


# 3. TRADICIONALNO SREČANJE ŽUPANJ IN ŽUPANOV

Dubravka Kalin, generalna direktorica Direktorata za turizem

Januar, 2023

# Strateški okvirji turističnega razvoja



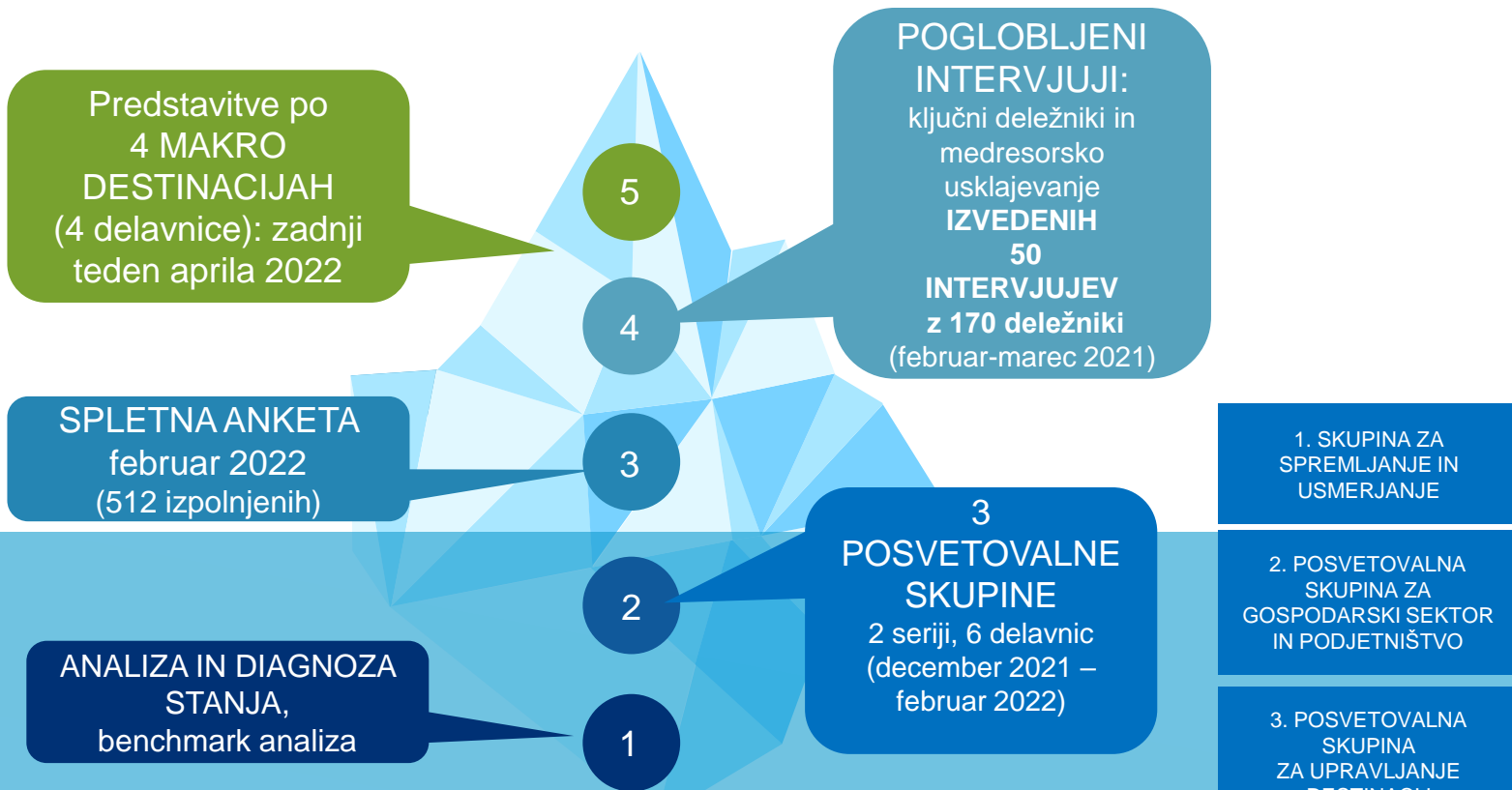
Slovenski turizem v novem strateškem obdobju in novi normalnosti potrebuje nadgrajeno, transformativno vizijo, ki nas bo združila v nujno potrebnem premiku k bolj uravnoteženemu in odpornemu turizmu, z bolj izraženim karakterjem slovenske identitete, odločno višje dodane vrednosti in v interesu vseh deležnikov.

V obsegu turizma želimo ustvariti nekaj več kot v predhodnem obdobju, predvsem pa želimo, da je to veliko bolj kakovostno in veliko bolje. Za vse.



# PROCES PRIPRAVE SST 2022–2028

Sprotno redno usklajevanje izvajalca z naročnikom (MGRT)



Evalvacija izvajanja in doseganja ciljev STRST 2017–2021 in smernice za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022–2028 (MGRT, 2021)

I FEEL  
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

# KLJUČNI IZZIVI



1

**Ponudba zaostaja**  
za obljubo zelene  
butične Slovenije

2

**Nizka dodana  
vrednost**

3

**Kadri**  
(obseg, kompetence,  
pogoji)

4

**Učinkovitost  
upravljanja**

(na destinacijski in podjetniški ravni) in  
prešibko podatkovno podprto  
odločanje

5

**Odvisnost turizma od  
drugih dejavnosti**

(povezovanje in sinergije znotraj  
panoge in med sektorji)

6

**Porušeno ravnotežje  
turizem- okolje-prebivalci**

(koncentracija, intenziteta,  
nosilna zmogljivost)

7

**Visoka  
sezonskost**

8

**Slovenija zelo omejeno  
nagovarja zahtevnejše  
segmente in  
ciljno trži izven poletja**

9

**Pomanjkanje  
avtentičnih (kulturnih)  
elementov v turistični ponudbi  
in podobi (urejenost ambienta)**

10

**Zaostajanje v  
mednarodni  
konkurenčnosti**

11

**Trendi  
v novi normalnosti**

12

Podnebna, zdravstvena,  
varstvena in druga  
**globalna tveganja**

I FEEL  
SLOVENIA

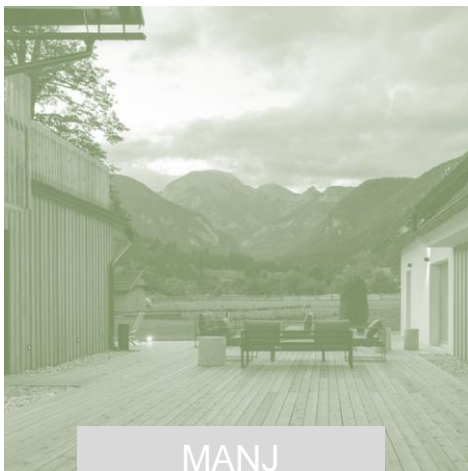


REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

# IZBRAN SCENARIJ RAZVOJA TURIZMA



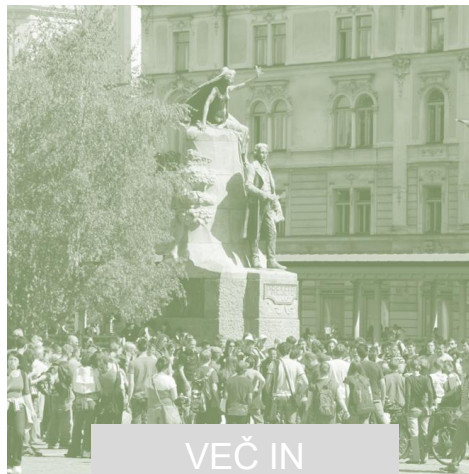
# MED TREMI SCENARIJI RAZVOJA TURIZMA SMO SE ODLOČILI ZA SCENARIJ 3



MANJ  
JE VEČ  
„Butično“

Zaostajanje v kvantitativni  
rasti ob popolnem  
osredotočenju na kakovost in  
dodano vrednost

SCENARIJ 1



VEČ IN  
ŠE VEČ  
„Množično“

Nadaljnje pospeševanje  
kvantitativne rasti ob stagnaciji  
ali zaostajanju kakovosti

SCENARIJ 2



NEKAJ VEČ IN  
VELIKO BOLJE  
„Uravnoteženo“

Zmerna kvantitativna rast ob  
pospešeni rasti kakovosti in  
dodane vrednosti

SCENARIJ 3

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

- **Kvantitativna rast** obsega ponudbe in količine povpraševanja je **zmerna**. Ne dosega stopenj rasti v preteklem obdobju.
- Rast obsega turističnih kapacitet intenzivnejša na področju **hotelskih in podobnih kapacitet** in nižja na rasti enostavnejših nastanitvenih kapacitet.
- Naložbe v turistični dejavnosti **predvsem v prenove in izboljšanje kakovosti obstoječih kapacitet, zmerno v novogradnje**.
- Poudarek na **dvigu kakovosti storitev**, objektov in infrastrukture. **Pri človeškem dejavniku poudarek na dvigu kakovosti človeškega dejavnika** ob zmernem zagotavljanju obsega kadrov.
- Prihodi, prenočitve in zasedenost kapacitet **zmerno naraščajo**.
- Trženje na zahtevnejše segmente in trge s srednjo in srednje do višjo kupno močjo in **doseganje ravni višjih povprečnih doseženih cen**.

NEKAJ VEČ IN VELIKO  
BOLJE  
„Uravnoteženo“



I FEEL  
SLOVENIA

VIZIJA



I FEEL  
SLOVENIA

VIZIJA 2028

# ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

GREEN BOUTIQUENESS.  
Smaller footprint. Greater value for all.

*V stavku komuniciramo vizijo na naslednji način: ... vizija slovenskega turizma je „zelena butičnost, z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse“.*



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

## POSLANSTVO

Razvijamo uravnotežen zelen butični turizem višje kakovosti in z manjšim odtisom ter z bolj smelo izraženo kulturno identiteto in lokalnim karakterjem, ki je generator vrednosti, pospeševalec trajnostnega razvoja, urejenega okolja, dobrega počutja in cvetoče kulture, s pozitivnimi učinki za vse.

Smo dobri in ponosni gostitelji ter skrbni upravitelji in varuhi naše narave, kulturne identitete in skupnosti.

Za zadovoljne prebivalce, motivirane podjetnike in zaposlene ter navdušene obiskovalce.  
In za naše zanamce.

I FEEL  
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

1.  
Nadalje krepiti  
široko sprejet  
trajnostni  
koncept razvoja  
turizma

2.  
Usmerjena je  
predvsem na  
ponudbeno stran  
(navznoter)  
in ne toliko na  
ciljno pozicijo  
(navzven)

3.  
Spodbuja  
dvig kakovosti  
in povezanosti  
v celotni verigi  
vrednosti

4.  
Vse deležnike  
usmerja k  
odločno višji  
dodani  
vrednosti

5.  
Poleg vrednot  
narave krepiti  
pomen kulture,  
avtentičnosti,  
zdravja in  
kakovosti  
bivanja

ZNAČILNOSTI  
NADGRAJENE  
VIZIJE 2028



I FEEL  
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

# STRATEŠKI RAZVOJNI OKVIR

CILJI



# STRATEŠKI CILJI (SC) oziroma strateška področja delovanja

Ponudba zaostaja za obljubo zelene butične Slovenije

Nizka dodana vrednost

Kadri (obseg, kompetence, pogoji)

Učinkovitost upravljanja

Odvisnost turizma od drugih dejavnosti

Porušeno ravnotežje turizem-okolje-prebivalci (koncentracija, intenziteta, nosilna zmogljivost)

Visoka sezonskost

Slovenija zelo omejeno nagovarja zahtevnejše segmente in ciljno tržiš izven poletja

Pomanjkanje avtentičnih (kulturnih) elementov v turistični ponudbi in podobi

Zaostajanje v mednarodni konkurenčnosti

Trendi v novi normalnosti

Podnebna, zdravstvena, varstvena in druga globalna tveganja

Poslovno-finančni vidik  
**PODJETJA in DESTINACIJE**



**KAKOVOST, VREDNOST in CELOLETNOST PONUDBE**

► Pogoji za drzen preskok v zeleno butičnost in vrednostno transformacijo ponudbe za zagotovitev mednarodne konkurenčnosti turistične industrije na trgu turizma višje vrednosti



Organizacijski vidik **GOVERNANCE**

**KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE**

► Pogoj za uspešno povezovanje turističnega ekosistema na vseh ravneh in usmerjanje razvoja turizma

Družbeni vidik  
**LJUDJE: prebivalci, zaposleni, gostje**



**ZADOVOLJSTVO PREBIVALCEV, ZAPOSLENIH in GOSTOV**

► Pogoji za dvig ugleda panoge, turističnih poklicev in kakovosti storitve, ponosa, vključevanja domačinov ter zagotavljanja avtentičnosti izkušnje gostov

Ekonomski vidik  
**LOKALNA SKUPNOST – REGIJA – SLOVENIJA**



**POZICIONIRANJE TURIZMA KOT GENERATORJA VREDNOSTI v drugih panogah in TRAJNOSTNEGA RAZVOJA**

► Razumevanje vpliva in večdimenzijske funkcije turizma za gospodarstvo ter povečanje obsega prebivalcev in podjetij, ki imajo koristi od turizma

Okoljsko-podnebni vidik  
**LOKALNO-GLOBALNI VIDIK**



**RAZOGLJIČENJE in URAVNOTEŽENJE SLOVENSKEGA TURIZMA**

► Odgovornost in zavzetost turističnih deležnikov, da zmanjšujejo vplive na okolje in podnebje ter postanemo najbolj napredna panoga pri trajnostnih zavezah v EU in prehodu Slovenije v ogljično nevtralnost

# RAZVOJNI CILJI (znotraj strateških ciljev oziroma strateških področij delovanja) > 5 x 4 = 20

Poslovno-finančni vidik  
PODJETJA IN DESTINACIJE

KAKOVOST, VREDNOST  
IN CELOLETNOST  
PONUDBE

SC1

1. **Uravnoveženje kakovosti, obsega in strukture nastanitev, gastronomije in dodatne ponudbe**
2. **Okrepitev segmentov višje vrednosti in sočasen premik tržne pozicije**
3. **Desezonalizacija** z razvojem ustreznih produktov, izborom tržnih segmentov, trgov in zagotavljanjem razpršenosti in časovne razporejenosti obiska
4. **Digitalna transformacija** turističnega gospodarstva, usposabljanja in pametne destinacije

Družbeni vidik  
LJUDJE: prebivalci, zaposleni, gostje

ZADOVOLJSTVO  
PREBIVALCEV,  
ZAPOSLENIH IN  
GOSTOV

SC2

1. **Turizem kot zaželen in ugleden delodajalec**, ki privablja tudi več mladih
2. **Dvig kompetenc in motivacije kadrov** na vseh ravneh za zagotovitev storitev višje vrednosti
3. **Odgovorno trženje** (tudi v podporo sezonski in geografski distribuciji turističnih tokov)
4. **Zagotavljanje avtentičnosti trajnosti in inovativnosti doživetij**, lokalnih kulturnih in naravnih elementov in karakterja ponudbe

Ekonomski vidik  
LOKALNA SKUPNOST –  
REGIJA – RS

POZICIONIRANJE  
TURIZMA KOT  
GENERATORJA  
VREDNOSTI in  
TRAJNOSTNEGA  
RAZVOJA

SC3

1. **Okrepitev (zelenih) lokalnih verig vrednosti** in projektov med turizmom in ostalimi panogami
2. **Povečati izrabo podjetniških priložnosti v turizmu** – turizem kot platforma za ustvarjanje trga za prodajo številnih izdelkov in storitev
3. **Prijaznejše poslovno okolje**
4. **Izboljšanje urejenosti in podobe prostora**, turistične infrastrukture in kulturne krajine v destinacijah

Okoljsko-podnebni vidik  
LOKALNO-GLOBALNI VIDIK

RAZOGLJIČENJE IN  
URAVNOTEŽENJE  
SLOVENSKEGA  
TURIZMA

SC4

1. **Uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov in destinacij**
2. **Okrepitev trajnostne mobilnosti in povezljivosti v turizmu**
3. **Uresničevanje (zelene) obljube** v praksi destinacij in na ravni ponudnikov
4. **Prilagajanje ponudbe, produktov in infrastrukture podnebnim spremembam**

Organizacijski vidik  
GOVERNANCE

KOMPETENTNE IN  
UČINKOVITE  
UPRAVLJAVSKE  
STRUKTURE

SC5

1. **Nadgradnja in strukturiranje modela / vsebin in dvig kompetenc** destinacijskih organizacij (DMMO)
2. **Vzpostaviti sistemsko, utečeno in digitalno podprto lokalno, regijsko, nacionalno in medsektorsko sodelovanje na vseh ravneh**
3. **Opolnomočenje STO** za večjo vlogo na **področju upravljanja razvoja**
4. **Optimiranje finančnih virov** (spodbud) namenjenih razvoju turizmu, vključno z modelom upravljanja procesa konsolidacije, razvoja in privatizacije državnih naložb na področju turizma in kulture

I FEEL  
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

# POLITIKE

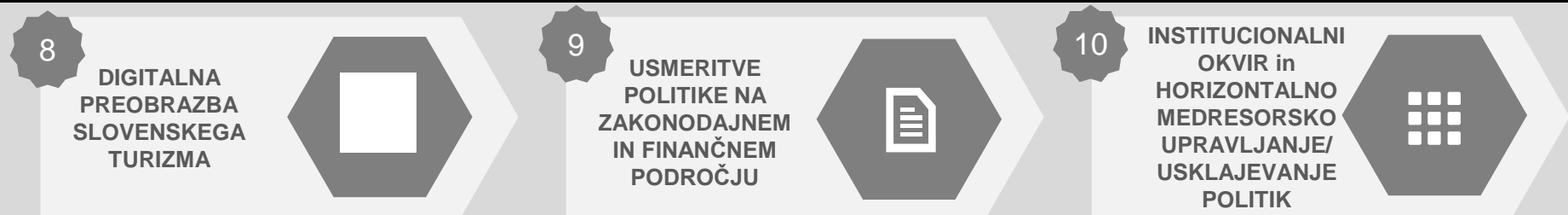
OSNUTEK UKREPOV



## KLJUČNE POLITIKE (7)



## HORIZONTALNE POLITIKE (3)



## Slovenska turistična organizacija (STO)

Pretok informacij,  
usmerjanje in pomoč

Pretok informacij,  
usmerjanje in pomoč,  
partnerstvo

Pretok informacij, usmerjanje in  
pomoč partnerstvo,  
programsko usklajevanje

PERSPEKTIVNE  
DMO

VODILNE  
DMO

REGIJSKE  
DMO

- Strategija, akcijski načrt, evalvacije
- Dogovor, nosilec, ekipa
- Minimalno ustanovitelji 100.000 €
- Vzpostavljanje in zagon turistične ponudbe

- Strategija, akcijski načrt, evalvacije
- Samostojna pravna oseba
- Minimalno ustanovitelji 250.000 €
- Razvoj turistične ponudbe, upravljanje turističnih tokov, rast kakovosti storitev in dodane vrednosti

- Strategija, akcijski načrt, evalvacije
- Konzorcijska pogodba
- Minimalno ustanovitelji 200.000 €
- Razvoj regijske ponudbe in produktov, promocija na mednarodnih trgih

Občine, partnerji

Občine, partnerji

Vodilne DMO,  
občine, partnerji

**Prehodno obdobje:** formalen status vodilnih DMO do konca 2023 zamrznjen, na terenu teče prilagajanje; od 1.1. 2024 dalje uveljavitev registra DMO (STO), od 2025 naprej promocijska podpora samo za regijske DMO

# MATRIKA PRODUKTOV SLOVENSKEGA TURIZMA (MPST)

MPST opredeljuje, kateri produkti (produktni sklopi) so na krovni ravni slovenskega turizma prepoznani kot ključni (razporejeni v 3 različne kategorije)

## ATRAKTIVNOST TRGA

1. Velikost trga
2. Rast trga
3. Dodana vrednost in cenovna politika
4. Multiplikator
5. Ogliščni odtis produkta
6. Intenzivnost konkurence
7. Možnost razlikovanja
8. Stopnja tveganja industrije
9. Trendi – pripravljenost na ‚novo normalnost‘
10. Finančna občutljivost v produktnem segmentu
11. Bližina, trajnost in stabilnost trgov

## KONKURENČNOST SLOVENSKEGA PRODUKTA

1. Obstoječa dodana vrednost
2. Potencial za ustvarjanje/krepitev dodane vrednosti
3. Trajnost produkta
4. Vpliv na prihodke („molzna krava“) - realizacija
5. Potreba po investicijah
6. Vpliv na imidž Slovenije
7. Pozicija Slovenije v produktnem segmentu na ciljnih trgih (merjenje preko GDK)
8. Potencial produkta za nagovarjanje zahtevnejših segmentov
9. Izstopajoče zgodbe
10. Celoletnost
11. Prispevek k vrednosti za vse deležnike
12. Organiziranost produkta

## TRETJA DIMENZIJA – HORIZONTALNOST PRODUKTA

1. Stopnja integracije produkta v druge produkte – koliko produkt prispeva k razlikovalnosti in dodani vrednosti drugih produktov

Po celotni piramidi se spodbuja UVELJAVLJANJE KRITERIJEV-principov razvoja produktov:

- 5-zvezdičnih doživetij (= lokalno-avtentično-edinstveno-izkustveno-zeleno-butično-premium-dodana vrednost-desezonalizacija-dobra digitalna izkušnja)
- Kriteriji za zelene produkte



\* DRUGI NIŠNI PRODUKTI/POSEBNI INTERESI: Če imajo določeno kritično maso, so organizirani in pripravljeni za trženje na tujih trgih oziroma izstopajo v vsaj 7 kriterijih.

## DOMAČI trg

### Dolgoročnejša strateška krovna prisotnost na domačem trgu,

- Nagovarjanje in navdihovanje zahtevnejših segmentov, s poudarkom na trženju izven poletnih mesecev;
- Krepitev prodaje dodatne ponudbe oziroma doživetij;
- Navdihovanje, kaj je v Sloveniji mogoče doživeti (avtentična kakovostna lokalna doživetja narave in kulture);
- Pospeševanje izvenpoletnih mesecev in preudarno usmerjanje tokov;
- »izobraževanje« domačega gosta;
- Pomembne sinergije je mogoče dosegati z navezavo na ukrep 7.3.5 (vseslovenska kampanja internega komuniciranja za bolj urejeno, gostoljubno in zeleno Slovenijo).

## EVROPSKI PRIMARNI trgi

### Krepitev bolj osredotočenega produktnega trženja do jasnih ciljnih (in zahtevnejših) segmentov.

Krepitev učinkovitih povezav in sinergij od krovne do produktne/regijske promocije.

#### Pri usmerjanju strategije na področju trgov (in segmentov):

- upoštevamo izhodiščno leto 2019,
- ob tem upoštevamo vplive, ki jih ima oziroma jih bo srednjeročno imela nestabilna varnostna situacija v Ukrajini, ki vpliva tudi na potovalne tokove praktično na globalni ravni.
- Hkrati na novo vrednotimo razmerja med trgi: prepoznavamo potenciale trgov, kjer je Slovenija že prisotna (npr. trgi višegradske četverice) – a v manjši meri oziroma še ne v zadostni meri segmentirano, vendar pa se trgi spreminjajo oziroma razvijajo in tako predstavljajo večji potencial kot nekateri tradicionalni in v večji meri zreli trgi (t.i. DACH trgi).

## EVROPSKI SEKUNDARNI trgi

## ODDALJENI trgi

**Pomembni za desezonalizacijo –** zelo ciljno usmerjene aktivnosti do jasnih ciljnih segmentov, v partnerstvu z receptivnimi agencijami.

#### Pristop k trgov se deli:

- Na postcovidno obdobje (kratkoročno do srednjeročno oziroma 2022 do 2024);
- Dolgoročnejše – od 2025 naprej.

# EVROPSKI TRGI

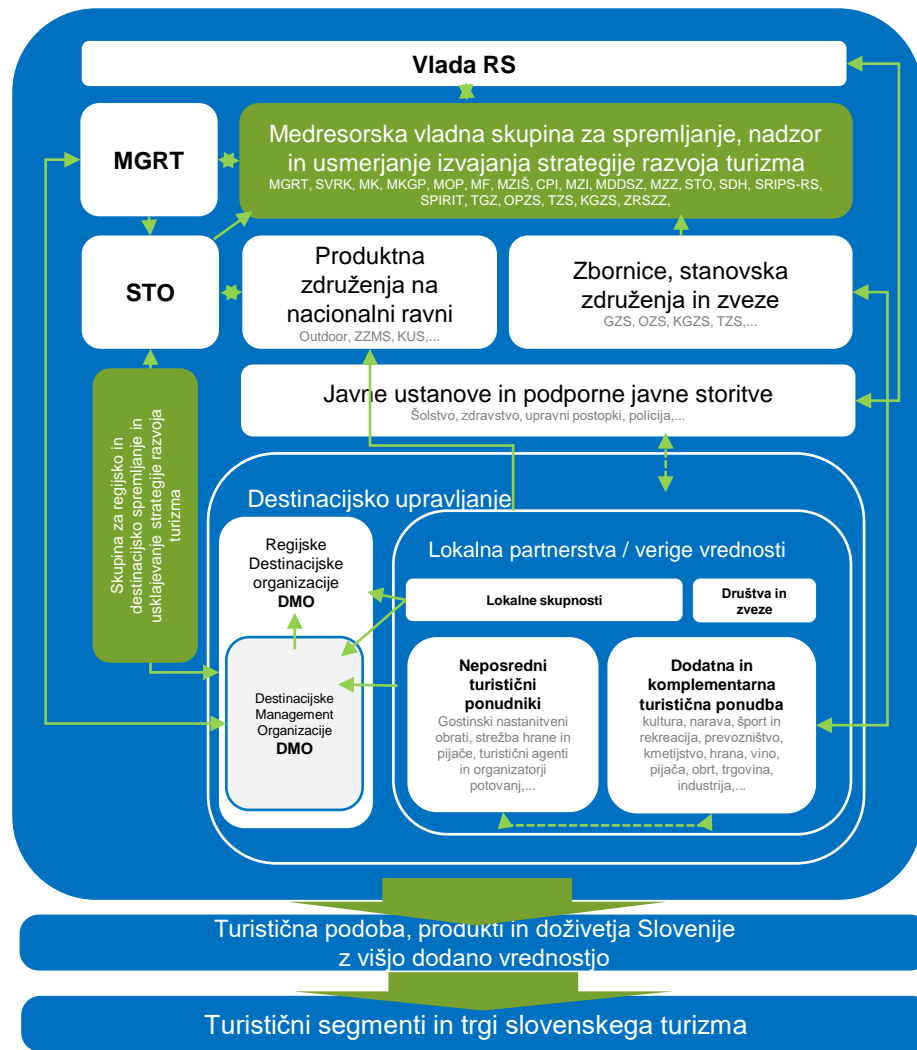


= Vsaj srednjeročno osredotočanje na trge v radiusu 700 km, bolj oddaljeni evropski (avio) trgi pa so vezani na stabilne letalske povezave.

1. **Vrnitev Nemčije, Italije in Avstrije** (še vedno 3 ključnih trgov, ki so v letu 2019 ustvarili 24 % tujih nočitev) na številke iz leta 2019 in počasna trajnostna rast teh trgov, s krepitvijo zahtevnejših segmentov in boljšimi finančnimi rezultati s teh trgov; ; v tem paketu trgov se obravnavajo vsi DACH trgi, torej tudi Švica;
2. **Okrepitev višegrajske četverice (Madžarska, Češka, Slovaška in Poljska)**, na temeljih kakovostnih in poglobljenih načrtov za te trge in z osredotočanjem na zahtevnejše segmente;
3. **Krepitev Hrvaške in Srbije;**
4. Zelo usmerjeno delo na trgih **Beneluxa, Francije, Španije in Velike Britanije;**
5. Strateška obdelava **Skandinavije** – izključno v tesni navezavi s politiko letalskih povezav; 6. Trg Ruske federacije se obravnava med sekundarnimi evropskimi trgi (še posebej pomemben za hotelski in zdraviliški segment); evalvira in načrtuje se v odvisnosti od politično-varnostnih razmer.



Horizontalna  
politika 10:  
INSTITUCIONALNI  
OKVIR IN  
HORIZONTALNO  
MEDRESORSKO  
UPRAVLJANJE/  
USKLAJEVANJE  
POLITIK



# ORGANIZACIJSKI OKVIR

Usmerjanje in upravljanje izvajanja strategije, za doseganje strateških in razvojnih ciljev, temelji na vzpostavitvi medresorskega in medsektorskega sodelovanja, povečanju verig vrednosti in usklajevanja ukrepov in aktivnosti med lokalno in nacionalno ravni.

Prav tako je v akcijskem in finančnem načrtu, ki bo sledilo sprejetju strategije, predvideno **usklajevanje in združevanje ukrepov različnih ministrstev v doseganje sinergij na več področjih in sektorjih hkrati.**

Medsektorski in medresorski princip in narava turizma je temeljna značilnost in tudi usmeritev strategije razvoja za večjo vrednost turizma v obdobju do 2028.

KOORDINATOR  
izvajanja in  
spremljanja  
strategije

Druge  
DELOVNE  
SKUPINE

MEDRESORSKA  
VLADNA SKUPINA  
za spremljanje,  
nadzor in  
usmerjanje  
izvajanja strategije  
razvoja turizma  
(član bo tudi  
predsednik TZS)

SKUPINA ZA  
REGIJSKO IN  
DESTINACIJSKO  
spremljanje in  
usklajevanje  
strategije razvoja  
turizma



I FEEL  
SLOVENIA

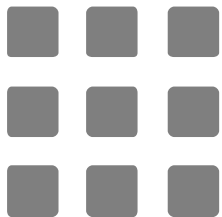
# FINANČNI OKVIR

DODELANO V  
AKCIJSKEM NAČRTU



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO





## SKUPAJ za vseh 94 ukrepov

je predvidena oziroma ocenjena skupna višina vlaganja za realizacijo strategije in doseganje njenih strateških in razvojnih ciljev **iz vseh virov v celotnem strateškem obdobju 2022-2028:**

Ob upoštevanju dodanih zasebnih vlaganj v naložbene projekte na področju turizma ki so ocenjeni v skladu z opredelitvami »Scenarija 3 - Nekaj več in veliko bolje« (razlika do predvidenega obsega zasebnih vlaganj po tem scenariju, ki ni zajet v zgornjih zneskih neposredno podprtih z ukrepi).

**ocenjeni učinki razvojnih vlaganj za doseg strateških ciljev v celotnem strateškem obdobju znašajo še dodatnih 743 milijonov EUR.**

Ta vlaganja so ocenjena kot tržna posledica izvajanja ukrepov strategije in so posredno povezana z njenim izvajanjem. Skupaj s temi dodatnimi zasebnimi vlaganji **znaša celotni ocenjeni in predvideni obseg razvojnih vlaganj v turizmu v celotnem strateškem obdobju 2,3 milijarde EUR**, od česar znašajo ocenjena zasebna vlaganja, lastni deleži in zasebni kreditni viri 67 %, indikativno ocenjena javna sredstva EU virov, proračuna RS idr. pa 33 % od skupnih vlaganj.

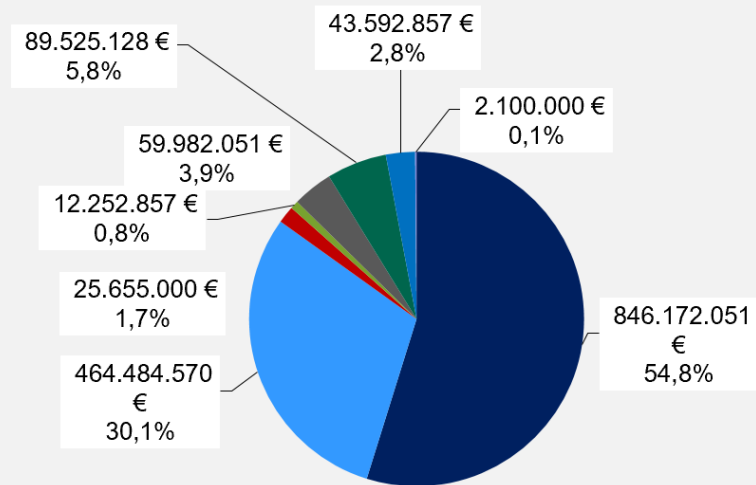


Takšna struktura načrtovanih vlaganj ustreza in naslavlja tudi najpomembnejše izzive slovenskega turizma na ponudbeni strani in odpravlja strukturne pomanjkljivosti, prispeva k okrevanju turizma po kriznem obdobju ter znatno dviguje dodano vrednost v celotni verigi različnih dejavnosti in področij turistične ponudbe Slovenije.

**Ocenjena višina virov razvojnega financiranja turizma, vključno s preostalimi zasebnimi naložbami (ocena celotnega naložbenega ciklusa slovenskega turizma v strateškem obdobju 2022-2028)**

Vir sredstev za razvojna vlaganja	Ocenjena vrednost	Delež
Obstoječi, že predvideni in zagotovljeni javni viri na nacionalni ravni vključno z EU viri	323.743.529 €	14 %
Indikativna ocena potrebnih dodatnih javnih virov na EU in nacionalni ravni	439.325.000 €	19 %
Ocena predvidene lastne udeležbe zasebnih virov, lokalnih skupnosti, destinacij, idr.)	842.202.835 €	37 %
Ocena predvidenih razvojnih in zasebnih kreditnih virov	681.268.230 €	30 %
<b>SKUPAJ OCENJENA VREDNOST RAZVOJNIH VLAGANJ</b>	<b>2.286.539.594 €</b>	<b>100 %</b>

Višina in delež financiranja po posameznih ključnih politikah Strategije slovenskega turizma 2022–2028



- POLITIKA 1: NALOŽBE IN PODJETNIŠKO OKOLJE
- POLITIKA 2: JAVNA INFRASTRUKTURA IN DEDIŠČINA ZA TURISTIČNI AMBIENT SLOVENIJE
- POLITIKA 3: ČLOVEŠKI VIRI ZA TRAJNOSTNO RAST IN DVIG VREDNOSTI SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 4: TRAJNOST IN ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 5: DOSTOPNOST IN MOBILNOST V SLOVENSKEM TURIZMU
- POLITIKA 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ IN POVEZANOST TURIZMA
- POLITIKA 7: PRODUKTI IN TRŽENJE
- POLITIKA 8: DIGITALIZACIJA IN PRETOK INFORMACIJ ZA VEČJO UČINKOVITOST

# RAZVOJ TURIZMA NA LOKALNI RAVNI

- Načrtovanje, organiziranje in izvajanje spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja je v pristojnosti občin.
- ZSRT ne določa organizacijske oblike, določa pa vsebine, ki so v javnem interesu (informacijska dejavnost, razvoj turističnih proizvodov in infrastrukture, trženje ter promocija ipd.).
- Občine za izvajanje navedenih nalog na turistično močnejših območjih ustanavljajo destinacijske organizacije.
- Glavni vir financiranja lokalnega turizma so turistična taksa in drugi proračunski viri občin.



## 15. člen

### (dejavnosti in storitve, katerih opravljanje na ravni turističnega območja je v javnem interesu)

(1) Dejavnosti in storitve, katerih opravljanje na ravni turističnega območja je v javnem interesu, so:

1. informacijska turistična dejavnost, ki vključuje:
  - informiranje turistov, vključno s turisti s posebnimi potrebami,
  - zbiranje podatkov za potrebe informiranja obiskovalcev,
  - ugotavljanje mnenj obiskovalcev o kakovosti turistične ponudbe,
  - sprejemanje in posredovanje predlogov in pritožb obiskovalcev v zvezi s turistično ponudbo pristojnim organom,
  - urejanje in vzdrževanje turistične signalizacije,
2. spodbujanje razvoja celovitih turističnih proizvodov turističnega območja,
3. trženje celovite turistične ponudbe na ravni turističnega območja,
4. promocija turizma v digitalnem okolju,
5. varovanje nepremičnih spomenikov lokalnega in državnega pomena,
6. razvoj in vzdrževanje turistične infrastrukture,
7. razvoj in vzdrževanje javnih površin, namenjenih turistom (vzdrževanje in urejanje parkov, zelenic, cvetličnih nasadov, planinskih ter tematskih poti in podobno),
8. urejanje in vključevanje zavarovanih naravnih območij v turistično ponudbo, ob upoštevanju aktov o zavarovanju ter v skladu z razvojnimi usmeritvami in varstvenimi režimi v zavarovanih območjih,
9. organizacija in izvajanje prireditev,
10. ozaveščanje in spodbujanje lokalnega prebivalstva glede pozitivnega odnosa do turistov in turizma,
11. druge storitve, ki se na turističnem območju brezplačno zagotavljajo turistom.

(2) Pri izvajanju dejavnosti in storitev iz prvega odstavka je treba upoštevati javni interes varstva narave ter usmeritve in varstvene cilje s področja varstva narave.

# TURISTIČNA TAKSA

- Določitev višine turistične takse je v rokah občin, navzgor pa je omejena na 2,5 EUR.
- V letu 2019 je bila skupna višina pobrane turistične takse 24.857.029 EUR, kar je bilo za 39,4% več kot v letu 2018.
- V letu 2021 se je v občinske blagajne iz naslova turistične takse nateklo 16.333.317 EUR, kar je 11% več kot leta 2020 ter 34,3% manj v primerjavi z letom 2019.

❖ **NAMENSKA PORABA  
SREDSTEV IZ NASLOVA  
TURISTIČNE TAKSE!**



- Slediti smernicam nacionalne strategije.
- V večini primerov sredstva iz turistične takse ne zadoščajo za izvajanje vseh razvojnih, promocijskih in upravljavskih nalog na ravni občine.
- MGRT pomaga s sofinanciranjem krepitev destinacij in nadgradnjo javne turistične infrastrukture (javni razpis za prestrukturiranje gorskih centrov, za vlaganje v nastanitveno infrastrukturo višje vrednosti, v javno turistično infrastrukturo);
- Javni razpis za destinacijske organizacije (sof. iz EKP) je predviden v letu 2025, v letu 2024 pa bomo podpirali razvoj atrakcij ob objektih kulturne dediščine v V kohezijski regiji.



- Formalna zagotovitev vertikalne povezanosti od nacionalnega do lokalnega nivoja (preučitev vlog in akterjev =) (redefinicija) vlog in izbira modela =) sprememba Zakona o spodbujanju razvoja turizma.
- Nujno je sodelovanje in povezovanje občin (destinacij) pri razvoju turistične ponudbe, saj turistov ne zanimajo meje občin, temveč celovito turistično doživetje.
  - **POVEZOVANJE – EDINA POT DO USPEHA:**
    - Na osnovi **dobrih praks**, dejanskih **interesov**, spodbujeno z nacionalne in lokalne ravni.
    - Smiselna **geografska, programska, prometna, zgodovinska...** zaokrožena območja ter **pripravljenost sodelovanja** in **financiranja** skupnega programa.
- Primeri dobrih praks: Julijske Alpe, Bela krajina, Brda idr.



# ODPRTI JAVNI RAZPISI

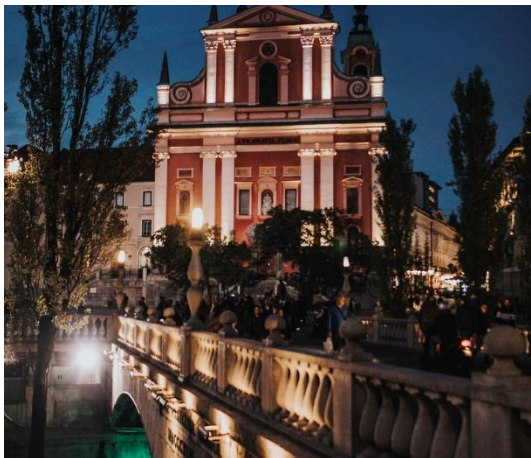
Javni razpis za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah

- skupna vrednost JR 10 milijonov evrov (NOO)
- predmet sofinanciranja: vlaganja v javno in skupno infrastrukturo, ki jih uporabljajo pretežno turisti (zelene javne površine, obale, turistične znamenitosti, parkirne površine blizu turističnih znamenitosti, sprehajalne poti)
- prijavitelji:
  - lokalne skupnosti/javni zavodi na območju vodilni turističnih destinacij/5000 prihodov turistov v 2021/10.000 dnevnih obiskovalcev v 2021
  - zveze društev - le za vlaganja v planinske in tematske poti)
- sofinanciranje: do največ 80 % upravičenih stroškov (izjema - parkirne površine največ 40%), nominalno 10.000 – 350.000 evrov)
- rok za končanje projekta: 30. 9. 2025
- rok za prijavo: 3. 4. 2023 (če ostanejo sredstva še) 5. 6. 2023



## JAVNI RAZPISI 2023

- V IZVAJANJU: Javni razpis za vlaganja v kakovostno in trajnostno preoblikovanje slovenskega turizma za krepitev njegove odpornosti – 63,4 milijonov evrov za prestrukturiranje smučišč v celoletna gorska središča in 5,7 milijonov evrov za izgradnjo in/ali obnovo nastanitvenih kapacitet (rok za izvedbo 19 projektov je november 2023)
- V TEKU: Javni razpis za sofinanciranje vlaganj v nastanitveno turistično ponudbo za dvig dodane vrednosti turizma – 69 milijonov evrov za prenavo ali izgradnjo nastanitvenih obratov (prvi rok potekel 19. 12. 2022)
- V PRIPRAVI: Javni razpis za implementacijo okoljskih znakov pri turističnih ponudnikih – 300.000 evrov (objava predvidoma v prvem četrtletju 2023)
- V PRIPRAVI: Javni razpis za sofinanciranje turističnih atrakcij in projektov ob objektih kulturne dediščine (EKP) - predvidoma 6,89 milijonov evrov (objava predvidoma konec 2023 ali začetek 2024)





HVALA ZA POZORNOST !