



**RAZVOJNO INFORMACIJSKI CENTER
BELA KRAJINA**

PLAN POSLOVANJA

za leto

2008



*Bela krajina je razvito podeželje, prepleteno z vinogradi in steljniki v objemu belih brez in čiste reke Kolpe.
Tu Vam dobrosrčnost ljudi in neokrnjena narava kličeta – »dobro za oba...«*

KAZALO

A. UVOD	4
B. Plan poslovanja	6
1. RIC Bela krajina – Javni zavod	6
1.1 Osebna izkaznica	6
1.1.1 Osnovni podatki	6
1.1.2 Dejavnosti	6
1.1.3 Zgodovina zavoda	7
1.2 Članstvo	7
1.3 Zaposlovanje v letu 2008.....	8
1.3.1 Kadrovsko organizacijski načrt za l.2008	8
1.3.2 Javna dela / Projekti / Študentsko delo	8
1.4 Izobraževanje kadra.....	9
1.4.1 Interna izobraževanja	9
1.4.2 Usposabljanja	9
1.5 Lastno trženje	9
1.5.1 Maleričeva hiša – Hiša belokranjskih rokodelcev	9
1.5.2 Vinarsko informacijski center Bele krajine – Črnomaljska klet	9
2. RIC Bela krajina – Destinacijska organizacija	9
2.1 Vizija, poslanstvo in strategija	10
2.1.1 Vizija	10
2.1.2 Poslanstvo	10
2.1.3 Strategija	10
2.2 Nastop destinacije v regiji.....	13
2.3 Tržna znamka	14
2.3.1 Kaj je tržna znamka?	14
2.3.2 Pojem	14
2.3.3 Pravne podlage	14
2.3.4 Poslanstvo	15
2.3.5 Celostna grafična podoba (CGP)	16
2.3.6 Aktivnosti »znamke« za leto 2008	17
2.4 Povezovalne aktivnosti RIC-a	17
2.4.1 Register turističnih vodnikov	17
2.4.2 Okrogla miza	18
2.4.3 Posvet STIC	18
3. Tržne aktivnosti	18
3.1 Sejmi	18
3.2 Workshop-i, borze.....	18
3.3 Študijske ture in predstavitve medijem.....	19
4. Promocija.....	19
4.1 Oblikovanje celostnega promocijskega gradiva	19
4.1.1 Tiskovine	19
4.1.2 Sejemski eksponati	20
4.1.3 Promocijski artikli s tržno znamko	21
4.2 Belokranjski dnevi.....	21
4.2.1 Župančičevi dnevi	21
4.3 Samostojni nastopi v medijih	21
4.4 Prireditve v Beli krajini	21
5. E-poslovanje	24
5.1 Turistični portali Bele krajine	24
5.1.1 Domeni »www.ric-belakrajina.si« in »www.belakrajina.si«	24
5.1.2 Domena »www.jurjevanje.si«	24

5.1.3 Domena »www.vallis-colapis.eu«.....	25
5.2 Slovenski turistični informacijski portal - STIP (www.slovenia.info)	25
5.2.1 CRS - »Centralni rezervacijski sistem«	25
5.3 Tedenski E-informator	25
6. Regionalno in nacionalno povezovanje	25
6.1 Projekt »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine«.....	26
6.2 Društvo »Reka Kolpa – reka življenja«	26
6.3 Regionalni razvojni svet za JV Slovenijo.....	26
6.4 Združenje turističnih destinacij Slovenije (ZTDS)	26
6.5 Program LEADER	26
6.5.1 Kaj je Leader?.....	26
6.5.2 LAS – Lokalna akcijska skupina	27
7. RIC Bela krajina – Upravljavec Krajinskega parka Lahinja	27
7.1 Aktivnosti v parku.....	27
7.1.1 Načrt upravljanja.....	27
7.1.2 Animacijske aktivnosti v parku	28
8. Poslovanje TIC-ov	28
8.1 Stalne naloge turistične pisarne.....	28
8.2 Aktivnosti TIC-ov za leto 2008.....	28
9. Kandidiranje na sredstva ministrstev RS in EU skladov	29
9.1 Lastni projekti	29
9.1.1 Projekt »Vallis Colapis« - Razvoj čezmejnih tematskih poti	29
9.1.2 Gradovi v Semiču	31
9.1.3 Evropska destinacija odličnosti	31
9.2 Projekti – koordinacija RIC-a	32
9.2.1 Tisočletja v objemu narave	32
9.2.2 Uprizoritvena kulturna dediščina z doprinosom v evropsko kulturno dediščino	33
C. Področje podjetništva	36
10. Splošno o podjetništvu.....	36
10.1 Skupni nastop pristojnih ustanov	36
10.1.1 Podjetniški inkubator – Industrijske cone.....	36
10.1.2 Oblikovanje projektne skupine.....	37
10.1.3 Potrebni kader za pričetek delovanja	38
10.2 Promocija podjetništva	38
D. Turistična agencija.....	38
11. Organizirano trženje turističnih produktov	38
11.1 Turistična agencija KOMPAS Novo mesto - Poslovalnica Črnomelj.....	38
E. Finančni načrt poslovanja za I.2008	39
12. Plan odhodkov in prihodkov RIC-a	39
12.1 Plan odhodkov RIC-a za I. 2008	40
12.2 Plan prihodkov RIC-a za I. 2008.....	42
12.3 Razčlenitev stroškov dela	43
F. Zaključek.....	44

A. UVOD

Bela krajina predstavlja najbolj jugovzhodno območje Slovenije. Je zibelka raznolike in netipične zgodovinske dediščine, ki je s svojim vplivom izoblikovala Belo krajino v kulturno in etnično specifično pokrajino, primerno za razvoj turizma. Poseljenost je osredotočena na treh večjih mestih, Metlika, Črnomelj in Semič, pokrajino pa označuje tudi večja obmejna reka Kolpa. Konec leta 2006 je na območju Bele krajine prebivalo 27.103 ljudi (<http://www.geopedija.si>). Od tega je imela (na dan 31.12.2006) občina Črnomelj 14.765 prebivalcev, Metlika 8.462 ter občina Semič 3.876 prebivalcev (SURS, 2007).

Z dokumentom predstavljamo celoviti pregled turističnih aktivnosti in istočasno razvitost destinacijskega managementa Bele krajine kot svojstvenega turističnega območja v Sloveniji. Naš namen je razvijati trenutno stanje in iskati nove možnosti za prihodnji razcvet turizma.

Ustanovitelji (lastniki) pričakujejo od javnega zavoda RIC Bela krajina (v nadaljevanju tega dokumenta - zavoda) vse večje učinke, oziroma od nas zahtevajo, da naredimo več z enakimi viri (človeški in finančni). Posledici manjše zmožnosti financiranja in vse ostrejšše konkurence običajno sledi stagnacija proračuna in s tem skrajno racionalna raba človeških virov. Menedžerji smo zato prisiljeni delati vedno več na operativni ravni in nimamo časa, da bi razmišljali dlje od rezultatov tekočega meseca; nenehno smo pod nadzorom ter pritiski, stalnost delovanja potrebnih poslovnih funkcij, pa je negotova.

Vprašajmo se ali je mogoče ta začarani krog presekati? Rešitev je mogoče bližje, kot se zdi: v razumevanju in upoštevanju temeljnih načel poslovanja in v zaposlenih. Ti pogosto (u)vidijo rešitve, kako bi bilo mogoče izboljšati delovanje organizacije brez velikih zmanjševanj stroškov. Kljub temu imajo redko priložnost, da bi v zvezi s tem kaj naredili, kajti praviloma nimajo možnosti izraziti svoje mnenje. Potreben bo torej miselni preobrat, ki ga lahko pričnemo s samoocenjevanjem in globalnim pristopom. Združeni nastop dosežemo tudi s tem, da pričnemo aktivno delovati na lokalnem nivoju in posvetimo pozornost na videz nepomembnim in majhnim idejam, ki so lahko gibalo velikih sprememb. Z menedžerskih pristopom bi si morali zastaviti vprašanje, ali lahko določeno idejo uporabimo na celotnem področju, katere druge ideje in rešitve so skrite v njej, itd... Tako pridemo do ustvarjanja inovativnih idej, ki nam omogočajo dodatne koristi - priložnost, da preoblikujemo geografsko območje in njegovo kulturo v skladu s potrebami po učenju, produktivnosti in kakovosti s ciljem izboljšanja rezultatov poslovanja turizma v Beli krajini.

Dojemanje realnosti je pogosto zmotno, dojemaje »združevanja« kot koncepta pa je različno in pogosto nejasno, zato povejmo jasno: »destinacija« preprosto pomeni tudi pristop k poslovanju, ki si prizadeva za optimalno delovanje vseh aktivnosti in funkcij - z drugimi besedami, celovit pristop k področju turizma v Beli krajini. Gre za pristop, ki spodbuja neprestane, postopne izboljšave, istočasno pa se zaveda, da mora poslovanje potekati nemoteno, dnevno pa se morajo reševati tudi tekoči problemi. Bolj je pomembno potovanje samo kot njegov cilj.

Pristop »združevanje v enovito destinacijo« tudi prepozna, da so splošne funkcije neločljivo povezane s poslovanjem, in kot take bi morale v idealnih razmerah delovati sistematično in povezovalno. Kakšno pomoč pravzaprav iščemo organizacije? Na splošno to vključuje dostop do znanj in napotkov za uporabo v že določenih procesih, metodologijah, orodjih, šablonah,... Vse to lahko združeni, na sistematičen način obvladujemo dosti bolj učinkovito.

Naš namen je pospeševati izboljšave in inovacije v upravljanju destinacije na vseh področjih, še posebej pa pri zasebnikih in v malih in srednjih podjetjih v Beli krajini, in sicer s pomočjo kulture celovitega obvladovanja poslovanja in kakovosti, seveda s končnim ciljem prispevati k razvoju, h konkurenčnosti in k blaginji turizma v Beli krajini.

Znak resnično odlične organizacije je njena zmožnost (skozi organiziranost) dosegati in vzdrževati vidne rezultate na vseh področjih upravljanja turizma. Rezultati delovanja bodo posledica v praksi preverjenih pristopov, kar tudi dokazujejo raziskave, študije in analize na področju Bele krajine, ki so potrdile močno medsebojno odvisnost med usvojitvijo načel strateškega pristopa trženja in s tem povezanimi izboljšanimi rezultati poslovanja.

Doseganje takih rezultatov je težka naloga že sama po sebi. Po drugi strani pa nam bo trend izboljšanja rezultatov v svetu globalne konkurence, tehnoloških inovacij, neprestanih sprememb v procesih, negotovega ekonomskega in družbenega okolja ter neprestano spreminjajočih se zahtev odjemalcev predstavljal še večji izziv.

Nenazadnje so naša prizadevanja usklajena tudi z Odlokom o ustanovitvi javnega zavoda, Statutom javnega zavoda, Zakonom o javnih zavodih, Zakonom o spodbujanju razvoja turizma, Razvojnim načrtom in usmeritvami slovenskega turizma za obdobje 2007-2011 ter Uredbo o razvojnih spodbudah v turizmu, s Programom ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013 in ostale veljavne zakonodaje s področja ohranjanja naravne in kulturne dediščine.

Naj na tem mestu ponovno izrazim zadovoljstvo nad odločitvijo tistih organizacij in ustanov (na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju), ki nam pomagajo z aktivnim spodbujanjem in s podporo pri uvajanju »Destinacijskega Managementa« v Beli krajini, saj se tako vsebinsko navezujejo na odličnost poslovanja zavoda in s tem razvoja turizma kot samostojne gospodarske panoge v Beli krajini.



Borut Klobučar
direktor
RIC Bela krajina

B. Plan poslovanja

Izhodišča

Ugotavljamo, da Bela krajina lahko le s celostno strategijo in upravljanjem enovite destinacije, postane turistično območje, zanimivo za daljše obiske.

Poleg osnovnih informacij, ki jih navajamo v dokumentu, prikazujemo značilnosti turističnega območja, predstavljamo pregled turističnih produktov področja, obravnavamo management procesov in trženje produktov, ter na koncu predstavljamo sodelovanje med različnimi interesnimi skupinami.

Kljub dejstvu, da turizem ni prevladujoča dejavnost v Beli krajini, je bilo v zadnjih dveh letih opaziti porast prihodov turistov, saj je bilo v nastanitvenih objektih v Beli krajini zabeleženih za 8 % več prihodov turistov in za 3% več prenočitev kot leto poprej (Statistične informacije, št. 51, Statistični urad RS, 2007).

1. RIC Bela krajina – Javni zavod

1.1 Osebna izkaznica

1.1.1 Osnovni podatki

Ime zavoda: Razvojni informacijski center Bela krajina
Skrajšano ime in sedež: RIC BELA KRAJINA, Trg svobode 3, 8340 Črnomelj
Osnovna dejavnost: Promocija in pospeševanje turizma in podjetništva v Beli krajini
Matična številka: 1518399
Ident. številka za DDV: SI 71124101
Podračun EZR: 01217-6033130169
Število zaposlenih: 3 (stanje 31.12.2007)
Direktor zavoda: Borut Klobučar
Člani sveta zavoda:

- Sonja Klemenc (predsednica sveta zavoda)
- Greta Auguštin (predst. Občine Črnomelj)
- Andrej Pezdirc (predst. Občine Semič)
- Pavlina Svetič (predst. OOOZ Črnomelj)
- Vera Vardjan (predst. članov zavoda)
- Sašo Štefanič (predst. članov zavoda)
- Marjan Hutar (predst. Občine Črnomelj)
- Jože Gosenar (predst. Občine Črnomelj)
- Gregor Sajovic (predst. turističnih društev)
- Lidija Ivanšek (predst. zaposlenih v RIC-u)
- Samoel Malnarič (predst. članov zavoda)

1.1.2 Dejavnosti

Osnovna dejavnost zavoda je turistično upravljanje, promocija in razvoj turizma na geografskem območju Bele krajine.

Javni zavod opravlja naslednje naloge:

- priprava in izvajanje strategije razvoja turizma in malega gospodarstva,
- oblikovanje celovite turistične ponudbe,
- organiziranje in izvajanje informacijske dejavnosti,
- informiranje v okviru turistično in poslovno informacijskih centrov,
- pospeševanje turistične dejavnosti in promocija turistične ponudbe,
- spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture na območju občin ustanoviteljic,
- oblikovanje novih turističnih proizvodov,
- raziskovanje in analiziranje (trg, učinki delovanja),
- organizacija in izvajanje stikov z javnostjo in skupne ekonomske propagande,
- načrtovanje, organiziranje in izvajanje marketinške, informacijske in promocijske dejavnosti
- organizacija, koordinacija in izvajanje prireditvenih dejavnosti,
- sooblikovanje turistične ponudbe Slovenije in njene promocije,
- vključevanje aktivnosti turističnih društev s statusom društev, ki delujejo v javnem interesu,
- upravljanje naravnih vrednot zavarovanih območij in kulturnih spomenikov,
- svetovanje in pomoč pri pridobivanju sofinanciranja za posamezne projekte
- opravljanje storitev za pravne osebe in podjetnike posameznike
- povezovanje razpoložljivih kapacitet na področju razvoja in raziskav,

- pomoč in svetovanje pri trženju proizvodov in storitev,
- organizacija in izvajanje usposabljanj,
- sodelovanje in povezovanje z lokalnimi, regionalnimi in nacionalnimi subjekti
- pripravljane in aktiviranje razvojnih projektov,
- sodelovanje pri prostorskem planiranju,
- pripravljane razvojnih projektov v skladu z zahtevami Evropske unije,
- koordinacija med vsemi subjekti, ki vplivajo na razvoj turizma in malega gospodarstva,
- izvaja naloge, ki jih na zavod prenesejo ustanoviteljice z namenom razvoju in pospeševanja turizma in malega gospodarstva,
- izvajanje programov, ki jih bodo na zavod prenesle občine ustanoviteljice ali druge pravne osebe.

1.1.3 Zgodovina zavoda

Javni zavod RIC Bela krajina, je bil ustanovljen s sklepom okrožnega sodišča v Novem mestu dne 09.06.2004, na osnovi odloka o ustanovitvi RIC-a Bela krajina (Uradni list št. 23 z dne 12.02.2004).

Kot pravni naslednik obstoječega zavoda (Lokalna turistična organizacija Bela krajina – Zavod za razvoj in promocijo turizma Bela krajina, ustanovljen s sklepom sodišča 26.01.2002), zdajšnji zavod skrbi za pospeševanje, razvoj in promocijo turizma in malega gospodarstva na področju občin Črnomelj in Semič, ki sta tudi njegovi ustanoviteljici.

V preteklem obdobju smo glede na obstoječo razpoložljivost človeških virov in finančnih sredstev, poleg lokalnih aktivnosti, svoje delovanje usmerili predvsem na vzpostavljanje poslovnega odnosa zavoda s pristojnimi ustanovami in organizacijami na regijskem in nacionalnem nivoju.

Velja splošna ugotovitev, da smo kot LTO (v novem izrazoslovju »Destinacijska organizacija«) postali prepoznaven in upoštevan sogovornik pri načrtovanju inovativnih turističnih programov in aktivnosti.

Upoštevač veljavno zakonodajo (Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma-RNUST) in na podlagi občinskih sklepov vseh treh belokranjskih občin, smo poudarek delovanja namenili predvsem v pridobitev statusa upravljavca destinacije.

Rezultat tovrstnih aktivnosti je Soglasje k upravljanju turistične destinacije Bela krajina, ki ga je izdala Slovenska turistična organizacija v mesecu februarju 2008.

1.2 Članstvo

RIC Bela krajina ima v svojem statutu opredeljeno članstvo zavoda. 34. člen statuta pravi, da so člani zavoda »zainteresirane pravne osebe in podjetniki posamezniki, ki opravljajo s turizmom neposredno povezano dejavnost ter sobodajalci in tisti kmetje, ki opravljajo gostinsko dejavnost in imajo v občinah ustanoviteljicah svoj sedež, poslovno enoto ali drugo obliko registrirane dejavnosti, turistična in druga društva, ki delujejo na področju turizma ter druge zainteresirane pravne osebe, katerih dejavnost je posredno vezana na turistično dejavnost« in nadaljuje, da so lahko člani tudi »drugi zainteresirani samostojni podjetniki in obrtniki ter mala in srednja podjetja, ki imajo v občinah ustanoviteljicah svoj sedež, poslovno enoto ali drugo obliko registrirane dejavnosti, Območna obrtna zbornica Črnomelj ter druge zainteresirane pravne osebe«.

Skozi aktivnosti zavoda v osveščanju in timskem pristopu v letu 2007, šteje članstvo zavoda 65 članov, od tega društva oz. prostovoljne organizacije (javni sektor in civilna iniciativa) 50 članov, ter zasebni sektor 15 članov.

V preteklem letu poslovanja beležimo povpraševanju po včlanjevanju tudi s strani subjektov, ki so registrirani na področju občine Metlika, vendar jih izključno zaradi zakonski omejitev (Akt o ustanovitvi zavoda in Statut zavoda) ne moremo včlaniti dokler se ustanoviteljicam zavoda ne priključi tudi Občina Metlika.

1.3 Zaposlovanje v letu 2008

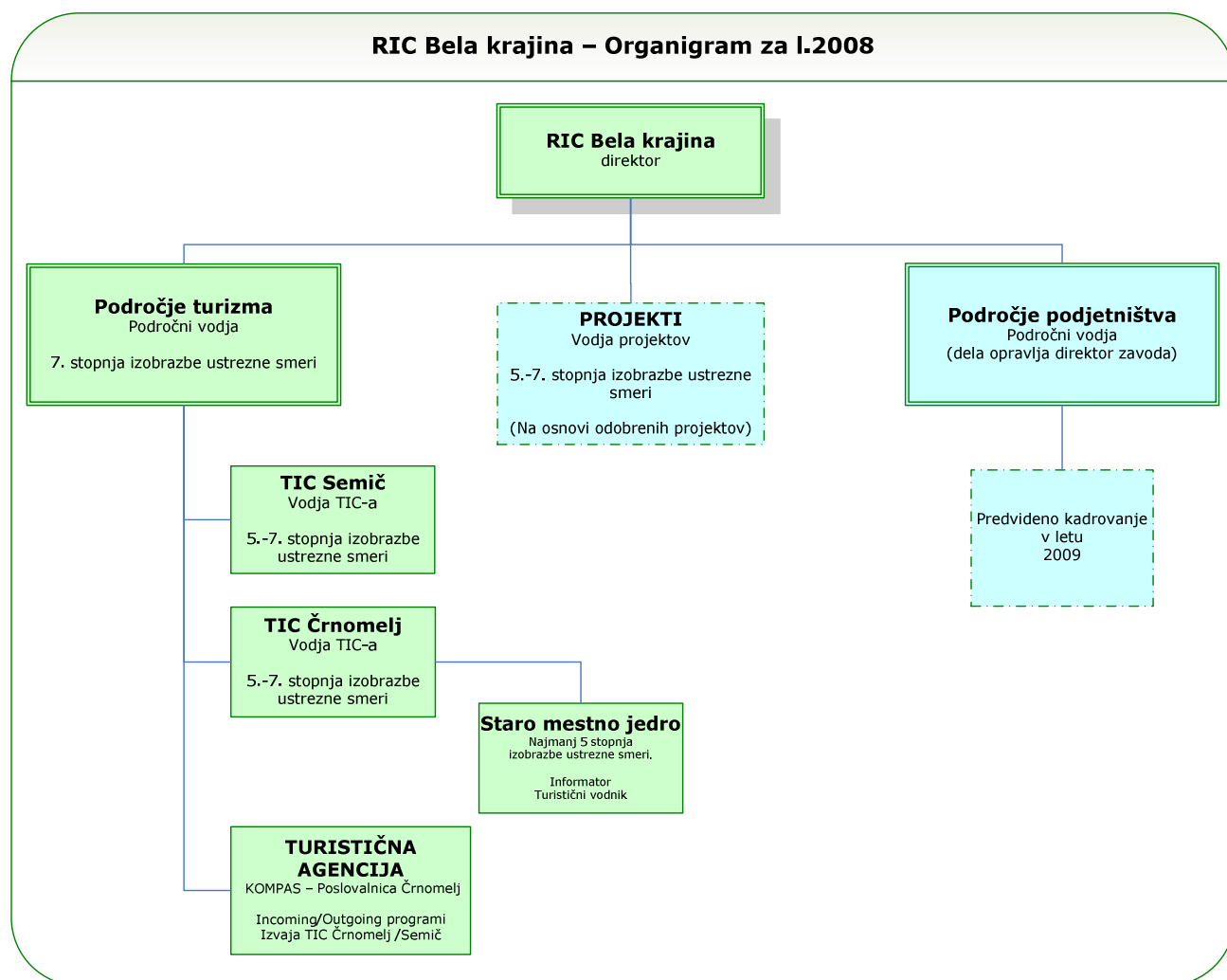
S pričetkom poslovnega leta 2008 je javni zavod v svojem delovanju, skladnem s planom poslovanja za leto 2007 redno zaposloval sledeči kader:

- Borut Klobučar, direktor javnega zavoda
- Lidija Ivanšek, Področni vodja turizma
- Tanja Prešeren, Vodja TIC Semič

1.3.1 Kadrovsko organizacijski načrt za I.2008

Kadrovski načrt prikazuje plan zaposlovanja in organizacijo zaposlenih za leto 2008. Usklajen je s finančnim načrtom, ter potrebami glede na zastavljene aktivnosti in usmeritve v delovanju zavoda za leto 2008.

Slika 1: Organigram za I. 2008



1.3.2 Javna dela / Projekti / Študentsko delo

a) Staro mestno jedro - Črnomelj

Na osnovi upravljanja z lokacijo »Maleričeva hiša – hiša belokranjskih rokodelcev«, kjer izvajamo stalne razstave in tržimo predvsem rokodelske artikle domačih proizvajalcev, ter na osnovi upravljanja z Vinarsko informacijskim centrom Bela krajina (Črnomaljska klet), bomo z namenom **oživitve starega mestnega jedra** in vodenja obiskovalcev po starem mestnem jedru odprli delovno mesto »**Informator – Turistični vodnik**«.

Navedeni kader planiramo financirati v okviru zmožnosti, in sicer iz naslova projektov, študentskega dela ali lastnih sredstev.

b) Projektne zaposlitve; Izhajajo iz potreb glede na odobrene projekte oziroma odprte razpise. V kolikor bomo uspešni pri pridobivanju projektov, bomo v okviru trajanja le-teh za določen čas zaposlili ustrezne kadre, s katerimi bomo zmožni izvajati aktivnosti projektov.

c) Študentsko delo; Posluževati se ga nameravamo skladno s potrebami v času organizacije večjih prireditev ali drugih dogodkov.

1.4 Izobraževanje kadra

1.4.1 Interna izobraževanja

Skladno združevanju in upravljanju destinacije Bela krajina, nameravamo v letu 2008 oblikovati program skupnih izobraževanj, ki bo kadru zavoda in turističnim delavcem na destinaciji omogočal kar najbolj kakovostno izvajanje operativnih del (turistično vodenje, e-vzdrževanje portalov, marketinški prijemi in metode, trženje programov, znanje tujih jezikov itd...).

1.4.2 Usposabljanja

Glede na potrebe, spremembe zakonodaje in aktualne novitete na področju turistične dejavnosti, nameravamo na osnovi razpoložljivosti finančnih sredstev celoten kader izobraževati v skladu s potrebnimi znanji in zahtevnostjo izvajanja delovnih nalog. Udeleževati se nameravamo seminarjev, posvetov, in specialističnih izobraževanj.

1.5 Lastno trženje

Pod lastno trženje smatramo dejavnosti, ki jih bo zavod opravljal v smislu trženja in lastnega pridobivanja sredstev za svoje delovanje, in sicer:

- Trgovina domače obrti
Prodaja rokodelskih izdelkov in spominkov v TIC-ih in Maleričevi hiši v Črnomlju
- Turistična agencija Kompas NM - Poslovalnica Črnomelj
Izvajamo prodaja turističnih aranžmajev, usmerjano predvsem na »incoming« turizem.
- Eventim – prodaja vstopnic za koncerte
Zastopstvo prodaje izvajamo od sept. 1.2005 na lokaciji TIC Črnomelj.
- Vinarsko informacijski center Bela krajina – Črnomaljska klet
Julija 2006 smo klet v sodelovanju z Društvom vinogradnikov Črnomelj prevzeli v upravljanje.

1.5.1 Maleričeva hiša – Hiša belokranjskih rokodelcev

Kot je razvidno iz organigrama in kadrovskega načrta za l. 2008, bomo v l. 2008 odprli delovno mesto Informator –Turistični vodnik. Glede na razpoložljivost sredstev (lastna sredstva oz. sredstva razpisov) želimo povečati obisk mestnega jedra in povečati trženje na navedeni lokaciji. Istočasno bo zaposleni kader opravljal dnevne naloge v zvezi s Črnomaljsko kletjo.

1.5.2 Vinarsko informacijski center Bele krajine – Črnomaljska klet

Skupaj z DV Črnomelj bomo tudi v l. 2008 izvajali degustacije vin najboljših belokranjskih pridelovalcev. Z omejenimi človeškimi viri, menimo, da brez povečanja kadra ni mogoče povečati realizacije kleti. Glede na prakso v letu 2007, ocenjujemo da so tudi degustatorji (člani društva) časovno omejeni, zato poudarjam, da bomo težko v letu 2008 povečali sicer dober poslovni rezultat.

2. RIC Bela krajina – Destinacijska organizacija

Kot smo lahko zaznavali v preteklih letih, Bela krajina potrebuje izdelane skupne produkte oz. programe trženja obstoječe turistične infrastrukture, ki bodo zajemali optimalen izkoristek vseh potencialov. Osnovni namen je združiti obstoječe članstvo RIC-a, kakor tudi druge turistične ponudnike v skupni nastop in s tem večjo ekonomsko učinkovitost.

Z izdelanimi enodnevni oziroma večdnevni programi (izleti), lahko konkurenčno nastopamo na sejnih in možnih skupnih predstavitev, kar v smislu marketinga povečuje število obiskovalcev. Ponuditi le določeno lokacijo, brez izdelanega programa in stroškovnika oziroma cenovne ponudbe, je za današnjega gosta (turista) enostavno premalo.

V nadaljevanju predstavljamo vizijo, poslanstvom in strategijo zavoda, s katerimi želimo predlagati osnovne usmeritve delovanja zavoda in trženja enovite destinacije Bela krajina. V smislu upravljanja celotnega področja, smo navedeni dokument izdelali v letu 2007.

2.1 Vizija, poslanstvo in strategija

2.1.1 Vizija

Vizija zavoda je biti vrhunski upravljavec vseh naravnih, kulturnih in ostalih danosti, ki ob stalnem osveščanju in razvoju človeških potencialov zagotavljajo odlično trženje turizma na območju Bele krajine.

Obenem želimo razvijati vrhunsko storitev na področju turističnih programov, ki se tržijo v obliki zaključenih tematskih produktov.

Kot vrhunec vsega vidimo strateško upravljanje turistične destinacije Bela krajina na zaključenem geografskem območju med Gorjanci, Kočevskim rogom in reko Kolpo, oziroma na območju lokalnih skupnosti Črnomelj, Metlika in Semič.

2.1.2 Poslanstvo

Poslanstvo javnega zavoda RIC Bela krajina je varovati in ohranjati naravno in kulturno dediščino, jo na najbolj ustrezne načine interpretirati obiskovalcem ter jih ob tem navduševati za več znanja, več doživetij, predvsem pa daljši čas bivanja na destinaciji. Med svoje poslanstvo štejemo tudi razvoj in vzdrževanje vrhunske ravni storitev, ki jih turistični akterji nudijo svojim gostom. Zavedamo se občutljivosti dejavnosti, v kateri delujemo, in je na eni strani podvržena visokim naravo-varstvenim in kulturno-varstvenim merilom, na drugi pa visokim pričakovanjem in občutljivosti obiskovalcev.

Svoje poslanstvo gradimo na posebej izoblikovanih vrednotah:

- **vrednota varovanja in ohranjanja naravne in kulturne dediščine**
Mora biti dostopna našim zanamcem. Zato osveščamo in izobražujemo o njihovi enkratnosti, neponovljivosti in krhkosti, kar zlasti upoštevamo pri vseh novih posegih;
- **vrednota odnosa do obiskovalca**
Je gonilo, s katerim utemeljujemo svoj obstoj. Smo vedno prijazni, v okviru možnosti ustrezemo željam in potrebam gostov in pri tem nikoli ne pozabimo na poštenje in spoštljivost;
- **vrednota medsebojnega zaupanja**
Je temelj skupnega dela, medčloveških odnosov, spoštovanja sodelavcev, večstranske komunikacije, medsebojne pomoči in nenazadnje usmerjenosti k skupnim ciljem ter pripadnosti zavodu;
- **vrednota lastnih znanj (inovacija) in njihovega podajanja (izobraževanje).**
Še posebej smo usmerjeni v inovacije in izobraževanje na področjih, ki so nam vsebinsko najbližja: turizem in gastronomija, regionalna etnologija in zgodovina ...;
- **vrednota ciljev lastnikov in pričakovanj javnosti.**
Smo javni zavod z jasnimi poslovnimi cilji, hkrati pa smo zaradi dejavnosti, ki jo opravljamo, pomembno vpeti v javno življenje in pogosto merilo in zgled drugim organizacijam;
- **vrednota odprtosti družbenemu okolju.**
Posebej izpostavljamo sodelovanje z lokalnimi skupnostmi, s katerimi smo vpeti, pomembno pa je sodelovanje tudi z strokovnimi ustanovami, interesnimi združenji in ostalimi partnerji ter civilno iniciativo.

2.1.3 Strategija

Strategija zavoda (dokument planiramo v celoti izdelati v letu 2008) in s tem povezano trženje predvidevata v naslednjem strateškem obdobju 2007-2013 razvoj v štirih smereh:

- Rekreativni turizem;
- Eko-turizem;
- Zdraviliški turizem; (v razvoju; Metlika, Črnomelj)
- Management turistične destinacije Bela krajina.

Navedene smeri razvoja temeljijo na pomembnosti turističnih produktov, ki so razvidne iz spodaj navedene tabele.

BUHALISOV 6A MODEL	POMEMBNOST	
	NIZKA	VISOKA
ATRAKCIJE	Zgodovinska in kulturna dediščina	Rečni turizem
AKTIVNOSTI	Pohodništvo	Vino in kulinarika
NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI IN DRUGE STORITVE		Kmečki turizem
RAZPOLOŽLJIVI TURISTIČNI PAKETI	Posebni dogodki	
KVALITATIVNA OCENA		
DOSTOPNOST	Slaba vzdrževanost cest, ki vodijo do turističnih atrakcij Nevarna cestna infrastruktura Pomanjkanje označb in usmeritvenih tabel do turističnih atrakcij	
PODPORNE TURISTIČNE STORITVE	Slaba razpoložljivost podpornih storitev (trgovina, bančni avtomati), večinoma so na voljo le v treh glavnih občinah	

Vir: Analiza destinacije Bela krajina, prof. Prašnikar, s skupino podiplomskih študentov - EF Ljubljana (2007)

Vsako področje posebej mora imeti izdelan lasten poslovni načrt s poudarkom na trženju in sinergijskih učinkih rabe človeških virov in infrastrukture.

Rezultat ciljev po posameznih področjih mora zasledovati planirane strateške cilje do leta 2013:

- rast števila obiskovalcev Bele krajine povprečno za najmanj 4 % letno;
- rast števila nočitev povprečno za najmanj 5 % letno in podaljšanje povprečne dobe bivanja na 2,5 nočitve;
- rast prihodkov za najmanj 10 % letno;
- iskanje sinergijskih učinkov in obvladovanje stroškov.

Rekreativni turizem

Bela krajina zadnja leta usmerja svojo turistično ponudbo na slovenskem in tujem trgu predvsem v rekreativno ponudbo preživljanja prostega časa. To dejstvo podpirajo zlasti število zainteresiranih obiskovalcev, način trženja, način vodenja in vsa spremljevalna infrastruktura in storitve, ki so se razvile v zadnjem desetletju. Na tem mestu izpostavljam trenutni značaj enodnevne izletniške točke.

Dejstvu rekreativnega turizma se ne želimo izogibati niti v prihodnje, saj ravno ta številčnost generira ekonomsko hrbtenico dejavnosti celotnega poslovanja. Konec koncev so na tej osnovi najbolj izkoriščeni potenciali reke Kolpe (ribolov, čolnarjenje, rafting...) in ostalih naravnih in kulturnih danosti destinacije, kar ob zgodovinski dobrosrčnosti lokalnega prebivalstva lahko s pridom izkoriščajo turistični akterji.

Glavne spremembe gredo v smeri pestrejšje ponudbe, individualizacije obiska in večje prepoznavnosti Belokranjske vinsko-turistične ceste, ki s prireditvami predstavlja okostje trženja gastronomske ponudbe in sobodajalstva v Beli krajini.

Glavne ciljne skupine:

- organizatorji potovanj;
- razna združenja, ustanove, podjetja, organizacije...;
- posamezniki (družine, naključni popotniki, tranzitni obiskovalci).

Ekoturizem

Gre za trend, ki je prisoten tako globalno kot prihaja v zavest tudi lokalno oziroma regionalno. Regionalni razvojni program uvaja kot eno izmed svojih razvojnih prioritete tudi področje ekoturizma, katerega pomemben odraz je na eni strani sicer v izjemnih naravnih, kulturnih in zgodovinskih danostih, na drugi strani pa zagotovo prav v turizmu, kot pomembni gospodarski dejavnosti s pričakovano visoko stopnjo rasti.

Z dvema zaščitenima področjema narave (Krajinski park Kolpa in Krajinski park Lahinja) je »Eko turizem« razvojna priložnost predvsem v smislu oblikovanja širše zasnovane turistične destinacije Bela krajina. Zagotovo generira goste, ki se bodo odločali za daljše počitnikovanje v

tem okolju zaradi danosti okolja in zaradi možnosti, ki jih bodo nudili ponudniki s povezanimi turističnimi programi.

Obisk glavnih znamenitosti bo tako samo ena izmed možnosti ali obvezna točka večdnevnega programa. Prednostna naloga je zagotavljanje ustreznih namestitvenih zmogljivosti.

Glavni vsebinski cilji:

- vzpostavitev poslovnih odnosov za dolgoročno obdobje z lastniki posameznih zemljišč;
- vzpostavitev gastronomske in namestitvene ponudbe na področju parkov kot središč naravnega okolja;
- razvoj specifičnih programov iz področja naravovarstva;
- uvajanje programov doživetij v naravi: botanični sprehodi, opazovanje ptic in divjadi, fotolov, ribolov in lov;
- povezovanje in vključevanje obstoječe ponudbe rekreativnega turizma
- spodbujanje razvoja lastnih dopolnilnih turističnih programov pri drugih ponudnikih;
- zagotavljanje pestre ponudbe preko celega leta

Glavne ciljne skupine:

- posamezniki (ljubitelji narave in doživetij, avanturisti in rekreativci, družine);
- interesna združenja, organizirani kupci ...;
- specializirani organizatorji potovanja.

Zdraviliški turizem (v razvoju!)

V neposredni bližini destinacije, se nahaja eno večjih podjetij zdraviliškega turizma v Sloveniji (Terme Krka d.o.o. s sedežem v Novem mestu). V regiji se nahajajo še terme v Šmarjeških Toplicah, ki se ponašajo z bogato zdraviliško oz. turistično tradicijo. Trenutno se obiskovalci »soseščine« odpravljajo na enodnevne izlete v Belo krajino.

Upoštevajoč trende in potrebe hitro rastoče družbe, se Bela krajina že nekaj let pripravlja za vstop na trg zdraviliškega turizma (wellness), in sicer konkretno z investicijami v termalno infrastrukturo.

Rezultat vseh dosedanje raziskav sta vrtni, na osnovi katerih bo moč konkurenčno preiti v drugo fazo - pridobivanje partnerjev za investicije v lastno ponudbo.

S kakovostnimi hotelsko-gostinskimi, zdravstvenimi, wellness in športno-rekreativnimi storitvami lahko obiskovalcem dolgoročno pomagamo pri ohranjanju in krepitevi zdravja ter tako dolgoročno vplivamo na zadovoljstvo gostov in s tem posledično na številčnost le-teh.

Management turistične destinacije Bela krajina

Pravne podlage

Razvojni načrt in usmeritve Slovenskega turizma za obdobje 2007 – 2011 (RNUST) predvideva nadgradnjo, redefiniranje in reorganizacijo lokalne organiziranosti (nivo LTO, TIC ipd) v učinkovito destinacijsko organizacijo, ki bo uspela vzpostaviti partnerske odnose v med-lokalnem okolju (več občin, gospodarskih ponudnikov, društev) ter vzpostavila sistem **opravljanje vseh funkcij, kot so opredeljene v RNUST**. V nadaljevanju RNUST predvideva vzpostavitev regionalne organiziranosti ter nadgradnjo, redefiniranje in reorganiziranje nacionalnega nivoja.

Razvoj in spodbujanje razvoja turizma na lokalni ravni je zakonska pristojnost lokalnih skupnosti. Brez ustreznega in uspešnega sistema na lokalnem nivoju ne more priti do izkoristka vseh potencialov, ki jih predstavlja turizem ne samo kot gospodarska panoga, ampak tudi kot orodje za družbeni razvoj v lokalnih okoljih, ter zaščitnik naravne in antropološke dediščine lokalnega okolja.

Iz tega vidika želimo povezati vse občine Bele krajine v smiselno zaokroženo turistično območje - destinacijo, ki mora tudi turistu kazati homogenost, povezanost, hkrati pa se mora biti sposobna tudi enakovredno povezovati s sosednjimi območji (Dolenjsko, Posavjem, Mirensko dolino, sosednjo HR) v regionalni nivo.

Na osnovi zgoraj navedenega danes lahko govorimo o managementu turistične destinacije pod krovno tržno znamko »Bela krajina – dobro za oba«.

Gre za enovito in geografsko zaključeno celoto, ki se razprostira južno od Gorjancev in Kočevskega roga proti južni meji R Slovenije oziroma reki Kolpi.

Glavne aktivnosti zavoda bodo usmerjene v vzpostavljanje poslovnega okolja in promocijo.

Glavni vsebinski cilji:

- uveljavitev pojmovanja turistične destinacije v strokovni in regionalni javnosti;
- vzpostavitev organa ali organizacije upravljanja in koordinacije med posameznimi partnerji;
- uveljavitev tržne znamke in njeno utrjevanje na trgu s povečevanjem prisotnosti na turističnih sejmih, v katalogih, vodnikih, medijih in na sploh v javnosti;
- povezovanje različnih ponudnikov turističnih storitev;
- iskanje sinergij pri promociji v okviru krovne tržne znamke in razvoju človeških virov.

Glavne ciljne skupine:

- ponudniki turističnih storitev na destinaciji;
- lokalne skupnosti;
- strokovna javnost.

2.2 Nastop destinacije v regiji

Le z enotno organiziranostjo na lokalni ravni (Bela krajina), bomo lahko uspešno nastopali in vzdrževali partnerski odnos v regiji. Spodnja slika prikazuje organiziranost na regionalni ravni, kjer naš zavod lahko *izkazuje prednost pred ostalimi*. Smo namreč prva organizacija v regiji (verjetno tudi na nacionalnem nivoju), ki je uspela skoraj v celoti preoblikovati strukturo glede na veljavno zakonodajo (RNUST).

Slika 2: Organiziranost upravljanja turizma na regionalni ravni



2.3 Tržna znamka

2.3.1 Kaj je tržna znamka?

Tržna znamka je izraz, ki se v sodobni tržno komunikacijski teoriji uporablja kot širši pomen izraza blagovna znamka, saj zajema korporativne, izdelčne in storitvene znamke.

Angleški izraz »brand« izhaja iz postopka označevanja živine, ponavadi goveda, pri čemer je »brand« v resnici živ (goreč) del lesa, ki na živali pusti odtis. Tržna znamka »Bela krajina - dobro za oba« je torej nekaj živega, kar pušča odtis - in se s tem razlikuje od svojega odtisa, zunanje podobe.

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« ni logotip. Logotip je le prepoznavni znak, oziroma del celostne podobe (CGP), ki predstavlja manjši del tržne znamke. Le-to sestavljajo tudi podrobnosti (kot na primer frizura tajnice, upoštevanje načela poslovnega obnašanja, morale itd...). Vse to in še marsikaj lahko podpira obljubo, ki jo daje tržna znamka, ali pa obljubo in z njo dodano vrednost tržne znamke postavlja na trhle temelje. Pri definiciji gremo lahko celo tako daleč, da trdimo, da tržne znamke ne naredi organizacija, pač pa nastane v potrošniku.

Zatorej je tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« seštevek vseh občutij, mnenj, stališč, izkušenj. Je vse, kar doživi uporabnik in je seštevek tega, kar se več uporabnikov pogovarja med seboj. Vsako podjetje, produkt, storitev, mesto, država, vas ali oseba v Beli krajini lahko pridobi, če vzpostavi in gradi skupno tržno znamko. Če le-te ne bomo nadzirali namensko, se bo ob vstopu na trg vzpostavila sama.

2.3.2 Pojem

Tržna znamka oz. slogan le-te »dobro za oba« ni lastnost izdelka ali storitve, ampak je skupek vtisov, občutij in znanja, ki ga ima uporabnik o posamezni entiteti na trgu.

Tako zbrani vtisi s pojmovanjem slogana »dobro za oba« tvorijo:

- funkcionalne obljube izdelka ali storitve
- emocionalne obljube
- izkustvene obljube
- koristi znamke
- razlikovalne prednosti znamke
- osebnost znamke
- namen znamke
- vizija znamke
- vrednote znamke

Elementi znamke tvorijo »zgodbo« znamke, ki jo ta pripoveduje svojim uporabnikom, zgodbo, ki jo uporabniki ob uporabi želijo ponavljati. Večja kot je želja uporabnikov, da bi bili del te zgodbe, močnejša je znamka (slogan) in večji je njen tržni uspeh. Tako opredeljena znamka ne velja le za tržne proizvode in storitve, ampak tudi za neprofitne organizacije civilne družbe in njihov storitve, javne ustanove (mesta), pa tudi posameznike individualiste.

2.3.3 Pravne podlage

Blagovna znamka (angl. trade mark) je pravica industrijske lastnine, s katero se zavaruje kakršenkoli znak ali kombinacija znakov (objekt varstva), ki jih je mogoče grafično prikazati in ki v gospodarskem prometu omogočajo razlikovanje blaga oziroma storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega podjetja. V teoriji tržnega komuniciranja ločimo korporativne, storitvene in blagovne znamke. Ker so vse tri na trgu, je njihova nadpomenka "tržna znamka".

Blagovna znamka v pravu je sestavni del področja intelektualne lastnine, obsega pa pravice, ki ne izhajajo iz stvarnega prava, so pa tržno zanimive. Te pravice izhajajo iz določene intelektualne aktivnosti na industrijskem, znanstvenem, literarnem in umetniškem področju ter obsega patente, modele, blagovne znamke ter oznake geografskega porekla. V gospodarskem prometu blagovne znamke omogočajo razlikovanje blaga oziroma storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega podjetja in imajo bistven vpliv na konkurenčnost.

Bistvo intelektualne lastnine je, da ustvarjalec nima več nadzora nad uporabo ideje, izumom, glasbenim delom oz. blagovno znamko, ko je enkrat dostopna javnosti. Tudi zakoniti lastnik, ki si je priskrbel lastništvo nad intelektualno stvaritvijo, ne more varovati te lastnine kot to velja za fizične predmete. To osnovno dejstvo, nemoč varovati intelektualno lastnino s posedovanjem, je opredeljeno s konceptom mednarodnih in notranjih predpisov o intelektualni lastnini in njeni pravni zaščiti.

Zakonodajo in zakonsko regulativo v Sloveniji urejata dva osnovna zakona (Zakon o industrijski lastnini in Zakon o avtorskih in sorodnih pravicah) in uredba Sveta ES o blagovni znamki Skupnosti, ki velja neposredno. Blagovna znamka se lahko registrira (zavaruje) nacionalno, v ES kot Znamka skupnosti ali mednarodno pri Uradu RS za intelektualno lastnino.

2.3.4 Poslanstvo

S tržno znamko »Bela krajina – dobro za oba«, želimo uveljaviti njena načela in vrednote. V nadaljevanju jih navajamo, ker smatramo da slogan »dobro za oba« odraža spodaj navedena načela:

1. Kompetentna (Competent);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« ni puhla, saj za njo stoji kakovost, podprta skozi čas, in znanje lokalnega prebivalstva.

Primer: IKEA je začela z lepim a nekakovostnim pohištvo. Blagovna znamka se je dvignila v nebo šele, ko so začeli sodelovati z boljšimi proizvajalci. Brez dobrega produkta, ki naslavlja realne potrebe, z brandingom raje ne začnimo!

2. Kredibilna (Credible);

Mora držati obljubo. Na vseh področjih sodelovanja s potrošnikom se morajo vsi odgovorni zavedati obljube.

Primer: Če komuniciramo preprostost naše storitve, potrošnik pa mora na nujno informacijo čakati ure in ure ter poklicati pet ljudi, pač nismo kredibilni.

3. Jasna (Clear);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« ve kaj je in tudi kaj ni! Ve, kaj je njena obljuba vrednosti, ki jo ločuje od konkurenčnih znamk.

Primer: Volvo = varnost. Ni športen, ni luksuzen, ni majhen mestni ... Njegova jasnost ga ločuje od konkurence, ki skuša biti vse za vsakogar.

4. Privlačna (Compelling);

Je prilagojena in relevantna ciljni javnosti. Ve, komu je namenjena in v njem ustvarja navdušenje do svoje ponudbe.

Primer: Hostel Celica navdušuje mlade nahrbtničarje, receptor v hotelu Domina pa takoj pokliče krepkega varnostnika, ko na vratih opazi gosta v kratkih hlačah.

5. Konsistentna (Consistent);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« bo ostala čim bolj nespremenjena skozi čas. Ko v podjetje pride nova uprava ali v mesto nov župan, se hitro pojavi želja po repozicioniranju. Pravilo konsistentnosti pravi, naj se znamka čim manj spreminja. Nenadne spremembe lahko uničijo ves v preteklosti zbrani kapital, zato naj se spreminja skrajno pazljivo in postopoma.

6. Konstantna (Constant);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« ima strategijo in taktični plan komuniciranja, ki bo vedno opazna in bo gradila stalen odnos z vmesnimi popestritvami, da ne zdrsnje v pozabo.

Primer: Določene znamke tega praviloma nimajo, zato se zgodi, da jih nekaj let ne opazimo, potem pa kar naenkrat izstrelijo izdatna finančna sredstva za enomesečno oglasno akcijo.

7. Samozavestna (Confident);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« bo samozavestna in prepričljiva, ki posedujejo to kvaliteto, ne »caplja na mestu«, pač pa sprejema drzne odločitve in se sooči s posledicami. Sledi viziji in verjame v njeno uresničitev.

8. Povezana (Connected);

Na trgu bo uspevala tako, da bo vpeta v skupnost, imela bo mrežo partnerjev, sponzorirancev in navdušenih strank, ki kot ambasadorji krepijo moč znamke na trgu.

Primer: Slovenski Mobitel tradicionalno podpira gasilce ...

9. Predana (Committed);

Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« bo dolgoročna. Izhajamo iz tega, da »Branding« ni en oglas ali dogodek, pač pa dolgoročno prepletanje komunikacij.

Primer: Coca Cola, Armani in McDonalds' svojo obljubo uresničujejo že zelo dolgo, Google, Amazon in Microsoft pa to načrtujejo.

10. Današnja (Current);

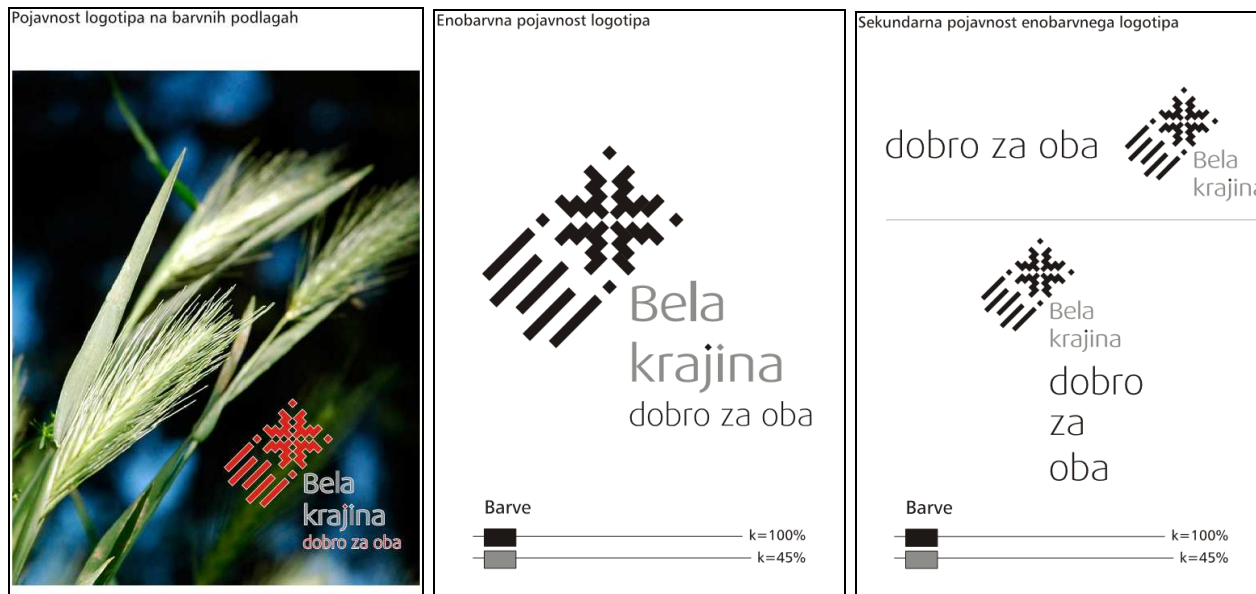
Tržna znamka »Bela krajina – dobro za oba« ne živi v preteklosti. Ustvarjena je za danes in se razvija za jutri.

Primer: Mogoče so zanimiv primer današnjosti aktualna Microsoftova branding prizadevanja...

2.3.5 Celostna grafična podoba (CGP)

Za znamko »Bela krajina-dobro za oba« smo izdelali tudi celostno grafično podobo (CGP), ki je bila v letu 2007 že uporabljena, in sicer na vseh promocijskih dogajanjih, ki ga je zavod izvajal v preteklem letu.





2.3.6 Aktivnosti »znamke« za leto 2008

a) Zaščita znamke

S strani zavoda smo v letu 2007 pričeli s postopkom zaščite tržne znamke, ki ga planiramo zaključiti v l.2008. Smatramo, da bomo z ustrezno zaščito lahko pravno formalno nadzirali uporabo, čeprav se zavedamo, da je tržna znamka v svojem bistvu v uporabniku, ne pa pri lastniku znamke. Na takšen način nam bo omogočen trajen razvoj znamke, po meri ciljnega uporabnika in s priporočilom integriranega (povezanega) tržnega komuniciranja.

b) Uporaba znamke

V tekočem letu bomo poskušali v največji meri znamko »lansirati« uporabnikom iz področja Bele krajine, in sicer na način, da bodo tako javne ustanove, zasebniki, podjetja in predstavniki civilne iniciative pričeli uporabljati sam logotip in slogan na svojih proizvodih, pri lastnih storitvah oz. v poslovnem komuniciranju. Seveda bomo pri podeljevanju znamke upoštevali kakovostne ravni uporabnika.

Cilji za leto 2008:

- pričeti z vpeljevanjem tržne znamke na destinaciji
- animirati lokalne, regionalne in nacionalne institucije
- omogočiti večjo dodano vrednost pri trženju

Financiranje:

- potrebna okvirna finančna sredstva: cca 1.050 €
- ostale donacije in sponzorstva: 0 €
- drugi finančni resursi; *Možni razpisi ministrstev in sredstva EU, s katerimi v primeru odobritve planiramo hitreje vpeljevati znamko pri uporabnikih*

2.4 Povezovalne aktivnosti RIC-a

2.4.1 Register turističnih vodnikov

V letu 2007 smo skupaj z občinami Bele krajine sooblikovali predlog Odloka o turističnem vodenju organiziranih skupin po Beli krajini. Osnovni namen je vzpostavitev enotnega registra turističnih vodnikov Bele krajine, s katerim bomo tudi pravno formalno pričeli z nadzorovanim vodenjem skupin, oziroma bodo skupine obiskovalcev primorane (če same ne bodo imele vodnika/-co z republiško licenco) »najeti« lokalnega turističnega vodnika/-co. Na takšen način bomo razpolagali s potrebnimi (realnimi) statističnimi podatki glede skupin, njihovem številu,

velikosti oziroma bomo vedeli kateri ciljni skupini turistov pripadajo. Na tej osnovi bomo lahko planirali nadaljnje marketinške aktivnosti.

Cilji v letu 2008:

- vzpostavitev registra turističnih vodnikov Bele krajine
- skrb za strokovno izpopolnjenost turističnih vodnikov
- opredelitev programov turističnega vodenja
- izvajanje, sprejem naročil in evidenca turističnih vodenj
- koordinacija izvajanja vodenja skupin

Financiranje:

- predvidena sredstva RIC-a oz. lokalnih skupnosti
Pogoj: Sprejet odlok o turističnem vodenju s strani vseh treh občin Bele krajine

2.4.2 Okrogla miza

Tudi v letu 2008 planiramo izvesti 2 ali 3 okrogle mize na temo turizma ali podjetništva. Izbrali bomo najbolj aktualne teme, oziroma obravnavali perečo tekočo problematiko.

2.4.3 Posvet STIC

V sodelovanju z STO, planiramo v drugi polovici leta 2008 izpeljati posvet slovenskih turističnih informativnih centrov, kajti izkušnje prejšnjih let so pokazale izredno zanimanje udeležencev. Istočasno lahko lokalni turistični kader (akterji in turistični delavci) izmenja dragocene izkušnje in mnenja s kolegi iz ostalih predelov Slovenije.

3. Tržne aktivnosti

Med tržne aktivnosti javnega zavoda štejemo sodelovanje na razpoložljivih turističnih borzah, sejmih, workshop-ih in delavnicah. Kot organizator nastopa bodisi Slovenska turistična organizacija ali ostale pristojne ustanove iz Slovenije ali tujine.

3.1 Sejmi

Pri sejemskih predstavitev imamo namen enotno promovirati destinacijo Bela krajina. Udeležiti se nameravamo sejma TIP v Ljubljani, MOS v Celju, sejma Narava in zdravje v Ljubljani, Obrtnega sejma v Karlovcu (HR) ter enega sejma v tujini.

Financiranje:

- Sredstva lokalnih skupnosti Bele krajine (cca 13.500 €), kot sledi:
 - Občina Črnomelj – 6.250 €
 - Občina Metlika – 4.167 €
 - Občina Semič – 813 €
- Sredstva sponzorjev oz. soudeležencev sejma: cca 2.270 €

Cilji v letu 2008:

- pričeti z vpeljevanjem tržne znamke Bele s prepoznavno podobo - tudi v tujini
- animirati lokalne, regionalne in nacionalne institucije
- omogočiti večjo dodano vrednost lokalnim akterjem pri trženju turizma

3.2 Workshop-i, borze

Namen sodelovanja na »workshop-ih« (dogodek, kjer se srečata turistična ponudba in povpraševanje) in borzah je vzpostaviti sodelovanje s turističnimi agencijami in ostalimi akterji, ki se organizirano ukvarjajo s trženjem turizma. Za Belo krajino so zanimive skupine med 30 in 40 oseb, s zanimanjem do eno ali dvo-dnevnega turističnega programa po Beli krajini (izleti

ustanov, šolarjev, upokojenecv...). Na borzah in workshop-ih namerava zavod nastopati kot turistična agencija pod znamko turistične destinacije.

3.3 Študijske ture in predstavitve medijem

V okviru sodelovanja z STO in mediji iz področja turističnega delovanja, kot gostitelji izvajamo predstavitve udeležencem študijskih tur, skupinam študentov in specializiranim novinarjem. Osnovni namen je promovirati Belo krajino na pravilen način, z vsemi potenciali in turističnimi ponudniki, ki so zmožni zagotavljati kakovostno raven storitve.

4. Promocija

Pod pojmom promocija planiramo oblikovati celostno promocijsko gradivo na nivoju destinacije, organizirati belokranjske dneve, izvajati nastope v medijih z vključevanjem akterjev in v skladu s potrebami organizirati prireditve v Beli krajini. S slednjimi želimo povečati število obiskovalcev izven Bele krajine. Promocijo bomo v l. 2008 izvajali na treh od štirih smeri strateških turističnih produktov (rekreativni turizem, eko-turizem in Managementu turistične destinacije).

4.1 Oblikovanje celostnega promocijskega gradiva

4.1.1 Tiskovine

a) Katalog »Bela krajina – dobro za oba«

Izdati planiramo ponatis uveljavljenega in prenovljenega osrednjega kataloga turistične ponudbe destinacije.

Cilji za leto 2008:

- dopolniti, nadgraditi in izvesti ponatis
- ponatis v angleškem in nemškem jeziku
- zagotoviti ustrezno informiranost potencialnih obiskovalcev
- povečati medsebojno združeno delovanje in nastop članstva RIC-a
- omogočiti članom znižanje stroška marketinga

Financiranje:

- Sredstva lokalnih skupnosti Bele krajine:
Občina Črnomelj – 6.000 €, Občina Metlika – 4.000 €, Občina Semič – 2.000 €
- ostale donacije in sponzorstva; za leto 2008 niso predvidena

b) Brošura »Koledar prireditev 2008« (Kam? Kdaj? Zakaj?)

Izdali bomo brošuro »Koledar prireditev 2008«, ki je letni napovednik vseh prireditev iz področja turizma, kulture, športa in rekreacije ter ostalih množičnejših dogodkov, ki jih na destinaciji organizirajo razni ponudniki (društva, organizacije, itd).

Cilji za leto 2008:

- izdelati terminski plan organizacije prireditev na nivoju destinacije
- onemogočiti prekrivanje ključnih aktivnosti med seboj
- zagotoviti skupno gradivo in promocijski material na nivoju destinacije
- zagotoviti ustrezno informiranost potencialnih obiskovalcev
- povečati medsebojno sinergijo članstva

Financiranje:

- občina Črnomelj – 840 €, občina Metlika – 560 € občina Semič – 280 €
- ostale donacije in sponzorstva; za leto 2008 ni predvideno

c) »Na lepše« - stranske poti so zapeljivejše od glavnih

Tudi v letu 2008 bomo sodelovali pri izdaji brošure, v kateri se predstavijo lokalni turistični akterji. Izdaja jo STO v količini cca 35.000 izvodov. Distribuirana na vse TIC-e po Sloveniji, mejne prehode, bencinske črpalke...

d) Koledar prireditev Dolenjske in Bele krajine

Turistične informacije kot napovednik večjih prireditev na Dolenjskem in v Beli krajini vsako leto izdajamo skupaj s podjetjem Kompas Novo mesto v nakladi cca 5.000 kosov, in sicer v okviru projekta »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine«.

e) Katalog »Kolesarski vodnik Bele krajine«

Nova tiskovina oziroma pridobitev destinacije bo nosila ime »**Kolesarski vodnik Bele krajine**«. Izdelana bo ob izvedbi kolesarskih poti po Beli krajini. Sredstva za izdajo smo pridobili skozi projekt »Vallis Colapis« preko programa Interreg IIIA. In sicer za dve občini (Črnomelj in Semič kot partnerji projekta), zato smo že v letu 2007 predlagali sodelovanje tudi Občini Metlika.

Cilji za leto 2008:

- izdati tiskovino pred organizacijo zaključne prireditve akcije SLOVENIJA KOLESARI
- pridobiti publikacijo »Kolesarski vodnik po Beli krajini«
- promovirati rekreativni turizem Bele krajine
- omogočiti enakovredno nadaljnjo turistično promocijo Bele krajine
- zagotoviti povezavo pri trženju turističnih produktov
- koordinirati izvedbo infrastrukture in ustrezne neprometne signalizacije
- vzpostaviti trajno čezmejno sodelovanje s R Hrvaško oz. mejnimi občinami
- uspešno izvajati pridobljeni projekt Interreg III A – »Vallis Colapis«

Financiranje:

Skupna ocenjena vrednost znaša cca 26.000 €, od tega:

- odobrena sredstva iz projekta Interreg III A (Vallis Colapis) – 21.000 €
- vložek občine Metlika – cca 5.000 €

f) Prospekt »Vino in kulinarika Bele krajine«

Novo tiskovino planiramo izdati na osnovi poenotenja ponudbe Bele krajine v smislu programov na temo »vina in kulinarike«, ob povečani promociji vinsko-turistične ceste.

Cilji za leto 2008:

- zagotoviti učinkovito promocijo celotne belokranjske vinsko-turistične ceste
- zagotoviti promocijo rekreativnega turizma kot produkta
- omogočiti večjo dodano vrednost trženja vinarjev in vinogradnikov
- zagotoviti primerljivost in regijsko/nacionalno konkurenčnost

Financiranje: Ocenjena vrednost projekta znaša cca 10.450 €

- Sredstva lokalnih skupnosti Bele krajine;
Občina Črnomelj – 4.700 €, Občina Metlika – 3.200 €, Občina Semič – 1.590 €
- Možni alternativni viri financiranja:
Prijava na razpise/projekt LEADER; skladno odobritvi ne bodo potrebna sredstva občin
- ostale donacije in sponzorstva – niso predvidene

g) »Koledar – Kot lepi dar« 2008 - Unikatni koledar turistične destinacije Bele krajine

Tudi v letu 2008 bomo izdelali unikatni koledar turistične destinacije Bela krajina, v katerem bomo predvideli tudi finančno partnerstvo z zasebnimi turističnimi akterji Bele krajine.

4.1.2 Sejemski eksponati

Za potrebe predstavitve destinacije in tržne znamke planiramo izdelati premično razstavo na temi **eko** in **rekreativnega** turizma v Beli krajini. V osnovi planiramo potrebna sredstva

pridobiti iz naslova projekta LEADER, vendar v času pisanja plana nimamo podrobnejših informacij glede možne višine sredstev in časa razpisa.

4.1.3 Promocijski artikli s tržno znamko

Promocijske artikle z znakom destinacije (kape, majice, itd...) prodajamo zaenkrat ekskluzivno v TIC-ih Črnomelj in Semič. V letu 2008 želimo prodajo razširiti tudi v TIC Metlika, prav tako pa bomo vzpostavili sodelovanje z določenim zasebnim podjetjem iz Bele krajine. Trženje artiklov z znakom destinacije predstavlja tudi dolgoročen vir financiranja destinacijske organizacije.

4.2 Belokranjski dnevi

V smislu promocije destinacije izven njenih meja, izvajamo 3 leto zapored predstavitve turističnega potenciala po Sloveniji. V letu 2008 planiramo s podjetjem Mercator d.d. podpisati pogodbo na letni ravni, ki bo zajemala sobotne predstavitve pred trgovskimi centri. Takšen način nam v praksi omogoča uveljavitev slogana »dobro za oba«. Glede na naravo prireditve ali dogajanja, se nameravamo s svojim programom čimbolj integrirati, s čimer lahko dopolnimo prireditve in ohranimo lastno prepoznavnost.

Cilji v letu 2008:

- Izvedba »Belokranjskega dneva« v Mercatorju (Maribor)
- Izvedba »Belokranjskega dneva v Žužemberku
- Izvedba »Belokranjski teden v zdravilišču«
- Izvedba »Belokranjski dan v Črni na Koroškem« (na prireditvi Krompirjada)

Financiranje:

- predvidena sredstva RIC-a, Mercator d.d. in partnerjev, ki nastopajo pri izvajanju

4.2.1 Župančičevi dnevi

Zavod bo v letu 2008 nastopil kot koordinator povezanih prireditev v sklopu počastitve belokranjskega pesnika Otona Župančiča. Celoten sklop planiramo strniti v cikel prireditev pod enotnim naslovom »Župančičevi dnevi«. Povezane prireditve se stroškovno lažje promovirajo, obenem pa združujejo oziroma usmerjajo posamezne organizatorje v povezano delovanje.

Cilj v letu 2008:

- Združiti prireditve:
 - Kulturna prireditve »Župančičeva frulica« org. ŽIK Črnomelj
 - Rekreativna prireditve »Pohod po Župančičevi poti« org. ŠTD Vinica
 - Srečanje kulturnih delavcev občine Črnomelj org. Občina in JSKD
- poskušati v cikel privabiti tudi ostale organizatorje dogodkov v navedenem terminu

Financiranje: Lastna sredstva zavoda

4.3 Samostojni nastopi v medijih

Tudi v letu 2008 nameravamo dobro sodelovanje z medijskimi hišami nadaljevati. V tretjem letu sodelovanja z radijskimi in regionalnimi TV hišami smo uspeli pridobiti termine oz. oddaje, ki imajo na regijskih ravneh visoko stopnjo poslušanja. Seveda moramo pri tovrstni promociji navesti omejena finančna sredstva.

4.4 Prireditve v Beli krajini

V smislu organizacije oziroma so-organizacije, navajamo le množične prireditve, ki so bodisi tradicionalne ali pa jih pripravljamo na novo, in bistveno vplivajo na razvoj destinacije.

a) Jurjevanje v Beli krajini; Najstarejši folklorni festival v Sloveniji



V sodelovanju s celotnim organizacijskim odborom (Helena Vukšinič, Anita Matkovič, Gregor Jevšček, Lidija Ivanšek in Borut Klobučar), želimo zadostiti cilju in festival uvrstiti na seznam svetovnih festivalov (CIOFF), zato bomo poskušali gostiti 5 folklornih skupin iz tujine in večje število domačih skupin.

Cilji za leto 2008 :

- Izvesti festival v smislu mednarodne prepoznavnosti in promocije destinacije v EU prostoru
- organizirati in izvesti festival s 5 dnevni programom na 3 lokacijah
- vzpostaviti koordiniran nastop s festivalom LENT in folklornim festivalom v Karlovcu (HR)
- razširiti organizacijski odbor z dvema stalnima članoma za področji tehnične infrastrukture in marketinga festivala

Financiranje: Ocenjena vrednost projekta znaša cca 66.200 €

- Sredstva lokalnih skupnosti:
 - Občina Črnomelj - 16.700 €, Občina Metlika - 500 €, Občina Semič - 417 €
- Ostale donacije in sponzorstva - cca 48.500 €

b) Kolesarski izlet »Goni kolo« - z biciklom po Beli krajini



V letu 2008 bomo v sklopu festivala Jurjevanje izvedli 4. Kolesarski izlet »Goni kolo«, ki sodi pod okrilje Olimpijskega komiteja Slovenije. Organizator je ŠRD Črnomelj. Bela krajina s tem dobiva možnost predstavitve rekreativno - kolesarskega turizma.

c) Kolesarski maraton »Dobro za oba«



Na osnovi treh, uspešno izpeljanih kolesarskih izletov »Goni kolo«, kjer se je pri organizaciji še posebej izkazalo ŠRD Črnomelj, smo s skupnimi močmi uspeli pridobiti organizacijo zaključne prireditve vse slovenske akcije »Slovenija kolesari«, ki jo izvaja Olimpijski komitej Slovenije.

Kolesarski maraton smo poimenovali »Tour – dobro za oba«. Omogočal nam bo izredno promocijo rekreativnega turizma v Beli krajini, saj pričakujemo okrog 1.500 kolesarjev iz Slovenije in tujine.

Cilj za leto 2008:

- uspešno promovirati kolesarske poti Bele krajine
- združiti ponudnike na destinaciji in zagotoviti potrebno podporo ŠRD Črnomelj

Financiranje:

- Sredstva RIC-a in partnerjev projekta

d) Martinovanje v Črnomlju



Na prireditvi, ki jo uvrščamo v promocijo Vinsko-turistične ceste, planiramo še naprej aktivno izvajati program samega dogajanja. Samo ocenjevanje vin sodi pod okrilje DV Črnomelj, s katerim ima zavod poglobljeno sodelovanje. Menimo, da bi bilo potrebno prireditev lokacijsko premestiti iz Jurjevanjske drage. S tem bi zmanjšali stroške infrastrukture in povečali ponudbo obiskovalcem.

Vključevanje zavoda predstavlja tudi organizacijo 5. tekmovanja harmonikarjev za naslov **Martinova harmonika 2008**.

Cilji za leto 2008:

- promocija belokranjskih vin, vinarjev in rekreativnega turizma
- organizacija programa martinovanja in izvedba srečanja harmonikarjev
- povečanje prepoznavnosti prireditve in destinacije v slovenskem prostoru
- povečati sinergijo in skupen nastop turističnih in kulturnih akterjev Bele krajine

Financiranje:

- donacije in sponzorstva ter lastna sredstva RIC-a: cca 2.300 €

e) Semiška ohcet; Kulturno-turistična prireditev



S celostnim pristopom in sinergijo lokalnih potencialov, predlagamo, da tradicionalno prireditev razširimo in oblikujemo v smislu trajnostnega zagotavljanja uspešnosti.

V nadaljevanju plana (točka 9) povzemamo in predstavljamo predlog, ki ga je prostovoljno izdelala in koordinirala ga. Sonja Klemenc.

Zavod je pripravljen v smislu koordinacije ob zagotovljenem skupnem nastopu udeležencev pristopiti k izvedbi projekta.

Projekt predstavlja doprinos kmečke ohceti kot kulturne dediščine v evropski prostor. Projekt je model za evropske države, partnerje, kako ohranjanje običaja ohceti kot del kulturne dediščine vpliva na kvaliteto življenja na podeželju.

Cilji za leto 2008:

- organizacija in koordinacija prireditve v smislu razširitve v »Slovensko kmečko ohcet«
- povečati sinergijo/skupen nastop turističnih in kulturnih akterjev Bele krajine
- povečati prepoznavnost Semiča destinacije Bela krajina

Financiranje (v primeru če s projektom ne bi kandidirali na razpisu):

- sredstva lokalnih skupnosti:
 - Občina Semič 3.000 €, Občina Črnomelj 415 €, Občina Metlika 500 €
- ostale donacije in sponzorstva; cca 5.500 €

f) Teden Portugalke

Z izvedbo 3. tedna Portugalke v Beli krajini, nameravamo celostno promovirati vinsko turistično cesto Bele krajine in vino »Portugalka« kot specifično vino naše destinacije.

Cilji v letu 2008:

- razširiti prireditev na tri lokacije (v Vinarsko informacijskem centru Bele krajine, Sosedski zidanci v Drašičih in Vinogradniški zbirki v Semiču)
- pritegniti čim večje število proizvajalcev Portugalke v skupni nastop trženja (tudi enotna etiketa na steklenicah)
- k sodelovanju povabiti priznane enologe in degustatorje iz Slovenije
- pritegniti medijsko pozornost, ter povečati ekonomiko trženja pridelovalcev

Financiranje:

- predvidena sredstva RIC-a in partnerjev pri izvedbi

g) Prireditev SKUPAJ V NOVO 2009

V letu 2007 smo skupaj s KS Črnomelj in Gledališko skupino ZIK Črnomelj prvič organizirali prireditev pod naslovom »SKUPAJ V NOVO 2008«.

Cilj v letu 2008:

- vzpostaviti cikel prireditvev pod enotnim naslovom, ki bi zajemal vsa dogajanja skozi »veseli december« v Beli krajini (v vseh treh občinah).
- Privabiti pod okrilje skupne promocije (Skupaj v novo) čim večje število organizatorjev oz. različnih dogodkov (pohodi, itd).

Financiranje: sredstva zavoda in sodelujočih partnerjev

h) Praznovanje jeseni Semič v Beli krajini

S strani zavoda podpiramo in vzpodbujamo novi cikel prireditev v Beli krajini. Časovno sodi v čas jeseni, ko se lahko še posebej združena destinacija uspešno predstavi obiskovalcem. Lansko leto je bila »nova« prireditev v smislu programa sestavljena le z domačimi ponudniki, akterji ali nastopajočimi, zato bomo poskušali v letu 2008 k sodelovanju pritegniti tudi ponudnike iz celotne destinacije. Ker se prireditev v osnovi sestoji iz razstav in kulturnih dogodkov oz. običajev, ki so značilni za jesenski čas, lahko resnično z dodano vrednostjo za razstavljalca kot obiskovalca pristopimo k skupnem sodelovanju.

Cilj v letu 2008:

- koordinacija in pomoč pri organizaciji
- pritegniti k sodelovanju ponudnike (posameznike in društva) iz celotne destinacije
- promovirati prireditev na nacionalni ravni
- sinergijsko povezovati sodelujoče

Financiranje: s strani zavoda ni predvideno; financiranje se izvede s strani Občine Semič (Sredstva zavoda se koristijo za udeležbo kadra)

5. E-poslovanje

5.1 Turistični portali Bele krajine

RIC Bela krajina ima od l. 2005 registrirane tri domene, za katere je pridobil potrebno elektronsko lastništvo. V letu 2007 smo na osnovi projekta »Vallis Colapis kot skrbniki registrirali še domeno www.vallis-colapis.eu.

5.1.1 Domeni »www.ric-belakrajina.si« in »www.belakrajina.si«

Domena www.ric-belakrajina.si, je predvidena kot e-naslov zavoda RIC Bela krajina, skozi katerega bo svoje e-združevanje poiskalo tudi celotno članstvo RIC-a. V letu 2008 planiramo glede na zmožnosti financiranja aktivirati domeno in preko nje informirati člane zavoda, saj želimo za vsakega člana zavoda odpreti lasten elektronski naslov.

Domena www.belakrajina.si, je osrednji turistični portal Bele krajine. Kot takšen zajema vse tri belokranjske občine in predstavlja Belo krajino kot enovito turistično destinacijo. Na portal destinacije bomo v letu 2008 poskušali implementirati tudi centralni rezervacijski sistem (CRS), kar pomeni da bodo obiskovalci preko našega portala rezervirali prenočitve na poljubnem naslovu.

Cilji za leto 2008:

- Vzdrževati in uveljaviti portal kot osrednja turistično e-točko Bele krajine
- Promovirati tržno znamko Bele krajine
- pričeti z vpeljavo e-poslovanja
- zagotoviti ustrezno informiranost članstva
- povečati združevanje članstva RIC-a
- omogočiti članom e-predstavitve na portalu
- zagotoviti kompatibilnost portala z nacionalnim CRS sistemom

Financiranje: Ocenjena vrednost znaša skupno cca 3.350 €

Viri: sredstva lokalnih skupnosti, razpisi ministrstev oz. EU skladov

5.1.2 Domena »www.jurjevanje.si«

Spletna stran je namenjena izključno najstarejšemu folklornemu festivalu v Sloveniji - Jurjevanje v Beli krajini. Po obiskanosti strani in širitvi samega festivala planiramo izvesti v letu 2008 posodobitev, in sicer na način, da se bodo strani z organizacijo festivala ustrezno dopolnjevale, obenem pa bo ostajala ustrezna zgodovina preteklih let.

5.1.3 Domena »www.vallis-colapis.eu«

Na osnovi projekta Interreg III A, kjer smo načrtali tudi uvedbo skupnega e-portala za področje doline reke Kolpe (SLO in HR stran), smo v letu 2007 registrirali domeno »www.vallis-colapis.eu«. Skrbnik oz. administrator domene je zavod RIC Bela krajina.

Z vnosom skupne vsebine in oblikovanjem grafične podobe (skupaj s partnerji iz sosednjih občin R Hrvaške) bomo pričeli v 2. kvartalu leta 2008. Preko navedenega e-naslova bomo poskušali predstaviti širše območje doline reke Kolpe (Slo in Hr stran).

5.2 Slovenski turistični informacijski portal - STIP (www.slovenia.info)

RIC Bela krajina je z letom 2004 postal skrbnik nacionalnega turističnega portala za področje Bele krajine. Ob šolanju obstoječega kadra, smo v letu 2007 dopolnili vsebine, dodali celotno turistično ponudbo občine Semič ter skrbeli za ažurnost že vpisanih podatkov, ob zagotavljanju večjezičnosti (angleško, nemško, francosko in italijansko).

V skladu s sodobnimi metodami poslovanja in trženja, nameravamo v letu 2008 na nacionalnem turističnem portalu STO-ja (portal www.slovenia.info), nadaljevati z vzdrževanjem samih »belokranjskih strani«.

5.2.1 CRS - »Centralni rezervacijski sistem«

Navedene aktivnosti predstavljajo pogodbeno obveznost zavoda do Slovenske turistične organizacije. Projekt CRS sistem v bistvu omogoča elektronsko rezervacijo prenočitev preko spleta. Predstavlja vključevanje vseh ponudnikov prenočitvenih kapacitet v eno bazo in se izvaja na nacionalnem nivoju. Z dokončanjem projekta (koncesija je podeljena Agenciji Odisej iz Kranja) bodo vsi ponudniki prisotni v eni elektronski bazi, kar bo nemoteno omogočalo elektronske rezervacije. Zavod skrbi za ažuriranje podatkov in koordinacijo ponudnikov na področju občin Črnomelj in Semič.

Cilji za leto 2008:

- v sistem vključiti vse ponudnike prenočitev na destinaciji
- vpeljati in izvajati koordinacijo nacionalnega centralnega rezervacijskega sistema
- zagotoviti predstavitev vseh akterjev na nacionalnem portalu
- uveljavljati tržno znamko destinacije

Financiranje:

- ažuriranje sistema zagotavlja zavod iz lastnih finančnih virov oz. sredstev ustanoviteljic
- vsak posamezni ponudnik sam zagotavlja fin. sredstva potrebna za delovanje sistema

5.3 Tedenski E-informator

Tudi v letu 2008 bomo redno izdajali Tedenski informator – ki je kot e-tiskovina napovednik prireditvev v Beli krajini za prihajajoči (tekoči) teden. Pošiljamo ga preko elektronske pošte na več kot 800 elektronskih naslovov - potencialnim uporabnikom po Beli krajini, na turistične agencije, TIC-e po Sloveniji, članom RIC-a, ter ostalim.

V pisni obliki se Tedenski informator dobi na vseh treh belokranjskih TIC-ih.

6. Regionalno in nacionalno povezovanje

V smislu umestitve zavoda na nivo enakopravnega sogovornika s pristojnimi institucijami in organizacijami iz področja turizma oziroma malega gospodarstva, smo v letu 2007 nadaljevali aktivnosti partnerskih odnosov, z namenom uveljavljanja Bele krajine kot prepoznavne turistične destinacije.

6.1 Projekt »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine«

V letu 2005 je zavod s podpisom sporazuma postal, ob 12 občinah Dolenjske in Bele krajine ter ostalih pristojnih organizacijah, uradni partner projekta, pristojen za trženje in razvoj na področju Bele krajine. V letih 2006 in 2007 izvajali načrtano promocijo in aktivnosti na projektu, v letu 2008 pa pričakujemo (skladno z iztekom pogodbenih obveznosti partnerjev) reorganizacijo samega projekta v smislu prenosa skrbnikov, nadgradnje itd.

6.2 Društvo »Reka Kolpa – reka življenja«

Na osnovi interesa združenja Pokolpje in skupnega nastopa na EU nivoju, smo v imenu širše regije oz. združene lokalne skupnosti v območju doline reke Kolpe (tako iz R Slovenije kot R Hrvaške) proti koncu leta 2007 sodelovali pri ustanovitvi društva »Reka Kolpa – reka življenja« (Rijeka Kupa – rijeka života). S strani zavoda sodelujemo v org. odboru, ki bo v 1. kvartalu leta 2008 na skupščini društva (sedež v mestu Pokupsko na HR strani) predstavil tudi program aktivnosti. Udeležbo zavoda argumentirano preko lažjega nastopa do razpisanih sredstev in finančnih podpor iz naslova EU skladov.

Finančnih izdatkov zavod v letu 2008 ne planira.

6.3 Regionalni razvojni svet za JV Slovenijo

Zavod namerava v letu 2008 kot član regionalnega sveta aktivno partnersko sodelovati z RC Novo mesto pri snovanju skupnih operativnih programih. Same dotacije iz naslova »regionalnih financ« pa so sicer tesno povezane z zmožnostmi lokalnih skupnosti, kajti za potrebe pridobivanja projektov je potrebno zagotavljati 50 odstotni delež.

6.4 Združenje turističnih destinacij Slovenije (ZTDS)

Zavod je kot ustanovni član v letu 2006 pristopil k ustanovitvi Združenja turističnih destinacij Slovenije, ki v svojem članstvu združuje 28 lokalnih turističnih organizacij (LTO-jev) iz celotne Slovenije. Osnovni namen združenja je enoten nastop lokalnih turističnih organizacij iz Slovenije, kjer v času tranzicij in prestrukturiranja iz LTO-jev v »Destinacijske organizacije« (izvajanje RNUST-ja) vlada velika zmeda. V skupnem nastopu je združenje velika pridobitev za vsako posamezno organizacijo, saj je nenazadnje tudi upoštevan sogovornik z zakonodajno oblastjo. Združenju predseduje g. Janko Humar, direktor LTO Sotočje (Kobarid-Tolmin).

6.5 Program LEADER

6.5.1 Kaj je Leader?

Ime: Kratica pomeni: **L**iaison **E**ntre **A**ctions de **D**éveloppement de l'**E**conomie **R**urale
Leader - »Povezave med dejavnostmi za razvoj podeželskega gospodarstva«

Vrsta programa: Pobuda Skupnosti

Ciljna področja: Leader+ zajema tri dejavnosti:

- Dejavnost 1 - Pomoč pri strategijah za celostni razvoj območij, ki so poskusne narave in temeljijo na pristopu od spodaj navzgor;
- Dejavnost 2 - Pomoč pri sodelovanju med podeželskimi območji;
- Dejavnost 3 - Povezovanje v mrežo.

Prednostne strateške teme: Prednostne teme programa Leader+, ki jih je določila Evropska Komisija, so:

- čim boljše izkoriščanje naravnih in kulturnih virov, vključno z večanjem vrednosti znamenitosti;
- izboljšanje kakovosti življenja na podeželju;
- dodajanje vrednosti lokalnim proizvodom, zlasti s spodbujanjem dostopa manjših proizvodnih enot do trga prek skupnih dejavnosti; in
- uporaba znanja in izkušenj ter novih tehnologij za večjo konkurenčnost proizvodov in storitev na podeželju.

Prejemniki in projekti, upravičeni do financiranja; Denarna podpora v okviru programa Leader⁺ se dodeli partnerstvom, lokalnim akcijskim skupinam, ki vključujejo javnost, zasebne in neprofitne sektorje, in ki izvajajo programe za lokalni razvoj na svojem območju. Naloga programa Leader⁺ je spodbuditi podeželske udeležence, da razmislijo o dolgoročnih potencialih svoje lokalne regije. Program Leader⁺ spodbuja izvajanje celostnih, visoko kakovostnih in izvirnih strategij za trajnostni razvoj ter državno in med državno sodelovanje. Da bi se viri EU Skupnosti uporabili za najbolj obetajoče lokalne strategije in bi jim zagotovili čim boljši vzvod, se sredstva po selektivnem pristopu dodelijo le omejenemu številu podeželskih območij. Postopek izbire je odprt in strog.

V okviru vsakega programa za lokalni razvoj se lahko financirajo posamezni projekti, ki so skladni z lokalno strategijo. Vsi projekti, ki so upravičeni do finančnih sredstev v okviru Evropskega kmetijskega usmerjevalnega in jamstvenega sklada (EKUJS), Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR) in Evropskega socialnega sklada (ESS), so upravičeni tudi do finančnih sredstev v okviru programa Leader⁺.

Na ravni odločanja lokalnih akcijskih skupin morajo gospodarski in socialni partnerji ter združenja sestavljati vsaj 50 odstotkov lokalnega partnerstva. Skupni proračun za programe znaša 5.046,5 milijona €, pri čemer 2.106,3 milijona € (2.143,5 milijona po vmesni indeksaciji) zagotovi Usmerjevalni oddelek EKUJS, preostanek pa so javni in zasebni prispevki.

**Podatki veljajo za celoten program na EU nivoju*

Z namenom pridobivanja sredstev iz programa Leader⁺, je potrebno kandidirati preko lokalnih akcijskih skupin, ki jih opisujemo v nadaljevanju.

6.5.2 LAS – Lokalna akcijska skupina

LAS-Lokalna akcijska skupina, je osnovna organizacijska oblika in temeljni pogoj za uspešno črpanje sredstev projekta Leader⁺. Zajemati mora tako javni kot zasebni sektor, vključno s področjem civilne družbe. Za področje Dolenjske in Bele krajine je ustanovljen in potrjen en LAS, ki ga bomo upravljali skupaj z RC Novo mesto. Za projekte, ki se bodo izvajali v Beli krajini, je dogovorjen nosilec projektov RIC Bela krajina. Trenutno se nahajamo v poziciji »status quo«, saj čakamo nadaljnje usmeritve oz. pričakujemo razpise s strani pristojnih ministrstev RS.

Cilj za leto 2008:

- Aktivno sodelovati kot koordinator na regijskem nivoju in kot izvajalec projektov na področju destinacije
- Sinergijsko povezati člane LAS-a v Beli krajini

7. RIC Bela krajina – Upravljavec Krajinskega parka Lahinja

Kot upravljavec varovanega območja narave, smo v letu 2008 predvideli obsežnejši projekt, s katerim nameravamo kandidirati na različne razpise. Kot najprimernejši v tem trenutku se nam zdi »**Norveški finančni sklad**«. Več v nadaljevanju plana, pod točko 9.

7.1 Aktivnosti v parku

7.1.1 Načrt upravljanja

Kot upravljavec KP Lahinja, nameravamo aktivnosti izvajati na dveh področjih. Na eni strani nameravamo izvajati promocijske aktivnosti, ki bodo povečale obisk (skladno s strateškim turističnim produktom eko-turizma na destinaciji), po drugi pa strani želimo povezati lastnike zemljišč v prestrukturiranju lastne dejavnosti v parku.

S sodelovanjem strokovnih inštitucij želimo zato pripraviti načrt upravljanja parka, kar bo osnova za delovanje v naslednjem 5 letnem obdobju, in bo med drugim zajemal tudi trženjsko promocijske aktivnosti.

Cilji v letu 2008:

- izdelati upravljavski načrt parka in zagotoviti izvajalce programa upravljanja
- povečati trženje parka

- izvesti načrtovane delovne akcije oz. promocijske aktivnosti
- vzpostaviti čezmejnega sodelovanja s sorodnimi parki v R Hrvaški

Financiranje:

- sredstva lokalne skupnosti Črnomelj- 2.086 €
- ostale donacije in sponzorstva: Norveški finančni sklad

7.1.2 Animacijske aktivnosti v parku

Pokosimo Nerajske luge

Tudi v letu 2008 bomo izvedli prireditev »Pokosimo nerajske luge«. Kot dogodek se je pozitivno prijel tako pri lastnikih zemljišč, obenem pa opažamo vsakokratno večji obisk ostalih obiskovalcev. Za izvedbo planiramo koriščenje lastnih finančnih sredstev.

8. Poslovanje TIC-ov

8.1 Stalne naloge turistične pisarne

Med stalne naloge turistično informativnih centrov štejemo:

- vodenje turistične pisarne
- informiranje vseh turistov in domačinov, ki kakorkoli obišejo TIC (osebno, elektronska pošta, telefonsko) in posredovanje turističnih informacij za celotno destinacijo
- priprava, koordinacija in organizacija izletov
- koordinacija in po potrebi vodenje skupin (staro mestno jedro, krajevna zbirka ...)
- trgovinsko poslovanje v TIC-ih Semič, Črnomelj in v Maleričevi hiši
- prodaja raznih vstopnic in kart (prodaja preko sistema Eventim)
- povezovanje, pomoč in koordinacija društev na področju destinacije (delavnice, skupna izobraževanja itd.)
- pomoč društvom in posameznikom pri organizaciji raznih prireditev
- sodelovanje s turističnimi organizacijami (turistična društva, TIC-i, STO, TZS ...)
- izvajanje projektov (»Na lepše«, »Po poteh dediščine«, itd)
- obveščanje medijev za potrebe članov zavoda, prireditev ali ostalih novosti

8.2 Aktivnosti TIC-ov za leto 2008

Za leto 2008 v smislu skupnih dejavnosti in aktivnosti TIC-ov navajamo sledeče:

- **Promocija koledarja prireditev in izdaja e-tedenskega informatorja**

TIC-i bodo izvajali skupno promocijo vseh aktivnosti iz koledarja prireditev za leto 2008, kar zajema tako lokalno prebivalstvo, trenutne obiskovalce-turiste in sorodne institucije na regionalnem in nacionalnem nivoju.

- **Mesečni sestanki vseh TIC-ov Bele krajine**

V letu 2008 planiramo vsak prvi ponedeljek v mesecu sestanek vseh treh TIC-ov destinacije, kjer se skupno dogovorijo operativni mesečni plani, obravnava se aktualna problematika oz. iščejo skupne rešitve, itd.

- **Sodelovanje na predstavitvah in razstavah**

V I. 2008 planiramo skupno udeležbo TIC-ov na raznih predstavitev in razstavah v smislu promocije enovite destinacije.

- **TIC Črnomelj - Oživitev starega mestnega jedra Črnomlja**

TIC Črnomelj bo v Maleričevi hiši, Pastoralnem centru in Črnomaljski kleti pričel izvajati skupne aktivnosti v smislu »oživitve starega mestnega jedra«. Potreben kader bomo v okviru zmožnosti zagotavljali preko študentskega servisa, projektov ali z lastnimi sredstvi zavoda.

- **Udeležba na občnih zborih**

Osnovni namen - Udeležiti se občnih zborov turističnih društev, društva lokalnih turističnih vodnikov in drugih društev, na katere bodo TIC-i povabljeni, s ciljem zagotoviti obojestransko informiranost.

- **Udeležba na delavnicah in seminarjih**

Udeležiti se nameravamo seminarjev in izobraževalnih delavnic, ki bodo organizirane tako s strani STO (primer: vnos podatkov na slovenski portal) kot s strani drugih institucij.

- **Svetovni dan turizma**

Izvesti nameravamo dan odprtih vrat v vseh belokranjskih TIC-ih, in sicer 27. septembra ob svetovnem dnevu turizma (celodnevno obratovanje TIC-ov ob ustrezni povečani aktivnosti promocije le-teh).

9. Kandidiranje na sredstva ministrstev RS in EU skladov

9.1 Lastni projekti

V smislu pridobivanja sredstev iz projektov, navajamo projekte oz. aktivnosti, kjer zavod nastopil kot organizator, izvajalec ali partner.

9.1.1 Projekt »Vallis Colapis« - Razvoj čezmejnih tematskih poti

Zaključek projekta »Vallis Colapis« (Razvoj čezmejnih turističnih poti v Pokolpju)

S projektom »VALLIS COLAPIS« (akronim; pomeni dolina Kolpe) smo v l. 2006 uspešno pridobili finančna sredstva iz programa Interreg III A. V letu 2007 smo polovico projekta uspešno izvedli, drugo polovico pa bomo v prvem tromesečju leta 2008 (do 30. marca 2008).

1. Nosilci, partnerji projekta in vodenje

- a) Prijavitelj na SLO strani RIC Bela krajina, prijavitelj na HR strani Općina Kamanje
- b) Partnerji na SLO strani: Občina Črnomelj, Občina Semič; Partnerji na HR strani Općine Ozalj, Žakanje, Ribnik, Netretić, Bosiljevo, Generalski stol

2. Aktivnosti projekta; Sam projekt je razdeljen v štiri glavne sklope.

1. DELOVNI SKLOP 1: Vodenje projekta

Vodenje projekta bo deloma strukturirano na način, kot je predviden v razpisni dokumentaciji. Za namene projekta smo ustanovili projektni svet in projektno skupino.

2. DELOVNI SKLOP 2: Orodja za informiranje in obveščanje

2.1. INFORMIRANJE IN OBVEŠČANJE JAVNOSTI

V tem sklopu moramo še izvesti 1 tiskovno konferenco ter aktivno obveščati javnost o projektu.

2.2. IZDELAVA SKUPNE CELOSTNE PODOBE PROJEKTNEGA OBMOČJA:

V celoti izvedeno.

2.3. IZDELAVA SKUPNEGA PROMOCIJSKEGA MATERIALA

Zemljevid s prikazano mrežo turističnih poti Slovenije, Hrvaške, kjer bodo ob poteh označene posebnosti, npr. kulturne znamenitosti, naravne znamenitosti, zgodovinska dediščina ipd.

Izdelani bodo:

- vodniki in karte; količina 5.000 izvodov,
- brošure v 5 jezikih; količina 10.000 izvodov,
- izdelana spletna stran
- izdelan promocijski material (zloženske, vabila na tiskovne konference,...)

3. DELOVNI SKLOP 3: Priprava ureditve turističnih poti

3.1. ANALIZA PRILOŽNOSTI RAZVOJA PROJEKTNEGA OBMOČJA

S pomočjo zunanjih sodelavcev (Oikos d.o.o.) bomo izdelali SWOT analizo doline reke Kolpe.

3.2. ANALIZA STANJA TURISTIČNIH POTI - V celoti izdelano.

3.3. ZASNOVA TURISTIČNIH POTI - V celoti izdelano.

3.4. IDEJNA ZASNOVA ZA NAPAVALNE POSTAJE ZA AVTODOMOVE

S pomočjo zunanjih sodelavcev (Ambiens d.o.o.), in na podlagi smernic SWOT analize izdelala idejna zasnova postavitve napajalnih postaj za avto-domove. Postaja združuje dovod vode, električne energije, ter možnost praznjenja fekalij.

3.5. ZASNOVA in PRIDOBITEV DOKUMENTACIJE ZA UREDITVE ŽUPANČIČEVE SPOMINSKE HIŠE

Partner Občina Črnomelj z zunanjimi sodelavci bo v letu 208 izdelala idejno zasnovo za ureditev Župančičeve spominske hiše (Zbirka pomembnih Belokranjcev).

4. DELOVNI SKLOP 4: Izvedba ureditve turističnih poti

4.1. UREDITEV KOLESARSKIH POTI

Na podlagi izdelane in potrjene zasnove kolesarskih poti bomo le-te dejansko označili, uredili izhodišča in počivališča ter poskrbeli tudi za sanacijo nekaterih delov obstoječih poti.

Rezultati in aktivnosti:

- urejenih 10 slovenskih in 14 hrvaških kolesarskih poti
- postavljenih 62 informativnih tabel, 201 tabel – kolesar, 396 usmerjevalnih kažipotov
- 100 km urejenih makadamskih poti, 220 km urejenih lokalnih kolesarskih poti na slovenski strani in 225,5 km urejenih kolesarskih poti na hrvaški strani.
- ureditev 13 izhodišč na slovenski strani in 16 na hrvaški strani

4.2. UREDITEV POHODNIŠKIH POTI

Na podlagi izdelane zasnove za pohodniške poti bomo uredili izhodišča in počivališča poti ter poskrbeli tudi za sanacijo nekaterih delov poti. Mreža pohodniških poti bo opremljena z manjšimi usmerjevalnimi tablami ter ob izhodiščih z večjimi informacijskimi tablami, ki bodo zajemale najosnovnejše podatke o mreži pohodniških poti in njihovi težavnostni stopnji.

Rezultati in aktivnosti:

- Primerno urejenih 11 izhodišč, počivališč in piknik prostorov na slovenski strani
- 18 primerno urejenih pohodniških poti na hrvaški strani

4.3. UREDITEV TEMATSKIH POTI

Na podlagi dokončno izdelane in potrjene zasnove za tematsko pot (Belokranjsko čebelarstvo učno pot) bomo pot tudi označili, uredili izhodišča in počivališča.

4.5 POVEZOVANJE POTI– prireditve (uporaba šotora)

Tematske, pohodniške in kolesarske poti se bodo prepletale in nadaljevale na hrvaško stran pri čimer se bo ustvarila celotna prepletana mreža skupnih turističnih poti. Mreža turističnih poti bo brez vsebin težje razpoznavna in promovirana, zato ji bomo dodali rekreacijske vsebine v smislu organiziranih pohodov, kolesarskih maratonov, popotovanj ob kulturnih in drugih praznikih.

Rezultati in aktivnosti:

- organizacija tradicionalnih kolesarskih maratonov in pohodniških pohodov
- premični nadkriti objekt za zaključni del rekreacijskih maratonov in pohodov
- kompleti miz in klopi za zaključke rekreacijskih poti in maratonov

4.6. UREDITEV ŽUPANČIČEVE SPOMINSKE HIŠE

V Župančičevi spominski hiši bo v letu 2008 na podlagi idejne zasnove izvedena ureditev razpoložljivih prostorov, obnova in ureditev električne napeljave in kurjave. Sanirale se bodo talne površine in strop.

4.7. IZOBRAŽEVANJE

V letu 2007 smo uspeli k sodelovanju privabiti večje število strokovnih predavateljev, s katerimi želimo izvesti osem delavnic namenjenih turističnim in gostinskim ponudnikom, društvom, lokalnim turističnim vodnikom ter ostalim članom javnega zavoda RIC Bela krajina. Delavnice bomo izvedli v mesecu februarju in marcu 2008.

Teme organiziranih delavnic:

- Kaj so ugodni finančni viri za naše podeželje?
- Slovenska mreža za interpretacijo podeželske dediščine
- Organiziranost slovenskega turizma na lokalnem nivoju
- Novosti v centralnem rezervacijskem sistemu
- Natura 2000
- Predstavitev Nature 2000 v KP Kolpa
- Avtohtona kulinarika ter zaščita le-te
- Načini motiviranja obiskovalcev pri interpretaciji dediščine

Projekt »dolina Kolpe« kot novi turistični produkt, zajema področje dveh sosedskih držav in s tem postaja vodilni argument pri kandidaturi oziroma pripravi nadaljevalnih oz. navezujočih se projektov na temo »Vallis Colapis«, s katerimi lahko pripravljene čakamo na odprtje novih finančnih resursov oziroma skladov pristojnih ministrstev oz. EU sredstev v proračunskem obdobju 2007 - 2013.

9.1.2 Gradovi v Semiču

V letu 2008 načrtujemo prijavo na razpis Programa Finančnega mehanizma EGP in Norveškega finančnega mehanizma, ki ga razpisuje REC Ljubljana. Razpis je namenjen nevladnim organizacijam (NVO) zato se bo RIC Bela krajina prijavil v imenu **Kulturnega društva Semič**.

Nekaj osnovnih informacij:

- Trajanje projekta: od 12 do 18 mesecev
- Minimalni zaprošeni strošek: 10.000 €, maksimalni pa: 50.000€
- Višina donacije znaša: 90%

Na osnovi dogovorov z Občino Semič bomo prijavili projekt z naslovom »**Gradovi v Semiču**«.

Izvedli ga bomo v štirih sklopih:

- Upravljanje projekta: določiti vodjo projekta in pomočnika projekta
- Priprava vsebin projekta: s pomočjo zunanjih sodelavcev pripraviti zgodovinski del vsebine, ki bo osnova za izdelavo informacijskih tabel in promocijskega materiala. V tem sklopu aktivnosti bomo pripravili analizo trase poti, ki bo te gradove med sabo povezala (digitalizacija poti).
- Informiranje in obveščanje: uvodna delavnica za lokalno prebivalstvo, priprava brošure o gradovih v Semiču, okrogla miza na temo: »Gradovi v Semiču« ter sprotne obveščanje lokalnega prebivalstva preko medijev.
- Ureditve in označitve lokacij: S pomočjo lokalnih društev ter strokovnjakov bomo uredili (očistili) lokacije gradov ter jih označili z informativnimi tablami. Da pa bodo ti gradovi tudi zaživelj bomo povezali s tematsko potjo ter jo tudi označili.

Finančna konstrukcija:

- Skupna vrednost projekta – cca 45.000 €.
- Od tega bo moralo društvo založiti oziroma so-financirati projekt v višini 4.500 €, od katerega je možno 3.600€ upoštevati kot vložek človeških virov (delo), cca 900 € pa je potrebno dejansko založiti lastna sredstva.
-

9.1.3 Evropska destinacija odličnosti

V letu 2008 se bomo v imenu Občine Črnomelj prijavili na razpis »Evropska destinacija odličnosti 2008 – turizem in nesnovna dediščina«, ki ga je razpisala Slovenska turistična organizacija. Kot dogodek bomo prijavili festival Jurjevanje v Beli krajini, kot destinacijo pa celotno Belo krajino.

Projekt EDEN 2008 je zasnovala Evropska komisija v skladu z usmeritvami evropske politike turizma. Cilj projekta je usmeriti pozornost na vrednost, raznolikost in skupne značilnosti evropskih turističnih destinacij ter promovirati destinacije, kjer je cilj gospodarske rasti zastavljen tako, da zagotavlja družbeno, kulturno in okoljsko trajnost.

Izbrani destinaciji bo podeljen naziv in znak »**Evropska destinacija odličnosti**«.

Predstavljena bo na spletnih straneh Evropske komisije, Evropskem turističnem portalu ter na turistično informacijskem portalu www.slovenia.info. Prav tako bo za izbrano destinacijo izdelana predstavitvena brošura v slovenskem in angleškem jeziku in kratek promocijski video film.

STO bo ponudbo destinacije izpostavila v svojih orodjih tržnega komuniciranja (spletne strani, objave domače in tuje javnosti, promocija na sejnih v tujini, ipd).

9.2 Projekti – koordinacija RIC-a

9.2.1 Tisočletja v objemu narave

Ureditev in označitev Krajinskega parka Lahinja

Za namene uspešne priprave projekta smo ustanovili projektno skupino:

- RIC Bela krajina (B. Klobučar, L. Ivanšek)
- Institut za arheologijo - ZRC-SAZU (M. Antič)
- Biološki inštitut Jovana Hadžija ZRC SAZU (Urban Šilc)

V projektu, ki ga bomo prijavi (skupaj z ustanovo SAZU iz Ljubljane) na razpis Programa Finančnega mehanizma EGP in Norveškega finančnega mehanizma, bo imel zavod vlogo izvajalca projekta.

S projektom planiramo izvesti naslednje aktivnosti:

- **Upravljavski načrt parka;** Pridobili ga bomo skozi raziskave in analize v Krajinskem parku Lahinja, ki jih bo izvedel zasebni zavod SAZU.
- **Raziskave biotske in krajinske pestrosti;** Izvaja SAZU v obojestransko korist
- **Obnova starih hiš;** na področju kulturne dediščine bomo obnovili stare hiše (5 poslopij) in jih prekrili s slamo. Prostore bomo opremili tako, da bo prenovljeni objekt namenjen prenočevanju turistov (po starih navadah in običajih).
- **Zaposlitev skrbnika oz. informatorja;** Da bodo objekti tudi zaživi, potrebujemo skrbnika parka oziroma stalnega informatorja v obstoječem info centru parka. Navedena oseba bo obiskovalce tudi vodila po parku.
- **Označitev učne poti v KP Lahinja;** Urediti nameravamo učno pot, kjer se bodo tako učenci različnih šol kot tudi turisti seznanili z varovano floro in favno v parku. Označili oziroma predstavili bomo približno 20 vrst rastlin (cvetic in trav) in okoli 10 vrst živali, ki bivajo v KP Lahinja.
- **Promocijski material:** Izdali bomo tudi promocijski material – tiskovino, kjer bo predstavljen park z novo ponudbo obnovljenih starih hiš ter ostalo ponudbo parka.

Financiranje: Predvidena vrednost projekta – cca 375.000 €

Financiranje je v več kot 90 % predvideno iz naslova dotacij Finančnega mehanizma EGP.

9.2.2 Uprizoritvena kulturna dediščina z doprinosom v evropsko kulturno dediščino

Akronim: SLOVENSKA KMEČKA OH CET

Naziv projekta: Uprizoritvena kulturna dediščina z doprinosom v evropsko kulturno dediščino

Osrednji dogodek:

- Predstavitev avtentične kulturne dediščine, iskanje novih tematskih posebnosti z evropskimi partnerji
- Raziskava slovenskega prostora, avtentične kmečke ohceti, zapis dogodka, prikaz dogodka na osrednji prireditvi SLOVENSKA KMEČKA OH CET, sodelovanje vseh udeležencev projekta

Vzporedni dogodki:

- povezanost s slovenskimi pokrajinami, šolami, občinami in društvi za sodelovanje v skupnem slovenskem projektu

FAZE projekta:

1. Iskanje skupnih partnerjev (občine, šole, društva, posamezniki)
2. Predstavitev možnosti sodelovanja v projektu in videnje interesa sodelujočih

KONKRETNI PREDLOGI AKTIVNOSTI (predpriprave za izdelovanje bale):

Dekleta

Se na delavnicah ali v šolah naučijo vezenja in tako izvezejo nevestino balo (posteljina, prte, zavese). Naučijo se izdelati folklorno obleko.

CILJ: predstavitev lastnih izdelkov na prireditvi, možnost prodaje in registracija posameznice za vezenje in prodajo ročnih del in s tem posredno ustvarjanje dodatnega dohodka. Povezati se s pridelovalci lanu, izdelovati platnene izdelke in jih tržiti.

Fantje

v šoli (npr. lesna šola) izdelajo končni izdelek za balo (skrinje, zibelke,...)

Kmečke žene

Se skozi delavnico naučijo pripravljati prave stare ohcetne jedi, slaščice, poročne torte in kasneje na prireditvi tudi predstavijo lastne izdelke - jih prodajajo. Možno je tudi izdelovanje aranžmajev iz krep papirja in suhega cvetja.

CILJ: registracija posameznic kot dopolnilna dejavnost na domu ter iskanje prodajnega trga in ustvarjanje alternativnega dohodka na kmetiji.

Vinogradniki

Skozi možnost trženja kvalitetnega vina in nujenja osnovnih pravil kulturnega uživanja vina, odprejo vinske kleti za širšo javnost.

CILJ: dogodek »Dan odprtih vrat OD ZIDANICE DO ZIDANICE«, registracija dopolnilnih dejavnosti (vinotoči), prodaja tržnega viška, ustvarjanje vira zaslužka in promocija vinske ceste.

Čebelarji

Se skozi medico, kot prvo slovansko pijačo pri ohcetnih obredih, med in druge medene izdelke predstavijo na prireditvi in tržijo izdelke.

CILJ: registracija čebelarjev, da lahko tržijo medene izdelke, povezati čebelarje s kmečkimi ženami, nosilci dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, da uporabljajo čebelarje pridelke kot sredstvo za pripravo končnega izdelka ali pa prodajajo končnim kupcem. (prodaja končnih izdelkov v lični embalaži-risanje na steklene izdelke)

Konjerejci

Zainteresirati konjerejce, da opravijo potrebne izpite in registrirajo storitev (ali kot osebno dopolnilno delo-prevoz z vozovi, tečaji Jahač 1 in Jahač 2, zavarovanje nujenja storitev), da bi lahko nemoteno in z večjo varnostjo prodajali svoje storitve. Posamezniki, ki bi imeli pridobljeno

potrebno znanje, se morajo povezati s turističnimi kmetijami, in v skupnem sožitju ponujati gostu oz. turistu storitev jahanja ali prevoza z vozom.

Podeželska mladina

Vključitev mladine v razne delavnice, seminarje (ohranjanje kulturne dediščine, ohranjanje in razvoj podeželja, zagotovitev alternativnih dohodkov na podeželju, povečanje delovnih mest v turizmu na podeželju) in jih zainteresirati, da pridobljeno znanje uporabljajo pri odločitvi ali ostati na podeželju in ga tudi posredujejo širši javnosti. Podeželsko mladino je potrebno tudi vključiti v prikaz ohranjanja kulturne dediščine.

Ovčerejci

Plasirajo na trg jagnjetino kot tipično belokranjsko jed in jagnje kot simbol veselja (uprizorjeno na poročni torti), uveljavitev celotne ponudbe (koža, volna, meso) in trženje ter zaščita določenih avtohtonih izdelkov (jagnjetina)

Izdelovalci domače obrti

Se povežejo skupaj in organizirano plasirajo svoje izdelke na trg (predstavitev in prodaja na prireditvi, oskrba turističnih centrov, turistov, predstavitev dela na turističnih kmetijah, ali v sklopu projekta od zidanice do zidanice).

Osnovne šole

Izvedejo raziskovalno nalogo (ohcetna kulinarika včasih, stare poročne fotografije) in jo predstavijo na prireditvi. Povežejo se z izdelovalkami starih ohcetnih jedi in skupno izpopolnijo ponudbo.

Kulturna društva

S svojim kulturnim programom udejanjajo stare običaje in ohranjajo kulturno dediščino. Medsebojna povezanost različnih pokrajin privede do izmenjave nastopov, predstavitev kulture kraja. Izpostaviti se povezanost z evropskimi partnerji in izmenjajo nastopi. Podpora in vzpodbuda posamezniku pri zapisih kulturne dediščine.

Športna društva

Mišljena je povezanost društev sodelujočih pokrajin, občin, priprava turnirjev. Udejanjanji se ideja »ZDRAV DUH V ZDRAVEM TELESU«. Soorganiziranje kmečkih iger s športnim navdihom, v času fantovščine in dekliščine ohceti.

FAZE PROJEKTA :

SEMINAR: Skupni posvet vseh partnerjev v Sloveniji in Evropi

Vpliv avtentične kulturne dediščine v razvoju podeželja z doprinosom v kulturni evropski prostor.

DELAVNICE iz različnih okolij (navedene samo delavnice v naši organizaciji)

- 1. Spoznavanje kulturne dediščine podeželja**
- 2. Globalni doprinos posameznika v osebnotnem in širšem razvoju** za boljšo kvaliteto življenja na podeželju (medsebojna povezanost in sodelovanje, izobraževanja)
- 3. Od lanu do platna** (moduli: lan od setve do platna, belokranjske vezenine, izdelava semiške narodne noše, izdelava rož in poročnih šopkov iz krep papirja, zaščita semiške narodne noše in običaja semiške ohceti)
- 4. Nevestina bala** (moduli: zibel in skrinja, krasilna umetnost, poslikava, slovenska kulturna dediščina, nevestina oprava, model za učno kvalifikacijo, vzgojno izobraževalni program).
- 5. Ohcetno vino** (moduli: kultura uživanja vina, od zidanice do zidanice, trženje kvalitetnega vina, In vino Veritas, pridobitev blagovne znamke oz. certifikata za ohcetno vino, Festival VINA in KULINARIKE - Osrednja kmečka ohcet)

6. **Semiške (Belokranjske) ohcetne jedi** (moduli: kako smo včasih pripravljali poročne gostije, učenje in priprava stare ohcetne kulinarike, pridobivanje certifikata proste potice, zaščita semiške ohcetne torte z jagnjem, kot simbolom čiste ljubezni)
7. **Razstava starih poročnih fotografij** (raziskovalna naloga OŠ kako so se včasih poročali, izbor in priprava razstave starih poročnih fotografij)
8. **Ohcetna medica** (modul: spoznavanje starega slovanskega obreda SOL - KRUH - MEDICA, pridobitev blagovne znamke oz. certifikata za ohcetno medico)

Možni domači partnerji v Sloveniji:

Občina Semič, Delujoča društva občine Semič in Bele krajine, Turistični ponudniki Bele krajine, Izdelovalci domače obrti, Osnovne šole na območju Bele krajine, Srednje šole (Kmetijska šola Grm Novo mesto, Srednja lesarska šola Novo mesto, Srednja gostinska šola Novo mesto, Srednja vzgojiteljska šola Metlika, Gimnazija Črnomelj, Srednja oblikovna in fotografska šola v Ljubljani, Vrtnarska šola Celje)

Ostali partnerji:

Iskanje partnerjev med občinami, ustanovami in civilno iniciativo na področju Bele krajine, regije in v Sloveniji.

Iz vsebine se izoblikuje osrednja **TURISTIČNA PRIREDITEV SLOVENSKA KMEČKA OHCET**, ki zajema:

- Prošnjačenje – Snubljenje (ob Gregorjevem) marec
- Zaroka ali obljuba - april
- Vabljenje na ženitovanje - april
- Prevoz nevestine bale na novi dom - junij
- Dekliščina in fantovščina - začetek septembra **(prestavljen sedanji termin)**
- Po nevesto - v dnevih prireditve – september **(prestavljen sedanji termin)**
- Šranga - na dneve prireditve - september
- Poroka – (civilna – cerkvena) na dneve prireditve - september
- Svetenje - na dneve prireditve - september
- Prihod na ženinov dom, Sprejem neveste, Svatba - na dneve prireditve - september (1. dan na nevestinem domu, 2. dan na ženinovem ali novem domu)

CILJ celotnega projekta je, da se vsi produkti ustvarjeni znotraj obdobja tudi predstavijo na prireditvi, postanejo tržni višek s tržno vrednostjo in so sooblikovalci celostne podobe razvoja podeželja.

Skozi stopnje razvoja končnih produktov, izboljšanjem znanja posameznikov, društev in nosilcev turističnih dejavnosti, trženjem izdelkov in storitev, se ustvarjajo novi pogoji za delovna mesta in obstanek na podeželju ter povečuje kvaliteta življenja na podeželju.

C. Področje podjetništva

10. Splošno o podjetništvu

Stanje na področju podjetništva nam izkazuje potrebo in nujnost dodatnega angažiranja v razvoj in pospeševanje malega gospodarstva, in sicer na način tesnejšega sodelovanja na lokalnem nivoju ter ob podpori regijskih povezovanj.

10.1 Skupni nastop pristojnih ustanov

10.1.1 Podjetniški inkubator – Industrijske cone

Ob dejstvu pomanjkanja razpoložljivih človeških virov v zavodu, trenutno ne moremo bistveno povečevati obseg delovanja na področju podjetništva, pa vendar ob dejstvu uspešnega prestrukturiranja Rudnika v zapiranje (Industrijska cona TRIS v Kanižarici), pozitivni naravnosti regije do razvoja malih in srednjih podjetij, delovanja v smeri razvoja lokalnih podjetniških inkubatorjev in razširitvi zaposlenega kadra v zavodu, vidimo možne usmeritve delovanja zavoda predvsem na sledečih področjih:

1. Ustvarjati podjetniško okolje, ki omogoča pospešeno reševanje problemov motivacije, klime in razmaha podjetništva v Beli krajini. Hkrati tako postanemo vmesnik, v katerem udeleženci neposredno čutijo utrip industrije in trga.
2. Z združenim nastopom bi spodbujali nastajanje, delovanje in rast družb. V timske nastopu s TRIS-om bi zagotavljali ustrezno infrastrukturo ter nudili pomoč na tržnem, finančnem in tehnološkem področju.
3. Navajamo poglobitve dejavnosti:
 - pomoč pri oblikovanju in preverjanju poslovnega načrta,
 - iskanje poslovnih in strateških partnerjev,
 - povezava s finančnimi institucijami (začetni in tvegani kapital),
 - zagotavljanje poslovnih prostorov z najrazličnejšimi priključki po subvencionirani najemnini,
 - pridobivanje internih garancij za kredite in sklepanje poslov,
 - izobraževanje podjetnikov,
 - vzbujanje sinergij med družbami,
 - povezava z raziskovalnimi instituti (kadri in oprema),
 - povezava z industrijo (proizvodne kapacitete),
 - poslovno in tehnološko svetovanje,
 - izvajanje aktivnosti na področju »skupnih storitev« (fotokopirnice, predavalnice, informacijskega strežnika, varovanja, restavracije...)

Na osnovi združevanja in timskega nastopa v skupino, **bi lahko zagotavljali strokovno pomoč na različnih stopnjah razvojnega cikla posamezne družbe** (snovanje, začetek delovanja, zorenje), hkrati pa bi zagotavljali skupno platformo za različne akterje iz različnih podpornih institucij.

1. SNOVANJE (poslovna ideja, snovanje družbe)

V fazi snovanja bi lahko iz enega mesta podpirali:

- oblikovanje idej in motiviranje potencialnih podjetnikov v ciljnih skupinah (informiranje, promocija in svetovanje pri študentih, pomožnem osebju, raziskovalcih, razvijalcih, uslužbencih),
- preverjanje poslovne ideje (posvetovanje s strokovnim osebjem s področja),
- pisanje poslovnega načrta (svetovalna podjetja, pomoč strokovnjakov),
- iskanje proizvodnih in/ali tržnih kooperantov (preko obstoječih institucij, mrež in poznavanja trga),
- iskanje ustanovitvenega kapitala (banke, skladi),
- oblikovanje aktov družbe (svetovalci s področja, pravna služba),
- vrednotenje in ocenjevanje poslovnega načrta (pridobivanje ekspertnih mnenj).

2. ZAČETEK DELOVANJA (začetek poslovanja družbe)

V začetku delovanja lahko enovito podpremo:

- izobraževanje podjetnikov (organizacija delavnic za podjetnike, poglobljanje v poslovni načrt, posvetovanje z mentorji),
- upravni postopek registracije (zaporedje dogodkov, aktivnosti in obrazcev),
- pridobivanje potrebnih dovoljenj za delovanje družbe,
- zagotavljanje infrastrukture (vključitev družbe v inkubacijski center, poslovno, pravno in finančno svetovanje, prostor, priključki, administracija...)
- oblikovanje predstavitvenega gradiva,
- promocijo podjetja (mednarodni sejmi, predstavitve, mediji),
- pridobivanje potrebnih certifikatov ustreznosti (CE, ISO, EM...),
- zaščito industrijske lastnine,
- internacionalizacijo poslovanja,
- iskanje finančnih aranžmajev za poslovanje (kapitalski vložki, krediti in garancije),
- povezovanje z raziskovalnim in industrijskim okoljem (kadri, oprema).

3. ZORENJE (delovanje in rast družbe)

V fazi zorenja družb, bi lahko nudili izvajali pomoč pri:

- iskanju strokovnega kadra,
- vodenju družbe, pozicioniranju družbe na trgu,
- internacionalizaciji poslovanja,
- oblikovanju strategije razvoja,
- prodoru na tuje trge,
- izobraževanju podjetnikov,
- reševanju prostorskih in ostalih infrastrukturnih problemov,
- iskanju finančnih aranžmajev za poslovanje (kapitalski vložki, krediti in garancije),
- povezovanju z raziskovalnim in industrijskim okoljem (kadri, oprema,).

Faza delovanja in rasti družbe v tako subvencioniranem okolju (inkubator) bi lahko trajala od 2-3 leta poslovanja (saj po statističnih evidencah celotno obdobje zorenja ali stabilizacije poslovanja družbe traja 4-5 let).

Na takšen način bi lahko v vseh obdobjih rasti (novoustanovljene) družbe skrbeli tudi za vzburjanje sinergij med podjetji, ustanovitelji in zunanjim okoljem. Pomembno je, da lahko podjetja z daljšim stažem zagotavljajo mentorstvo mlajšim družbam in da obstoja določeno zagotavljanje medsebojne pomoči pri poslovanju vključenih družb.

Na osnovi zgoraj navedenih smernic, predlagamo, da v bodočem obdobju (leto 2008) pristopimo k tesnejšemu sodelovanju lokalnih resursov in lokalnih skupnosti, ter ustanovimo skupno projektno skupino.

10.1.2 Oblikovanje projektne skupine

V mesecu okt. 2007 smo sicer že organizirali delovni sestanek z namenom ustanovitve delovne skupine za pridobivanje sredstev oziroma konkuriranje na EU razpise, pri čemur je bilo področje delovanje osredotočeno predvsem na akterje turizma in malega gospodarstva iz Bele krajine. Na delovni sestanek smo povabili predstavnike belokranjskih občin, OOO Črnomelj in Metlika, ter predstavnike podjetij: OIKOS d.o.o., HOSTING d.o.o. NEC Cerknica in podjetje ESPERO d.o.o. V letu 2008, nameravamo podpisati skupni dogovor o sodelovanju, vendar takšno delovanje lahko z dodano vrednostjo razširimo tudi na področje podjetništva.

10.1.3 Potrebni kader za pričetek delovanja

V letu 2007 je bila izdelana študija izvedljivosti za razvoj podpornega okolja. Predlog študije je med drugimi ustanovitev mrežnega inkubatorja s sedežem v Novem mestu z enotami še v Črnomlju, Metliki in Kočevju. V nadaljevanju se je potrebno s strani Občine Črnomelj odločiti za izgradnjo potrebne infrastrukture – poslovne zgradbe, v kateri bo možno zagotavljati prostore za nova podjetja, oziroma je predvidena izgradnja poslovne stavbe z uporabno površino 800 m² na lokaciji v poslovni coni TRIS Kanižarica. Trenutno je Občina Črnomelj v fazi presoje smotrnosti izgradnje in iskanja ugodnih finančnih virov za sofinanciranje priprave projektne dokumentacije in izvedbe investicije.

Ocenjujemo, da je bolj smotrno vložek občine predviden v izgradnjo infrastrukture inkubatorja nameniti za zagotavljanje ustreznega kadra, v okviru sinergijskega nastopa med TRIS Kanižarica in RIC Bela krajina, kajti obstoječa infrastruktura v TRIS Kanižarica zadošča za začetke delovanja inkubatorja. Razvojni center Novo mesto lahko na takšen način nemoteno izvaja projekt mrežnega inkubatorja na regijskem nivoju in sicer v smislu samostojne dislocirane enote v Črnomlju. S primernim in potrebnim novo zaposlenim kadrom lahko takoj pričnemo z naborom potencialnih novo nastajajočih podjetij, promocijo vseh treh industrijskih con v Beli krajini itd.

Iz proračuna občine Črnomelj za leto 2008 je razvidno, da razpolaga z določenimi lastnimi sredstvi za izgradnjo infrastrukture, katera bi bilo, glede na prej navedeno, potrebno le preusmeriti v zaposlitev novega kadra.

****Opomba:** Stroški dela so usklajeni s proračunskima postavkama obeh ustanoviteljic zavoda. Skladno z realno višino stroška dela, bo potreben rebalans proračunov ustanoviteljic (glej točko plana 12.2).

10.2 Promocija podjetništva

Tudi v letu 2008 bomo nadaljevali s promocijo vseh treh industrijskih con v Beli krajini, in sicer skozi nastope na sejnih, razstavah, podjetniških delavnicah. Seveda poudarjamo limitirano zmožnost zaradi omejenih finančnih sredstev.

D. Turistična agencija

11. Organizirano trženje turističnih produktov

Še vedno zastopamo stališče, da se končna izvedba trženja turizma v Beli krajini mora odvijati skozi samostojno pravno osebo (tržno naravnano turistično agencijo), vendar prav tako smatramo, da se »zametki« organiziranega trženja lahko izvajajo preko zavoda, ki bo s pridobitvijo potrebne »licence« za trženje (planiramo v letu 2008) tako izpolnjeval vse potrebne pogoje.

11.1 Turistična agencija KOMPAS Novo mesto - Poslovalnica Črnomelj

V letu 2008 planiramo nadaljevati in nadgraditi sodelovanje s turistično agencijo KOMPAS Novo mesto. Poslovni rezultat 3 letnega partnerskega sodelovanja nam v Poslovalnici Črnomelj (TIC Črnomelj) izkazuje stalno rast, čeprav je poslovanje zelo oteženo zaradi pomanjkanja ali neustreznosti kadra, ter minimalni promociji trženja.

E. Finančni načrt poslovanja za I.2008

12. Plan odhodkov in prihodkov RIC-a

Kot javni zavod smo posredni uporabnik državnega proračuna in tako razvrščeni med določene uporabnike enotnega kontnega načrta.

Zavod je dolžan voditi poslovne knjige v skladu z veljavnimi predpisi, ki so temeljni kriterij za razkritja v izkazih zavoda:

- Zakon o računovodstvu (Ur. list RS 23/99 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o enotnem kontnem načrtu za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava (Ur. list RS 54/02 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o sestavljanju letnih poročil za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava (Ur. list RS 115/02 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o razčlenjevanju in merjenju prihodkov in odhodkov pravnih oseb javnega prava (Ur. list RS 134/03 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (Ur. list RS 46/03 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o načinu in stopnjah odpisa neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev (Ur. list RS 45/05 in nadaljnje spremembe),
- Pravilnik o načinu in rokih usklajevanja terjatev in obveznosti 117/02 in nadaljnje spremembe),
- Slovenski računovodski standardi.

12.1 Plan odhodkov RIC-a za I. 2008

Z.št.	VRSTA ODHODKA	RIC-ZAVOD	TURIZEM	PODJETNIŠTVO	TIC Črnomelj	TIC Semič	KP LAHINJA	KOMPAS	OSTALA SM	SKUPAJ
	Delež odhodka po stroškovnih mestih	14,22%	42,13%	1,17%	0,33%	0,15%	41,38%	0,05%	0,55%	
B)	ODHODKI 2008	129.592 €	383.918 €	10.700 €	3.024 €	1.370 €	377.086 €	500 €	5.000 €	911.190 €
1	ODHODKI ZA DELOVANJE ZAVODA									127.092 €
1.1	Stroški dela									74.855 €
1.1.1	Bruto plače, regresi	74.855 €								74.855 €
1.2	Ostali stroški poslovanja									52.237 €
1.2.1	Materialni stroški	17.830 €								17.830 €
1.2.2	Stroški Oprema/Osnovna sredstva	1.500 €								1.500 €
1.2.3	Stroški kilometrin, nočitev itd	13.570 €								13.570 €
1.2.4	Odhodki financiranja	19.337 €								19.337 €
2	STROŠKI POSLOVANJA									784.098 €
2.1	RIC - TURIZEM									391.212 €
2.1.1	Stroški prireditvev									81.417 €
	a) Jurjevanje v Beli krajini		66.117 €							66.117 €
	b) Martinovanje v Črnomlju-Mart. harmonika	300 €	2.000 €							2.300 €
	c) Semiška ohcet		6.000 €							6.000 €
	d) Martinovanje Semič		1.000 €							1.000 €
	e) Praznovanje jeseni Semič		1.500 €							1.500 €
	f) Ostale prireditve		4.500 €							4.500 €
2.1.2	Stroški projektov									307.911 €
	a) Tržna znamka		1.050 €							1.050 €
	b) Tiskovine, brošure		24.130 €							24.130 €
	c) E - poslovanje (portali)	800 €	2.550 €							3.350 €
	d) Iterreg III A - delež I.2008		204.391 €					5.000 €		209.391 €
	e) Belokranjski dnevi		15.740 €		1.440 €	370 €				17.550 €
	f) Sejmi, borze, workshopi		10.000 €	3.500 €						13.500 €
	g) Projekt Leader - Po poteh DDBK		25.000 €							25.000 €
	h) Nastopi v medijih		1.840 €							1.840 €
	i) Regionalno in nacionalno povezovanje		2.000 €	3.000 €						5.000 €

Z.št.	VRSTA ODHODKA	RIC-ZAVOD	TURIZEM	PODJETNIŠTVO	TIC Črnomelj	TIC Semič	KP LAHINJA	KOMPAS	OSTALA SM	SKUPAJ
	j) Ostali nepredvideni projekti		5.000 €							5.000 €
	k) Ostalo pospeševanje turizma		2.100 €							2.100 €
2.1.3	TIC Črnomelj - stroški delovanja									884 €
	a) Sredstva za informiranje				450 €					450 €
	b) Stroški storitev, vodenja, potni str.				434 €					434 €
2.1.4	TIC Semič - stroški delovanja									1.000 €
	a) stroški storitev in materiala					250 €				250 €
	b) vodenje, org. + promocija					600 €				600 €
	c) Ostali stroški informiranja					150 €				150 €
2.2	RIC-Stroški za LASTNO TRŽENJE									6.600 €
	a) Trgovina v TIC-ih		4.500 €		500 €					5.000 €
	b) Vin.inform.center Bela Krajina	900 €			100 €					1.000 €
	c) Maleričeva hiša	500 €			100 €					600 €
2.3	Stroški tur. agencije KOMPAS									5.000 €
	a) Sredstva za delovanje		4.500 €					500 €		5.000 €
2.4	RIC-Stroški za PODJETNIŠTVO									4.200 €
	a) Pospeševanje podjetništva			2.700 €						2.700 €
	b) Sredstva za pripravo projektov			400 €						400 €
	c) Izvedba projektov, delavnice			1.100 €						1.100 €
2.5	RIC- Stroški za upravljanje KP Lahinja									377.086 €
	a) Stroški in izvedbe projektov						2.086 €			2.086 €
	b) Ostali predvideni projekti						375.000 €			375.000 €

12.2 Plan prihodkov RIC-a za I. 2008

Z.št.	VRSTA PRIHODKA	Občina Črnomelj	Občina Semič	ZZRS	INTERREG IIIA	OBČINA METLIKA	OSTALI VIRI (razpisi, dotacije, sponzorstva)	Skupaj
Delež financiranja zavoda		16,26%	3,79%	0,00%	22,26%	2,12%	55,57%	
A)	PRIHODKI	148.121 €	34.575 €	0 €	202.863 €	19.323 €	506.308 €	911.190 €
1	RIC-DOTACIJE ZA DELOVANJE ZAVODA							125.092 €
1.1	Dotacije za stroške dela							74.855 €
1.1.1	Bruto plače, regresi	**49.170 €	**25.685 €	0 €	0 €	0 €	0 €	74.855 €
1.2	Dotacije za druge stroške poslovanja							50.237 €
1.2.1	Dotacije za materialne stroške	15.800 €	2.030 €	0 €	0 €	0 €	0 €	17.830 €
1.2.2	Dotacije za oprema/Osnovna sredstva	1.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.500 €
1.2.3	Dotacije za potne stroške (Kilometrine, nočitve)	12.700 €	870 €	0 €	0 €	0 €	0 €	13.570 €
1.2.4	Prihodki financiranja	0 €	0 €	0 €	17.337 €	0 €	0 €	17.337 €
2	RIC - PLANIRANE AKTIVNOSTI							786.098 €
2.1	RIC - TURIZEM							393.212 €
2.1.1	Dotacije za prireditve							81.417 €
	a) Jurjevanje v Beli krajini	16.700 €	417 €	0 €	0 €	500 €	48.500 €	66.117 €
	b) Martinovanje v Črnomlju-Mart. harmonika	500 €					1.800 €	2.300 €
	c) Semiška ohcet	0 €	0 €	0 €	0 €	500 €	5.500 €	6.000 €
	d) Martinovanje Semič	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.000 €	1.000 €
	e) Praznovanje jeseni Semič	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.500 €	1.500 €
	f) Ostale prireditve	1.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	3.000 €	4.500 €
2.1.2	Dotacije za projekte							309.911 €
	a) Tržna znamka	420 €	210 €	0 €	0 €	420 €	0 €	1.050 €
	b) Tiskovine, brošure	9.566 €	2.280 €	0 €	0 €	6.376 €	5.908 €	24.130 €
	c) E - poslovanje (portali)	1.670 €	560 €	0 €	0 €	1.120 €	0 €	3.350 €
	d) Interreg III A - delež I.2008	18.865 €	0 €	0 €	185.526 €	5.000 €	0 €	209.391 €
	e) Belokranjski dnevi	1.110 €	370 €	0 €	0 €	740 €	15.330 €	17.550 €
	f) Sejmi, borze, workshopi	6.250 €	813 €	0 €	0 €	4.167 €	2.270 €	13.500 €
	g) Projekt Leader - Po poteh DDBK	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	25.000 €	25.000 €
	h) Nastopi v medijih	1.000 €	340 €	0 €	0 €	500 €	0 €	1.840 €
	i) Regionalno in nacionalno povezovanje	500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	4.500 €	5.000 €
	j) Ostali nepredvideni projekti	1.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	4.000 €	5.000 €

Z.št.	VRSTA PRIHODKA	Občina Črnomelj	Občina Semič	ZZRS	INTERREG IIIA	OBČINA METLIKA	OSTALI VIRI (razpisi, dotacije, sponzorstva)	Skupaj
	k) Očistimo bregove	2.100 €	0 €	0 €	0 €	0 €	2.000 €	4.100 €
2.1.3	TIC Črnomelj							884 €
	a) Sredstva za informiranje	450 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	450 €
	b) Stroški storitev, vodenja, potni str.	434 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	434 €
2.1.4	TIC Semič							1.000 €
	a) stroški storitev in materiala	0 €	250 €	0 €	0 €	0 €	0 €	250 €
	b) vodenje, org. + promocija	0 €	600 €	0 €	0 €	0 €	0 €	600 €
	c) Ostali stroški informiranja	0 €	150 €	0 €	0 €	0 €	0 €	150 €
2.2	RIC-LASTNO TRŽENJE							6.600 €
	a) Trgovina v TIC-ih	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	5.000 €	5.000 €
	b) Vin.inform.center Bela krajina	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.000 €	1.000 €
	c) Maleričeva hiša	600 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	600 €
2.3	Turistična agencija KOMPAS							5.000 €
	a) Sredstva za delovanje	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	5.000 €	5.000 €
2.4	RIC-Dotacije za PODJETNIŠTVO							4.200 €
	a) Pospeševanje podjetništva	2.700 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	2.700 €
	b) Sredstva za pripravo projektov	400 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	400 €
	c) Izvedba projektov, delavnice	1.100 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.100 €
2.5	RIC-Dotacije za upravljanje KP Lahinja							377.086 €
	a) Dotacije za izvedbo projektov	2.086 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	2.086 €
	b) Ostali predvideni projekti	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	375.000 €	375.000 €

*** OPOMBA:**

 Delež financiranja zavoda RIC-a v l. 2008, s strani lokalnih skupnosti (Črnomelj, Metlika, Semič) znaša: **22,17%**

 Delež financiranja zavoda RIC-a v l. 2008, s strani ostalih virov (Interreg, Donacije...) znaša: **77,83%**

****Opomba:** Stroški dela so usklajeni s proračunskima postavkama obeh ustanoviteljic zavoda.
Skladno z realno višino stroška dela, bo potreben rebalans proračunov ustanoviteljic.

12.3 Razčlenitev stroškov dela

Občina Črnomelj zagotavlja znesek:	49.170 €	Struktura: 75% direktor, 100 % Področni vodja, 100% Vodja TIC Črnomelj
Občina Semič zagotavlja znesek:	25.685 €	Struktura: 25% direktor, 100 % Vodja TIC Semič

F. Zaključek

Poslovne aktivnosti, informacije, predlogi in sugestije, ki jih navajamo v planu poslovanja, so odraz stalnega pozitivnega odnosa, ki temelji na dogovoru in sodelovanju. Vsekakor smatramo da bo letu 2008 prelomno. Stalno si namreč prizadevamo k skupnemu sodelovanju privabiti tudi občino Metlika, kajti to je edini način da bomo lahko govorili o enotnem nastopu, timskem pristopu in skupni hitrejši rasti turizma kot samostojne gospodarske panoge v Beli krajini. Iz tega stališča bo verjetno leto 2008 prelomnica belokranjskega turizma.

Zavod je, s soglasjem Slovenske turistične organizacije, tudi potrjen in upoštevan sogovornik turizma na področju celotnega geografskega področja Bele krajine, zato si z lastno obvezo prizadevamo upravičiti zaupanje pristojnih nacionalnih institucij.

V svoji osnovi zavod ni dobičkonosna institucija, in za sedaj smatramo, da mora takšen tudi ostati. Če bomo pospeševali in razvijamo tiste oblike turizma, ki bodo posledično privedle posamezne akterje k samostojni ekonomski osamosvojitvi, bomo nenazadnje kot javni zavod tudi upravičili zaupanje ustanoviteljev.

V imenu zavoda se zahvaljujemo Občinama Črnomelj in Semič, Občini Metlika, OOO Črnomelj, OOO Metlika, Belokranjskemu muzeju Metlika, RC Novo mesto, vsem institucijam, društvom in ostalim partnerjem, s katerimi skupaj načrtujemo in snujemo aktivnosti. Izkazali so visoko raven sodelovanja, pomoč, ter večinoma pozitiven odnos do sprememb. Le-te bodo stalnica tudi v bodoče.

Nenazadnje izražamo zahvalo svetu in članom zavoda, s katerimi poskušamo celostno zastaviti področje turizma na destinaciji Bela krajina v dobrobit vsakega posameznika. Enovito Belo krajino bodo priznavali tako obiskovalci kot vsi partnerji, saj bodo svoje mesto prepoznali v »odtisu« tržne znamke »dobro za oba«.

Črnomelj, 05.03.2008

Pripravljalci gradiva:

- Borut Klobučar, *direktor RIC bela krajina*
- Lidija Ivanšek, *Področni vodja turizma*
- Tanja Prešeren, *Vodja TIC Semič*
- Bojana Šprajcer, *TIC Črnomelj*
- Pavlina Svetič, *direktorica Breza-plus d.o.o.*
- prof. Janez Prašnikar, *s skupino podiplomskih študentov - EF Ljubljana (2007)*



Borut Klobučar
direktor
RIC Bela krajina