

VALICON



# **ANALIZA IN EVALVACIJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA V OBČINI PIRAN 2009 - 2015**

**Poročilo**

## NAROČNIK

---

**Turistično združenje Portorož g. i. z.**

Obala 16

6320 Portorož

mag. Igor Novel

[igor.novel@portoroz.si](mailto:igor.novel@portoroz.si)

05 674 82 60

## PROJEKTNA SKUPINA

---

**Urša Podlogar**      [ursa.podlogar@valicon.net](mailto:ursa.podlogar@valicon.net)

**Petra Oseli**      [petra.oseli@valicon.net](mailto:petra.oseli@valicon.net)

**Zenel Batagelj**      [zenel.batagelj@valicon.net](mailto:zenel.batagelj@valicon.net)

# KAZALO

---

1	UVOD.....	5
	PREDSTAVITEV OBČINE PIRAN .....	5
	DOSTOPNOST .....	6
2	TRENDI V TURIZMU .....	7
3	TEMELJNI CILJI V STRATEGIJI za obdobje 2009/15.....	8
4	OCENA TEMELJNIH CILJEV.....	9
	CILJNO POZICIONIRANJE.....	9
	CILJ 1-2: POVEČANJE ŠTEVILA PRIHODOV GOSTOV IN NOČITEV.....	11
	CILJ 3: OHRANITEV POVPREČNE DOBE BIVANJA GOSTOV .....	13
	CILJ 4: POVEČANJE POTROŠNJE TURISTOV .....	15
	CILJ 5: POVEČANJE NASTANITVENIH ZMOGLJIVOSTI .....	17
	<i>Analiza obstoječih nastanitvenih zmogljivosti</i> .....	17
	<i>Evalvacija obstoječih namestitvenih zmogljivosti</i> .....	21
	CILJ 6: VZPOSTAVITEV CELOLETNEGA TURIZMA .....	23
	CILJ 7: RAVEN KAKOVOSTI .....	25
	CILJ 8: VALORIZACIJA IN OHRANJANJE NARAVNE IN KULTURNE DEDIŠČINE .....	31
	<i>Naravne znamenitosti</i> .....	31
	<i>Ohranjanje naravne dediščine</i> .....	33
	<i>Ohranjanje kulturne dediščine</i> .....	40
	CILJ 9: MANAGEMENT DESTINACIJE TER UPRAVLJANJE Z ZNAMKO DESTINACIJE.....	43
	<i>Management destinacije</i> .....	43
	<i>Upravljanje z znamko destinacije</i> .....	46
	<i>Turistična taksa</i> .....	51
	<i>Evalvacija managementa destinacije in upravljanja z znamko</i> .....	52
5	OCENA RAZVOJA GLAVNIH EMITIVNIH TRGOV.....	55
6	KLJUČNI CILJNI SEGMENTI IN SEKUNDARNI TURISTIČNI PRODUKTI .....	61
	KLJUČNI CILJNI SEGMENTI.....	61
	KLJUČNI TURISTIČNI PRODUKTI.....	64
	<i>Analiza turističnih produktov</i> .....	65
	<i>Ponudba kolesarskih, pohodnih, učnih in drugih tematskih poti</i> .....	66
	<i>Ponudba poslovnega turizma</i> .....	69
	PRIREDITVE.....	70
	<i>Evalvacija števila in obiskanosti prireditev</i> .....	73
	<i>Organizacija in financiranje prireditev</i> .....	75
	<i>Evalvacija in predlogi za spremembe trenutne organizacije in financiranja prireditev</i> .....	76
	PREGLED CELOTNE TURISTIČNE PONUDBE IN DEJAVNOSTI .....	78
7	INFRASTRUKTURA IN INVESTICIJE .....	81
	TURISTIČNA INFRASTRUKTURA .....	81
	<i>Marina Portorož</i> .....	81
	<i>Letališče</i> .....	83
	<i>Kopališča</i> .....	85
	<i>Privezi in pristanišča</i> .....	86
	<i>Športna infrastruktura</i> .....	88
	<i>Golf igrišče</i> .....	90
	<i>Tematski vodni parki</i> .....	91

	<i>Evalvacija turistične infrastrukture</i> .....	92
	PROSTORSKE UREDITVE .....	93
	<i>Evalvacija prostorskih ureditev</i> .....	95
	PROMETNA INFRASTRUKTURA .....	97
	<i>Evalvacija prometne infrastrukture</i> .....	97
	INVESTICIJE V NAMESTITVENO INFRASTRUKTURO .....	102
	<i>Evalvacija investicij v namestitveno infrastrukturo</i> .....	103
8	SWOT ANALIZA DESTINACIJE IN EVALVACIJA .....	104
	PREDNOSTI .....	104
	<i>Evalvacija glede na stanje 2016</i> .....	104
	SLABOSTI .....	105
	<i>Evalvacija glede na stanje 2016</i> .....	105
	PRILOŽNOSTI .....	106
	<i>Evalvacija izkoriščenih priložnosti</i> .....	107
	NEVARNOSTI .....	108
	<i>Evalvacija glede na stanje 2016</i> .....	108
9	ZAKLJUČEK S POVZETKOM IN USMERITVAMI .....	109
	CILJ 1: CILJNO POZICIONIRANJE DESTINACIJE IN RAST ŠTEVILA GOSTOV .....	109
	<i>Usmeritev</i> .....	109
	CILJ 2: RAST ŠTEVILA NOČITEV .....	109
	<i>Usmeritev</i> .....	110
	CILJ 3: RAST POVPREČNE DOBE BIVANJA GOSTA .....	110
	<i>Usmeritev</i> .....	110
	CILJ 4: POTROŠNJA TURISTOV .....	111
	<i>Usmeritev</i> .....	111
	CILJ 5: POVEČANJE NASTANITVENIH ZMOGLJIVOSTI .....	111
	<i>Usmeritev</i> .....	112
	CILJ 6: VZPOSTAVITEV CELOLETNEGA TURIZMA .....	112
	<i>Usmeritev</i> .....	112
	CILJ 7: DOSEGANJE VRHUNSKE KAKOVOSTI .....	113
	<i>Usmeritev</i> .....	114
	CILJ 8: OHRANJANJE NARAVNE IN KULTURNE DEDIŠČINE .....	114
	<i>Usmeritev</i> .....	115
	CILJ 9: UČINKOVIT MANAGEMENT DESTINACIJE .....	115
	<i>Usmeritev</i> .....	116
	OCENA RAZVOJA EMITIVNIH TRGOV .....	116
	<i>Usmeritev</i> .....	117
	PONUDBA PRODUKTOV GLEDE NA POSAMEZNE CILJNE SEGMENTE .....	117
	<i>Usmeritev</i> .....	118
	INVESTICIJE V KLJUČNE PROIZVODE .....	119
	<i>Usmeritev</i> .....	119
	ZAKLJUČEK .....	120
10	PRILOGA .....	121
11	VIRI .....	126

## SEZNAM GRAFOV

Graf 1: Prihodi in nočitve v občini Piran 2009 - 2015, YTY %; Vir: SURS 2016 .....	11
Graf 2: Število nočitev glede na skupino nastanitvenih objektov v občini Piran; Vir: SURS 2016 .....	12
Graf 3: Delež nočitev v obmorskih občinah, vsi vs. tuji gostje; Vir: SURS 2016 .....	14
Graf 4: Povprečni dnevni izdatki na turista v letu 2015; Vir: SURS 2016 .....	15
Graf 5: Struktura povprečnih dnevni izdatkov v obmorskih občinah; Vir: SURS 2016 .....	16
Graf 6: Gibanje števila ležišč v občini Piran; Vir: SURS 2016.....	22
Graf 7: Število nočitev v občini Piran po posameznih mesecih; Vir: SURS 2016 .....	23
Graf 8: Splošni vtis turistov v obmorskih občinah 2015; Vir: SURS 2016.....	25
Graf 9: Ocena zadovoljstva z elementi turistične ponudbe med gosti obmorskih občin v glavni sezoni 2015; Vir: SURS 2016.....	26
Graf 10: Investicije v varstvo okolja obalno-kraške regije; Vir: SURS 2016 .....	39
Graf 11: Število nočitev v občini Piran; Vir: SURS 2016 .....	56
Graf 12: Struktura nočitev domačih in tujih gostov po posameznih namestitvenih objektih; Vir: SURS 2016 ....	56
Graf 13: Gibanje števila nočitev domačih in tujih gostov po posameznih namestitvenih objektih med leti 2009 – 2015; Vir: SURS 2016 .....	57
Graf 14: Število nočitev v občini Piran glede na ciljne trge Vir: SURS 2016 .....	59
Graf 15: Število nočitev v občini Piran glede na perspektivne trge; Vir: SURS 2016 .....	59
Graf 16: Število nočitev v občini Piran- Skandinavija; Vir: SURS 2016.....	60
Graf 17: Segmenti gostov slovenske obale v poletni sezoni; Vir: Profil obiskovalcev Občine Piran v poletni sezoni, Valicon 2015 .....	63
Graf 18: Prireditve in število obiskovalcev prireditve v občini Piran; Vir: SURS 2016 .....	73
Graf 19: Prihodi potnikov preko Aerodroma Portorož; Vir: podatki Aerodroma Portorož .....	84
Graf 20: Struktura potnikov glede na državo prihoda ali odhoda; Vir: podatki Aerodroma Portorož .....	84
Graf 21: Število panoramskih preletov; Vir: podatki Aerodroma Portorož .....	85

## SEZNAM TABEL

Tabela 1: Število prihodov in nočitev, občina Piran v primerjavi s celotno Slovenijo med leti 2009 – 2015; Vir: SURS 2016.....	9
Tabela 2: Število prihodov in nočitev domačih in tujih gostov v občini Piran; Vir: SURS 2016.....	11
Tabela 3: Povprečna doba bivanja gostov v obmorskih občinah; Vir: SURS 2016 .....	13
Tabela 4: Povprečna doba bivanja gostov v različnih vrstah slovenskih občin; Vir: SURS 2016 .....	13
Tabela 5: Delež prihodov in nočitev v obmorskih občinah in povprečna doba bivanja domačih in tujih gostov; Vir: SURS 2016 .....	14
Tabela 6: Povprečni dnevni izdatki na turista v letu 2015; Vir: SURS (*April/Maj je izračunano povprečje obeh mesecev, v primeru zdraviliških in gorskih občin je bil upoštevan podatek za mesec maj, podatek za mestne in druge občine ni na voljo) .....	15
Tabela 7: Namestitvene kapacitete v obmorskih občinah in v občini Piran; Vir: SURS; deloma interni podatki Občine Piran .....	18
Tabela 8: Število počitniških stanovanj v naseljih občine Piran; Vir: podatki Občine Piran.....	18
Tabela 9: Število sob, suit, apartmajev in ležišč za posamezen hotel v občini Piran 2017; Vir: TZ Portorož .....	20
Tabela 10: Kampi v občini Piran; Vir: spletna stran avtokampi.si .....	20
Tabela 11: Zmogljivost ležišč glede na skupine nastanitvenih objektov; Vir: SURS 2016 .....	21
Tabela 12: Primerjava števila sob in ležišč po kategorijah med letoma 2008 in 2017; Vir: TZ Portorož .....	22
Tabela 13: Ocena produktov danes v primerjavi s preteklim obdobjem (2009 - 2015); Vir: Mnenje predstavnikov hotelov .....	29
Tabela 41: Seznam dobitnikov modrih zastav; Vir: spletna stran Modra zastava (www.modrazastava.si) .....	30
Tabela 26: Naravne znamenitosti v občini Piran; Vir: spletna stran portoroz.si.....	31
Tabela 14: Aktivnosti KPSS med leti 2009-2017; Vir: KPSS .....	36
Tabela 15: Ključni projekti po področjih delovanja; Vir: JZ Krajinski park Strunjan.....	37
Tabela 16: Število obiskovalcev v krajinskih parkih; Vir: Interni podatki skrbnikov .....	38
Tabela 17: Seznam kulturnih znamenitosti; Vir: Spletna stran portoroz.si .....	41

Tabela 18: Število obiskovalcev muzejev in drugih znamenitosti; Vir: Interni podatki skrbnikov .....	41
Tabela 19: Število obiskovalcev v galerijah; Vir: interni podatki posameznih galerij .....	42
Tabela 20: Naloge DMC-ja; Vir: Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009-2015 .....	43
Tabela 21: Število obiskovalcev turističnih pisarn Portorož in Piran; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011 - 2015 .....	45
Tabela 22: Rezultati spletne kampanje v letu 2015 na Google omrežjih; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011-2015 (*Konverzija predstavlja poslano povpraševanje ali preusmeritev obiskovalca na spletno stran partnerjev) .....	50
Tabela 23: Pregled načrtovane porabe prihodkov iz turistične takse in koncesijskih dajatev; Vir: TZ Portorož ..	52
Tabela 24: Raven delovanja TZP na področju nalog DMC-ja; Vir: TZ Portorož .....	53
Tabela 24: Število nočitev v občini Piran glede na trge, iz katerih prihajajo gostje; Vir: SURS 2016 .....	58
Tabela 25: Struktura hotelskih gostov po državah; Vir: Informacije hotelov .....	60
Tabela 27: Ključni segmenti gostov glavnih hotelskih ponudnikov; Vir: Informacije predstavnikov hotelov .....	62
Tabela 28: Razdelitev turističnih produktov glede na stopnjo potrebe po investicijah; Vir: Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009 - 2015 .....	64
Tabela 29: Seznam pohodniških, konjeniških, kolesarskih in tematskih poti v občini Piran; Vir: Vodnik Uživajmo podeželje .....	68
Tabela 30: Seznam pohodniških poti v občini Piran; Vir: Piranske pešpoti - zgibanka z zemljevidom .....	68
Tabela 31: Seznam kulturnih poti po občini Piran; Vir: Zgibanka Piranski kulturni zakladi .....	68
Tabela 32: Seznam kongresnih centrov in prizorišč; Vir: spletne strani ponudnikov in turističnega portala www.portoroz.si .....	69
Tabela 33: Seznam tradicionalnih prireditev; Vir: TZ Portorož .....	72
Tabela 34: Obiskanost prireditev in razstav v občini Piran; Vir: SURS 2016 .....	74
Tabela 35: Število obiskovalcev prireditev Avditorija Portorož; Vir: Letno poročilo Avditorija Portorož-Portorose za leto 2015 .....	74
Tabela 36: Prednosti in slabosti posameznih inštitucij pri zaposlovanju skrbnika dogodkov; Vir: TZ Portorož ..	78
Tabela 37: Število turističnih ponudnikov po posameznih skupinah (Vir: Seznami turističnih ponudnikov iz TZ Portorož) .....	79
Tabela 38: Dejavnost gostinstva (I) v občini Piran; Vir: AJPES .....	79
Tabela 39: Dejavnost gostinstva (I) v občini Piran podrobno; Vir: AJPES .....	80
Tabela 40: Seznam kopališč v občini Piran po posameznih območjih; Vir: različni spletni viri .....	86
Tabela 42: Seznam pristanišč in privezov v občini Piran; Vir: spletna stran Navtični vodnik (www.hidrografija.si) .....	87
Tabela 43: Športni objekti v občini Piran; Vir: spletne strani ponudnikov (www.simcpiran.si, www.marinap.si, www.bernarndingroup.si, www.terme-krka.com) .....	90
Tabela 44: Odstotek zasedenosti parkirnih mest na območju Pirana; Vir: Celostna prometna strategija občine Piran, maj 2017 .....	100
Tabela 45: Namestitvene kapacitete večjih hotelskih ponudnikov v občini Piran; Vir: Informacije predstavnikov hotelov .....	121
Tabela 46: Ocena storitev preko portala Tripadvisor; Vir: TZ Portorož - izpis za mesec avgust 2016 .....	122
Tabela 47: Delež turistov z nadpovprečnimi pričakovanji po vrstah občin in mesecih; Vir: SURS 2016 .....	123
Tabela 48: Koledar prireditev v občini Piran; Vir: Knjižica dogodkov priobalnih občin za leto 2017 .....	124

## SEZNAM SLIK

Slika 1: Pritožbe obiskovalcev Turistično informacijskih pisarn Piran in Portorož; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011-2015 .....	27
Slika 2: Ščepec Mediterana; Vir: Občina Piran, 2015, Opredelitev identitete znamke destinacije „Portorož in Piran“ .....	47
Slika 3: Shema turistične organiziranosti in destinacijskega managementa v Portorožu; Vir: Prašnikar idr. 2004, 388. ....	54
Slika 4: Nagovor posameznih ciljnih segmentov na spletnem portalu Turističnega združenja; Vir: portoroz.si ..	63
Slika 5: Turistični produkti; Vir: Spletni turistični portal; TZ Portorož .....	65

# 1 UVOD

---

Občina Piran je leta 2008 dobila Strategijo razvoja turizma v občini za obdobje 2009 – 2015 (v nadaljevanju: Strategija). Kot je zapisano v Strategiji, je to »dokument, s katerim se zaključuje dolgotrajen proces iskanja odgovorov na nakopičena vprašanja in dileme razvoja ključne veje gospodarstva v občini – turizma in s turizmom povezanih dejavnosti.« V Strategiji so poleg analiz in smernic zapisani tako kvantitativni kot kvalitativni cilji, ki jih na turistični destinaciji občine Piran želijo doseči.

Odgovorni v Turističnem združenju Portorož, ki je skrbnik destinacije Portorož & Piran, po preteklem obdobju, ki ga obravnava Strategija, pripravljajo nove cilje in akcijski načrt do leta 2021. Izkoristiti želijo konkurenčne prednosti in vse razpoložljive potenciale, s katerimi razpolaga turistična destinacija Portorož & Piran.

Prvi korak k opredelitvi ciljev do leta 2021 in izdelavi akcijskega načrta je evalvacija Strategije in analiza trenutnega stanja na destinaciji glede na cilje, zapisane v Strategiji.

V ta namen smo pripravili evalvacijo Strategije, v kateri smo se osredotočili na preverjanje in ovrednotenje ciljev ter s pomočjo analize stanja na destinaciji opredelili smernice za pripravo strategije za prihodnje obdobje.

## Predstavitev občine Piran

Občina Piran se s 45 km<sup>2</sup> površine geografsko umešča večinoma v priobalno območje skrajne jugozahodne točke Slovenije. Je del obalno-kraške statistične regije, ki je skupaj sestavljena iz osmih občin: Ankaran, Divača, Hrpelje - Kozina, Izola, Komen, Koper, Piran in Sežana. Občina Piran skupaj šteje 15 naselij in sicer Bužini, Dragonja, Lucija, Mlini, Nova vas, Padna, Parecag, Piran, Portorož, Seča, Sečovlje, Strunjan, Sv. Peter, Škodelini in Škrile.

Na svojem južnem delu meji na turistično bogato in aktivno Hrvaško, na severnem delu pa na druge slovenske priobalne občine z bližnjim dostopom do Italije. Obe državi za občino Piran predstavljata s turističnega vidika strateško pomembni točki, saj južna sosedna na eni strani predstavlja turistično izredno konkurenčno deželo, na drugi pa potencial za povezovanje turističnih konceptov, medtem ko severna sosedna občini prinaša pomemben delež turističnih gostov.

Za občino Piran je značilno submediteransko podnebje z velikim številom sončnih dni in majhno količino padavin. Klima je mila z visokimi poletnimi temperaturami in zimskimi temperaturami le redko pod ničlo. Temperature morja se gibljejo med 9 in 24 stopinjami Celzija.

Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (SURS) je občina Piran v letu 2014 štela skoraj 17.800 prebivalcev, z negativnim naravnim prirastom. Velja za eno izmed bolj gosto poseljenih občin (399 preb/km<sup>2</sup>) v primerjavi s slovenskim povprečjem. Povprečna starost na prebivalca je 45 let, občina Piran pa ima v primerjavi s slovenskim povprečjem precej višji indeks staranja (indeks 162). Stopnja registrirane brezposelnosti je 13,2%.

## Dostopnost

Slovenija je znana po svoji majhnosti, zato je zaradi kratkih razdalj zanjo splošno značilna relativno hitra dostopnost do vseh mest. Kraji občine Piran so dostopni preko cestnih povezav, letališča in vodnega prometa, slabša pa je dostopnost preko železniške infrastrukture. Slovenska Istra je preko hitre cestne povezave dostopna do Kopra, z odprtjem predora Markovec pa je hitreje stekel promet do Izole. Prometne povezave z zaledjem so slabe. Dostop na destinacijo je možen tudi preko letališča, kjer pa ni vzpostavljenih rednih linij in čarterskih poletov.

Dostop na destinacijo preko morja je omogočen s potniškim katamaranom na relaciji Benetke-Piran in Trst-Piran-Poreč-Rovinj, vendar so povezave le občasne. Redne linije med slovenskimi priobalnimi mesti niso na voljo.

Med občasnimi pomorskimi linijami sta obiskovalcem v času poletne turistične sezone (junij-avgust) iz pristanišča Piran na voljo dve vodni povezavi, in sicer Piran-Poreč 3-krat tedensko ter Piran-Benetke 2-krat tedensko. Karte so na voljo preko spleta in preko lokalnih turističnih agencij: Agencija Top Line Portorož, Agencija Mediteran International, Antares - M.I.C.E., Cruise & Ferry Center.

Od 1. julija do 30. septembra je na destinaciji operativna tudi pomorska linija družbe Trieste Lines iz Pirana v Trst, Rovinj in Pulo, nakup vozovnice pa je možen v Turistično informativnem centru Piran.

Gibanje med priobalnimi mesti, med mesti občine in v zaledju občine Piran omogočajo linije Arriva (primestna linija na relaciji Koper-Izola-Portorož, mestna linija na relaciji Piran-Portorož-Lucija in druge linije na relacijah iz Pirana v zaledne vasi) ter številne taxi službe.



## 2 TRENDI V TURIZMU

---

Obstaja vrsta različnih trendov relevantnih za turizem destinacije Piran / Portorož, ki deluje v okviru turizma Slovenije. Splošno trende delimo na dva dela: na sam trg in potrošnike ter na specifikke slovenskega okolja, v katerega smo vpeti.

### Trg

1. Digitalizacija in mobilno - potrošnik je stalno digitalno povezan s svojim socialnim okoljem v okolju, kjer se nahaja. Geografsko lociranje močno spreminja obnašanje potrošnikov v turizmu.
2. Vzporedno z digitalizacijo se dogaja staranje prebivalstva in želja starejših, da bi ostali večno mladi. Razlika med starostjo in pričakovanim načinom življenja glede na starost je vse večja oziroma ni več v skladu s stereotipi.
3. Potrošnik je v veliki meri prevzel stvari v svoje roke. Potrošnik je vse glasnejši, evalvira ponudbo in je vse bolj individualiziran.
4. To situacijo izkoriščajo storitve, ki »jahajo« ta trend - pojavljajo se „disruptivni“ ponudniki, ki spreminjajo naravo posla na sploh.
5. Še več - turizem/leisure je verjetno najbolj disruptiran = digitaliziran posel na svetu, katerega glavni ekosistemi so Google, Booking, Airbnb, Uber, Tripadvisor ipd.
6. Kar ostane destinacijam je: branding + storytelling + storydoing in odličnost v izrabi digitalnih kanalov.

### Slovensko okolje

7. Celotna slovenska Istra se prebuja, razlike v turistični razvitosti med Piranom / Portorožem in ostalimi se manjšajo. Posledica je večanje privlačnosti celotne slovenske Istre, kar obenem za občino predstavlja dodatno konkurenco.
8. Spet imamo močan STO.
9. Turizem v Sloveniji raste, pri čemer je novost Ljubljana, ki postaja vstopna točka.
10. Slovenije po novem obsega 4 regije: Piran-Portorož sta v Mediteranskem delu, kamor sodijo 3 ikone: Piran, Lipica in Postojnska jama (poleg Bleda in Ljubljane). Podobno, kot v kontekstu slovenske Istre, gre pri tem zopet za dvorezen meč.
11. Nova motivacijska segmentacija bo osnova za povezovanje ponudbe, targetiranje in analitiko.
12. STO digitalno centralizira promocijo, odnos do regij in LTO še ni dorečen. STO se povezuje z zgoraj omenjenimi ekosistemi.
13. Piranska sol postaja v Sloveniji eden glavnih darilnih programov.
14. Nova strategija turizma bo verjetno investicijsko naravnana, istočasno pričakujemo lastniške spremembe turističnih igralcev.

### 3 TEMELJNI CILJI V STRATEGIJI ZA OBDOBJE 2009/15

---

Turizem v občini predstavlja ključni gospodarski sektor s poudarkom na wellness/zdraviliškem, kongresnem, igralniškem in navtičnem turizmu.

Strategija za obdobje 2009/15 temeljne cilje razvoja turizma v občini Piran razdeljuje v dve kategoriji, kvantitativni in kvalitativni cilji, navaja pa tudi ciljno pozicioniranje destinacije.

#### **Ciljno pozicioniranje destinacije Portorož & Piran:**

1. Vodilna turistična destinacija na vzhodni obali Jadrana
  - Uvrstitev med najbolj zaželene in prepoznavne turističnih destinacije v Mediteranu.
  - Paradni konj slovenskega turizma s 25 % realizacijo vsega turističnega prometa v državi.

#### **Med kvantitativnimi cilji Strategija opredeljuje:**

2. Povečanje števila prihodov gostov za 23,7 % (iz 376.000 na 465.000 gostov na letni ravni);
3. Povečanje števila nočitev za 23,5 % (iz 1.311.000 na 1.620.000);
4. Ohranitev nivoja povprečnega bivanja na 3,6 dni (grozi trend krajšega bivanja);
5. Povečanje potrošnje na turista za 100 % (vključujoč penzijsko potrošnjo s 110 evrov na 220 evrov);
6. Povečanje števila ležišč za 24 % iz 12.500 na 15.500, od tega naj bi bilo 70 % ležišč v upravljanju hotelskih podjetij in zasebnih hotelirjev, ostalo pa med sobodajalci in drugimi ponudniki ležišč, kot so otroški, mladinski in sindikalni domovi.

#### **Med kvalitativnimi cilji Strategija opredeljuje:**

7. Vzpostavitev celoletnega turizma;
8. Doseganje vrhunske kakovosti;
9. Valorizacijo in ohranjanje naravne in kulturne dediščine;
10. Učinkovit management destinacije vključno z vzpostavitvijo in upravljanjem znamke, ki se bo odražala v boljši prepoznavnosti, kvalitetnejši in pestrejši ponudbi ter povečanem povpraševanju.

Uspešnosti kvalitativnih ciljev zaradi njihove opisne narave ni mogoče natančno oceniti. Ugotovitve bomo predstavili z razpoložljivimi merljivimi podatki ter nekaterimi dejstvi, ki so se zgodila v obdobju 2009 - 2015.

## 4 OCENA TEMELJNIH CILJEV

### Ciljno pozicioniranje

Strategija si kot temeljni cilj zadaja pozicioniranje občine Piran med vodilne turistične destinacije na področju vzhodne obale Jadrana ter med najbolj zaželeno in prepoznavno turistično destinacijo Mediterana, ki realizira 25 % vsega turističnega prometa v Sloveniji.

Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS) je občina Piran v letu 2015 realizirala 11,3 % prihodov ter 13,6 % nočitev v Sloveniji, ni pa podatka o realiziranem prometu. Če bi delež prihodov oziroma nočitev lahko enačili z deležem prometa, bi lahko ocenili, da občina Piran ne dosega cilja 25% deleža v Sloveniji.

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SLO	Prihodi	2.984.828	3.006.272	3.217.966	3.297.556	3.384.491	3.524.020	3.927.530
	Nočitve	9.013.773	8.906.399	9.388.095	9.510.663	9.579.033	9.590.642	10.341.699
OBČINA PIRAN	Prihodi	405.217	383.277	415.469	408.626	404.602	424.725	445.392
	Nočitve	1.400.224	1.314.059	1.415.137	1.372.806	1.369.717	1.367.713	1.408.790
Delež - PIRAN	Prihodi	13,6 %	12,7 %	12,9 %	12,4 %	12,0 %	12,1 %	11,3 %
	Nočitve	15,5 %	14,8 %	15,1 %	14,4 %	14,3 %	14,3 %	13,6 %
Rast - PIRAN	Prihodi	-3,8 %	-5,4 %	8,4 %	-1,6 %	-1,0 %	5,0 %	4,9 %
	Nočitve	-0,5 %	-6,2 %	7,7 %	-3,0 %	-0,2 %	-0,1 %	3,0 %

Tabela 1: Število prihodov in nočitev, občina Piran v primerjavi s celotno Slovenijo med leti 2009 – 2015; Vir: SURS 2016

Rast prihodov in nočitev turistov v občini Piran ne sledi rasti na ravni celotne Slovenije. Delež nočitev se je v primerjavi s celotno Slovenijo skozi celotno obdobje Strategije (2009 - 2015) stalno zmanjševal, prav tako delež prihodov turistov. Če je občino Piran v letu 2008 obiskalo 13,7 % vseh turistov v Sloveniji, je delež teh v letu 2015 znašal 11,3 %. V primeru nočitev se je delež turistov glede na Slovenijo zmanjšal za 10 % (s 15 % v letu 2008 na 13,6 % v letu 2015).

Celotna Slovenija od leta 2011 beleži pozitivno rast prihodov in nočitev (tj. nominalno število), Piran pa rast beleži šele od leta 2013 (prihodi) oziroma 2014 (nočitve). V zadnjem analiziranem letu (2015) je bil sicer odstotek rasti na ravni celotne Slovenije še enkrat večji kot v občini Piran.

Glede na podatke občina Piran v analiziranem obdobju ni dosegala rasti na ravni Slovenije, prav tako ne na ravni Jadrana. Na hrvaškem Jadranu so bile realizirane tudi številne investicije, v letu 2015 za več kot 670 milijonov evrov, pridobili pa so 40 novih hotelov visoke kategorije. Relativno visoke investicije za turizem so načrtovane tudi v letu 2017 in vse do leta 2020, tako v hotelske namestitve kot v področja pod javno upravo.

## CILJ 1-2: Povečanje števila prihodov gostov in nočitev

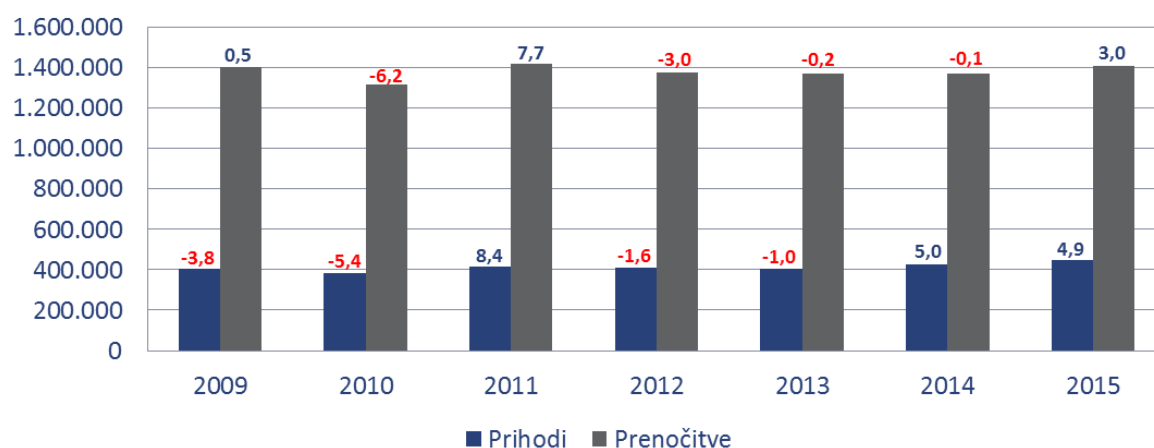
Strategija razvoja turizma v občini Piran za obdobje 2009 - 2015 (v nadaljevanju Strategija) je do leta 2015 zastavila povečanje števila gostov za 23,7 %, kar na letni ravni predstavlja povečanje obiska za 89.000 gostov, število nočitev pa naj bi povečali za 309.000 nočitev, kar predstavlja 23,5 % povečanje. Glede na cilje, zastavljene v Strategiji je bilo tako v občini Piran (v nadaljevanju destinacija) na letni ravni do leta 2015 pričakovati 465.000 gostov ter 1.620.000 nočitev.

PRIHODI								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Rast 14/15
Domači	173.429	153.284	155.867	143.549	144.391	152.011	155.464	+2,3 %
Tuji	231.788	229.993	259.602	265.077	260.211	272.714	289.928	+6,3 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>405.217</b>	<b>383.277</b>	<b>415.469</b>	<b>408.626</b>	<b>404.602</b>	<b>424.725</b>	<b>445.392</b>	<b>+4,9 %</b>
NOČITVE								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Rast 14/15
Domači	604.805	525.809	522.286	483.231	480.182	484.134	490.621	+1,3 %
Tuji	795.419	788.250	892.851	889.575	889.535	883.579	918.169	+3,9 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>1.400.224</b>	<b>1.314.059</b>	<b>1.415.137</b>	<b>1.372.806</b>	<b>1.369.717</b>	<b>1.367.713</b>	<b>1.408.790</b>	<b>+3,0 %</b>

Tabela 2: Število prihodov in nočitev domačih in tujih gostov v občini Piran; Vir: SURS 2016

Po podatkih SURS je destinacijo v letu 2015 obiskalo 445.392 gostov, s čimer zastavljeni cilj ni bil dosežen (19.608 manj gostov glede na cilj). Kljub temu je bilo v letu 2015 število prihodov gostov največje v obravnavanem obdobju, pozitivna rast pa je bila zabeležena tudi v letih 2011 in 2014. V letu 2015 je bila pozitivna rast zaznana pri prihodih in nočitvah domačih in tujih gostov, pri čemer je bila rast prihodov tujih gostov najvišja (+6,3 %). V nasprotju s tem je bil v letih 2009-2010 in 2012-2013 zabeležen upad prihoda gostov, najslabše pa je bilo leto 2010, ko je bil zabeležen 5,4 % upad prihodov gostov.

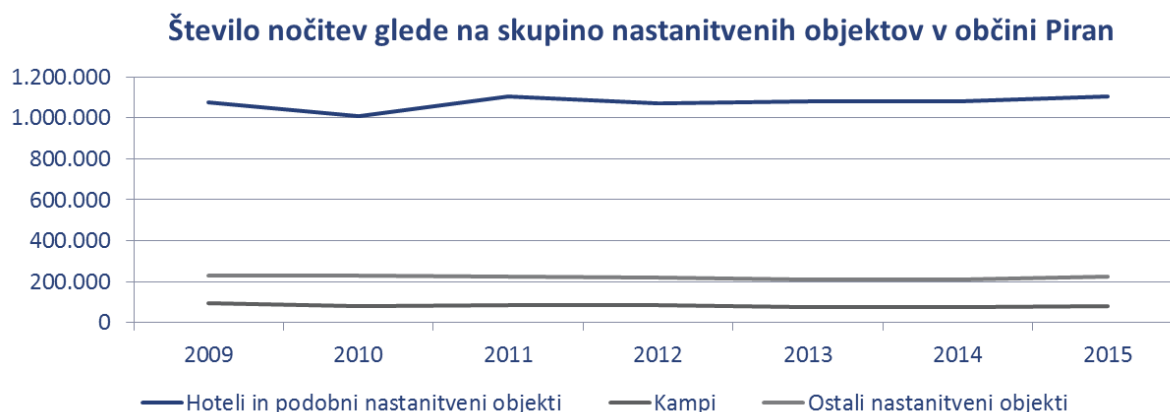
### Prihodi in nočitve v občini Piran (obdobje 2009-2015, YTY %)



Graf 1: Prihodi in nočitve v občini Piran 2009 - 2015, YTY %; Vir: SURS 2016

Nerealiziran je tudi zastavljeni cilj števila nočitev. V letu 2015 so zabeležili 1.408.790 nočitev, kar je 211.210 nočitev manj od pričakovanega. Največji upad nočitev je bil zabeležen v letih 2010 (-6,2 %) in 2012 (-3 %).

Leta 2015 je bila po letu 2011 prvič ponovno zabeležena rast v številu nočitev, ki se je najbolj uspelo približati stanju iz leta 2011.



Graf 2: Število nočitev glede na skupino nastanitvenih objektov v občini Piran; Vir: SURS 2016

Struktura nočitev se glede na skupino nastanitvenih objektov skozi obdobje ni bistveno spremenila. Med gosti je bilo v letu 2015 zabeleženih 78 % nočitev v hotelih (1.105.876 nočitev), 6 % v kampih (79.035 nočitev) in 16 % (223.879 nočitev) v ostalih namestitvenih objektih.

### CILJ 3: Ohranitev povprečne dobe bivanja gostov

Strategija navaja splošen trend upadanja povprečnega števila dni bivanja gostov. V skladu s tem je med kvantitativnimi cilji zastavljena ohranitev nivoja povprečnega bivanja gostov, ki je v času pisanja Strategije znašal 3,6 dni.

V letu 2015 je povprečna doba bivanja gosta v občini Piran znašala 3,2 dni, kar je manj od cilja, opredeljenega v Strategiji.

Leto	Obmorske občine skupaj	Občina Piran	Občina Koper	Občina Izola	Občina Ankaran
2009	3,6	3,5	3,7	4,1	/
2010	3,5	3,4	3,5	4,1	/
2011	3,5	3,4	3,5	3,9	/
2012	3,4	3,4	3,5	3,7	/
2013	3,5	3,4	3,4	3,8	/
2014	3,3	3,2	3,3	3,8	/
2015	3,3	3,2	2,5	3,8	4,0

Tabela 3: Povprečna doba bivanja gostov v obmorskih občinah; Vir: SURS 2016

Statistični podatki kažejo, da je občina Piran s povprečno dobo bivanja gostov 3,2 dni blizu povprečja vseh obmorskih občin. Nekoliko daljšo povprečno dobo bivanja beležita občina Izola (3,8 dni) in občina Ankaran (4 dni), ki je bila z delitvijo občine Koper na dve občini v letu 2015 na novo uvrščena na seznam. Upad številke v občini Koper gre tako najverjetneje pripisati tej delitvi.

Leto	Povprečje občin (dni)	Zdraviliške občine	Obmorske občine	Gorske občine	Ljubljana
2009	3,0	4,0	3,6	2,8	1,9
2010	3,0	4,0	3,5	2,8	1,9
2011	2,9	3,9	3,5	2,7	1,9
2012	2,9	3,9	3,4	2,6	1,9
2013	2,8	3,8	3,5	2,6	1,9
2014	2,7	3,7	3,3	2,5	1,8
2015	2,6	3,6	3,3	2,4	1,8

Tabela 4: Povprečna doba bivanja gostov v različnih vrstah slovenskih občin; Vir: SURS 2016

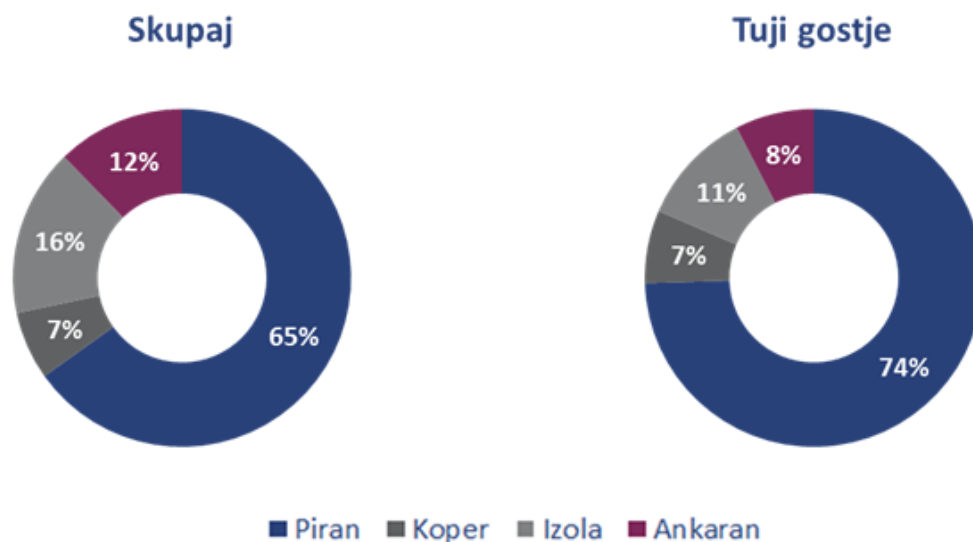
Podatki kažejo, da je trend upadanja povprečne dobe bivanja gostov prisoten v vseh slovenskih občinah. Povprečna doba bivanja turistov v Sloveniji je od leta 2009 padla s 3 na 2,6 dni. Nad povprečjem so zdraviliške in obmorske občine. Obmorske občine v letu 2015 ostajajo s povprečjem 3,3 dni na drugem mestu.

Občina		Prihodi 2015	Delež (%)	Prenočitve 2015	Delež (%)	Povp. doba bivanja (dni)
Piran	Domači	155.464	35 %	490.621	35 %	3,2
	Tuji	289.928	65 %	918.169	65 %	3,2
	<b>Skupaj</b>	<b>445.392</b>	<b>100 %</b>	<b>1.408.790</b>	<b>100 %</b>	<b>3,2</b>
Koper	Domači	21.677	39 %	55.079	39 %	2,5
	Tuji	34.379	61 %	86.009	61 %	2,5
	<b>Skupaj</b>	<b>56.056</b>	<b>100 %</b>	<b>141.088</b>	<b>100 %</b>	<b>2,5</b>
Izola	Domači	50.711	55 %	212.599	61 %	4,2
	Tuji	41.151	45 %	135.298	39 %	3,3
	<b>Skupaj</b>	<b>91.862</b>	<b>100 %</b>	<b>347.897</b>	<b>100 %</b>	<b>3,8</b>
Ankaran	Domači	42.284	63 %	172.473	65 %	4,1
	Tuji	24.812	37 %	92.855	35 %	3,7
	<b>Skupaj</b>	<b>67.096</b>	<b>100 %</b>	<b>265.328</b>	<b>100 %</b>	<b>4,0</b>
Obmorske občine SKUPAJ	Domači	270.136	41 %	930.772	43 %	3,4
	Tuji	390.270	59 %	1.232.331	57 %	3,2
	<b>Skupaj</b>	<b>660.406</b>	<b>100 %</b>	<b>2.163.103</b>	<b>100 %</b>	<b>3,3</b>

Tabela 5: Delež prihodov in nočitev v obmorskih občinah in povprečna doba bivanja domačih in tujih gostov; Vir: SURS 2016

Občina Piran ostaja vodilna obmorska občina po številu nočitev in po deležu tujih gostov.

### Porazdelitev nočitev po obmorskih občinah



Graf 3: Delež nočitev v obmorskih občinah, vsi vs. tuji gostje; Vir: SURS 2016



## CILJ 4: Povečanje potrošnje turistov

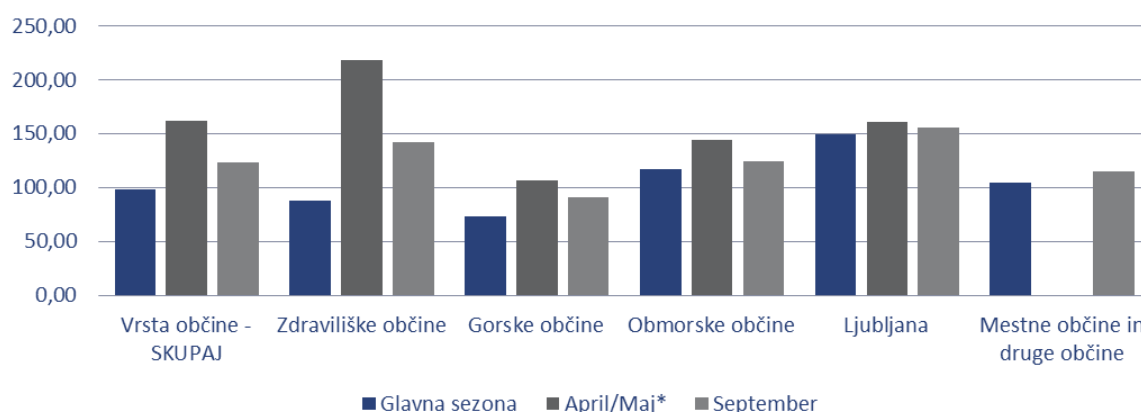
Strategija je do leta 2015 zastavila cilj 100-odstotnega povečanja potrošnje turista s 110 evrov na 220 evrov.

Povprečna dnevna potrošnja turista v obmorskih občinah se od leta 2009 ni bistveno spremenila. V letu 2015 je v času glavne sezone turist v povprečju na dan potrošil 116,92 evra, kar je 6,3 % več od izhodiščnega zneska 110 evrov. Največja povprečna potrošnja turista v obmorskih občinah je zabeležena izven sezone (april/maj), tj. 143,99 evra. Povprečna potrošnja se sicer močno razlikuje glede na tip namestitve. Najnižja potrošnja v obmorskih občinah je zabeležena v kampih, v hotelih pa je višja od povprečja. Potrošnja v obmorskih občinah je sicer višja od povprečja v Sloveniji, ki je v letu 2015 znašal 99 evrov. Podatki samo za občino Piran niso na voljo.

(povprečni dnevni izdatki v €)	Glavna sezona	April / Maj	September	Hoteli	Kampi
Zdraviliške občine	87,98	217,93	142,50	94,54	50,07
Gorske občine	73,64	107,13	90,63	103,90	49,51
Obmorske občine	<b>116,92</b>	143,99	124,24	121,70	47,57
Ljubljana	149,57	160,74	155,91	149,96	84,78
Mestne in druge občine	104,94	n/a	114,71	104,94	n/a
Vrsta občine - SKUPAJ	98,73	162,05	123,24	116,16	49,60

Tabela 6: Povprečni dnevni izdatki na turista v letu 2015; Vir: SURS (\*April/Maj je izračunano povprečje obeh mesecev, v primeru zdraviliških in gorskih občin je bil upoštevan podatek za mesec maj, podatek za mestne in druge občine ni na voljo)<sup>1</sup>

### Povprečni dnevni izdatki na turista v letu 2015 (v EUR)

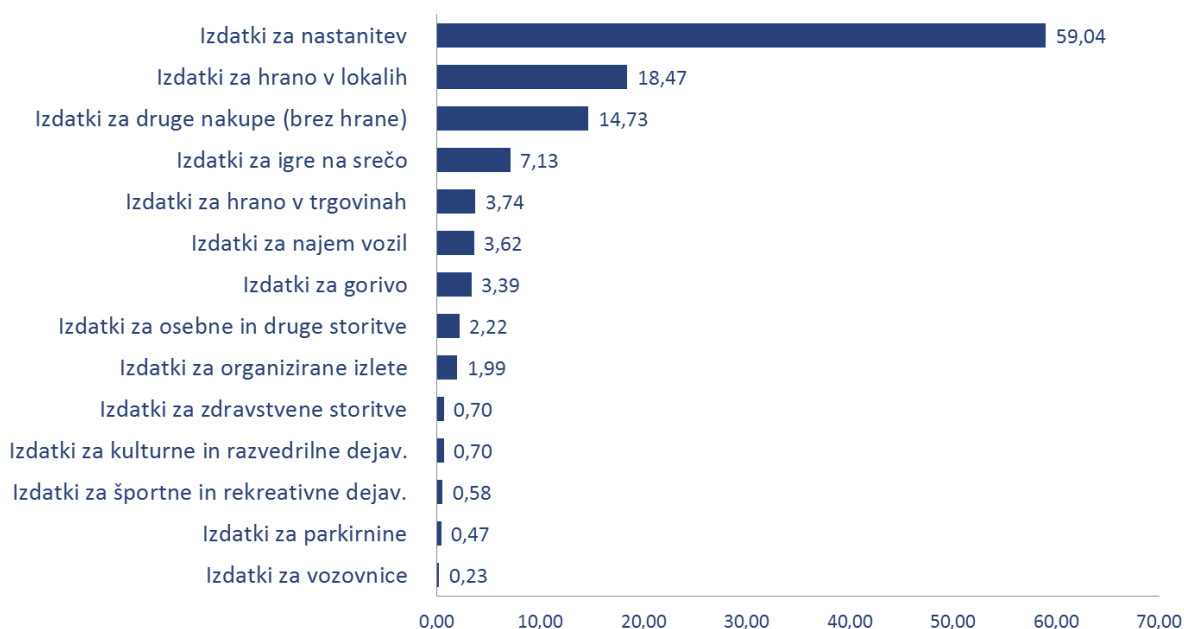


Graf 4: Povprečni dnevni izdatki na turista v letu 2015; Vir: SURS 2016

<sup>1</sup> Povprečni dnevni izdatki po metodologiji SURSA vključujejo vse izdatke, ki jih je imel turist med bivanjem v Sloveniji, in sicer za nastanitev, za hrano in pijačo v lokalih in trgovinah, za druge nakupe, za prevoz po Sloveniji, za kulturne, rekreativne in športne dejavnosti itd. Izdatki za prevoz iz kraja bivanja do Slovenije in nazaj v povprečno dnevno porabo niso vključeni. Izjema so le turisti, ki so imeli počitniški paket, kjer je v strošku nastanitve upoštevana cena potniškega paketa, ki običajno poleg nastanitve vključuje tudi prevoz.

Podatki SURS nudijo tudi vpogled v strukturo povprečnih dnevni izdatkov gostov v obmorskih občinah.

### Struktura povprečnih dnevni izdatkov v obmorskih občinah (glavna sezona, v €)



Graf 5: Struktura povprečnih dnevni izdatkov v obmorskih občinah; Vir: SURS 2016

V letu 2015 je gost v obmorskih občinah v povprečju na dan porabil največ denarja za namestitve (59,04 €), sledijo izdatki za hrano v lokalih (18,47 €) in za nakupe, ki ne vključujejo hrane (14,73 €).

V času od marca do aprila 2014 je bila s pomočjo vprašalnika med naključnimi domačimi in tujimi obiskovalci na območju destinacije Portorož & Piran izvedena raziskava turistične potrošnje različnih segmentov gostov (Predrag Kokovič, 2016). Omenjena raziskava sicer uporablja drugačno strukturo ocenjevanih kategorij potrošnje, vendar predstavlja podobne osnovne ugotovitve, da gostje največ denarja namenijo za nastanitev ter hrano in pijačo. Podatkov med seboj zaradi različnih metodologij ne moremo primerjati, lahko pa iz navedene raziskave dodamo, da gostje le manjši delež denarja namenijo za prireditve (4,24 %), kulturo (1,86 %), športne dogodke (1,13 %) ter športne (0,85 %) in ostale aktivnosti (0,85 %). (vir: Kokovič, 2016: str. 71).

## CILJ 5: Povečanje nastanitvenih zmogljivosti

V Strategiji je bilo za obdobje 2009 - 2015 načrtovano povečanje števila nastanitvenih kapacitet z 12.500 na 15.500 ležišč, kar naj bi predstavljalo 24 % povečanje nastanitvenih zmogljivosti. Z vidika strukture je bilo med cilji začrtano, da naj bi do leta 2015 70 % teh kapacitet zagotavljali hotelski ponudniki, 30 % ležišč pa naj bi bilo na voljo pri sobodajalcih in drugih ponudnikih, kot so otroški, mladinski in sindikalni domovi.

### *Analiza obstoječih nastanitvenih zmogljivosti*

Statistični urad Republike Slovenije omogoča spremljanje podatkov o namestitvenih kapacitetah ter zasedenosti kapacitet na ravni občine le po osnovnih skupinah nastanitvenih objektov, podrobnejši podatki za posamezne vrste nastanitvenih objektov pa so na voljo le na ravni vrste občine. V nadaljevanju zato iz tega vira podajamo podrobnejše podatke o namestitvenih kapacitetah za obmorske občine skupaj, na ravni občine Piran pa podajamo podatke o namestitvenih kapacitetah po osnovnih treh skupinah namestitvenih objektov (hoteli in podobni namestitveni objekti, kampi in ostali namestitveni objekti). V tabelo je dodatno vključen še podatek o številu pavšalnih počitniških objektov in ležišč, ocena teh kapacitet pa je podana na osnovi zbrane pavšalne turistične takse na Občini Piran. Kljub temu, da zaradi različnih ureditev in vodenja evidenc teh stanovanj natančni podatki niso na voljo, pa predstavljajo pomemben del namestitvenih kapacitet. Občina Piran je od plačil pavšala v letu 2016 uspela zbrati prihodek v znesku 355.000 evrov.

Območje namestitvenih kapacitet	Vrsta ali skupina namestitvenih objektov	Število objektov (2015)	Skupno število ležišč (2015)
Obmorske občine	<b>Vrste nastanitvenih objektov - SKUPAJ</b>	<b>n/a</b>	<b>24.877</b>
	Hoteli	42	9.328
	Penzioni	5	237
	Gostišča	3	91
	Prenočišča	9	128
	Apartmentjska in počitniška naselja	4	1.155
	Kampi	7	5.005
	Turistične kmetije z nastanitvijo	10	82
	Mladinski hoteli	17	508
	Zasebne sobe, apartmaji, hiše	n/a	3.961
	Planinski domovi in kočice	1	24
	Delavski počitniški domovi in apartmaji, otroški in mladinski počitniški domovi	n/a	2.189
	Drugi nastanitveni objekti	3	65
	Začasne nastanitvene zmogljivosti in marine	7	2.104

Območje namestitvenih kapacitet	Vrsta ali skupina namestitvenih objektov	Število objektov (2015)	Skupno število ležišč (2015)
Občina Piran	<b>Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ</b>	n/a	<b>14.493</b>
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	39	6.892
	Kampi	3	2.202
	Ostali nastanitveni objekti	n/a	5.399
<b>Občina Piran*</b>	Počitniški objekti (ocena Občine Piran)*	3.000	9.000

Tabela 7: Namestitvene kapacitete v obmorskih občinah in v občini Piran; Vir: SURS; deloma interni podatki Občine Piran

\*Podatki o trenutnih namestitvenih kapacitetah v počitniških objektih so podani na osnovi ocene Občine Piran, ki izhaja iz evidence števila počitniških stanovanj po posameznih naseljih v občini Piran iz leta 2013 in pribitka ocene stanovanj, katerih lastniki so v občini Piran prijavljeni kot stalni prebivalci, a na destinaciji dejansko ne prebivajo in stanovanje koristijo le v počitniške namene. Ocena skupnega števila ležišč izhaja iz predpostavke, da so v vsakem objektu na voljo 3 ležišča.

V spodnji tabeli je naveden podatek o številu počitniških stanovanj v občini Piran, ki so bila evidentirana v letu 2013. Podatke je Občina pridobila s pomočjo križanja podatkov o številu stanovanjskih enot in ne-stalnih prebivališč. Podatek ne vsebuje stanovanj lastnikov, ki so v občini prijavljeni le fiktivno.

Naselje	Število počitniških stanovanj
Dragonja	4
Lucija	676
Nova vas	2
Padna	4
Parecag	38
Piran	817
Portorož	731
Seča	70
Sečovelje	8
Strunjan	96
Sv. Peter	22
<b>Skupaj</b>	<b>2.468</b>

Tabela 8: Število počitniških stanovanj v naseljih občine Piran; Vir: podatki Občine Piran

## Hoteli

Pregled hotelov v kategoriji treh zvezdic in več je podan na osnovi podatkov Turističnega združenja Portorož.

HOTEL	SOBE		SUITE		APP.	SKUPAJ SOBE	SKUPAJ LEŽIŠČA	KATEGORIJA
	1/1	1/2	EX	JU	(kuhinja)			
<b>BERNARDIN GROUP</b>	<b>18</b>	<b>803</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>942</b>	<b>1.945</b>	<b>*** / **** / ****</b>
<b>HOTELI BERNARDIN</b>	<b>13</b>	<b>707</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>23</b>	<b>756</b>	<b>1.461</b>	
GRAND HOTEL BERNARDIN		231	10			241	489	****
HOTEL HISTRION	3	270		3		276	481	****
HOTEL VILE PARK								***
ORADA								
GALEJA								
NIMFA	10	206				239	491	
GALEB								
VILA BARKA					23			
<b>SALINERA RESORT</b>	<b>5</b>	<b>96</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>85</b>	<b>186</b>	<b>484</b>	
HOTEL SALINERA	5	96				101	196	****
SALINERA - APARTMAJI					76	76	266	***
SALINERA - APARTMAJI					9	9	22	****
VILA MAYA								
<b>REMISENS HOTELI</b>	<b>58</b>	<b>352</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>/</b>	<b>441</b>	<b>836</b>	<b>**** / ***</b>
REMISENS PREMIUM HOTEL METROPOL	31	66	1	5		103	177	****
REMISENS PREMIUM CASA ROSA, DEPANDANSA	0	71	0	25	/	96	192	**** / depandansa
REMISENS PREMIUM CASA BEL MORETTO, DEPANDANSA		60				60	120	**** depandansa
REMISENS HOTEL LUCIJA	27	155				182	347	***
<b>KEMPINSKI PALACE HOTEL</b>	<b>/</b>	<b>164</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>181</b>	<b>364</b>	<b>5*Superior</b>
<b>LIFECCLASS HOTELS&amp;SPA</b>	<b>31</b>	<b>696</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>5</b>	<b>777</b>	<b>1.592</b>	<b>**** / ****</b>
MIND HOTEL SLOVENIJA	16	112		16		144	340	5
GRAND HOTEL PORTOROŽ		183		9	4 predsedniški app (brez kuhinje)	196	392	4
HOTEL APOLLO		85		2		87	174	4 sup
HOTEL NEPTUN		85		2		87	172	4
SOCIALIZING HOTEL MIRNA		78		2		80	157	4
HOTEL RIVIERA	15	153	2	4	1 predsedn. ap. (brez kuhinje) +8 4 - posteljnih sob	183	357	4 sup
<b>TERME KRKA STRUNJAN</b>	<b>41</b>	<b>159</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>214</b>	<b>395</b>	<b>*** / ****</b>
HOTEL SVOBODA	31	103	5	1	/	140	249	****
VILE	3	43	/	/	/	46	89	***

HOTEL	SOBE		SUITE		APP. (kuhinja)	SKUPAJ SOBE	SKUPAJ LEŽIŠČA	KATEGORIJA
	1/1	1/2	EX	JU				
HOTEL LAGUNA	7	13	/	/	8	28	57	***
HOTEL PIRAN	4	70	12	3	/	89	200	****
HOTEL MARITA	/	64	12	5	1	82	164	4*
HOTEL MARKO	/	49	/	/	/	49	97	4*
HOTEL TARTINI	3	41	/	2	/	46	89	***
HOTEL FIESA	/	22	/	/	/	22	47	***
BARBARA PIRAN BEACH HOTEL & SPA	/	36	/	6	4	46	98	***
OLEANDER RESORT	/	26	/	/	/	26	54	3*
HOTEL TOMI	2	27	/	2	/	29	64	***
RESIDENCE MARINA	/	/	/	/	70	70	196	****
RESTAVRACIJA MARINA	/	10	/	/	/	10	20	***
<b>SKUPAJ</b>	<b>157</b>	<b>2.519</b>	<b>54</b>	<b>91</b>	<b>197</b>	<b>3.024</b>	<b>6.161</b>	

Tabela 9: Število sob, suit, apartmajev in ležišč za posamezen hotel v občini Piran 2017; Vir: TZ Portorož

Po podatkih TZ Portorož je danes na destinaciji med hotelskimi ponudniki na voljo 3.024 sob s skupaj 6.161 posteljami. Med temi sta Bernardin Group in Lifeclass največja ponudnika.

## Kampi

Kamp	Površina kampa (ha)	Št. vseh mest za kampiranje	Št. parcel z elektriko	Št. parcel z elektriko in vodo	Skupna kapaciteta kampa (št. oseb)
Kamp Lucija	6	605	272	73	1.200
Kamp Strunjan	15	200	n/a	n/a	500
Kamp Fiesa	1	150	112	n/a	500
Marina Portorož – postajališče za avtodome	1	n/a	n/a	50	120
<b>Skupna kapaciteta kampov v občini Piran (št. oseb)</b>					<b>2.320</b>

Tabela 10: Kampi v občini Piran; Vir: spletna stran avtokampi.si

V občini Piran se nahajajo trije kampi (Lucija, Strunjan in Fiesa) ter postajališče za avtodome Marine Portorož. Kampi skupaj omogočajo namestitev 2.320 oseb.

## ***Evaluacija obstoječih namestitvenih zmogljivosti***

Analizo obstoječih namestitvenih zmogljivosti podajamo na osnovi podatkov, dostopnih na Statističnem uradu RS, vseeno pa ne smemo pozabiti na oceno števila počitniških objektov, ki dejansko vplivajo na celotno strukturo objektov. Upoštevajoč te objekte bi bilo število ležišč v ostalih namestitvenih objektih za več kot 100 odstotkov višje.

V letu 2008 je bilo po podatkih SURS na voljo 14.930 ležišč, kar je več, kot je navedeno v Strategiji. V primerjavi s tem podatkom je bilo v letu 2015 v občini Piran na voljo 14.298 ležišč, kar je za 4 % ležišč manj kot leta 2008. Glede na leto 2009 pa je bilo ležišč v letu 2015 za 7 % manj.

	Število ležišč v občini Piran							Rast 09-15	Delež (%)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
<b>Hoteli in podobni namestitveni objekti</b>	6.806	6.632	6.836	6.749	6.747	6.830	6.830	1 %	48 %
<b>Kampi</b>	1.900	2.490	2.742	2.202	2.202	2.202	2.202	16 %	15 %
<b>Ostali namestitveni objekti</b>	6.835	5.918	5.675	5.734	5.747	5.266	5.266	-21 %	37 %
<b>Skupaj</b>	<b>15.541</b>	<b>15.040</b>	<b>15.253</b>	<b>14.685</b>	<b>14.696</b>	<b>14.298</b>	<b>14.298</b>	<b>-7 %</b>	<b>100 %</b>

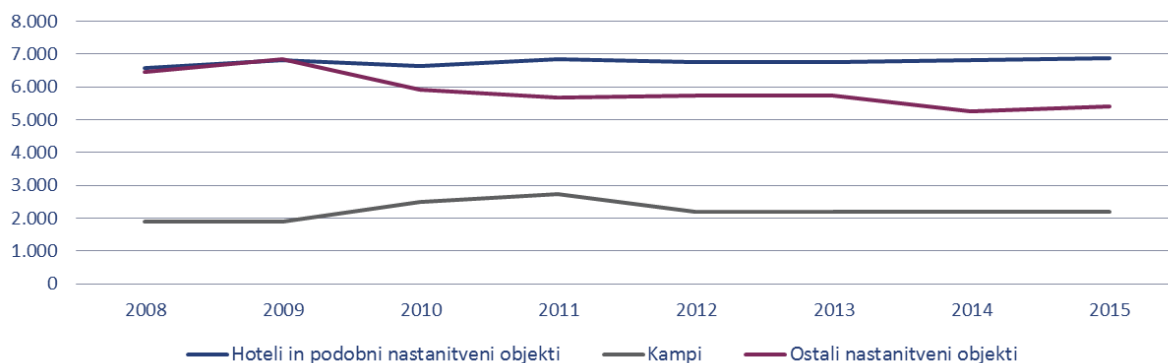
Tabela 11: Zmogljivost ležišč glede na skupine nastanitvenih objektov; Vir: SURS 2016

Cilj povečanja deleža hotelskih namestitev na 70 % vseh namestitev se do leta ni realiziral, saj so leta 2015 hoteli nudili slabo polovico ležišč (48 %), rast glede na leto 2009 pa je bila 1 %. Število ležišč v ostalih namestitvenih objektih se je zmanjšalo, vendar še vedno predstavljajo 37 % delež (leta 2008 je bil delež 44 %)<sup>2</sup>. Skupna zmogljivost kampov se je od leta 2009 povečala za 16 % in predstavlja 15 % delež vseh namestitvenih kapacitet.

---

<sup>2</sup> Podatki o deležu posameznih objektov, kot so otroški, mladinski in sindikalni domovi niso na voljo, saj SURS od leta 2009 podatke različnih namestitvenih objektov združuje v navedeno skupino, kar je drugače kot pred letom 2008.

## Število ležišč v občini Piran



Graf 6: Gibanje števila ležišč v občini Piran; Vir: SURS 2016

Med hotelskimi namestitvami je v spodnji tabeli prikazana struktura namestitvenih kapacitet v hotelih s kategorijo najmanj tri zvezdice. Iz podatkov Turističnega združenja Portorož je razvidno, da med letom 2008 do danes v strukturi hotelskih namestitev različnih kategorij ni prišlo do bistvenih sprememb. Število sob in ležišč v hotelih s štirimi zvezdicami se je minimalno povečalo, medtem ko je sob in ležišč v hotelih s petimi zvezdicami nekoliko manj. V hotelih s tremi zvezdicami se število sob ni spremenilo, nekoliko pa se je zmanjšalo število ležišč. Z vidika kategorizacije **namestitvenih kapacitet v hotelih** destinacija v času zapisane Strategije torej ni pridobila.

KATEGORIJA	2017			2008		Primerjava 08-17	
	STRUKTURA SOB (%)	ŠTEVILO SOB	ŠTEVILO LEŽIŠČ	ŠTEVILO SOB	ŠTEVILO LEŽIŠČ	ŠTEVILO SOB	ŠTEVILO LEŽIŠČ
5*****	22	669	1.370	728	1.418	-8,1%	-3,4%
4****	53	1.605	3.169	1.536	3.100	+4,5%	+2,2%
3***	25	750	1.622	749	1.667	+0,1%	-2,7%
<b>SKUPAJ</b>	<b>100</b>	<b>3.024</b>	<b>6.161</b>	<b>3.013</b>	<b>6.185</b>	<b>+0,4%</b>	<b>-0,4%</b>

Tabela 12: Primerjava števila sob in ležišč po kategorijah med letoma 2008 in 2017; Vir: TZ Portorož

Na področju **hotelske ponudbe v zaledju** potekajo predvsem aktivnosti v smeri oblikovanja razpršenih hotelov, vendar so trenutni postopki šele v fazi iskanja partnerjev za tovrstne projekte.

Podatki o **apartmajski ponudbi in oddajanju sob** niso na voljo, saj na destinaciji ni konsistentnega nadzora niti ukrepov, s katerim bi bil pritok denarja iz naslova turističnih taks povsem transparenten, obenem pa zagotovljena kakovost in usklajena cena tovrstne ponudbe. Trenutna zakonodaja tudi ne omogoča, da bi bilo na ravni občine možno realno ukrepanje ob tovrstnih kršitvah, niti v primeru kršitev javnega reda in miru.

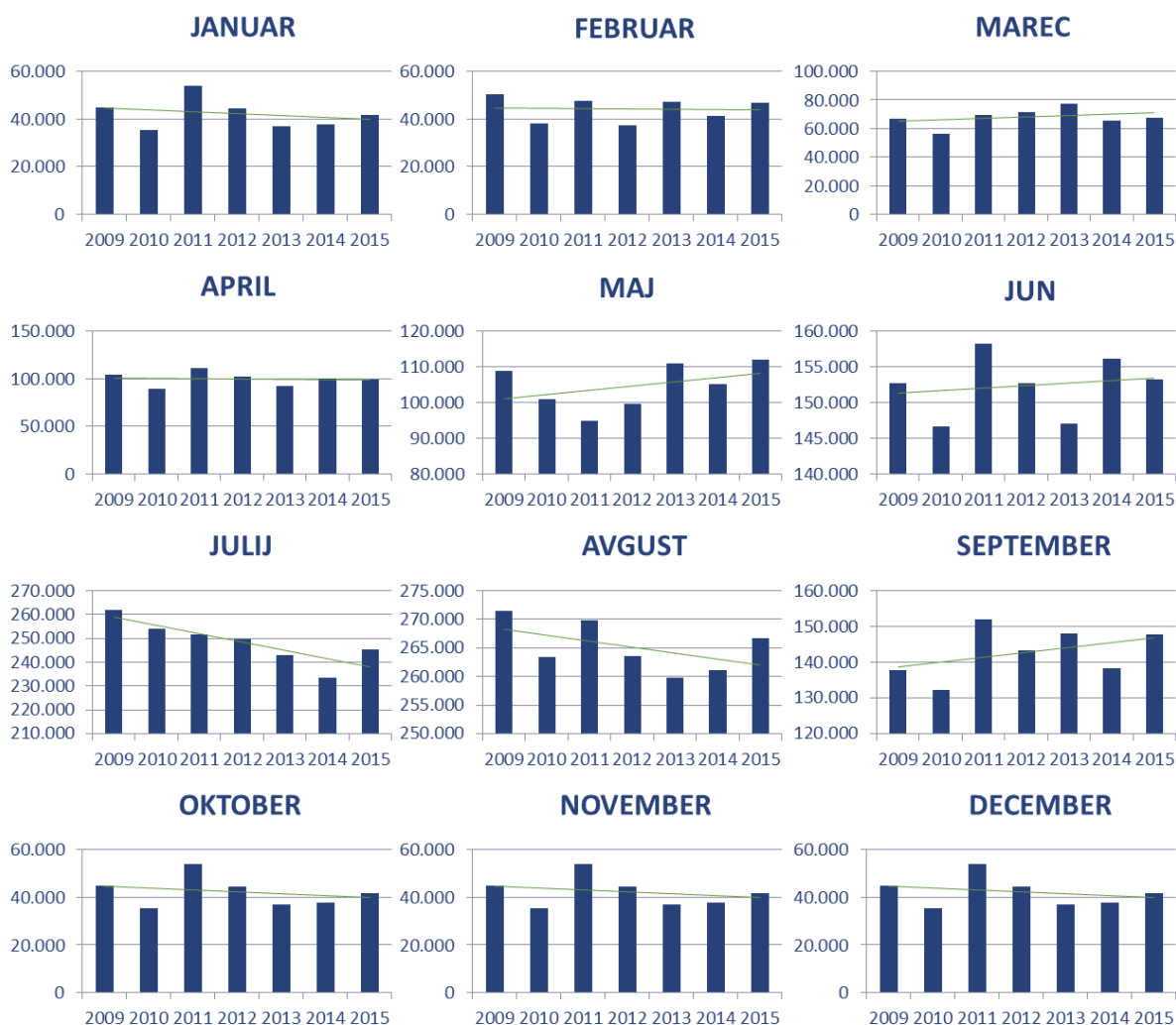


## CILJ 6: Vzpostavitev celoletnega turizma

Strategija med kvalitativnimi cilji opredeljuje usmeritev v celoletni turizem, ki naj bi se realiziral skozi razvoj ustreznih produktov in programov.

Podatki, ki bi kazali na uspešnost posameznih produktov ter njihov učinek na povečanje obiska in nočitev niso na voljo, zato smo za oceno analizirali podatke o nočitvah po posameznih mesecih.

### Število nočitev v občini Piran glede na mesec za obdobje 2009-2015



Graf 7: Število nočitev v občini Piran po posameznih mesecih; Vir: SURS 2016

Pregled gibanja števila nočitev v posameznih mesecih skozi obdobje 2009 - 2015 kaže na to, da število nočitev med leti precej niha, podatki pa vendarle kažejo rahel pozitiven trend pri posameznih mesecih v zadnjih letih glede na leti 2009 in 2010, in sicer maj in september (tudi junij), vendar pa je trend negativen v glavnih sezonskih mesecih, tj. julij in avgust.

Nihanja so lahko posledica vremena in praznikov v posameznem letu, če se bo trend nadaljeval, pa lahko kaže na to, da se koncentracija nočitev v sezoni zmanjšuje in prerazporeja na ostale mesece.

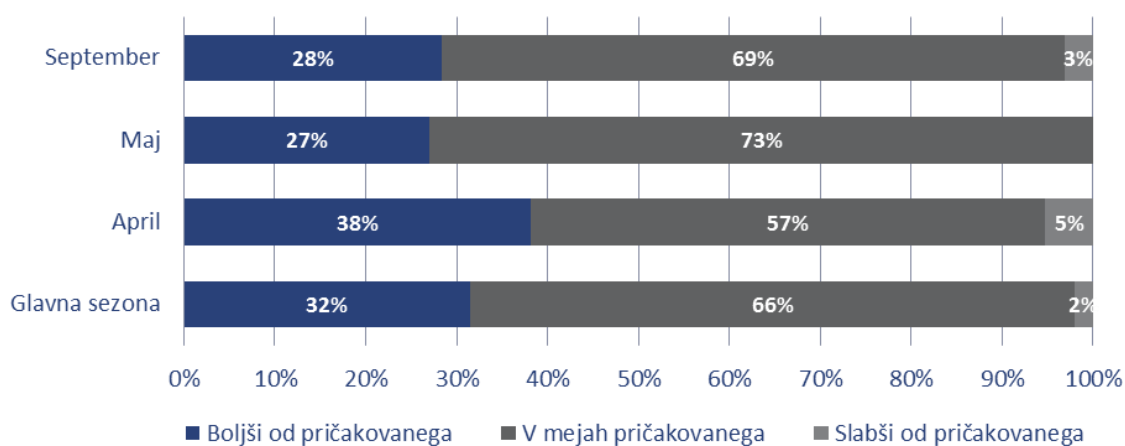
Glede na informacije, pridobljene s strani sodelujočih predstavnikov večjih hotelskih ponudnikov, vidnejših rezultatov izven sezone ne beležijo, potrjujejo pa ugotovitve statističnih podatkov, da je povečanje nočitev zaznati le v izvensezonskih mesecih. Gre sicer za minimalno povečanje števila nočitev gostov, tj. do 1000 nočitev. Posamezna povečanja nočitev pripisujejo praznikom in kongresnim dogodkom (Hoteli Bernardin), Terme Krka pa kot pozitiven učinek na število nočitev navajajo organizacijo dogodkov, kot sta Praznik kakija v Strunjanu in Pohodni tedni, s pomočjo katerih so dodatno uspeli pridobiti tudi nekaj stalnih skupin gostov. Hoteli sicer s ponudbo tematskih paketov in paketov s popusti ter z direktno prodajo poskušajo dodatno privabiti goste v manj zasedenih mesecih, vendar rezultatov uspešnosti le-teh ne navajajo. Sodelujoči kot pozitivno izvensezonsko dogajanje omenijo tudi srečanje lastnikov in ljubiteljev motociklov Harley Davidson v Portorožu ter novoletno tržnico in božično-novoletno dogajanje tako v Piranu kot v Portorožu.

## CILJ 7: Raven kakovosti

Strategija je med temeljne kvalitativne cilje postavila dvig kakovosti ponudbe do nivoja odličnosti, s katero se bo destinacija uvrstila v sam vrh mediteranskih turističnih atrakcij.

Objektivno podajanje ocene kakovosti ponudbe v tem primeru ni mogoče, saj v Strategiji niso opredeljeni jasni kazalci, ki bi definirali trenutne in ciljne nivoje kakovosti posameznih delov ponudbe na destinaciji ter metrike, s katerimi bi te kazalce preverjali. Ocenjevanje kakovosti je tako težje merljivo in podvrženo subjektivnim ocenam. Pri pregledu stanja smo se zato oprli predvsem na razpoložljive podatke o mnenjih in ocenah gostov.

### Splošni vtis turistov v obmorskih občinah 2015

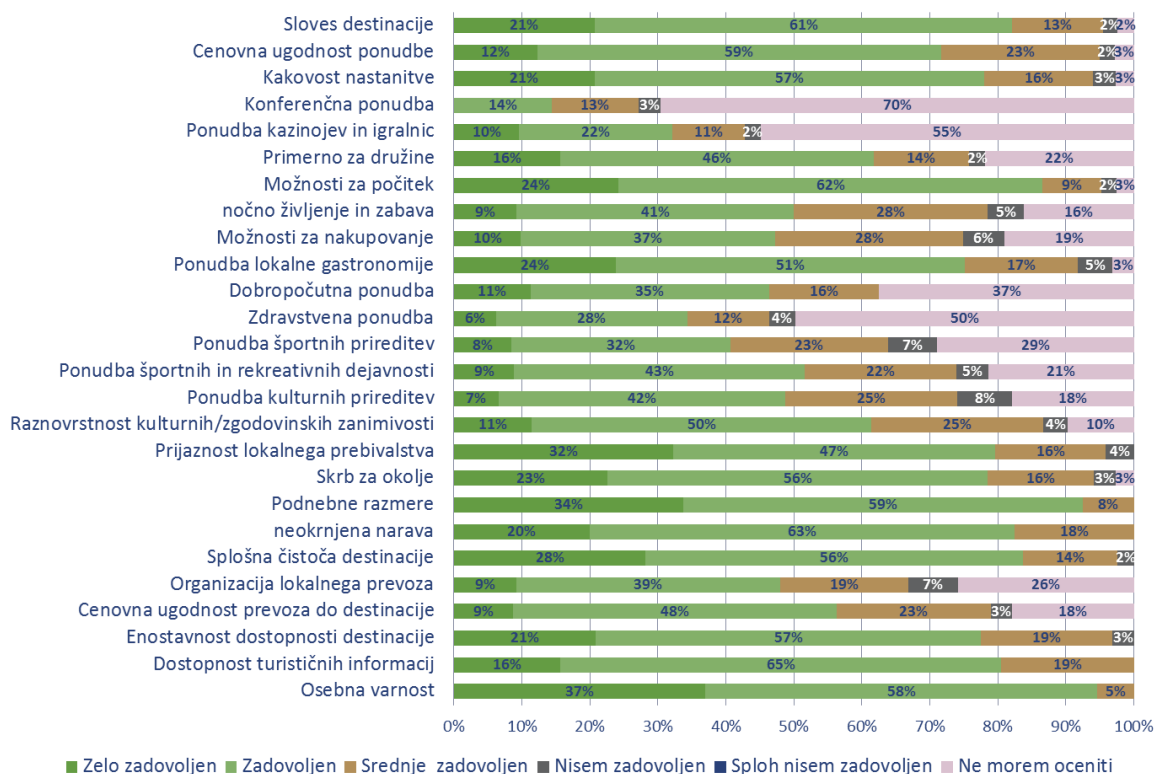


Graf 8: Splošni vtis turistov v obmorskih občinah 2015; Vir: SURS 2016

Dve tretjini turistov, ki so v letu 2015 v glavni sezoni obiskali eno izmed obmorskih občin, navajata, da je njihov splošni vtis o destinaciji v mejah pričakovanega. Še v večji meri (skoraj tri četrtine) tako menijo majski gostje, manj pa aprilski gostje, a obenem si je v tem mesecu največ turistov o destinaciji ustvarilo slabši vtis od pričakovanega (5 %).

Splošni vtis turistov v obmorskih občinah smo primerjali tudi s splošnim vtisom turistov v ostalih občinah. **Delež turistov, ki so izrazili preseganje pričakovanj, je v obmorskih občinah najnižji** (podrobni rezultati so predstavljeni v prilogi, Tabela 20).

## Ocena zadovoljstva z elementi turistične ponudbe med gosti vseh obmorskih občin (glavna sezona 2015)



Graf 9: Ocena zadovoljstva z elementi turistične ponudbe med gosti obmorskih občin v glavni sezoni 2015; Vir: SURS 2016

Po podatkih SURS o oceni zadovoljstva gostov s posameznimi elementi so gostje priobalnih občin **najbolj zadovoljni** z enakimi elementi kot na ravni Slovenije:

- Občutek varnosti (37 % je zelo zadovoljnih, 58 % zadovoljnih);
- Podnebne razmere (34 % je zelo zadovoljnih, 59 % zadovoljnih).

Tri četrtine gostov ali več je **vsaj zadovoljnih** z:

- Možnostmi za počitek (24 % je zelo zadovoljnih, 62 % zadovoljnih);
- Splošno čistočo destinacije (28 % je zelo zadovoljnih, 56 % zadovoljnih);
- Slovesom destinacije (21 % je zelo zadovoljnih, 61 % zadovoljnih);
- Neokrnjenostjo narave (20 % je zelo zadovoljnih, 63 % zadovoljnih);
- Dostopnostjo turističnih informacij (16 % je zelo zadovoljnih, 65 % zadovoljnih);
- Prijaznostjo lokalnega prebivalstva (32 % je zelo zadovoljnih, 47 % zadovoljnih);
- Kakovostjo nastanitve (21 % je zelo zadovoljnih, 57 % zadovoljnih);
- Skrbjo za okolje (23 % je zelo zadovoljnih, 56 % zadovoljnih);
- Enostavnim dostopom do destinacije (21 % je zelo zadovoljnih, 57 % zadovoljnih) ter
- Ponudbo lokalne gastronomije (24 % je zelo zadovoljnih, 51 % zadovoljnih).

**Najmanj zadovoljni** so gosti z:

- Ponudbo športnih prireditev (40 % je (zelo) zadovoljnih);
- Ponudbo kulturnih prireditev (49 % je (zelo) zadovoljnih);
- Organizacijo lokalnega prevoza (48 % je (zelo) zadovoljnih);
- Možnostmi za nakupovanje (47 % je (zelo) zadovoljnih)
- Ponudbo, ki poskrbi za dobro počutje gostov (46 % je (zelo) zadovoljnih).

Zadovoljstvo gostov na destinaciji je analizirano tudi v raziskavi, opravljeni za Turistično združenje Portorož poleti 2015, ki ugotavlja, da je »glede na zadovoljstvo Piran veliko boljši od Portoroža, kar se vidi tudi po točkah navdušenja, ki so v veliki večini v Piranu, medtem ko so točke razočaranja porazdeljene med Portorožem in Piranom« (Vir: Profil obiskovalcev Občine Piran v poletni sezoni, Valicon 2015). Po podatkih raziskave je imel Piran 60 % zelo zadovoljnih gostov, Portorož pa 40 %. Najbolj so bili zadovoljni gostje, ki so prvič obiskali destinacijo, manj pa gostje, ki se vračajo. Med elementi navdušenja izstopajo prijaznost ljudi, narava in urejenost/lepota mesta, med elementi razočaranja pa parkiranje in promet, hrana in pijača v hotelih in restavracijah ter plaže (neurejenost, plačljiva oprema). V raziskavo je bil vključen tudi Net Promoter Score (NPS), ki je mednarodno uveljavljena in poenotena metoda merjenja priporočanja v storitvenih dejavnostih. 70 % anketiranih gostov bi destinacijo Piran/Portorož priporočilo, 11 % pa ne, kar daje NPS rezultat 59 točk.

Na voljo je tudi **statistika ocen portala Tripadvisor**, ki sicer ne more veljati kot standardna metrika kakovosti storitev, so pa ocene vendarle relevantne za potencialne goste. Če upoštevamo samo ponudnike z največ ocenami (najmanj 50 ocen), podatki za mesec avgust 2016 navajajo kot najboljšo restavracijo Gostilna Nonna Torca (edina z oceno 5), kot najboljši hotel Kempinski Palace Portorož (najboljša ocena hotela, tj. 4,5), najboljše v kategoriji aktivnosti pa so ocenjene z oceno 4, in sicer Sečoveljske soline ter Casino Portorož. Ocene ponudnikov za mesec avgust 2016 z največ ocenami (najmanj 50 ocen) so navedeni v prilogi, Tabela 10.

**Kvalitativne odzive gostov** spremljata tudi Turistično informacijski pisarni v Piranu in Portorožu. Na osnovi poslovnih poročil Turističnega združenja Portorož smo zbrali vse navedene pritožbe za obdobje 2011 - 2015. Glede na vsebino pritožb smo pripravili prikaz najbolj pogostih skupin pripomb.



Slika 1: Pritožbe obiskovalcev Turistično informacijskih pisarn Piran in Portorož; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011-2015

Med leti 2011 - 2015 so se obiskovalci v Turistično informacijskih pisarnah najpogosteje **pritoževali nad slabimi avtobusnimi povezavami z zaledjem slovenske Istre, pomanjkanjem trgovin za petične goste, visoko ceno parkirnin, nad hrupom iz lokalov v nočnih urah.** V letu 2015 se obiskovalci prvič *niso* pritožili nad neurejenostjo plaže v Piranu. Nekajkrat so se gostje pritožili tudi nad parkomati v Portorožu, kjer je obenem pomanjkanje parkirnih prostorov, tam pa pogrešajo tudi banko in menjalnico. Gostje bi si tudi želeli, da bi imeli na voljo prostor za shrambo prtljage in da bi bili javni WC-ji bolj čisti in vzdrževani.

Med pritožbami so obiskovalci v posameznih letih **pogrešali tudi urejeno peš pot ob lucijski plaži, e-točke z dostopom do računalnika, javno pomorsko povezavo med obalnimi mesti, turistični vlakec,** zdelo pa se jim je tudi, da je v Piranu premalo bankomatov, cene hotelskih namestitev pa so previsoke.

V poročilu o delu turistično-informacijskih pisarn so bile za leto 2015 prvič navedene tudi pohvale. Zaznali so **veliko pohval za urejenost destinacije,** prav tako pa so obiskovalci izrazili **veliko zadovoljstvo s kolesi Piranko,** ki jih pisarne izposojajo od leta 2013.

Oceno kakovosti ponudbe so podali tudi sodelujoči predstavniki večjih hotelskih ponudnikov (Hoteli Bernardin, LifeClass hoteli in Terme Krka) na osnovi vnaprej pripravljenega vprašalnika. Predstavniki hotelov so ocenili današnjo raven kakovosti ponudbe po posameznih produktih v primerjavi z letom 2009. Nivo kakovosti ponudbe posameznega produkta so lahko ocenili kot 'boljše' (1), 'enako' (2), 'slabše' (3) ali 'ne morem oceniti' (9).

Produkti	Povprečna ocena treh ocenjevalcev
Wellness & spa	Boljše
Zdraviliški turizem	Boljše
Golf	Ne morem oceniti
Kolesarjenje	Boljše
Jahanje	Enako
Pohodništvo (poti), nordijska hoja	Enako
Navtični turizem	Enako
Vodni športi	Enako ali slabše
Kulturni turizem	Enako
Kongresni turizem	Enako
Prireditve in zabava	Enako
Krajši oddih	Enako
Vikend počitnice	Enako
Družinske počitnice	Enako
Krožni ogledi kulturne dediščine	Enako
Krožni ogledi naravne dediščine	Enako ali boljše
Obisk zaledja in podeželja	Boljše

Produkti	Povprečna ocena treh ocenjevalcev
Gastronomija	Boljše
Eko turizem	Enako ali boljše
Fotografski turizem	Enako
Vinske ceste	Enako
Nakupovanje	Enako
Mladinski turizem	Enako

Tabela 13: Ocena produktov danes v primerjavi s preteklim obdobjem (2009 - 2015); Vir: Mnenje predstavnikov hotelov

Na osnovi podanih ocen lahko povzamemo, da predstavniki hotelov pri kakovosti ponudbe produktov večinoma ne opažajo sprememb. **Boljše stanje zaznavajo na področju wellness & spa ponudbe, zdraviliškega turizma, možnosti za kolesarjenje, obisk zaledja in podeželja ter v gastronomiji.** Predstavniki Terme Krka ocenjujejo tudi izboljšanje ponudbe krožnih ogledov naravne dediščine ter ponudbe eko turizma. Raven kakovosti ponudbe vodnih športov, kulturnega turizma, kongresnega turizma, prireditev in zabave so predstavniki hotelov ocenili kot slabšo v primerjavi s preteklim obdobjem.

Raven kakovosti lastne ponudbe hotelski predstavniki večinoma ocenjujejo kot nespremenjeno. Delne izboljšave zaznavajo kot rezultat posameznih investicij, ki so bile izvedene za prenovo ali osvežitev obstoječih kapacitet.

Spremljanja kakovosti lastnih storitev se hoteli lotevajo različno, saj nimajo enotnih kazalcev ali sistema ocenjevanja, zato je ocena ravni kakovosti odvisna od individualnih pristopov k ocenjevanju. Nekateri kakovost merijo na osnovi vlaganj v določenem obdobju, drugi za mnenje povprašajo goste s pomočjo vprašalnikov, knjige gostov ali pa spremljajo komentarje, ki jih gostje pustijo na različnih turističnih portalih, kot sta Tripadvisor in Booking.

Eden izmed kazalcev kakovosti, ki se nanaša na kakovost kopališč na destinaciji je Modra zastava. **Modra zastava** je mednarodni ekološki simbol in priznanje za kakovost, čistost, urejenost in varnost naravnih kopališč in marin, kjer se upravljavci zavedajo pomena naravnega okolja ter si prizadevajo za trajnostni razvoj in skrb kopalnih voda. Program okoljskega ozaveščanja in varovanja okolja vsako leto izvaja in preverja Fundacija za okoljsko vzgojo v več kot 35 državah Evrope in ostalega sveta, v Sloveniji pa ga izvaja Društvo za okoljevarstveno vzgojo Evrope v Sloveniji. V spodnji tabeli so navedena kopališča in marine, ki so v letu 2016 zadostila pravilom in zahtevam (kakovost vode, čistoča kopališča ali marine, organizacija, zagotavljanje varnosti za uporabnike, varovanje narave idr.) ter prejela priznanje Modra zastava.

<b>Dobitniki Modre zastave 2017 za kopališča v občini Piran</b>	<b>Število zastav</b>
Javno podjetje Okolje Piran, Centralna plaža Okolje Portorož	19
Terme Krka d.o.o., Talaso Strunjan, Naravno kopališče Terme Krka Strunjan	19
Istrabenz turizem d.d. – Hoteli LifeClass, Naravno kopališče Meduza Portorož	8
Hoteli Bernardin d.d., Naravno kopališče Salinera Strunjan	8
Hoteli Metropol d.o.o., Naravno kopališče Hotelov Metropol	4
Hoteli Bernardin d.d., Naravno kopališče St. Bernardin	4
Hoteli Bernardin d.d., Naravno kopališče Vile Park Bernardin	4
Hoteli Bernardin d.d., Naravno kopališče Kamp Lucija	3
<b>Dobitniki Modrih zastav 2017/2018 za marine</b>	
Marina Portorož d.d.	23
Porting d.o.o., Marina v Izoli	18
Marina Bernardin, Hoteli Bernardin d.d.	5

Tabela 14: Seznam dobitnikov modrih zastav; Vir: spletna stran Modra zastava ([www.modrazastava.si](http://www.modrazastava.si))

Marina Portorož velja za zmagovalno dobitnico, saj prejema priznanje Modra zastava od leta 1994 naprej. Med kopališči sta najpogostejša dobitnika Modre zastave med vsemi slovenskimi kopališči Centralna plaža Okolje Portorož in Naravno kopališče Terme Krka Strunjan, ki sta za leto 2017 prejela že 19. Modro zastavo.



## CILJ 8: Valorizacija in ohranjanje naravne in kulturne dediščine

Področje ohranjanja naravne in kulturne dediščine je pomembno tako z vidika sonaravnega in trajnostnega razvoja kot tudi z vidika pridobivanja dodane vrednosti na področju turizma, kar je prav tako skladno s krovno zgodbo slovenskega turizma, ki se osredotoča na načelo zdravega, zelenega in aktivnega. Koristi tovrstnih aktivnosti pa se nanašajo tudi na družbeni vidik, saj urejeno in zdravo okolje pozitivno vpliva tudi na kakovost življenja in zadovoljstvo lokalnega prebivalstva.

### *Naravne znamenitosti*

Občina Piran ima poleg bogate zgodovinske in kulturne dediščine številne naravne danosti, katerih znamenitosti so pomemben del turistične zgodbe in ponudbe.

Na svojem območju se ponaša s krajinskimi parki, z zaledjem, bogatim z neokrnjeno naravo ter obalnim pasom, ki ga sestavljajo klifi, rti, soline ter podvodni svet.

NARAVNE ZNAMENITOSTI
Krajinski park Sečoveljske soline
Krajinski park Strunjan
Dolina reke Dragonje
Naravni spomenik Rt Madona
Morska biološka postaja
Ribogojnica Fonda

*Tabela 15: Naravne znamenitosti v občini Piran; Vir: spletna stran portoroz.si*

**Krajinski park Sečoveljske soline** je sestavljen iz številnih kanalov in solnih polj, ki so rezultat sobivanja narave in človeka, ki na območju Lere še danes ohranja tradicionalne načine pridobivanja visoko kakovostne piranske soli. Sol predstavlja osrednji element turistične zgodbe destinacije in je pomembno uveljavljena na področju kulinarike. Sol, solnica in solinsko blato iz tega območja so v kombinaciji z edinstvenim naravnim okoljem osrednja tema Thalasso Spa Lepa Vida wellnes centra, ki se nahaja na severnem delu krajinskega parka. Center ponuja thalasso terapije na prostem, pri čemer gre za edinstven in pomemben turistični produkt tega območja, ki v simbiozi izkorišča danosti izjemnega naravnega okolja in tamkajšnje klime. Na območju Fontanaggie je bila pridelava soli v 60-ih letih preteklega stoletja opuščena, se pa danes na tem območju nahaja muzej solinarstva, ki v okviru svojega delovanja nadaljuje s pridelavo soli na način, ki izvira iz 14. stoletja, obiskovalci pa si poleg muzejske zbirke tam lahko ogledajo originalno solinarsko hišo, solni fond s pripadajočim dovodnim kanalom za morsko vodo ter galerijo z umetniškimi deli. Skozi park se lahko

sprehodijo ali pa se do muzeja pripeljejo z enim izmed 25-ih brezplačnih koles, ki so za izposajo na voljo ob vstopu v krajinski park.

Krajinski park Sečoveljske soline poleg naravne dediščine in edinstvene turistične ponudbe predstavlja pomemben naravni prostor številnim živalskim in rastlinskim vrstam ter je kot tak zanimiv za številne ljubitelje narave in opazovanja ptic.

Strunjan je že v svoji zgodovini predstavljal naravno gospodarsko zaledje Pirana, ki je bilo zaradi svojih dobrih klimatskih pogojev ugodno za pridelavo sadja, poljščin in vrtnin, ter gojenja oljk in trte ter nenazadnje pridobivanje soli. **Krajinski park Strunjan** danes zajema širše naravno območje, ki ga na severni strani zaznamuje 80 m visok flišnati klif z naravnim prodnatim morskim obrežjem. Vrh klifa je zaradi bližine morja in ugodne tople lege obdan s submediteranskim listopadnim gozdom in številnimi sredozemskimi rastlinami. V zaščiteni območje je vključen tudi biotsko bogat in raznolik 200-metrski obalni pas morja s celotnim Strunjanskim zalivom do Pacuga. Proti jugu je krajinski park zaznamovan s Stjužo, ki je edina slovenska morska laguna in del omrežja Natura 2000, katerega bistveni namen je ohranjanje biotske raznovrstnosti. V plitvem delu Strunjanskega zaliva se nahajajo delujoče soline, ki v več kot 700-letnem delovanju ohranjajo tradicionalen način pridobivanja soli, obenem pa s svojimi posebnimi ekološkimi razmerami predstavljajo pomemben življenjski prostor številnim rastlinskim in živalskim organizmom, ki so se prilagodili temu slanemu območju. Obisk krajinskega parka poleg ogleda solinarske hiše, predstavitve krajinskega parka, hoje in kolesarjenja, na svojih razglednih točkah ob lepem vremenu omogoča razglede od Tržaškega zaliva do Triglava. V Krajinskem parku Strunjan je ohranjen tudi najdaljši dvostranski pinijev drevored v Sloveniji, ki je s svojimi 110 drevesi razglašen za naravni spomenik.

**Reka Dragonja in njena dolina** predstavljata poseben ekološki prostor, saj gre za edino slovensko reko, ki ne teče skozi naselja, ter zato predstavlja pomembno zeleno območje, bogato z naravnimi in kulturnimi znamenitostmi ter povezavo z zaledjem. Obiskovalci peš ali s kolesom lahko v dolini občudujejo številne geomorfološke pojave, kot so pečine, tolmeni, sigasti slapovi hudourniških pritokov (Naravni spomenik Stena in Slapovi Škrline) ter zapuščene mline iz predvojnega obdobja. Dragonja se v Sečoveljskem zalivu izliva v Jadransko morje.

**Rt Madona** je naravni spomenik, ki se nahaja na skrajnem zahodnem delu piranskega polotoka in se razteza v dolžini 1 km podvodnega pasu. Gre za edinstven in biotsko raznolik habitat rastlin in živali najsevernejšega dela Sredozemlja. Podvodni ribolov, vožnja z motornimi čolni, sidranje in nabiranje organizmov so v tem delu prepovedani. Potapljači lahko na tem delu na primer občudujejo velikega svitka, ki je obenem simbol rta Madona, leščurja, dolgo- in kratkonosega konjička, sipo, lignja, jastoga, ugorja, škarpne, morske rake in pajke, jate šparov, kavalov, črnika, salpa, morskih igel, različnih vrst babic, pisanic,

mediterank in številne druge morske živali. Severni del rta je močno razgiban s previsi, južni del reliefa pa je bolj umirjen in ga tvori strnjena formacija jadranske kamene korale.

**Morska biološka postaja** je edina slovenska ustanova za proučevanje in spremljanje kakovosti morja, ki deluje v okviru Nacionalnega inštituta za biologijo in izvaja laboratorijske, računske in druge raziskovalne in spremljajoče podvodne dejavnosti. Raziskovalci izvajajo projekte iz področij biodiverzitete, raziskav morskega fitoplanktona, mikrobne ekologije, obalne oceanografije in meiofaune. Pomemben del delovanja so naravovarstvene študije, v okviru katerih so ustanovili Instrumentalni center Morska postaja Piran za posredovanje znanja in izposojajo raziskovalne opreme uporabnikom, med pomembnejšimi dosežki pa je tudi postavitve Obalne oceanografske postaje na Piranski panti. Organiziranim skupinam omogočajo ogled s strokovnim vodenjem.

**Ribogojnica Fonda** leži pred Krajskim parkom Sečoveljske soline in je edina morska ribogojnica v Sloveniji za vzrejo brancina in gojenje školjk klapavic. Obisk ribogojnice predstavlja enega izmed turističnih doživetij, kjer si obiskovalci lahko neposredno sredi Piranskega zaliva ogledajo vzgojo rib in okusijo morske kulinarične užitke.

## ***Ohranjanje naravne dediščine***

Strategija med pomembnejšimi cilji in turističnim potencialom navaja ohranitev in krepitev biotske raznovrstnosti in vključevanje kulturnih resursov v turistično ponudbo.

Vpogled v stanje na tem področju smo pridobili na Zavodu RS za varstvo narave ter v Krajskem parku Strunjan in Krajskem parku Sečoveljske soline.

### **Zavod RS za varstvo narave**

Na Zavodu RS za varstvo narave ocenjujejo, da so v analiziranem obdobju izvajali aktivnosti na območjih krajskih parkov Sečovlje in Strunjan, povezane predvsem s spremljanjem stanja vrst, habitatnih tipov in naravnih vrednot, informiranjem in ozaveščanjem javnosti ter upravljanjem obiska parkov.

Pozitivni razvoj zaznavajo na področju skrbi za komunalne odplake, saj je bilo poskrbljeno za delovanje čistilne naprave in urejenost kanalizacijskega omrežja, s tem pa kontrola vnosa onesnaževalcev, prekomernih količin organskih snovi in komunalnih odpadkov. Manj uspešno je bilo poskrbljeno za ostale dele naravne dediščine, med katerimi izpostavljajo Fieso in drevored ob magistralni cesti.

Aktivnosti v analiziranem obdobju niso popisane. V nadaljevanju navajamo izpostavljene **naravovarstvene** aktivnosti, ki so se v analiziranem obdobju izvajale na območju Krajinskih parkov Strunjan in Sečoveljske soline, ki veljata za večji naravni znamenitosti na destinaciji (Vir: [http://www.natura2000.si/fileadmin/user\\_upload/LIFE\\_Upravljanje/A1\\_A2\\_Krovni.pdf](http://www.natura2000.si/fileadmin/user_upload/LIFE_Upravljanje/A1_A2_Krovni.pdf)):

- Spodbujanje okolju prijaznega, nemotoriziranega obiskovanja obeh parkov z namenom zaščite zavarovanih območij v okviru projekta CARSOUT, kjer so bili **uvadeni tricikli in električna kolesa, izdelana pa je bila tudi prometna študija.**
- Čezmejno **sodelovanje z italijanskimi parki v okviru projekta ClimaParks**, kjer je potekalo ozaveščanje o klimatskih spremembah, ohranjanju biodiverzitete, o trajnostnem in odgovornem odnosu do okolja ter okolju prijaznih načinih obiskovanja naravnih območij.
- Čezmejno **sodelovanje Sečoveljskih in Strunjanskih solin z italijanskimi solinami v kraju Comaccio v Italiji z namenom vrednotenja, razvoja in promocije solin (projekt Saltworks).** V sklopu projekta so bile med drugim oblikovane **didaktično-znanstvene poti** za univerzitetne študente in delavnice za šole ter izmenjave, izvedena je bila **obnova mostu in nasipa**, kjer poteka obremenjena sprehajalna pot za domačine in obiskovalce parka. V letu 2013 so potekali tudi **brezplačni ogledi parka**, organizirana je bila **kulinarično-zabavna prireditev "Okus po soli"**, izvedene so bile **delavnice za spoznavanje solin in organiziran poletni kamp** na to temo. V okviru tega projekta so posneli tudi **video "Belo zlato"** za promocijo slovenskih in italijanskih solin.
- **Omejitev fizičnega dostopa do Strunjanskih solin** z zasaditvami ter zaposlitev osebe za narovarstveni nadzor.
- **Gradnja informacijskega središča in parkovne infrastrukture** v krajinskem parku v Strunjanu.

V nadaljevanju so popisane vse (poleg naravovarstvenih tudi ostale, turistične in infrastrukturne) aktivnosti in projekti, ki so v analiziranem obdobju potekale na območju Krajinskih parkov Strunjan in Sečoveljske soline.

### Krajinski park Sečoveljske soline

V Krajinskem parku Sečoveljske soline v okviru različnih projektov potekajo redna dela za ohranjanje parka, ki pa imajo tako posreden kot neposreden učinek na turistično ponudbo in s tem povezane dejavnosti. V tabeli navajamo aktivnosti od leta 2009, ki so jih posredovali upravitelji parka.

Leto	Aktivnosti Krajinskega parka Sečoveljske soline
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razstave znanih in manj znanih lokalnih avtorjev v Galeriji Caserma (vsaka 2 meseca)</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija (poteka vsako leto v marcu)</li> <li>• Menjava parkovnih tabel in ureditev Parenzane</li> </ul>

Leto	Aktivnosti Krajinskega parka Sečoveljske soline
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nakup električnega vlaka SunShuttle v okviru projekta Cars Out! za prevoz obiskovalcev na solinah ter postavitve pešpoti za obiskovalce po lesenem mostovžu</li> <li>• Vsakoletna predstavitev na različnih naravovarstvenih, turističnih sejmih in workshopih</li> <li>• Vsakoletna organizacija lova in obročkanja ptic na postaji Stojbe za ljubitelje ornitologije</li> <li>• Obnovitev obstoječih pešpoti na Leri in Fontanigge-ah</li> <li>• Postavlja se nova postojanka »Belvedere« ob lesenem mostovžu za skupinske obiskovalce z vodenimi ogledi</li> <li>• Nakup električnih vozil za prevoz obiskovalcev</li> <li>• Vsakoletna organizacija Mrežijade KPSS (ornitološki dogodek)</li> <li>• Uvedba mobilnega avdio vodnik po KPSS »Nexto«</li> <li>• Prenovitev programa za vodene ogledе ter vpeljava novega programa »Birdwatching«</li> <li>• Obnovitev mostu čez Jernejev kanal</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> <li>• Udeležba na konferenci MMV 8 Novi Sad (Monitoring in management obiskovanja v zavarovanih območjih)</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osvežitev in dodajanje novih tiskanih promocijskih materialov</li> <li>• Osvežitev obstoječih in priprava novih video vsebin (filmov), ki se obiskovalcem predvajajo v multimedijski dvorani</li> <li>• Prejetje certifikata odličnosti 2015 spletnega turističnega portala TripAdvisor</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Menjava parkovnih tabel</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obnova MMC (multimedijске dvorane)</li> <li>• Postavitev nove učno-sprehajalne poti Saltworks na Fontanigge-ah</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postavitev otroškega igrišča »Mini Soline«</li> <li>• Prejetje nagrade »Kristalni Triglav« za Thalasso Spa Lepa Vida</li> <li>• Prenova spletnih portalov</li> <li>• Otvoritev SPA kompleksa Thalasso Spa Lepa Vida</li> <li>• Povezovanje lokalnih otrok s solinami (sodelovanje z vrtci in šolami)</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otroške delavnice »LIFE«</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Nakup električnega vozila Electric Villager</li> <li>• Solinarski praznik</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> <li>• Likovni natečaj za otroke</li> <li>• Izdaja knjige Iztok Škornik - Favnišični in ekološki pregled ptic Sečoveljskih solin</li> <li>• Obnova solnega polja pred muzejem solinarstva</li> <li>• Postavitev Spletne kamere na Leri</li> <li>• Vpeljava enotne vstopnice za oba dela parka (obisk muzeja solinarstva in KPSS)</li> <li>• Novo plovilo Carolina Skiff 1980 DLX</li> <li>• Nova trgovina podjetja SOLINE Pridelava soli d.o.o. v Kopru</li> <li>• KPSS na znamki Pošte Slovenije</li> <li>• Kaligrafija v Sečoveljskih solinah (kaligrafinja Loredana Zega)</li> </ul>

Leto	Aktivnosti Krajinskega parka Sečoveljske soline
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vpeljava online rezervacijskega sistema</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> </ul>
2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obisk Rogerja Croftsa v KPSS (projekt Life+ Mensalt)</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Delavnice v Krajinskem parku Sečoveljske soline</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naravoslovni večeri v KPSS</li> <li>• V Portorožu odprli novo trgovino s soljo</li> <li>• Končano solno polje za obiskovalce</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>
2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eko delovna akcija v solinah</li> <li>• Solinarski praznik – zadnji vikend v aprilu</li> <li>• Maketa KPSS</li> <li>• Maketa KPSS za slepe in slabovidne</li> <li>• Predstavitve knjige Spoznajmo soline</li> <li>• Tradicionalna čistilna akcija</li> </ul>

Tabela 16: Aktivnosti KPSS med leti 2009-2017; Vir: KPSS

## Krajinski park Strunjan

Krajinski park Strunjan predstavlja kompleksno zavarovano območje z gosto poselitvijo ter aktivno kmetijsko in turistično dejavnostjo, saj gre za odprto območje, ki je dostopno tako z morja kot kopnega in letno dosega kar 500.000 obiskovalcev. V morskem pasu parka velja posebna ribolovna, plovna in naravovarstvena ureditev.

Področje velja zaradi nevzdrževane protipoplavne infrastrukture za ogroženo, medtem ko so v obdobju Strategije potekala predvsem vlaganja v področje turističnih kapacitet (gradnja v počitniške namene), ki so načrtovana tudi za prihodnje. V prihodnje je na področju parka pričakovati stopnjevanje aktivnosti, zato je pričakovati tudi potrebo po investicijah v izgradnjo dodatne infrastrukture za obiskovanje (npr. leseni mostovi, zaščitne ograje, podesti, opazovalnice, parkirna mesta v času glavne sezone, ureditev sonaravnih priveznih mest v Strunjanskem zalivu).

Kombinacijo projektov, ki so usmerjeni v prenovitev infrastrukture in v vsebinski razvoj parka obenem, se je v Javnem zavodu Krajinski park Strunjan izkazala kot dobra praksa pridobivanja evropskih sredstev za izvedbo projektov. Zavod je v obdobju sicer uspešno sodeloval pri izvedbi projektov skupaj za domačimi občinskimi oblastmi in sosednjo občino Izola.

V nadaljevanju izpostavljam ključne projekte (in omejitve) na različnih področjih delovanja parka v obdobju Strategije.

<b>Parkovna infrastruktura in usmerjanje obiska (sofinancirano večinoma iz evropskih sredstev)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vzpostavitev sodobnega informacijskega središča in upravnih prostorov iz propadajočih solinarskih hiš</li> <li>- Obnovev solinarske hiše za izvajanje in prikazovanje solinarske dejavnosti</li> <li>- Prenovitev nasipov</li> <li>- Vzpostavitev učne tematske poti »Strunjan v podobah morja«</li> </ul>
<b>Občinska infrastruktura in investicije v zavarovano območje (sofinanciranje iz občinskih sredstev)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prenova ribiškega pristanišča v neposredni bližini informacijskega središča (ureditev privezov za ribiče, ureditev plovnih poti)</li> <li>- Vzpostavitev dodatne površine za Natura 2000 habitatni tip poplavljenih muljastih potojev, kot inovativna rešitev pri odlaganja odvečnega izkopanega morskoga sedimenta</li> <li>- Vzpostavitev informativnih tabel za izobraževanje in usmerjanje obiska na poti</li> </ul>
<b>Mirujoči promet</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Upravljevec parka nima vpliva na omejevanje dostopa do parka, saj gre za odprt park, prometni režim znotraj parka in trženje parkirišč pa je v pristojnosti občine. Zavod vseeno sodeluje z različnimi projekti, ki bi reševali parkovno problematiko predvsem v času glavne sezone.</li> </ul>
<b>Državna infrastruktura</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- MOP izvaja projekt sanacije brežin potoka Roja, ki naj bi se predvidoma zaključil v letu 2018</li> <li>- Priprava projektov za obnovo in prilagoditev čelnega visokomorskega nasipa za zaščito solin in vegetacije pred poplavami</li> </ul>
<b>Ostali projekti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ureditev in oddaja 100 tradicionalnih priveznih mest v najem na območju lagune Stjuža in rečice Roja</li> <li>- Podano in vključeno mnenje zavoda pri pripravi OPPN za širitev turističnih kapacitet Term Krka.</li> </ul>
<b>Sonaravna kmetijska dejavnost</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podeljevanje znamke »pridelano ali proizvedeno v Krajinskem parku Strunjan« z namenom podpore sonaravni kmetijski dejavnosti (npr. pridelava kakija)</li> <li>- Vzpostavitev matičnega nasada za zavarovanje in registracijo avtohtonih vrst Strunjanskih jagod in oživitev starih sort drugih pridelkov</li> </ul>
<b>Izobraževalne in raziskovalne dejavnosti – vodeni ogledi in organizacija delavnic</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izvajanje vodenih ogledov po tematskih poteh parka za zaključene skupine</li> <li>- Izvajanje vodenih ogledov po tematskih poteh parka za individualne obiskovalce parka</li> <li>- Različne delavnice na temo solinarstva, vodnih ptic, morskoga obrežja ipd.</li> <li>- Sodelovanje z univerzami v okviru praks za študente s področja varstva narave in turizma</li> </ul>

Tabela 17: Ključni projekti po področjih delovanja; Vir: JZ Krajinski park Strunjan

KRAJINSKA PARKA	Število obiskovalcev		Indeks 15/16
	2015	2016	
Krajinski park Sečoveljske soline*	35.518	48.174	135,6
Muzej solinarstva Sečoveljske soline*	2.487*	9.350	375,9*
Thalasso Spa Lepa Vida	5.516	7.484	135,7
Krajinski park Strunjan*	n/a	3.300	n/a

Tabela 18: Število obiskovalcev v krajinskih parkih; Vir: Interni podatki skrbnikov

\*Muzej solinarstva Sečoveljske soline je bil v letu 2016 po ponovnem prejetju sredstev Ministrstva za okolje in prostor ponovno odprt. Posledično indeks rasti ne predstavlja realnega stanja. Tuji turisti sicer predstavljajo približno tretjino vseh obiskovalcev.

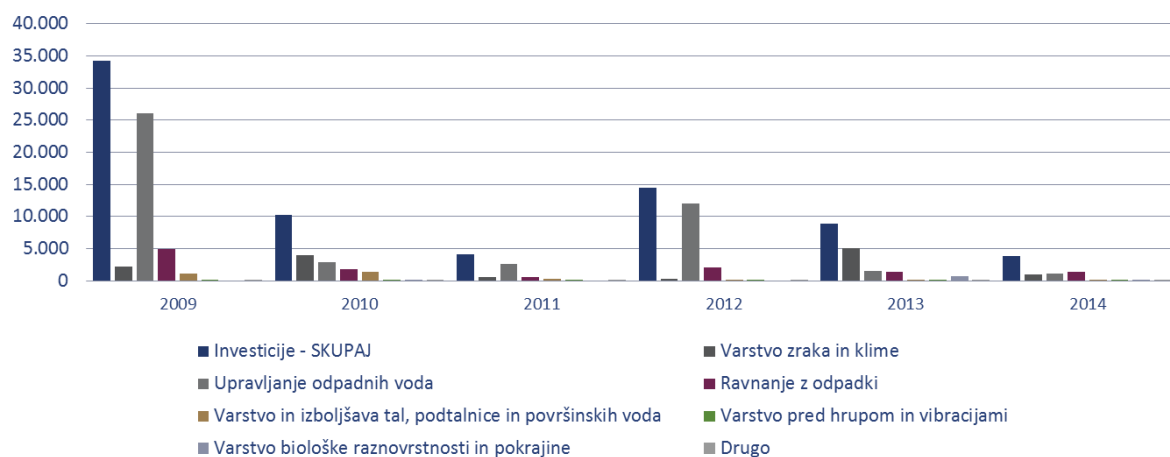
Podatki o obiskovalcih *Krajinskega parka Sečoveljske soline* vključujejo tako število prodanih kart kot število obiskovalcev, ki park lahko obišejo brezplačno (otroci mlajši od 6 let, invalidi, novinarji in študijski obiski).

Podatek o obiskovalcih *Krajinskega parka Strunjan* predstavlja oceno števila obiskovalcev plačljivih ali brezplačnih vodenj, ki so bila organizirana v okviru različnih prireditev, kot so npr. praznik artičok, praznik kakijev, solinarski praznik. Obisk centra za obiskovalce in obisk naravnega morskega obrežja in obalnega morja, kjer so glavne naravne vrednote parka, sta brezplačna. V Javnem zavodu Krajinskega parka Strunjan sicer ocenjujejo, da se na celotnem področju parka letno sicer zvrsti cca 300.000 obiskovalcev.

V nadaljevanju je podan grafični prikaz investicij v varstvo okolja v obalno-kraški regiji na osnovi podatkov Statističnega urada RS, iz katerega je razvidna splošna raven investicij ter obenem delitev investicij v posamezna okoljevarstvena področja. Iz grafa je razvidno, da se je raven investicij v obdobju 2009 - 2014 močno zmanjševala. **V letu 2009 je bilo za varstvo okolja izvedenih za 34.329 evrov investicij, v letu 2014 pa le še dobra desetina tega denarja.** Med izvedenimi investicijami so se v letih 2009 in 2012 sicer intenzivneje izvajale **investicije v upravljanje odpadnih voda**, v letu 2009 tudi investicije v **ravnanje z odpadki**, v letu 2013 pa v **varstvo zraka in klime**.



### Investicije v varstvo okolja (Obalno-kraška regija, obdobje 2009-2015)



Graf 10: Investicije v varstvo okolja obalno-kraške regije; Vir: SURS 2016

## ***Ohranjanje kulturne dediščine***

V Strategiji je med kvalitativnimi cilji opredeljeno tudi aktivno vključevanje v projekte za ohranjanje zgodovine in tradicije ter s tem povezane kulturne dediščine.

Na osnovi informacij Zavoda za varstvo kulturne dediščine Slovenije ugotavljamo, da občina Piran z namenom ohranjanja kulturne dediščine sodeluje z različnimi skupinami, ki so strokovno pristojne za tovrstna vprašanja. Med njimi je Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije (ZVKDS), s katerim je občina Piran sodelovala pri več projektih. V nadaljevanju navajamo nekaj vidnejših:

- **Prenova fasade z rekonstrukcijo ometov hiše Benečanka v Piranu.**
- **Izdelava konservatorskega načrta za vse sestavne elemente Tartinijevega spomenika v Piranu,** ki bi pomagal ohraniti spomenik izjemne kulturne vrednosti;
- **Čezmejno sodelovanje s Hrvaško na projektu Revitas,** katerega cilj je bil ustavitev propadanja istrske notranjosti, ohranjanje kulturne dediščine, promocija razvojnih in turističnih integriranih izdelkov, ustvarjanje skupne čezmejne turistične destinacije in promoviranje trajnostnega turizma v istrskem ruralnem področju na temeljih kulturnega in naravnega bogastva. ZVKDS podaja sodelovanje na tem projektu kot primer dobre prakse.
- **Predstavitve »Praznik sv. Jurija v Piranu, legende in pričevanja«** v mestni knjižnici Piran in pomorskem muzeju Sergeja Mašera v sklopu dni evropske kulturne dediščine.

### **Pregled ponudbe**

V nadaljevanju so zbrane glavne turistične znamenitosti, povezane s kulturno dediščino.

<b>KULTURNE ZNAMENITOSTI</b>	
Cerkve	Stolna cerkev sv. Jurija, Cerkev Marije Tolažnice, Cerkev Marije Snežne, Cerkev sv. Frančiška, Cerkev sv. Klementa, Cerkev sv. Štefana, Cerkev sv. Petra, Cerkev sv. Roka, Cerkev sv. Bernardina, Župnijska cerkev Device Marije Rožnovenske, Župnijska cerkev in samostan Marijinega prikazanja
Trgi	Tartinijev trg in Trg Prvega Maja (v Piranu)
Piransko obzidje	Obzidje zgodovinskega mestnega jedra
Palače	Občinska palača, Loža, Benečanka, Tartinijeva hiša, Sodna palača, Gledališče Giuseppe Tartini, Baročna hiša, Palača Apollonio (Zaccaria)
Arhiv	Zbrana arhivska gradiva o zgodovini Pirana in zaledja
Tartini	Tartinijev spomenik in Tartinijeva hiša

KULTURNE ZNAMENITOSTI	
Muzeji	Podrobnejši seznam je naveden spodaj.
Galerije	Podrobnejši seznam je naveden spodaj.
Skladišči soli Monfort in Magazen Grando	Prostor za sodobno umetnost Monfort
Akvarij	Ponuja ogled 140 vrst različnih morskih organizmov.

Tabela 19: Seznam kulturnih znamenitosti; Vir: Spletna stran portoroz.si

Podrobneje so navedeni sezname muzejev, znamenitosti in galerij ter število obiskovalcev posameznih objektov v letih 2015 in 2016.

SEZNAM MUZEJEV IN DRUGIH ZNAMENITOSTI	Število obiskovalcev		Indeks 15/16
	2015	2016	
Pomorski muzej »Sergej Mašera«	7.700	7.356	95,5
Muzej solinarstva Sečoveljske soline*	2.487*	9.350	375,9*
Tonina hiša - etnološka zbirka v Sv. Petru	2.777	2.990	107,7
Tartinijeva hiša s sobo	1.300	1.102	84,8
Muzej podvodnih dejavnosti*	10.000	10.000	100
Čarobni svet školjk Piran*	10.000	11.000	110
Mediadam Pyrhani*	864*	6.261	n/a
Kapelučina hiša - vaški muzej v Novi vasi nad Dragonjo	n/a	n/a	n/a
Muzej torbic	n/a	3.000	n/a
Forma Viva Portorož*	n/a	n/a	n/a
Akvarij*	34 000	38 336	112,8
Obzidje*	40.235	45.525	113,1
Monfort	1.796	1.190	66,3

Tabela 20: Število obiskovalcev muzejev in drugih znamenitosti; Vir: Interni podatki skrbnikov

### Opombe

\* *Muzej solinarstva Sečoveljske soline* je bil v letu 2016 po ponovnem prejetju sredstev Ministrstva za okolje in prostor ponovno odprt. Posledično indeks rasti ne predstavlja realnega stanja. Tuji turisti sicer predstavljajo približno tretjino vseh obiskovalcev.

\* *Forma Viva* je zbirka kamnitih skulptur na prostem v parku polotoka Seča pri Portorožu in omogoča ogled številnih kamnitih kipov, ki so nastali kot rezultat mednarodnih srečanj kiparjev na tem področju. Ogled *Forma Vive* je prost.

\* *Mediadam Pyrhani* je pričel z delovanjem 11. oktobra 2015, zato številka za leto 2015 predstavlja le obisk do konca otvoritvenega leta.

\* Pri *Čarobnemu svetu školjk* gre za približno oceno števila obiskovalcev muzeja.

\* Število obiskovalcev *Muzeja Torbic* je ocena obiskovalcev za obdobje cca 11 mesecev med marcem 2016 in februarjem 2017. Muzej torbic so v letu 2017 zaprli.

\* Natančen podatek o obisku *Muzeja podvodnih dejavnosti* ni na voljo, zato je naveden podatek, ki predstavlja oceno letnega obiska iz spletnega članka na naslednji povezavi: <http://www.delo.si/novice/slovenija/potapljaski-muzej-brez-obcinskega-kisika.html>.

\* Število obiskovalcev *Akvarija* predstavlja okvirne številke. Z letom 2017 so začeli z natančnim štetjem obiskovalcev.

\* V letu 2016 je bilo zaradi uvedbe davčne blagajne *obzidje* nekaj časa odprto, število obiskovalcev takrat pa se ni beležilo. Kasneje ob odprtju fizične prodaje vstopnic preko davčne blagajne so otrokom nudili brezplačen vstop in se število otrok ni beležilo. Podatek o številu obiskovalcev za leto 2016 zato ni realen in kot tak neprimerljiv s podatki o številu obiskovalcev v preteklih letih. Pred uvedbo fizične prodaje preko davčne blagajne je prodaja vstopnic za obzidje potekala preko avtomata. V letu 2014 je bilo zabeleženih 40.235 obiskovalcev obzidja. Ta številka prikaže realno rast, ki je bila v obdobju med letoma 2014/15 13-odstotna. Leto 2016 zaradi prej omenjenih dejstev s preteklimi leti ni primerljivo, z letom 2017 pa so v Športnem in mladinskem centru Piran, ki je upravljevalec obzidja, začeli s ponovnim beleženjem vseh vstopov preko avtomata, tudi otrok.

\* Podatki o obiskovalcih *Krajinskega parka Sečoveljske soline* vključujejo tako število prodanih kart kot število obiskovalcev, ki park lahko obišejo brezplačno (otroci, mlajši od 6 let, invalidi, novinarji in študijski obiski).

\* Podatek o obiskovalcih *Krajinskega parka Strunjan* predstavlja oceno števila obiskovalcev plačljivih ali brezplačnih vodenj, ki so bila organizirana v okviru različnih prireditev, kot so npr. Praznik artičok, Praznik kakijev, Solinarski praznik. Obisk centra za obiskovalce in obisk naravnega morskega obrežja in obalnega morja, kjer so glavne naravne vrednote parka, sta brezplačna. V Javnem zavodu Krajinskega parka Strunjan sicer ocenjujejo, da se na celotnem področju parka letno zvrsti cca 300.000 obiskovalcev.

SEZNAM GALERIJ	Število obiskovalcev		Indeks 15/16
	2015	2016	
Mestna galerija Piran	4.450	4.606	103,5
Galerija Hermana Pečariča in Pečaričeva zbirka	7.960	8.006	100,6
Galerija Duka*	n/a	n/a	n/a
Galerija Božidarja Jakca v Padni*	n/a	n/a	n/a

Tabela 21: Število obiskovalcev v galerijah; Vir: interni podatki posameznih galerij

\* Podatek o številu obiskovalcev galerije Božidarja Jakca v Padni ni na voljo. Enako velja za galerijo Duka, ki je obenem prodajna galerija.

## CILJ 9: Management destinacije ter upravljanje z znamko destinacije

Strategija med kvalitativnimi cilji navaja potrebo po učinkovitem managementu destinacije ter vzpostavitev in upravljanje znamke, »ki se bo odražala v boljši prepoznavnosti, kvalitetnejši in pestrejši ponudbi ter povečanem povpraševanju«.

### *Management destinacije*

#### **Organiziranost in delovanje področja turizma**

Strategija predvideva, da proces razvoja in priprave turistične ponudbe v praksi prevzamejo destinacijske organizacije (DMO), proces distribucije in izvedbe turistične ponudbe pa sodobne receptivne potovalne agencije (DMC). RUNST deli naloge destinacijskih organizacij na: razvoj, distribucijo, promocijo in operativo.

Storitve	Razvojni posli
<ul style="list-style-type: none"><li>• Servis individualnih turistov</li><li>• Servis turistov drugih operaterjev</li><li>• Predstavniška služba za tour operaterje</li><li>• Storitve za RDO</li><li>• Storitve za NTO</li><li>• Rezervacije</li><li>• Informacijska služba</li><li>• Statistično spremljanje turizma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Raziskovanje trga</li><li>• Raziskovanje destinacije</li><li>• Poslovno zastopanje tour operaterjev</li><li>• Razvoj turističnih dokončnih proizvodov</li><li>• Nadzor kakovosti storitev ponudnikov</li></ul>

*Tabela 22: Naloge DMC-ja; Vir: Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009-2015*

Nalogo receptivne turistične organizacije Piran (DMC) opravlja Turistično združenje Portorož, g. i. z., ki deluje po principu javno-zasebnega partnerstva.

### *Turistično združenje Portorož, g. i. z.*

Turistično združenje Portorož, g.i.z. je nepridobitna organizacija, ki povezuje interese članov združenja in krajevnega okolja na področju turizma v občini Piran.

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo je v letu 2015 ponovno podelilo Turističnemu združenju Portorož, g. i. z. status pravne osebe, ki deluje v javnem interesu na področju spodbujanja razvoja turizma v okviru turističnega območja, ki zajema območje občine Piran. Status se podeli za obdobje petih let z možnostjo podaljšanja. Združenje je prvič prejelo status leta 2005.

Združenje ima 13 članov. Člani Turističnega združenja Portorož, g.i.z. so: Občina Piran, Hoteli Bernardin, Istrabenz turizem, Terme Krka, Marina Portorož, Casinò Portorož, Kompas turistično podjetje, Javno podjetje Okolje Piran, Javni zavod športni in mladinski center Piran, Adriatic Slovenica, Istrabenz, Aerodrom Portorož, Antigona (TA Go Portorož).

#### **Poslanstvo Turističnega združenja Portorož, g. i. z.**

Izvajanje učinkovite promocije turistične ponudbe občine Piran skozi trajnostne, razvojne, informacijske in trženjske aktivnosti.

#### **Cilji Turističnega združenja Portorož, g. i. z.**

- Sodelovanje z vsemi turističnimi ponudniki v občini Piran,
- zagotavljanje usklajene in celovite turistične ponudbe v občini Piran,
- organiziranje učinkovitega, celovitega in strokovnega izvajanja tržnih komunikacij in promocije turistične ponudbe občine Piran,
- uveljavljanje interesov članov združenja v odnosu do države, strokovnih združenj, izobraževalnih ustanov ter povezovanje s sosednjimi občinami, regijami in s tujino,
- zagotavljanje razvoja in konkurenčnega trženja turistične ponudbe in turističnih produktov v državi in v tujini,
- povezovanje interesov gospodarskih subjektov, društev, drugih organizacij in občin na področju turistične dejavnosti,
- olajševanje in pospeševanje pridobitne dejavnosti članov združenja v občini Piran,
- izboljšanje in povečanje poslovnih rezultatov v dejavnosti turizma v občini Piran,
- zagotavljanje varstva pred nelojalno konkurenco med člani združenja,
- informiranje turistov, zbiranje podatkov za potrebe informiranja obiskovalcev, ugotavljanje mnenj obiskovalcev o kakovosti turistične ponudbe, spremljanje in posredovanje predlogov in pritožb obiskovalcev v zvezi s turistično ponudbo pristojnim organom preko Turistične informacijske pisarne Portorož in Piran.

## Področja delovanja Turističnega združenja Portorož, g. i. z.:

1. Trženjske aktivnosti.
2. Turistična informacijska dejavnost.
3. Sooblikovanje in razvoj turističnih produktov.
4. Prireditve.

## Aktivnosti Turističnega združenja Portorož, g. i. z. v letu 2017:

### 1. TRŽENJSKE AKTIVNOSTI

- Strategija turističnega razvoja
- Kreiranje komunikacijskih vsebin (On -line, Off-line)
- Tiskovine
- Promocijske aktivnosti (Odnosi z javnostmi - PR, Oglaševanje tiskani in e-mediji, Sejmi in borze, servisiranje študijskih skupin, Promocijske predstavitve destinacije.

### 2. TURISTIČNA INFORMACIJSKA DEJAVNOST - PORTOROŽ IN PIRAN

Turistično informacijski pisarni v Piranu in Portorožu sta odprti vse dni v letu, razen 25. decembra. V povprečju obe pisarni letno obiše skoraj 80 tisoč turistov. Obiskanost pisarne v mestu Piran je zaradi povpraševanja po atrakcijah mnogo večja (v povprečju več kot dve tretjini obiska), kot v mestu Portorož, kjer se gostje večinoma zanimajo za nastanitev, dogodke in možnosti aktivnega preživljanja časa.

Št. obiskovalcev	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Pisarna Portorož - skupaj</b>	<b>31.499</b>	<b>23.791</b>	<b>24.981</b>	<b>22.203</b>	<b>21.542</b>
Domači	5.320	4.522	4.949	4.381	4.569
Tuji	26.179	19.279	20.032	17.822	16.973
<b>Pisarna Piran - skupaj</b>	<b>53.912</b>	<b>43.670</b>	<b>64.039</b>	<b>53.394</b>	<b>57.398</b>
Domači	6.402	4.925	8.527	6.563	7.943
Tuji	47.510	38.745	55.512	46.831	49.455
<b>Skupaj</b>	<b>85.411</b>	<b>67.461</b>	<b>89.020</b>	<b>75.597</b>	<b>78.940</b>

Tabela 23: Število obiskovalcev turističnih pisarn Portorož in Piran; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011 - 2015

### 3. OBLIKOVANJE IN RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV:

- Raziskave
- Tečaj za lokalne turistične vodnike
- Razvoj novih produktov destinacije
- Promocija letalskega produkta
- Promocija kongresnih aktivnosti Drugi EU projekti

#### 4. PRIREDITVE

- Praznik olja in bledeža, Padna
- Dnevi vrtnice Portorož, Portorož
- Praznik vina in česna, Nova vas
- Dan turizma, v celotni občini Piran
- Vse sladkosti življenja, Festival penin
- Razvoj novih prireditev (Teden cipljev, Pesce povero, ...)

#### **Viri financiranja Turističnega združenja Portorož, g. i. z.**

Turistično združenje Portorož, g. i. z. se financira iz naslednjih virov:

- a) s sredstvi v višini najmanj 40 % (štirideset odstotkov) zbrane turistične takse v Občini Piran, pod pogojem da je sprejet letni program GIZa;
- b) z namenskimi viri financiranja spodbujanja razvoja turizma po pogojih, ki jih določa Zakon o spodbujanju razvoja turizma;
- c) z namenskimi viri, ki jih članice interesno združujejo za sofinanciranje skupno dogovorjenih projektov;
- d) z lastnimi prihodki lokalne turistične organizacije;
- e) s članarino, ki jo določa nadzorni svet združenja;
- f) s sredstvi nacionalne turistične organizacije za pospeševanje turizma;
- g) z darili in dotacijami (in drugimi namenskimi viri).

### *Upravljanje z znamko destinacije*

#### **Identiteta destinacije**

V letu 2015 so bile izvedene aktivnosti z namenom opredelitve identitete znamke destinacije. Analiza je pokazala, da **destinacijo sestavljajo tri entitete: Piran, Portorož in zaledje brez enovite zgodbe**. Piran in Portorož dominirata, vendar imata različno naravo, zaledje pa predstavlja še neizkoriščen potencial in ni povezano ne s Piranom ne s Portorožem. Nobena izmed treh obstoječih entitet ne more predstavljati krovne ter hkrati enovite in celovite zgodbe destinacije, saj poudarjanje ene odnese del pestrosti.

Cilj novo opredeljene identitete je bil povezati tri entitete v enovito in celovito destinacijo z jasno zgodbo. **Novo opredeljena identiteta tako narekuje, naj Piran in Portorož delujeta med seboj povezovalno, pri čemer Portorož predstavlja telo destinacije, ki je moderno, aktivno in usmerjeno v zdravje (predstavlja arhetip ustvarjalca), medtem ko Piran**



**destinaciji dodaja dušo in romantičen pridih (predstavlja arhetip romantika).** Destinacija se diferencira po dveh bistvenih vseprisotnih elementih, ki sta mikroklima in sol. Iz te osnove je sledil tudi predlog slogana, ki se glasi »Piran, Portorož - Ščepec Mediterana«.

Na osnovi opredelitve identitete so bili določeni naslednji koraki:

1. Določitev glavnega skrbnika znamke;
2. Določitev skupine za podporo skrbniku znamke in obstoju destinacijske znamke;
3. Uskladitev 'storytelling' koncepta z novo identiteto znamke;
4. Oblikovanje in zaščita kristala soli ter oblikovanje CGP v skladu s tem;
5. Preveriti ključne izkustvene točke z znamko (customer journey);
6. Priprava preprostih navodil za realizacijo znamke;
7. Določitev konkretnih aktivnosti za uskladitev vseh ključnih deležnikov z novo identiteto znamke;
8. Interna komunikacija znamke na nivoju občine.



**Piran Portorož**  
**Ščepec Mediterana**  
**A pinch of Mediterranean**  
**Un pizzico di Mediterraneo**

*Slika 2: Ščepec Mediterana; Vir: Občina Piran, 2015, Opredelitev identitete znamke destinacije „Portorož in Piran“*

Z namenom identifikacije ključnih izkustvenih točk je bila v istem letu izvedena tudi raziskava profila obiskovalcev občine Piran v poletni sezoni. Namen raziskave je bil določitev glavnih tokov gostov, izboljšanje izkušnje na posameznih točkah tega toka in finančnega izkoristka tega toka. Ključne ugotovitve raziskave (Vir: Valicon, 2015, Profil gostov slovenske obale):

- 90 % toka se odvije med Piranom, Portorožem in vmesnimi točkami.
- Točke navdušenja so skoncentrirane v Piranu, medtem ko je zadovoljstvo s Portorožem in vmesnimi točkami potrebno bistveno popraviti.
- Najpogostejši motiv obiska destinacije izhaja iz naravnih danosti (wellness, dogodki, šport in rekreacija, zgodovina), manj pa destinacija pritegne klasične družinske goste.

- Interesne točke, kot so Mesečev zaliv, Sveti križ, jezera v Fiesi so za obiskovalce zanimive, vendar ostajajo neodkrite in je zato potrebno delati na njihovi prepoznavnosti ter oblikovanju časovno in 'zgodbeno' opredeljenih izletov po destinaciji;
- Med tujimi gosti so se nemško govoreči gostje poleg Italijanov umestili med pomembnejše skupine gostov.
- Izkušvene točke so merljive in omogočajo oblikovanje naslednjih korakov ter ponovno preverjanje učinkovitosti izvedenih aktivnosti v prihodnje.

## Komunikacijske in promocijske aktivnosti

Informacije o komunikacijskih aktivnostih smo pridobili pri TZ Portorož (poslovna poročila in spletno mesto).

Združenje je sodelovalo pri različnih projektih odnosov z javnostmi, na mednarodnih in lokalnih sejmih in dogodkih ter pri organizaciji študijskih aktivnosti. V nadaljevanju povzemamo nekaj zadnjih dogodkov:

- Avstrija, Nemčija, Švica: od leta 2012 naprej so v sodelovanju z agencijo Stromberger PR iz Münchna potekale **kontinuirane medijske objave in sporočila za javnost, študijske ture za novinarje, novinarski dogodki**;
- Italija: v sodelovanju z italijansko PR agencijo AT Comunicazione so izvedli **novinarsko in blogersko konferenco** s predstavitvijo kulinarike ter organizacijo **študijske ture za novinarje**;
- Italija, Milano: **predstavitve občine Piran** v okviru predstavitve drugih občin s področja Istre in Krasi na sejmu EXPO v Milanu. Destinacija se je predstavila z zgodbo solinarske in Tartinijeve družine ter kulinarike;
- Dunaj (Ferienmesse), München (F.RE.E), Berlin (ITB), Moskva (MITT), Rimini (TTG): **prisotnost na mednarodnih sejmih s predstavitvijo destinacije Piran & Portorož in osrednjega elementa identitete** (piranska sol s pomočjo vizualnih in kulinarčnih elementov) v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo. Sporočilo je bilo skladno z rdečo nitjo slovenskega turizma, ki izpostavlja "zeleno, aktivno in zdravo" preživljanje časa.
- Portorož: predstavitev destinacije na domačem sejmu Internautica;
- London: na turistični borzi WTM se je destinacija **predstavila z videom o kulturni dediščini Pirana** v okviru evropskega projekta Hera;
- **Študijske aktivnosti s skupinami novinarjev, turističnih operaterjev, turističnih agencij, operaterjev kongresnega turizma ter bloggerjev** v letih 2013, 2014 in 2015 s predstavniki Italije, Avstrije, Nemčije, Ukrajine, Estonije, Švice, Madžarske, Velike Britanije, Švedske, Rusije, Izraela, Turčije, Kazahstana, ZDA, Kanade, Saudske Arabije, Indije, Japonske, Kitajske in Singapurja. Ciljani učinki študijskih aktivnosti so bile objave člankov v tiskanih

medijih, kot so Globe, Mail (Kanada), Schlossmagazin (Nemčija), VON Magazine (Avstrija), Donna Moderna in Donna Al Top (Italija);

- Glasbena prireditve **Eurosong na Dunaju: predstavitev destinacije** s solinarko in kulinariko za ciljno skupino gostov iz Avstrije in drugih držav;
- Predstavitev in sodelovanje destinacije **na lokalnih prireditvah**: Od Pirana do Rikarje vasi, Zlati boben, Velikonočna regatta, predstavitev potnikom kiržarke Royal cutter, 365 dni Riviere (turizem jadranske dediščine na konferenci Kulturna dediščina in kulturni turizem), Miss turizma Slovenije, sodelovanje z meščani mesta Piran, Piran kot poročna destinacija, športne in druge prireditve;
- Promocija kongresnega turizma: v letu 2015 so bile izvedene različne aktivnosti, kot je **včlanitev v Kongresno turistični urad Slovenije, vključevanje v poslovno borzo Conventa, sejmski nastopi, kampanja na spletu, študijski obisk 'The best of Slovenia', gostitev srečanja članov Kongresnega urada Slovenije** idr.;
- **Zakup oglasnega panoja v Marini Koper** za ciljno skupino gostov iz križark;
- Izvedba promocijskih aktivnosti letalskih (charterskih) linij **na specializiranih sejmih v tujini (Praga, Zell am See)**.
- Priprava različnih tiskovin: sofinanciranje izdaje **image kataloga Istra&Kras, ponatis turističnega zemljevida Piran&Portorož, izdelava letaka z nagradno igro Objemi Piran, storytelling katalog Ščepec Mediterana** ipd.

V letih 2014 in 2015 je v okviru '**storytellinga**' potekala izdelava novih fotografij za uporabo na vseh promocijskih materialih, v tiskanih medijih in na spletu. Fotografije pokrivajo vse letne čase ter ključne produkte destinacije. Združenje je z namenom aktivacije pripovedovalnega pristopa ('storytelling') sodelovalo tudi z društvom ŠKID, ki je v Padni, Novi vasi in Svetem Petru organiziralo delavnico za oblikovanje ponudbe, ki bi aktivneje promovirala tudi zaledje in podeželski turizem. Omenjeni projekt je primer prakse, ki kaže na primer vključevanja lokalnih skupnosti v turistično gospodarstvo.

### **Spletne promocijske aktivnosti**

**Spletni portal Turističnega združenja Portorož** (portoroz.si), postavljen v sedanji podobi leta 2013, pridobiva na številu obiskovalcev. V letu 2015 je zabeležila 526.000 unikatnih obiskovalcev, med katerimi je bilo 65 % novih obiskovalcev, medtem ko so v letu 2014 zabeležili le nekaj več kot 200.000 obiskovalcev strani. Največji delež obiska beležijo v obdobju do konca julija (v letu 2015 je do takrat portal obiskalo 86 % obiskovalcev). Pri TZ Portorož opažajo, da spletne oglaševalske kampanje prinašajo bistveno večji obisk na spletnem portalu. V letu 2015 je tako med februarjem in junijem potekalo kontinuirano oglaševanje na Google prikaznem in iskalnem omrežju v Sloveniji, Italiji in Avstriji ter na Facebooku v Italiji in Sloveniji. V tem času (do konca junija 2015) so s kampanjo dosegli od 50 % do 120 % porast obiska portala.

	Slovenija	Italija	Avstrija
Št. klikov - Google Search omrežje	20.000	18.000	4.400
Št. klikov - Google Display omrežje	20.000	70.000	11.600
Konverzije* - Skupaj	4.250	3.300	500

Tabela 24: Rezultati spletne kampanje v letu 2015 na Google omrežjih; Vir: Poslovna poročila TZ Portorož 2011-2015 (\*Konverzija predstavlja poslano povpraševanje ali preusmeritev obiskovalca na spletno stran partnerjev)

V tem obdobju so bile na portalu izvedene tudi dodatne posodobitve (implementacija rezervacijskega sistema PHOBS na spletnem portal, omogočen je izpis informacij v pdf formatu za potrebe TIC-ov, možnost naročanja katalogov, prikaz medijskih objav in statističnih poročil, integracija novih fotografij na osnovi 'storytellinga'), ki omogočajo enostavnejše pridobivanje informacij, skrbijo za privlačnost strani, med pomembnejšimi pa je možnost neposredne rezervacije namestitve preko rezervacijskega sistema na portalu.

Med **spletnimi promocijskimi aktivnostmi** v letu 2014 kot primer uspešne izvedbe navajamo YouTube kampanjo z videom 'Skoči v Portorož', ki je v italijanski različici ('Fai un salto a Portorose') dosegel rekord z 1,3 milijona ogledov. Uspeh kampanje je pripomogel k povečanemu obisku portala med italijanskimi uporabniki spleta. Video v drugih jezikih pa beleži le nekaj tisoč ogledov.

TZ Portorož na svojem YouTube kanalu ponuja tudi nekaj drugih video oglasov, ki pa so glede na število ogledov manj uspešni, v povprečju z le nekaj sto ogledi. Način izvedbe promocije na italijanskem trgu lahko služi kot primer uspešne prakse. V času omenjene kampanje je bilo na Facebook strani TZ Portorož dodanih 21 targetiranih objav, z dosegom enega milijona uporabnikov. Z aktivnostmi so tako v letu 2014 uspeli generirati 25.000 všečkov, med katerimi je 18.000 uporabnikov iz Italije.

V letu 2015 je od junija do sredine septembra 2015 v Italiji v skladu s smernicami prenove destinacijske znamke potekala spletna kampanja 'Un pizzico di Mediterraneo' (Facebook, Google Display in Search, RTB) z namenom povečanja zanimanja za obisk destinacije. Kampanja je potekala v partnerstvu Turističnega združenja Portorož, Hotelov Bernardin, Istrabenz turizma in Aerodroma Portorož. Osrednji element ščepec soli je povezoval osnovne tematike destinacije: romantiko, kulinariko, aktivnosti in wellness. S kampanjo je bilo doseženih 63.815 ogledov, z glavne pristajalne strani pa se je tretjina ogledov usmerila na podstrani s tematiko romantika (33 %), wellness (27 %), aktivnosti (23 %) in kulinarčne podstrani (17 %). Doseženih je bilo **10.589 konverzij, tj. klikov na strani partnerjev**, vključenih v kampanjo. V sklopu kampanje je na Instagram omrežju potekala podporna kampanja z nagradno igro.

TZ Portorož na področju spletne promocije sodeluje tudi s Slovensko turistično organizacijo. **Destinacija se je s spletno kampanjo predstavila na slovenskem turističnem portalu**

**Slovenia.info** s prilagojenimi vsebinami za angleško, nemško in rusko govoreče trge. V spletno kampanjo je bila vključena komunikacija aktivnih in družinskih počitnic, wellness in kulinarčne ponudbe ter ponudbe mest, kulture in festivalov. STO je nudil podporo z (plačljivimi in neplačljivimi) objavami na Facebook družabnem omrežju.

**Piran je tudi na spletu ena glavnih destinacij, ki so izpostavljene pri domači ali tuji promociji Slovenije.** Lonely Planet postavlja Piran na tretje mesto med ključnimi točkami v Sloveniji, za obiskom Triglava in Ljubljane, Piran s solinami pa izpostavlja na prvi strani (in na straneh različnih doživetij) tudi slovenski turistični portal Slovenia.info. Preko iskalnih pojmov, povezanih z Jadranom ali Mediteranom na iskalniku Google Slovenija ni izpostavljena, prav tako ne destinacija Piran & Portorož. Najbolj so izpostavljene hrvaške, sledijo italijanske destinacije.

### **Komunikacijski poudarki ponudnikov**

V skladu z usmeritvami Strategije naj bi ponudniki v svoji komunikaciji poudarjali geografsko lego, klimo, ohranjanje narave (zelenega zaledja, soli in čistega morja), naravne in kulturne dediščine ter šarm tradicije turizma. Hotelski ponudniki so usklajeni predvsem pri poudarjanju geografske lege, klime ter naravne in kulturne dediščine. Geografska lega je bolj poudarjena na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu.

### **Turistična taksa**

Odlok o turistični taksi v občini Piran je Občinski svet Občine Piran sprejel leta 2004 v skladu z določili Zakona o spodbujanju razvoja turizma. Zavezanci za plačilo takse so vsi tisti, ki z namenom prenočevanja koristijo namestitvene objekte v občini, v obliki pavšalnega plačila pa tudi vsi lastniki počitniških hiš, stanovanj ali plovil.

Občina Piran na osnovi te takse zbira svoje prihodke, dodatno pa tudi iz koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo. Za leto 2016 je imela Občina predvidena 2,66 milijona evrov prihodkov iz turistične takse in koncesijske dajatve od posebnih iger na srečo.

<b>PODROČJE PORABE</b>	<b>NAČRTOVANA PORABA (v EUR)</b>	<b>DELEŽ</b>
Politični sistem	27.000	1%
Zunanja politika in mednarodna pomoč	24.440	1%
Skupne administrativne službe in splošne javne storitve	13.040	0%
Lokalna samouprava	165.981	5%

PODROČJE PORABE	NAČRTOVANA PORABA (v EUR)	DELEŽ
Obramba in ukrepi ob izrednih dogodkih (gasilci)	83.400	3%
Dela in delovni pogoji	106.100	3%
Promet, prometna infrastruktura in komunikacije	388.500	12%
Gospodarstvo	1.050.250	32%
Varovanje okolja in naravne dediščine	2.900	0,1%
Prostorsko planiranje in stanovanjsko komunalna dejavnost	1.075.456	33%
Kultura, šport in nevladne organizacije	363.540	11%
<b>Skupaj</b>	<b>3.300.607</b>	<b>100%</b>

Tabela 25: Pregled načrtovane porabe prihodkov iz turistične takse in koncesijskih dajatev; Vir: TZ Portorož

Iz zgornje tabele je razvidno, da je za leto 2016 Občina Piran tretjino prihodkov namenila področjema prostorskega planiranja in stanovanjsko komunalne dejavnosti (33%) tretjino pa področju gospodarstva (32%).

Iz sredstev, namenjenih gospodarstvu je bil najvišji delež (65%) namenjen sofinanciranju programa lokalne turistične organizacije (LTO), 24% pa je bilo namenjenih regionalnim in EU programom.

Iz sredstev, namenjenih področju prostorskega planiranja je bil najvišji delež namenjen urejanju plaž in obalnega pasu (67%) ter programom vzdrževanja skupne rabe (26%).

12% sredstev je bilo namenjenih na splošno za področje prometa, prometne infrastrukture in komunikacij.

Med ostalimi področji je bil področju kulture in športa namenjen desetinski delež od celotnega načrta porabe. Od tega je bilo ZKD Karol Pahor Piran, ki vključuje program Mediadoma, namenjenih dve tretjini sredstev (kar predstavlja 8% sredstev od celotne porabe), Avditoriju Portorož pa ena četrtnina sredstev (kar predstavlja 3% sredstev od celotne porabe).

Področjem, kot so spomeniško varstvene akcije, kulturni projekti ter varovanje okolja in naravne dediščine je Občina Piran namenila zanemarljiv delež sredstev.

### ***Evaluacija managementa destinacije in upravljanja z znamko***

Destinacija ne razpolaga z organizacijo za destinacijski menedžment (DMO). Naloge, ki so bile predvidene za receptivno turistično organizacijo Piran (DMC), trenutno večinoma opravlja Turistično združenje Portorož, g. i. z., ki deluje po principu javno-zasebnega partnerstva. Spodaj je prikazana trenutna stopnja vpletenosti TZ Portorož v posamezne naloge, ki so bile v Strategiji opredeljene kot naloge DMC-ja.

	Storitve		Razvojni posli
	Servis individualnih turistov		Raziskovanje trga
	Servis turistov drugih operaterjev		Raziskovanje destinacije
	Predstavniška služba za tour operaterje		Poslovno zastopanje tour operaterjev
	Storitve za RDO		Razvoj turističnih dokončnih proizvodov
	Storitve za NTO		Nadzor kakovosti storitev ponudnikov
	Rezervacije		
	Informacijska služba		
	Statistično spremljanje turizma		

Tabela 26: Raven delovanja TZP na področju nalog DMC-ja; Vir: TZ Portorož

Turistično združenje Portorož na destinaciji v celoti skrbi za servis individualnih turistov, turistov drugih operaterjev, za storitve NTO, rezervacije ter opravlja informacijsko službo. Skrbi tudi za storitve RDO in opravi okvirno polovico nalog iz področja statističnega spremljanja turizma ter raziskovanja trga. Združenje je manj aktivno na področju raziskovanja destinacije ter razvoja turističnih dokončnih proizvodov, medtem ko se s poslovnim zastopanjem tour operaterjev in nadzorom kakovosti storitev ponudnikov ne ukvarja. Predstavniško službo za tour operaterje opravljajo zunanji izvajalci.

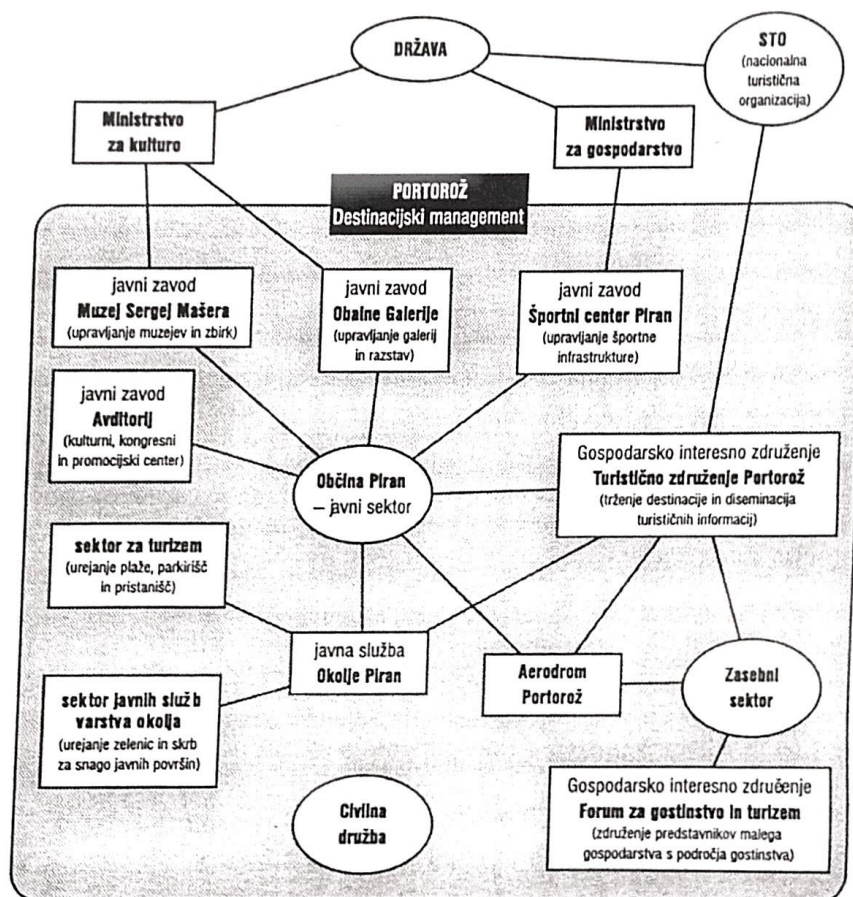
Navedeno dejstvo je skladno z vizijo Turističnega združenja Portorož, g. i. z., da bi se to v prihodnje preoblikovalo v DMO - organizacijo za management destinacije Portorož & Piran. S to vizijo in nalogami, ki jih danes že opravlja, bi združenje dobilo vlogo odločujočega promotorja in sooblikovalca razvoja kakovostne in konkurenčne turistične ponudbe na destinaciji.

Turistično združenje Portorož si že danes kot izzive postavlja:

- Krepitev znamke Portorož & Piran "Ščepec Mediterana",
- učinkovitejša promocija in trženje na domačem in tujih trgih,
- vzpostavitev meril za merjenje učinkovitosti destinacije,
- pridobitev novih članov združenja,
- sistemska vzpostavitev koordiniranega turističnega delovanja vseh akterjev v kraju,
- razvoj kadrov.



Spodnja slika verjetno najbolj prikazuje težavnost »organiziranosti«. Določena področja (dogodki) so na primer razporejena pri različnih akterjih. Uvajanje koordinatorskega v takih primerih je zagotovo dobra smer reševanja.



Slika 3: Shema turistične organiziranosti in destinacijskega managementa v Portorožu; Vir: Prašnikar idr. 2004, 388.

Najbolj očitno se problematika vidi pri samem upravljanju znamke - kdo je skrbnik znamke in kje je sistematiziran. Destinaciji namreč še vedno primanjkuje skrbnik znamke, ki bi vse te aktivnosti načrtoval, povezoval, postavljaj njihove cilje, nadzoroval njihovo realizacijo in skrbel za enotno upravljanje znamke v prihodnje. Ne glede na to, na katerem mestu ali znotraj katere organizacije bo t. i. brand manager pozicioniran, je bistvenega pomena, da ne bo deloval le v izvedbenih fazah upravljanja z znamko, temveč bo imel na destinaciji predvsem upravljaljsko in povezovalno funkcijo.

Pri upravljanju znamke so se na destinaciji v času zapisane Strategije izvajali posamezni koraki in aktivnosti, usmerjeni predvsem na sejemske dejavnosti in splet. Znamka se z osrednjim elementom soli vključuje v turistično ponudbo, predvsem v smislu spa in wellness turizma, sol pa se predstavlja tudi kot pomemben del naravno-kulturne dediščine. Glede na



to, da planiranje teh aktivnosti do sedaj ni potekalo centralizirano, so rezultati vseh aktivnosti kot celote težko merljivi.

Znamka se že predstavlja skozi koncept zgodbarjenja (storytelling), vendar destinaciji za prihodnje predlagamo, da se poleg komunikacijskih aktivnosti usmeri iz pripovedovanja v ustvarjanje zgodb ('storydoing'). S pripovedovanjem zgodbe ustvarjamo pomemben delček celotne podobe znamke, še pomembneje pa je, da si vsi deležniki na destinaciji kot cilj postavijo **ustvarjanje** skupne zgodbe in tistega, kar bodo gostje na destinaciji **občutili** in **doživeli**. Povezovanje pripovedovanja in ustvarjanja (realizacije) zgodbe je obenem osrednja naloga, ki je predvidena za predvidenega skrbnika znamke.

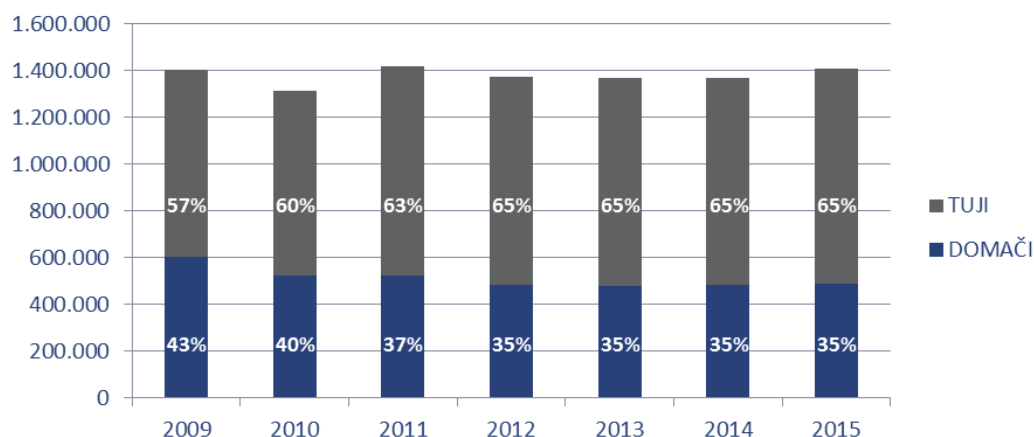
## 5 OCENA RAZVOJA GLAVNIH EMITIVNIH TRGOV

---

Strategija navaja, da je bilo leta 2007 v strukturi nočitev na destinaciji 37 % domačih in 63 % tujih gostov. Razmerje med domačimi in tujimi gosti je bilo nekoliko večje v hotelskih objektih, kjer so beležili 72 % nočitev tujih in 28 % domačih gostov. Med tujimi gosti so prevladovali Italijani (32 %), 24 % je bilo Nemcev, 21 % Avstrijcev ter 5 % Rusov. Strategija je tako med ciljne trge umestila Slovenijo, Italijo, Nemčijo, Avstrijo in Rusijo, med perspektivne trge pa Nizozemsko, Belgijo, Skandinavijo, Češko, Poljsko, Slovaško, Ukrajino ter Veliko Britanijo.

Občina Piran je v letu 2015 zabeležila 1,4 milijona nočitev, med temi je bilo največ nočitev tujih gostov. Delež nočitev tujih gostov je rasel do leta 2012 in se ustalil na 65 %, kar je za 3 % več kot leta 2007 oziroma za 14 % več kot leta 2009.

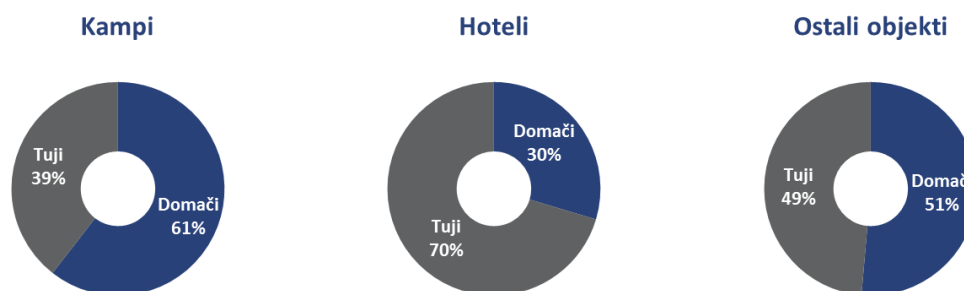
### Število nočitev v občini Piran (domači in tuji gostje, %)



Graf 11: Število nočitev v občini Piran: Vir: SURS 2016

V letu 2015 so tuji gostje prevladovali v hotelih (70 % tujih gostov), v kampih je bilo več domačih gostov, v ostalih prenočitvenih objektih pa je bil delež skoraj izenačen.

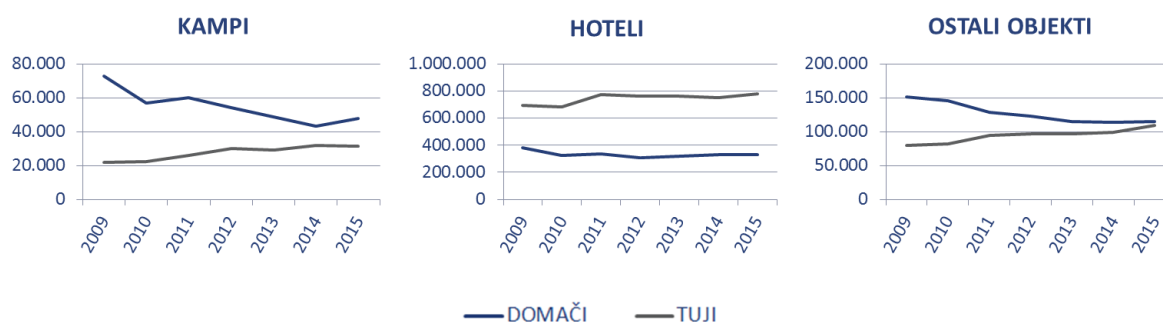
### Struktura nočitev domačih in tujih gostov v letu 2015



Graf 12: Struktura nočitev domačih in tujih gostov po posameznih namestitvenih objektih; Vir: SURS 2016

Struktura domačih in tujih gostov po posameznih skupinah prenočitvenih objektov se je od leta 2009 spremenila, delež tujih gostov se je namreč povsod povečal, največ v kampih.

### Nočitve domačih in tujih gostov v občini Piran glede na skupine prenočitvenih objektov



*Graf 13: Gibanje števila nočitev domačih in tujih gostov po posameznih namestitvenih objektih med leti 2009 – 2015; Vir: SURS 2016*

Slovenija, Italija, Nemčija, Avstrija in Rusija so v Strategiji opredeljeni kot **ciljni emitivni trgi** destinacije. Glede na statistične podatke o številu prenočitev v letu 2015 v občini Piran, gostje iz omenjenih trgov dejansko prevladujejo in skupaj predstavljajo 78 % vseh gostov. Med temi je največ domačih gostov (34,8 %), sledijo gostje iz Avstrije (15,8 %), Italije (14,9 %), Nemčije (8,3 %) in Ruske federacije (4,1 %). (Vir: SURS 2016)

	Država	Število nočitev							Delež (%)	Rast (%) 09/15
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015	
1	Slovenija	604.805	525.809	522.286	483.231	480.182	484.134	490.621	34,8	-18,9
2	Avstrija	169.527	163.930	192.609	206.770	201.329	211.469	221.960	15,8	30,9
3	Italija	253.520	241.044	238.694	216.382	197.764	203.421	210.284	14,9	-17,1
4	Nemčija	104.547	103.189	127.307	123.287	113.009	114.833	116.401	8,3	11,3
5	Ruska fed.	44.088	49.941	67.537	76.193	87.810	73.089	57.129	4,1	29,6
6	Madžarska	20.657	21.107	26.375	24.002	25.053	30.985	36.982	2,6	79,0
7	Češka rep.	14.435	15.040	15.694	19.013	22.156	22.423	26.957	1,9	86,7
8	Srbija	12.557	21.692	20.643	22.034	22.453	20.158	22.807	1,6	81,6
9	Belgija	22.846	24.914	32.676	30.502	33.935	26.078	22.392	1,6	-2,0
10	Slovaška	6.943	9.108	12.325	12.819	13.587	16.005	20.296	1,4	192,3
11	Švica	17.122	14.548	17.746	15.536	18.860	16.410	18.202	1,3	6,3
12	UK	17.232	16.141	16.729	13.889	13.168	15.010	17.415	1,2	1,1
13	Francija	8.335	9.408	11.973	12.902	11.999	14.711	16.971	1,2	103,6
14	Poljska	8.796	8.014	9.165	10.588	8.828	12.028	15.366	1,1	74,7
15	Ukrajina	8.305	7.369	9.189	9.493	10.777	12.592	12.979	0,9	56,3
16	Druge azijske	2.414	2.848	3.525	4.109	4.362	8.377	10.096	0,7	318,2
17	Nizozemska	10.498	11.877	11.177	12.972	14.198	10.827	9.494	0,7	-9,6
18	ZDA	5.673	6.349	7.898	11.151	7.798	7.644	9.063	0,6	59,8
19	Hrvaška	7.228	5.527	5.893	5.814	6.414	6.423	7.668	0,5	6,1
20	Švedska	6.014	3.964	4.404	5.436	7.256	5.718	6.999	0,5	16,4
21	Romunija	4.676	4.843	6.213	6.657	4.652	4.780	5.001	0,4	7,0
22	BiH	2.884	3.940	3.533	3.666	4.088	4.785	4.676	0,3	62,1
23	Finska	5.045	5.129	5.675	4.144	9.016	5.652	4.331	0,3	-14,2
24	Druge evrop.	3.997	3.432	5.347	7.599	11.037	3.646	4.121	0,3	3,1
25	Španija	3.302	4.363	4.700	4.763	3.543	4.069	3.921	0,3	18,7
26	Izrael	2.508	1.950	3.473	2.752	2.964	2.897	3.644	0,3	45,3
27	Norveška	4.892	2.797	3.388	3.041	6.184	3.254	3.600	0,3	-26,4
28	LR Kitajska	460	540	1.491	781	1.096	1.796	3.364	0,2	631,3
29	Danska	8.862	5.482	5.967	3.846	4.234	3.769	3.088	0,2	-65,2
30	Kanada	1.409	1.857	1.951	1.990	2.058	2.186	2.213	0,2	57,1
	Druge države	16.647	17.907	19.554	17.444	19.907	18.544	20.749	1,5	24,6
	TUJI turisti - SKUPAJ	795.419	788.250	892.851	889.575	889.535	883.579	918.169	65,2	15,4
	DRŽAVE - SKUPAJ	1.400.224	1.314.059	1.415.137	1.372.806	1.369.717	1.367.713	1.408.790	100	0,6

Legenda:

Ciljni trgi

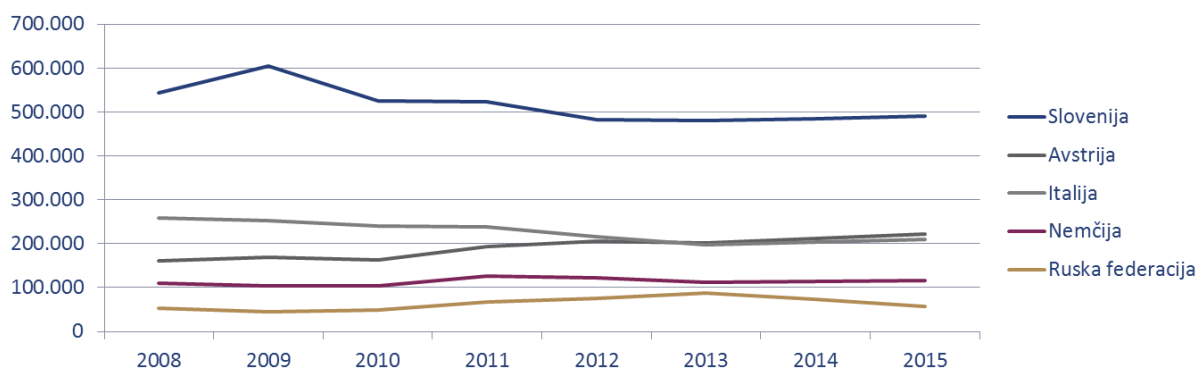
Perspektivni trgi

Skandinavija (perspektivni trgi)

Tabela 27: Število nočitev v občini Piran glede na trge, iz katerih prihajajo gostje; Vir: SURS 2016

Podatki za pet ključnih trgov kažejo, da nočitve domačih gostov padajo, nočitve avstrijskih gostov pa rastejo. Podatki beležijo 31 % rast, če primerjamo leto 2015 z letom 2009. Delež nočitev italijanskih gostov je padal do leta 2013, v zadnjih dveh analiziranih letih pa se je trend obrnil rahlo navzgor. Delež nemških gostov je od leta 2013 na skoraj enakem nivoju, pri primerjavi med letoma 2015 in 2009 pa je zabeležena 11 % rast. Delež nočitev ruskih gostov je bil med leti 2011 - 2013 nekoliko v porastu, v zadnjih dveh analiziranih letih pa je zabeležen upad.

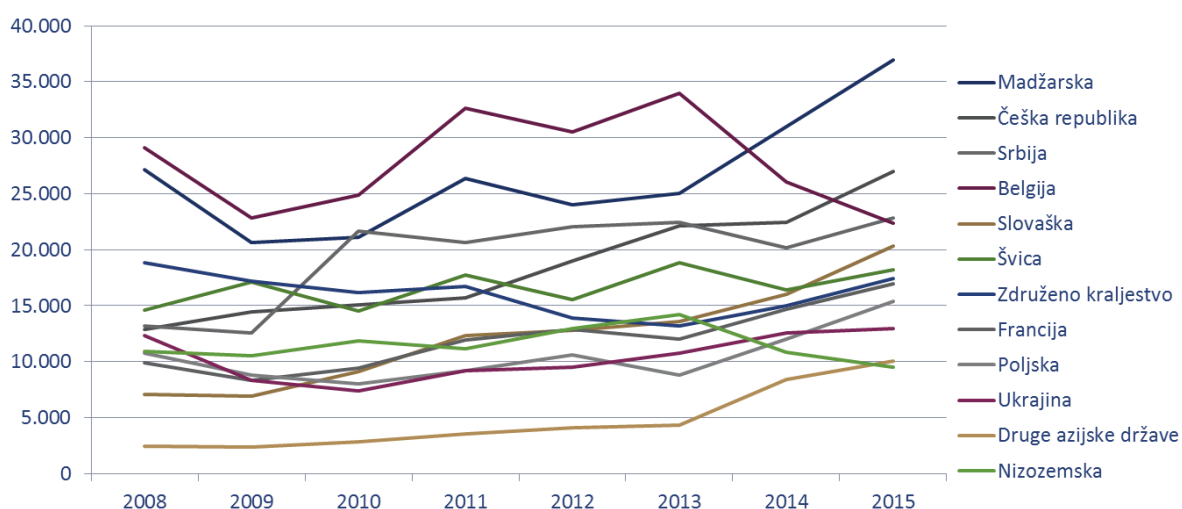
**Število nočitev v občini Piran v letih 2008-2015 - ciljni trgi**



Graf 14: Število nočitev v občini Piran glede na ciljne trge Vir: SURS 2016

Strategija med perspektivne emitivne trge uvršča Nizozemsko, Belgijo, Skandinavijo, Češko, Poljsko, Slovaško, Ukrajino in Veliko Britanijo. Na grafični prikaz smo poleg teh uvrstili še države, ki so se uvrstile višje ali enako kot perspektivni trgi po številu nočitev in beležijo rast števila nočitev: Madžarska, Srbija, Švica, Francija in azijske države (skupaj). Skandinavijo prikazujemo posebej po posameznih državah.

**Število nočitev v občini Piran v letih 2008-2015 - perspektivni trgi**

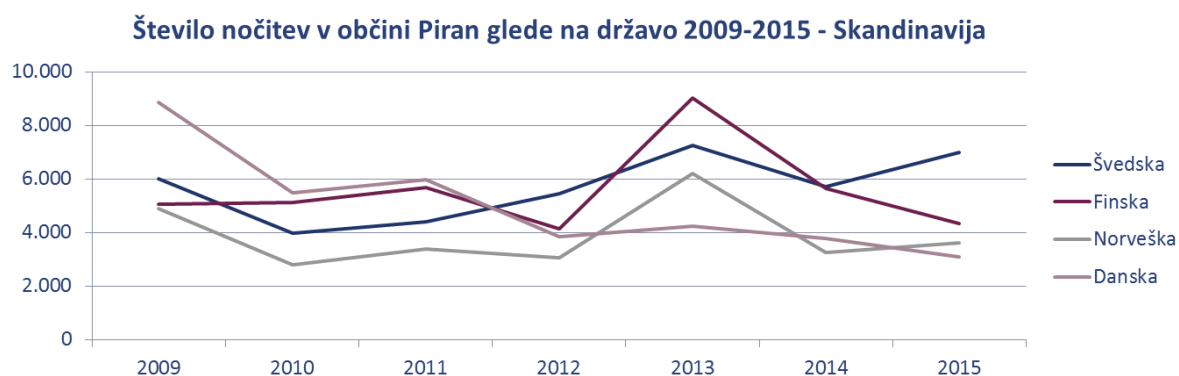


Graf 15: Število nočitev v občini Piran glede na perspektivne trge; Vir: SURS 2016

Češka republika in Slovaška sta po številu nočitev uvrščeni med prvih deset držav in predstavljata z vidika rasti pomembna trga. V letih 2009 - 2015 je Češka povečalo število nočitev za 87 %, Slovaška pa kar za 192 %. Večja rast je bila zabeležena še med poljskimi (+75 %) in ukrajinskimi gosti (+56 %), rastejo pa tudi ostali trgi, ki niso opredeljeni kot perspektivni: madžarski, srbski in francoski ter nekateri drugi, ki sicer posamično predstavljajo manj kot odstotek vseh gostov. Belgija, Združeno kraljestvo in Nizozemska so

sicer nekoliko povečale število nočitev v posameznih letih, vendar ne v celotnem analiziranem obdobju.

Število nočitev gostov iz Skandinavije v letu 2015 je bilo z izjemo Švedske manjše kot v letu 2009, zabeležena pa je rast nočitev v letu 2013. V letu 2015 se je pri gostih iz Švedske in Norveške spet obrnil pozitivno.



Graf 16: Število nočitev v občini Piran- Skandinavija; Vir: SURS 2016

Ključnih trgi hotelskih ponudnikov glede na število gostov so prikazani v naslednji tabeli.

Ključni trgi	Hoteli Bernardin	LifeClass hoteli	Terme Krka
Slovenija	32 %	14 %	87 %
Italija	10 %	26 %	5 %
Avstrija	25 %	19 %	3 %
Nemčija	7 %	11 %	1 %
Rusija	2 %	8 %	2 %
Ostali trgi	24 %	22 %	2 %

Tabela 28: Struktura hotelskih gostov po državah; Vir: Informacije hotelov

Slovenski gostje v hotelih Terme Krka predstavljajo kar 87 %, v hotelih Bernardin eno tretjino, v hotelih skupine LifeClass pa le 14 % slovenskih gostov. Hoteli LifeClass imajo največ, 26 % italijanskih gostov, v Hotelih Bernardin pa slovenskim sledijo avstrijski gostje (25 %) in po podatkih družbe njihov delež raste.

## 6 KLJUČNI CILJNI SEGMENTI IN SEKUNDARNI TURISTIČNI PRODUKTI

---

### Ključni ciljni segmenti

Na osnovi opredelitve matrike atraktivnosti in konkurenčnosti turističnih proizvodov in identificiranja primarnih, sekundarnih in terciarnih turističnih proizvodov Strategija opredeljuje tudi motivacijske segmente na primarne, sekundarne in terciarne ciljne segmente. Kot navaja Strategija, so za celovitost in pestrost ponudbe destinacije pomembni vsi navedeni motivacijski segmenti, razvrstitev na primarne, sekundarne in terciarne segmente pa kaže njihovo sedanjo in kratkoročno pomembnost in moč povpraševanja.

Strategija opredeljuje primarne, sekundarne in terciarne motivacijske ciljne segmente, kjer je v dolgoročnem planu predviden pomik nekaterih sekundarnih motivacijskih segmentov v primarno skupino motivacijskih segmentov glede na njihovo pomembnost in moč povpraševanja. Na osnovi ponudbe turističnih produktov ter trendov in splošnih smernic slovenskega turizma ("Green. Active. Healthy") se v primarni ciljni segment pomikajo skupine aktivnih športnikov in rekreativcev, ljubiteljev in raziskovalcev narave ter gurmani, v primeru posameznih dogodkov, ki se odvijajo na destinaciji pa tudi skupine udeležencev razstav, kulturnih in umetniških delavnic ter motoristi. Sekundarni segmenti so zaradi svojih motivov pomembni tudi za krepitev destinacije v izvensezonskem času.

Strategija navaja naslednje ciljne segmente.

#### PRIMARNI CILJNI SEGMENTI:

- Wellness gostje
- Gostje na preventivnih pregledih in rehabilitaciji
- Obiskovalci izobraževanj, seminarjev in konferenc
- Poslovneži in banketni gostje
- »Incentive« gostje (nagradna potovanja, »team building«, ...)
- Obiskovalci kulturnih in zabavnih prireditev
- Ljubitelji športnih prireditev in golfisti
- Gostje na kratkih sprostitvenih oddihih
- Družine na počitnicah
- Gostje na poletnih/zimskih počitnicah
- Igralniški gostje

#### SEKUNDARNI CILJNI SEGMENTI:

- Caravanning gostje
- Aktivni športniki in rekreativci

- Profesionalni športniki
- Udeleženci razstav, kulturnih in umetniških delavnic
- Ljubitelji in raziskovalci narave
- Motoristi
- »Touring« obiskovalci
- Gurmani
- Ljudje s specifičnimi interesi

#### TERCIARNI CILJNI SEGMENTI:

- Študijski izleti študentov

V skladu s to opredelitvijo smo preverili, kateri izmed segmentov so relevantni za največje hotelske ponudnike. Zaradi lažjega pregleda smo nabor segmentov nekoliko poenostavili.

Ključni segmenti gostov	Hoteli Bernardin	LifeClass hoteli	Terme Krka
Wellnes gostje	X	X	X
Gostje na kratkih sprostitvenih oddihih	X		X
Gostje na preventivnih pregledih in rehabilitaciji		X	X
Rekreativni športniki		X	X
Družine na počitnicah	X	X	X
Gostje na poletnih/zimskih počitnicah	X	X	X
Ljubitelji in raziskovalci narave			X
Ljubitelji zabavnih, kulturnih in športnih prireditev		X	
Kongresni, poslovni in incentive gostje	X	X	
Aktivni športniki	X		
Ljubitelji dobre hrane		X	

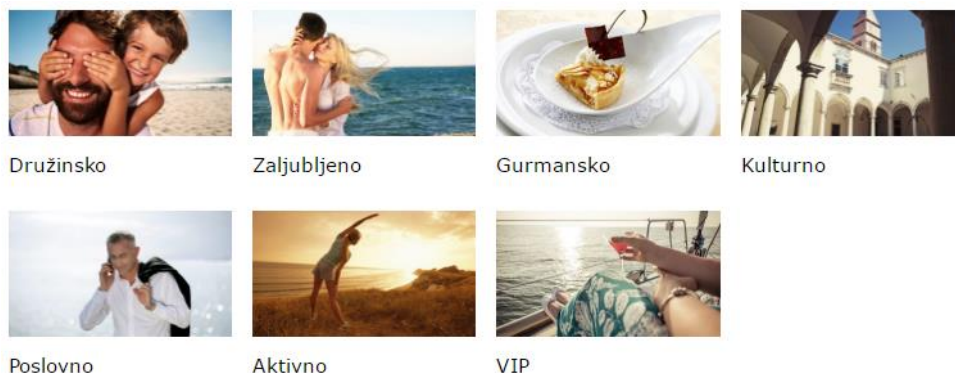
Tabela 29: Ključni segmenti gostov glavnih hotelskih ponudnikov; Vir: Informacije predstavnikov hotelov

Počitniški in wellness gostje predstavljajo prevladujoče segmente gostov vseh treh hotelskih ponudnikov. Hoteli Bernardin in LifeClass hoteli se dodatno usmerjajo na kongresne, poslovne in incentive goste ter aktivne športnike. Gostje na preventivnih pregledih in rehabilitaciji ter rekreativni športniki so pomembne skupine gostov v hotelih LifeClass in Terme Krka. LifeClass se dodatno usmerja v skupine gostov, ki so ljubitelji zabavnih, kulturnih in športnih prireditev ter dobre hrane, medtem ko pomembne skupine gostov Terme Krka predstavljajo ljubitelji in raziskovalci narave ter gostje na kratkih sprostitvenih oddihih.

Tudi na spletnem portalu Turističnega združenja Portorož Piran [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si), ki nudi dostop do ponudbe in ponudnikov namestitve, storitev, aktivnosti in doživetij na destinaciji,

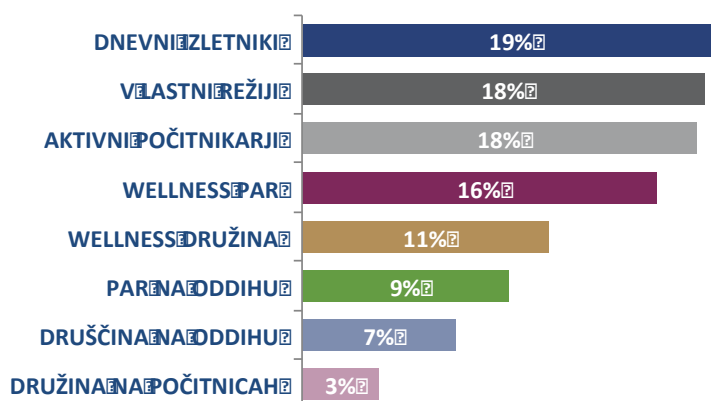


je ponudba predstavljena po segmentih. Predstavljena ponudba na portalu naslavlja družine, pare, gurmane, ljubitelje kulture, poslovneže, aktivne posameznike, dodana pa je tudi VIP ponudba za zahtevnejše goste preko članstva v consierge klubu Quintessentially Lifestyle. Med segmenti manjkajo wellness, prireditve in športniki, vendar so izpostavljeni med doživetji in razen športnikov tudi na domači strani portala. Športni turizem je sicer manj izpostavljen (dostopen le preko menijske navigacije).



Slika 4: Nagovor posameznih ciljnih segmentov na spletnem portalu Turističnega združenja; Vir: portoroz.si

V letu 2015 je Turistično združenje Portorož naročilo tudi obsežno raziskavo o gostih slovenske obale, v okviru katere je bila narejena tudi dejanska segmentacija gostov v poletni sezoni na destinaciji. Raziskava ni vključevala poslovnih gostov, zajela pa je tudi dnevne izletnike in počitnikarje z lastnimi kapacitetami.



Graf 17: Segmenti gostov slovenske obale v poletni sezoni; Vir: Profil obiskovalcev Občine Piran v poletni sezoni, Valicon 2015

Segmentacija kaže na pomembna segmenta aktivnih in wellness gostov, medtem ko destinacija bistveno manj pritegne "pasivne" goste in družine na oddihu, ki ne koristijo wellness storitev.

## Ključni turistični produkti

“Na podlagi analize atraktivnosti in konkurenčnosti posameznih turističnih proizvodov se lahko razvije 8 različnih scenarijev konkurenčnosti za identificirane turistične proizvode destinacije Piran/Portorož. S pomočjo matrike atraktivnosti/konkurenčnosti se opredelijo turistični proizvodi po prioriteti, ki bodo najbolj konkurenčni na turističnem trgu v naslednjih desetih letih. Najbolj prioritetni so uvrščeni kot primarni proizvodi, sledijo sekundarni in terciarni,” opredeljuje Strategija.

Na podlagi matrike atraktivnosti in konkurenčnosti je Strategija glede na prioriteto za obdobje desetih let od leta 2008 opredelila najbolj konkurenčne turistične proizvode. Glede na stopnjo prioritete je določena vrsta investicij v te proizvode: intenzivne investicije, investicije v izboljšanje konkurenčnosti, investicije v izboljšanje atraktivnosti.

V nadaljevanju so navedeni primarni produkti, ki jih Strategija razdeljuje na osnovi potrebe po intenzivnosti investicij.

Intenzivne investicije	Investicije v izboljšanje konkurenčnosti	Investicije v izboljšanje atraktivnosti
<ul style="list-style-type: none"><li>Wellness, spa in zdraviliški turizem * (s poudarkom na izkoriščanju prednosti talaso/fango terapij)</li><li>Navtični turizem</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Prireditve *</li><li>Golf</li><li>Eko turizem</li><li>Družinske počitnice *</li><li>Kratki ogledi kulturne in naravne dediščine *</li><li>Krajinski parki in druga zavarovana območja *</li><li>Tenis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Poslovna srečanja</li><li>Kratki sprostitevni oddihi</li><li>Seminarji in konference</li><li>Tematske poti *</li><li>Igralništvo</li></ul>


Tabela 30: Razdelitev turističnih produktov glede na stopnjo potrebe po investicijah; Vir: Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009 - 2015

Natančni podatki za analizo realiziranih investicij po produktih niso na voljo, na osnovi informacij Občine Piran in predstavnikov hotelskih družb pa lahko povzamemo, da so bile opravljene investicije na naslednjih področjih: wellness turizem, prireditve, družinske počitnice, ogledi naravne dediščine, krajinski parki in tematske poti.

Podrobnejši podatki o investicijah so predstavljeni v poglavju o infrastrukturi.

## Analiza turističnih produktov

Turistični produkti, ki jih nudi destinacija, so v skladu z nalogami TZ Portorož zbrani in predstavljeni na spletnem turističnem portalu [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si). Spletni portal med doživetji ponuja nabor produktov, ki so obenem skladni s strateško usmeritvijo destinacije. Produkti so združeni v nekaj sklopov turistične ponudbe na destinaciji, kot je prikazano na sliki v nadaljevanju. Povezave ustrezno vodijo do podrobnejših opisov, fotografij, ponudnikov in njihovih kontaktov, zemljevidov, video predstavitev. Spletna stran ob tem ponuja tudi informacije, kot so na primer recepti tipičnih istrskih jedi ali dostop do interaktivnih aplikacij, gostom pa pri iskanju ponudnikov ali načrtovanju aktivnosti pomaga z različnimi aplikacijami (GPS aplikacija z informacijami o ponudnikih, aplikacija 'Uživajmo podeželje' z različnimi konjeniški, pohodniškimi in kolesarskimi potmi).

 <p>Naravne znamenitosti</p>	 <p>Kulturne znamenitosti</p>	 <p>Aktivnosti</p>	 <p>Istrska kulinarika</p>
<p>Krajinska parka Sečoveljske soline in Strunjan Dolina reke Dragonje Naravni spomenik Rt Madona Morska biološka postaja Ribogojnica Fonda</p>	<p>Cerkve / Trgi / Obzidje / Palače Arhiv / Tartini Muzeji / Galerije Skladišči soli Monfort in Magazen Grando Akvarij</p>	<p>Šport in rekreacija Izleti Zabava Navtični turizem Plaže Vodnik po poteh Slovenske Istre Objemi Piran in ulovi zaklad</p>	<p>Mediterska kuhinja Restavracije Istrski oljkarji Istrski vinarji Istrski recepti Kulinarične delavnice</p>
 <p>Poslovni turizem</p>	 <p>Izberi svoj Portorož in Piran</p>	 <p>Terme, wellness, zdravstvo</p>	 <p>Kaj se dogaja?</p>
<p>Kongresni centri in dvorane Hoteli Restavracije Incentivi Lokacije</p>	<p>Ponudba razporejena v osnovne ciljne segmente: družine, pari, gurmani, ljubitelji kulture, poslovneži, aktivni posamezniki, VIP</p>	<p>Wellness v naravi (Thalasso Spa Lepa Vida) Wellness &amp; spa (v hotelih) Zdravstvo (zobozdravstvene storitve)</p>	<p>Povezava do koledarja z informacijami o dogodkih</p>

Slika 5: Turistični produkti; Vir: Spletni turistični portal; TZ Portorož

Predstavljena ponudba pokriva vse primarne ciljne skupine, med katerimi Strategija navaja wellness goste, goste na kratkih sprostitvenih oddihih, na preventivnih pregledih in rehabilitaciji, golfiste, obiskovalce izobraževanj, seminarjev in konferenc, poslovneže in banketne goste, incentive goste, ljubitelje kulturnih in zabavnih prireditev, športnih prireditev, družine na počitnicah, goste na poletnih/zimskih počitnicah ter igralniške goste.

### ***Ponudba kolesarskih, pohodnih, učnih in drugih tematskih poti***

V občini Piran je na voljo skupaj več kot tisoč kilometrov različnih poti, na katerih se obiskovalci lahko rekreirajo in uživajo v naravni in kulturni krajini ter razgledih.

Obiskovalcem so na voljo tiskovine z opisi različnih poti v slovenskem, italijanskem, nemškem in angleškem jeziku:

- Zgibanka z zemljevidom **Piranske pešpoti** na raznolik in slikovit način opisuje različne atraktivne sprehajalne poti skozi Piran, Portorož, Lucijo, Sečo, Strunjan in njihovo okolico. Piranske pešpoti so aktivno upravljane in vzdrževane.
- Vodnik in zemljevid **Uživajmo podeželje** prikazujeta pohodniške, kolesarske in jahalne poti po Slovenski Istri. Tudi te poti so aktivno upravljane in vzdrževane.
- Zgibanka **Piranski kulturni zakladi** je bila oblikovana v sklopu projekta HERA in obiskovalca vodi po poteh kulturnega turizma, kjer je predstavljenih 6 različnih kulturnih poti po Portorožu, Piranu in zaledju v slovenskem, italijanskem, angleškem in nemškem jeziku.
- **Zemljevid Pirana in Portoroža**, ki vključuje glavne zgodovinske, kulturne, naravne in ostale znamenitosti ter seznam turističnih ponudnikov na destinaciji.
- Zloženska **Okusi Istre** je vodnik po gastronomski ponudbi Slovenske Istre, ki opiše nekaj ključnih značilnosti istrske kuhinje in vinorodnega okoliša, ter ponuja seznam gastronomskih ponudnikov, pridelovalcev in vinarjev.
- Knjižica **Koledar prireditev 2017** za Slovensko Istro navaja ključne prireditve v vseh štirih obalnih občinah iz področij športa, glasbe, kulinarike ipd.
- **Ščepec Mediterana** je katalog destinacije s stilskimi fotografijami, ki preko zgodbarjenja pripovedujejo o destinaciji Portorož in Piran. V katalogu je izpostavljenih 10 interesnih točk, med katerimi so: Piran, Krajinski park Sečoveljske soline, Krajinski park Strunjan, Portorož, Istrske vasi, Parenzana, Fiesa, Piranska sol in oljčno olje, Pogled z morja in Bernardin.

Različni vodniki za aktivno preživljanje časa skupaj nudijo 1.014,7 km različnih poti, med katerimi je 713 km kolesarskih, 252,4 km pohodniških in 49,3 km konjeniških poti. V spodnjih treh tabelah je naveden seznam poti iz posameznih tiskovin:

- Uživajmo podeželje: vodnik po pohodniških, kolesarskih in jahalnih poteh Slovenske Istre z zemljevidom

- Piranske pešpoti: zgibanka z zemljevidom pešpoti po občini Piran
- Piranski kulturni zakladi: zgibanka po poteh kulturnega turizma

### Uživajmo podeželje: vodnik po pohodniških, kolesarskih in jahalnih poteh Slovenske Istre

OZNAKA	IME POTI	Dolžina (km)	Trajanje (h)
<b>Kolesarske poti:</b>			
K1	Po deželi Refoška	40	2-2,5
K2	Po poti okrog Tinjana	37	2-2,5
K3	Po poti istrskih vasic Kraškega roba	30	2-2,5
K4	Od Kraškega roba do praga Čičarije	23	2-2,5
K5	Pot na Tinjan - od morja do kamna	27	2-2,5
K6	Po dolini reke Dragonje	44	2,5-3
K7	Po poti tartufov in špargljev	35	3-3,5
K8	Čez izolsko zaledje	55	3-3,5
K9	Na Socerb po lep razgled	57	3-3,5
K10	Mimo krkavškega kamna	35	2-2,5
K11	Čez drn in strn	23	1,5-2
K12	Iz Portoroža na kavo v Izolo	25	1,5-2
K13	Čez Istro za zahtevne	83	4-5
K14	Po korteški strmini	15	1-1,5
K15	Kdor išče, ta najde	38	2,5-3
K16	Malo časa, dosti volje	28	2-2,5
D8	Parenzana - pot zdravja in prijateljstva	118	n/a
<b>Pohodniške poti:</b>			
P1	Na cvetoči Slavnik	8	2,5-3
P2	Po poti dediščine Hrastovelj in okolice	13,7	4-5
P3	Pod plezalno steno	15	4-5
P4	Pot čudovitih razgledov Istre	16,4	4-5
P5	Pomjanska pravljica	8,2	2-2,5
P6	Po poti narcis	9	2,5-3
P7	Po poti oslovega hrbta	7,6	2,5
P8	Pot za srce	10	2,5-3
P9	Med oljčniki in rujem	7,8	2,5
P10	Krajša pot na hrib	12,6	3-3,5
P11	Dolga pot na hrib	16,6	4-5
P12	Pot po soncu	11,7	2,5-3,5
P13	Strunjanska dolina	10,8	3
P14	Od strunjanskega klifa do Portoroža	12,7	3,5
P15	Osličkova pot po seškem grebenu	6,6	2
P16	Pot mimo vodnih virov in lepih razgledov	12	3,5
P17	En krog čez Krog	5,7	2
P18	Boškarinova pot okoli Padne	8	3
P19	Po Savrinskem gričevju	13	4
<b>Konjeniške poti:</b>			
E1	Od Medljana do Kroga	13,3	2-2,5

OZNAKA	IME POTI	Dolžina (km)	Trajanje (h)
E2	Čez Šmarje po dolini Dragonje	28,7	4-5
E3	Krajša konjeniška pot okoli Medljana	7,3	1-1,5
Skupaj km:		967,7	

Tabela 31: Seznam pohodniških, konjeniških, kolesarskih in tematskih poti v občini Piran; Vir: Vodnik Uživajmo podeželje

#### Piranske pešpoti: zglobanka z zemljevidom pešpoti po občini Piran

OZNAKA	IME POHODNIŠKE POTI	Dolžina (km)	Trajanje (h)
1	Obalna pešpot	13	7
2	Piranska pešpot	3	1,5
3	Portoroška pešpot	5	2
4	Lucijska pešpot	4	2
5	Med zalivoma	2	0,75
6	Skozi tunel	3,5	1
7	Med oljkami	4	1,5
8	Pešpot treh dežel	5	2
9	Strunjanska pešpot	3,5	1
10	Seška pešpot	4	2
Skupaj km:		47	

Tabela 32: Seznam pohodniških poti v občini Piran; Vir: Piranske pešpoti - zglobanka z zemljevidom

#### Piranski kulturni zakladi: zglobanka po poteh kulturnega turizma

OZNAKA	IME KULTURNE POTI	Trajanje (h)	TIP POTI
1	Zgodovinska pot	2-3	pohodništvo
2	Kulturna pot	1-2	pohodništvo
3	Sakralna pot	1,5	pohodništvo
4	Solna pot	5-6	pohodništvo ali kolesarjenje
5	Po Avstro-ogrski rivieri	1	pohodništvo
6	Boškarinova pot	4	pohodništvo in avto

Tabela 33: Seznam kulturnih poti po občini Piran; Vir: Zglobanka Piranski kulturni zakladi

## Ponudba poslovnega turizma

Poslovnežem in gostom so na destinaciji na voljo hoteli različnih kategorij, ki ponujajo številne dvorane in sobe za organizacijo kongresov, poslovnih srečanj, izobraževanj in različnih dogodkov. Najvidnejšega ponudnika kongresnega turizma predstavlja skupina Hoteli Bernardin, ki ima v svojem naboru različne hotele in najštevilčnejšo ponudbo dvoran. Za dodatno pestrost kongresne ponudbe so na destinaciji na voljo številna zgodovinska in naravna prizorišča, gostinska ponudba, sprostitveni programi in znamenitosti.

Trenutno je vpliv kongresnega turizma na število prenočitev na destinaciji priložnostne narave. Glede na posamezne dogodke se število nočitev v izven-sezonskih mesecih na račun kongresnih gostov lahko povečuje, vendar pa nima vpliva na splošno povečanje turističnega obiska.

Kongresni center	Število sob in dvoran	Skupna kapaciteta (sedežev)	Največja dvorana
Kongresni center Bernardin	19	2.894	Europa Hall (1.100 gostov)
Kongresni center Portus, LifeClass Hotels & Spa	10	1.160	Cristoforo Colombo (380 gostov)
Kongresni center Metropol	5	295	Tartini (150 gostov)
Kongresni center Kempinski Palace	11	1.146	Kristalna dvorana s teraso (350 gostov)
Konferenčna dvorana Benedikt - Salinera resort	5	194	Konferenčna soba Benedikt (60 gostov)
Konferenčne dvorane Krka Talaso Strunjan	2	200	Dvorana v hotelu Svoboda (120 gostov)
Konferenčna dvorana Piranesi - Hotel Piran	1	15	Soba za poslovna srečanja (15 gostov; 25 m <sup>2</sup> )
Avditorij Portorož	6	več kot 479	Glavna dvorana Avditorija Portorož (479 gostov); Amfiteater-letno nadkrito prizorišče (1.777 gostov)
Konferenčna dvorana - Hotel Marko	2	120	Konferenčna dvorana (100 gostov)
<b>Druga prizorišča:</b>			
Palača Trevisini	12	567	Soba 101 (125 gostov)
Gledališče Tartini	1	265	Gledališka dvorana (265 gostov)
Residence Marina Portorož	1	50	Sejna dvorana (50 gostov)
<b>Kongresni centri in prizorišča skupaj:</b>	<b>73</b>	<b>7.185</b>	

Tabela 34: Seznam kongresnih centrov in prizorišč; Vir: spletne strani ponudnikov in turističnega portala [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si)



\*Skupna kapaciteta posameznih kongresnih centrov je preračunana na osnovi podatkov, ki so na voljo na spletnih straneh ponudnikov. Kot podatek o številu gostov, ki jih sprejme posamezna dvorana, je bila vedno upoštevana postavitev dvorane, ki dopušča največje število sedežev.

Poleg navedenih kongresnih centrov je organizacija poslovnih srečanj in dogodkov možna na številnih drugih lokacijah, kot so Sečoveljske soline, Forma Viva Portorož, Razstavišče Monfort, Pastoralno-kulturni center Georgios, Križni hodnik Minoritskega samostana, Piransko obzidje, Aerodrom Portorož, Ribogojnica Fonda, Tartinijeva hiša in Tartinijev trg ter drugi piranski trgi.

## Priveditve

V Strategiji je na osnovi analize stanja leta 2008 naveden seznam prireditvev, vključenih v turistično ponudbo, ki so razdeljene v štiri kategorije: športne prireditve, zabavne prireditve, kulturne in festivalske prireditve ter sejemske prireditve.

Izbrane oziroma predlagane so tudi ključne prireditve, ki pripomorejo k oblikovanju identitete, znamke, atraktivnosti in promociji destinacije: Solinarski praznik, Dan vrtnic, Praznik turizma, Portoroško poletje, MMS ter filmski festival.

Za leto 2017 je v občini Piran predvidenih skupaj 36 prireditvev, med katerimi sta 2 prireditvi športni, 6 zabavnih prireditvev, 19 kulturno-festivalskih prireditvev, 3 sejemske prireditve in 6 kulinarčnih prireditvev:

### Športne prireditve:

- Portorož: Velikonočna regata
- Portorož: Istrski kolesarski maraton

### Zabavne prireditve:

- Portorož: Novoletni skok v morje
- Portorož: Tradicionalno novoletno popoldne z ognjemetom
- Portorož & Piran: Valentinov vikend
- Portorož: Dnevi vrtnice "Portorož"
- Portorož: Portoroške noči
- Piran: Pomorski krst

### Kulturno-festivalske prireditve:

- Portorož: 26. SOF
- Piran: 17. razstava "Križev pot po piranskih cerkvah"
- Sečovelje: Solinarski praznik ob prazniku s. Jurija
- Piran: Prvi dan 33. Mednarodnega festivala Druga godba
- Portorož: Proslava ob dnevu državnosti
- Portorož: Nastop ukrajinske folklore
- Piran: Zrno soli (otroški festival)
- Piran: 39. Piranski glasbeni večeri
- Portorož: 37. MMS



- Piran: 15. MIFF (mednarodni folklorni festival)
- Piran: Sete Sois Sete Luas (mediteranski etno festival)
- Piran: Poletni festival Piran
- Piran: Tartinijev večer
- Piran: Razstava Ex-Tempore
- Portorož: 20. Festival slovenskega filma
- Portorož & Piran: 8. FEMF - Festival evropskega in mediteranskega filma
- Piran: Piranski dnevi arhitekture, razstava Piranesi
- Piran: Jaslice v piranskih cerkvah
- Portorož: Novoletni gala koncert

**Sejemske prireditve:**

- Portorož: Internautica - mednarodni navtični sejem
- Portorož & Piran & zaledje: Dan turizma in dan odprtih vrat Aerodroma Portorož
- Portorož: Vse sladkosti življenja

**Kulinarične prireditve:**

- Portorož: Festival malvazije
- Padna & Piran: Praznik olja in bledeža
- Strunjan: Praznik artičok
- Piran: Praznik vina in česna
- Strunjan: Praznik kakijev
- Portorož: Festival penin

Na destinaciji se vsako leto odvije več kot 100 različnih dogodkov, ki segajo na področje kulture, etnografije, gledališča, popularne kulture in zabave.

Med tradicionalne se uvrščajo tiste prireditve, ki so stalne in imajo v prostoru večletno tradicijo.

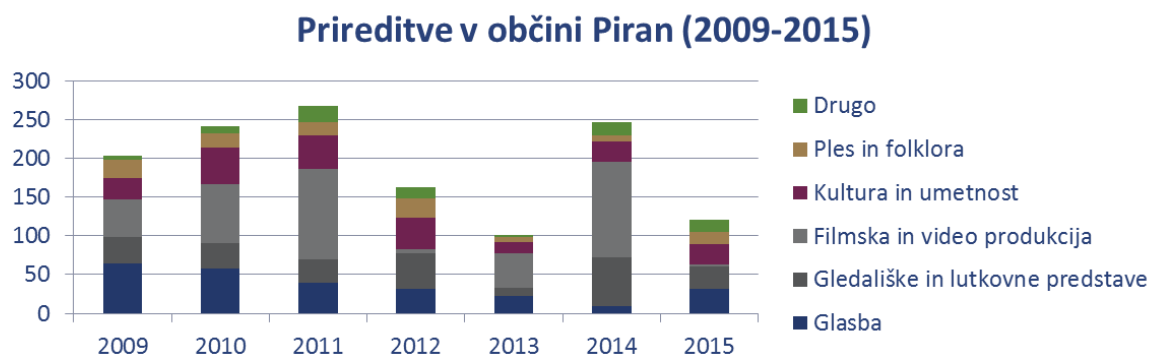
## Seznam prireditev z večletno tradicijo

<b>Tradicionalne športne prireditve:</b>
Teniški turnir Slovenija open (Portorož)
Mednarodna jadralska regata (Portorož – Monfalcone, Portorož – Lignano, Piran, Portorož - Milje)
Portorož CUP (Mednarodna jadralska regata – open ) (Piran)
Velikonočna regata (optimist)
Tek med solinami
<b>Tradicionalne zabavne prireditve:</b>
Silvestrovanje na prostem (Piran)
Dan vrtnic (Portorož)
62. Neptunov krst (krst dijakov Srednje pomorske šole) (Piran)
Kino pod zvezdami
Miss turizma
Portoroške noči
Bernardin fest
Melodije morja in sonca (Portorož)
Kulturne tradicionalne prireditve
<b>Tradicionalne kulturne prireditve:</b>
Mednarodni slikarski Ex-Tempore (Piran)
Poletna muzejska noč (povezovalni kulturni dogodek muzejev in galerij) (Piran)
Festival slovenskega filma (Piran, Portorož)
MIFF (mednarodni folklorni festival) (Piran, Portorož)
Solinarski festival (Piran in krajinski park)
Tartini festival (mednarodni glasbeni festival posvečen G. Tartiniju) (Piran, Izola, Koper)
DEKD (Dnevi evropske kulturne dediščine) (Piran)
Jaslice v piranskih cerkvah (Piran)
Procesija z baklami (Piran, Strunjan)
Solinarska šagra (Sečovlje)
Svetovni dan turizma (različne prireditve)
Piranski glasbeni večeri
<b>Tradicionalne sejemske prireditve:</b>
Internautica 2008 (Mednarodni navtični sejem) (Portorož)
Sejem starin (Piran)
Sejem vse sladkosti življenja - december Portorož
<b>Tradicionalne etnološko - kulinarčne prireditve:</b>
Praznik olja in bledeža (Padna)
Praznik artičok (Strunjan)
Praznik vina in česna (Nova vas)
Praznik kakijev (Strunjan)

Tabela 35: Seznam tradicionalnih prireditev; Vir: TZ Portorož

## Evaluacija števila in obiskanosti prireditev

Občina Piran je v letih 2008 - 2015 izvedla 1,7 % vseh prireditev v Sloveniji (1.640 od skupaj 97.136 prireditev). Glede na podatke SURS-a se število prireditev na letni ravni giblje med 200 in 275 prireditvami, medtem ko je bilo število prireditev v letih 2012, 2013 in 2015 bistveno manjše, tj. manj kot 170 prireditev letno.



Graf 18: Prireditve in število obiskovalcev prireditev v občini Piran; Vir: SURS 2016

Struktura prireditev po letih je precej različna. Pomemben delež predstavljajo filmske prireditve, ki predstavljajo v povprečju 28 % delež in glasbene prireditve, v povprečju predstavljajo 20 % delež, vendar se njihovo število zelo spreminja. Filmske prireditve se v letih 2013 in 2015 pojavijo le posamično, največ pa se jih je zvrstilo v letih 2011 (116 prireditev, 43 % delež) in 2014 (124 prireditev, 50 % delež). Število glasbenih prireditev je bilo vse do leta 2014 v upadanju in v letu 2015 še vedno polovico manj kot v letu 2009.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Št. PRIREDITEV</b>	274	203	241	271	169	109	251	123
<b>Št. vseh obiskovalcev</b>	69.258	61.643	47.842	100.809	103.055	37.921	56.227	35.993
<b>Povprečno št.</b>	253	304	199	372	610	348	224	293

obiskovalcev na PRIREDITEV								
Št. stalnih in občasnih RAZSTAV	75	63	71	57	36	56	64	52
Št. vseh obiskovalcev	106.482	92.398	86.987	106.224	177.942	292.930	59.576	56.647
Povprečno št. obiskovalcev na RAZSTAVO	1.420	1.467	1.225	1.864	4.943	5.231	931	1.089

Tabela 36: Obiskanost prireditev in razstav v občini Piran; Vir: SURS 2016

Obiskanost prireditev je bila kljub podpovprečnemu številu dogodkov najvišja v letu 2012, v zadnjih treh letih pa se je število obiskovalcev močno zmanjšalo. Obiskanost razstav je bila najvišja in bistveno nad povprečjem v letu 2013 (ob sicer povprečnem številu razstav), v zadnjih dveh letih pa najnižja v celotnem analiziranem obdobju.

Število obiskovalcev je tudi po podatkih Avditorija Portorož (Avditorij Portorož, Letno poročilo) v upadanju. V letu 2015 so zabeležili dobro petino manj obiskovalcev (64.771 obiskovalcev) kot v letu 2009 (84.101 obiskovalcev). Vzrok za upad obiska v Avditoriju vidijo v padcu kupne moči potrošnikov. Sami si bodo prizadevali ohranjati obisk z oblikovanjem kakovostnega programa.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Št. obiskovalcev Avditorija Portorož	84.101	88.939	92.473	91.195	90.238	84.800	64.771

Tabela 37: Število obiskovalcev prireditev Avditorija Portorož; Vir: Letno poročilo Avditorija Portorož-Portorose za leto 2015

Prireditve, ki so v Strategiji opredeljene kot ključne (Solinarski praznik, Dan vrtnic, Praznik turizma, Portoroško poletje, MMS ter filmski festival) so organizirane vsako leto, Občina pa ne razpolaga s podatki o številu obiskovalcev posameznega dogodka in deležu tujih gostov. Po mnenju predstavnikov Občine gre predvsem za lokalne oziroma domače goste, dogodki pa so z njihovega vidika pomembni za ohranjanje identitete kraja. Zaradi pomanjkanja podatkov ni mogoče oceniti, ali so te prireditve res ključne za razvoj turizma.

Po mnenju predstavnikov Občine je zaradi prireditev oživelo staro mestno jedro Pirana, vendar podatki o obiskanosti niso na voljo. Največ neizkoriščenega potenciala vidijo v razvoju dogajanja v zalednih krajih (kot primer navajajo Padno), predvsem v mesecih izven sezone, razvijanje Tartinijeve zgodbe ter razvoj morja kot prireditvenega prostora.

Na področju prireditev so priobalne občine v letu 2017 prvič izdale skupno knjižico dogodkov, ki pregledno predstavlja prireditve glede na mesto dogajanja: Slovenska Istra,

Koper, Izola, Ankaran, Piran in Portorož. Dogodki so razporejeni na način, da se tematsko ne prekrivajo na isti dan in tako zagotavljajo raznolikost skozi celo leto in na vseh destinacijah.

Za analizo smo pripravili pregled teh prireditev po kategorijah, opredeljenih v Strategiji. V programu dogodkov je najmanj športnih prireditev (dve), šest je zabavnih prireditev, največ (20) je kulturnih in festivalskih prireditev, tri sejemske prireditve ter sedem prireditev, ki smo jih uvrstili med kulinarične prireditve, čeprav ta kategorija v Strategiji ni opredeljena.

Število prireditev in dogodkov v letu 2017 ostaja glede na pretekla leta nespremenjeno, medtem ko se je nekoliko spremenil izbor prireditev glede na vsebino oziroma kategorije. Športnih prireditev je bistveno manj (ni teniškega turnirja, balinarskega turnirja, mednarodne jadralske regate, pokala Solinar, srečanja evropopotnikov, Martinovega pohoda, Pandole), povečalo pa se je število prireditev, ki so povezane s kulinariko ali lokalnimi pridelki.

Podroben pregled prireditev je prilogi, Tabela 19.

## **Organizacija in financiranje prireditev**

Organizatorji prireditev so lahko različna društva s področja civilne iniciative, občina, Avditorij, Turistično združenje Portorož, Okolje Piran in različna druga podjetja.

### **Opredelitve iz pretekle Strategije**

*V Strategiji za leto 2009-2015 je bilo navedeno, da bi morala biti »celotna organizacija, izvedba in promocija v pristojnosti ene institucije. Glavni prireditveni prostor je potrebno opredeliti na eno lokacijo. S tem bi se povečala prepoznavnost in obiskanost, saj bi enotna prireditvena lokacija privabljala še več vsakoletnih stalnih gostov kot tudi turiste in mimoidoče. Avditorij Portorož ima vse komponente, ki so potrebni za izvedbo produkta prireditve in ustreznost, da zadovolji širšim množicam, saj je to njegovo poslanstvo od ustanovitve dalje.«*

*Med ukrepi je Strategija navedla potrebo po »enotni organizaciji na profesionalnem nivoju. Potrebna je natančna opredelitev smisla in poslanstva ter iz tega izhajajočih vsebin - programov. Prireditve bi bilo potrebno v večjem številu smiselno vezati tudi na originalne zgodbe, izročila, šege in običaje ter zgodovinska dejstva.«*

### **Financiranje prireditev**

Prireditve se na destinaciji financirajo na različne načine:

- Lastna sredstva organizatorja;
- Sponzorstva in donatorstva;
- Iz proračunskih sredstev:
  - o Razpis občine za turistične prireditve in društva;
  - o Preko javnih razpisov Občine Piran za posamezno prireditev;
  - o Preko letnega financiranja Avditorija in TZP-ja po programu iz proračuna.

Ker je virov financiranja veliko, poleg tega pa so viri lahko dodatno razdrobljeni znotraj ene inštitucije, kot je na primer Občina, bi bilo potrebno razmisliti o novem modelu financiranja teh prireditev, predvsem pa tistih, ki se financirajo iz javnega denarja.

### ***Evalvacija in predlogi za spremembe trenutne organizacije in financiranja prireditev***

Organiziranost in financiranje prireditev bi bilo po mnenju Turističnega združenja Portorož potrebno preveriti. V nadaljevanju sledijo njihovi predlogi in komentarji k trenutnim smernicam organizacije in financiranja prireditev.

Pretekla Strategija navaja, da je *»glavni prireditveni prostor potrebno opredeliti na eno lokacijo.«* Glede na prostorsko razpotegnjenost in raznolikost turistične ponudbe Občine Piran so v TZ Portorož mnenja, da bi bilo potrebno določiti vsaj dve oziroma nekaj glavnih lokacij, ki bi bile primerne za umestitev prireditev. Med takimi so na primer tradicionalni Tartinijev trg v Piranu, lokacija v Portorožu, Trg prekomorskih brigad ali Centralna plaža. Izbrane lokacije bi poleg tega potrebovale ureditev ustrezne infrastrukture.

Kot primarni ukrepi za uspešno organizacijo prireditev je pretekla Strategija navedla *»enotno organizacijo na profesionalnem nivoju.«* Profesionalnost pri koordinaciji, načrtovanju, izvedbi in smiselnemu usklajevanju z želenim konceptom občine Piran je nedvomno potrebna. Po mnenju TZ Portorož pa je na ravni občine nemogoče zagotoviti enotno organizacijo, saj prireditve organizirajo različni akterji, kar je v skladu tudi s trenutnim trendom organiziranja prireditev v svetu.

Organiziranost prireditev je znotraj javnih inštitucij slaba, saj jim primanjkujejo koordinacija, povezovanje, izkoriščanje prednosti posameznih inštitucij, kot je na primer znanje pri organizaciji in promociji, znanja pri promoviranju, predvsem pa prireditve niso koordinirane konceptualno, prostorsko, časovno in vsebinsko, zaradi medsebojnega obračunavanja pa prihaja do dvojnega plačevanja DDV-ja. Številčno je prireditev veliko predvsem v Piranu, manj jih je v Portorožu. Zaznano je bilo tudi podvajanje prireditev, kjer so se prireditve s podobno tematiko sočasno odvijale na različnih lokacijah občine Piran (na primer sočasen potek prireditev Portoroška noč in šager v Novi vasi ter v Strunjanu).

Ob izvajanju prireditev v občini ne poteka sistematično spremljanje kazalcev, s katerimi bi lahko merili njihovo uspešnost. Po opažanjih Turističnega združenja Portorož veliko prireditev vendarle ni dovolj prepoznavnih in obiskanih, da bi te dosegale svoj namen ali povratek finančnega vložka. Po mnenju Turističnega združenja Portorož bi bilo zato vsaj za prireditve, ki se financirajo iz javnih sredstev Občine Piran, potrebno določiti kazalce uspešnosti, cilje, model financiranja prireditev ter sistematično merjenje uspešnosti. Z namenom, da bi prireditve pridobile na svojem pomenu in prepoznavnosti, bi bilo poleg zastavitve jasnih ciljev potrebno preveriti tudi konceptualno zasnovo posameznih prireditev ter usklajeno načrtovanje in izvajanje prireditev v občini Piran.

Trenutna organizacijska struktura v občini Piran ne dopušča dovolj fleksibilnosti, zato v Turističnem združenju Portorož predlagajo na tem področju uvedbo naslednjih novosti:

**1. Zaposlitev skrbnika dogodkov** (event manager), katerega poglobljena naloga bi bila koordinacija vseh prireditev v občini Piran. Njegove naloge bi obsegale:

- izdelava strategij oz. koncepta na področju upravljanja prireditev občine Piran;
- upravljanje in koordiniranje prireditev občine Piran;
- opredelitev ključnih področij in oblike prireditev za naslednjih 5 let (zabava, šport, kultura, umetnost idr.);
- določitev temeljnih lokalnih, regionalnih, nacionalnih in mednarodnih prireditev;
- iskanje ustreznih potencialnih partnerjev (primer: Harley Davidson);
- koordinacija prireditev "zunanjih" izvajalcev (v sodelovanju z deležniki);
- vzpostavitev koledarja ključnih prireditev za leto vnaprej in koordinacija z občinami Izola, Koper in Ankaran;
- evalvacija prireditev – na podlagi rezultatov odločitve o spremembah in dopolnitvah prireditev;
- povezovanje s komunikacijskimi aktivnostmi TZP, usklajevanje in delovanje v skladu s protokolom;
- popis prireditvenih prostorov – oblikovanje tradicionalnih lokacij (kontinuiteta);
- vzpostavitev kriterijev izvedbe prireditev (Piran – Portorož);
- priprava finančnih načrtov za organizacijo prireditev in modelov zapiranja finančnih konstrukcij za vsako prireditev posebej;
- razvoj in podpora novim prireditvam;
- izvajanje razpisov za prireditve v občini Piran;
- kontrola nad raznimi dovoljenji npr. rabe javnega prostora, prekomerni hrup idr.;
- sodelovanje s ključnimi deležniki izvajanja prireditev (lokalno prebivalstvo oz civilna iniciativa, društva, hoteli, TZP, Okolje in Avditorij).

V Turističnem združenju Portorož ocenjujejo, da bi stroški dela in izvajanje zgornjih aktivnosti (brez stroškov prireditev) znašali približno 50.000 eur.

Skrbnika dogodkov bi bilo možno umestiti v Občino Piran, Avditorij ali znotraj Turističnega združenja Portorož, vsaka izmed inštitucij pa ima v tem pogledu svoje prednosti in pomanjkljivosti:

Inštitucija	Prednosti	Slabosti
Občina Piran	Kontrola nad izdajanjem raznih dovoljenj	Rigidni plačni sistem
Avditorij	Dostop do opreme in tehničnega znanja in posledično boljša operativnost	Rigidni plačni sistem
TZP	Večja povezanost s turističnim okoljem in njihovimi potrebami ter usklajevanje promocije prireditev	Znotraj TZP ne more dobiti tehnične podpore za operativno izvedbo

Tabela 38: Prednosti in slabosti posameznih inštitucij pri zaposlovanju skrbnika dogodkov; Vir: TZ Portorož

**2. Ustanovitev prireditvenega odbora**, ki bi ga sestavljali predstavniki oziroma direktorji inštitucij, kot so občinska uprava, Avditorij, Okolje Piran, Turistično združenje Portorož, predstavniki turističnega gospodarstva in civilnih organizacij. Poglavitni namen odbora bi bilo sodelovanje pri organizaciji prireditev, njihove naloge pa bi poleg tega obsegale:

- podporo skrbniku dogodkov pri izvajanju predpisanih nalog;
- nadzor nad uresničevanjem strategije prireditev;
- nadzor izvajanja nalog skrbnika dogodkov;
- vloga odločevalca pri razporejanju proračunskih sredstev Občine Piran.

## Pregled celotne turistične ponudbe in dejavnosti

Turistično združenje Portorož razpolaga s seznamami ponudnikov, ki se vključujejo v turistično ponudbo na destinaciji. Vseh ponudnikov iz te baze je 295, v spodnji tabeli pa so združeni v skupine namestitvene, kulinarično-etnološke, kulturno-umetniške ponudbe ter ponudbe raznih aktivnosti. Obsežen del ponudnikov se ukvarja predvsem s kulinarično ponudbo.

Skupine ponudnikov	Število ponudnikov
<b>Namestitvena ponudba:</b>	<b>45</b>
Hoteli	29
Hostli	11
Kampi	5
<b>Kulinarično-etnološka ponudba:</b>	<b>145</b>
Restavracije in gostilne	64



Skupine ponudnikov	Število ponudnikov
Lokali	41
Vinarji in ponudniki na vinski cesti	26
Oljarstvo (oljkarji in društva)	14
<b>Kulturno-umetniška ponudba:</b>	<b>64</b>
Muzeji in galerije	26
Umetnost in obrti	20
Kulturna društva in ustanove	18
<b>Ponudba raznih aktivnosti:</b>	<b>41</b>
Rent-a-bike	3
Ladijski izleti	7
Turistične agencije	15
Turistična društva	6
Ostali partnerji	10
<b>Skupaj:</b>	<b>295</b>

Tabela 39: Število turističnih ponudnikov po posameznih skupinah (Vir: Seznami turističnih ponudnikov iz TZ Portorož)

Turistična ponudba oz. različne turistične dejavnosti sodijo po uradni Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD) v dejavnost gostinstva (pod zaporedno črko I po SKD). Gospodarskih subjektov v dejavnosti gostinstva v Občini Piran je po podatkih poslovnega registra Ajpes 307. Predstavljajo 13% vseh gospodarskih subjektov v občini, zaposlujejo 42% vseh zaposlenih v občini (v povprečju 8 zaposlenih na gospodarski subjekt) in dosega 30% vseh prihodkov od prodaje v občini.

	Delež gostinstva glede na vse dejavnosti		
<b>delež podjetij</b>	13%		
<b>delež zaposlenih</b>	42%		
<b>delež prihodkov od prodaje</b>	30%		
	Gostinstvo	Celotna občina	Razlika
<b>št. podjetij</b>	307	2363	
<b>št. zaposlenih</b>	1380	3321	
<b>povprečno št. zaposlenih</b>	7,98	1,41	+ 3,3
<b>čisti poslovni izid</b>	- 2.458.251,00	1.946.679,00	
<b>indeks prihodkov od prodaje 2015/2014</b>	109	104	

Tabela 40: Dejavnost gostinstva (I)<sup>3</sup> v občini Piran; Vir: AJPES

V dejavnosti je, glede na celotno gospodarstvo v občini, nadpovprečno število zaposlenih, dosega pa bistveno slabši poslovni izid. Rast prodaje celotne dejavnosti je bila sicer v letu 2015 9-odstotna glede na leto 2014, čisti poslovni izid celotne dejavnosti gostinstva pa je

<sup>3</sup> Upoštevane so naslednje dejavnosti po SKD: 55.203, 56.101, 56.104, 55.100, 55.201, 55.202, 55.209, 55.300, 55.900, 56.102, 56.103, 56.105, 56.210, 56.290, 56.300.

izrazito negativen, saj izkazuje 2,5 mio EUR čiste izgube. Gospodarstvo celotne občine sicer izkazuje 1,9 mio čistega dobička. Če pogledamo gostinsko dejavnost podrobno, negativni poslovni izid izkazuje »le« dejavnost hotelov, ki pa je sicer daleč največja po prihodkih in številu zaposlenih.

	Hoteli	Domovi	Kampi	Strežba pijač	Restavracije	Gostinstvo skupaj
<b>št. podjetij</b>	22	132	2	33	158	307
<b>št. zaposlenih</b>	1019	24	12	19	305	1380
<b>povp. št. zaposlenih</b>	46,32	0,18	6,07	0,56	1,93	4,50
<b>čisti poslovni izid (€)</b>	<b>(3.734.675)</b>	251.357	12.916	73.661	916.402	<b>(2.458.251)</b>
<b>čisti prihodki od prodaje (€)</b>	68.464.049	3.476.113	573.799	1.560.483	23.154.641	97.581.549
<b>indeks prihodkov od prodaje 2015/2014</b>	105	215	126	100	113	109
<b>povprečni prihodki na zaposlenega (€)</b>	67.191	147.293	47.265	84.032	75.892	70.691

Tabela 41: Dejavnost gostinstva (I) v občini Piran podrobno: Vir: AJPEŠ

## 7 INFRASTRUKTURA IN INVESTICIJE

---

Pregled infrastrukturnega področja je razdeljen na področje *turistične infrastrukture* (s pregledom marine, letališča, kopališč, privezov in športne infrastrukture), *prostorskih ureditev*, *prometno infrastrukturo* ter *investicije v namestitveno infrastrukturo*, ki tako prebivalcem kot gostom ponuja različne oblike aktivnega preživljanja časa ali prostor za druženje ter na področje namestitvenih kapacitet, kjer navajamo podatke največjih ponudnikov hotelskih kapacitet, ki so k analizi prispevali svoje informacije.

### Turistična infrastruktura

V nadaljevanju navajamo popis obstoječe infrastrukture, ki omogoča izvajanje turistične dejavnosti. Pri tem je naveden tudi del neobstoječe infrastrukture, ki bi bila pomembna za razvoj turistične dejavnosti, a do danes ostaja med nerealiziranimi projekti.

#### *Marina Portorož*

Marina Portorož je prva slovenska marina in hkrati največja marina na slovenski obali, zasnovana v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja na temeljih nekdanjih Lucijskih solin. Danes obsega več kot 1.000 priveznih mest v morju, na kopnem, v dveh halah in kanalu Fazan. Umeščena je v varno zavetje vzhodnega dela Piranskega zaliva, ki je zaščiten pred vetrovi iz vseh smeri. Lega in klimatske razmere nudijo ugodne pogoje za varno plovbo in ljubiteljsko jadranje skozi celo leto. Marina je Srednji Evropi najbližje sodobno pristanišče za jahte in idealno izhodišče za plovbo med otoki v Jadranskem morju; nahaja se v bližini evropskih centrov, ima dobro in hitro prometno povezavo z avtocesto ter bližnjimi mednarodnimi letališči (Trst 60 km, Ljubljana 130 km, letališče Portorož 3 km). Za urejanje mejnih in drugih carinskih formalnosti je pristojen mednarodni mejni prehod v Piranu.

**V morju** je na voljo 650 **privezov** za plovila dolžine od 6 do 30 m z maksimalnim ugrezom 3,80 m. Privezna mesta so opremljena z vsemi priključki za vodo in elektriko, z lesenimi koli, inox okovjem in dodatno učvrščena s sidrišči (mooringi), kar omogoča varno in enostavno privezovanje. Infrastruktura in ponudba marine obsegata še moderne sanitarije z ogrevanjem na sončno energijo, obsežna varovana parkirišča, črpalko za gorivo in črpalko za izčrpavanje fekalnih in kalužnih vod. **Na kopnem** Marina Portorož omogoča namestitvev do 300 plovil z maksimalno težo do 60 ton. Na voljo je tudi jeklena konstrukcija za dva suha pomola, ki omogočata lažji in varnejši dostop za plovila med 10-15 m dolžine s priključkom za nemoteno oskrbo z vodo in elektriko. Plovila je možno namestiti tudi **v dveh** prostornih **halah**, ki nudita varno shrambo skozi celo leto.

Poleg osnovne dejavnosti Marina Portorož uporabnikom ponuja še drugo **spremljajočo ponudbo, storitve in aktivnosti:**

- Prodajalna z navtično in športno opremo ter živili;
- Servis in popravilo plovil;
- Agencije za prodajo in čarter plovila;
- Možnost najema apartmajev ali sob v kompleksu Residence Marina;
- Možnost najema sejne sobe v objektu restavracije Laguna;
- Gostinska ponudba v restavracijah Marina in Laguna;
- Možnost kopanja v odprtem plavalnem bazenu z morsko vodo;
- Bogata športna ponudba s teniški igrišči in stadionom v športno-rekreacijskem centru Marine Portorož (13 peščenih teniških igrišč, 2 pokriti teniški igrišči pod balonom, 4 teniška igrišča s trdo podlago, mini golfa z dvanajstimi stezami, igrišče za namizni tenis, košarko, odbojko in mali nogomet);
- Organizacija mednarodnih regat in prireditev.

### **Športna ponudba Športno-rekreacijskega centra Marine Portorož**

Tako v Sloveniji kot na destinaciji, športno-rekreacijski center Marine predstavlja edini športni objekt, ki omogoča prirejanje teniških turnirjev na najvišji ravni (npr. Davisov pokal, Pokal federacij, WTA turnir). Poleg teniških prireditev omogoča tudi izvedbo drugih športnih in zabavnih prireditev.

Površine športno-rekreacijskega centra Marine Portorož:

- Večnamenski stadion (1.300 m<sup>2</sup>, trda podlaga, razsvetljava in tribune s kapaciteto 1.600 sedežev in 200 stojišč);
- 13 peščenih teniških igrišč (6 igrišč z možnostjo razsvetljave);
- 2 pokriti teniški igrišči pod balonom (40 m x 40 m x 23 m, s trdo podlago in možnostjo razsvetljave));
- 4 teniška igrišča s trdo podlago;
- Mini golf z dvanajstimi stezami;
- Igrišče za namizni tenis (dve zunanji betonski mizi);
- Igrišče za različne oblike športne rekreacije (košarko, odbojko, mali nogomet, rokomet).

Na območju dela Marine Portorož je načrtovana **Termalna riviera**, ki bi bistveno spremenila trenutno podobo dela občine na območju dela Marine, gramoznega parkirišča ob Marini, kanala Fazana in okoliških cest. Tovrsten objekt bi za destinacijo predstavljal bistveno pridobitev na področju podaljševanja turistične sezone in širitve turistične ponudbe. Termalna riviera bi predstavljala tudi pridobitev novih delovnih mest za občane, parkovno ureditev, krajinsko ureditev, odprt dostop do morja, ureditev kanala Fazana, ter ureditev območja suhih vezov. Za umestitev objekta v prostor je potrebna izdelava prostorskega izvedbenega akta Občine Piran.

## Letališče

Aerodrom Portorož predstavlja strateško pomembno točko, saj ima s svojo neposredno umeščenostjo na področju občine Piran tako za občino kot za širše območje Slovenske Istre potencialno pomembno vlogo pri razvoju turizma.

Aerodrom Portorož je v Strategiji omenjen v kontekstu ključnih investicijskih projektov na področju infrastrukture in upravljanja destinacije, ki bi omogočili povečan dostop do destinacije. Pri tem je Strategija kot potrebo opredelila »proučitev ekoloških in ekonomskih parametrov poslovanja letališča Portorož in odločitev o nadaljnji usodi. S stališča razvoja turizma je letališče vitalen dejavnik dostopnosti destinacije in sugestija tega dokumenta je delovanje deležnikov turističnega razvoja v smeri zagotovitve pogojev za ohranitev statusa mednarodnega letališča.«

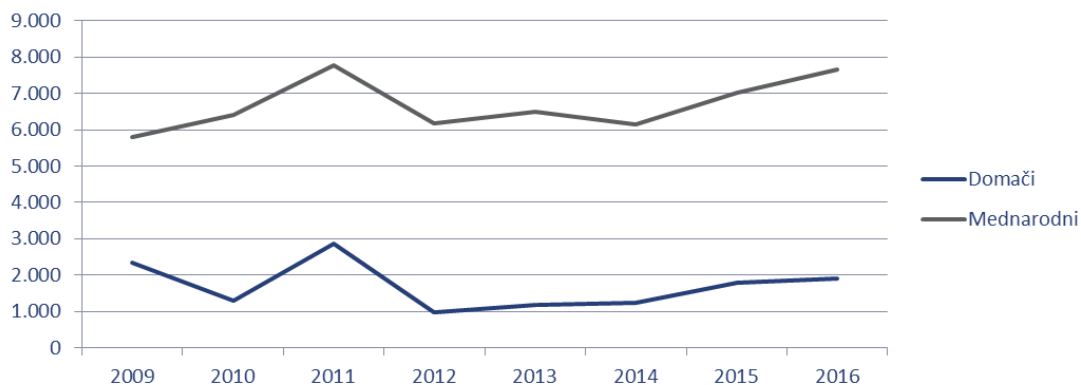
Odločanje o statusu letališča je v pristojnosti državnih organov. V letu 2018 je predvideno sprejetje državnega prostorskega načrta, ki bi z gradnjo novih hangarjev, povečanjem letališke ploščadi in podaljšanjem vzletno-pristajalne steze omogočilo dodatne možnosti za razvoj.

Pri prihodnjem načrtovanju strategije ali aktivnosti na destinaciji je bistvenega pomena, da se v aktivacijo Aerodroma vključijo ključni deležniki, ki so v turizmu na destinaciji neposredno vpleteni. Pri tem bi bilo potrebno med relevantnimi ponudniki (npr. hoteli, turistične agencije) in Aerodromom vzpostaviti skupno sodelovanje pri oblikovanju in aktivaciji letalskih povezav z določenimi destinacijami. Trenutno za to na destinaciji ni ustreznega sodelovanja ali pripravljenosti, saj (po podatkih Aerodroma) s strani največjih hotelskih ponudnikov na destinaciji za leto 2017 ni načrtovanih čarterskih letov. Aerodrom ima vlogo ponudnika in upravljavca infrastrukture, nima pa vpliva na načrtovanje turističnega obiska. Letališče je opremljeno za sprejem in odpravo do 70-sedežnih letal in predstavlja zanimivo vstopno točko za goste z visoko kupno močjo.

V svetu obstajajo različni poslovni modeli razvoja in financiranja letališč - v vseh primerih velja, da letališče ni osamljen deležnik turističnega gospodarstva, temveč je vključen v sodelovanje na nivoju destinacije, regije ali celo države, ki obenem stojijo za njegovim razvojem. Zato predlagamo, da se letališče pri načrtovanju prihodnjih aktivnosti ali strategije vključi kot resnega partnerja turističnega gospodarstva.

Tako kot v času pisanja Strategije tudi danes Aerodrom ostaja med neizkoriščenimi priložnostmi.

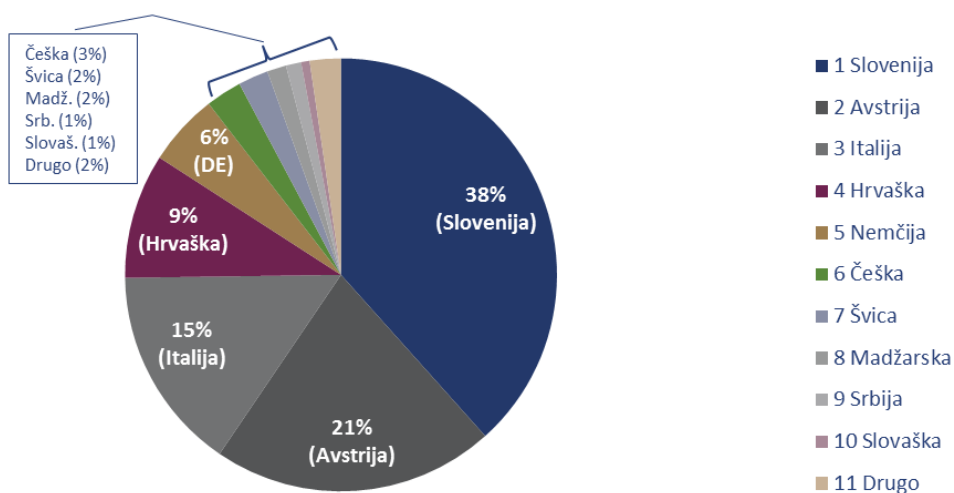
## Število prihodov potnikov preko Aerodroma Portorož



Graf 19: Prihodi potnikov preko Aerodroma Portorož; Vir: podatki Aerodroma Portorož

Preko Aerodroma Portorož je bilo v letu 2016 zabeleženih 9.579 prihodov, med katerimi je bilo 80% tujih in 20% domačih gostov, kar je bila skozi celotno obdobje 2009-2015 običajna struktura. V letu 2016 se je število prihodov povečalo – mednarodni prihodi na raven iz leta 2011, ko je bilo sicer zabeleženih največ prihodov (10.663) v analiziranem obdobju, saj so bile razmere za letenje poleg glavne sezone ugodne tudi v pred- in posezonskih mesecih aprilu, septembru in deloma oktobru. V nasprotju z leti 2011, 2015 in 2016 so bile vremenske razmere v letih 2012 in 2013 manj ugodne, v letu 2010 pa je prišlo do zaprtja zračnega prostora in poplav na območju reke Dragonje, zaradi česar je bilo število prihodov manjše.

## Struktura potnikov glede na državo prihoda/odhoda v letu 2016



Graf 20: Struktura potnikov glede na državo prihoda ali odhoda; Vir: podatki Aerodroma Portorož

Glede na državo prihoda ali odhoda iz tujih letališč predstavljajo največji delež gostje, ki priletijo iz avstrijskih (21%) ali italijanskih letališč (15%). Iz hrvaških letališč je prihodov/odhodov 9%, iz nemških pa 6%. Manjši delež prihodov/odhodov je iz Češke, Švice, Madžarske, Srbije in Slovaške.

Preko Aerodroma Portorož se izvajajo tudi šolanja pilotov in omogočeni so panoramski preleti.



Graf 21: Število panoramskih preletov; Vir: podatki Aerodroma Portorož

Na leto je preko Aerodroma Portorož izvedenih v povprečju nekaj več kot 560 panoramskih preletov. Možnost izvajanja je enako kot pri prihodih/odhodih soodvisna od trenutnih vremenskih razmer in naravnih pojavov.

## Kopališča

Centralna plaža Portorož, ki je v upravljanju Javnega podjetja OKOLJE Piran, s travnatimi in peščenimi površinami obsega 25.000 m<sup>2</sup>. Plaža je urejena in nadzorovana. Obiskovalcem so na voljo tuši, sanitarije (prilagojene invalidom), ter različna gostinska ponudba, zabavno-animacijska ponudba, otroška igrala in različne površine za športno rekreacijo (npr. odbojka na mivki, vodni športi). Za varnost so na plaži prisotni reševalci, v sklopu plaže pa je na voljo tudi ambulanta za nudenje prve pomoči.

Plaža Strunjan se ponaša s čistim morjem, zelenimi travnatimi površinami, urejenimi površinami za počitek in uživanje. Plaža je nadzorovana z usposobljenimi reševalci. Na plaži je na voljo bar Cavedin, gostje pa se lahko osvežijo tudi v senci borovih dreves.

V spodnji tabeli je naveden seznam vseh kopališč v občini Piran.

Območje	Seznam kopališč
Seča	Kopališče na rtu Seča
Lucija	Kopališče Kamp Lucija
Portorož	Centralna plaža Portorož (JZ Okolje Piran)
	Kopališče Hotelov Metropol Portorož
	Plaža Meduza, LifeClass
	Plaža Meduza Exclusive, LifeClass
Bernardin	Plaža Grand Hotel Bernardin
	Kopališče St. Bernardin
	Plaža Hotel Vile Park in Histrion Bernardin
Piran	Kopališče Fornače
	Plaža Riviera
	Kopalno območje na Punt
	Kopalno območje Fiesa - Piran
	Plaža pod cerkvijo Sv. Jurija v Piranu
	Plaža pred hotelom Piran
Fiesa	Travnato-peščena plaža
Strunjan	Kopališče Terme Krka Talaso Strunjan
	Naravno kopališče Salinera
	Kopalno območje Simonov zaliv - Strunjan

Tabela 42: Seznam kopališč v občini Piran po posameznih območjih; Vir: različni spletni viri

Centralna plaža Portorož kot Plaža Strunjan veljata za čisti, varni in prijazni plaži, ki letno prejmeta priznanje »Modra zastava«. V letu 2017 sta obe prejeli že 19. Zastavo.

### **Privezi in pristanišča**

Na destinaciji se poleg Marine Portorož ter posameznih privezov nahajajo tri glavna pristanišča: Piran, Portorož in Strunjan. Najvarnejši pristanišči za mala plovila sta Marina Portorož in mestno pristanišče Piran. Poleg teh so na voljo še ribiški privezi v Strunjanu, privezi za goste hotela Bernardin ter komunalni privezi v Jernejevem kanalu na območju Sečoveljskih solin in tradicionalni privezi na območju Krajinskega parka Strunjan.



Seznam pristanišč in privezov v občini Piran
Pristanišče Piran
Pristanišče Portorož
Marina Portorož
Ribiško pristanišče Strunjan
Privezi v Krajinskem parku Strunjan
Mandrač Bernardin (za plovila hotelskih gostov)
Privezi v Sečoveljskih solinah

Tabela 43: Seznam pristanišč in privezov v občini Piran; Vir: spletna stran Navtični vodnik ([www.hidrografija.si](http://www.hidrografija.si))

Pristanišče **Piran** se deli na veliki mandrač, mali mandrač, novi pomol in glavni pomol. Na glavnem pomolu pristajajo večje ladje, kjer se opravljajo tudi vse mejne kontrole. Pristanišče Piran ima urejene električne priključke, vodo in sanitarije. Po podatkih Javnega podjetja OKOLJE Piran ima pristanišče Piran 298 urejenih stalnih privezov, od katerih je 21 ribiških, za dnevni vez pa je rezerviranih 40 mest, ki so v času glavne sezone večinoma zasedena. Dnevni privezi se nahajajo na delu, ki je namenjen za javni promet.

Na pomolu pristanišča **Portorož** so na vzhodni strani urejeni komunalni privezi, preostali deli pa so namenjeni turističnim plovilom. Na voljo je 90 stalnih privezov in 47 dnevnih privezov za zunanje obiskovalce. Ob severnem delu Marine Portorož se nahaja kanal Fazana, kjer so urejeni privezi za manjša plovila domačinov.

Ribiško pristanišče **Strunjan** se nahaja v Krajinskem parku Strunjan, kjer morski del območja pripada ribolovnemu rezervatu. V letu 2016 so bila zaključena dela za ureditev ribiškega pristanišča ob laguni Stjuža, kjer je na voljo skupaj 14 ribiških privezov (13 priveznih mest za ribiške čolne in eno dodatno mesto za pretovor). Pristanišče je dodatno urejeno z vodo, elektriko, svetilkami, napravo za led, ekološkim otokom in tremi lesenimi hišicami za spravilo. V bližini ribiškega pristanišča je na voljo še okoli 50 privezov, dodatnih 50 pa še v potoku Roja južno od solin. Na območju kopališča Strunjan se nahajajo trije manjši pomoli, od katerih dva omogočata privez manjšim plovilom z ugrezom do 1,5m. Manjši pomoli, kjer je možen občasen pristanek manjših turističnih plovil, se nahajajo še v zalivih S. Duh, Pacug in Fiesa ob obali Strunjanskega zaliva.

Mandrač **Bernardin** se nahaja med kompleksi Hotelov St. Bernardin in je obdan s hoteloma Histrion in Vile Park. Mandrač je dobro zaščiten in ponuja 62 privezov z ugrezom največ do 1,1 m. Privezi nimajo posebne infrastrukture in so namenjeni za plovila hotelskih gostov.

V manjših kanalih **Sečoveljskih solin**, kot so Lera, Piketo, Kurto, Džasi ter v ustju reke Dragonja je plovba prepovedana, v kanalu Dragonja in pristanu Solinesta pa možna le s posebnim dovoljenjem, ki ga izdaja Uprava RS za pomorstvo. Ob rtu Seča se nahaja kanal Sv. Jerneja, ki je večinoma zaseden z neurejenimi privezi. V kanalu Dragonja so na voljo manjši

leseni pomoli, dostopni turističnim plovilom, od koder je možen obisk solin. Za obiskovalce solin je možen tudi dostop preko ustja kanala Džasi, pristana Soline, kjer sta na JZ strani na voljo dva manjša lesena pomola s priveznimi bitvami za pristanek turističnih plovil.

Marina Portorož je podrobneje opisana v svojem poglavju.

## **Športna infrastruktura**

Po oceni Turističnega združenja Portorož je Športni in mladinski center Piran upravljavec približno 90 odstotkov športnih kapacitet, ki so na voljo v občini Piran, če izključimo morje, ki predstavlja prostor za izvedbo številnih športnih aktivnosti, kot so jadranje, veslanje, potapljanje, plavanje, ribištvo idr. Drugi večji upravljavec športnih objektov je še Marina Portorož, ki v svojem športno-rekreacijskem centru poleg večnamenskega stadiona razpolaga z največjim številom teniških igrišč v občini (skupaj 19 igrišč z različnimi podlagami). Nekaj manjših športnih objektov je še v lasti hotelskih hiš, vendar so ti namenjeni predvsem kot dopolnilna dejavnost za hotelske goste. Na voljo so tudi javni športni objekti, ki so del šol, vrtcev, centra šolskih in obšolskih dejavnosti, ministrstev ipd., vendar pa so ti primarno namenjeni in zasedeni z izvajanjem športno-vzgojnega in izobraževalnega programa, zato kot taki za dejavnost športnega turizma niso primerni.

Primerna športna infrastruktura, ki bi zagotavljala prostor za gostovanje športnih ekip v zimskem in jesenskem času, za destinacijo predstavlja potencial za razvoj in vzpostavitev celoletnega turizma. Območje ponuja ugodne klimatske pogoje, ki bi omogočali treninge ekip iz držav kot sta Avstrija, Nemčija, iz severnoevropskih države in držav Bližnjega vzhoda. Po navedbah Športnega in mladinskega centra Piran se pojavlja predvsem veliko povpraševanje nogometnih ekip iz omenjenih držav. Med športi z večjim povpraševanjem sta tudi jadranje in golf, možen pa bi bil razvoj in trženje drugih športnih dejavnosti. Predpogoj za razvoj športnega turizma bi bila izgradnja ustrezne športne infrastrukture, saj so kapacitete obstoječih športnih objektov na destinaciji trenutno premajhne, da bi se tovrstni programi lahko izvajali na dovolj profesionalni ravni. Izjema pri tem so teniška igrišča v Luciji v lasti Marine Portorož, ki po podatkih Turističnega združenja Portorož uspejo ustvariti dodatno število nočitev v hladnejših in manj obiskanih pred- in posezonskih mesecih.

Prostora bi bilo po mnenju ŠIMC Piran za izgradnjo športnih objektov dovolj, vendar pa gre pri tem večinoma za kmetijska zemljišča, pri katerih je za odločanje o njihovi namembnosti pristojno Ministrstvo za kmetijstvo. Dodatno oviro pri izgradnji tovrstnih objektov za potencialne investitorje predstavlja tudi visoka cena na m<sup>2</sup> zazidljivih zemljišč. Poleg izgradnje novih športnih objektov je bistveno, da se na destinaciji poskrbi za ustrezno

ohranjanje in vzdrževanje že obstoječih objektov in površin, ki ponujajo kakršnokoli izvajanje športnih dejavnosti.

Tabela v nadaljevanju vsebuje seznam obstoječih športnih objektov s površinami in kratkimi opisi.

Ime športnega objekta s seznamom športnih površin vključenih v ta objekt	Opis
<b>Objekti na stadionu v Piranu (ŠIMC)</b>	
Veliko nogometno igrišče z umetno travo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- igralna površina v velikosti 108x71 m</li> <li>- tribune s 500 sedeži in 500 stojišči</li> <li>- razsvetljava</li> </ul>
Zunanje akrilno rokometno igrišče	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velikost 20 x 40m</li> <li>- tribune za 300 gledalcev</li> <li>- razsvetljava</li> </ul>
Zunanje akrilno košarkarsko igrišče	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velikost 27 x 15m</li> </ul>
Telovadnica Piran s parketno površino	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velikost 450m<sup>2</sup></li> <li>- igrišče velikosti 25x15 m</li> </ul>
<b>Športni park Lucija (ŠIMC)</b>	
Športna dvorana Lucija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- predstavlja osrednji športni objekt za športne prireditve v občini</li> <li>- tlorisna površina celotne parketne površine znaša 1350m<sup>2</sup> z možnostjo pregraditve z zavesami na tretjine</li> <li>- tribune s 750 sedeži in 150 stojišči</li> </ul>
Montažna dvorana Lucija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velikost 650 m<sup>2</sup></li> <li>- zimsko ogrevanje in možnost odprtega prostora poleti</li> </ul>
Igrišče za mali nogomet z umetno travo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velikost 40x20 m</li> <li>- tribune za cca. 100 gledalce</li> <li>- razsvetljava</li> </ul>
Večnamenski zunanji športni park	<ul style="list-style-type: none"> <li>- skupna površina 12.000 m<sup>2</sup></li> <li>- obsega površine z akrilno podlago, tartanom in veliko zelenih površin</li> </ul>
<b>Športni park Sečovelje (ŠIMC)</b>	
Večnamensko športno igrišče z štiristežno 200m tekaško stezo, posebna 60m sprinterska steza, jama za izvajanje skoka in troskoka v daljino, površina za suvanje krogle ter prostor in oprema za skok v višino	<ul style="list-style-type: none"> <li>- opremljeno z lovilnimi mrežami</li> <li>- tekaška steza preplastena s tartanom</li> <li>- celotna površina parka 6.500 m<sup>2</sup></li> <li>- razsvetljava</li> <li>- parkirni prostori</li> </ul>
<b>Veslaški dom Piran (ŠIMC)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozicioniran v Krajinskem parku Sečoveljske soline</li> <li>- kanal v dolžini 1,5 km zaščitenim pred</li> </ul>

Ime športnega objekta s seznamom športnih površin vključenih v ta objekt	Opis
	vetrom
Balinišče na Belem križu (ŠIMC)	- skupna izmera objekta je 1.500 m <sup>2</sup>
Strelniški dom v Piranu (ŠIMC)	- strelišče za zračno orožje z 9-imi strelskimi mesti
<b>Športno-rekreacijski center (Marina Portorož)</b>	
Večnamenski stadion	- 1.300 m <sup>2</sup> - trda podlaga - razsvetljava - tribune s kapaciteto 1.600 sedežev in 200 stojišč
19 teniških igrišč	- 13 peščenih igrišč (6 z možnostjo razsvetljave) - 2 pokriti igrišči s trdo podlago (pod balonom, velikosti 40 m x 40 m x 23 m, možnostjo razsvetljave) - 4 igrišča s trdo podlago
Mini golf	- 12 stez
Igrišče za namizni tenis	- 2 zunanji betonski mizi
Igrišče za različne oblike športne rekreacije	- košarka, odbojka, mali nogomet, rokomet ipd.
<b>Tenis igrišča Bernardin</b>	
6 teniških igrišč (Grand H. Bernardin, Tenis klub Hari)	- 4 peščena igrišča - 2 igrišči s trdo podlago
<b>Tenis igrišča Strunjan</b>	
5 teniških igrišč (Terme Krka, Tenis center Aldo)	- 5 igrišč s trdo podlago

Tabela 44: Športni objekti v občini Piran; Vir: spletne strani ponudnikov ([www.simcpiran.si](http://www.simcpiran.si), [www.marinap.si](http://www.marinap.si), [www.bernardingroup.si](http://www.bernardingroup.si), [www.terme-krka.com](http://www.terme-krka.com))

## Golf igrišče

Projekt izgradnje golf igrišča ostaja nerealiziran. Vzrok za to je večletno lastniško nesoglasje med občino in državo, kjer se je situacija dodatno zapletla s stečajem izvedbenega podjetja Golf Istra v lasti Istrabenza. Poleg tega so bila odprta dodatna vprašanja o sami izvedljivosti projekta, pobuda zanje pa je bila občini Piran podana s strani Ministrstva za kmetijstvo. Po navedbah izvedene študije naj bi bilo za izvedbo primerno le spodnje ravninsko območje, drugje pa zaradi prestrmega naklona terena in nezadostne količine vode, ki je povezana z odtekanjem, realizacija projekta ne bi bila mogoča. Kot alternativa temu je bila predlagana

nova, a površinsko mnogo manjša lokacija pod naseljem Sečovlje-Košta. Ta bi omogočala izgradnjo manjšega golf igrišča z 18 igralnimi polji na 66-ih hektarjih. Vendar pa se že ob sami idejni zasnovi tudi tukaj pojavljajo nasprotujoča si mnenja, saj je Ministrstvo za kmetijstvo izrazilo svoje nasprotovanje z argumentacijo, da gre za območje s prvovrstnimi kmetijskimi zemljišči.

Sečovljam najbližje igrišče za golf je Golf klub Adriatic na Hrvaškem, z oddaljenostjo od Sečovelj le 15 km, v Sloveniji pa Golf Club Lipica, ki je od Sečovelj oddaljeno 45 km. Potencialno prednost igrišča za golf na območju Sečovelj bi v obeh primerih lahko predstavljala prisotnost letališča, ki bi gostom s tovrstnim zanimanjem omogočila neposreden dostop do igrišča. Ob razvoju tovrstnega produkta pa bi bilo poleg vseh trenutnih omejitev potrebno razmisliti tudi o splošni ustreznosti ponudbe za tovrstnega gosta, katerega potrebe bi bilo potrebno ustrezno zadovoljiti tudi v času pred ali po igri golfa. Razvoj produkta za uspešno ponudbo sam po sebi ni dovolj, saj je potreben razvoj v širšem konceptu destinacije.

### ***Tematski vodni parki***

V poletnih mesecih je na glavni portoroški plaži gostom plavalcem in otrokom v spremstvu staršev na voljo **napihljiv vodni park**, ki je v upravljanju javnega podjetja Okolje Piran. Popestritev preživljanja časa za družine ponujajo tudi v Bernardinu in na plaži Talaso Krka v Strunjanu, kjer je za obiskovalce na voljo napihljivo vodno igrišče z različnimi elementi.

V okviru hotelske ponudbe skupine Bernardin je znotraj Hotela Histron na voljo **Morski park Laguna Bernardin**, ki z več kot 1.000 m<sup>2</sup> vodne površine predstavlja največji bazenski kompleks z ogrevano morskovo vodo na slovenski obali. Park je razdeljen na mirnejšo površino s plavalnimi in rekreacijskimi bazeni, masažnimi slapovi in bazeni za sprostitve ter na bolj razgibano površino za družine z otroki, ki si želijo vodnih iger na toboganih in vodnih curkih.

Destinaciji primanjkuje namenski vodni park. Izgradnja manjšega vodnega parka bi bila možna v notranjosti Slovenske Istre, ki bi s ponudbo tako popestrila preživljanje prostega časa družinam z otroki, obenem pa preusmerila in povezala del priobalnega turizma z zaledjem.

V letu 2013 je bil predložen idejni projekt za izgradnjo vodnega in gozdnega parka Vinjole, ki bi bil umeščen na območje med Lucijo in Malijo. S preišljenimi posegi v obstoječe naravno okolje in alternativnimi oblikami energije je namen projekta oživitev zaledja, pridobitev dodatne interesne točke za obiskovalce na poti proti Hrvaški, ustvariti približno 1.000 novih

delovnih mest in omogočiti razvoj dodatnih dejavnosti, kot so na primer kmečki turizem, gostinstvo in vinarstvo.

### ***Evalvacija turistične infrastrukture***

Območje občine Piran razpolaga z raznoliko turistično infrastrukturo, ki pa bi potrebovala številne dodatne investicije za razvoj svojega potenciala in bogatitev trenutne turistične ponudbe. Destinaciji tako kot pred obdobjem analizirane strategije še vedno primanjkuje infrastruktura, ki bi gostom omogočala aktivno preživljanje časa. Pri tem naj izpostavimo igrišče za golf, športno infrastrukturo za treninge različnih športnih ekip in termalno riviero ter različne tematske parke. S tem bi na destinaciji omogočili spodbujanje obiska različnih segmentov gostov ter dodatnega obiska v času izven sezone. Bistvena sestavina, ki poleg premišljenih investicij destinaciji prav tako primanjkuje, pa je sodelovanje različnih deležnikov, ki bi spodbudilo izkoriščanje že obstoječe infrastrukture.

## Prostorske ureditve

V obdobju Strategije so se na področju prostorskega urejanja Občine izvajali različni projekti in manjše ureditve:

- Zasaditev dreves in ureditev fitnesa na območju Seče,
- Ureditev parka Sonce v Luciji (sprehodi, kolesarjenje, otroška igrala itd.) in posameznih manjših parkov v centru Sečovelj ter na območju Seče,
- Ureditev plaž v Portorožu, Fiesi, na Fornačah v Strunjanu,
- Ureditev carinskega in glavnega pomola v Piranu,
- Multimedijski muzej Mediadom Pyrhani,
- Ureditve na področju obeh krajinskih parkov (ureditev poti, ureditev ribiškega pristanišča, bogatitev ponudbe itd.),
- Razvoj kolesarske ponudbe na področju Parenzane,
- Povečanje mobilnosti v mestu Piran z uvedbo električnega avtobusa, brezplačnega prevoza med garažno hišo Fornače in Piranom,
- Vzpostavitev novih muzejev (npr. Muzej školjk) preko različnih društev in civilne iniciative,
- Oblikovanje različnih brošur (npr. brošura o kulturnih poteh) in drugih mehkih dejavnikov v sklopu različnih projektov (npr. projekt Hera).
- V sklopu TZ Portorož poteka tudi akcija nagrajevanja najlepše urejenega vrta, kjer gre za primer spodbujanja sodelovanja lokalnega prebivalstva pri urejanju površin, ki so do neke mere vidne tudi gostom na destinaciji.

Nekateri posamezni projekti, pri katerih je sodelovala Občina Piran, so v nadaljevanju podrobneje predstavljeni.

Občina v zadnjih letih aktivneje sodeluje v projektih za **revitalizacijo vasi ter vaških trgov in starih jeder**, med katerimi so obnova kulturnega doma s poudarkom na kulturni dediščini Padne, obnovitev Benečanke na Tartinijevem trgu in aktivnosti, povezane z ohranitvijo Tartinijevega spomenika.

V sklopu prireditev so z namenom **oživitve tradicionalne obrti** v ponudbo vključevali domačo obrt, kjer naj bi domači ponudniki dobili priložnost predstaviti in prodati svojo obrt ter izdelke. Po navedbah Občine se ugotavlja, da v kolikor se ponudba pogojuje le z izdelki domače obrti, je interes teh ponudnikov zanemarljiv, zato bi to področje potrebovalo posebno organizacijo in stimulacijo tovrstnih ponudnikov.

Destinacija razpolaga z izhodiščnimi točkami za kolesarske, pohodniške in konjeniške izlete po razgibani Slovenski Istri. S tem namenom je bil v okviru projekta Revitas v letu 2015 **izdan brezplačni vodnik 'Uživajmo življenje'** po pohodniških, kolesarskih in jahalnih poteh Slovenske Istre, ki je na voljo v tiskani in elektronski obliki. Na področju Fornač so pridobili

ново kolesarsko pot, ki povezuje javne površine od Pirana do trase Parenzane kot hrbtenice bodoče kolesarske mreže.

S projektom **Parenzana Magic** je Občina Piran dopolnila infrastrukturo Poti zdravja in prijateljstva na svojem območju. Postavila je **tri počivališča za kolesarje, vadbeno orodja v naravi ter table z ustrezno signalizacijo**. Skupaj z Mestno občino Koper in Občino Izola je organizirala **kulturni dogodek z naslovom Dan Parenzane** Parenzana Magic, katerega namen je bila predstavitev kulturnih dogodkov, prikaz starih kulturnih običajev, lokalnih jedi in vin ter promocija športa na Parenzani. Občina sodeluje na tematskih razpisih, preko katerih so uredili počivališča in rekreativne točke ob obstoječih kolesarskih poteh v Strunjanu, pred mejnim preходом Sečovlje, pred avtokampom Lucija in na rtu Seča. Postopoma urejajo tudi različne **pešpoti**, kot je pešpot od kampa Lucija do gostilne Ribič, promenada Portorož, sprehajalna tematska pot Strunjan in pot na območju Fornač ter pohodniške poti v zaledju.

Preko tematskih projektov poteka tudi **oblikovanje tematskih učnih poti in brošur**. V nadaljevanju je navedenih nekaj najbolj vidnih, v sklopu katerih so bili oblikovani različni turistični materiali:

- **Obnova ribiškega pristanišča Strunjan:**
  - ob ureditvi novega ribiškega pristanišča je bila urejena učna pot (v upravljanju Krajinskega parka Strunjanske soline).
- **Hera:**
  - Zemljevidi Piranski kulturni zakladi ; po poteh kulturnega turizma.
  - Video Hera; predstavitev kulturnih zakladov občine Piran.
  - Preklopne mape in brošure z opisom projekta.
  - USB kartice s promocijo projekta in prostorom za shranjevanje.
- **Adrifort**
  - Mapa obstoječih obzidij partnerskih mest na območju Mediterana.
  - Zgibanka Piransko obzidje.
- **Parenzana**
  - CD in promocijski film Poti zdravja in prijateljstva.
  - Table za označevanje kolesarske poti, počivališč in vadbenih postaj
- **Revitas**
  - CD Istrska kulturna dediščina.
  - Knjiga »Pisana sled Istrskih fresk«.
  - Zgibanka Zemljevid kolesarskih, konjeniških in pešpoti.
  - Zgibanka Zemljevid Istre s predstavitev partnerjev.
  - Table za peš poti, konjeniške poti, kolesarske poti in označbe prenovljenih poti.
  - Plakati za sejme starih obrti.
- **365 DNI RIVIERE**
  - Plakati za praznik penin in oglaševanje Vse sladkosti življenja.



- Promocijska brošura Opatija in Portorož 365.
- **Heritage live**
  - Knjiga »Istrski praznik: preteklost, sedanost in avtentičnost«, šagre in ljudski prazniki v severni Istri.

V začetku leta 2016 se je zaključil projekt **ureditve ribiškega pristanišča v Strunjanu** v organizaciji Krajinskega parka Strunjan in Občine Piran. Slabo tretjino sredstev za izvedbo projekta je namenila Občina Piran, medtem ko sta bili dobri dve tretjini pridobljeni iz Evropskega ribiškega sklada in RS. Celotna vrednost naložbe je znašala skoraj milijon evrov.

Izvedba projekta je vsebovala ureditev privezov z manjšimi lesenimi podesti za lažji dostop do barke in priključki za elektriko in vodo, na obalnem delu pa so postavili tudi štiri lope za spravilo pripomočkov, ledomat, ekološki otok, ter 30 m dolg skalomat za preprečevanje nanosov mulja, ki omogoča plovbo tudi ob osekah, ter skalomat za zaščito območja solin in njenih habitatov pred valovanjem in poplavami. Izvedeni projekt je primer dobre prakse sodelovanja med lokalnimi in administrativnimi ustanovami, naravovarstvenimi institucijami ter podporo javnosti in lokalne skupnosti.

### ***Evalvacija prostorskih ureditev***

Na področju razvoja večjih investicijskih projektov, ki bi širili obstoječo turistično ponudbo, v obdobju zastavljene Strategije ni prišlo do bistvenih sprememb. Destinacija se pri izvedbi raznih projektov pogosto srečuje z zakonskimi omejitvami na državni ravni. Z ovirami se je destinacija do sedaj srečevala predvsem na Ministrstvu za kmetijstvo, ki je onemogočilo razvoj različnih projektov na obstoječih kmetijskih zemljiščih, četudi so ta slabše kakovosti (npr. razvoj glampinga in postavitve taborov v zaledju, ureditev igrišča za golf).

Med bolj ambicioznimi projekti za širjenje obstoječe turistične ponudbe je v nadaljevanju navedenih nekaj pomembnejših investicijskih projektov in aktivnosti, ki bi v prihodnje potrebovali dodatno pozornost s ciljem realizacije.

- Termalna riviera v Luciji;
- Razvoj širšega koncepta in ureditev promenade, tudi v kontekstu celotne Istre;
- Ureditev igrišča za golf;
- Razvoj športnega turizma (širitev izvensezonske ponudbe);
- Tematski parki v notranjosti (npr. vodni park, adrenalinski park);
- Celovita ureditev obstoječih poti in razvoj dodatne ponudbe (konjeniške, pohodniške in kolesarske poti);
- Nadaljnji razvoj ponudbe v naravnih parkih (npr. termalni park in dodatni muzeji na Sečoveljskih solinah);

- Razvoj ponudbe v zaledju (glamping, turistične kmetije, oživitev tradicionalnih obrti in revitalizacija vaških jeder, eko ponudba ipd.) in navezovanje z lokalnimi ponudniki (npr. ponudba lokalne hrane v hotelih);
- Usklajevanje izvenhotelske ponudbe: uskladitev gostinske ponudbe in ponudbe trgovcev s strukturo hotelskih gostov;
- Razvoj koncepta, ki bi dogajanje na destinaciji razširil na vodno območje (kajtanje, potapljaštvo ipd.);
- Celovita ureditev plaž.

V pretekli Strategiji je bilo zapisano, da so mnoge stanovanjske, apartmajsko-hotelske ter druge površine iz fonda turističnih namestitev prešle v last zasebnikov, ki ne živijo v občini in ne delijo želje po trajnostno naravnani dejavnosti z drugimi prebivalci občine. Tako prihaja do situacij, kot na primer spreminjanje namembnosti dela turističnega objekta preko etažiranja v individualno stanovanje, izvajale pa so se tudi gradnje v ožjem priobalnem pasu (100-200 m od morja). Občina pri ureditvi tega stanja do sedaj ni bila uspešna, zato bi bilo po mnenju Urada za okolje in prostor v prihodnje potrebno poskrbeti, da se tovrstne individualne interese prepreči in poskrbi za potrebne zakonske spremembe, s katerimi bi bilo možno v prihodnje taka stanja preprečevati.

Glede investicij v turistične namestitvene kapacitete kritične mase pri izgradnji hotelov po mnenju Občinskega urada za okolje in prostor v Portorožu še niso dosegli, zato v prihodnje na tem območju še vedno obstaja prostor za umestitev dodatnega hotela visoke kategorije, ki bi obenem dvignil vrednost destinacije.

## Prometna infrastruktura

Kraji slovenske obale so relativno dobro dostopni, zato se predvsem v času glavne sezone in ob koncih tedna v občini Piran soočajo z intenzivnimi prometnimi tokovi, ki obremenjujejo letovišča in stara mestna jedra.

Po podatkih Statističnega urada RS je bilo v letu 2012 v občini Piran na voljo skupaj 181,8 km javnih cest. Državnih cest je od tega 20,6 km (15,1 km glavnih cest in 5,5 km regionalnih cest). Večji del med javnimi cestami predstavljajo občinske ceste (161,2 km), med katerimi je 95,9 km javnih poti, 53,9 km lokalnih cest, 6,6 km mestnih krajevnih cest, 3,5 km zbirnih mestnih cest ter 1,4 km javnih poti za kolesarje. Po zadnjih podatkih navedenih na spletni strani Občine Piran (piran.si), je občinskih cest nekoliko več in sicer skupaj 164,8 km od katerih je 58,9 km lokalnih cest.

Obiskovalci, ki se v občino Piran pripeljejo z osebnim avtomobilom, lahko parkirajo v eni izmed parkirnih hiš ali na urejenih parkirnih površinah.

V Piranu je na voljo parkiranje na skupaj 2.293 parkirnih mestih:

- v garažni hiši Fornace (844 parkirnih mest),
- v garažni hiši Arze (216 parkirnih mest),
- na urejenem parkirišču Fornace (510 parkirnih mest),
- na nekaj mestih v starem mestnem jedru Pirana (513 parkirnih mest na modri coni in 210 parkirnih mest na zeleni coni).

V Portorožu lahko obiskovalci parkirajo na skupaj 599 parkirnih mestih:

- na označenih parkirnih mestih na območju Portoroža,
- v garažni hiši Metropol,
- na parkiriščih pred marino.

Označena parkirna mesta se nahajajo tudi na območju Fiese (155 parkirnih mest), Strunjana (376 parkirnih mest), Lucije (227 parkirnih mest) in Seče (19 parkirnih mest). Za plačevanje parkirnine je obiskovalcem na aplikacija mParking.

Vse bolj priljubljena oblika turizma je tudi potovanje z avtodomi. Na območju občine je za avtodome trenutno edino urejeno postajališče Camper stop Marine Portorož.

## *Evalvacija prometne infrastrukture*

Kljub temu, da se je v obdobju začetne Strategije sicer izvedlo nekaj večjih projektov za urejanje prometne ureditve na destinaciji (npr. gradnja garažne hiše, ureditev rondojev), te ureditve niso spremenile in uredile splošnega stanja v prometu na destinaciji.

Na področju prometne ureditve ostaja kritična celotna linija obale od Pirana, kjer je bistveno vprašanje, kako preusmeriti avtomobile ven iz starega mestnega jedra, do Portoroža, kjer ostaja nerazrešeno vprašanje varnosti in sobivanja v prometu med pešci, kolesarji in avtomobili. Na strani Občine Piran je bilo izvedenih nekaj manjših in večjih investicij, ki pa ne zadostujejo za rešitev dolgoročno zastavljenega cilja turistične destinacije, ki stremi k varnemu, brezskrbnemu in sproščujočemu gibanju ob slovenski obali, z urejeno prometno linijo ter starimi mestnimi jedri brez prometa. Pri tem ostaja občina tudi brez ustrezne ureditve za potrebe in sobivanje lokalnih prebivalcev.

Investicije se izvajajo predvsem v skladu z razpoložljivimi sredstvi in presojo o njihovi nujnosti, v obdobju Strategije pa so bile na področju prometne ureditve izveden predvsem naslednje (vir: Občina Piran):

- izgradnja treh krožišč v Luciji,
- izgradnja pločnikov,
- ureditev portoroške promenade,
- ureditev kolesarske steze na Fornačah,
- izgradnja garažne hiše Fornače,
- uvedba brezplačne linije, ki povezuje garažno hišo s starim mestnim jedrom Pirana, dostavno vozilo in izposoja koles,
- ureditev širšega območja Fornač,
- ureditev razgledišča na Belem križu,
- ureditev centra Strunjana in ribiškega mandrača v Strunjanu,
- ureditev ribiškega pristanišča v Piranu.

Trenutna prometna ureditev ni skladna z naraščajočim trendom potovanja z osebnimi avtomobili, ki vpliva na kakovost naravnega in bivalnega okolja občine Piran, nenazadnje pa tudi na podobo turizma, ki trenutno ne predstavlja sproščujočega in povsem varnega gibanja gostov ali občanov. Po navedbah Celostne prometne strategije se pomanjkljivost obstoječe prometne infrastrukture kaže predvsem v slabi opremljenosti naselij s površinami za pešce in kolesarje, slabi kakovosti tlakov in prometne opreme na voziščih, neustreznih lokacijah parkirišč in neurejenosti drugih javnih površin. Vse to zmanjšuje privlačnost prostora in negativno vpliva na izkoriščanje potenciala turističnega gospodarstva.

Z namenom ureditve prometnega stanja je bil za področje občine Piran v letu 2017 izdelan predlog **Celostne prometne strategije**, ki bo junija 2017 obravnavan na Občinskem svetu.

Osnovno izhodišče prometne strategije je usmerjeno v celostno načrtovanje prometa s poudarkom na izboljšanju pogojev za hojo, kolesarjenje in uporabo javnega potniškega prometa s ciljem »zagotavljanja enakopravne dostopnosti in izboljšanja kvalitete bivanja«.

Strategija je začrtala nabor strateških ukrepov, ki so bili razdeljeni v 5 strateških stebrov:

1. Trajnostno načrtovanje prometa;
2. Izboljšana ponudba javnega potniškega prometa;

3. Privlačno, učinkovito in atraktivno kolesarjenje;
4. Izkoriščen potencial hoje;
5. Učinkovito upravljanje z motoriziranim in mirujočim prometom.

Vizija razvoja prometa se osredotoča na izboljšanje kakovosti življenja v občini Piran, uravnoteženost prometne ponudbe (omejena uporaba zasebnega motoriziranega prevoza z razvojem in vzpostavitvijo alternativnih ponudb trajnostne mobilnosti), zagotavljanje učinkovite in enakopravne dostopnosti za vse skupine prebivalstva, izboljšanje prometne varnosti ter razvoj atraktivnega turizma. Prometna strategija se v svoji vsebini ne usmerja v prepoved uporabe zasebnega motoriziranega prevoza, temveč k omejevanju uporabe z razvojem in vzpostavitvijo alternativnih ponudb trajnostne mobilnosti, kar je obenem njen glavni cilj. Prometna strategija kot zelo izvedljivo možnost omejevanja voženj z osebnimi avtomobili vidi tudi v nadomeščanju voženj s hojo, kolesarjenjem ali javnim potniškim prometom.

V Piranu je dostopnost javnega potniškega prometa relativno dobra predvsem v času turistične sezone, medtem ko v času izven sezone število voženj lahko upade za 50%, kar se kaže predvsem na relaciji Fornače - Tartinijev trg (128 parov voženj/dan v času sezone in 64 parov voženj/dan izven sezone). Bolj konstantno frekventna je na primer relacija Piran AP – Beli križ – Lucija AP – Lucija šola – Obrtna cona – Lucija Vojkova ulica, kjer se skozi leto opravlja 76-79 voženj/dan. Slabši pogoji so predvsem na področju povezav javnega prometa z zalednimi vasmimi, do katerih javni avtobus pripelje le poredko (na primer vasi Padna, Nova vas, Sv. Peter). Prebivalci teh vasi so tako prisiljeni v uporabo lastnega transporta, obenem pa slabše povezave onemogočajo prostorski razvoj turizma v zaledna področja občine. Zadovoljstvo občanov z javnim potniškim prometom v občini je po podatkih raziskave, navedene v Celostni prometni strategiji sicer ocenjeno kot relativno dobro, občani pa so relativno zadovoljni z razvojem trajnostne mobilnosti, kot je možnost izposoje koles in uporabe »kavalirja«. Celostna prometna strategija do leta 2022 predvideva še dodatno nadgradnjo javnega potniškega prometa s povečanjem frekventnosti vseh povezav in celodnevno dostopnostjo javnega potniškega prometa (24/7), povečanje deleža opravljenih potovanj v službe in šole z javnim potniškim prometom (z 10% na 15%), povečanje deleža opravljenih potovanj po nakupih z javnim potniškim prometom (z 2 % na 4 %), prav tako pa uvedbo sistema prevoza na poziv, predvsem za ciljno skupino starejših in za zaledne kraje, optimizacijo brezplačnih prevozov z avtobusi znotraj mesta Piran in posodobitev voznega parka avtobusov podjetja Arriva z novimi avtobusi na stisnjen zemeljski plin ter dodatnimi električnimi vozili Maestro Javnega komunalnega podjetja Okolje d.o.o.. Poleg tega bo potrebna sodobna ureditev obstoječih postajališč, izgradnja novih ter oprema z ustreznimi kolesarnicami. Za turistične avtobuse je v obrtni coni Lucija predvidena ureditev parkirišča s 27 parkirnimi mesti.

Najslabše je bila po omenjeni raziskavi ocenjena urejenost parkirnih površin, za katero tri četrtine občanov meni, da je slaba. Na območju Pirana je skupno na voljo 2.293 parkirnih mest, zasedenost pa je po posameznih mesecih precej različna. Spodnji odstotek zasedenosti po posameznih mesecih je izračunan na osnovi skupnega števila vhodov na parkirna mesta/dan (abonenti in zunanji obiskovalci) ter skupnega števila parkirnih mest.

Mesec	Vsa parkirna mesta na območju Pirana (skupaj 2.293 parkirnih mest)		GH Fornače (skupaj 844 parkirnih mest)		GH Arze (skupaj 216 parkirnih mest)	
	Št. vhodov	Zasedenost	Št. vhodov	Zasedenost	Št. vhodov	Zasedenost
januar	1.714	75%	166	20%	79	37%
februar	1.763	77%	159	19%	83	38%
marec	2.046	89%	251	30%	112	52%
april	2.060	90%	408	48%	110	51%
maj	2.183	95%	460	55%	128	59%
junij	2.237	98%	544	64%	145	67%
julij	2.194	96%	697	83%	193	89%
avgust	2.151	94%	890	105%	222	103%
september	2.175	95%	537	64%	165	76%
oktober	1.974	86%	315	37%	142	66%
november	1.789	78%	202	24%	84	39%
december	1.822	79%	203	24%	89	41%
<b>povprečje</b>	<b>2.009</b>	<b>88%</b>	<b>403</b>	<b>48%</b>	<b>129</b>	<b>60%</b>

Tabela 45: Odstotek zasedenosti parkirnih mest na območju Pirana; Vir: Celostna prometna strategija občine Piran, maj 2017

Povprečna zasedenost parkirnih mest na območju Pirana je 88%, največja pa je zasedenost med majem in septembrom, ko je zabeležena skoraj polna zasedenost parkirnih mest.

Zasedenost garažne hiše Arze je v povprečju večja (60%) kot garažne hiše Fornače (48%), vendar obe garažni hiši v mesecu juliju beležita visoko zasedenost, medtem ko sta v mesecu avgustu povsem zasedeni.

Zgornje številke dodatno pojasnijo trenutno stanje s parkiranjem na območju Pirana, ki kljub izgradnji garažne hiše Fornače ostaja problematična točka predvsem v času sezone. Celostna prometna strategija v svojem petem stebru učinkovitega upravljanja z mirujočim prometom predvideva izgradnjo dodatnih garažnih hiš na obrobju mesta Piran ter v naseljih Portorož in Lucija po sistemu »P+R«, ki bi obiskovalce spodbujal, da svoja vozila parkirajo že na obrobju mesta in pot nadaljujejo z javnim sistemom prevoza. Na ta način bi se razbremenilo mestna središča in bolj obiskane kraje ter priobalna območja.

V svoji viziji razvoja atraktivnega turizma Celostna prometna strategija predvideva modernizacijo obstoječe prometne, predvsem kolesarske in pohodniške infrastrukture. Z izgradnjo kolesarskih in pohodniških poti (izgradnja novih poti in sklenitev z obstoječimi potmi) naj bi omogočili vzpostavitev novih kolesarskih in pohodniških produktov, ki bi se obenem umeščali v obstoječi prostor in ponudbo (kulturno-zgodovinski objekti, naravne znamenitosti in turistično-gostinski objekti) ter povezovali občino s sosednjimi kraji in sosednjo Hrvaško, tudi preko sistema »bike sharing«, ki bi omogočal avtomatizirano izposajo koles na medkrajevni, medobčinski in sosednje-državni ravni. Pred tem je predvidena še dodatna širitev obstoječega sistema izposoje koles Piranko.

Glede na naraščajoč trend potovanj z avtodomi Celostna prometna strategija ne namenja večjega razmisleka za ureditev tega dela turistične in prometne infrastrukture. Kot strateško dolgoročni ukrep predvideva le umestitev »turističnega« parkirišča v obrtni coni Lucija z 200 javnimi parkirnimi mesti za osebna vozila in avtodome po sistemu »P+R«.

Širša prometna ureditev Portoroža še vedno potrebuje izdelavo idejne zasnove.

V letu 2016 je bil razgrnjen državni prostorski načrt za hitro cesto Koper-Dragonja, ki bi razbremenila preostali promet ob obali do Hrvaške, vendar pa področje lokalnih cest, ki povezujejo kraje občine Piran, ostaja neurejeno.

Kakovost obstoječih cest v občini Piran so ocenjevali tudi neodvisni izvajalci. V letu 2014 je AMZS izvedel projekt SENSOR (South East Neighbourhood Safe Roads), v katerega je bil vključen tudi del cestnih povezav v občini Piran. Projekt ocenjuje stopnjo varnosti cest in prometnih udeležencev (vozila, motoristi, pešci in kolesarji). Ocena je sestavljena na osnovi kompleksne metodologije, ki med drugim vključuje strokovno ocenjevanje kakovosti cestišč, širine cestišč, hitrosti na cestah in omejitve, signalizacije, možnosti za nesreče, varnostne vidike različnih udeležencev (npr. pešcev in kolesarjev) ter številne druge vidike varnosti. Podrobnejša metodologija je na voljo na spletni povezavi <http://www.irap.org/en/about-irap-3/methodology>. Skupek različnih ocen je prikazan s končno oceno v obliki zvezdic, kjer so s petimi zvezdicami ocenjene najvarnejše, z eno zvezdico najmanj varne ceste. Cesti na območju občine Piran z oznakama 11 (E751) in 111 (priobalni del cest) sta bili ocenjeni večinoma z eno zvezdico, na posameznih krajših odsekih z dvema zvezdicama. Namen projekta ni le ozaveščanje udeležencev, torej tudi potencialnih gostov o varnosti posameznih cest, temveč služi tudi kot smernica za prihodnje ureditve, predvsem v primeru, ko izdatna finančna sredstva niso na voljo in so možne posamezne ureditve z manjšim finančnim vložkom.

## Investicije v namestitveno infrastrukturo

Na področju naložb v namestitvene zmogljivosti so v obdobju 2009 - 2015 v obstoječih hotelskih objektih potekale predvsem investicije z namenom vzdrževanja in prenove obstoječih kapacitet.

**V hotelih Bernardin** so izvedli prenovo plaže Grand hotel Bernardin, recepcije hotela Histrion, vile Galeb in bazena Arcobaleno na plaži, ter splošno prenovo sob v hotelu Haliaetum.

**LifeClass hoteli** so v Grand hotelu Portorož prenovili skupno 64 sob, ostale sobe pa so osvežili, osvežili so tudi sobe v hotelih Neptun in Riviera, izvedli so prenovo celotnega hotela Apollo, v letu 2016 tudi hotela Slovenija in delno prenovo hotela Mirna ter prenovo bazenov s termalno vodo. Hotel Slovenija je s prenovo pridobil višjo kategorijo in postal petzvezdični hotel (prej štirizvezdični).

**V Termah Krka** so izvedli investicijo dozidave devetih dvoposteljnih komfortnih sob ob sočasni prenovi hotela Svoboda, v hotelu Laguna pa so vpeljali klimo in brezžično spletno povezavo. Pri prenovah so spoštovali načela tradicionalne istrske arhitekture.

**Hoteli Remisens** so v letu 2016 s pomočjo večje investicije preoblikovali depandanso Remisens Premium Casa Rosa, kjer so izvedli renovacijo sob ter hotelske avle, v letu 2017 pa so izvedli še prenovitev depandanse Remisens Premium Casa Bel Moretto. V obeh depandansah so izboljšali tudi kakovost svojih vsebin in storitev. Obe depandansi sta tako postali del znamke Remisens Premium.

Skupina Eurotas hoteli je leta 2013 izvedla celovito prenovo **hotela Piran** s kavarno in restavracijo, ki se je s tem priključil skupini hotelov s štirimi zvezdicami.

Med investicije, ki so prispevale k dopolnitvi ali osvežitvi ponudbe na obali, lahko štejemo prenove plažnega dela vseh navedenih hotelskih ponudnikov: naložba v Cavedin plažni bar, prenova Barbara beach bara, prenova plaže Meduza ter prenova plaže ob Grand hotelu Bernardin.

Dopolnitev ponudbe predstavlja tudi leta 2013 odprt zdraviliški center Thalasso Spa Lepa Vida v Sečoveljskih solinah, ki pa sicer ne nudi namestitvenih kapacitet.



## ***Evalvacija investicij v namestitveno infrastrukturo***

Hoteli se spopadajo z negotovim lastništvom ter zadolževanjem. Slaba kapitalska moč je rezultat nesmotrnega, neaktivnega in nestrategškega upravljanja tako hotelov kot celotne destinacije, posledica pa so med drugim le manjše, najnujnejše in redke investicije v hotele na obali.

## 8 SWOT ANALIZA DESTINACIJE IN EVALVACIJA

### Prednosti

PREDNOSTI (Strategija 2009-2015)	Novosti v analiziranem obdobju, ki predstavljajo prednosti v skladu s Strategijo
1. Geografska lega – Mediteran, vrata Jadrana	Sprehajalne poti in rekreativne površine za družinski in športni turizem.
2. Ugodno podnebje	Izkoriščanje časa pred- in po sezoni za organizacijo prireditev.
3. Bližina emitivnih trgov	
4. Dostopnost	
5. Bogata naravna in kulturna dediščina	Edinstvena znamka in jasna identiteta destinacije "Ščepce Mediterana" - izpostavljen element soli pri komunikaciji. Začetni razvoj in zavedanje o pomenu kulturnega turizma za desezonalizacijo oz. destinacijo 365 dni.
6. Varnost	
7. Razmerje cena/kakovost	
8. Pestrost ponudbe (Lipica, Bled, Alpe, ...)	
9. Jezikovna pokritost	
10. Imidž	Piran kot ena od petih glavnih ikon na nacionalni ravni poleg Ljubljane, Bleda, Lipice in Postojnske Jame.
11. Tradicija turistične dejavnosti	
12. Mejno področje (mešanje kultur)	
13. »Zelena« obala	

### *Evalvacija glede na stanje 2016*

Pravo **razmerje cena/kakovost** je potrebno opredeliti glede na cilje destinacije in pričakovanja gostov. Potrebno je razjasniti, ali je **imidž** res prednost oziroma preveriti, kakšen je dejansko imidž med (potencialnimi) gosti. Preveriti je potrebno, ali ne gre bolj oz. zgolj za prepoznavnost.

## Slabosti

SLABOSTI (Strategija 2009-2015)	Izvedeni projekti v analiziranem obdobju
1. Nepovezanost ponudbe	Prireditve
2. Problem mirujočega prometa	
3. Počitniška stanovanja (cca 3.000)	Uvedena pavšalna turistična taksa.
4. Neizkoriščenost naravnih parkov	Poti, obnove, informacijsko središče. Izgradnja edinstvenega SPA centra na prostem Lepa Vida (Soline d.o.o.. Telekom) - edinstvena konkurenčna prednost destinacije.
5. Pomanjkanje kvalitetnega nočnega življenja	
6. Neustrezna splošna in dodatna turistična infrastruktura	Dodatna tur. Infrastruktura: ureditev večine plaž na destinaciji (prvi v Sloveniji s plažo LC 5 zvezdic; visoka dodana vrednost).
7. Pomanjkanje celoletnih rekreativnih aktivnosti	Sprehajalne poti, Parenzana
8. Pomanjkanje manjših družinskih hotelov	Večja ponudba na Airbnb (neuradno, stanje se lahko spremlja).
9. Neizkoriščenost možnosti podeželja	Posamezne aktivnosti (Padna, revitalizacija vasi).
10. Pomanjkanje hotelov kategorije 3	Ni v skladu s Strategijo.
11. Nedoseganje obljubljenе kakovosti	
12. Monotonost ponudbe v destinaciji	
13. Sezonskost povpraševanja	Prireditve izven sezone.
14. Pomanjkanje inovacij v produktih	Storytelling: Portorož in Piran prva začela s tovrstnim pristopom v Sloveniji.

### *Evalvacija glede na stanje 2016*

V analiziranem obdobju je bilo izvedenih več projektov in aktivnosti v smeri izboljšanja stanja na različnih področjih, največ na področju izkoriščenosti naravnih parkov, vendar pa so se investicije v ohranjanje okolja zmanjšale. Na področju nepovezanosti ponudbe je bil opravljen premik k skupni organizaciji prireditvev. Ostale slabosti ostajajo, manjše premike je zaznati še na področju celoletnih rekreativnih aktivnosti in izkoriščanja priložnosti podeželja. Na področju turistične infrastrukture je za postavljanje in spremljanje ciljev potrebno natančno opredeliti, kaj je »ustrezna« infrastruktura, enako velja za ponudbo na destinaciji, kjer je potrebno opredeliti, kaj je raznolika in kaj »monotona« ponudba.

## Priložnosti

PRILOŽNOSTI (Strategija 2009-2015)	Izkoriščene priložnosti v analiziranem obdobju
1. Krajši obiski	Sprehajalne poti, ureditev krajinskih parkov, plaž, gostinska ponudba, prireditve za različne segmente dnevnih obiskovalcev.
2. Usmeritev v tržne niše	Thalasso SPA Lepa Vida; Tematski hoteli (»Socializing« LC - hotel Mirna; Aktivni wellness hotel LC - Apollo).
3. Varnost	
4. Domači gostje – desezonalizacija	Prireditve izven sezone
5. Teritorialna reorganizacija	
6. Izobraževanje kadrov na vseh nivojih	
7. Gosti z višjo kupno močjo	Delno.
8. Razvoj športnega turizma	Večina hotelskih hiš si prizadeva pridobiti športne, tudi profesionalne ekipe v pred- in posezonskem času v kombinaciji z dvoranami, igrišči, ki jih sami nudijo in povezanimi športnimi dvoranami ter igrišči na destinaciji.
9. Dogodki in prireditve	Prireditve izven sezone
10. Avtohtono okolje in ponudba	Revitalizacija vasi, Padna
11. Tartini	Tartinijev festival; Muzejska predstavitev ( M. Sergej Mašera).
12. Soline – edinstveni element ponudbe	Ogledi, informacijsko središče, parkovna infrastruktura, dogodki.
13. Golf turizem	
14. Razvoj letališča	Poskus uvedbe charter linij Po - BG, Po – Rim.
15. Povezovanje s sosednjimi občinami	Skupni katalog prireditvev, skupne promocijske akcije pod znamko Slovenska Istra (npr. EXPO), skupni sejamski nastopi, poskus vzpostavitve RDO Istra - Kras, sodelovanje v EU projektih (npr. preko LAS Istra - Uživajmo podeželje).
16. Kulinarika	Kulinarične prireditve
17. Certificiranje ponudbe	Delno.
18. Razširitev marine	

## ***Evalvacija izkoriščenih priložnosti***

Priložnosti, ki so bile v analiziranem obdobju **delno izkoriščene** s projekti, navedenimi v tabeli, so krajši obiski, širitev sezone ter s tem povezani dogodki in prireditve, revitalizacija podeželja in avtohtona ponudba, povezovanje s sosednjimi občinami (realizirano na področju prireditev) in področje kulinarike s krepitvijo kulinarčnih prireditev. V največji meri so bile izkoriščene priložnosti, ki jih omogočajo soline, deloma pa tudi Tartini, ki ima velik potencial za vključevanje v različne projekte. Ostale priložnosti ostajajo neizkoriščene.

## Nevarnosti

NEVARNOSTI (Strategija 2009-2015)	Izkoriščene priložnosti v analiziranem obdobju
1. Odpor lokalnega prebivalstva	Potrebno je preveriti na terenu.
2. All-inclusive	Delno velja. Lokalne ponudnike se vključuje v posamezne dogodke in prireditve.
3. Pomanjkanje strokovnega kadra	Razlog: slabo vrednotenje poklicev, kot je natakar, kuhar, receptor z zajamčenimi plačami; sezonski delavci iz tujine (večinoma z vzhoda) z nižjo urno postavko.
4. Nenadzorovani dnevni obiskovalci	Potrebno je preveriti na terenu in sistematično beležiti.
5. Koeficient št. gostov/št. prebivalcev	Zahteva pojasnilo: Strategija hkrati opredeljuje cilj povečanja števila nočitev. Obstajajo iniciative nadgradnje statistik.
6. Prenizka zasedenost kapacitet	Ostaja v izvensezonskem času.
7. Bistveno hitrejši razvoj sosednje Hrvaške	Ostaja, velike investicije v tem obdobju in še večje so načrtovane; povezovanje zahodne Istre; Istra kot znamka.
8. Onesnaževanje morja z odpadki	Ni podatka.
9. Plinski terminali na morju	Ostaja.
10. Prazna počitniška stanovanja	Ni podatka.
11. Prodaja namestitvenih kapacitet hotelskih podjetij na prostem trgu	
12. Aktivacija ostalih občin slovenske Istre	

### *Evalvacija glede na stanje 2016*

Z namenom zmanjševanja nevarnosti za turizem v občini so zaznane zgolj posamezne aktivnosti. Kot uspešen primer vključevanja prebivalstva je navedena delavnica za obuditev podeželja. Na tem področju je potrebno nadaljevati, predvsem v smeri poudarjanja oz. ozaveščanja o koristih domačinov, ki jih lahko pridobijo od turizma na podeželju. Na terenu je potrebno preveriti oziroma spremljati odnos domačinov in jih vključevati. Za potrebe beleženja dnevnih obiskov so se pojavile iniciative štetja ljudi preko video zajema, vendar to še ni realizirano. Številne ostale nevarnosti, ki so navedene enako, kot so opredeljene v Strategiji, zahtevajo dodatna pojasnila in natančnejšo opredelitev (navedeno v zgornji tabeli).

## 9 ZAKLJUČEK S POVZETKOM IN USMERITVAMI

---

### CILJ 1: Ciljno pozicioniranje destinacije in rast števila gostov

Strategija razvoja turizma v občini Piran za obdobje 2009 - 2015 (v nadaljevanju Strategija) si je kot temeljni cilj zadala pozicioniranje občine Piran med vodilne turistične destinacije na področju vzhodne obale Jadrana ter med najbolj zaželene in prepoznavne turistične destinacije Mediterana, ki realizira 25% vsega turističnega prometa v Sloveniji.

Piran ne dosega stopnje rasti, ki jo dosegata Slovenija in hrvaški Jadran. Na hrvaškem Jadranu so bile realizirane tudi številne investicije, v letu 2015 za več kot 670 milijonov evrov, pridobili pa so 40 novih hotelov visoke kategorije.

V komunikaciji se Piran uvršča med glavne destinacije, izpostavljene pri promociji Slovenije, medtem ko je med destinacijami Jadrana oz. Mediterana bistveno manj opazen. Na spletu, kjer so glavni viri informacij za potencialne goste, so med jadranskimi in mediteranskimi destinacijami najbolj izpostavljene hrvaške in italijanske destinacije.

#### **Usmeritev**

*Izpostavljena sta dva, vsebinsko nepovezana cilja, ki bi ju bilo smiselno ločiti – prvi govori o pozicioniranju, kjer določa konkurenčno okolje – med vodilnimi na vzhodni obala Jadrana in zaželeni in prepoznavni na Mediteranu. Oba sta zelo široka in pretenciozna, verjetno bi bilo smiselno za začetek osvojiti severni del Jadrana z Istro. Tudi, ko govorimo o konceptu “vodilnosti”, naj bo ta jasno opredeljen. Cilj, vezan na delež prometa v Sloveniji v opisanem kontekstu, je nerelevanten.*

### CILJ 2: Rast števila nočitev

Strategija je do leta 2015 zastavila povečanje števila gostov za 23,7%, kar na letni ravni predstavlja povečanje obiska za 89.000 gostov, število nočitev pa naj bi povečali za 309.000 nočitev, kar predstavlja 23,5% povečanje. Glede na cilje, zastavljene v Strategiji je bilo tako v občini Piran (v nadaljevanju destinacija) na letni ravni do leta 2015 pričakovati 465.000 gostov in 1.620.000 nočitev.

Po podatkih SURS je destinacijo v letu 2015 obiskalo 445.392 gostov, s čimer zastavljeni cilj ni bil v celoti dosežen. Kljub temu je bilo v letu 2015 število prihodov gostov največje v

analiziranem obdobju, rast je bila zabeležena tudi v letih 2011 in 2014. V letu 2015 je bila rast zaznana pri prihodih in nočitvah domačih in tujih gostov, pri čemer je bila rast prihodov tujih gostov najvišja (+6,3%).

Zastavljeni cilj števila nočitev ni bil realiziran, saj je v občini Piran v letu 2015 zabeleženih 1.408.790 nočitev, kar je za 211.210 nočitev manj od pričakovanega. Največji upad nočitev je bil zabeležen v letih 2010 (-6,2%) in 2012 (-3%). Leta 2015 je bila po letu 2011 prvič ponovno zabeležena rast v številu nočitev, ko se je stanje približalo letu 2011.

Po podatkih treh največjih hotelskih družb na destinaciji, katerih predstavniki so prispevali k evalvaciji Strategije<sup>4</sup>, v analiziranem obdobju niso zaznali bistvenega povečanja nočitev gostov, razen minimalnega povečanja v posameznih mesecih, predvsem izven sezone. Slednje pripisujejo praznikom ter posameznim lokalnim in kongresnim dogodkom, ponudbi tematskih paketov oziroma paketov s popusti v manj zasedenih mesecih.

### **Usmeritev**

*Pri načrtovanju rasti nočitev predlagamo izdelavo akcijskega načrta za spodbujanje dodatnega obiska gostov predvsem v mesecih izven sezone, saj so kapacitete v poletnem času večinoma že zasedene. Obisk bi lahko spodbudili z izgradnjo dodatne in dovolj atraktivne infrastrukture, ki bi privabila različne segmente gostov v hladnejših mesecih (golf, termalna riviera, tematski parki). Obisk naj se spodbuja tudi skozi umeščanje različnih dogodkov, ki pa jim je nujno potrebno določiti jasne cilje glede števila gostov, ki bi jih s temi dogodki dodatno generirali.*

## **CILJ 3: Rast povprečne dobe bivanja gosta**

V Strategiji je bil zaznan splošen trend upadanja povprečnega števila dni bivanja gostov. V skladu s tem je v Strategiji med kvantitativnimi cilji zapisana ohranitev nivoja povprečnega bivanja gostov, ki je v času pisanja Strategije znašal 3,6 dni.

V letu 2015 je povprečna doba bivanja gosta v občini Piran znašala 3,3 dni, kar je nekoliko manj od opredeljenega cilja v Strategiji.

### **Usmeritev**

*Doba bivanja gostov je upadla na splošno, zato je pri zastavljanju prihodnjih ciljev potrebno upoštevati trende v potovalnih navadah ciljnih skupin.*

---

<sup>4</sup> S svojim prispevkom k evalvaciji so sodelovali predstavniki Term Krka, Hotelov Bernardin in Istrabenz Turizma (LifeClass Hotels & Spa).



## CILJ 4: Potrošnja turistov

Strategija je do leta 2015 zastavila cilj 100-odstotnega povečanja potrošnje turista s 110 evrov na 220 evrov.

Povprečna dnevna potrošnja turista v obmorskih občinah se je v analiziranem obdobju nekoliko povečala, vendar cilj ni bil dosežen, saj je povečanje minimalno v primerjavi s ciljem. V letu 2015 je v času glavne sezone turist potrošil v povprečju 116,92 evra na dan, kar je dobrih 6 % več kot v letu 2008. Dnevni izdatki za dodatne storitve, kot so organizirani izleti, kulturne in razvedrilne dejavnosti ter športne in rekreativne dejavnosti v povprečju predstavljajo le dobre 3 evre.

### Usmeritev

*Cilj je bil zastavljen preveč ambiciozno – za tolikšno povečanje bi morali močno povečati cene hotelskih namestitev, kar pomeni tudi večje investicije v namestitve praktično povsod, razviti vrhunsko dodatno ponudbo, ki se sicer popravlja, pa vendar zaostaja na primer za Ljubljano, spremeniti strukturo gostov in ustvariti reden dotok višjega segmenta gostov. Tudi za naprej bo ob trendu booking.com in Airbnb cilj »povprečne porabe« pri namestitvenih prihodkih težko povečevati, zato se bo potrebno osredotočiti na ostale vire in spodbujati potrošnjo z razvojem ustreznih produktov.*

## CILJ 5: Povečanje nastanitvenih zmogljivosti

V Strategiji je bilo za obdobje 2009 - 2015 načrtovano povečanje števila nastanitvenih kapacitet z 12.500 na 15.500 ležišč, kar naj bi predstavljalo 24 % povečanje nastanitvenih zmogljivosti. Na strukturni ravni je bilo med cilji načrtovano, da naj bi do leta 2015 70 % teh kapacitet zagotavljali hotelski ponudniki, 30 % ležišč pa naj bi bilo na voljo pri sobodajalcih in drugih ponudnikih, kot so otroški, mladinski in sindikalni domovi.

Skupno število hotelskih namestitvenih zmogljivosti se je v analiziranem obdobju povečalo le za 1 %, povečalo pa se je število ležišč v kampih. Število štiri- ali večzvezdičnih ležišč v hotelih je za 6 % manjše kot v letu 2008. Zmogljivosti višje kategorije je destinacija pridobila le s Hotelom Kempinski Palace leta 2009 in s prenovo Hotela Slovenija leta 2016.

Med podatki, ki so jih posredovali sodelujoči predstavniki največjih hotelskih družb, je navedeno le povečanje kapacitet Hotela Svoboda za devet dvoposteljnih komfortnih sob. Pri ostalih investicijah gre za prenove obstoječih zmogljivosti.

Na področju hotelske ponudbe v krajih zaledja potekajo investicije predvsem v smeri oblikovanja razpršenih hotelov, vendar so trenutni postopki šele v osnovni fazi iskanja partnerjev za tovrstne projekte.

### **Usmeritev**

*Glede na izkušnje Ljubljane, kjer smo (Valicon) ocenjevali resnično ponudbo Airbnb in ugotovili, da je ponudbe veliko več od prijavitelj, je verjetno sploh v zadnjih letih več ponudbe sobodajalcev. Pravilna ocena tovrstne ponudbe oziroma dosledno preverjanje ponudnikov je na mestu. Še enkrat poudarjamo, da povečanje tovrstne ponudbe večinoma zmanjšuje povprečno dnevno porabo – pri postavljanju novih ciljev, imejmo to v mislih.*

## **CILJ 6: Vzpostavitev celoletnega turizma**

Strategija med kvalitativnimi cilji opredeljuje usmeritev v celoletni turizem, ki naj bi se realiziral skozi razvoj ustreznih produktov in programov.

Podatki o gibanju števila prihodov gostov v mesecih izven sezone ne kažejo premika v smeri vzpostavljanja celoletnega turizma. Število prihodov sicer niha iz leta v leto in je višje v posameznih letih, vendar stalnega pozitivnega trenda ni zaslediti. Tudi sodelujoči hotelski ponudniki ne opažajo rasti, izpostavljajo pa vpliv posameznih dogodkov na povečano število nočitev, vendar so te številke premajhne, da bi zaznali rast. Po podatkih Term Krka sta npr. na število nočitev pozitivno vplivala Praznik kakija in Pohodni dnevi, vendar je število dodatnih nočitev še vedno relativno majhno. Kot dober primer sodelujoči omenjajo tudi srečanje lastnikov in ljubiteljev motociklov Harley Davidson v Portorožu. Prav tako pozdravljajo zadnjo novoletno tržnico, ki je bila podaljšana na večdnevno dogajanje v decembru in razširitev božično-novoletnega dogajanja v Piran.

Sodelujoči predstavniki hotelskih družb so izpostavili pomanjkanje vlaganj v športno infrastrukturo in pomanjkanje organiziranih prireditev, ki bi pospeševale prihod večjih skupin gostov in gostovanje aktivnih skupin športnikov v izvensezonskih mesecih.

### **Usmeritev**

*Zaključimo torej – prireditve so tiste, ki pozitivno vplivajo na sezonskost, potrebno pa je celovito načrtovanje in upoštevanje dogodkov za celotno območje slovenske Istre. Tu bi bilo smiselno postaviti tudi konkretne cilje, npr. povečanje števila nočitev izven sezone, število dogodkov izven sezone v sami občini in število dogodkov na celotnem območju slovenske Istre, slednje bi namreč morale imeti pozitivne učinke tudi za občino Piran.*

## CILJ 7: Doseganje vrhunske kakovosti

Strategija je med temeljne kvalitativne cilje postavila dvig kakovosti ponudbe do nivoja odličnosti, s katero se bo destinacija uvrstila v sam vrh mediteranskih turističnih atrakcij.

Doseganje nivoja kakovosti lahko ustrezno ocenjujemo le na osnovi vnaprej opredeljenih standardov in povratnih informacij gostov. Ob pomanjkanju obeh (povratne informacije gostov sicer so na voljo, vendar niso analizirane na osnovi vnaprej določenih meril in sistematično merjene) lahko doseganje kakovosti vrednotimo z interpretacijo razpoložljivih informacij.

Gostje so najbolj zadovoljni z varnostjo destinacije in podnebnimi razmerami, prijaznostjo lokalnega prebivalstva ter čistočo na destinaciji, medtem ko so elementi, povezani s samo ponudbo (in storitvijo), nižje uvrščeni. Gostje sicer v povprečju navajajo, da destinacija dosega njihova pričakovanja, vendar pa boljši vtis od pričakovanega navaja v povprečju le tretjina gostov. Ob tem sama pričakovanja gostov niso kvalitativno preverjena, tj. kakšna pričakovanja destinacija ustvarja in kaj dejansko pomeni doseganje ali preseganje pričakovanj. Raziskava iz leta 2015 ugotavlja, da je »glede na zadovoljstvo Piran veliko boljši od Portoroža, kar se vidi tudi po točkah navdušenja, ki so v veliki večini v Piranu, medtem ko so točke razočaranja porazdeljene med Portorožem in Piranom.« Piran je po raziskavi imel 60 % zelo zadovoljnih gostov, Portorož pa 40 %. Najbolj so bili zadovoljni gostje, ki so prvič obiskali destinacijo, manj pa gostje, ki se vračajo. To niso rezultati, ki bi govorili o odličnosti, temveč bolj o tem, da je resnično veliko prostora za izboljšave, sploh v Portorožu.

Med elementi navdušenja izstopajo prijaznost ljudi, narava in urejenost/lepota mesta, med elementi razočaranja pa parkiranje in promet, hrana in pijača v hotelih in restavracijah ter plaže (neurejenost, plačljiva oprema). V raziskavo je bil vključen tudi Net Promoter Score (NPS), po katerem bi 70 % anketiranih gostov destinacijo Piran/Portorož priporočilo, 11 % pa ne. Pri tem je potrebno upoštevati, da so vključena tudi mnenja gostov z lastno namestitvijo in dnevnih izletnikov. Na žalost nimamo primerjalnih rezultatov za nazaj.

Predstavniki hotelov ne zaznavajo bistvenih sprememb v kakovosti ponudbe oz. produktov. Določene izboljšave zaznavajo na področju wellness & spa ponudbe, zdraviliškega turizma, možnosti za kolesarjenje, obiska zaledja in podeželja ter v gastronomiji. Posamično ocenjujejo tudi izboljšanje kakovosti v ponudbi krožnih ogledov naravne dediščine in v ponudbi eko turizma. Predstavniki so raven kakovosti ponudbe vodnih športov, kulturnega turizma, kongresnega turizma, prireditev in zabave ocenili slabše v primerjavi s preteklim obdobjem. Investicije hotelskih ponudnikov v analiziranem obdobju naj bi sicer prispevale k dvigu kakovosti ponudbe, vendar gre predvsem za vzdrževanje in prenovo obstoječih kapacitet, torej bolj za ohranjanje standardov.

Tudi Občina je v tem času dopolnila ponudbo s projekti, ki dopolnjujejo načrtane zgodbe in dolgoročno zagotovo prispevajo k dvigu ravni ponudbe, vendar kazalniki niso opredeljeni. Med navedenimi ukrepi so projekti revitalizacije vasi in vaških trgov, ureditev kolesarskih in sprehajalnih poti, vadbena orodja v naravi in usmerjevalne table, kulturni dogodek Dan Parenzane - Parenzana Magic in ureditev rekreativnih točk ob obstoječih kolesarskih in sprehajalnih poteh. Analiza strateških poti gostov je tudi dobra osnova za naprej, ki pa jo je potrebno v celoti izvajati.

## **Usmeritev**

*Za prihodnje preverjanje kakovosti predlagamo opredelitev natančnih ciljev, kaj želi destinacija na področju kakovosti doseči in meril za kvantitativno merjenje teh ciljev, npr. ciljno stopnjo priporočanja, pričakovanja gostov, opredelitev standardov kakovosti ter periodično preverjanje oz. merjenje doseganja teh ciljev in standardov. Cilji, merila in preverjanje le-teh morajo biti oblikovani in usklajeni s ponudniki. Z vidika povratnih informacij gostov na destinaciji je zaskrbljujoče, da so kritične točke povezane z gostinsko ponudbo in infrastrukturo (promet in plaže), s težavami prometne infrastrukture (predvsem parkirišč) pa se soočajo tudi hotelski ponudniki. Zato je čim prej potrebno opredeliti ukrepe za reševanje in izboljšanje teh področij.*

*Ne glede na to, da je način spremljanja kakovosti neenoten in kazalci niso opredeljeni, lahko na osnovi razpoložljivih podatkov in informacij ocenimo, da ugotovitve in rezultati ne kažejo na doseganje vrhunske kakovosti destinacije. Tudi sicer je napotek, da se koncept »vrhunsko« jasneje opredeli, podobno kot velja pri prvem cilju »vodilnost«. Občina zagotovo potrebuje vzvode za dvigovanje kakovosti, na primer podobno kot Ljubljana, ki enkrat na dve leti podeljuje znak kakovosti za restavracije, slaščičarne in trgovine.*

## **CILJ 8: Ohranjanje naravne in kulturne dediščine**

V Strategiji niso zapisani konkretni cilji na tem področju.

Na Zavodu RS za varstvo narave (ZRSVN) ocenjujejo, da so se v analiziranem obdobju na območjih krajinskih parkov Sečovlje in Strunjan izvajale aktivnosti, povezane s spremljanjem stanja vrst, habitatnih tipov in naravnih vrednot, informiranjem in ozaveščanjem javnosti ter upravljanjem obiska parkov.

Pozitivni razvoj zaznavajo na področju skrbi za komunalne odplake, saj je bilo poskrbljeno za delovanje čistilne naprave in urejenost kanalizacijskega omrežja, s tem pa kontrola vnosa onesnaževalcev, prekomernih količin organskih snovi in komunalnih odpadkov. Manj uspešno je bilo poskrbljeno za ostale dele naravne dediščine, med katerimi izpostavljajo Fieso in drevored ob magistralni cesti.

Raven investicij v posamezna okoljevarstvena področja se je sicer v analiziranem obdobju močno zmanjšala. V letu 2009 je bilo za varstvo okolja izvedenih za 34.329 evrov investicij, v letu 2014 pa le še dobra desetina tega denarja. Med izvedenimi investicijami so se v letih 2009 in 2012 sicer intenzivneje izvajale investicije v upravljanje odpadnih voda, v letu 2009 tudi investicije v ravnanje z odpadki, v letu 2013 pa v varstvo zraka in klime.

Predstavniki ZRSVN opozarjajo na nujnost aktivne vloge nosilcev in izvajalcev turistične strategije oziroma turističnih aktivnosti pri urejanju, razvoju, upravljanju in ohranjanju zelene in modre infrastrukture na območju občine Piran (npr. jezera v Fiesi, Stena v dolini Dragonje, Rt Madona). Poudarjajo pa tudi, da sodelovanje s stroko lahko prinaša nova znanja in ideje za oblikovanje turistične ponudbe.

### **Usmeritev**

*Usmeritev na to področje je nujna, sploh del, ki se nanaša na sol, ki je bila pri novi identiteti znamke določena za glavni prepoznavni element destinacije.*

## **CILJ 9: Učinkovit management destinacije**

Strategija med kvalitativnimi cilji navaja potrebo po učinkovitem managementu destinacije ter vzpostavitev in upravljanje znamke, "ki se bo odražala v boljši prepoznavnosti, kvalitetnejši in pestrejši ponudbi ter povečanem povpraševanju".

V letu 2015 so bile izvedene aktivnosti z namenom opredelitve identitete znamke destinacije. Glede na izključujočo naravo Pirana in Portoroža so rezultati pokazali, naj Piran in Portorož delujeta med seboj povezovalno, pri čemer Portorož predstavlja telo destinacije, ki je moderno, aktivno in usmerjeno v zdravje, medtem ko Piran destinaciji dodaja dušo in romantičen pridih. Destinacija se diferencira po dveh bistvenih vseprisotnih elementih, ki sta mikroklima in sol. Iz tega razmišljanja je sledil tudi predlog slogana, ki se glasi "Piran, Portorož - Ščepce Mediterana". Opredeljeni so bili tudi koraki oziroma akcijske točke za udejanjanje identitete oziroma s tem povezanih aktivnosti.

Glede na podatke o promociji destinacije so opredeljeno identiteto znamke uporabili predvsem v komunikaciji, vključno z uresničevanjem »storytelling« koncepta: spletna kampanja, tiskani mediji, fotografije, izvedli pa so tudi delavnico za oblikovanje ponudbe na podeželju oziroma v zalednih krajih. Ta del je bil narejen zgledno.

Z namenom identifikacije ključnih izkustvenih točk je bila v istem letu izvedena tudi raziskava profila obiskovalcev občine Piran v poletni sezoni. Namen raziskave je bil določitev

glavnih tokov, izboljšanje izkušnje na posameznih točkah tega toka in ne nazadnje finančnega izkoristka tokov gostov.

## **Usmeritev**

*Poudariti je potrebno, da je management destinacije ostal še vedno pretežno »na papirju«, ključni del prenosa v prakso še ostaja – to je »brand manager« destinacije, verjetno na nivoju občine, ki bo odgovoren za destinacijo in tudi usmerjal razvoj glede na cilje. Šele tu lahko začnemo govoriti o učinkovitosti.*

*Za učinkovit management destinacije je potrebno realizirati vse akcijske točke, opredeljene v okviru projekta razvoja identitete, predvsem preverjanje izkustvenih točk z znamko ter aktivnosti za uskladitev in sodelovanje vseh deležnikov pri udejanjanju identitete. Ključna je vzpostavitev brand managerja destinacije. Potrebno je tudi strateško upravljanje tokov obiskovalcev, ki so bili analizirani z raziskavo leta 2015 in na osnovi katere je destinacija dobila smernice za izboljšave.*

*Digitalni nastop je nujen! Za krepitev prisotnosti oziroma vidnosti destinacije na spletu je poleg oglaševanja smiselna tudi analiza pozicije na iskalnikih in portalih ter posledično ukrepi za izboljšanje pozicije (optimizacija). Spletno oglaševanje mora biti ciljno glede na opredeljene ključne ciljne skupine. Seveda je slednje odvisno od zadanih ciljev.*

## **Ocena razvoja emitivnih trgov**

Strategija navaja, da je bilo leta 2007 v strukturi nočitev na destinaciji 37 % domačih in 63 % tujih gostov. Razmerje med domačimi in tujimi gosti je bilo nekoliko večje v hotelskih objektih, kjer so beležili 72 % nočitev tujih in 28 % domačih gostov. Med tujimi gosti so prevladovali Italijani (32 %), 24 % je bilo Nemcev, 21 % Avstrijcev ter 5 % Rusov. Strategija je tako med ciljne trge umestila Slovenijo, Italijo, Nemčijo, Avstrijo in Rusijo, med perspektivne trge pa Nizozemsko, Belgijo, Skandinavijo, Češko, Poljsko, Slovaško, Ukrajino ter Veliko Britanijo.

Občina Piran je v letu 2015 zabeležila 1,4 milijona nočitev, med temi je bilo največ nočitev tujih gostov. Delež nočitev tujih gostov je rasel do leta 2012 in se ustalil na 65 %, kar je za 3 % več kot leta 2007 oziroma za 14 % več kot leta 2009. Delež tujih gostov se je največ povečal v kampih.

Glede na statistične podatke o številu prenočitev v letu 2015 v občini Piran, prevladujejo gostje iz ključnih ciljnih trgov, saj skupaj predstavljajo 78 % vseh gostov. Največ je domačih

gostov (34,8 %), sledijo gostje iz Avstrije (15,8 %), Italije (14,9 %), Nemčije (8,3 %) in Ruske federacije (4,1 %).

Najbolj rastejo nočitve avstrijskih gostov (31 % rast glede na leto 2009). Delež nočitev italijanskih gostov je padal do leta 2013, v zadnjih dveh analiziranih letih pa se je trend obrnil rahlo navzgor. Delež nemških gostov je od leta 2013 na skoraj enakem nivoju, pri primerjavi med letoma 2015 in 2009 pa je zabeležena 11 % rast. Delež nočitev ruskih gostov je bil med leti 2011 - 2013 nekoliko v porastu, v zadnjih dveh analiziranih letih pa je zabeležen upad.

Med perspektivnimi trgi največjo rast števila nočitev beležita Slovaška (192 %) in Češka (87 %), večja rast pa je zabeležena še med poljskimi (75 %) in ukrajinskimi gosti (56 %). Rastejo tudi ostali trgi, ki v Strategiji niso opredeljeni kot perspektivni: madžarski, srbski in francoski ter nekateri drugi, ki sicer posamično predstavljajo manj kot odstotek vseh gostov. Belgija, Združeno kraljestvo in Nizozemska kot opredeljeni perspektivni trgi so sicer nekoliko povečali število nočitev v posameznih letih, vendar ne v celotnem analiziranem obdobju.

Število nočitev gostov iz Skandinavije v letu 2015 je bilo z izjemo Švedske manjše kot v letu 2009, zabeležena pa je rast nočitev v letu 2013. V letu 2015 se je pri gostih iz Švedske in Norveške spet obrnil pozitivno.

V treh sodelujočih največjih hotelskih družbah je struktura gostov različna. Slovenski gostje v hotelih Terme Krka predstavljajo kar 87 %, v hotelih Bernardin eno tretjino, v hotelih skupine LifeClass pa le 14 % slovenskih gostov. Hoteli LifeClass imajo največ, 26 % italijanskih gostov, v Hotelih Bernardin pa slovenskim sledijo avstrijski gostje (25 %) in tudi po podatkih družbe njihov delež raste.

## **Usmeritev**

*Za razvoj določenih segmentov in trgov se je potrebno odločiti o tem, kako najbolje izkoristiti portoroško letališče. To zagotovo ni samostojni projekt letališča, ampak celovit projekt celotne destinacije.*

## **Ponudba produktov glede na posamezne ciljne segmente**

Strategija ne določa merljivih ciljev na tem področju, predstavljeni pa so ciljni segmenti. Opredelitev "ciljnih segmentov" v Strategiji vključuje enajst primarnih in devet sekundarnih ciljnih segmentov ter še dodatno en terciarni segment. Kot navaja Strategija, so za celovitost in pestrost ponudbe destinacije pomembni vsi navedeni motivacijski segmenti, razvrstitev

na primarne, sekundarne in terciarne segmente pa kaže njihovo sedanjo in kratkoročno pomembnost in moč povpraševanja.

V primarni ciljni segment se po navedbah Strategije pomikajo skupine aktivnih športnikov in rekreativcev, ljubiteljev in raziskovalcev narave ter gurmani, v primeru posameznih dogodkov, ki se odvijajo na destinaciji pa tudi skupine udeležencev razstav, kulturnih in umetniških delavnic ter motoristi. Sekundarni segmenti so zaradi svojih motivov pomembni tudi za krepitev destinacije v izvensezonskem času.

Ponudba, predstavljena na portalu [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si) naslavlja družine, pare, gurmane, ljubitelje kulture, poslovneže, aktivne posameznike, dodana pa je tudi VIP ponudba za zahtevnejše goste preko članstva v consierge klubu Quintessentially Lifestyle. Med segmenti manjkajo wellness, prireditve in športniki, vendar so izpostavljeni med doživetji in razen športnikov tudi na domači strani portala. Športni turizem je sicer manj izpostavljen (dostopen le preko menijske navigacije).

Počitniški in wellness gostje predstavljajo prevladujoče segmente gostov vseh treh sodelujočih hotelskih ponudnikov. Hoteli Bernardin in LifeClass hoteli se dodatno usmerjajo na kongresne, poslovne in incentive goste ter aktivne športnike. Gostje na preventivnih pregledih in rehabilitaciji ter rekreativni športniki so pomembne skupine gostov v hotelih LifeClass in Terme Krka. LifeClass se dodatno usmerja v skupine gostov, ki so ljubitelji zabavnih, kulturnih in športnih prireditev ter dobre hrane, medtem ko pomembne skupine gostov Terme Krka predstavljajo ljubitelji in raziskovalci narave ter gostje na kratkih sprostitev oddihih.

V letu 2015 je bila opravljena tudi segmentacija gostov v poletni sezoni na destinaciji. Raziskava ni vključevala poslovnih gostov, zajela pa je tudi dnevne izletnike in počitnikarje z lastnimi kapacitetami.

Segmentacija kaže na pomembna segmenta aktivnih in wellness gostov, medtem ko destinacija bistveno manj pritegne "pasivne" goste in družine na oddihu, ki ne koristijo wellness storitev.

## **Usmeritev**

*Oprelitev ciljnih segmentov je v Strategiji preširoko zastavljena, zaradi razdrobljenosti segmentov ni usmeritve na ključne ciljne skupine. S tem onemogoča strateško upravljanje destinacije, razvoj produktov za ciljne skupine in učinkovito trženje. Potrebno je opredeliti omejen nabor ključnih ciljnih skupin, ki morajo izhajati tako iz obstoječe ponudbe kot iz potenciala destinacije in načrtov prihodnjih investicij. Ciljne skupine je potrebno povezati z obstoječimi in s potencialnimi produkti ter na osnovi tega oblikovati ponudbo in izvajati ciljano komuniciranje. Ciljne skupine morajo biti opredeljene v sodelovanju vseh ključnih*



*deležnikov. Za izbor ključnih ciljnih skupin in opredelitev person, ki jih predstavljajo, lahko odgovorni za upravljanje destinacije uporabijo že obstoječe persone slovenskega turizma, ki so bile opredeljene z raziskavo Slovenske turistične organizacije v letu 2016 in so na voljo vsem predstavnikom slovenskega turističnega gospodarstva in turističnim organizacijam. Predstavniki hotelskih družb, ki so s svojim prispevkom sodelovali v tej evalvaciji, so ključne ciljne skupine že nakazali v svojih odgovorih in so lahko osnova za natančno izbiro person.*

## **Investicije v ključne proizvode**

“Na podlagi analize atraktivnosti in konkurenčnosti posameznih turističnih proizvodov se lahko razvije 8 različnih scenarijev konkurenčnosti za identificirane turistične proizvode destinacije Piran/Portorož. S pomočjo matrike atraktivnosti/konkurenčnosti se opredelijo turistični proizvodi po prioriteti, ki bodo najbolj konkurenčni na turističnem trgu v naslednjih desetih letih. Najbolj prioritetni so uvrščeni kot primarni proizvodi, sledijo sekundarni in terciarni,” opredeljuje Strategija.

Analiza podatkov o investicijah, posredovanih s strani Občine in treh hotelskih ponudnikov, kaže na investicije na naslednjih področjih: wellness, spa in zdraviliški turizem (v Strategiji opredeljeno kot področje intenzivnih investicij), prireditve, družinske počitnice, ogledi kulturne in naravne dediščine, krajinski parki in druga zavarovana območja (v Strategiji opredeljene kot investicije v izboljšanje konkurenčnosti) in investicije v tematske poti (opredeljene kot investicije v izboljšanje atraktivnosti).

Med investicijami, ki jih opredeljuje Strategija, v analizi nismo zaznali večjih investicij v navtični turizem, golf, eko turizem, tenis, poslovna srečanja, kratki sprostitevni oddihi, seminarji in konference, igralništvo.

## **Usmeritev**

*S pomočjo natančno izbranih ključnih ciljnih skupin bo destinacija tudi lažje širila sezono in načrtovala prireditve, ki bodo pritegnile ciljne goste. Za namen krepitve izvensezonskega obiska predlagamo beleženje obiska prireditev po strukturi gostov (lokalni vs. obiskovalci) in s tem povezanih nočitev, za merjenje dejanske uspešnosti dogodkov in vpliva na morebitno rast nočitev. Prireditve lahko namreč dajejo napačen vtis, da pritegnejo goste, medtem ko so med udeleženci lahko pretežno lokalni obiskovalci. Za povečanje izvensezonskih nočitev je na destinaciji potrebno zagotoviti tudi celoletno ponudbo, saj izven sezone zaprti objekti in točke zanimanja goste odvrtaajo od obiska. Ponudniki opozarjajo tudi na pomen športnega turizma in s tem povezane nujne investicije, saj bi ta produkt okrepil nočitve v izvensezonskih mesecih. Glede na zbrane informacije, neizkoriščeni potencial za zapolnitev kapacitet v izvensezonskem času predstavlja tudi nerealizirani projekt igrišča za golf, ki bi na destinacijo*

*pritegnil goste z večjo kupno močjo in bi se hkrati dopolnjeval tudi s hotelsko in letališko ponudbo. Prav tako se kot priložnost omenja Aerodrom Portorož, saj nudi možnost prihoda gostov z večjo kupno močjo.*

## **Zaključek**

Na cilje Strategije odgovarjajo številne realizirane aktivnosti na destinaciji, kot so prenove hotelov, oživitve dogajanja v starem mestnem jedru Pirana, ureditev posameznih javnih površin za gibanje in druženje, poskusi oživitve zaledja in ureditev Thalasso Spa centra na solinah, vendar te aktivnosti (še) ne kažejo neposrednih rezultatov v številu prihodov, nočitev, porabi ali dolžini bivanja.

S podrobno analizo sicer zasledimo pozitivne premike v zadnjih analiziranih letih (2014 - 2015), vendar je govoriti o pozitivnem trendu še prezgodaj. Nujno potrebno bo določiti natančna merila in metrike za spremljanje trendov v prihodnje (vključno z aktualnim letom).

# 10 PRILOGA

Tabela 46: Namestitvene kapacitete večjih hotelskih ponudnikov v občini Piran; Vir: Informacije predstavnikov hotelov

Ime hotela	Število sob	Število ležišč	Kategorija
<b>Hoteli Bernardin</b>			
Grand Hotel Bernardin	241	469	5*
Hotel Histrion	276	481	4*
Hotel Vile Park	216	442	3*
Hotel Haliaetum (San Simon)	51	134	4*
Hotel Mirta (San Simon)	44	158	4*
Hoteli Korala, Perla, Palma, Serena (San Simon)	100	310	3*
Hotel Salinera	101	196	4*
<b>Skupaj:</b>	<b>1.029</b>	<b>2.190</b>	
<b>LifeClass hoteli</b>			
Grand Hotel Portorož	196	394	4* sup
Hotel Slovenija	144	340	5*
Hotel Riviera	183	354	4* sup
Hotel Apollo	87	174	4*
Hotel Neptun	87	174	4*
Hotel Mirna	80	160	4*
<b>Skupaj:</b>	<b>777</b>	<b>1.596</b>	
<b>Terme Krka</b>			
Hotel Svoboda	128	231	4*
Vila Park	16	26	4*
Vile	46	89	3*
Hotel Laguna	28	57	3*
<b>Skupaj:</b>	<b>218</b>	<b>403</b>	

Tabela 47: Ocena storitev preko portala Tripadvisor; Vir: TZ Portorož - izpis za mesec avgust 2016

Povprečna ocena Tripadvisor	Hoteli	Restavracije	Aktivnosti
5	n/a	Gostilna Nonna Torca	n/a
4,5	Kempinski Palace Portorož	Kavarna Cacao, Rizibizi, Mignon, Veduta, Santa Lucia, Papa Chico	n/a
4	Grand H. Portorož, Grand H. Bernardin, H. Riviera, H. Marko, H. Neptun, H. Apollo, H. Slovenija, Marita H., H. Tomi, Marina Portorož	Ribja Kantina, Oštarija, Fritolin, Gasthaus ribič, Staro sidro, Montagu, Café central, Tomi, Prego, Alaya cocktail bar, Sophia, Restavracija meduza, Restavracija Fleur de Sel	Sečoveljske soline, Casino Portorož
3,5	H. Lucija, H. Histrion, Remisens Premium H. Metropol, H. Mirna, Remisens Premium Roža	Stara oljka, Majestic	Portoroška plaža, Casino Riviera
3	Vile Park	Pizzeria Paco, Pizzeria ristorante Paco	n/a
2,5	n/a	Pizzeria Figarola	n/a

Tabela 48: Delež turistov z nadpovprečnimi pričakovanji po vrstah občin in mesecih; Vir: SURS 2016

Mesec obiska	Vrsta občine	Delež turistov z nadpovprečnimi pričakovanji
Glavna sezona	Ljubljana	58%
	Zdraviliške občine	55%
	Gorske občine	51%
	Mestne občine in druge občine	42%
	Obmorske občine	32%
April	Ljubljana	59%
	Zdraviliške občine	58%
	Mestne občine in druge občine	48%
	Gorske občine	39%
	Obmorske občine	38%
Maj	Ljubljana	64%
	Gorske občine	57%
	Mestne občine in druge občine	53%
	Zdraviliške občine	50%
	Obmorske občine	27%
September	Ljubljana	64%
	Gorske občine	47%
	Mestne občine in druge občine	42%
	Zdraviliške občine	38%
	Obmorske občine	28%

Tabela 49: Koledar prireditev v občini Piran; Vir: Knjižica dogodkov priobalnih občin za leto 2017



	Športne prireditve	Zabavne prireditve	Kulturne - festivalske prireditve	Sejemske prireditve	Kulinarične prireditve
<b>JAN</b>		<b>Portorož:</b> Novoletni skok v morje; Tradicionalno novoletno popoldne z ognjemetom			
<b>FEB</b>		<b>Portorož&amp;Piran:</b> Valentinov vikend			
<b>MAR</b>					<b>Portorož:</b> Festival malvazije
<b>APR</b>	<b>Portorož:</b> Velikonočna regata		<b>Portorož:</b> 26.SOF <b>Piran:</b> 17. razstava "Križev pot po piranskih cerkvah" <b>Sečovlje:</b> Solinarski praznik ob prazniku s. Jurija		<b>Padna&amp;Piran:</b> Praznik olja in bledeža
<b>MAJ</b>			<b>Piran:</b> Prvi dan 33. Mednarodnega festivala Druga godba	<b>Portorož:</b> Internautica - mednarodni nautični sejem	<b>Padna&amp;Piran:</b> Praznik olja in bledeža <b>Strunjan:</b> Praznik artičok
<b>JUN</b>		<b>Portorož:</b> Dnevi vrtnice	<b>Portorož:</b> Proslava ob		

		"Portorož"	dnevu državnosti; Nastop ukrajinske folklore <b>Piran:</b> Zrno soli (otroški festival); 39. Piranski glasbeni večeri	
JUL			<b>Portorož:</b> 37. MMS <b>Piran:</b> 15. MIFF (mednarodni folklorni festival); Sete Sois Sete Luas (mediteranski etno festival); Poletni festival Piran	<b>Piran:</b> Praznik vina in česna
AVG		<b>Portorož:</b> Portoroške noči	<b>Piran:</b> Poletni festival Piran; Tartinijev večer	
SEPT	<b>Portorož:</b> Istrski kolesarski maraton	<b>Piran:</b> Pomorski krst	<b>Piran:</b> Razstava Ex-Tempore <b>Portorož:</b> 20. Festival slovenskega filma	<b>Portorož&amp;Piran &amp;zaledje:</b> Dan turizma in dan odprtih vrat Aerodroma Portorož
OKT			<b>Portorož&amp;Piran:</b> 8. FEMF - Festival evropskega in mediteranskega filma <b>Piran:</b> Piranski dnevi arhitekture, razstava Piranesi	
NOV			<b>Piran:</b> Jaslice v piranskih cerkvah <b>Portorož:</b> Novoletni gala concert	<b>Strunjan:</b> Praznik kakijev
DEC				<b>Portorož:</b> Vse sladkosti življenja <b>Portorož:</b> Festival penin

# 11 VIRI

---

Agencija SPIRIT – Slovenska turistična organizacija (2013). Zgodbe v slovenskem turizmu. Analiza zgodb po regijah in destinacijah (in podjetjih), s tujimi primeri dobre prakse in skupnimi ugotovitvami. URL:

[https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/Zgodbarski\\_priroATnik\\_-\\_analitiATni\\_del\\_31.1\\_17642.pdf](https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/Zgodbarski_priroATnik_-_analitiATni_del_31.1_17642.pdf)

Batagelj, Z., Oseli, P. (2015). Profil obiskovalcev Občine Piran v poletni sezoni. Ljubljana: Valicon.

Batagelj, Z., Poturovič, L. (2015). Opredelitev identitete znamke destinacije 'Portorož in Piran'. Ljubljana: Valicon.

Bertok, L. (2009). Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009-2015. Ljubljana: Hosting svetovanje.

Bibič, A. (Ministrstvo za kmetijstvo in okolje), Danev, G. (Zavod RS za varstvo narave) (2013). Analiza ciljev in ukrepov programa upravljanja območja natura 2000 in pregled uporabe sredstev za njegovo izvajanje v obdobju 2007-12. Ljubljana. URL:

[http://www.natura2000.si/fileadmin/user\\_upload/LIFE\\_Upravljanje/A1\\_A2\\_Krovni.pdf](http://www.natura2000.si/fileadmin/user_upload/LIFE_Upravljanje/A1_A2_Krovni.pdf)

Furlanič, J. (2012). Poslovno poročilo za leto 2011. Portorož: Turistično združenje Portorož.

Furlanič, J. (2013). Poslovno poročilo 2012. Portorož: Turistično združenje Portorož.

Furlanič, J. (2014). Poslovno poročilo 2013. Portorož: Turistično združenje Portorož.

Furlanič, J. (januar 2015). Poslovno poročilo 2014. Portorož: Turistično združenje Portorož.

Gržinič, P. (februar 2016). Poslovno poročilo 1.1.-31.12.2015. Portorož: Turistično združenje Portorož.

Kastelic, L. (2011). Analiza in razvojne možnosti kmetovalcev v Krajinskem parku Strunjan in njegovem vplivnem območju. Portorož: Krajinski park Strunjan. URL:

<http://www.parkstrunjan.si/index.php?page=static&item=101>

Koković, P. (oktober 2016). Analiza turistične potrošnje različnih segmentov gostov v občini Piran. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije, Turistica.

Mahnič, R. (2016). Letno poročilo Avditorija Portorož – Portorose. Portorož: Avditorij Portorož – Portorose.

Nemec Rudež, H., Zabukovec Baruca, P., Podovšovnik, E. (2012). Analiza konkurenčnosti turistične destinacije Portorož. Ljubljana: 19. Akademija MM.

Občina Piran (25. maj 2014). Informacije o turistični taksi v Občini Piran: Dokument.

Občina Piran (2016). Pregled višine sredstev turistične takse in koncesijske dajatve od posebnih iger na srečo ter namenov porabe v proračunu Občine Piran za leto 2016: Dokument.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Strategija razvoja skupnega čezmejnega integralnega turističnega proizvoda kulturni turizem '365 dni Riviere'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.



Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Predstavitev 6 skupnih čezmejnih vodilnih destinacijskih turističnih prireditev (identitete, zgodbe in programski koncepti) '365 dni riviere'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). 12 čezmejnih turističnih programov '365 dni Riviere' za trženje. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Izvedbeni načrt za vzpostavitev in izvedbo skupnega trženja kulturnega turizma '365 dni Riviere'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Izvedbeni načrt organiziranosti skupne destinacije za kulturni turizem '365 dni Riviere'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Programski načrt s programom za vodilno (pilotno) čezmejno imidž prireditev 'Riviera skozi stoletje'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Občina Piran, TZ Portorož, Mesto Opatija, TZ mesta Opatija (2012). Izvedbeni načrt organizacije pilotne čezmejne imidž prireditve 'Riviera skozi stoletje'. Ljubljana: Alpe Adria Vita.

Pušnik, M. (2015). Uvajanje blagovne znamke turistične destinacije Slovenska Istra. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta. URL: <https://dk.um.si/Dokument.php?id=83230>

Sedmak, G., Nemec Rudež, H., Podovšovnik Axelsson, E., Baruca Zabukovec, P., Kociper, T., Gržinič, N. (2011). Tržna raziskava o turistih v Portorožu – poletje 2011. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož, Turistica.

Sedmak, G., Nemec Rudež, H., Podovšovnik Axelsson, E., Baruca Zabukovec, P., Kociper, T., Gržinič, N. (2012). Raziskava med turisti v Portorožu v zimski sezoni. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož, Turistica.

Slovenska tiskovna agencija (2016). Turistični rekord na Hrvaškem: Koliko smo ustvarili Slovenci? Koper, 30.12.2016: Regionalna obala. URL: <http://www.regionalobala.si/novica/turisticni-rekord-na-hrvaskem-koliko-smo-ustvarili-slovenci>

Slovenska turistična organizacija (2015). Turizem v številkah 2015. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija. URL: [https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/spirit\\_tvs\\_2015\\_A4\\_SLO\\_dodatek\\_21688.pdf](https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/spirit_tvs_2015_A4_SLO_dodatek_21688.pdf)

Škerbinc, S. (2014). Analiza Turističnega prometa v letu 2013. Ljubljana: GZS.

Škerbinc, S. (2015). Analiza turističnega prometa v letu 2014. Ljubljana: GZS.

Škerbinc, S. (2016). Analiza turističnega prometa v letu 2015. Ljubljana: GZS.

Škornik, I., Makovec, S. (april 2016). Zakaj in kako varujemo zavarovana območja. Krajinski park Sečovelje in Krajinski park Strunjan: Solni cvet. URL: (<http://www.parkstrunjan.si/index.php?page=documents&item=71>)

Šuligoj, B. (2016). Slovenija - peti hotel s petimi zvezdicami. Ljubljana, 28.5.2016: Delo. URL: <http://www.delo.si/novice/slovenija/slovenija-peti-hotel-s-petimi-zvezdicami.html>

Vlada RS (2012). Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016. URL: [http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije\\_politike/Strategija\\_turizem\\_sprejeto\\_7.6.2012.pdf](http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije_politike/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012.pdf)

### **Spletni viri:**

Statistični urad Republike Slovenije (2016). Podatkovni portal. URL:

<http://www.stat.si/statweb>

Revitas (2016). O projektu. URL: <http://revitas.org/sl/projekt/o-projektu/>

Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije. URL: <http://www.zvkds.si/>

Zavod Republike Slovenije za varstvo narave. URL: <http://www.zrsvn.si/>

Turistično združenje Portorož. URL: <https://www.youtube.com/user/portoroztouristboard>

Turistično združenje Portorož. Turistični portal. URL: <http://www.portoroz.si>

Občina Piran. Spletni portal. URL: <http://www.piran.si/>

RTV Slovenija. Multimedijški portal. URL: <http://www.rtv slo.si>

Marina Portorož. Spletni portal. URL: <http://www.marinap.si/>

Športno rekreacijski portal center Portorož. Spletni portal. URL: <http://naobali.si/>

Primorske novice. Spletni dnevnik. URL: <http://www.primorske.si/>

Slovenske novice. Spletni dnevnik. URL: <http://www.slovenskenovice.si/>

Javno podjetje OKOLJE Piran. Spletni portal. URL: <http://okoljepiran.si/>

AJPES. Spletni poslovni register. URL: <https://www.ajpes.si/>

AMZS. Spletni portal. URL: [https://www.amzs.si/uploads/AMZS-SI/Pomo%C4%8D/Zemljevid\\_ocenjenih\\_cest-RPS\\_SloveniaPDF.pdf](https://www.amzs.si/uploads/AMZS-SI/Pomo%C4%8D/Zemljevid_ocenjenih_cest-RPS_SloveniaPDF.pdf)

Nacionalni inštitut za biologijo. Spletni portal. URL: <http://www.nib.si/mbp/sl/>

Fonda. Spletni portal. URL: <http://www.fonda.si/en/>

Thalasso SPA Lepa Vida. Spletni portal. URL: <http://www.thalasso-lepavida.si/en>

Krajinski park Sečoveljske soline. Spletni portal. URL: <http://www.kpss.si/si/intro>

Krajinski park Strunjan. Spletni portal. URL: <http://www.parkstrunjan.si/>

Društvo za okoljsko vzgojo (Modra zastava). Spletni portal. URL: <http://modrazastava.si>

Geodetski inštitut Slovenije, Navtični vodnik. Spletni portal. URL: <http://www.hidrografija.si>



**Valicon Ljubljana**, Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana, Slovenija  
**T:** +386 1 420 49 00  
**F:** +386 1 420 49 60  
**E:** info@valicon.si

**Valicon Zagreb**, Baruna Trenka16  
10000 Zagreb  
**T:** +385 1 640 99 55  
**F:** +385 1 640 99 56  
**E:** info@valicon.hr

**Valicon Sarajevo**, Branilaca Sarajeva 20  
71000 Sarajevo  
**T:** +387 33 258 655  
**F:** +387 33 258 656  
**E:** info@valicon.ba

**Valicon Beograd**, Gavrila Principa 16/2  
11000 Beograd  
**T:** +381 11 32 86 978  
**F:** +381 11 30 30 444  
**E:** info@valicon.rs

[www.valicon.net](http://www.valicon.net)