



TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2028

Gorenja vas - Poljane | Škofja Loka | Železniki | Žiri

Strategija turizma ŠKOFJELOŠKO 2028

Strategija trajnostnega razvoja turizma za Škofjeloško 2022-2028

GRADIVO ZA OBRAVNAVO NA OBČINSKIH SVETIH

Gorenja vas - Poljane | Škofja Loka | Železniki | Žiri

Prezentacija je kratek povzetek dokumenta, ki je osrednje gradivo.

**ŠKOFJA
LOKA**
neskončno zgodb

RAZVOJNA
AGENCIJA
SORA d.o.o.
Poslovno podpirni
center za občine:
Škofja Loka
Železniki
Gorenja vas - Poljane
Žiri



UVOD

Za okrepitev turizma bo v prihodnjem strateškem obdobju ob usmerjeni javni podpori Občin in okrepljenem upravljanju turizma ter razvoju skupnih in bolj konkurenčnih produktov na Škofjeloškem predvsem potrebno povečanje obsega nastanitvene in gostinske ponudbe. To – ob tem pa velika razdrobljenost ponudbe in nizka stopnja sodelovanja in identifikacije s skupno destinacijo – je prepoznan kot eden glavnih izzivov turizma na območju.

Trenutni položaj turizma zahteva jasnejšo opredelitev pozicioniranja in profila destinacije, h kateremu načrtno in neprekinjeno vodimo proces razvoja produktov in usmerjanja turističnih in s turizmom povezanih ponudnikov.

Rezultat v novi strategiji opredeljenih ukrepov se bo odražal v bolj prepoznavni in okrepljeni poziciji Škofjeloškega kot zelene butične (stacionarne) destinacije, ki navduši z izjemno naravo in živo dediščino, hkrati pa ponudi vse bolj cenjeno avtentičnost (pristnost, domačnost) in mir.



Škofjeloško je zaokrožena destinacija prihoda, ki je svoje delovanje na področju turizma opredelila v skupni strategiji leta 2014 (za obdobje do 2020) – sodelovanje tega območja na področju turizma sicer poteka od leta 2000.

Dokument se je z letom 2020 iztekel.

Že upoštevamo
izsledke evalvacije
(in USMERITVE!)
STRATEGIJE
SLOVENSKEGA
TURIZMA (MGRT)

ZAKAJ JE POTREBNA NOVA STRATEGIJA?

NOVO STRATEŠKO OBDOBJE (2021–2027) > NOVA FINANČNA PERSPEKTIVA

- Nov Regionalni razvojni program Gorenjske 2021-2027
- Prihaja nova LAS strategija 2021-2027
- Evalvacija Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 in od novembra 2021 priprava nove za obdobje 2022-2028

NOVE VLOGE DMMO in POVEČANA POTREBA PO SEKTORSKI INTEGRACIJI TURIZMA

- Premik od mark. k managementu
- Potreba po upravljanju tokov, izkušnje
- V ospredje se postavlja lokalna skupnost in kakovost življenja – skupnost želi soočiti o tem, kakšen turizem želi
- Turizem v funkciji dodajanja vrednosti lokalni ekonomiji

NOVI TRENDI & NOVA NORMALNOST, KI JO JE PRINESEL COVID-19, SPREMENJENE NAVADE

- Vse bolj cenjene destinacije, ki so dobro organizirane in upravljanje, varne
- Pomen družine, varnosti, zdravja
- Aktivnosti v naravi, stran od množic
- Priložnost za ne-množične, avtentične, butične destinacije

1. POTEK PRIPRAVE

PROCES PRIPRAVE STRATEGIJE

S procesom smo začeli septembra 2021.
Morali smo se prilagoditi omejitvam zaradi Covid-19.



SPROTNO TEKOČE USKLAJEVANJE IZVAJALCA IN NAROČNIKA (RAS)

STRATEGIJO SMO PRIPRAVILI OD SPODAJ NAVZGOR
(od posamezne občine do Škofjeloškega kot skupne turistične destinacije)

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2028

Strategija trajnostnega razvoja turizma za Škofjeloško 2022-2028



STRATEGIJO GRADIMO OD SPODAJ NAVZGOR

Identificiramo stanje, izzive, cilje in potrebne aktivnosti po občinah – ki jih opredeljujemo na ravni občin in združujemo na ravni zaokrožene destinacije prihoda.



= Škofjeloško

Gorenja vas - Poljane

Škofja Loka

Železniki

Žiri

Vsaka občina ima svoje specifičnosti, karakter, tudi potrebe, potencialne in pričakovanja, a močnejši smo, če povežemo vsebine v močnejše produkte in na trgu nastopimo kot skupna destinacija.

KAJ IMAMO – zakaj je pomembno na vseh področjih združiti resurse:

- Skupno Razvojno agencijo in LAS (za 4 občine) – izredno pomembno
- Zelo omejene resurse in ponudbo
- Nimamo mednarodno izstopajočih ikon in uveljavljenih znamk, imamo pa UNESCO dediščino
- Dobro pozicijo na pragu Julijskih Alp – med Ljubljano in uveljavljenimi alpskimi turističnimi centri
- Nismo še močno profilirana stacionarna (!) destinacija prihoda

Pomemben je pristop „od spodaj navzgor“ (da se v skupni strategiji vidimo vsi) in hkrati tudi od „zgoraj navzdol“ (da se ne izgubimo v občinskih mejah in posameznih izzivih).

2. KJE SMO & KLJUČNI IZZIVI

POGLED V OBDOBJE PRETEKLE STRATEGIJE & DANES

Ključni momenti, ki so vplivali na preteklo strategijo – in na novo

Obdobje nastajanja - 2014

- **Začela se je nova finančna perspektiva.**
- **Na novo se je konsolidirala STO.**
- Takratna strategija slovenskega turizma je bila iz današnje perspektive še relativno ne-osredotočena, v veljavi še turistične **regije (regionalne turistične destinacije – Gorenjska)**, ni še bilo fokusa trajnosti in butičnosti; MGRT in STO sta začela pripravljati novo razvojno strategijo slovenskega turizma v letu 2016/2017.
- **Ni še delovala Zelena shema slovenskega turizma** kot močna razvojna in trženjska platforma za krepitev trajnosti.
- **Manjše rasti** – Slovenija še ni imela tako močne in profilirane trženjske pozicije in profiliranega imidža zelene države z raznolikimi doživetji

Obdobje 2014 do 2021

- **Nova strategija turizma (STRST) 2017-2021** je prinesla novo organiziranost (sistem 4 makro destinacij in 35 vodilnih destinacij) in opredelila jasno matriko produktov.
- **Osredotočena vizija** Slovenije kot zelene butične destinacije za 5-zvezdična doživetja.
- **Okrepljen pomen destinacij** in okrepitev sinergij med krovno in destinacijsko ravno (STO-Zavodi).
- **Vzpostavljen sistem sofinanciranja razvoja in promocije za VODILNE DESTINACIJE** (MGRT in STO) in produkte – Škofja Loka je ta status dobila skupaj z Idrijo (kot 2 UNESCO mesta).
- Uveljavljanje paradigme na ravni destinacij: **od marketinga k managementu** (povečan pomen razvoja produktov in upravljanja izkušnje ter tokov).

V ČEM SMO BILI USPEŠNI – IN KJE MANJ USPEŠNI

OCENA USPEŠNOSTI REALIZACIJE PRETEKLE STRATEGIJE TURIZMA (2014-2020)

V ČEM SMO BILI USPEŠNI

- **Močno preseganje kvantitativnih ciljev** – a še vedno nizke številke – vendar je to bilo bolj odsev močnih trendov rasti v Sloveniji.
- **Podvojitev števila ležišč.**
- **Okrepitev pozicije na nacionalni ravni** – Škofja Loka (Škofjeloško) kot vodilna destinacija.
- **Premiki na področju produktov/doživetij** – vendar še ne povezanih – bolj po posameznih občinah.
- **Nov portal** www.visitskofjaloka.si (6 jezikov).
- Škofja Loka kot **Slovenia Green destinacija**, **Gorenja vas - Poljane v postopku**.

V ČEM SMO BILI MANJ USPEŠNI

- **Še vedno nimamo hotela**, ki bi okrepil tokove; ni bilo vstopa novih (večjih) investitorjev, nastanitvena ponudba je v prevladujočem obsegu na ravni 3*, primanjkuje butičnih nastanitev ter kampov in predvsem manjših butičnih penzionov, hotelčkov.
- **Ostaja precejšnja razdrobljenost** – promocija, več znamk, nepovezani produkti, sodelovanje/usklajevanje.
- **Nimamo še vzpostavljenih povezovalnih in trženjsko ustrezno plasiranih produktov** (kolesarskega, pohodniškega, ribolov, kultura ...).
- **Znamka Škofja Loka – Neskončno zgodb** se ni utrdila – niti interno in (zato tudi ne) navzven.
- Ne delujemo kot **povezana destinacija prihoda** – ne vidimo še pomena in učinkov.
- **Zelo veliko je odvisno od javnih sredstev** – premalo podjetniške dinamike.

PREGLED REALIZACIJE CILJEV IZ PRETEKLE STRATEGIJE

TEMELJNI KVANTITATIVNI CILJI IZ STRATEGIJE

TEMELJNI KVANTITATIVNI CILJ 1:

Povečanje ŠTEVILA NOČITEV na območju med 5 in 11 % povprečno letno v obdobju do 2020 (kar pomeni **v celotnem obdobju skupaj za okoli 90 % oziroma s 15.436 registriranih nočitev v letu 2013 na slabih 30.000 oziroma 29.136 v letu 2020**).

Največji odstotek povečanja je v Škofji Loki, in sicer za 100 % (torej podvojitvev – z 9.431 leta 2013 na 18.884 leta 2020), v drugih občinah pa po 70 % v skupnem obdobju) *Opomba: v teh številkah niso zajete številke nočitev za občino Žiri.*

NOČITVE

- 2013: 15.000
- Cilj 2020: 30.000
- 2019: 63.000

Dosežen več kot 2-kratnik: 63.557 prenočitev (od tega 82,1 % tujih prenočitev)

TEMELJNI KVANTITATIVNI CILJ 2:

Podaljšati **POVPREČNO DOBO BIVANJA** (z 2,57 dni v letu 2013 na okvirno **2,65 dni v letu 2020**).

PDB

- 2013: 2,57
- Cilj 2020: 2,65
- 2019: 2,65

PDB dosežena: v letu 2019 bila 2,65 dni.

TEMELJNI KVANTITATIVNI CILJ 3:

Povečati ŠTEVILO LEŽIŠČ na celotnem območju za **50 %** v celotnem obdobju, kar pomeni za okoli 360 ležišč, s 736 na 1.100 od tega 100-odсотno povečanje v Škofji Loki in po 30 % drugod.

LEŽIŠČA

- 2013: 763
- Cilj 2020: + 360
- 2020: 1.419

Povečanje ležišč za okvirno 680 ležišč

Vir: SURS in AJPES

	2013	2018	2019	2020
Gorenja vas - Poljane	324	426	479	487
Škofja Loka	202	355	378	453
Železniki	108	299	391	429
Žiri	-	24	30	50
SKUPAJ	634	1.104	1.278	1.419

V KATERI FAZI DESTINACIJSKEGA RAZVOJA SMO DANES

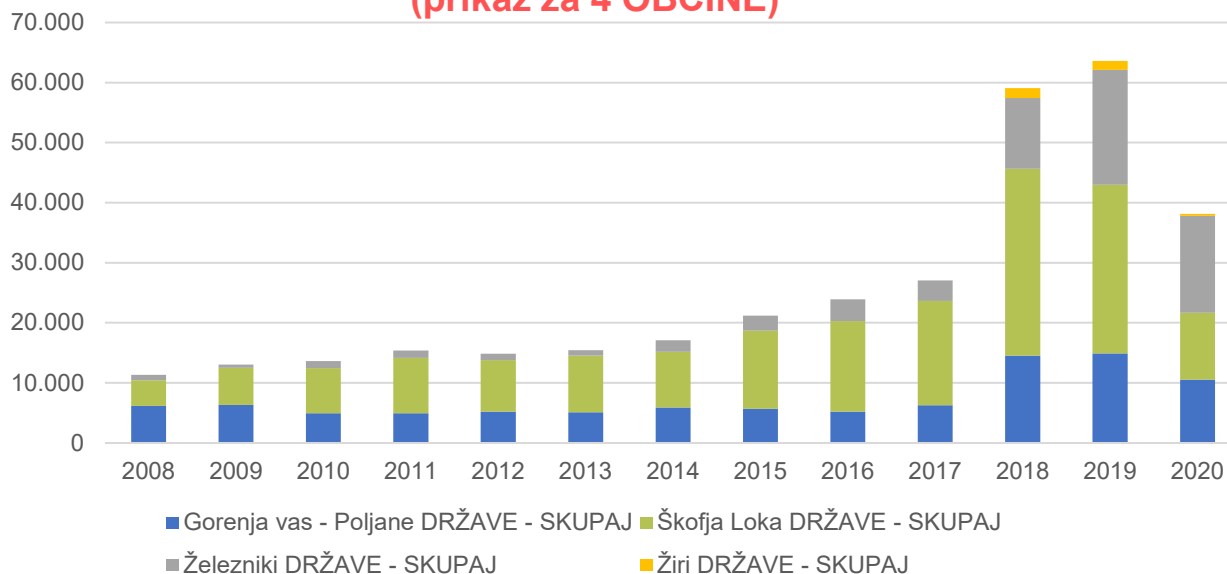


GIBANJE PRENOČITEV – ŠKOFJELOŠKO

Od leta 2013 do 2019 skoraj 4-kratno povečanje prenočitev; toda visoka sezonskost (47 % v dveh mesecih); v letu 2020 40-odstotni padec.

Julij-avgust 2019 = 29.337 nočitev (47 % vseh prenočitev), od junija do septembra pa 64,3 %.

GIBANJE PRENOČITEV 2008-2020
(prikaz za 4 OBČINE)

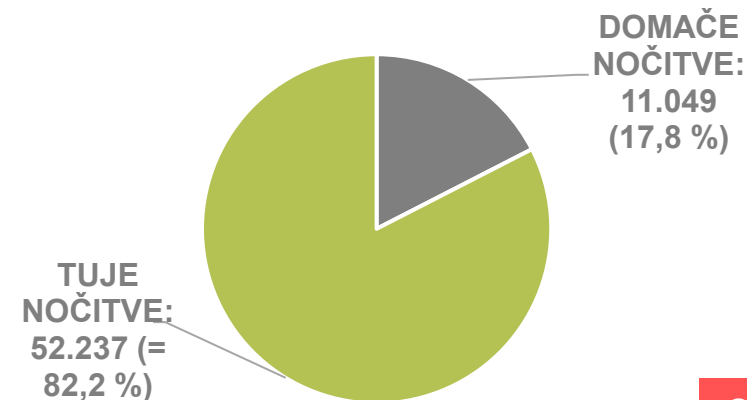


Leta 2019 je bilo v 4 občinah Škofjeloškega realiziranih 63.575 prenočitev (in 23.952 prihodov):

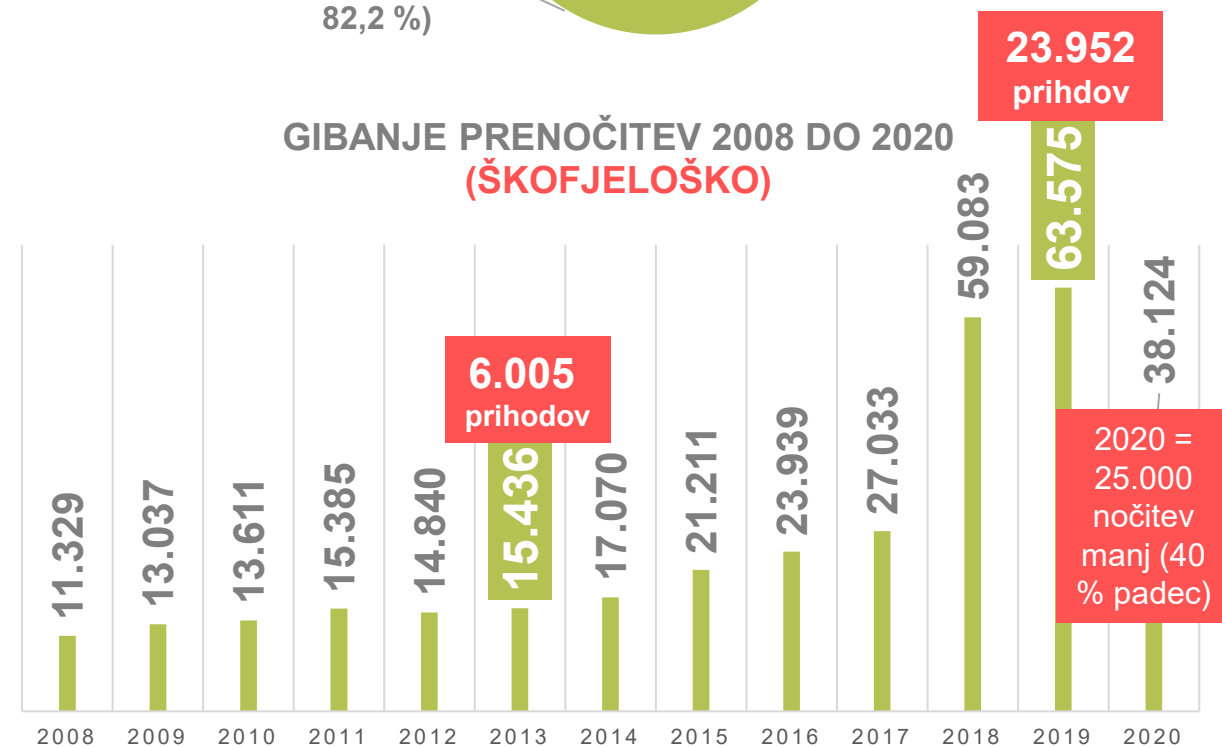
- Indeks prenočitev 2019/2013: 411 (štirikratno povečanje)
- Indeks prenočitev 2020/2019: 60 (domačih 2-krat več, tujih 70 % manj)

PDB leta 2019: 2,65 dni, kar je porast od leta 2013 (2,57 dni).

DELEŽ PRENOČITEV (DOMAČI-TUJI), ŠKOFJELOŠKO 2019



GIBANJE PRENOČITEV 2008 DO 2020 (ŠKOFJELOŠKO)



NASTANITVE ŠKOFJELOŠKO

Podvojitve obsega ležišč, a še vedno majhno število.

Od skupaj 94 registriranih nastanitvenih ponudnikov v AJPES februarja 2021 (od tega 34 v Gorenji vasi – Poljane, 33 v Škofji Loki, 23 v Železnikih in 4 v Žireh) jih je le 9 oziroma desetina kategoriziranih s 4 zvezdicami.

Struktura in koncept ponudbe ne omogoča celoletnega prihoda in višje dodane vrednosti.

Rast se je zgodila zaradi splošnih ugodnih trendov rasti v svetu, Evropi in Sloveniji. Tako je destinacija (podobno kot številne destinacije v Sloveniji, zabeležila **precejšen vstop mikro ponudnikov v segmentu najbolj enostavnih nastanitev (sobodajalstva in apartmajev)**, ki **pretežno poslujejo v poletni sezoni in v segmentu 3 zvezdic**.

Primerjava števila ležišč za nekaj manjših občin v okviru Julijskih Alp: v Brdih je bilo marca 2020 596 ležišč, Jesenicah 650, Žirovnici 329 in Gorju 745; medtem ko ima Bled skoraj 9.000 ležišč, Bohinj 8.500, Bovec in Kranjska Gora nekaj nad 8.000, Kobarid, Tolmin in Radovljica pa so v kategoriji nekaj nad 3.000.

Občina	2013 (vir SURS, kategorija LEŽIŠČA SKUPAJ)	2018 (vir SURS, kategorija LEŽIŠČA SKUPAJ)	2019 (vir SURS, kategorija LEŽIŠČA SKUPAJ)	2020 (vir SURS, kategorija LEŽIŠČA SKUPAJ)	2020 (vir SURS, kategorija NEDELJIVE ENOTE)	2021 (vir RNO februar 2021, AJPES)
Gorenja vas - Poljane	324	426	479	425	125	487
Škofja Loka	202	355	378	336	127	453
Železniki	108	299	391	435	121	429
Žiri	Z	24	30	34	11	50
SKUPAJ ŠKOFJELOŠKO	634	1.104	1.278	1.230	384	1.419

UGODNI TURISTIČNI KAZALNIKI, VENDAR POTREBNO POGLEDATI ŠIRŠE

KMETIJSTVO

- Na območju je zaznati upad števila aktivnih kmetij ter opuščanja kmetovanja.
- Problematika opuščanja kmetovanja na zahtevnih zemljiščih - povečano zaraščanje ter posledično zmanjševanje atraktivnosti podeželja – večje spremembe se lahko pričakujejo v 15 do 20 letih.
- Pomanjkanje pridelkov za kratke nabavne verige.

RAZVITOST

Koeficient razvitosti občin:

- Žiri = 1,25
- Škofja Loka = 1,21
- Železniki = 1,20
- Gorenja vas – Poljane = 1,18



Krepitev
PONUDBE – obsega,
trajnosti in kakovosti
(nastanitve, gostinska ponudba
KBZ, dodatna ponudba)

Povezati PRODUKTE
ter okrepiti
konkurenčnost
ponudbe
(kulturni, outdoor,
gastronomija,
in nišni)

Okrepiti
kratke nabavne verige in premium
lokalno ponudbo in s tem dodano
vrednost lokalne ekonomije – skozi
turizem

01

06

*Obvladovanje/
razumevanje*
nove vloge turizma
in funkcije DMO

02

IZZIVI
ŠKOFJELOŠKO
+ 07
DIGITALIZACIJA

05

*Obvladovanje zunanjih
tveganj:*
pokriznega okrevanja,
podnebne spremembe,
spremembe v navadah

03

04

Krepitev
povezovanja &
sodelovanja in skupnega trženja
za močnejšo destinacijo
(interno in navzven)

3. KAJ ŽELIMO DOSEČI

VISOKA STOPNJA STRINJANJA O TEM, KAKŠEN TURIZEM ŽELIMO

= Spletne ankete, velik delež izpolnjen s strani prebivalcev, kažejo na enoten pogled o zeleni butičnosti.

Prvič, na Škofjeloškem si želimo turizem, ki je:

- **BUTIČEN** (ki sledi principom višje kakovosti, bolj osebnega pristopa, manjšega obsega in večje vrednosti za ponudnike in celotno skupnost – in ne zgolj dnevnega turizma v naravi, ki obremenjuje ceste in za sabo pušča smeti),
- **ZELEN** (takšen, ki je odgovoren, trajnosten in uravnotežen) in ki je
- **GENERATOR VREDNOSTI ZA LOKALNO EKONOMIJO** (krepitev manjših nastanitev, kratke dobavne verige, turizem v funkciji spodbujanja oživljanja podeželja).

Drugič, glede produktnega koncepta na ravni Škofjeloškega pa gre:

- za izkoriščanje izredne pozicije Škofjeloškega na pragu Alp ter
- kombinacijo zgodovinskega mesteca in lahko dostopne narave ter aktivnosti (kolesarjenje, pohodništvo, z izjemnimi razgledi in zgodbami preteklosti), pa tudi več nišnih produktov (npr. ribolov).

Raje počasi in na prav način.

Raje manj po številu, a več po vrednosti.

Ne na račun kakovosti naravnega in družbenega okolja – oziroma kakovosti življenja ljudi, lokalne skupnosti.

VIZIJA turizma Škofjeloško

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2020

Škofjeloško območje postane prepoznavna in zaželena alpska turistična destinacija, umeščena na sam prag Slovenskih Alp, s privlačno in konkurenčno ponudbo za enodnevnega obiskovalca in kratek oddih. V okviru Gorenjske se po prepoznavnosti postavi takoj za Bledom, Bohinjem in Kranjsko Goro.

TUJI TRGI = vizija destinacije na tujih trgih
Škofjeloško območje je obvezna destinacija obiska za tuje goste, ki bivajo v Ljubljani ali gorenjskih turističnih centrih in hkrati privlačna stacionarna destinacija za aktivni oddih in spoznavanje dediščine – zaradi odlične lege tudi za odkrivanje Slovenije.

DOMAČI TRGI = vizija destinacije na domačem trgu
Destinacija je med Slovenci jasno geografsko in produktno umeščena in tvori zaokrožen prostor prihoda. Območje je vir neskončno zgodb, s katerimi se srečamo že v šoli, in kamor se večkrat vračamo, na izlet, prireditve, obisk, oddih ali po navdih.

VEČJI FOKUS IN ZAVEZA ZA:

- 1-Trajnostni razvoj in udejanjanje zelenih zavez
- 2-Butičnost (kakovost in vrednost pred kvantiteto)
- 3-Krepitev profila stacionarne destinacije
- 4-Ravnotežje med lokalno skupnostjo in obiskom
- 5-Turizem kot generator trajnostnih sprememb

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2028

**Zeleni butični turizem
povezane destinacije
Škofjeloško
je generator
vrednosti in
trajnostnih
sprememb.**

> Podrobnejše
pojasnjena
vizija v
dokumentu,
POGLAVJE 3.

GRADNIKI VIZIJE

SKUPNOST

Ohranjeno ravnotežje med kakovostjo življenja in obiskom. Ljudje so ponosni pripovedovalci izjemnih zgodb Škofjeloškega.

EKONOMSKI UČINKI

Rast delovnih mest in prispevka turizma k gospodarstvu območja. Turizem dodaja vrednost lokalni ekonomiji in prinaša priložnosti za mlade.

V SREDIŠČU JE ZAVEZA ZA
TRAJNOSTNI
RAZVOJ

OKOLJE

Turizem v funkciji varovanja narave ter ohranjanja in oživljanja dediščine.

OBISKOVALEC

Izjemna izkušnja žive dediščine in aktivnosti v naravi, za odgovornega zelenega raziskovalca, ki ceni avtentičnost in mir.

VIZIJA

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO

Zeleni butični turizem povezane destinacije Škofjeloško je generator vrednosti in trajnostnih sprememb.

STRATEŠKI CILJ

Skozi krepitev obsega, kakovosti, trajnosti in digitalizacije povečati dodano vrednost in odpornost zelenega butičnega turizma ter okrepiti stacionarni profil Škofjeloškega.

POSLANSTVO turizma Škofjeloško

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2020

PREMIK:

V TESNEM PARTNERSTVU
razvijamo skupno (razvojno in trženjsko)
turistično zgodbo
Škofjeloškega območja,
s poslanstvom, da povezani
USTVARJAMO VEČJO VREDNOST ZA VSE:

Prvič: OBISKOVALCE =
povezana destinacija nudi bolj pestra in privlačna doživetja.

Drugič: TURISTIČNE IN S TURIZMOM POVEZANE PONUDNIKE =
združeni smo močnejši in dosežemo več.

Tretjič: DOMAČINE =
turizem je generator trajnostnega razvoja, ki spodbuja ohranjanje
okolja, bogati ljudi in prinaša nove podjetniške priložnosti.

**S turizmom za bolj
razvito, privlačno, kakovostno,
prepoznavno in povezano
Škofjeloško.**

POSLANSTVO OSTAJA
V TEMELJIH ENAKO,
vendar spreminjamo
razumevanje turizma in
njegove vloge: od
sektorskega pristopa
→ **k turizmu kot
povezovalcu in
trajnostnemu
generatorju
vrednosti za
prostor in ljudi.**

TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2028

V TESNEM PARTNERSTVU
razvijamo skupno (razvojno in trženjsko)
turistično zgodbo
Škofjeloškega območja,
s poslanstvom, da povezani
USTVARJAMO VEČJO VREDNOST ZA VSE:

Prvič: DOMAČINE =
Turizem je generator trajnostnega razvoja in dodajanja
vrednosti lokalni ekonomiji, ki spodbuja ohranjanje okolja in
skupnosti, bogati ljudi in prinaša nove podjetniške
priložnosti.

Drugič: TURISTIČNE IN S TURIZMOM POVEZANE
PONUDNIKE =
Združeni smo močnejši in dosežemo več.

Tretjič: OBISKOVALCE =
Povezana destinacija nudi bolj pestra in privlačna doživetja.

**Turizem kot generator trajnostnih
sprememb ter krepitev privlačnosti
okolja za bivanje, delo in obisk.**

KAKO DELUJEMO – naše vrednote

POVEZOVANJE

Skozi skupno zgodbo povezujemo kraje, ljudi, zgodbe, ponudbo, doživetja, produkte in projekte. Že tisoč let smo povezani na tem izjemnem prostoru. Povezujemo kulturo in naravo (živa dediščina z razgledi). Skupaj smo močnejši.

BUTIČNOST

Razvijamo majhne, a zato še toliko boljše zgodbe, ki temeljijo na kakovosti, zavezi trajnosti, individualnem pristopu in pristnosti.

1

3

V srcu je
TRAJNOST
(MOČNA ZELENA
ZAVEZA)

2

4

TRADICIJA ZA SODOBNOST

Pomembna nam je tradicija, spoštujemo zgodovino, identiteto in delo ljudi, ki so živeli na tem območju, ponosno oživljamo dediščino. Vse to počnemo na sodoben način, z upoštevanjem pričakovanj današnjega zahtevnega obiskovalca.

USTVARJALNOST za NAVDIH

Na Škofjeloškem območju je prostor od nekdaj izjemno navdihoval ljudi, ki so tu živeli in ustvarjali. Danes s svojim mirom, izjemnimi zelenimi razgledi, ohranjenimi mestnimi in vaškimi jedri ter rokodelskimi tradicijami navdihuje vse, ki pridejo na obisk.

VREDNOTE IZ PRETEKLE STRATEGIJE OSTAJAJO RELEVANTNE, SAJ SO DEL NAS, OB TEM PA KREPIMO TRAJNOST.

(9) KLJUČNIH PREMIOV NOVE STRATEGIJE

1

KREPIMO SODELOVALNO UPRAVLJANJE
SKUPNE DESTINACIJE
ŠKOFJELOŠKO,

POD REVIDIRANO IN OKREPLJENO SKUPNO ZNAMKO,
ki odseva/komunicira identiteto vseh 4 občin in skupnega območja – v kateri se vidimo vsi.

2

Močna zaveza za
koncept
ZELENEGA
(trajnostnega) in
BUTIČNEGA
(kakovostnega)
turizma, ki
prinaša večjo
DODANO
VREDNOST.

3

Vzpostavljamo in
na trg lansiramo
sodobne,
digitalizirane
SKUPNE,
POVEZANE
produkte
kulture in
outdoora (zima,
hiking, biking,
ribolov).

4

Novi produkti
poudarki: krepitev
ponudbe
1-družinam
prijazne
destinacije,
2-za mobilne
obiskovalce,
3- Sora kot
kopalna reka.

5

Vzpostavljamo
trdne mreže
ponudnikov
za krepitev
pripadnosti
destinaciji in
razvijamo
premium ponudbo
Okusi
Škofjeloškega.

6

Aktivno
mreženje
kulture in turizma
ter
kulture in
outdoora:
ŽIVA
DEDIŠČINA Z
RAZGLEDI.

7

TRŽENJE (OZIROMA PROMOCIJA) BREZ VPLIVA
NA PRODUKT IN RAZVOJ NI DOVOLJ!

Zato se osredotočeno posvečamo produktnemu razvoju.

Spodbujamo povečanje obsega in kakovosti ponudbe
(ponudnike aktivno usmerjamo in spodbujamo k zeleni butičnosti) ter
krepimo trajnost, kakovost, digitalizacijo kot **STACIONARNE DESTINACIJE.**

8

Zeleno/trajnostno Škofjeloško: turizem prevzema pobudo.

NAŠA VIZIJA:

Zeleni butični turizem
povezane destinacije Škofjeloško
je generator vrednosti in trajnostnih sprememb.

9

Zaradi vsega tega smo bolj suvereni ter v promociji in
komunikaciji bolj povezani, osredotočeni, učinkoviti in uspešni.

TRŽNO POZICIONIRANJE

(kot kakšna destinacija želimo biti prepoznavni)

Zelena butična destinacija

(lahko dostopna iz Ljubljane in na pragu Julijskih Alp)
za odgovornega zelenega raziskovalca,
ki išče navdih za oddih, aktivna doživetja in ceni mir.

Tako lahko dostopen prostor
za mir, navdihe in odkrivanja
kulture in narave skozi stoletne zgodbe.
»ŽIVA DEDIŠČINA Z RAZGLEDI«.

*ŽIVA DEDIŠČINA = tukaj izjemno dediščino oživljamo in živimo oziroma doživimo;
Z RAZGLEDI = ohranjena kulturna krajina omogoča lepe poglede,
razgibana narava pa izjemne razglede in raznolika aktivna doživetja.*

> Koncept
skupne zgodbe
in zgodb po
občinah je
perstavljen v
dokumentu
POGLAVJE 5.1

Produktni sklop 1

Koncept produktne ponudbe Škofjeloškega

Produktni sklop 2

KULTURA

(HERITAGE & ARTS)

ŽIVA DEDIŠČINA Z RAZGLEDI

**AKTIVNOSTI V NARAVI
(OUTDOOR)**

KULTURNA
DOŽIVETJA
(krovne
destinacijske
zgodbe)

MUZEJI,
GALERIJE,
ZGODOVINSKE
HIŠE IN ZBIRKE
(posamezne ali
povezane,
vključene v doživetja)

ROKODELSKE
DELAVNICE
in TEČAJI

POHODNIŠTVO

KOLESARJENJE

ZIMA

SORA KOT KOPALNA REKA

RIBOLOV

LOV

PRIREDITVE

RAPALSKA MEJA & RUPNIKOVA LINIJA
(povezava dediščine in narave/aktivnosti)

NARAVNE
VREDNOTE –
TOČKE
OBISKA

Kulturna DEDIŠČINA –
POSAMEZNE TOČKE
OBISKA

Podporna povezovalna platforma

KULINARIČNA PONUDBA in OKUSI ŠKOFJELOŠKEGA

(kot ponudba in platforma za pospeševanje kratkih verig, avtentične lokalne ponudbe in premium lokalnih pridelkov, izdelkov, spominkov, doživetij in nastanitev, ki so certificirani po strogih standardih in kriterijih, s spoštovanjem tradicionalnih vrednot, lokalnih surovin, pridelkov in sestavin).

ŠKOFJELOŠKO PO MERI CILJNIH SKUPIN

ZA

INDIVIDUALNE
ZELENE
RAZISKOVALCE

REKREATIVCI

ZA DRUŽINE

DOMAČE
ORGANIZIRANE
SKUPINE

ZA MOBILNE OBISKOVALCE

(motoristi, avtodomi, touring – daljinske Hiking
& Biking povezave ali z avtomobilom)

ZA ORGANIZIRANE
SKUPINE (ture)

ZA POSLOVNE
GOSTE

POROKE

ŠKOFJELOŠKO KOT PRIVLAČNA DESTINACIJA ZA DNEVNI/nekajurni OBISK (kultura in narava)

Destinacija za IZLET in NAVDIH

KDO

- ▶ Tuji gostje, ki bivajo v okoliških destinacijah
- ▶ Domači gostje na dnevnem izletu
- ▶ Agencijski gostje s kratkim postankom na turi po Sloveniji/Julijskih Alpah
- ▶ Domače šolske skupine
- ▶ Domače skupine upokojencev

MOTIV: izlet-ogledi, doživetje, aktivnost (outdoor)

STRATEGIJA:

- Krepimo obseg in kakovost nastanitvene, gostinske in dopolnilne ponudbe
- Izboljšujemo in povezujemo skupne produkte
- Krepimo digitalno trženje

B

Pomemben element za večjo atraktivnost so: obseg in kakovost nastanitvene in gostinske ponudbe ter produkti – aktivnosti in doživetja

MOTIVI
PRIHODA

ŠKOFJELOŠKO KOT ZELENA BUTIČNA DESTINACIJA ZA AKTIVNE OBISKOVALCE IN ISKALCE MIRU

Destinacija za ODDIH

KDO

- ▶ (Prevladujoči) tuji, a tudi domači gostje, ki Škofjeloško izberejo kot končno destinacijo za krajši oddih (naravno okolje, mir, stran od gneče, avtentičnost, pa tudi zaradi bližine prepoznavnih alpskih turističnih centrov)

MOTIV: oddih, sprostitvev, raziskovanje, aktivnosti v naravi (outdoor)

ŠKOFJELOŠKO KOT IZHODIŠČNA ZELENA BUTIČNA DESTINACIJA ZA ZELENE RAZISKOVALCE

Destinacija za RAZISKOVANJE

- ▶ (Prevladujoči) tuji gostje, ki Škofjeloško izberejo za nekajdnevno bivanje, zaradi tega, ker je v bližini močnih alpskih turističnih centrov, ponuja dobro dostopnost ter manjše, kakovostne nastanitvene možnosti

MOTIV: raziskovanje (bližnje in širše okolice, tudi Slovenije), aktivnosti v naravi

C

Pomemben element za večjo atraktivnost je pozicija na pragu Julijskih Alp – in odprtost destinacije proti Gorenjski in Goriški

STRATEGIJA – strategija pod B + dodatno:

- Krepimo produktne povezave in sodelovanje s sosednjimi destinacijami
- Ponudba za mobilne raziskovalce
- Pretvorba koncepta v jasna trženjska sporočila

STRATEGIJA:

- Nadgrajujemo ponudbo (kakovost, obseg, izkustveni vidik)
- Povečujemo potrošnjo
- Upravljamo tokove

A

Pomemben element
UNESCO in platforma
zgodovinskih mest

4. STRATEGIJA – RAZVOJNI MODEL

STRATEŠKI CILJ TURIZEM ŠKOFJELOŠKO 2027

Skozi krepitev obsega, kakovosti, trajnosti in digitalizacije povečati dodano vrednost in odpornost zelenega butičnega turizma ter okrepiti stacionarni profil Škofjeloškega.

NAVEZAVA NA 5 CILJEV EU KOHEZIJSKE POLITIKE 2021-2027

1-Pametna, 2-Zelena/nizkoogljična, 3-Povezana 4-Socialna, 5-Bližje državljanom

1. RAZVOJ

Premik od razdrobljenih do močnih skupnih produktov, ki jih razvijamo na zelen in digitalen način.

KLJUČNI CILJ 01

Povezati, nadgraditi in okrepiti obseg, kakovost, trajnost, digitalizacijo in celoletnost ključnih produktov – za bolj ZELENO, ODPORNO in DIGITALNO ŠKOFJELOŠKO.

4. MEDSEKTORSKO SODELOVANJE

Premik od sektorskega pristopa k turizmu v smeri povezovalca in generatorja trajnostnih sprememb.

KLJUČNI CILJ 04

Okrepiti medsektorsko usklajevanje in sodelovanje turizma, za ravnotežje življenja in obiska, za bolj URAVNOTEŽENO ŠKOFJELOŠKO.

2. TRŽENJE

Premik od razdrobljene promocije k skupnemu trženju skozi vsebine in doživetja.

KLJUČNI CILJ 02

Vzpostaviti prepoznavna destinacijska doživetja in okrepiti digitalno vsebinsko trženje pod skupno znamko, za PREPOZNAVNEJŠE ŠKOFJELOŠKO.

3. SODELOVALNO UPRAVLJANJE

Premik od projektnega sodelovanja k sodelovalnemu upravljanju skupne destinacije.

KLJUČNI CILJ 03

Učinkovito združiti vire in vzpostaviti sistem skupnega in sodelovalnega upravljanja destinacije, za bolj POVEZANO ŠKOFJELOŠKO.



NAVEZAVA NA RAZVOJNE PRIORITETE, UKREPE IN PROJEKTE REGIJE (RRP GORENJSKE 2021-2027)

1-Celosten razvoj in upravljanje, 2-Pametna Gorenjska
3-Gorenjska za ljudi, 4-Zelena, nizkoogljična Gorenjska,
4-Povezana Gorenjska, 5-Odprta v svet

MODEL UKREPI-PROJEKTI: 4 RAVNI

Strategija temelji na opredelitvi ukrepov in projektov na več ravneh:
OB 1-UKREPIH NA RAVNI SKUPNE DESTINACIJE smo opredelili 2-KLJUČNE STRATEŠKE PROJEKTE
(ki so skupni ali umeščeni v posamezne občine), 3-PODPORNE PROJEKTE PO OBČINAH
in trenutno znane 4-ZASEBNE INVESTICIJSKE PROJEKTE



AKCIJSKI NAČRT VKLJUČI VSE 4 RAVNI

2. Ključni PROJEKTI PO OBČINAH (9)

C.

9 srednjeročnih do dolgoročnih strateških projektov po občinah, ki so ključni za večjo konkurenčnost celotne destinacije (čimprejšnji začetek, potekajo vzporedno, fazne izvedbe)



1. Ključni SKUPNI POVEZOVALNI PROJEKTI ŠKOFJELOŠKO (11)

A.

5 kratkoročnih skupnih strateških projektov



B.

6 srednjeročnih skupnih strateških projektov

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

KLJUČNI CILJ 01

Povezati, nadgraditi in okrepiti obseg, kakovost, trajnost, digitalizacijo in celoletnost ključnih produktov – za bolj ZELENO in DIGITALNO ŠKOFJELOŠKO.

UKREPI (pregled, v nadaljevanju so opredeljene aktivnosti in projekti)

Podrobno
razdelani
ukrepi
POGLAVJE
7.1

- 1. NADGRADNJA KLJUČNIH DESTINACIJSKIH PRODUKTOV:** Fokusirati, povezati, infrastrukturno in trženjsko nadgraditi ter okrepiti upravljanje, doživljajskost, celoletnost in digitalizacijo ključnih destinacijskih turističnih produktov.
- 2. PREMIUM PONUDBA:** Združiti, nadgraditi in okrepiti enovito premium ponudbo pod kolektivno blagovno znamko Okusi Škofjeloškega.
- 3. ZELENA BREZOGLJIČNA DESTINACIJA:** Razširiti in okrepiti zelene in krožne rešitve v javno in poslovno prakso destinacije.
- 4. DVIG KAKOVOSTI IN ODPORNOSTI NA PODJETNIŠKI RAVNI:** Usmerjanje storitev in infrastrukture na podjetniški ravni (butičnost, trajnost, kakovost, digitalizacija).
- 5. DIGITALIZACIJA TURIZMA:** Izboljšanje digitalnega okolja za povečanje stopnje digitalizacije turizma.

KAZALNIKI (KPI-ji)	Vir	Leto	Izhodišče	2028
Sodelujoča podjetja in kmetje v kolektivni blagovni znamki Okusi Škofjeloškega	RAS	2021 (zdaj Dedek in babica)	40	80
Število občin v ZSST	STO	2021	2	4
Število občin v ZERO WASTE	RAS	2021	2	4
Število občin z zlatim znakom Slovenia Green Destination	STO	2021	1	3
Ponudniki z eko znaki, število (okoljski certifikati med ponudniki 3* in več) – SLOVENIA GREEN (vse kategorije)	STO	2021	1	20
Prodane povezane smučarske karte (4 smučišča)	RAS	2021	0	?
Število nastanitvenih in gostinskih ponudnikov, ki so iz poslovanja izločili plastiko za enkratno uporabo	RAS	2021	0	25 %
Število novih turističnih ležišč	AJPES	2021	1.419	2.000
Ogljični odtis obiskovalca Škofjeloškega	ZSST	2021	Trenutno ni podatka	

Kazalnik se bo začel spremljati na ravni Slovenije – Škofjeloško sledi metodologiji

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 01

NADGRADNJA KLJUČNIH DESTINACIJSKIH PRODUKTOV:

Fokusirati, povezati, infrastrukturno in trženjsko nadgraditi ter okrepiti upravljanje, doživljajskost, celoletnost in digitalizacijo ključnih destinacijskih turističnih produktov.

1. POHODNIŠTVO:

- SP Nadgradnja Loške planinske poti
- Nadgradnje, urejanje in vzdrževanje posameznih pohodnih in tematskih poti (po občinah)

2. KOLESARJENJE

- Operativen produktni načrt kolesarskega produkta
- SP Nadgradnja Loške kolesarske poti
- Navezave na aktivnosti v okviru Gorenjskega kolesarskega omrežja in občinskih OPN-jev ter drugih aktivnosti na področju mehke mobilnosti
- Navezave na aktivnosti v okviru Gorenjskega kolesarskega omrežja in občinskih OPN-jev ter drugih aktivnosti na področju mehke mobilnosti
- Vključitev tras in produktov v Outdooractive (za produkte pohodništvo in kolesarjenje)
- Gorsko kolesarjenje: legalizirati in upravljavsko urediti vsaj po 1 gorsko-kolesarsko območje na občino
- Razvoj in povezovanje podporne kolesarske ponudbe
- Spodbujanje razvoja ponudbe JPP prilagojene kolesarjem

PRIMER

Prednostne naloge – Loška planinska pot

- Vzpostavitev (dolgoročnejshe) delovne skupine za LPP
- Priprava kakovostnega posnetka stanja poti z operativnim načrtom infrastrukturne in trženjske nadgradnje (osnova za časovnico in natančnejšo oceno vložka) – kot osnova za izvedbeni del
- Nujni sestavni del projekta mora biti trženjska podpora (orodja in komunikacija)
- Postavitev modela upravljanja (skrbništvo, odgovornosti, komunikacija s pohodniki in ponudniki ...)
- Vzpostavitev booking centra
- Vzpostavitev sistema vzdrževanja
- Spodbujanje razvoja manjkajoče ponudbe ob posameznih etapah poti (pr. nastanitve, vodniki, transferi ...)

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 01

NADGRADNJA KLJUČNIH DESTINACIJSKIH PRODUKTOV:

Fokusirati, povezati, infrastrukturno in trženjsko nadgraditi ter okrepiti upravljanje, doživljajskost, celoletnost in digitalizacijo ključnih destinacijskih turističnih produktov.

3. ZIMA

- SP Zima (bela in zelena) na Škofjeloškem
- SP Stari vrh 365
- SP Soriška planina 365

4. KULTURA

- SP: 'Impresije Škofjeloškega' (krovni povezovalni kulturni produkt):
- SP: Stalna UNESCO zgodba pasijona v Škofji Loki
- SP: Programska nadgradnja in povezava produktov Rapalske meje in Rupnikove linije
- SP: Programska nadgradnja in celostna ponudba Dvorca Visoko
- SP: Programska nadgradnja Muzeja Železniki
- SP: Programska nadgradnja Šubičeve hiše
- SP: Ureditev starega mestnega jedra Škofja Loka
- SP: Celostna ureditev središča Železnikov
- Nadgradnja ponudbe rokodelske dediščine in umetnosti:
 - Vzpostavitev Kreativnega centra Škofja Loka na območju Šeširja
 - Projekt pospeševanja vzpostavitve umetniških ateljejev loških likovnih umetnikov s prodajo njihovih izdelkov v mestnem jedru

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 01

NADGRADNJA KLJUČNIH DESTINACIJSKIH PRODUKTOV:

Fokusirati, povezati, infrastrukturno in trženjsko nadgraditi ter okrepiti upravljanje, doživljajskost, celoletnost in digitalizacijo ključnih destinacijskih turističnih produktov.

5. SORA KOT KOPALNA REKA

- SP SORA kot kopalna reka

6. RIBOLOV

- Priprava operativnega načrta razvoja in trženja ribolovnega turizma:

7. PRIREDITVE

- Identifikacija in (po potrebi) programska nadgradnja ključnih destinacijskih prireditev

8. NIŠNI PRODUKTI

- SP: Škofjeloško za mobilne obiskovalce (avtodomi, motoristi)
- Škofjeloško kot družinam prijazna destinacija:

Drugo

SP Ohranjanje tradicionalne poselitve na podlagi sonaravnega razvoja krajine z elementi kulturne dediščine, vaških jeder, ohranjanja čiste vode in vodnih virov:

9. MED-DESTINACIJSKE TEME (PRODUKTI) – SODELOVANJE

- Povezovanja Škofjeloškega na produktno-projektni osnovi s sosednjimi in drugimi destinacijami
- Povezovanje zgodovinskih mest (Škofja Loka – Kranj – Kamnik) in sodelovanje oziroma aktivno članstvo Škofje Loke preko Združenja zgodovinskih mest Slovenije:

10. NOV PRODUKT

- Programska zasnova in implementacija navdihujočih foto oziroma razglednih lokacij ('točke navdiha Škofjeloškega') na območju – razvoj na ravni novega povezovalnega produkta, ki podpira krovno zgodbo:

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 02

PREMIUM PONUDBA:

Združiti, nadgraditi in okrepiti enovito premium ponudbo pod kolektivno blagovno znamko Okusi Škofjeloškega.

1. SP Premium ponudba v okviru združene in nadgrajene KBZ Okusi Škofjeloškega:

Združitev in nadgradnja obstoječega modela/aktivnosti v okviru znamke Dedek in babica in Okusi loškega podeželja/Okusi Škofjeloškega.

- Pregled izvedenih aktivnosti, analiza stanja in priprava modela, ki združi in nadgradi obstoječe aktivnosti na način, da optimalno pripomorejo k izpolnjevanju cilja ukrepa 1.2, po modelu Bohinjsko/From Bohinj (oziroma Izvorno slovensko) in drugih uspešnih modelov v Sloveniji; vključitev v projektne aktivnosti v okviru Gorenjske (Okusi Julijskih Alp).
- Vzpostavitev sistem certificiranja visokokakovostnih kmetijskih in kulinaričnih izdelkov in pridelkov, jedi in pijač, rokodelskih izdelkov in drugih izdelkov sodobnega industrijskega oblikovanja, nastanitev, prireditev, vodenih doživetij, itd. pod skupno znamko Okusi Škofjeloškega.

Drugi projekti

- Degustacijsko-prodajni center v središču Škofje Loke
- Celostno upravljanje gastronomije na območju
- Pospeševanje kratkih nabavnih verig v turizmu
- Aktivnosti za povezovanje gostinske ponudnike z lokalnimi pridelovalci in predelovalci
- Razvoj oziroma pospeševanje kulinaričnih doživetij (v okviru KBZ)
- Profiliranje, oblikovanje in krepitev kakovosti in pozicije produktnih segmentov, v skladu s krovno gastronomsko strategijo Slovenije
- Vzpostavitev tradicionalnega skupnega kulinaričnega festivala Okusi Škofjeloškega
- Krepitev obsega in kakovosti dopolnilne dejavnosti na kmetijah
- Osveščanje in promocija o trajnostni (lokalni, sezonski) gastronomiji:

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 03

ZELENA BREZOGLJIČNA DESTINACIJA:

Razširiti in okrepiti zelene in krožne rešitve v javno in poslovno prakso destinacije.

Projekti:

- Umik plastike za enkratno uporabo iz turizma
- Implementacija koncepta "Zelene pisarne" v javno upravo - turizem in širše občinske uprave in ključni zavodi
- Vzpostavitev ključnih destinacijskih prireditev po principih ZERO WASTE
- Vključitev občin Železniki in Žiri v Zeleno shemo slovenskega turizma
- Okrepitev zelene vrednosti na ravni ponudnikov
- Vzpostavitev sodelovanja zelenih ekip za sinergije in usklajevanje na področju trajnosti za celotno območje
- Okrepitev komuniciranja s turisti za odgovorno in obnašanje
- Aktivacija mladih za zelene rešitve
- Orodja za okrepitev sodelovanja lokalne skupnosti

FOKUSNO PODROČJE 01: RAZVOJ

UKREP 04

DVIG KAKOVOSTI IN ODPORNOSTI NA PODJETNIŠKI RAVNI:

Usmerjanje storitev in infrastrukture na podjetniški ravni (butičnost, trajnost, kakovost, digitalizacija).

Projekti – aktivnosti:

- Vzpostavitev stalnega specialističnega svetovanja podjetjem v turizmu na ravni razvojne agencije
- Uvedba spodbud, ki podpirajo načrtano strategijo vlaganj v krepitev obsega in še posebej nadgradnje kakovosti ponudbe na območju
- Priprava razdelanih smernic in priporočil za različne skupine deležnikov – ter njihova distribucija

UKREP 05

DIGITALIZACIJA TURIZMA:

Izboljšanje digitalnega okolja za povečanje stopnje digitalizacije turizma.

Projekti – aktivnosti:

- Načrt digitalizacije Škofjeloškega kot trajnostne turistične destinacije
- Aktivno vključevanje turizma v projekte pametnih skupnosti

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

KLJUČNI CILJ 02

Vzpostaviti prepoznavna destinacijska doživetja in okrepiti digitalno trženje pod skupno znamko, za **PREPOZNAVNEJŠE ŠKOFJELOŠKO..**

UKREPI (pregled, v nadaljevanju so opredeljeni projekti)

Podrobno
razdelani
ukrepi
POGLAVJE
7.2

- 1. OKREPITEV SKUPNE DESTINACIJSKE ZNAMKE:** Vzpostavitev skupne destinacijske znamke, njena okrepitev navznoter (do deležnikov) in navzven (na trgu) ter učinkovito upravljanje, kot temeljni predpogoj za skupno Škofjeloško.
- 2. DESTINACIJSKA 5-ZVEZDIČNA DOŽIVETJA:** Razvoj in vzpostavitev krovnega ter 4 destinacijskih 5-zvezdičnih doživetij.
- 3. KOMUNIKACIJSKI KONCEPT IN NADGRAJEVANJE SODOBNIH SKUPNIH ORODIJ ZA TRŽENJE:** Jasna komunikacijska strategija in visokokakovostna sodobna, redno osvežena trženjska infrastrukturna orodja v podporo vsebinskemu digitalnemu trženju.
- 4. OKREPITEV VSEBINSKEGA DIGITALNEGA (ODGOVORNEGA) TRŽENJA:** Združevanje promocijskih sredstev za okrepljeno in skupno digitalno vsebinsko trženje.
- 5. KOMUNIKACIJSKO-TRŽENJSKA NADGRADNJA SISTEMA TIC-ev:** Implementacija trženjsko nadgrajenega kreativnega koncepta skupne destinacije v mrežo TIC-ev.
- 6. REZERVACIJSKI SISTEM:** Pospeševanje direktnih rezervacij za bolj trajnostne poslovne modele.

KAZALNIKI (KPI-ji)	Vir	Leto	Izhodišče	2027
Število prenočitev	SURS	2019/ 2020	63.575/38.12 4	106.000*
Povprečna doba bivanja	SURS	2019	2,65	Ohranitev
Število vzpostavljenih doživetij po principih 5-zvezdičnih kriterijev (SUE)	RAS-TŠL	2021	0	5

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

UKREP 01

OKREPITEV SKUPNE DESTINACIJSKE ZNAMKE:

Prenova skupne destinacijske znamke, njena okrepitev navznoter (do deležnikov) in navzven (na trgu) ter učinkovito upravljanje, kot temeljni predpogoj za skupno destinacijo Škofjeloško.

Projekti – aktivnosti:

- SP: Prenova in uveljavitev skupne znamke:
 - Izvedba participativnega procesa opredelitve identitete in elementov prenovljene skupne znamke
 - Prenova znamke in priprava vseh potrebnih stalnic za njeno komunikacijo (brand book)
 - Upravljanje znamke:

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

UKREP 02

DESTINACIJSKA 5-ZVEZDIČNA DOŽIVETJA:

Razvoj in vzpostavitev krovnega ter 4 destinacijskih 5-zvezdičnih doživetij

Projekti – aktivnosti:

- Krovno 5* doživetje »Impresije Škofjeloškega«
- 5* doživetje Škofja Loka – pasijonska zgodba
- 5* doživetje Gorenja vas - Poljane – zgodba ljubezni
- 5* doživetje Železniki – klekljanje in kovaštvo
- 5* doživetje Žiri – čevljarstvo
- Samo-vodeno doživetje po Škofjeloškem
- Študijska potovanja za predstavitev in pospeševanje prodaje teh doživetij

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

UKREP 03

KOMUNIKACIJSKI KONCEPT IN

NADGRAJEVANJE SODOBNIH SKUPNIH ORODIJ ZA TRŽENJE:

Jasna komunikacijska strategija in visokokakovostna sodobna, redno osvežena trženjska infrastrukturna orodja v podporo vsebinskemu (digitalnemu) trženju.

Projekti – aktivnosti:

- Priprava komunikacijskega koncepta
- Pretvorba komunikacijskega koncepta v konkretne komunikacijske stalnice
- Skupna spletna stran
- Redne posodobitve in dopolnitve foto banke - krovne reprezentativne fotografije krajev/destinacij in produktov; tudi glede na različne letne čase
- Združitev oziroma optimizacija tiskanih publikacij
- Destinacijski časopis Škofjeloškega (pomlad-poletje in jesen-zima)

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

UKREP 04

OKREPITEV VSEBINSKEGA DIGITALNEGA (ODGOVORNEGA) TRŽENJA:

Združevanje promocijskih sredstev za okrepljeno in skupno digitalno vsebinsko trženje.

Projekti – aktivnosti:

- Priprava in implementacija letnih promocijskih načrtov:

Okrepljeno sodelovanje pri pripravi in izvajanju + optimizacija zdaj razdrobljenih aktivnosti

IZZIV: Razdrobljena komunikacija, orodja in promocija, ki se kljub skupni destinaciji izvaja preko več znamk, spletnih portalov, publikacij in aktivnosti na ravni občin.

OSREDNJA
TRŽENJSKO-
KOMUNIKACIJSKA
AKTIVNOST
ŠKOFJELOŠKEGA

FOKUSNO PODROČJE 02: TRŽENJE

UKREP 05

KOMUNIKACIJSKO-TRŽENJSKA NADGRADNJA SISTEMA TIC-EV:

Implementacija trženjsko nadgrajenega kreativnega koncepta skupne destinacije v mrežo TIC-ev.

Projekti – aktivnosti:

- Programsko nadgrajen skupen turistični informacijski center (TIC) v Škofji Loki
- Programske nadgradnje info točk/TIC-ev

UKREP 06

REZERVACIJSKI SISTEM:

Pospeševanje direktnih rezervacij za bolj trajnostne poslovne modele.

Projekti – aktivnosti:

- Spremljanje aktivnosti na področju rešitev na področju booking centrov in oblikovanje primerne rešitve za Škofjeloško

FOKUSNO PODROČJE 03: SODELOVALNO UPRAVLJANJE

KLJUČNI CILJ 03

Učinkovito združiti vire in vzpostaviti sistem skupnega in sodelovalnega upravljanja destinacije, za bolj **POVEZANO ŠKOFJELOŠKO**.

UKREPI (pregled, v nadaljevanju so opredeljene aktivnosti in projekti)

- VZPOSTAVITI SKUPNO SODELOVALNO UPRAVLJANJE DESTINACIJE:** Združiti kadrovske in finančne resurse in RAS-Turizem Škofja Loka vzpostaviti kot trdno, a dinamično platformo za upravljanje, vodenje in usklajevanje turizma na Škofjeloškem.
- UPRAVLJANJE PRODUKTOV:** Vzdrževanje skupne infrastrukture in aktivno upravljanje produktov, ki so že vzpostavljeni (kakovost, urejenost, vzdrževanje, digitalizacija, koordinacija ponudnikov, trženje).
- ZNANJE IN KADRI:** Zagotavljanje inovacijskega in kadrovskega potenciala na območju.
- UPRAVLJANJE TURISTIČNIH TOKOV IN NOSILNE ZMOGLJIVOSTI:** Zagotavljanje ravnotežja v distribuciji obiska
- OKREPITEV SODELOVANJA TURIZMA IN DRUŠTVENIH ORGANIZACIJ:** Vzpostavitev rednega in projektnega usklajevanja za večje sinergije pri razvoju in trženju.
- SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE:** Vzpostavi se redno spremljanje uspešnosti realizacije strategije, na osnovi opredeljenih kazalnikov.

Podrobno
razdelani
ukrepi
POGLAVJE
7.3

KAZALNIKI (KPI-ji)	Vir	Leto	Izhodišče	2027
Stabilno partnerstvo in aktivno sodelovanje	RAS	2021	4	4
Obseg stalnih virov financiranja v EUR/leto	RAS	2020	80.000 €	160.000 €
Ocena zadovoljstva prebivalcev s trajnostnim razvojem turizma (v okviru ZSST)	Občine	2022	Izvesti v 2022	Izvesti v 2027

FOKUSNO PODROČJE 03: SODELOVALNO UPRAVLJANJE

UKREP 01

VZPOSTAVITI SKUPNO SODELOVALNO UPRAVLJANJE DESTINACIJE:

Združiti kadrovske in finančne resurse in RAS-Turizem Škofja Loka vzpostaviti kot trdno, a dinamično platformo za upravljanje, vodenje in usklajevanje turizma na Škofjeloškem.

Projekti – aktivnosti:

- Redna operativna usklajevalna srečanja med vsemi 4 občinami – vzpostavitev stalne in aktivne destinacijske skupine ('Skupina turizem Škofjeloško' - STŠ) in zagon Strokovnega sveta RAS-TŠL
- Priprava in vsakoletna aktualizacija 5-partitne pogodbe o sodelovanju 4 občin v skupnem upravljavskem sistemu za področje turizma
- Priprava partnerskega koncepta sodelovanja in vzpostavitev 'Partnerskih mrež' po občinah
- Vodenje dialoga z deležniki na krovni ravni (MGRT, STO) za pridobitev samostojnega statusa »vodilne destinacije«
- Redna letna srečanja ponudnikov
- Vzpostavitev sodelovanja s SJA in Gorenjsko
- Redno vsebinsko usklajevanje z LAS loško podeželje:

FOKUSNO PODROČJE 03: SODELOVALNO UPRAVLJANJE

UKREP 02

UPRAVLJANJE PRODUKTOV:

Vzdrževanje skupne infrastrukture in aktivno upravljanje produktov, ki so že vzpostavljeni (kakovost, urejenost, digitalizacija, koordinacija ponudnikov, trženje).

Projekti – aktivnosti:

- Produktne delovne skupine kot temeljna produktna platforma
- Prezem produktov v upravljanje
- Razvoj projektov (in identificiranje razpisnih virov)

UKREP 03: ZNANJE IN KADRI:

Zagotavljanje inovacijskega in kadrovskega potenciala na območju.

Projekti – aktivnosti:

- Redni leti operativni načrt izobraževanj za deležnike in ponudnike Škofjeloškega
- Usposabljanje vodnikov
- Vključevanje mladih ustvarjalnih posameznikov v podporo start up iniciativam, povezanim z digitalizacijo, inoviranjem, designom, kreativno v turizmu:

FOKUSNO PODROČJE 03: SODELOVALNO UPRAVLJANJE

UKREP 04

UPRAVLJANJE TURISTIČNIH TOKOV IN NOSILNE ZMOGLJIVOSTI

Zagotavljanje ravnotežja v distribuciji obiska.

Projekti – aktivnosti:

- Partnerski zagon za upravljanje turističnih tokov na Jelovici
- SP: Priprava razvojnega načrta za identifikacijo točk obremenitve in potrebne infrastrukture – in njegova postopna implementacija
- Vzpostaviti avtomatizirane sisteme za spremljanje (štetje) obiska:

UKREP 05

OKREPITEV SODELOVANJA TURIZMA IN DRUŠTVENIH ORGANIZACIJ:

Vzpostavitev rednega in projektnega usklajevanja za večje sinergije pri razvoju in trženju med javnim, ne-vladnim in zasebnim sektorjem.

Projekti – aktivnosti:

- Na ravni občin se vzpostavi (ali tam, kjer je učinkovit in operativen, izboljša) reden sistem usklajevalnega delovanja, v drugi fazi pa se na ravni Škofjeloškega v partnerstvu s ključnimi društvenimi deležniki opredeli način sodelovanja. To postane temeljna poslovna praksa.

FOKUSNO PODROČJE 03: SODELOVALNO UPRAVLJANJE

UKREP 06

SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE:

Vzpostavi se redno spremljanje uspešnosti realizacije strategije, na osnovi opredeljenih kazalnikov.

Projekti – aktivnosti:

- Izvedba anket o zadovoljstvu obiskovalcev in prebivalcev s trajnostnim turizmom
- Redna letna evalvacija izvajanja strategije in temeljitejša vmesna evalvacija v letu 2024:

5. ORGANIZIRANOST IN IZVAJANJE (koncept in ukrepi opredeljeni v okviru platforme 03-SODELOVALNO UPRAVLJANJE)

TURISTIČNA ORGANIZIRANOST NA OBMOČJU

01

02

03

Funkcijsko RAS-TŠL deluje na treh fokusnih področjih delovanja – kot so opredeljena v okviru Razvojnega modela predmetne strategije, ob tem pa se RAS aktivno in učinkovito medsektorsko navezuje na povezana področja, ki jih primarno pokrivajo Občine (fokusno področje 04 – medsektorsko sodelovanje).

**TURIZEM
ŠKOFJA LOKA**

Za celotno ŠKOFJELOŠKO
(Gorenja vas-Poljane, Škofja
Loka, Železniki, Žiri)



**ZAVOD ZA
TURIZEM IN KULTURO
POLJANSKA DOLINA**

POLJANSKA DOLINA
Gorenja vas-Poljane



**JAVNI ZAVOD
RATITOVEC**

SELŠKA DOLINA
Železniki



04: Žiri: PREKO OBČINE in TD

UPRAVLJANJE DESTINACIJE ŠKOFJELOŠKO

Direktor RAS

Vodja turizem
RAS-TŠL

Sveti, skupine – strateško
usmerjanje in operativno delovanje

Strokovni svet
RAS-TŠL

SKUPINA TURIZEM
ŠKOFJELOŠKO – STŠ
(direktorji-predstavniki za turizem
Zavodi-Občine – mesečno
operativno usklajevanje)

ZELENE EKIPE
(koordinacija
preko STŠ platforme)

DELOVNE SKUPINE
Kultura | Zima
Pohodništvo | Kolesarjenje
+ po potrebi *ad hoc*/začasne

RAZVOJNA AGENCIJA SORA d.o.o.

TURIZEM ŠKOFJA LOKA (TŠL)
(DMMO v okviru RAS za celotno Škofjeloško)
(nosilec statusa vodilne destinacije STO-MGRT)

Osnova za izvajanje letnih programov dela
RAS-TŠL = 5 partitna pogodba TURIZEM

Javni zavod
za turizem in
kulturo
Poljanska
dolina

Turizem Škofja
Loka (predstavlja
občino Škofjo
Loko in
Škofjeloško)

Javni zavod
Ratitovec
- Železniki

Občina Žiri
(turizem se
pokriva v
okviru
projektov)

+ V skupino STŠ vključimo 1 do 2 predstavnika
civilnega sektorja (društev)

PARTNERSKE MREŽE PONUDNIKOV

Vzpostavljene in upravljane po občinah (osnova enotne partnerske
pogodbe o sodelovanju s ponudniki in drugimi deležniki) – navezava tudi
na ZSST platformo



USTANOVNI ČLANI
Občine
Gorenja vas – Poljane
Škofja Loka
Železniki
Žiri

Kvartalno poročanje
RAS-TŠL - TURIZEM

2021 ima TŠL 4 zaposlene
osebe
(vodja + 2 informatorja + 1
oseba razvoj in trženje)

Do 2025 potrebno dodatno
2 osebi
(tako da na
razvoju/produtih delata 2
osebi in 1 na trženju)

Letni program dela RAS-TŠL (usklajen v okviru STŠ in predstavljen na letnem srečanju vseh ponudnikov);
Letna evalvacija strategije + temeljita 2024

SPREMLJANJE IZVAJANJA

Za spremljanje izvajanja STŠ 2028 je zadolžen RAS-TŠL.
Vodstvo RAS-TŠL skupaj z letnim poročilom poroča tudi o uresničevanju STŠ 2028.

Ključni elementi spremljanja so:

- > Doseganje ciljev in kazalnikov uspešnosti.
- > Vsebinska uspešnost realizacije opredeljenih ukrepov/aktivnosti oziroma projektov.
- > Opredelitev odstopanj s predlogom za omilitev tveganj oziroma pospešitev izvajanja strategije v primeru večjih zaostankov.

VMESNA OCENA IZVAJANJA IN PREDLOG SPREMEMB

Na sredini obdobja izvajanja strategije (predvidoma konec leta 2024) se izdela bolj poglobljena vmesna ocena izvajanja in predlaga sprememba strategije, v kolikor je potrebna.

> Analiza tveganj
z omilitvenimi
ukrepi je v
dokumentu v
POGLAVJU 8.2