre (LOVE ISTRIA)
  - Razvoj skupnih turističnih produktov
  - Boljše upravljanje in usmerjanje turističnih tokov
- Koncipiranje in razvoj skupnega programa slovenske Istre – aktivno in učinkovito udejanjanje nove skupne strategije





**Celoten integralni dokument v WORD formatu  
bo objavljen decembra.**

Kontakt: lokalni zavodi za turizem.

Like we do.