

Letni plan LTO Rogla-Zreče, GIZ

2018

KAZALO:

| | |
|--|---------|
| 1. Izhodišča..... | str.1 |
| 2. Vizija..... | str.1 |
| 3. Strategija turizma 2017-2021..... | str.2 |
| 4. Strateški cilji turizma 2017-2021..... | str.2 |
| 5. Izvajanje strategije turizma v letu 2018..... | str.5 |
| 6. Projekti za izvedbo strategije turizma v letu 2018..... | str.6 |
| 7. Oblikovanje, promocija in trženje turistične ponudbe.... | str.15 |
| 8. Vzdrževanje in izgradnja javne turistične infrastrukture. | str.16 |
| 9. Druge aktivnosti..... | str. 16 |
| 10. Finančni plan | str. 17 |
| 11. Zaključek | str. 17 |

Zreče, februar 2018

pripravili:

Domen Vogelsang

Valerija Lajhar

Samo Pokorn

1. IZHODIŠČA

- Predlog Zakona o spodbujanju razvoja turizma,
- Zakon o gospodarskih družbah,
- Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021;
- Dolgoročni viziji in strategiji razvoja Občine Zreče,
- Proračunu občine Zreče 2018,
- Pogodba o ustanovitvi GIZ,
- Program dela in aktivnosti GIZ-a za l. 2017
- Načrt razvoja in trženja turizma občine Zreče in v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021
- Plan aktivnosti za izvedbo Načrta razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje za l. 2018.

2. VIZIJA

V letu 2021 je občina Zreče na področju turizma prepoznana kot konkurenčna, zelena, ekološka, dostopna¹, domačna, gostoljubna in celovito povezana destinacija z visoko kakovostjo bivanja ter kreativnim okoljem za delo in oddih.

Visokokakovostni turistični programi zdravja in dobrega počutja, ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (srednjegorska klima, termalna voda in pohorska šota), aktivnih počitnic, poslovnih druženj ter priprav vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju, ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno ter živo dediščino in obrtjo, gradijo ugled in prepoznavnost območja Pohorja ob optimalni lokalni samooskrbi.

3. STRATEGIJA TURIZMA 2017-2021

Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v občini Zreče 2017-2021



Model razvoja in trženja turizma v OZ

Ukrepi na področju razvoja TURIZEM KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST

- GU1 - Nadgradnja aktivnosti TIC-a Zreče z izpostavo v Vitanju
- GU2 - Nadgradnja sistema digitalnega trženja
- GU3 - Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe
- GU4 - Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu
- GU5 - Spodbujena lokalna oskrba in nadgradnja sistema KTZ OR – učinkovito povezani turistični idc. ponudniki
- GU6 - Kakovostna in raznolika gostinska idc. dejavnost – prehrana, nočitev, vinogradništvo, sadjarstvo, rokodelstvo, zabava
- GU7 - Nadgradnja rekreacijske, izkustvene kulturne in splošne infrastrukture

Ukrepi na področju trženja TRŽENJE IN KAKOVOST ŽIVLJENJA

- KŽU1 - Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja – komuniciranje z nadgrajeno destinacijsko znamko
- KŽU2 - Trženje in prodaja ponudbe s KTZ OR
- KŽU3 - Trženje in prodaja programov vzpostavljenih doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju
- KŽU4 - Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb – dnevi odprtih vrat
- KŽU5 - Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju
- KŽU6 - Vzpostavljena in tržena ponudba drugih doživetij za domačine in obiskovalce
- KŽU7 - Celovito tržena turistična infrastrukture

4. STRATEŠKI CILJI TURIZMA 2017-2021

Strateški razvojni cilji na področju turizma v obdobju 2017-2021 v občini Zreče

| | |
|------------|--|
| C1 | Organizirano vzpostavljena turistična ponudba občine in širše destinacije s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi in komuniciranjem z javnostmi – <i>destinacijska management organizacija.(DMO)</i> |
| C2 | <i>Zelena destinacija</i> z vzpostavljenim atraktivnim parkom narave, lokalno oskrbno verigo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), ekološkimi tržnicami in delikatesami, programom ekoloških dogodkov (zeleni piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo. |
| C3 | Prepoznana <i>zdraviliško-velneška ter športno atraktivna destinacija</i> za priprave vrhunskih športnikov in rekreativcev z odlično infrastrukturo. |
| C4 | Ponudbo doživetij nadgrajena z <i>raznolikimi doživljajskimi namestitvenimi kapacitetami ter bivanjem v naravnem okolju</i> (npr. hiške na drevesih, ekološki idr. kampi, tudi invalidom primerne nastanitve). |
| C5 | Kakovostno <i>usposobljeni kadri</i> , ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in kolektivno tržno znamko ter s skupnim nastopanjem krepijo prepoznavnost destinacije. |
| C6 | <i>Lokalna pripadnost in zaupanje med deležniki destinacije</i> (prenos tihega znanja), ki kakovostno živijo in z vzgledom pritegnejo k obisku. |
| C7 | <i>Prepoznavne tradicionalne prireditve in dogodki</i> (na področjih kulture, športa idr.) z <i>lokalno dodano vrednostjo in sodelovanjem raznolikih društev</i> , pritegnejo občane in obiskovalce z dopadljivimi potenciali destinacije. |
| C8 | <i>Zagotovljene naložbe v infrastrukturo in turizem</i> (kulturna in naravna dediščina, športno-turistična infrastruktura, turistično prometna infrastruktura, nastanitvena infrastruktura, doživljajska infrastruktura, komunikacijsko-informacijska infrastruktura). |
| C9 | <i>Skrb za nenehno inovativnost in kreativnost</i> celovito povezane kakovostne ponudbe - poglobljenih doživetij, ki vplivajo na zadovoljstvo obiskovalcev, njihovo daljše bivanje v destinaciji in rast potrošnje. |
| C10 | <i>Razvoj kakovostne gastronomske ponudbe za različne ciljne skupine gostov</i> (npr. vegetarijanska prehrana in intolerance). |

Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v obdobju 2017-2021 v občini Zreče

| | |
|-----------|--|
| C1 | <i>Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko</i> , ki nagovarja družine z aktivnim življenjskim slogom, rekreativce in vrhunske športnike na Rogli ter ljudi z zdravim življenjskim slogom v Termah Zreče, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih ter odlični gastronomiji in lokalnih produktih na območju širše destinacije. |
| C2 | <i>Destinacijska tržna znamka zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti</i> s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo. |

| | |
|-----------|---|
| C3 | <i>Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in v socialnih omrežjih ipd. za večje povpraševanje.</i> |
| C4 | <i>Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja - skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA,), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd.</i> |
| C5 | <i>Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe z blagovno znamko Okusi Rogle - rastoča prodaja produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena.</i> |
| C6 | <i>Razvoj konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne ter žive dediščine za izbrane ciljne skupine - poslovni inkubatorji.</i> |
| C7 | <i>Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste in vzpostavljenim sistemom zvestobe turistov - zadovoljnih gostov, ki se vračajo - rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov in v destinaciji bivajo dlje časa.</i> |
| C8 | <i>Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalne prireditve, ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in vključeni v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku.</i> |
| C9 | <i>Nadgraditi promocijske aktivnosti na domačem in mednarodnih trgih.</i> |

Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017-2021

| | |
|------------|---|
| C1 | <i>2 odstotna letna rast števila stacionarnih gostov, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (66.050) → (74.400 – leta 2021)</i> |
| C2 | <i>3 odstotna rast nočitev glede na leto 2015 (238.334), predvsem iz mednarodnega okolja → (284.600 – leta 2021)</i> |
| C3 | <i>Zmanjšanje odvisnosti od sezonskih mesecev, da bi se rast nočitev povečala v obdobju mrtvih mesecev (november, marec)</i> |
| C4 | <i>Podaljšanje dobe bivanja iz 3,6 v letu 2015 → (3,8 - leta 2021)</i> |
| C5 | <i>Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (1934 leta 2014) iz 33,76 odstotkov leta 2015 → (40 odstotkov - leta 2021)</i> |
| C6 | <i>3 odstotna letna rast števila dnevnih turistov iz 450.000 leta 2015 → (537.000 – leta 2021)</i> |
| C7 | <i>Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 5% na leto (iz 20 poleti oz. 32 EUR pozimi → 27 oz. 43 EUR - leta 2021) in stacionarnega gosta za 4% na leto glede na 2015 (iz 70 EUR poleti in 80 EUR pozimi → 88 oz. 100 EUR -leta 2021)</i> |
| C8 | <i>Dvig kakovosti ter raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet (1934 ležišč leta 2014) → (2.100 – leta 2021)</i> |
| C9 | <i>20 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko LTO-ja glede na leto 2015 (12) → (35 - leta 2021)</i> |
| C10 | <i>Opredelitev rasti obiska turistov iz ključnih tržišč:</i> |

| | |
|------------|---|
| | glavnina gostov prihaja iz Slovenije gosti iz mednarodnih trgov: <ul style="list-style-type: none"> - poleti na Rogli - države bivše Jugoslavije, Madžarska, Benelux; - Terme Zreče celo leto - države bivše Jugoslavije, Madžarska (v času zime), Nemčija, Italija, Avstrija in Ruska federacija; - Potencialni mednarodni trgi – države srednje in vzhodne Evrope (Češka, Slovaška, Poljska), Zalivske države (vrhunski šport) in države iz Skandinavije |
| C11 | <i>5 odstotna letna rast števila smučarjev na Rogli – 185.000 leta 2015 → (250.000 – leta 2021)</i> |
| C12 | <i>3 odstotna letna rast števila kopalcev v Termah Zreče – 142.183 leta 2015 → (169.800 – leta 2021)</i> |
| C13 | <i>3 odstotna letna rast števila obiskovalcev tradicionalnih prireditev:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Praznik pohorskega lonca - 1.500 obiskovalcev leta 2015 → (1.800 obiskovalcev – leta 2021) - Ropotanje v starih Zrečah – 700 obiskovalcev leta 2015 → (850 obiskovalcev – leta 2021) - Martinovanje - 100 obiskovalcev leta 2015 → (120 obiskovalcev – leta 2021) |

5. IZVAJANJE STRATEGIJE TURIZMA v letu 2018

Strategija turizma v letu 2018 zajema izvajanje razvojnih in trženjskih dejavnosti.

RAZVOJ; Turizem kot gospodarska dejavnost

DMMO; vzpostavitev TIC-ov, skupna INFO platforma, usposabljanje kadrov za enotno delovanje.

Nadgradnja sistema digitalnega trženja; upravljanje in nadgradnja destinacijske spletne strani in FB profila, zagon INSTAGRAM profila, izvajanje digitalnega marketinga, izdajanje digitalnih in klasičnih promocijskih materialov.

Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe; usposabljanje kolesarskih in planinskih vodnikov v sodelovanju z PD.

Usposabljanje zaposlenih na kmetijah, pri rokodelcih; delavnice za zainteresirane skupine.

Spodbujanje lokalne oskrbe in nadgradnja sistema BZ Okusi Rogle; učinkovita povezava in dopolnitev turističnih, kmetijskih in rokodelskih ponudnikov.

Kakovostna in raznolika gostinska in druga turistično-ponudbena dejavnost; spodbujanje nadgradnje izkustvene ponudbe, inovativnih izdelkov, doživljajske zgodbe, certifikati, izobraževanja in usposabljanja, primeri dobrih praks.

Nadgradnja turistične infrastrukture; splošna, športno-rekreativna, kulturna, izkustvena, ipd..

TRŽENJE; Trženje in kakovost življenja

Vzpostavljanje strateškega in operativnega trženja; sejemski nastopi, študijske ture, uporaba digitalnih oglaševalskih kanalov, pametna kartica, fototeka in video teka, usklajena baza podatkov za obveščanje,

uporaba klasičnih medijev, kanalov združenj, nadgradnja rezervacijskega sistema, vzpostavitev spletne trgovine, nadgradnja skupnih destinacijskih dogodkov

Trženje in prodaja ponudbe BZ Okusi Rogle; pravilniki, vzpostavitev sistema kakovosti produktov, celostna grafična podoba, vzpostavitev mreže ponudnikov in prodajnih mest, promocija

Trženje in prodaja programov vzpostavljanja doživljajske infrastrukture v naravnem okolju;

Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb; dnevi odprtih vrat, publikacije, sejmi in dogodki

Trženi dogodki in prireditve na destinacijskem nivoju; povezovanje in nadgradnja obstoječih (občani, obiskovalci in turisti)

Vzpostavitev in trženje ponudbe doživetij za posamezne ciljne skupine; občani, obiskovalci in turisti.

Celovito tržena turistična infrastruktura; poslovni dogovori, oblikovanje paketne doživljajske ponudbe, dnevi odprtih vrat.

6. PROJEKTI ZA IZVEDBO STRATEGIJE TURIZMA v letu 2018

6.1. DMMO Destination management marketing organization

DMMO je krovna organizacija, ki upravlja turistično ponudbo na destinaciji. Skrbi za mreženje, partnerstvo in soorganiziranost destinacije ter za usklajeno, sistematično in celovito promocijo destinacije.

Pravila destinacijskega managementa:

- I. RAZISKOVANJE TRGA
- II. JASNE SKUPNE VIZIJE IN STRATEGIJE
- III. KRITIČNA MASA
- IV. DOBRA ORGANIZACIJA
- V. AKTIVNI MEDSEBOJNI ODNOSI
- VI. MOČNE ZNAMKE
- VII. PR ZGODBA
- VIII. DOTAKNIMO SE SRCA LJUDI
- IX. ZAOKROŽENOST
- X. EDINSTVENOST
- XI. URESNIČEVANJE OBLJUB
- XII. INOVATIVNOST
- XIII. DRUŽBENA ODGOVORNOST
- XIV. MOČNI VODITELJI
- XV. MEDNARODNI BENCHMARKING

V prihajajočem letu želimo napraviti nadaljnje korake pri vzpostavitvi destinacijskega DMMO, katere statusna oblika, sedež, članstvo, naloge ter njeno materialno in finančno stanje bo v veliki meri odvisno od (ne)uspešnosti izvedbe določenih projektov ter dogovorov na nivoju lokalnih skupnosti, ob upoštevanju mnenja Uniturja d.o.o in ostalih turističnih subjektov.

Statusni temelj DMMO je LTO Rogla-Zreče, GIZ, ki se bo na podlagi sporazumov dopolnjeval s ostalimi gospodarskimi subjekti in zainteresiranimi subjekti lokalnih skupnosti, v katerih bodo urejene pravice in obveznosti na področju finančnih, materialnih ter človeških virov.

Možno je, da DMMO lociramo na Rogli, s čimer bi poleg klasične funkcije destinacijskega upravljanja izvajali še soupravljanje projekta Hoja med Krošnjami, funkcijo TIC-a za širše območje Rogle ter soupravljali Hotel Natura, predvsem v delu upravljanja doživljajskih aktivnosti na prostem skozi celo leto.

Do popolne vzpostavitve DMMO je model razvoja in trženja DRP 2017-2021 opredeljen s štirimi centri, in sicer s centrom doživetij, centrom z raziskave in razvoj, centrom za kakovost in okuse Rogle ter s centrom za strateško in operativno trženje. Predlog za l. 2018 je, da se kakovost pridruži centru za razvoj in raziskave in da oblikujemo center za rokodelstvo in okuse Rogle.

Občine destinacije tudi v l. 2018 zagotavljajo 40.000 € dodatnih sredstev za turistično dejavnost, ki ga želimo oplemenititi s sredstvi iz razpisov, ki jih pričakujemo v l. 2018.

V začetku l. 2018 se bodo centri »prevetrili« s članstvom, tako da bo posamezni center štel 5-10 aktivnih članov. Za posamezne projekte pa bomo vključevali tudi osebe s specifičnimi znanji.

| | Center doživetij | Center raziskave in razvoj | Center za kakovost in OR | Center za S in O trženje |
|----|----------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | Tjaša Kangler | Barbara Soršak | Tadeja Waldhuber | Simona Kalan |
| 2 | Tina T. Kovačič | Aleš Slapar | Robert Kejžar | ZLATI GRIČ |
| 3 | Karmen Vodovnik | Domen Vogelsang | Andreja M. Kavc | Urška T. Planinšek |
| 4 | Jerneja R. Levart | Andrej Arbajter | Sandi Lužnik | Vojko Korošec |
| 5 | Aleksandra Boldin | Marjan Korošec | Marinka Kovše | Tjaša Kangler |
| 6 | Petra B. Mauh | Klara Š. Korošec | Milena Slatinek | Domen Vogelsang |
| 7 | Izidor Fijavž | Tjaša Kangler | Branko Založnik | Izidor Fijavž |
| 8 | Romana Holobar | Renata Klančnik | Drago Iršič | Irena Cehtl |
| 9 | Ilona Stermecki | Petra Gregorc | Romana Holobar | Ilona Stermecki |
| 10 | Stanka Čoh | Erika K. Jasič | Irena Cehtl | Tadeja Waldhuber |
| 11 | Mojca Šonc | Barbara Marzidovšek | Anja Obrul | Jasmina Črešnar |
| 12 | Domen Vogelsang | Drago Iršič | Vilma Topolšek | |
| 13 | Marija Perklič | Beno Šonc | Domen Vogelsang | |
| 14 | | Sandra M. | Simon Črešnar | |
| 15 | | Breda O. Preskar | Jerneja Visočnik | |
| 16 | | Milena Slatinek | Društvo kmetič Zarja | |
| 17 | | Predstavniki MCDD | | |
| 18 | | | | |



| | Center doživetij | Center raziskave in razvoj | Center za kakovost in OR | Center za S in O trženje |
|----|--|--|---|---|
| 1 | DESTINACIJSKE TRADICIONALNE PRIREDITVE IN DOGODKI | DMMO IN MREŽA TIC-ov destinacije; Usposabljanje kadrov | PROJEKT »UŽIJ OKUSE ROGLE« | DIGITALNO KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA DRP (promocija in trženje glede na ciljne skupine in ciljne trge ter glavne produkte, lokalni ambasadorji, interaktivna spletna stran, trženje preko socialnih omrežij... |
| 2 | DNEVI ODPRTIH VRAT & POLETNA DOŽIVETJA | INTERAKTIVNA SPLETNA STRAN + VIPANO | KULINARIČNE POTI IN VINSKE POTI | VZPOSTAVITEV DIGITALNEGA TRŽENJA IN REZERVACIJSKEGA SISTEMA |
| 3 | TEMATSKE POTI | SKUPNA PLATFORMA | KULINARIČNE TOČKE DESTINACIJE | CELOVITO TRŽENA TURISTIČNA INFRASTRUKTURA |
| 4 | VIRTUALNA RESNIČNOST (ITP – »DESTINACIJA ROGLA-POHORJE NA DOTIK) | KARTICA UGODNOSTI (pametna kartica) | KULINARIČNI VODNIK IN PROMOCIJSKA BROŠURA | PROMOCIJSKI MATERIALI IN KLASIČNO OGLAŠEVANJE |
| 5 | ESCAPE ROOM | ZELENA SHEMA Priprava na 2019 | VZPOSTAVITEV PRODAJNIH MEST in MREŽE PONUDNIKOV OKUSI ROGLE | PONUDBE ZA ZAKLJUČENE SKUPINE |
| 6 | KULTURA – Evropsko leto kulturne dediščine | INTEGRALNI TURISTIČNI PRODUKT | OCENJEVANJA ZA PRIDOBITEV ZNAKA KAKOVOSTI »OKUSI ROGLE« | PONUDBA ZA DOSTOPNI TURIZEM |
| 7 | APIITERAPIJA (20. maj- Svetovni dan čebel) | TUR-INFOMAT | TURIZEM NA KMETIJAH | RADIO ROGLA |
| 8 | POHODNIŠTVO IN KOLESARSTVO | STO; VODILNA DESTINACIJA | IZOBRAŽEVANJE TURISTIČNIH SUBJEKTOV | DESTINACIJSKI ČASOPIS |
| 9 | (BREZPLAČNI) VODENI OGLEDI PO DESTINACIJI | IMPLEMENTACIJA STRATEGIJE TRAJNOSTNI RASTI SLOVENSKEGA TURIZMA IN ZAKONA O TURIZMU | KULINARIČNE PRIREDITVE | SEJMI IN DRUGI PROMOCIJSKI DOGODKI |
| 10 | | PODPORA LOKALNI SKUPNOSTI | | SLOVENIJA HODI |

6.2. DIGITALNA STRATEGIJA DESTINACIJE

Upad obiska na spletni strani www.destinacija-rogla.si je bil jasen signal, da je potrebna sprememba. Ob koncu leta 2016 smo se lotili posodobitve spletne strani, ki je danes sodobna in prijazna uporabnikom ter je primerna tudi za pametne telefone in tablične računalnike. V letu 2017 se posodabljanje spletne strani nadaljuje, vendar smo ugotovili, da potrebujemo za doseganje optimalnih učinkov z danimi sredstvi pristopiti k izvedbi **Digitalne komunikacijske strategije destinacije Rogla-Pohorje 2018-2021**, ki bo vsebovala:

- Poslovne in komunikacijske cilje.
- Analizo obstoječega stanja in trga.
- Določiti ciljno publiko in ključne deležnike, ki opredeljuje ciljne skupine in ključne trge.
- Opredeliti vsebinsko strategijo po produktih in po medijih.
- Določiti izbor digitalnih medijev, njihovo povezovanje in definiranje uporabniških poti.
- Definirati merjenje učinkov in časovni načrt ter sestaviti kadre, organizacijo in procese za optimalno izvajanje strategije
- Opredelitev finančnih in materialnih resursov ter priprava finančnega načrta.

Predvideni sejmi & borze 2018

| DOGODEK | NOSILEC | IZVAJALEC |
|--|-----------------------------------|------------------------|
| JANUAR | | |
| Ferienmesse, Dunaj | STO | Unitur Turizem |
| Ferienmesse, Zwickau | Messe Zwickau | Unitur Turizem |
| Fahrrad & Erlebnis Reisen mit Wandern, Stuttgart | GIZ P&K | Unitur Turizem |
| CMT Stuttgart, AAT | GIZ P&K | GIZ P&K, Unior Turizem |
| EXPO BRATISLAVA | Vinofeel | Vinofeel |
| Dresden markt, Dresden | Ortec Messe | Unitur Turizem |
| | | |
| FEBRUAR | | |
| NATOUR ALPE ADRIA | RDO DC | RDO DC IN člani LTO |
| Reiseboerse, Regensburg | Reisebörsen & Touristik Marketing | Unior Turizem |
| IMTM, Tel Aviv | STO | Unior Turizem |
| Fiets en Wandelbeurs, Utrecht | GIZ P&K | GIZ P&K |
| Outdoorshow London, AAT | GIZ P&K | GIZ P&K |
| FREE Muenchen | STO | Unior Turizem |
| IFT, Beograd | STO | Unior Turizem |
| Liberamente, Ferrara | STO Milano | Unior Turizem |
| | | |
| MAREC | | |
| ITB, Berlin | STO | Unior Turizem |
| 2. FESTIVAL ROSE VIN IN PENIN, MB | Vinofeel in STO | VinoFEEL |
| FSB, Udine | STO Milano | Unior Turizem |
| MITT, Moskva | STO | Unior Turizem |
| PLACE2GO, Zagreb | RDO DC | RDO DC IN LTO |
| Salun du Randenneurs Lyon, AAT | GIZ P&K | GIZ P&K |
| DOGODEK | NOSILEC | IZVAJALEC |
| APRIL | | |

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Argust Bike Dunaj, pult | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| Ferienmesse, Klagenfurt | STO | Unior Turizem |
| RDA Workshop, Friedrichshafen | RDA-Workshop Touristik-Service | Unior Turizem |
| | | |
| MAJ | | |
| SIW | STO IN RDO DC | Unior Turizem |
| Dnevi SLO turizma ZG | STO IN RDO DC | RDO DC in LTO |
| Dan odprtih vrat EU, Washington | Vinofeel in STO | VinoFEEL |
| EXPO PRAGA | Vinofeel in STO | VinoFEEL |
| | | |
| JUNIJ | | |
| VINSKA POT LJUBLJANA | RDO DC | RDO DC in LTO |
| PRIMORSKI SEJEM | RDO DC | RDO DC in LTO |
| EXPO PRAGA | Vinofeel in STO | VinoFEEL |
| | | |
| JULIJ | | |
| RDA Workshop, Koeln | RDA-Workshop Touristik-Service | Unior Turizem |
| Bike fest Willingen | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| | | |
| AVGUST | | |
| Eurobike, Fridrichafen | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| | | |
| SEPTEMBER | | |
| <i>DOGODEK</i> | <i>NOSILEC</i> | <i>IZVAJALEC</i> |
| TOUR NATOUR DUESSELDORF, AAT | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| MEDNARODNI OBRTNI SEJEM CELJE | RDO DC | RDO DC in LTO |
| SLADKA ISTRRA, KOPER | RDO DC | RDO DC in LTO |
| EXPO BICI PADOVA | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| GRAZ AUFSTEIERN | RDO DC | RDO DC in LTO |
| GUSTI DI FRONTIERA, Gorizia | STO Milano/ RDO DC | RDO DC in LTO |
| | | |
| OKTOBER | | |
| BARCOLANA, TRST | RDO DC | RDO DC in LTO |
| FESTIVAL 3ŽO, Ljubljana | RDO DC | RDO DC in LTO |
| ALPIN TAG KOELN | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |
| | | |
| NOVEMBER | | |
| NARAVA & ZDRAVJE, Ljubljana | RDO DC | RDO DC in LTO |
| VINSKA POT LJUBLJANA | RDO DC | RDO DC in LTO |
| ALPIN TAG KOELN | STO IN GIZ P&K | GIZ P&K |

Koordinacija ter vodenje prireditev in dogodkov

Poleg soupravljanja prireditev in dogodkov v občini Zreče želimo v l. 2018 sodelovati pri destinacijskih prireditvah, ki imajo tudi širši promocijski in trženjski pomen za destinacijo Rogla-Pohorje, in sicer:

- Dan DRP na snegu 2018
- 24. Kolesarski dirki po Sloveniji 2018; v fazi dogovarjana
- Skok na Roglo 2018; obogatiti dogodek s vikend kolesarskim dogajanjem
- Slovenija hodi; Destinacija Rogla hodi 2018; Promocija aktivnega življenja.
- Konjiški maraton 2018; Sooblikovati že sedaj odmevno prireditev.
- Sodelovanje pri večjih prireditvah v vseh občinah destinacije (Jurjevanje, Holcerija, Ropotanje v starih Zrečah, praznik občine Oplotnica, Martinovanje)
- Sodelovanje pri poletnih prireditvah na Rogli, v sodelovanju z UT ter lokalnimi ponudniki
- Tekmovanje Entente Florale 2018
- Dan planinskih doživetij (Zbor planincev Slovenije) na Rogli 2018
- REKREATUR (rekreativna kolesarska prireditev) 2018

Katalogi in publikacije

V prihajajočem letu predvidevamo posodobitev in ponatis vodnikov destinacije v SLO, NEM in ANG jeziku.

Izdelava kolesarske karte destinacije.

Posodobitev kataloga ponudnikov.

Izdelava destinacijskega časopisa.

Sodelovanje v brošuri Slovenija hodi.

Izdelava publikacije Poletna doživetja namenjena dnevu odprtih vrat pri manjših ponudnikih.

Ponatis Kulinarične poti.

V projektu CLLD, Užij okuse Rogle pa je vključena tudi izdaja kulinaričnega vodnika destinacije.

Ponatis slovenskega kolesarskega kataloga.

Nadaljevali bomo s oglaševanjem na »jumbo« plakatih v Slov. Konjicah, Vitanju in Zrečah ter poskusili zagotoviti oglaševanje tudi v občini Oplotnica.

V skladu z možnostmi in v dogovoru bomo objavljali promocijske oglase v tiskanih medijih ter se pojavljali tudi na radiu in televiziji.

V l. 2018 želimo nadaljevati s pridobivanjem oz. oblikovanjem »slikoteke« destinacije, s obogatitvijo You tube kanala destinacije ter k rednemu objavljanju Instagram profila destinacije.

6.3. RAZPISI

1. Naziv Operacije: TUR-INFOMAT – Inovativno informiranje ranljivih skupin v urbanih Območjih (nosilec projekta); CLLD

Izdelava informacijskih interaktivnih postaj, ki bodo 24 ur omogočale dostop do informacij javnega značaja, s poudarkom na turističnih vsebinah, za občane, obiskovalce in turiste ter bodo tudi dostopni za ranljive skupine. V fazi izvajanja.

Predračunska vrednost operacije: 57.668,98 € oz. 11.792, 00 € za LTO Rogla-Zreče, GIZ

Pričakovana višina sofinanciranja: 38.668,98 € oz. 80 % od upravičenih stroškov 10.054,00 €, kar znaša 8.043,20 €.

Predvideni datum začetka izvajanja operacije: 1. 10. 2017

Predviden čas trajanja: 13 mesecev

2. VZTRAJNO NA POTI TRAJNOSTI (partner projekta); CLLD

Vsebinsko in finančno sodelovanje pri projektu, v skupni vrednosti 15.035,93 €.

Upravičeni stroški LTO Rogla-Zreče, GIZ 1.305,60 €, sofinanciranje v višini 1.044,48 € ter lastna sredstva v višini 261,12 €. V pričakovanju potrditve projekta.

3. DRUŽI NAS VLAK POD POHORJEM (partner); CLLD

Vsebinsko sodelovanje pri projektu, v skupni vrednosti 83.275,18 € in LTO Rogla-Zreče, GIZ nima finančnih obveznosti. V pričakovanju potrditve projekta.

4. INTERREG SLO-HR: PREHISTORY ADVENTURE IN DEDIŠČINA S KOLESOM NA TRAJNOSTNO DOSTOPNIH POTEH

Vsebinsko sodelovanje pri projektih, brez finančnih obveznosti s strani LTO Rogla-Zreče, GIZ., .

PRIČAKOVANI RAZPISI:

1. Javni razpis za sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji.

Vrednost razpisa 3,3 milijona €. Za 34 vodilnih destinacij.

Do 80 % upravičenih stroškov iz kohezijske regije Vzhodna Slovenija.

Namen: Dinamično in konkurenčno podjetništvo za zeleno gospodarsko rast; razvoj in izvajanje novih poslovnih modelov za MSP.

V postopku prijave na razpis.

2. ZAGON TURISTIČNIH KOOPERATIV (MGRT); razpis se pričakuje spomladi 2018.

3. V okviru LAS bosta izvedena razpisa v februarju in v jeseni ter skupni razpisi LAS-ov, kjer je možno prijavljati tudi projekte s področja turizma.

6.4. OKUSI ROGLE

Naziv Operacije: UŽIJ OKUSE ROGLE – Nadgradnja razvoja in trženja blagovne znamke Okusi Rogle

Predračunska vrednost operacije: 27.246,55 € oz. 6.963,40 € za LTO Rogla-Zreče, GIZ

Pričakovana višina sofinanciranja: 24.463,91 € oz. 6.313,15 € za LTO Rogla-Zreče, GIZ; 5.366,18 € sofinanciranja in 1.597,22 € lastnega deleža.

Predvideni datum začetka izvajanja operacije: 1. 3. 2018

Predviden čas trajanja: 15 mesecev

Projekt je v fazi izvedbe.

Projekt je nadaljevanje začetega projekta podjetja UNIOR d.d., Program Turizem v letu 2013 skupaj z LTO Rogla – Zreče in Društvom Zarja. V letu 2014 je bilo uspešno izvedeno tudi ocenjevanje in dodelitev certifikatov blagovne znamke. Trenutno ima 33 ponudnikov 127 izdelkov z znakom Okusi Rogle. Trenutno so aktivnosti v mirovanju, ker se čaka razplet razpisa CLLD, Užij okuse Rogle, saj se aktivnosti lahko začnejo šele, ko imamo razpis potrjen.

V letu 2018 se predvidevajo sledeče aktivnosti:

- Opredelitev statusa nosilcev znaka Okusi Rogla, znotraj LTO Rogla-Zreče, GIZ
- V pripravi je izdelava pravilnikov.
- Opredeliti prireditve in sejemske dogodke in v katere bodo vključeni OR in način njihove vključitve.
- Vzpostavitev rednega sistema ocenjevanja novih in obstoječih artiklov, ter razglasitev rezultatov ocenjevanja prireditvev Praznik pohorskega lonca in Praznik goveje juhe s vzporedno izvedbo tržnice ponudnikov BZ OR.

- Ter izvesti ostale cilje v skladu z cilji prijavljene operacije na razpisu CLLD, kot so oblikovanje kratkih prehranskih verig, izvajanje prodajnih aktivnosti, spodbujanje proizvodnje lokalnih dobrin, ipd...

6.5. SODELOVANJE Z RAZLIČNIMI DELEŽNIKI

STO IN MGRT; Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021

S sprejetjem nacionalnega dokumenta Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 je tudi na nacionalni ravni postavljena vizija turizma s cilji in strategijami za njihovo izvedbo. Razvojna strategija opredeljuje šest (6) ključnih politik, in sicer

- Nova organiziranost; makro destinacije in turistični produkti.
- Institucionalni in pravni okviri.
- Namestitve, turistična infrastruktura in naložbe.
- Kadri v turizmu.
- Prostor, naravni in kulturni viri.
- Mala in srednje velika podjetja.
-

Za izvedbo šestih (6) politik je predvidenih 75 ukrepov.

Naša naloga je, da aktivno in učinkovito sodelujemo pri izvajanju ukrepov z namenom čim hitrejšega in uspešnejšega turističnega in gospodarskega razvoja naše destinacije. Potrebno bo usklajeno delovanje vseh lokalnih subjektov destinacije, ki vplivajo na področje turizma tako v odnosu do Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, kot tudi do Slovenske turistične organizacije.

Naša destinacije je umeščena v Alpsko Slovenijo, kjer je ena izmed 10 vodilnih destinacij. Predstavniki destinacije v našem primeru je LTO Rogla-Zreče, GIZ, preko katerega potekajo vse informacije in komunikacije s nacionalnega nivoja.

Zaradi Term v Zrečah pa je naša destinacija (kot edina) vpeta tudi v delovanje in aktivnosti Termalno Panonske Slovenije.

Zakon o spodbujanju turizma

Skupaj z lokalnimi skupnostmi in turistično-gospodarskimi subjekti destinacije bomo morali, v navezi z nacionalnimi organizacijami in službami, smiselno in celovito implementirati Zakon o spodbujanju razvoju turizma v lokalno okolje. Zainteresirano javnost pa bo potrebno tudi pravočasno obveščati o spremembah in novostih, ki jih zakon prinaša.

Zelena in trajnostno naravnana TURISTIČNA DESTINACIJA ROGLA-POHORJE

Na področju zelenega in trajnostnega značaja destinacije je l. 2018 pripravljalo leto za vstop celotne destinacije v Zeleno shemo slovenskega turizma, ki nas čaka v l. 2019.

Tudi v l. 2018 nadaljujemo spodbujanje družbeno odgovornega ravnanja na področju turizma, ki smo ga pričeli v preteklosti s pridobitvijo znaka silver Green destination. Želimo si nadaljevanja vstopa ponudnikov v Zeleno shemo slovenskega turizma.

Z aktivnim delovanjem v **Konzorciju Green Slovenia**, želimo poleg dodatnih promocijskih možnosti tudi pridobiti smernice za oblikovanje vedno bolj iskanih zelenih, po meri ponujenih doživetij za različne ciljne skupine, ki prinašajo višjo dodano vrednost hkrati pa imajo tudi višje zahteve glede kakovosti ponudbe.

Vzbuditi pripravljenost k pristopu k ZERO WASTE konceptu (Bistvo koncepta Zero Waste (brez odpadkov) je, da skuša zajeti čim več surovin v odpadkih in jih preko recikliranja vrniti v tehnološke kroge ali s

kompostiranjem v kroženje snovi v naravi. Ob tem pa ne gre zgolj za ločeno zbiranje, pač pa tudi za zniževanje nastalih količin odpadkov. Ta poteka preko izvajanja ukrepov ponovne uporabe in aktivnega sodelovanja s proizvajalci.).

Spodbujati spoznavanje pojma KROŽNO GOSPODARSTVO (Krožno gospodarstvo je koncept, ki je nastal kot odziv na pritisk rastočega gospodarstva in potrošnje na omejene vire in nosilno sposobnost okolja. Prehod v krožno gospodarstvo se zato usmerja v ponovno uporabo, popravila in recikliranje obstoječih materialov in izdelkov. Temelji na uporabi energije iz obnovljivih virov, opušča uporabo nevarnih kemikalij, znižuje porabo surovin ter preko skrbne zasnove izdelkov nastajanje odpadkov znižuje proti ničelni stopnji).

Spodbujanje k uporabi ZELENIH, OKOLJU PRIJAZNIH TEHNOLOGIJ na področju turizma in vzpostavitvi platformo PAMETNO MESTO oz. PAMETNA DESTINACIJA.

GIZ POHODNIŠTVO IN KOLESARSTVO

Omenjeno združenje ostaja glavni partner destinacije pri upravljanju destinacije kot primerne za aktivno preživljanje prostega časa skozi vse leto. Glavna produkta v tem kontekstu sta pohodništvo in kolesarstvo. Skupaj bomo sodelovali pri oblikovanju ponudbe s pomočjo študijskih tur, primerov dobre prakse in s spodbujanjem k izpolnjevanju, lastnikov namestitvenih kapacitet, kriterijev, ki opredeljujejo namestitve kot prijazne kolesarjem in pohodnikom. Skupaj s združenjem bomo sodelovali pri oblikovanju specializiranih katalogov, s katerimi se bomo tudi predstavljali na sejnih in drugih dogodkih doma in v tujini. V l. 2018 si želimo, da bi v življenje spravili kolesarsko pot TRANS SLOVENIA 03 in začeli postopek za priključitev na Dravsko kolesarsko pot.

Regionalna destinacijska organizacija (RDO) DEŽELA CELJSKA

Zavod Celeia Celje kot RDO DEŽELA CELJSKA že sedmo leto skupaj s subregijskimi partnerji (RA Sotla, RA Kozjansko, ZKŠT Žalec, LTO Zreče in TIC Slovenske Konjice) uspešno vodi upravljanje destinacijskih aktivnosti za promocijo turistične ponudbe občin, vključenih v destinacijo DEŽELA CELJSKA. Destinacija DEŽELA CELJSKA je dosegla prepoznavnost, ne samo kot turistična destinacija znotraj Slovenije, ampak tudi kot organizacijska struktura.

V letu 2017 smo kot ena ključnih destinacijskih organizacij v Sloveniji, aktivno sodelovali tudi pri kreiranju modela MAKROREGIJ in postali eden ključnih sogovornikov z Slovensko turistično organizacijo za PANONSKO REGIJO. Glede na to, da MODEL MAKROREGIJ deli očine oz turistična območja na VODILNE IN DRUGE DESTINACIJE, je vloga DEŽELE CELJSKE znotraj TERMALNO PANONSKE REGIJE še toliko bolj pomembna in potrebna v novem strateškem obdobju.

Destinaciji Rogla-Pohorje članstvo v RDO Dežela Celjska prinaša, poleg dodatnih promocijskih možnosti, tudi, sicer posredno, status vodilne destinacije v TERMALNO PANONSKI REGIJI, kar nas postavlja v edinstven položaj, ki nam nudi nove priložnosti.

TURISTIČNA DRUŠTVA DESTINACIJE ROGLA-POHORJE

Turistična društva so skrit potencial naše območja in se skoraj niso vključevale v oblikovanje Strategije razvoja turizma destinacije Rogla-Pohorje. Zdi se, da je njihovo delo preveč usmerjeno proti ozkemu lokalnemu okolju, premalo pa proti širšemu okolju.

Zato si želimo, da bi društva svoje znanje, spretnosti in izkušnje uporabila tudi za sooblikovanje ponudbe, ki bi v naše kraje pripeljala dodatne dnevne goste in turiste.

7. Oblikovanje, promocija in trženje turistične ponudbe

(TURISTIČNA AGENCIJA, REZERVACIJSKI IN SERVISNI CENTER TER IZBIRA PROMOCIJSKO-PRODAJNIH KANALOV)

Spodbujanje lokalnih turističnih ponudnikov, k oblikovanju inovativnih produktov in ponudbe. Posodobitev in nadgradnja obstoječih ugodnosti v destinaciji ter povečanje števila ugodnosti. Nadgradnja dnevov odprtih vrat destinacije in nadaljnja izvedba vodenih ogledov destinacije za prebivalce, dnevne goste in turiste so izzivi pred nami.

Velik poudarek bomo ponovno namenili **digitalnemu marketingu**. S sprejetjem Strategije digitalnega marketinga DRP, bomo to področje obravnavali že bolj sistematično in celovito, kar bo še izboljšalo promocijske rezultate.

S udeleževanjem in soorganiziranjem študijskih tur, borz in delavnic želimo predstaviti naše območje in turistične produkte širokemu krogu potencialnih uporabnikov ter hkrati spodbuditi lokalne ponudnike k novim projektom in aktivnostim, ki bodo dodana vrednost turistični ponudbi destinacije.

Skozi srečanja delovnih skupin smo vseskozi se srečevali po potrebi, da bi nekdo sistematično in celovito ter v skladu z zakonodajo tržil turistično ponudbo destinacije.

V tem kontekstu smo na nivoju destinacije ugotovili, da bi to aktivnost, v začetku predvsem v povezavi z dnevnim turizmom, poskusili ustanoviti Destinacijsko turistično agencijo ob podpori Pohorje Toursom, ki bo poskušala postopoma delovati tudi kot t. i. incoming agencija.

Tudi v l. 2018 bomo iskali način kako postati »servisni center« za zainteresirane ponudnike namestitvenih kapacitet, kjer bomo z izvajanjem digitalnih tržnih aktivnosti, pripeljali na izbran rezervacijski sistem destinacije, ki bo omogočal on-line rezervacije in v nadaljevanju tudi sestavljanje paketov, ki poleg namestitve vključujejo tudi druge aktivnosti.

Želimo oblikovati sistem, ki bo v prihodnje za ponudnike upravljal rezervacije, prijavljal goste, izstavljal račune, omogočal pregled zasedenosti in obveznosti za turistično takso. Skratka obseg sodelovanja je stvar dogovora.

Del aktivnosti »servisnega centra« je lahko vezan tudi na vključevanje novih zasebnih namestitev v turistično ponudbo.

Prav tako bomo spremljali novosti, ki se obetajo na področju turistične takse in o tem obvestili naše člane

8. Vzdrževanje in izgradnja javne turistične infrastrukture

To funkcijo izvaja LTO v sodelovanju in povezavi s občino Zreče. LTO sodeluje v skladu z usmeritvami, zahtevami in potrebami lokalne skupnosti. V prihajajočem obdobju imamo odprte naslednje projekte, in sicer:

- Dediščina s kolesom (Interreg SI-HR)
- Laketour (Interreg SI-Hr)
- Jezera prihodnosti (CLLD)
- Hoja med krošnjami (občina Zreče)
- Obuditev grada »LOŠBERG« (občina Zreče)
- Obuditev vlaka (občina Zreče)
- Postajališče za avtodome (občina Zreče)
- TUR-INFOMAT (CLLD)
- Izposoja koles (BIKE SHARE) (občina Zreče)
- Center pohodništva in kolesarstva (UNITUR)

Iskanje vseh razpoložljivih dodatnih možnosti in razpisov ter spodbujanje javno zasebnega partnerstva v turistični destinaciji in tudi širše.

9. Druge aktivnosti

Poleg navedenega bo LTO opravljal še ostale aktivnosti in naloge, ki so opredeljene z obstoječimi pogodbami ali aktivnostmi:

- Izdelava koledarja prireditev
- Sodelovanje pri različnih prireditvah, dogodkih in izletih
- Vodenje TIC-a (posredovanje informacij in prodaja spominkov)
- Prodaja kopalnih kart za občane Zreč,
- Prodaja kopalnih in savna kart za člane združenja LTO Rogla-Zreče, GIZ
- Upravljanje namestitvenih kapacitet Rosika 1 in 2
- Sodelovanje pri skrbništvu Ošlakove kovačije
- Skrbnik Pogodbe o upravljanju naprave za zasneževanje
- Skrbnik Pogodbe o nakupu kart za smučanje
- Vodenje projekta e-občina in Moja občina
- Informiranje in podpora turističnim ponudnikom
- Pridobivanje novih članov GIZ
- Obveščanje članov o možnosti sejemske in drugih aktivnosti
- Podpora ponudnikov glede zakonodaje pri prijavljanju prenočitev in turistične takse,
- Sodelovanje pri izobraževanju mladih.
- Sodelovanje pri delovanju centrov za izvedbo strategije DRP

10. Finančni plan

Finančni plan je pripravljen na osnovi predvidenega plana aktivnosti in v skladu s planiranimi finančnimi viri in je izkazan ločeno za področje tržnih dejavnosti ter področje, ki je financirano iz proračunskih sredstev.

Redni proračunski prihodki občine Zreče za delovanje LTO Rogla-Zreče, GIZ so ostali na enaki ravni kot v letu 2017. Ostali proračunski prihodki občine Zreče so namenjeni financiranju naprave za zasneževanje. Druge dotacije s strani občine Zreče so predvidene za projekte na razpisih oz. konkretno za projekt TUR-INFOMAT.

Na strani tržnih dejavnosti so sredstva planirana v skladu s sedanjimi dogovori in v skladu z trenutnim izvajanjem dejavnosti v LTO Rogla-Zreče, GIZ. Planirani so prihodki od storitev v višini 8.000 €, kar je 89 % glede na planirana sredstva v l. 2017 oz. 34 % povečanje v primerjavi s realizacijo v letu 2017.

Prihodkovni strani je posledično prilagojena odhodkovna stran.

Stroški poslovnih prostorov in opreme so za 4 % višji od realizacije v letu 2017.

Neposredni stroški dejavnosti so planirani v višini 79 % realiziranih stroškov dejavnosti v letu 2017.

Stroški dela so planirani v približno enaki višini kot v preteklem letu, vendar se bodo zaradi porodniškega dopusta strokovne sodelavke in posledičnega nadomeščanja tekom leta še usklajevali.

Planirani skupni prihodki v letu 2018 so v primerjavi z letom 2017 višji za 250 €. Planirani odhodki pa so za 3 % višji kot v letu 2017.

Ob zaključku leta pričakujemo pozitiven izid tako na področju nepridobitne dejavnosti, kot tudi na področju tržne dejavnosti, s čimer zasledujemo cilj uravnoteženje prihodkovne in odhodkovne strani tako na strani tržnih kot na strani nepridobitnih dejavnosti. Skupni planirani presežek prihodkov nad odhodki znaša 5.140 € in je za 3% nižji od realiziranega presežka v l. 2017.

S ustvarjenim presežkom prihodkov nad odhodki se bo na ta način delno pokrili primanjkljaj iz preteklih let.

11. Zaključek

Program dela LTO Rogla-Zreče, GIZ za leto 2018 je povezan z nadaljevanjem izvajanja, leta 2016 sprejetega strateškega dokumenta Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021.

Upravljanje izvajanja akcijskega načrta turistične strategije bodo gradili štirje centri, ki se bodo sčasoma povezali v krovno destinacijsko organizacijo DMMO, kjer bo osrednjo mesto zasedal LTO Rogla-Zreče, GIZ.

V tem kontekstu je pomembno, da si LTO Rogla-Zreče, GIZ pridobi status pomembnega turističnega subjekta znotraj lokalne skupnosti in celotnega območja destinacije ter tudi v razmerju do nacionalnih organizacij, v prvi vrsti do Slovenske turistične organizacije. Sprejetje Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 in Zakona o pospeševanju turizma postavlja pred LTO Rogla-Zreče, GIZ številne izzive in priložnosti.

Poleg ustanovitve krovnega turističnega organa upravljanja bomo pristopili k naslednjim razvojnim programi.

Uporaba celovite grafične podobe s pripadajočimi poslovniki za njeno uporabo bo pripomogla k večji prepoznavnosti turistične destinacije in njenih sestavnih delov.

Večji prepoznavnosti turistične destinaciji, njenih deležnikov in vključenih lokalnih skupnosti bo prispevala tudi izdelava in izvedba destinacijske STRATEGIJE DIGITALNEGA MARKETINGA.

S ponovnim zagonom projekta Okusi Rogle, v obliki izvedbe razpisa Užij Okuse Rogle, želimo kulinariki dati vidno mesto v turistični ponudbi destinacije.

Z vstopom v Zeleno shemo slovenskega turizma zasledujemo zelenega, aktivnega in trajnostnega turizma, ki ga bomo v letu 2018 še nadgrajevali in izvedli priprave za pridobitev znaka GREEN DESTINATION za celotno destinacijo v letu 2019.

Na področju dnevnega turizma želimo nadgraditi dneve odprtih vrat, soorganizirati avtobusne izlete po destinaciji, oblikovati posodobljeno dnevno ponudbo izletov in okrepiti mrežo sodelujočih.

V povezavi s številnimi deležniki želimo nadgraditi obstoječo ponudbo in jo nadgraditi z inovativnimi produkti in storitvami. Pričeti želimo s uresničevanjem **KARTICE UGODNOSTI DESTINACIJE**, v kateri bomo zbrali ugodnosti širokega kroga deležnikov in uporabnikov.

Prav tako želimo v prihodnje pristopiti k nadgradnji že uveljavljenih dogodkov in prireditev in s tem še bolje promovirati turistično destinacijo..

Pripravljeni smo na sodelovanje na projektih, ki bodo pomenili dvig kakovosti turistične infrastrukture in posledično turistične ponudbe kot celote.

V prihajajočem letu bomo, tako kot sedaj opravljali številna opravila v korist občank in občanov ter dnevnih gostov in turistov.

Še vedno pa si mora LTO Rogla-Zreče, GIZ prizadevati, da si ustvari položaj učinkovitega in uspešnega subjekta na področju turističnega gospodarstva, ki bo sodelovala v vseh aktivnostih občine povezanih s turističnim gospodarstvom.

Učinkovitost in uspešnost delovanja LTO Rogla – Zreče, GIZ bo v največji meri odvisna tudi od tega, ali bomo uspeli naše člane povezati in njihovo delovanje usmeriti v skupno smer in ali se bodo člani počutili kot pomemben sestavni del LTO Rogla –Zreče, GIZ ali pa bodo v našem subjektu videli samo nekoga, ki mu plačujejo članarino od njega pa nimajo koristi.

V vsakem primeru bo uspešnost projektov odvisna od angažiranosti osebja na LTO-ju kot tudi na turističnih delavcev v destinaciji, ki bodo morali aktivno sodelovati na samih projektih.

Zreče, 05.03.2018

direktor
Domen Vogelsang