



STARO  
MESTO,  
NOVA  
DOŽIVETJA

# 2. POROČILO SKUPINE ZA MONITORING STRATEGIJE RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTICNE DESTINACIJE PTUJ

V OBDOBJU 2017–2021



## UVOD

Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ptuj v obdobju 2017-2021 je bila sprejeta na 29. seji MS MOP v maju 2017. Ustanovljena skupina za monitoring strategije dvakrat letno poroča mestnemu svetu o realizaciji oziroma izvajanju ciljev, navedenih v strategiji.

Skupino za monitoring tvori devet članov, ki predstavljajo Mestno občino Ptuj, Zavod za turizem Ptuj, predstavnike starega mestnega jedra, turistične ponudnike oziroma turistično gospodarstvo in organizirano civilno družbo na področju turizma.

Skupina je v okviru prvega srečanja (november 2017) ovrednotila izvedene ukrepe v obdobju maj-oktober 2017 ter podala mnenja in predloge za prioriteta področja delovanja in dodatne ukrepe v letu 2018. V okviru drugega srečanja (maj 2018) je skupina ovrednotila ključne kazalnike turističnega razvoja za koledarsko leto 2017 in izvedene ukrepe za obdobje november-december 2017 ter potrdila prioritete aktivnosti v letu 2018.

Temeljna naloga skupine za monitoring je spremljanje gibanja in uresničevanja strategije, ki predstavlja kašipot in zemljevid, da gremo v pravi smeri za dosego želenih ciljev rasti. Ob tem je aktivno vključevanje in sodelovanje vseh, ki so tako ali drugače vpeti v turistični razvoj destinacije, nujni pogoj za uspešno uresničitev zastavljene strategije.

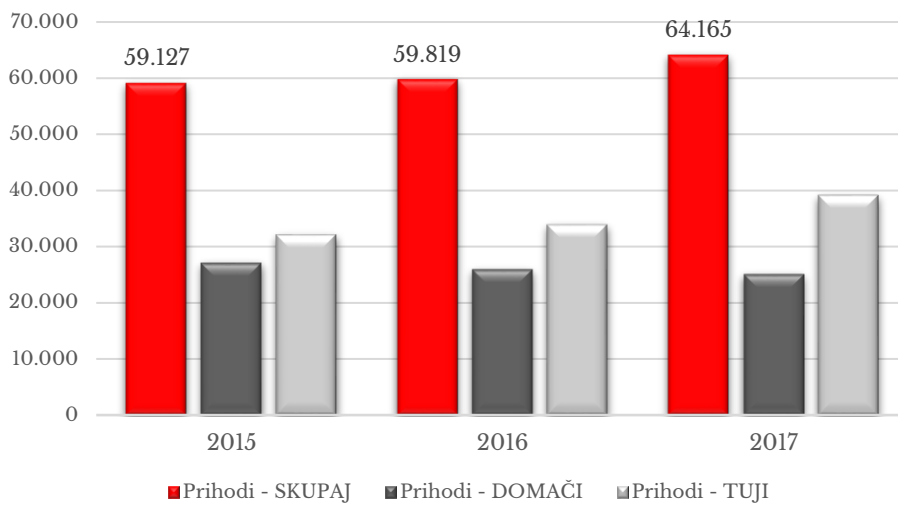
## KROVNI PREGLED TURISTIČNIH GIBANJ V 2017

Pregled vrednosti kazalnikov, zastavljenih v Strategiji razvoja in trženja turistične destinacije Ptuj v obdobju 2017-2021, je pokazal rast turističnega gibanja. Med pomembnejše pokazatelje razvoja turizma sodijo prihodi turistov in prenočitve turistov, ki v primerjavi s preteklim letom kažejo na pozitivno pot uresničevanja strategije.

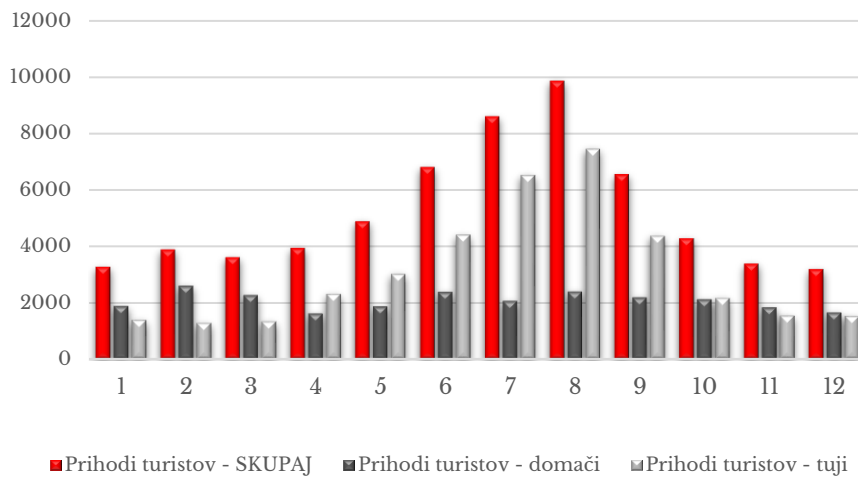
- **Prihodi turistov:** V letu 2017 je število prihodov turistov v destinaciji Ptuj naraslo za **7,3 %** in znašalo **64.165** turistov.

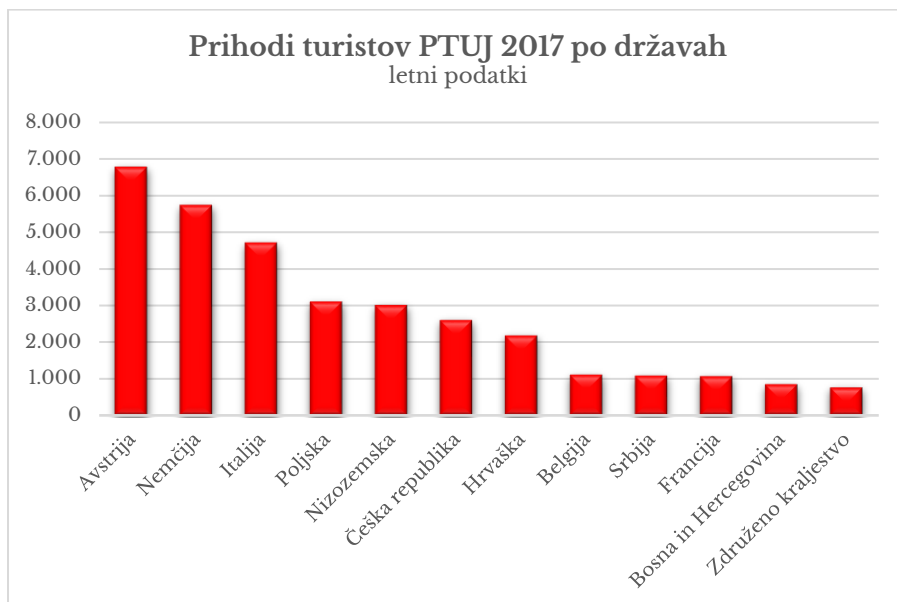
Delež tujih turistov je v letu 2017 narasel na **61 %** iz izhodiščnih **54 %** v letu 2015. Pri tem je bil zaznam porast predvsem med avstrijskimi in nemškimi gosti, kar kaže na učinkovitost promocijskih aktivnosti na primarnih tujih ciljnih trgih. Porast prihodov je bil v letu 2017 tudi med nizozemskimi, poljskimi in češkimi gosti, kar gre pripisati uspešnosti oglaševalskih akcij pospeševanja tranzitnega turizma.

**Prihodi turistov PTUJ 2015-2017**



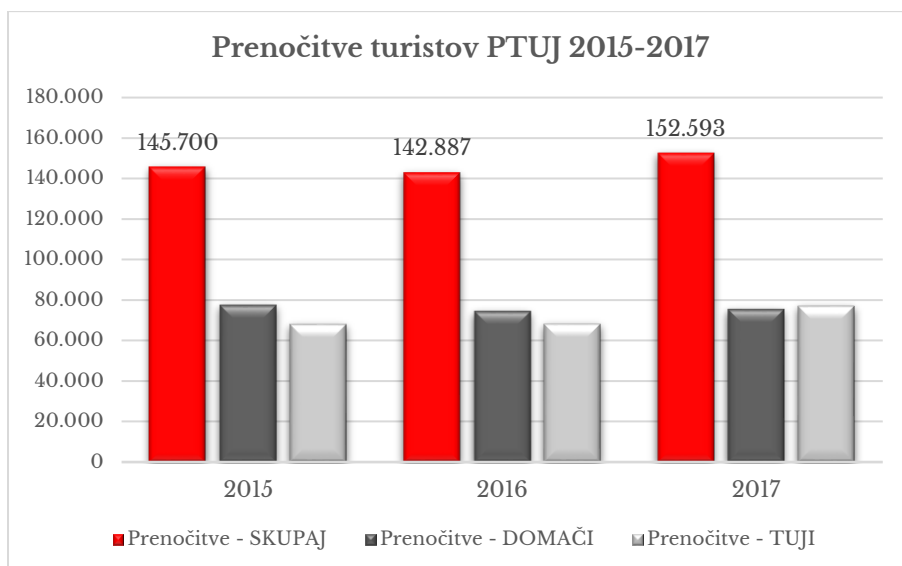
**Prihodi turistov PTUJ 2017 po mesecih**





Vir: SURS, podatkovne baze SI-STAT

- **Prenočitve turistov:** V letu 2017 je število prenočitev turistov v destinaciji Ptuj naraslo za 6,8 % in s skupno 152.593 prenočitvami prvič preseгло mejo 150.000 nočitev letno. V primerjavi z letom poprej je bilo na destinaciji uresničenih blizu 10 tisoč nočitev več.



- **Povprečna doba bivanja:** V letu 2017 je PDB znašala 2,4 dni, kar je rahel padec glede na izhodiščno vrednost PDB 2,5 dni. Nižja vrednost kazalnika v primerjavi z letom 2015 se navezuje na povečanje števila tranzitnih gostov, ki na destinaciji prenočijo na poti do drugega cilja potovanja, s čimer se dviguje število prihodov in nočitev, posledično pa znižuje PDB.

# KLJUČNE UGOTOVITVE SKUPINE ZA MONITORING STRATEGIJE V DRUGEM OBDOBJU POROČANJA

## OBDOBJE IN VSEBINA POROČANJA

Skupina za monitoring je v sklopu drugega srečanja ovrednotila ključne kazalnike za koledarsko leto 2017. Srečanje je bilo izvedeno v drugi polovici maja, takoj po dostopnosti statističnih podatkov SURS o turističnem gibanju na letni ravni (objava 18.5.2018).

## TRŽENJSKE SPODBUDE IN PODPORA NA KROVNI RAVNI

- **Status vodilne destinacije omogoča pridobitev dodatnih finančnih sredstev**  
V novi Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 je Ptuj opredeljen kot vodilna destinacija, kar predstavlja pomemben korak in potencial za prihodnji razvoj in trženje turizma destinacije. Z vključitvijo med vodilne destinacije je Ptuj pridobil možnost kandidiranja za dodatna javna sredstva za potrebe razvoja in trženja turizma. V letu 2018 je destinacija v okviru *Javnega razpisa za sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji* kandidirala za pridobitev dodatnih 150.000 evrov za potrebe digitalnega trženja in razvoja novih turističnih produktov za obdobje 2018-2019. V času priprave tega poročila rezultati razpisa še niso znani.
- **Status ikone slovenskega turizma zagotavlja dodatno promocijo na mednarodni ravni**  
Ptuj je v Operativnem načrtu trženja Slovenske turistične organizacije v obdobju 2018-2019, s katerim se Slovenija promovira kot destinacija za turiste s primarnim in sekundarnim namenom kulturnega turizma, uvrščen med sedem ikon slovenskega turizma. Takšna vključitev zagotavlja destinaciji dodatno tržno-komunikacijsko podporo in promocijo na nacionalni in mednarodni ravni. Del aktivnosti je bil izveden že v letu 2017, dodatne pa so predvidene v letih 2018 in 2019.

## KLJUČNE UGOTOVITVE

Skupina za monitoring ugotavlja, da je večina **kazalnikov turističnega gibanja** pozitivnih in rastočih. Tako se je v preteklem letu povečalo število turističnih prihodov (+7,3 %) in nočitev (+6,8%), ki so prvič tudi presegle mejo 150.000. Število prihodov je bilo največje v poletnih mesecih, delež tujih turistov se je povečal na 61 %. Turistični tokovi na destinaciji odražajo pomemben vpliv tranzitnega turizma, kar se rezultira v nekoliko nižji povprečni dobi bivanja (upad za eno odstotno točko na 2,4 dni). Bruto stopnja zasedenosti stalnih ležišč je v letu 2017 znašala 35,3 %, pri tem pa je pomembno upoštevati rahel upad števila stalnih ležišč (-3,8%) predvsem na račun manjših zasebnih namestitev (kategorija »ostalo«).

Za prihodnjo rast turističnih prihodov bo potrebno razvojne napore usmeriti v **povečevanje nastanitvenih kapacitet** v destinaciji. V danem kratkoročnem obdobju se zaenkrat ne predvideva nobena večja infrastrukturna investicija na tem področju, zato bo potrebna nadaljnja koordinacija pri izvajanju aktivnosti v smeri spodbujanja novih nastanitvenih kapacitet s strani malih in srednje velikih podjetij ter drugih zasebnih oblik namestitev.

Ob pregledu **kazalnikov gospodarskega gibanja** v ključnih panogah, povezanih s turistično dejavnostjo<sup>1</sup> je zaznati rahel padec nekaterih vrednosti kazalnikov. Ta gre predvsem na račun manjšega števila podjetij v segmentu gostinskih ponudnikov. Na ravni prihodkov iz turizma<sup>2</sup> je glede na izhodiščno vrednost kazalnika zabeležen nekoliko upad, glede na leto 2016 pa je zabeležena 1-odstotna rast. Ob tem je spodbuden podatek, da se je število zaposlenih na področju turizma<sup>3</sup> kljub temu povečalo za 11 % glede na izhodiščno vrednost kazalnika v letu 2015. Vrednost izhodiščnega in ciljnega kazalnika »število delovnih mest v turizmu« izhaja iz podatkov AJPES ter javno objavljenih ekonomskih napovedi.

V sklopu krovnih **kazalnikov trženja destinacije in njenih turističnih produktov** ugotavljamo, da je Zavod za turizem Ptuj v letu 2017 razpolagal z nekoliko nižjimi lastnimi sredstvi za izvajanje trženjskih aktivnosti<sup>4</sup> glede na izhodiščno vrednost kazalnika.. Na področju razvoja turističnih produktov so ukrepi za izvedbo predvideni v letu 2018, in sicer v sklopu že omenjenega nacionalnega razpisa za sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij. V letu 2018 je predviden razvoj treh inovativnih turističnih produktov, in sicer s področja termalnega turizma, vina in kulinarike ter turizma na podeželju. Skladno z usmeritvami strategije je ključnega pomena zagotavljanje zadostnih proračunskih sredstev za izvajanje trženjskih aktivnosti destinacije za uspešno doseganje zastavljenih ciljev.

Kot skupina za monitoring ugotavljamo, da je za spremljanje **kazalnikov kakovosti in zadovoljstva** različnih skupin deležnikov (turisti, ponudniki, lokalno prebivalstvo) potrebno vzpostaviti sistematične načine merjenja. Destinacija bo k izvajanju tržnih raziskav in merjenju zadovoljstva pristopila v letu 2018.

**Kazalniki razvoja kadrov:** Za turistične ponudnike so bile v letu 2017 organizirane izobraževalne delavnice s področja digitalnega trženja ter tematska srečanja s prikazi primerov dobrih praks iz turizma, ki se jih je udeležilo skupno 59 predstavnikov turističnega gospodarstva. Zavod za turizem Ptuj bo z aktivnostmi v tej smeri nadaljeval tudi v letu 2018.

**Kazalniki dostopnosti informacij:** TIC v starem mestnem jedru je obiskalo 21.421 obiskovalcev, kar predstavlja tretjino (33 %) vseh turističnih prihodov<sup>5</sup>. Po podatkih Zavoda za turizem Ptuj je porast obiska v TIC mogoče pripisati preurejenim prostorom s vzpostavljeno Kurentovo sobo in promociji destinacije.

---

<sup>1</sup> SKD dejavnosti I55 – namestitve ter I56 - strežba jedi in pijač

<sup>2</sup> Kazalnik ne vključuje prihodkov Term Ptuj, *glej opombe v tabeli kazalnikov*

<sup>3</sup> Vir: AJPES - SKD dejavnosti I55 in I56, gospodarske družbe in s.p.

<sup>4</sup> Kazalnik ne vključuje sredstev za izvajanje prireditvev

<sup>5</sup> Obiski v TIC beležijo tako turiste kot tudi dnevne obiskovalce.

## PREGLED KAZALNIKOV ZA LETO 2017

### 1.1. Pregled kazalnikov za krovne strateške cilje za leto 2017 s pojasnili

KLJUČNI KAZALNIKI ZA KROVNE STRATEŠKE CILJE	IZHODIŠČNA VREDNOST KAZALNIKA	2017	POJASNILA	CILJNA VREDNOST KAZALNIKA V 2021
<u>prihodki iz dejavnosti turizma (brez Term Ptuj)[1]</u>	15.026.295	14.785.976	Vir: Bonitete.si, dejavnost I55 in I56 [1]	24.589.545
<b>letna rast prihodkov iz dejavnosti turizma</b>	n.p.	1%	Rast za merjene dejavnosti I55 in I56 je nižja od planirane za to obdobje (plan 2017: 6 %).	15%
<u>št. podjetij v turizmu[2]</u>	122	108	Na SURS razpoložljivi le podatki za 2015, zato bo kazalnik letno ovrednoten na podlagi podatkov iz baze Bonitete.si ali AJPES. Vrednost 2017: rast v I55 - nastanitve in I91 - kulturne dej, upad v I 56 - strežba jedi in pijač.	187
<u>št. novonastalih podjetij v turizmu v 5-letnem obdobju[3]</u>	49	35	Na SURS razpoložljivi le podatki za 2015, zato bo kazalnik letno ovrednoten na podlagi podatkov iz baze Bonitete.si ali AJPES. Vrednost 2017: manjša dinamika v I56 - strežba jedi in pijač.	65
<u>št. delovnih mest v turizmu[4]</u>	189	210	Podan je predlog še nedefinirane izhodiščne in ciljne vrednosti kazalnika. Vir podatkov za vrednost kazalnika: AJPES - dejavnosti I55 in I56, gospodarske družbe in s.p. Predvidena je progresivna stopnja rasti zaposlovanja s povprečno vrednostjo 3,5 %. V letu 2017 se je št. zaposlenih v dej I55 in I56 v MOP povečalo za 4 %. Napovednik ZRSZ 2017 napoveduje za Slovenijo 2,6 % rast.	232
<u>št. prenočitvenih zmogljivosti - stalna ležišča[5]</u>	1.207	1.183	Nižanje števila stalnih ležišč gre predvsem na račun nižjega števila v kategoriji "ostali nastanitveni objekti".	1.400
<u>št. prihodov turistov[6]</u>	59.127	64.165	Metodološka opomba: Od leta 2018 uporablja SURS nov vir za zajem podatkov o turističnih prihodih in prenočitvah (eTurizem, Register nastanit. obratov).	96.757
<b>delež rasti prihodov turistov (glede na preteklo leto)</b>	4%	7%	Rast je v okviru načrtovane za leto 2017 (plan +6%).	15%

št. nočitev[7]	145.700	152.593	Metodološka opomba: Od leta 2018 uporablja SURS nov vir za zajem podatkov o turističnih prihodih in prenočitvah (eTurizem, Register nastanit. obratov).	256.423
delež rasti št. nočitev (glede na preteklo leto)	7%	7%	Rast je blizu načrtovane za leto 2017 (plan +8%).	15%
povprečna doba bivanja	2,5	2,4	Zaznan je trend nižanja PDB, predvsem na račun prenočitev tujih gostov.	2,7
povprečna zasedenost nastanitvenih kapacitet [8]	33,1%	35,3%	Na povišanje stopnje vpliva večje št. turističnih prihodov in prenočitev ter hkratno znižanje št. prenočitvenih zmogljivosti - stalnih ležišč.	60%
povprečna dnevna poraba turistov[9]	n.p.	n.p.	Raziskovanje za vrednost kazalnika izvaja SURS, a le vsakih nekaj let (naslednja v letu 2019) in le za vrste občin (zdraviliške občine 2015: 87,98 €). Vrednost kazalnika na letni ravni se opredeli s podatki iz tržnih raziskav na ravni destinacije, h katerimi bo pristopil JZT Ptuj v letu 2018. Metodološko in vsebinsko kazalnik sledi nacionalnim podatkom.	120 €/dan
višina zagotavljenih letnih finančnih sredstev za trženje turizma (brez sredstev za organizacijo prireditev)	85.750 €	54.500 €	Finančna sredstva so opredeljena v Letnem programu dela Zavoda za leto 2017. Navedena sredstva ne vključujejo vrednosti promocijsko-trženjskih aktivnosti, ki jih izvaja STO na nacionalnem nivoju z vključevanjem Ptuja kot ikone slovenskega turizma. Ptuj je v nacionalni Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma opredeljen kot vodilna destinacija, kar je predpogoj za pridobitev dodatnih sredstev za namene trženja v prihodnjih letih. Promocijske aktivnosti Ptuja v okviru STO v 2017: kulturni turizem in katalog "Doživetja kulture Slovenija".	200.000
št. realiziranih inovativnih turističnih produktov na leto	n.p.	0	V sklopu aktivnosti v okviru razpisa za vodilne destinacije je v letu 2018 predviden razvoj treh inovativnih turističnih produktov, in sicer s področja termalnega turizma, vina in kulinarike ter turizma na podeželju.	10
št. certificiranih zelenih turističnih produktov	0	0	Razvoja certificiranih zelenih turističnih produktov se bo destinacija lotila v okviru aktivnosti razvoja zelenih turističnih produktov v sklopu konzorcija Slovenia Green, ki se mu je destinacija priključila v aprilu 2018.	25



št. sodelujočih turističnih delavcev na usposabljanjih letno	-	59	Kazalnik vključuje ponudnike namestitev, kulinarike in ponudnike mestnega jedra, ki so se v letu 2017 udeležili tematskih srečanj in izobraževalnih delavnic.	70
<u>povprečna ocena zadovoljstva z destinacijo[10]</u>	3,1	n.p.	Destinacija bo k sistematičnemu izvajanju tržnih raziskav in merjenju zadovoljstva pristopila v letu 2018. Doslej so bila izvedena le testna preverjanja na manjšem vzorcu respondentov.	4,2
<u>št. obiskov v TIC letno[11]</u>	17.996	21.421	TIC je glede na vrednost kazalnika 2017 obiskalo 33,3 % vseh turistov. Po podatkih JZT Ptuj beleži obisk v TIC porast predvsem na račun preurejenih prostorov in vzpostavljene Kurentove sobe. Metodološko se naj kot obisk šteje vstop vsakega posameznika v prostore TIC.	29.027
<u>vrednost prodaje turističnih spominkov v TIC v EUR[12]</u>	4.949	6.983	Vrednost kazalnika 2017 vključuje prodajo spominkov v okviru računovodske kategorije A (spominki), v katero nista zajeti prodaja kart in pristojbine za stojnice.	10.883
povprečna ocena zadovoljstva s TIC (1-5)	n.p.	n.p.	Destinacija bo k sistematičnemu izvajanju tržnih raziskav in merjenju zadovoljstva pristopila v letu 2018.	4,5
št. označenih turističnih poti	5	5	Destinacija bo skladno z dodatnim ukrepom št. 1.3.2.4. v letu 2018 pristopila k poenotenju vizualne podobe in celostni označitvi turistične ponudbe.	15

[1] Vir: Bonitete.si, Dejavnost SKD I55 (dejavnost hotelov in podobnih nastanitvenih obratov) in I56 (strezba jedi in pijač) za Mestno občino Ptuj za leto 2015. Podatki ne vključujejo prihodkov Term Ptuj, saj so sestavni del poslovne skupine Sava Hotels&Resorts. Podatki prav tako ne prikazujejo vrednosti pri vseh navedenih subjektih.

[2] Vir: SURS, 2014: Število aktivnih tržnih podjetij v občini Ptuj za izbrane dejavnosti po SKD 2008 – I55, I56, I91; od tega I55 in I56 skupaj 120; priprava podatkov po povpraševanju. Vir od 2016 dalje: Bonitete.si oz. AJPES - aktivne gospodarske družbe in samostojni podjetniki, SKD 2008 - I55, I56, I91.

[3] Vir: SURS, 2014: Število novonastalih podjetij v občini Ptuj za izbrane dejavnosti po SKD 2008 – I55, I56 2008-2014; po povpraševanju. Vir od 2016 dalje: Bonitete.si oz. AJPES - ustanovljena podjetja v izbranem letu, SKD 2008 - I55 in I56.

[4] Pojasnilo SURS: Podatkov o številu zaposlenih v panogi turizma (SKD 2008: I55, I56) ni mogoče posredovati zaradi statistične zaupnosti. JZT Ptuj bo v letu 2017 sam zbiral podatke oziroma pridobil oceno, na podlagi katere bo definirana vrednost ciljnega kazalnika za leto 2021.

[5] Vir: SI-STAT, Prenositvene zmogljivosti občine, 2015

[6] Vir: SI-STAT, Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, letni podatki, 2015; Od leta 2018 uporablja SURS nov vir za zajem podatkov o turističnih prihodih in prenočitvah (eTurizem, Register nastanit. obratov).

[7] Vir: SI-STAT, Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, letni podatki, 2015; Od leta 2018 uporablja SURS nov vir za zajem podatkov o turističnih prihodih in prenočitvah (eTurizem, Register nastanit. obratov).

[8] Izhodiščna vrednost kazalnika predstavlja zgolj oceno Javnega zavoda za turizem Ptuj na podlagi pridobljenih podatkov lokalnih ponudnikov. Za vrednost kazalnika za tekoče leto se upošteva bruto stopnja zasedenosti ležišč.

[9] Vir za izhodiščno vrednost: SURS, Povprečna dnevna poraba tujih turistov v Sloveniji. Povprečni dnevni izdatek na turista vključuje 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. Podatki se nanašajo na tuje turiste. Podatke za vrednost kazalnika na letni ravni za destinacijo zbira v okviru tržni raziskav JZT Ptuj.

[10] Vir za izhodiščno vrednost kazalnika: Spletna anketa izvedena v sklopu priprave strategije, 2016. Ocena na lestvici 1-5. Glej poglavje: Metodologija.

[11] Vir za izhodiščno vrednost kazalnika: Javni zavod za turizem Ptuj. Vir za vrednosti kazalnikov: JZT Ptuj.

[12] Vir za izhodiščno vrednost kazalnika: Javne službe Ptuj: revidirano letno poročilo za leto 2015, prihodki od prodaje blaga, str. 57. Vir za vrednosti letnih kazalnikov: JZT Ptuj, vrednost prodaje spominkov v TIC.

1.2. Pregled kazalnikov za operativne cilje za leto 2017 s pojasnili

1.	KONKURENČNOST IN RAST	KLJUČNI KAZALNIKI	IZHODIŠČNA VREDNOST KAZALNIKA	2017	POJASNILA	CILJNA VREDNOST KAZALNIKA V LETU 2021
1.1.	Dvig in ohranjanje kakovosti turistične ponudbe	povprečna ocena zadovoljstva	3,1	n.p.	Destinacija bo k sistematičnemu izvajanju tržnih raziskav in merjenju zadovoljstva pristopila v letu 2018. Doslej so bila izvedena le testna preverjanja na manjšem vzorcu respondentov.	4,2
1.2.	Inovacije in inovativen razvoj turističnih produktov	število realiziranih inovativnih turističnih produktov	n.p.	0	V sklopu aktivnosti v okviru razpisa za vodilne destinacije je v letu 2018 predviden razvoj treh inovativnih turističnih produktov, in sicer s področja termalnega turizma, vina in kulinarike ter turizma na podeželju.	10 na leto
1.3.	Dostopnost ( <i>informacije in turistična ponudba</i> )	št. obiskov v TIC	17.996	21.421	TIC je glede na vrednost kazalnika 2017 obiskalo 33,3 % vseh turistov. Po podatkih JZT Ptuj beleži obisk v TIC porast predvsem na račun preurejenih prostorov in vzpostavljene Kurentove sobe. Metodološko se naj kot obisk šteje vstop vsakega posameznika v prostore TIC.	29.027
1.4.	Razvoj kadrov v turizmu	št. udeležencev na izobraževanjih letno	n.p.	59	Kazalnik vključuje ponudnike namestitvev, kulinarike in ponudnike mestnega jedra, ki so se v letu 2017 udeležili tematskih srečanj in izobraževalnih delavnic.	70

1.5.	Obvladovanje učinkov sezonskosti (desezonalizacija)	povprečna zasedenost namestitvenih kapacitet v %	30%	35,3%		50% <sup>6</sup>
1.6.	Izboljšanje pogojev za gospodarsko rast	št. novoustanovljenih podjetij z dej. turizma v obdobju 5 let	49	35	Na SURS razpoložljivi le podatki za 2015, zato bo kazalnik letno ovrednoten na podlagi podatkov iz baze Bonitete.si ali AJPES. Vrednost 2017: manjša dinamika v I56 - strežba jedi in pijač.	65
<b>2.</b>	<b>PREPOZNAVNOST IN UČINKOVITO TRŽENJE</b>	<b>KLJUČNI KAZALNIKI</b>	<b>IZHODIŠČNA VREDNOST KAZALNIKA</b>	<b>2017</b>	<b>POJASNILA</b>	<b>CILJNA VREDNOST KAZALNIKA V LETU 2021</b>
2.1.	Sistematično tržno raziskovanje in turistična analitika	št. izdanih publikacij/poročil letno	n.p.	1	V sklopu tematskih srečanj turističnih ponudnikov je bila izvedena predstavitev turistične statistike za destinacijo Ptuj. Destinacija bo k sistematičnemu izvajanju tržnih raziskav in izdaje publikacij pristopila v letu 2018. Izdano je bilo poročilo skupine za monitoring.	15
2.2.	Oblikovanje in trženje širše regijske znamke	vzpostavljena regijska znamka	NE	NE	Nacionalna strategija rasti slovenskega turizma je v letu 2017 predstavila koncept makro regij. Ptuj se uvršča v makro regijo Termalno Panonska Slovenija. V sklopu nacionalne strategije je predviden tudi branding na ravni makro regij, vendar se aktivnosti še niso pričele. Makro regija zaenkrat opredeljuje tipičen karakter in temeljne TP.	DA
2.3.	Strateško marketinško načrtovanje	Strategija in letni plan trženja	NE	DA	V letu 2017 je JZT Ptuj oblikoval digitalno strategijo trženja destinacije in pripravil letni program dela. Trženjske aktivnosti so	DA

<sup>6</sup> Ciljna vrednost kazalnika je izračunana na podlagi ciljnih vrednosti kazalnikov prenočitev in prenočitvenih zmogljivosti ter tako znaša 50 %.

					predstavljene v krovnem dokumentu "Letni plan promocijskih aktivnosti".	
2.4.	Oblikovanje destinacijske znamke Ptuj	vzpostavljena destinacijska turistična znamka	NE	NE	Do konca leta 2018 bo JZT Ptuj pripravil Priročnik za uporabo celostne grafične podobe (CGP) znamke Ptuj. Vizualna raven znamke naj v prihodnje nadgradi še s komunikacijsko ravno, ki zagotavlja konsistentno sporočanje prek vseh tržno-komunikacijskih kanalov in utrjevanje podobe znamke.	DA
2.5.	Učinkovito trženje turistične ponudbe destinacije	št. prihodov turistov	59.127	64.165		96.757
2.6.	Stabilni viri financiranja trženjskih aktivnosti	višina letnih sredstev za promocijo	85.750 €	54.500 €		200.000 €

3.	PARTNERSTVO IN SODELOVANJE	KLJUČNI KAZALNIKI	IZHODIŠČNA VREDNOST KAZALNIKA	2017	POJASNILA	CILJNA VREDNOST KAZALNIKA V LETU 2021
3.1.	Povezovanje in sodelovanje vseh deležnikov pri razvoju in trženju destinacije	št. turističnih produktov letno s sodelovanjem več tur. ponudnikov	n.p.	1	Mesec kulinarike	15
3.2.	Učinkovito informiranje in komunikacija z vsemi deležniki	Povprečna ocena zadovoljstva	3,1	n.p.	Destinacija bo k sistematičnemu izvajanju tržnih raziskav in merjenju zadovoljstva pristopila v letu 2018.	4,2
4.	TRAJNOSTNI RAZVOJ	KLJUČNI KAZALNIKI	IZHODIŠČNA VREDNOST KAZALNIKA	2017	POJASNILA	CILJNA VREDNOST



4.1.	Varstvo naravne in kulturne dediščine	št. zelenih turističnih produktov	n.p.	0	Razvoja certificiranih zelenih turističnih produktov se bo destinacije lotila v okviru aktivnosti razvoja zelenih turističnih produktov v sklopu konzorcija Slovenia Green, ki se mu je destinacija priključila v aprilu 2018.	25
		izvedena analiza vpliva turizma na okolje	n.p.	NE	Nosilec aktivnosti in odgovoren za poročanje je MOP.	DA
4.2.	Ohranjanje kulturne dediščine	št. celovitih turističnih proizvodov z vključeno tematiko kulturne dediščine	n.p.	3	Kurentova soba v TIC; avdio vodič po prostorih Dominikanskega samostana	5 na leto
4.3.	Razvijanje trajnostne mobilnosti	št. km urejenih kolesarskih poti <sup>7</sup>	13	14,5	Vrednost kazalnika 2017 zajema med drugim tudi ureditev kolesarske povezave Ptuj - Podvinci. Skladno s projektno nalogo »Izvedba kolesarskih povezav v Mestni občini Ptuj« je MOP v obdobju intenzivnih prijav na evropske razpise, ki jih objavlja Ministrstvo za infrastrukturo. Do konca leta 2018 je predvidena ureditev 2,3 km kolesarskih povezav med parkiriščem P&R na Zadružnem trgu in stanovanjskim naseljem, vzpostavljen bo tudi sistem izposoje koles s 4 postajami, pri čemer bo na voljo 20 koles. Do leta 2022 je predvidena ureditev 18 km kolesarskih povezav.	50

<sup>7</sup> Vsebinsko kazalnik meri urejene kolesarske poti (primerne tudi za kolesarjenje družin z otroki).

# **PREDNOSTNA PODROČJA ZA RAZVOJ IN TRŽENJE TURIZMA V LETU 2018**

V okviru jesenskega in spomladanskega srečanja smo določili prednostna področja aktivnosti za razvoj in trženje turizma v turistični destinaciji Ptuj v letu 2018, ki izhajajo iz predvidenih ukrepov za tekoče leto za štiri strateška področja opredeljena v strategiji. Mestnemu svetu Mestne občine Ptuj podajamo strnjen povzetek prednostnih področij, katerih izvajanje bomo vzpodbujali v letu 2018.

## **KONKURENČNOST IN RAST**

- Razvoj turističnih produktov
- Označitev turistične ponudbe
- Spodbuditev receptivne dejavnosti
- Program kakovosti turistične ponudbe
- Merjenje zadovoljstva
- Turistična ponudba (staro mestno jedro, kulturna dediščina, vinarstvo in kulinarika)
- Izboljšanje pogojev za gospodarsko rast
- Obvladovanje učinkov sezonskosti – izvedba strokovnih kongresov in simpozijev

## **PREPOZNAVNOST IN TRŽENJE**

- Sistematično tržno raziskovanje in turistična analitika
- Tržna destinacijska znamka Ptuj
- Digitalno trženje destinacije
- Vključitev v trženjske aktivnosti na nacionalnem nivoju (STO)
- Stabilni viri financiranja trženjskih aktivnosti

## **PARTNERSTVO IN SODELOVANJE**

- Sodelovanje ponudnikov v starem mestnem jedru – nadaljevanje aktivnosti
- Informiranje deležnikov

## **TRAJNOSTNI RAZVOJ**

- Krepitev zelene destinacije in razvoja zelenih turističnih produktov
- Razvijanje trajnostne mobilnosti
- Ohranjane kulturne dediščine

Poročilo zapisala:  
Janja Berložnik Šuler, LANARA Consulting d.o.o.

Ptuj, maj 2018